



Laut einer neuen Studie von Kelly ist die Work-Life-Balance ein zentraler Erfolgsfaktor für die Bindung von Talenten

Kelly Global Workforce Index™: Für 67 Prozent der befragten Schweizerinnen und Schweizer ist die Work-Life-Balance ein wichtiger Faktor beim Entscheid über eine neue Stelle

Neuenburg, 15. März 2016 – Die Erwartungen der Schweizerinnen und Schweizer an die Arbeitsstelle und das Arbeitsumfeld haben sich in den letzten Jahren stark gewandelt. In der Beurteilung einer Arbeitsstelle ist die Work-Life-Balance zu einem entscheidenden Faktor geworden. Viele Mitarbeitende verzichten auf eine Erhöhung des Lohnes oder einen Karriereschritt, wenn sich dafür die Arbeit und das Privatleben besser vereinbaren lassen. Dies geht aus der aktuellen Kelly Global Workforce Index (KGWI) Studie hervor, an der weltweit 164'000 Personen in 28 Ländern und rund 1'700 Personen in der Schweiz teilgenommen haben.

Für zwei Drittel der befragten Schweizerinnen und Schweizer (67 Prozent) ist die Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben entscheidend bei der Wahl einer neuen Arbeitsstelle. 41 Prozent der Befragten bevorzugen es, anstelle eines Lohnanstiegs die Work-Life-Balance zu verbessern. 34 Prozent würden zur Verbesserung der Work-Life-Balance sogar auf einen Karriereschritt verzichten.

„In der heutigen Arbeitswelt ist die Attraktivität eines Arbeitgebers stark davon abhängig, wie die Mitarbeitenden dabei unterstützt werden, Arbeit und Privatleben besser aufeinander abstimmen zu können“, kommentierte Marcel Keller, VP, Country General Manager Kelly Switzerland and Group Leader Switzerland, Italy & Hungary, die Studienergebnisse.

Unter dem Begriff „Work-Life Design“ umschreibt Kelly die Ansprüche, welche heute von Arbeitnehmern an eine moderne Arbeitswelt gestellt werden. Mitarbeitende wünschen sich ein Arbeitsumfeld, das es ihnen grundsätzlich erlaubt, ein glückliches und gesundes Leben zu führen sowie einen positiven Beitrag an die Gesellschaft zu leisten. Spezifisch nannten die befragten Schweizer die folgenden Punkte:

- Fast ein Drittel der Studienteilnehmer (31 Prozent) begrüßen es, wenn der Arbeitgeber das Arbeiten sowie den Zugriff auf E-Mails ausserhalb der Bürozeiten einschränkt.
- 37 Prozent der Teilnehmer finden, dass die betriebliche Gesundheitsförderung wie etwa Fitness Center, Yoga- und Meditation-Kurse einen wichtigen Beitrag zur Work-Life-Balance leisten kann.
- Die Möglichkeit, innovative Projekte zu bearbeiten oder sich ehrenamtlich zu engagieren, wird von 40 Prozent der Befragten geschätzt.
- 29 Prozent finden, dass sich Arbeitgeber durch umweltschonende Arbeitsweisen gegenüber potentiellen Mitarbeitenden differenzieren können.

Die Denkweise, die dem Work-Life Design zu Grunde liegt, wird sowohl von Frauen wie auch Männern und vor allem von jüngeren Arbeitnehmern wie etwa der Millennium-Generation (Jahrgänge ab 1980) positiv beurteilt. Grossen Anklang findet der Ansatz bei den gut ausgebildeten Arbeitskräften in spezifischen Bereichen wie der Informationstechnologie, den Naturwissenschaften, den Finanzdienstleistungen und dem Ingenieurwesen.

Der Bericht schliesst mit sechs Empfehlungen, welche Arbeitgeber in der Suche und dem Talent Management unterstützen sollen:

- Die flexible Arbeitszeit soll die Norm und nicht die Ausnahme sein
- Einschränkung des E-Mail-Zugriffs ausserhalb der Bürozeiten
- Förderung sinnhafter Arbeit
- Unterstützung von talentierten Mitarbeitenden, ihre Fähigkeiten auf dem neusten Stand zu halten
- Förderung einer Unternehmenskultur, auf welche Mitarbeitende stolz sein können
- Anbieten von Optionen, die Mitarbeitende dabei unterstützen, Arbeit und Privatleben besser aufeinander abzustimmen

„Die Erwartungen der Schweizerinnen und Schweizer an die Arbeit haben sich stark verändert. Früher standen primär die Entlohnung und das Verantwortungsgebiet im Mittelpunkt“, kommentierte Marcel Keller. „Heute erwarten die Arbeitnehmer von der Arbeit und dem Arbeitsumfeld weitaus mehr und zudem haben gut ausgebildete Arbeitskräfte oft die Wahl, wo und wie sie arbeiten wollen.“

„Unternehmen, die sich auch in Zukunft als attraktive Arbeitgeber positionieren wollen, werden eine ganze Bandbreite von Programmen für Mitarbeitende anbieten müssen. Darunter zählen unter anderem Mentoring Programme, Möglichkeiten der ehrenamtlichen Tätigkeit, Kinderbetreuungsangebote, Unterstützung bei Pflegeaufgaben, die Möglichkeit für einen Sabbatical und bezahlte Ferien. Arbeitgeber, die solche Optionen anbieten, gelingt es eher, die Loyalität der Mitarbeitenden zu gewinnen.“

Über den Kelly Global Workforce Index™

Der Kelly Global Workforce Index™ ist eine internationale Umfrage, die die Ansichten der Angestellten zu Arbeit und Arbeitsplatz untersucht. Die Ergebnisse der Befragungen werden durch die Kelly Services-Niederlassungen in Europa, Nordamerika und im Asien-Pazifik-Raum jedes Quartal publiziert. 2010 erhielt Kelly Services den MarCom Platinum Award für den Kelly Global Workforce Index™ in der Kategorie Research/Study. Dieser honoriert aussergewöhnliche Qualität, Kreativität und Ideenreichtum. 2009 hat der KGWI in derselben Kategorie Gold gewonnen. Zum aktuellen Global Workforce Index wurden rund 164'000 Personen in 28 Ländern befragt, davon rund 1'700 aus der Schweiz.

Über Kelly Services

Kelly Services, Inc. (NASDAQ: KELYA, KELYB) ist ein weltweit führender Anbieter von Personallösungen. Kelly® bietet eine umfassende Palette sowohl an Outsourcing-Lösungen (Kelly Outsourcing Consulting Group) und Personalberatungen als auch an Dienstleistungen von Dauer- und Kaderstellen über temporärstellen bis hin zu Try & Hire an. Für einen weltweiten Kundenstamm vermittelte Kelly im Jahr 2015 555'000 Arbeitsplätze. 2015 erzielte Kelly Services einen Gesamtumsatz von 5.5 Milliarden US-Dollar.

In der Schweiz ist Kelly Services mit mehr als 35 Filialen und Fachabteilungen vertreten. Dies in Naturwissenschaften, Bank- und Finanzwesen, Gesundheitswesen, Informatik, Engineering, Lebensmittel- und Agrarindustrie, Bau und Handwerk, Industrie und Technik, Logistik und Transport, Uhrenindustrie sowie im kaufmännischen Bereich. Weitere Informationen finden Sie unter www.kellyservices.ch. Nehmen Sie mit Kelly Services auf Facebook, Xing und LinkedIn Kontakt auf.

Medienkontakt

Kelly Services (Schweiz) AG
Rosangela Thomaz
Marketing & Communications Manager
Tel.: +41 79 228 43 27
E-Mail: rosangela.thomaz@kellyservices.ch
www.kellyservices.ch