

PRESSEINFORMATION

XING Studie

## **New Work braucht New Skills: auf diese Fähigkeiten kommt es in der neuen Arbeitswelt an**

- **Leistung, Kommunikation und neues Lernen – Das braucht die Arbeitswelt von morgen**
- **Unternehmen sind nicht auf den Wandel in der Arbeitswelt vorbereitet**
- **Weiterbildungskosten: knapp die Hälfte würde Trainings nicht selbst bezahlen**

Wien, 28. Juni 2021 – Die Arbeitswelt befindet sich in einem fundamentalen Transformationsprozess. Digitalisierung und neue Arbeitsmodelle haben durch die Pandemie einen Push erlebt. Dieser Wandel fordert nicht nur Unternehmen, ihre Strukturen, Prozesse und Kulturen anzupassen, sondern auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: neue Kompetenzen sind ebenso gefragt wie intensive Weiterbildung.

Im Auftrag von XING, dem führenden beruflichen Netzwerk im deutschsprachigen Raum, hat marketagent Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Österreich befragt, welche Fähigkeiten und Fertigkeiten ihrer Einschätzung nach in der Arbeitswelt von morgen gefragt sind.

### **Leistung, Kommunikation und neues Lernen – Das braucht die Arbeitswelt von morgen**

Knapp die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass in der Arbeitswelt von morgen berufliches Know-how und soziale Fähigkeiten bei der Jobsuche die gleiche Wichtigkeit haben werden. Im Detail ist allerdings erkennbar, dass Männer nach wie vor stärker auf die sogenannten „Hard Skills“, also fachliche Qualifikationen setzen, als Frauen.

Leistungsbereitschaft führt das Ranking der wichtigsten konkreten Kompetenzen für das eigene zukünftige Berufsleben an, gefolgt von Kommunikationsfähigkeit, der Bereitschaft Neues zu lernen, und der Fähigkeit mit unterschiedlichen Menschen zusammenarbeiten zu können.

Führen ohne Vorgesetztenfunktion (laterale Führung) wird von den österreichischen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als am wenigsten wichtig eingeschätzt – und bildet damit das Schlusslicht des Rankings. Dies zeigt, dass die österreichischen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nach wie vor bevorzugt direkt von Vorgesetzten geführt werden, wenn es um die Arbeitswelt der Zukunft geht.

### Die Top 10 Zukunftskompetenzen im Überblick:

1. Leistungsbereitschaft
2. Kommunikationsfähigkeit
3. Bereitschaft, Neues zu lernen
4. Fähigkeit, mit unterschiedlichen Menschen zusammenarbeiten zu können
5. Anpassungsfähigkeit
6. Konfliktfähigkeit
7. Veränderungsbereitschaft / mentale Flexibilität
8. Selbstmanagement
9. Kritikfähigkeit
10. Fairness

### **Unternehmen sind nicht auf den Wandel in der Arbeitswelt vorbereitet**

In Summe fühlen sich die österreichischen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf die Schlüsselkompetenzen der Zukunft gut vorbereitet. Ein schlechteres Zeugnis stellen die Österreicherinnen und Österreicher allerdings ihren eigenen Unternehmen aus. Mehr als 50 Prozent der Befragten sind der Meinung, ihr Unternehmen sei nur teilweise oder schlecht auf den Wandel in der Arbeitswelt vorbereitet. Während Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter also bereits die richtigen Kompetenzen für eine erfolgreiche Zukunft besitzen, müssen sich Unternehmen erst die passenden Tools und Strukturen zulegen, um für den kommenden Wandel gewappnet zu sein.

„Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen den Wandel mittragen und eine DNA aufbauen, in der Veränderungen nicht nur Platz haben, sondern selbstverständlich sind. Dazu müssen neue Unternehmenskonzepte sowie Strukturen kreiert werden. Die Arbeitswelt ist bereits mitten in einem Wandel, bei dem es nicht nur um Tools oder Homeoffice, sondern um einen Struktur- und Systemwandel in der Arbeitswelt geht“, so New Work Expertin Sandra Bascha, XING Österreich.

### **Weiterbildungskosten: knapp die Hälfte würde Trainings nicht selbst bezahlen**

Die Arbeitswelt der Zukunft ist digital, volatil und agil, Weiterbildung und lebenslanges Lernen sind daher essenziell, um fit für die Zukunft der Arbeit zu sein. Während mehr als die Hälfte der Befragten mit den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Unternehmen zufrieden ist, gibt es auch einen hohen Anteil – rund ein Viertel – von Unzufriedenen.

Weiterbildung ist sowohl Aufgabe der Unternehmen als auch der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer: Knapp die Hälfte der befragten Erwerbstätigen (48%) ist nicht bereit, selbst Kosten für Weiterbildungen zu übernehmen, hingegen würden 52 Prozent der Befragten Trainings zumindest teilweise oder sogar komplett selbst bezahlen. Insbesondere in der jüngeren Altersgruppe der 18-29-Jährigen zeigt sich eine hohe Zahlungsbereitschaft, knapp jede/jeder Dritte (32%) wäre bereit eine Weiterbildung selbst zu finanzieren.

Trotz der Digitalisierung präferiert jede/jeder Dritte ein Präsenztraining zu fixen Zeiten unter der Woche, knapp jede/r Vierte (24%) wünscht sich auch beim Thema Weiterbildung eine Verknüpfung aus analoger und digitaler Weiterbildung. – Vor allem Männer bevorzugen hybride Weiterbildungsangebote.

Übrigens: rund 9 Prozent wollen sich im Job nicht weiterbilden.

„Es ist essenziell, dass sowohl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch Unternehmen die enorme Wichtigkeit neuer Kompetenzen und Weiterbildungen erkennen. Nur so können Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ihre Potenziale voll entfalten, wodurch Unternehmen zukunftsfähig bleiben und mit den konstanten Veränderungen der Arbeitswelt Schritt halten“, Sandra Bascha abschließend.

### **Über die Studie:**

Im Rahmen einer Online Befragung hat das österreichische Marktforschungsinstitut marketagent im Auftrag von XING im Februar 2021 500 Erwerbstätige in Österreich befragt. Parallel dazu wurden 1.000 Arbeitnehmer\*innen in Deutschland und 500 in der Schweiz befragt. Zur Erfassung der Wichtigkeit von Kompetenzen standen 21 Skills zur Auswahl.

### **Über XING**

XING ist das führende berufliche Netzwerk im deutschsprachigen Raum. Es begleitet seine 19 Millionen Mitglieder durch ihr gesamtes Arbeitsleben und unterstützt sie dabei, so arbeiten zu können, wie es zu ihren Lebensentwürfen und ihren individuellen Wünschen passt. Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, suchen und finden Jobs und Inspirationen zu aktuellen Themen der Arbeitswelt. Online wie offline bietet XING seinen Mitgliedern professionelle Veranstaltungen, die zu ihnen passen, persönliche Begegnungen ermöglichen und sie beruflich weiterbringen. Mit den vielfältigen News-Angeboten bleiben sie auf dem Laufenden, können sich informieren und mitdiskutieren. [www.xing.com](http://www.xing.com)

### **Über die NEW WORK SE**

Die NEW WORK SE engagiert sich mit ihren Marken, Services und Produkten für eine erfüllendere Arbeitswelt und schreibt damit das nächste Kapitel der Erfolgsgeschichte der XING SE. Gegründet als professionelles Netzwerk openBC von Lars Hinrichs, erfolgte 2006 die Umbenennung in XING und 2019 in NEW WORK SE. Damit trägt das Unternehmen sein überzeugtes Engagement für eine bessere Arbeitswelt auch im Namen – New Work ist die sichtbare Klammer aller Firmenaktivitäten. Das Unternehmen ist seit 2006 börsennotiert. Die NEW WORK SE agiert als zentrale Führungs- und Steuerungsholding und dient als Serviceabteilung der Töchterfirmen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Hamburg und beschäftigt seine insgesamt rund 1.900 Mitarbeiter auch an weiteren Standorten von München über Wien bis Porto. Weitere Infos unter <http://www.new-work.se> und <https://nwx.new-work.se/>

### **Über Marketagent**

Marketagent sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent jährlich über 1.300 Studien an den Standorten Baden, Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein mehr als 2.100.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region ISO-zertifiziert und im März 2020 nach der aktuellsten ISO Norm 20252 rezertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG, Generali oder Intersport. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab. [www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)