

XING Studie

New Work braucht New Skills: Auf welche Fähigkeiten deutsche Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer künftig setzen

- **Die Fähigkeit, Neues zu lernen, ist für Deutsche wichtigste Zukunftskompetenz**
- **Unternehmen sind nicht auf den Wandel in der Arbeitswelt vorbereitet**
- **Weiterbildungskosten: rund die Hälfte würde Trainings nicht selbst bezahlen**

Hamburg, 28. Juni 2021 - XING, das führende berufliche Netzwerk im deutschsprachigen Raum, hat Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland befragt, welche Fähigkeiten und Fertigkeiten ihrer Einschätzung nach in der Arbeitswelt von morgen gefragt sind. An erster Stelle rangiert dabei die Fähigkeit, Neues zu lernen, gefolgt von Kommunikationsfähigkeit und Leistungsbereitschaft. Am wenigsten wichtig ist den Deutschen dagegen die Fähigkeit, sich selbst zu managen. Der Großteil schätzt es demnach weiterhin, von Vorgesetzten geführt zu werden.

Die Fähigkeit, Neues zu lernen, ist für Deutsche wichtigste Zukunftskompetenz

Gut die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass in der Arbeitswelt von morgen Fachwissen und soziale Fähigkeiten bei der Jobsuche gleich wichtig sein werden. Männer setzen dabei nach wie vor stärker auf die sogenannten „Hard Skills“, also fachliche Qualifikationen, als Frauen.

Trotz viel Zeit im Homeoffice und neuer Arbeitskulturen wird Führen ohne Vorgesetztenfunktion (laterale Führung) von den deutschen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als am wenigsten wichtig eingeschätzt – und bildet damit das Schlusslicht des Rankings. Dies zeigt, dass die deutschen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auch in Zukunft bevorzugt direkt von Vorgesetzten geführt werden wollen, statt ohne Hierarchie zu arbeiten.

Die Top 10 Zukunftskompetenzen im Überblick:

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

Unternehmen sind nicht auf den Wandel in der Arbeitswelt vorbereitet

In Summe fühlen sich die deutschen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf die Schlüsselkompetenzen der Zukunft gut vorbereitet. Ein schlechteres Zeugnis stellen die Deutschen 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.

„Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen eine DNA aufbauen, in der Veränderungen nicht nur Platz haben, sondern selbstverständlich sind. Dazu müssen auch die

Mitarbeitenden befähigt werden. Die Arbeitswelt ist bereits mitten in einem Wandel, bei dem es nicht nur um Tools oder Homeoffice, sondern um kontinuierliches Lernen und Anpassungsfähigkeit geht“, so Sabrina Zeplin, Geschäftsführerin von XING.

Weiterbildungskosten: rund die Hälfte würde Trainings nicht selbst bezahlen

Während knapp die Hälfte der Befragten mit den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Unternehmen zufrieden ist, gibt es auch einen hohen Anteil – etwa ein Viertel – von Unzufriedenen. Zudem ist rund die Hälfte der befragten Erwerbstätigen (51%) nicht bereit, selbst Kosten für Weiterbildungen zu übernehmen. 49 Prozent der Befragten würden Trainings zumindest teilweise oder sogar komplett selbst bezahlen. Insbesondere in der jüngeren Altersgruppe der 18-29-Jährigen zeigt sich eine hohe Zahlungsbereitschaft, jede/jeder Dritte wäre bereit, eine Weiterbildung selbst zu finanzieren.

Trotz der Digitalisierung präferiert knapp jede/jeder Dritte (31%) ein Präsenztraining zu fixen Zeiten unter der Woche, dennoch wünschen sich 27% der Befragten beim Thema Weiterbildung ein digitales und zeitunabhängiges Angebot, während jede/r Fünfte eine Verknüpfung aus analoger und digitaler Weiterbildung bevorzugt. Rund 10 Prozent wollen sich im Job zudem 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. So bleiben Unternehmen zukunftsfähig und halten mit den konstanten Veränderungen der Arbeitswelt Schritt“, sagt Sabrina Zeplin.

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

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 Tochterfirmen. 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