

HAUFE.



3. ONBOARDING UMFRAGE 2019

—
Nach wie vor zu wenig Fokus



INHALT

SEITE 3

1 | Was ist Onboarding?

2 | Onboarding-Umfrage 2019

SEITE 4

3 | Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

SEITE 12

4 | Fazit

MANAGEMENT SUMMARY

HANDLUNGSBEDARF BEIM ONBOARDING

Unsere 3. Onboarding-Umfrage 2019 zeigt: Fast alle HR-Fachleute schätzen Onboarding positiv ein und glauben, dass es die fachliche und soziale Integration verbessert und auch beim Recruiting und Employer Branding sehr nützlich ist. Aber immer noch fehlen in der Praxis die dafür nötigen Mittel. Allerdings werden auch kaum Kennzahlen erhoben, um den Erfolg der Onboardingmaßnahmen zu messen. Wäre HR beim Reporting aktiver, hätte HR auch gute Argumente für ein Onboardingbudget!

Schade: Viele Unternehmen lassen die Chancen eines frühen Onboardingbeginns ungenutzt verstreichen. Und nach dem Onboarding gibt es bei rund 80% keine weiteren Motivationsmaßnahmen. Die Umfrage zeigt: Hier gibt es noch viel zu tun!

1 | WAS IST ONBOARDING?

Onboarding bedeutet das „An-Bord-Nehmen“ neuer Mitarbeiter und meint damit sowohl die allgemeine Einführung eines neuen Mitarbeiters, aber auch die fachliche Einarbeitung und vor allem die so wichtige soziale Integration. Onboarding beginnt optimalerweise direkt nach dem Vertragsabschluss. Je besser die Einführung, Einarbeitung und Integration vorbereitet wird und je früher die ersten Kontakte stattfinden, desto schneller wird sich der Mitarbeiter in seinem Arbeitsumfeld wohlfühlen und dann auch die erhofften Leistungen erbringen.

Personaler unterschätzen oftmals, wie wichtig der erste Eindruck ist, den ein neuer Mitarbeiter von der ersten Aufnahme, dem reibungslosen administrativem Ablauf und der Unternehmens- und Willkommenskultur bekommt. Von einem gelungenen Start hängt es aber oft ab, wie engagiert und motiviert sich ein neuer Mitarbeiter in den nächsten Wochen und Monaten einarbeiten und ins Team integrieren wird. Nur so kann er damit auch zu einer höheren Wertschöpfung beitragen und den Unternehmenserfolg steigern. Und gerade in Zeiten des Fachkräftemangels sollte Unternehmen schon aus ökonomischen Gründen daran gelegen sein, dass sie mühsam rekrutierte Mitarbeiter nicht gleich wieder verlieren. Denn jede Personalsuche kostet Zeit und vor allem Geld. Daher sollten Unternehmen den gesamten Einarbeitungsprozess – also ihr Onboarding – genau überprüfen und ggf. optimieren.

2 | 3. ONBOARDING-UMFRAGE 2019

DAS ZIEL DER UMFRAGE 2019

Die Haufe Group wollte in dieser 3. Onboarding-Umfrage 2019 herausfinden,

- ob und wie Unternehmen Onboarding umsetzen,
- wann sie damit starten und welche Maßnahmen sie in welchen Phasen nutzen,
- wo es erste Erfolge gibt, wo es hakt und wo Handlungsbedarf besteht.

DIE RAHMENDATEN DER STUDIE 2019

Unsere Fragen haben 616 HR-Verantwortliche zwischen Juli und September 2019 beantwortet. Die Rahmendaten der Studie sind nahezu unverändert. 52% der Teilnehmer zählen zum klassischen Mittelstand (51 – 500 Mitarbeiter) und 30% arbeiten in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern. Lediglich 18% kommen aus kleineren Unternehmen bis 50 Mitarbeiter.



3 | DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

HR ALS TREIBER DES ONBOARDINGS

In den meisten Unternehmen (70%) zeichnet HR für das Thema Onboarding verantwortlich. Das bedeutet, dass in der heutigen Zeit immer noch 21% der Befragten keinen Verantwortlichen haben, der die Onboardingprozesse koordiniert und vorantreibt.

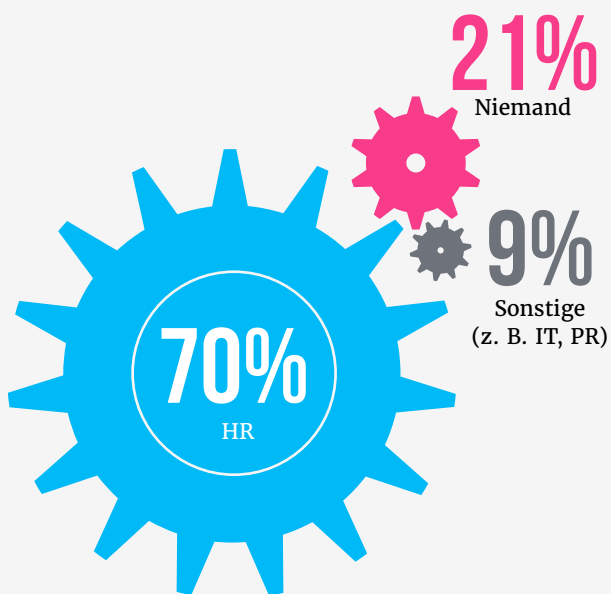
Bei den neuen Mitarbeitern in diesen Unternehmen bleibt es offensichtlich dem Zufall überlassen, ob und wie sie eingearbeitet und integriert werden.

FLUKTUATION VOR DEM 1. ARBEITSTAG

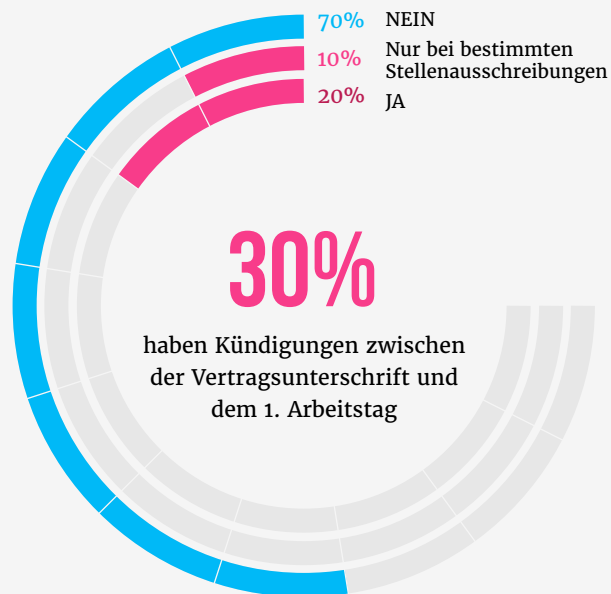
Da erscheint es wenig verwunderlich, dass 30% der befragten Unternehmen Kündigungen zwischen Vertragsunterschrift und dem 1. Arbeitstag haben.

Wie in den Vorjahren zeigt sich auch 2019, dass bei 30% (2018: 28%) der befragten Unternehmen neu eingestellte Mitarbeiter schon vor dem ersten Arbeitstag wieder abspringen und das gerade eingegangene Arbeitsverhältnis kündigen. Vielleicht, weil sie sich wenig willkommen fühlen, insgesamt an der neuen Stelle zweifeln oder vom neuen Arbeitgeber bis zum 1. Arbeitstag nichts mehr gehört haben? Es genügt jedenfalls nicht, den neuen Bewerber mit Blumen am Empfang zu erwarten – denn da erscheint er schon gar nicht mehr.

Gibt es jemand im Unternehmen, der den Onboardingprozess konzipiert und vorantreibt?



Kündigungen

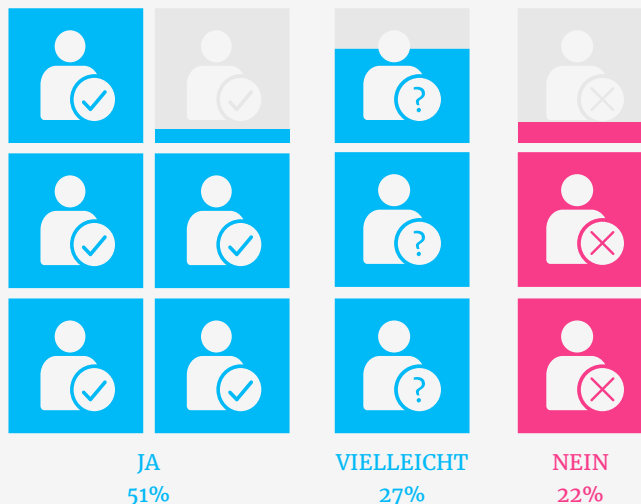


ANFANGSFLUKTUATION LÄSST SICH DURCH ONBOARDING VERRINGERN

Gerade bei der sog. Anfangsfluktuation, d.h. der Kündigungen innerhalb des ersten Jahres, sehen die meisten HR-Verantwortlichen Handlungsbedarf. 78% der Befragten glauben, dass die Fluktuation im ersten Jahr durch Onboardingmaßnahmen verringert werden kann.

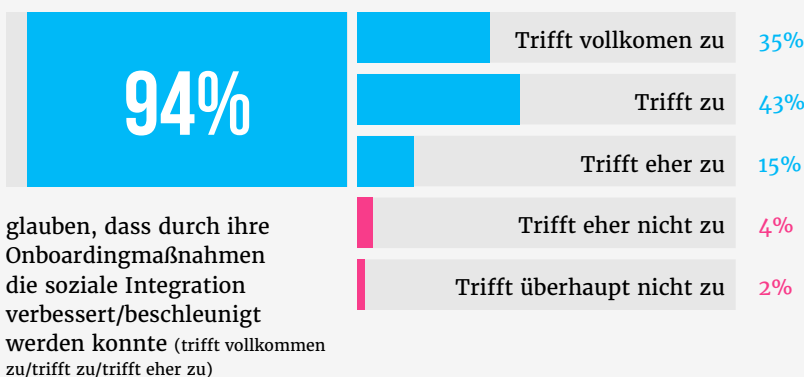
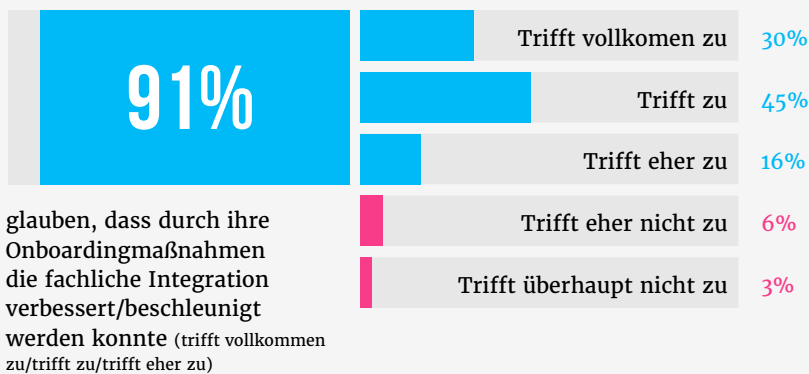
Anfangsfluktuation

78% glauben, dass die Anfangsfluktuation mit besserem Onboarding verringert werden könnte



NÜTZLICHES ONBOARDING

Wie im letzten Jahr sehen die meisten Unternehmen den Nutzen des Onboardings: Fast alle Umfrageteilnehmer glauben, dass durch ihre Maßnahmen die fachliche (91%) und soziale Integration (94%) eines neuen Mitarbeiters verbessert und beschleunigt werden kann.



POSITIVE EFFEKTE BEIM RECRUITING UND EMPLOYER BRANDING

Durch Onboardingmaßnahmen sehen die HR-Verantwortlichen auch sehr positive Effekte für ein besseres Recruiting neuer Mitarbeiter (73%) und ein stärkeres Employer Branding (81%).

Durch Onboardingmaßnahmen konnte bei...



73% konnten durch Onboardingmaßnahmen das Recruiting verbessern

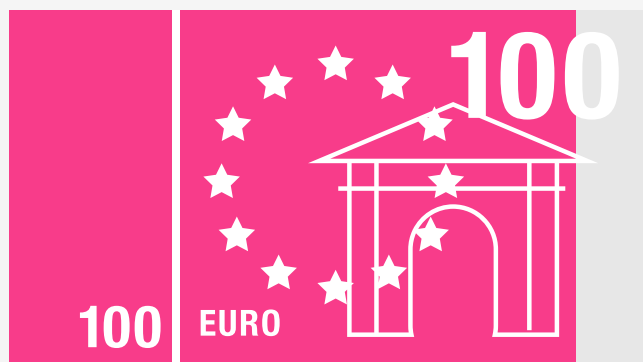
IMMER NOCH KAUM BUDGET FÜR ONBOARDING

Trotzdem wird hier gespart: 88% haben weiterhin kein eigenes Budget für Onboardingmaßnahmen und erledigen die Aufgaben auch weiterhin ohne dafür ein Budget zur Verfügung zu haben. Es bleibt die Frage, wie die Unternehmen ihren Zeit- und Kostenaufwand dafür verbuchen.

Budget

88%

haben kein Budget für ihren Onboardingprozess



KAUM DIGITALE UNTERSTÜTZUNG

Immer noch erledigen die meisten Unternehmen die vielfältigen und kleinteiligen Aufgaben analog und setzen nicht auf eine digitale Prozessunterstützung, z.B. durch Onboarding-Software oder eine App (88%, 2018: 94%). Gerade bei den kleinteiligen Vorbereitungen, die auch häufige Absprachen und damit einen hohen Aufwand bedeuten, ließe sich durch geregelte und übersichtliche Prozesse viel Zeit sparen.

Onboarding-Software

NEIN
88 %



88%

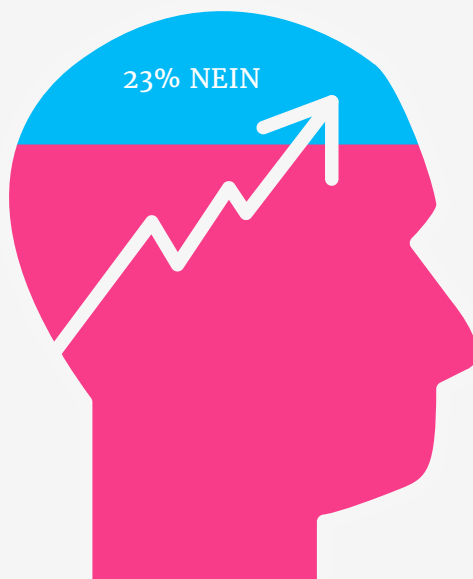
setzen keine Software zur Unterstützung im Onboardingprozess ein



JA
12%

HOHES VERBESSERUNGSPOTENZIAL

Wie in den beiden Vorjahren sehen daher immer noch 77% der befragten HR-Verantwortlichen noch ein hohes Verbesserungspotenzial bei ihrem derzeitigen Onboardingprozess (2018: 83%). Nur 23% glauben, dass sie alles richtig machen.



77%
sehen Verbesserungspotenzial bei ihrem Onboarding

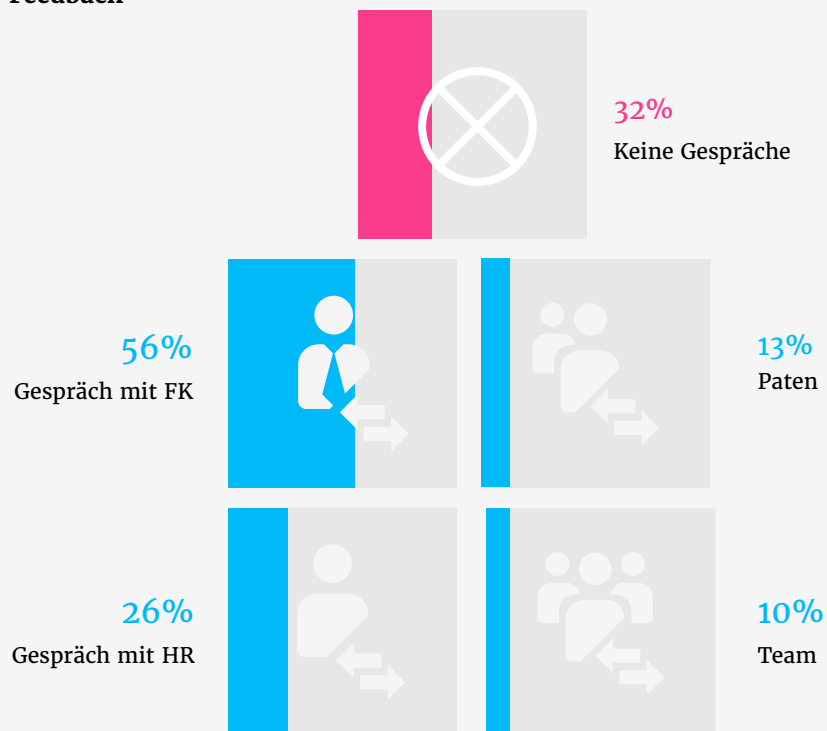
VIEL ZU WENIG RÜCKMELDUNG

Strukturierte Feedback-Gespräche mit neuen Mitarbeitern scheinen noch viel zu wenig verbreitet. Nur knapp die Hälfte der Führungskräften (56%) führen regelmäßig solche Gespräche, bei 26% kümmert sich HR darum und in 13% die Paten und bei 10% das Team.

Bei 32% der befragten Unternehmen scheint es keine strukturierten Feedback-Gespräche zu geben!

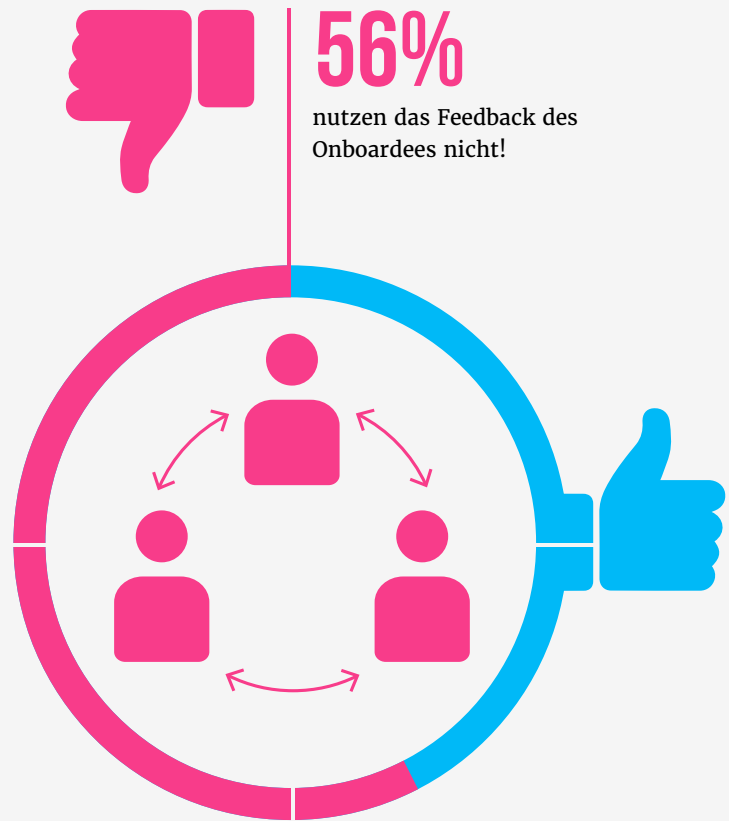
Die Unternehmen unterschätzen anscheinend, wie wichtig regelmäßiges und konstruktives Feedback ist, um neue Mitarbeiter einzuarbeiten und zu motivieren!

Feedback



FEEDBACK DER ONBOARDEES WENIG GEFRAGT

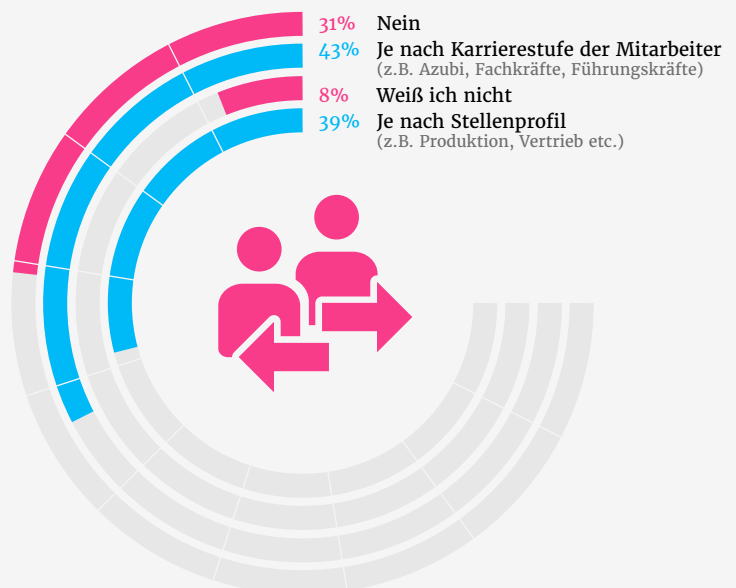
Und bei über der Hälfte der befragten Unternehmen (56%) gibt es keine definierten Prozesse, um Feedback von neuen Mitarbeitern weiterzugeben, um die eigenen Onboardingprozesse zu optimieren. Auch hier könnten klar definierte Feedback-Prozesse helfen, das eigene Onboarding zu verbessern.



WENIG DIFFERENZIERTE PROZESSE

Bislang nutzen nur wenige der Befragten unterschiedliche Onboardingprozesse und -Aktivitäten, z.B. nach Karrierestufe (43%) oder nach Stellenprofil (39%). Auch hier gibt es Potenzial: Je differenzierter die Onboardingprozesse in der Praxis gestaltet werden, desto erfolgreicher sind sie in der Regel auch.

Haben Sie unterschiedliche Onboardingprozesse und Onboarding-Aktivitäten?



ONBOARDING IN DREI PHASEN

In der aktuellen Umfrage wollten wir wissen, wie häufig die Befragten verschiedene Maßnahmen in den drei Onboarding-Phasen einsetzen.

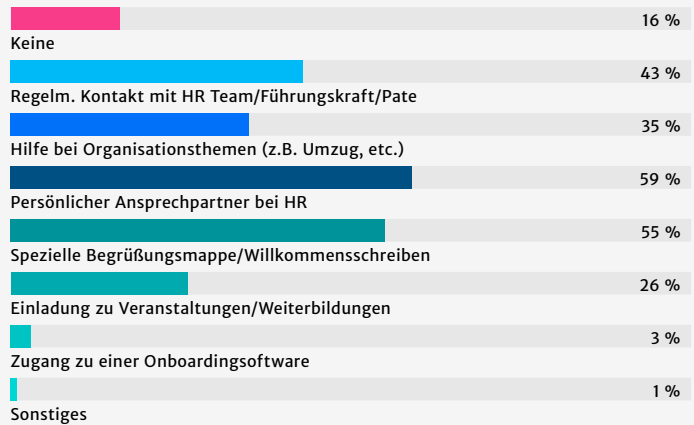
In der Preboarding-Phase existiert meist lediglich ein persönlicher Ansprechpartner bei HR (59%). Nur bei 43% der befragten Unternehmen gibt es schon Kontakte zum neuen Chef oder ins neue Team. Unterstützung beim Einleben gewähren nur 35%, Einladungen sind ebenfalls selten (26%) und das Potenzial einer Onboarding-Software nutzen lediglich 3%.

Auch in der Onboarding-Phase (Ab dem 1. Arbeitstag) gibt es zu wenig Unterstützung in Form von Feedback (nur 57%), Einführungsveranstaltungen (53%) oder einem Paten bzw. Mentor (51%). Leider noch viel zu wenig setzen Unternehmen auf Weiterbildung (27%), Zielvereinbarungen in der Probezeit (22%) oder der so wichtigen Unterstützung bei der Vernetzung im Unternehmen (nur 22%).

Erschreckend: Spätestens beim internen Wechsel in andere Teams oder Projekte müssen die meisten Mitarbeiter alleine klar kommen: Nur 6% der Unternehmen unterstützen ihre Mitarbeiter beim Reboarding!

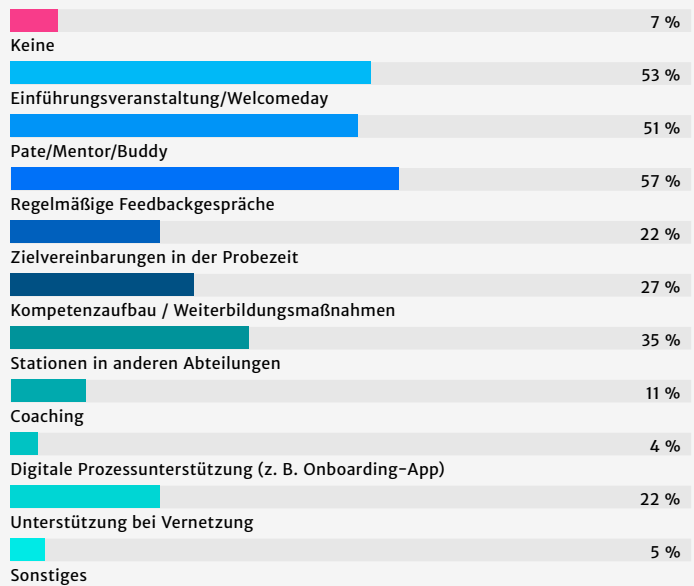
Preboarding-Phase

Maßnahmen vor dem 1. Arbeitstag



Onboarding-Phase

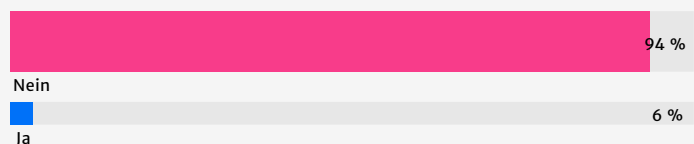
Maßnahmen ab dem 1. Arbeitstag



Reboarding-Phase

Maßnahmen bei internen Wechseln

94% haben kein Reboarding



Dabei zeigt sich, dass immer noch 25% der Befragten die Potenziale eines frühzeitigen Onboarding-Beginns VOR dem ersten Arbeitstag (Preboarding) gar nicht nutzen.

Leider legen sowohl Führungskräfte als auch HR-Mitarbeiter noch immer zu wenig Aufmerksamkeit auf die soziale Integration. Bei 49% bekommt der neue Mitarbeiter keinen Paten als sozialen „Kümmerer“ an die Seite gestellt und Einführungsveranstaltungen sind bei 47% unbekannt.

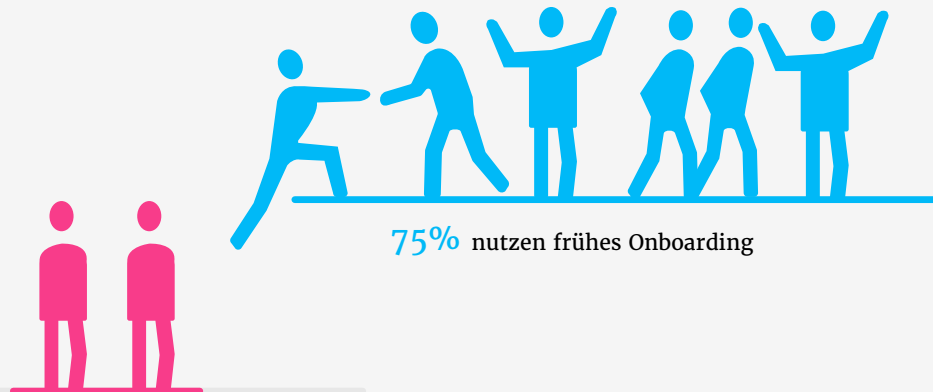
78% der Umfrageteilnehmer unterstützen die Vernetzung der neuen Mitarbeiter nicht aktiv, setzen nicht auf Coaching (89%) und gewähren auch keine Einblicke in andere Abteilungen (65%). Noch düsterer sieht es bei der digitalen Prozessunterstützung durch Onboarding-Apps oder Software aus: 96% nutzen diese digitalen Möglichkeiten in der heutigen vernetzten Zeit überhaupt nicht.

LÄNGERFRISTIGE MOTIVATION UND ENGAGEMENT ZU WENIG IM BLICK

Auch wenn sich Firmen beim Thema Onboarding engagieren, spätestens danach ist bei den befragten Unternehmen häufig Schluss: 80% haben im Anschluss an das Onboarding keine Maßnahmen etabliert, um die Motivation und das Engagement ihrer Mitarbeiter weiter zu fördern und zu verbessern.

Gerade in der wichtigen Anfangszeit verschenken die Verantwortlichen in den befragten Unternehmen enormes Potenzial, um wertvolle Mitarbeiter auch langfristig an das Unternehmen zu binden.

Frühes Onboarding



25%

nutzen das Potenzial eines frühen Onboardingbeginns NICHT.

Motivation und Engagement



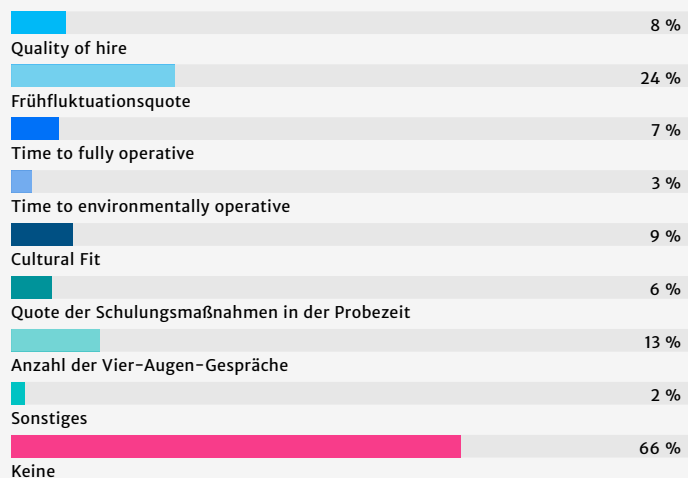
KAUM AUSWERTUNGEN ZU ONBOARDING

Die meisten Unternehmen werten die Erfolge (oder Misserfolge) ihrer Onboardingmaßnahmen überhaupt nicht aus (66%) und erheben keinerlei Kennzahlen dazu.

Die Frühfluktuationsquote (24%) und die Anzahl der Vier-Augen-Gespräche (13%) scheinen noch am verbreitetsten zu sein. Nur wenige Unternehmen erheben z.B. Quality of hire (8%), Cultural fit (9%) oder Time to fully operative (7%).

Hier stellt sich die Frage, ob diese Kennzahlen bekannt genug sind oder hier noch Aufklärungsarbeit nötig ist. Diese geringe Verbreitung ist jedenfalls besorgniserregend! Denn wenn HR weitere Kennzahlen auswerten und reporten würde, gäbe es auch handfeste Argumente für ein Onboardingbudget!

Welche Kennzahlen erheben Sie, um den Erfolg Ihrer Onboardingmaßnahmen zu messen?



66%

erheben keine Kennzahlen!

4 | FAZIT DER UMFRAGE 2019

Wie schon bei den letzten beiden Onboarding-Umfragen 2017 und 2018 gibt es auch im Jahr 2019 noch viel ungenutztes Potenzial und konkreten Handlungsbedarf: Bei 21% der Befragten gibt es schließlich auch niemand, der Onboardingprozesse vorantreibt.

HOHE ANFANGSFLUKTUATION

Das Thema brennt den HR-Verantwortlichen unter den Nägeln, denn weiterhin springen immerhin 30% der mühevoll rekrutierten neuen Mitarbeiter schon vor dem 1. Arbeitstag wieder ab. 77% der HR-Fachleute sehen daher Verbesserungspotenziale.

KAUM BUDGET ODER SOFTWARE-EINSATZ

Zwar glauben über 90%, dass Onboarding hilfreich und wichtig ist und auch sehr positive Effekte für ihr Recruiting (73%) und Employer Branding hat (81%), dennoch haben immer noch 88% kein Budget dafür oder setzen auf Software-Unterstützung (88%).

PREBOARDING OFT VERNACHLÄSSIGT

Ein Viertel der Unternehmen (25%) steigen zu spät ins Onboarding ein und nutzen die Phase VOR dem 1. Arbeitstag überhaupt nicht, um Kontakt zum neuen Mitarbeiter aufzubauen. Nur 43% bieten vorab regelmäßige Kontakte zum neuen Chef oder Team oder helfen beim Umzug oder privaten Einleben (35%). Eine Software oder App unterstützt die neuen Mitarbeiter in dieser Phase kaum (nur bei 3%).

Auch in der Onboardingphase (ab dem 1. Arbeitstag) nutzen nur knapp über die Hälfte übliche Instrumente wie Einführungsveranstaltungen (53%) oder einen Mentor oder Paten (51%).

ZU WENIG RÜCKMELDUNG

Dramatisch: nur 57% führen regelmäßige Feedbackgespräche oder vereinbaren gar Zielvereinbarungen in der Probezeit (22%). Gerade mit diesen Maßnahmen gelänge es, die neuen Mitarbeiter schnell einzuarbeiten und mit Zielen und positiven Rückmeldungen zu motivieren. Die Unternehmen unterschätzen anscheinend, wie wichtig regelmäßiges und konstruktives Feedback (nicht nur für neue Mitarbeiter) ist!

REBOARDING IST UNBEKANNT

Einen Reboardingprozess gibt es nur in den allerwenigsten Unternehmen, nur 6% der befragten Unternehmen unterstützten die Mitarbeiter bei internen Stellenwechseln.

Erschreckend ist, dass nur wenige Unternehmen (20%) weitere Maßnahmen über den Onboardingprozess hinaus etabliert haben, um die Motivation und das Engagement der neuen Mitarbeiter weiter zu fördern und verbessern.

KAUM AUSWERTUNGEN

Und nur wenige Unternehmen erheben (oder kennen?) spezielle Onboardingkennzahlen, um die Erfolge ihrer Arbeit messbar zu machen. Lediglich die Frühfluktuationsquote wird am häufigsten (bei 24%) erhoben. Hier scheint es daher einen wichtigen (noch unbekanntem Hebel) für die Unternehmen zu geben: Wenn HR künftig weitere Onboardingkennzahlen auswertet, lassen sich dadurch sicherlich weitere gute Argumente für ein eigenes Onboarding-Budget finden!

Dies zeigt: Es gibt noch immer eindeutig Handlungsbedarf! So klappt es besser:

Unsere Tipps für effizienteres Onboarding:

- Treiber für Onboardingprozess festlegen
- Budget bereitstellen und Onboarding-Software nutzen
- Kontakt halten in der Preboarding-Phase
- 1. Arbeitstag positiv gestalten
- Mit Feedback motivieren
- Interne Stellenwechsel unterstützen
- Onboardingerfolge messbar machen
- Längerfristiges Engagement mit Blick behalten

HAUFE.

HAUFE MY ONBOARDING

Wir sind davon überzeugt, dass es die Menschen sind, die nachhaltigen Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit ermöglichen. Wir helfen Ihnen deshalb dabei, Ihre neuen Talente schneller einzuarbeiten und langfristig zu binden. Denn: je besser die Einarbeitung verläuft, desto zufriedener und engagierter sind Ihre neuen Mitarbeiter. Sie sind dadurch schneller produktiv und tragen somit schon frühzeitig zu Ihrem Unternehmenserfolg bei.

Mithilfe unserer Onboardinglösung begeistern Sie Ihre neuen Talente. Sie sorgen für maßgeschneiderte Informationen und ein individuell auf den Mitarbeiter zugeschnittenes Onboardingprogramm. Haufe myOnboarding ist der perfekte Start in Ihr Unternehmen: individuell, persönlich und auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt.

JETZT INFORMIEREN

 www.myonboarding.de