

RECRUITING IN STEUERKANZLEIEN

18.01.2024 Copyright Haufe-Lexware GmbH & Co. KG



AGENDA

1

Studiendesign & Fragestellung

2

Zielgruppenbeschreibung & Screening

3

Studienergebnisse

STUDIENDESIGN & FRAGESTELLUNG

STUDIENDESIGN & FRAGESTELLUNG

Der aktuelle Fachkräftemangel belastet auch die Steuerbranche und bremst zunehmend die wirtschaftliche Entwicklung in deutschen Steuerkanzleien aus.

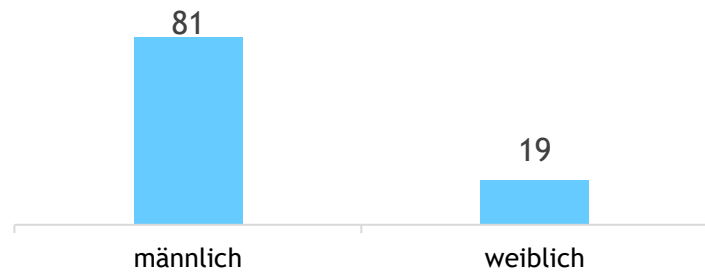
Haufe hat daher mit der cocodibu GmbH in Zusammenarbeit mit der INNOFACT AG eine Befragung unter Steuerberater:innen durchgeführt, die in ihrer Kanzlei für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter zumindest mitverantwortlich sind.

Ziel der Befragung war es zu erfahren, inwieweit sich der Recruiting-Prozess und das Anforderungsprofil für die Bewerber:innen in den letzten Jahren verändert hat, und wie die Ansprache von potenziellen Mitarbeiter:innen in Steuerkanzleien erfolgt.

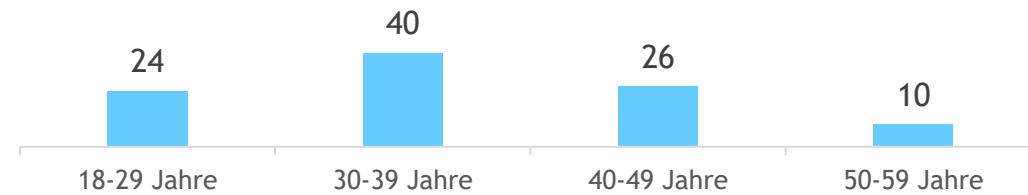
ZIELGRUPPENBESCHREIBUNG & SCREENING

ZIELGRUPPENBESCHREIBUNG & SCREENING

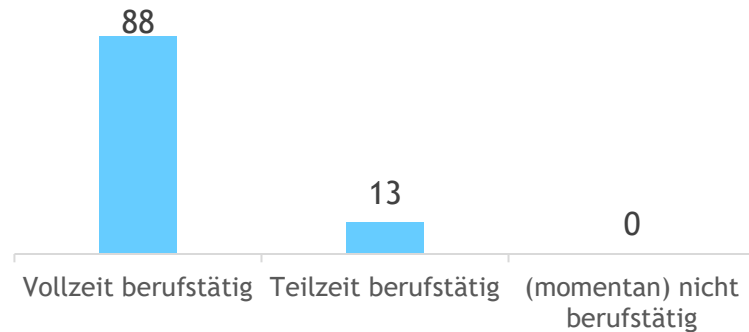
GESCHLECHT



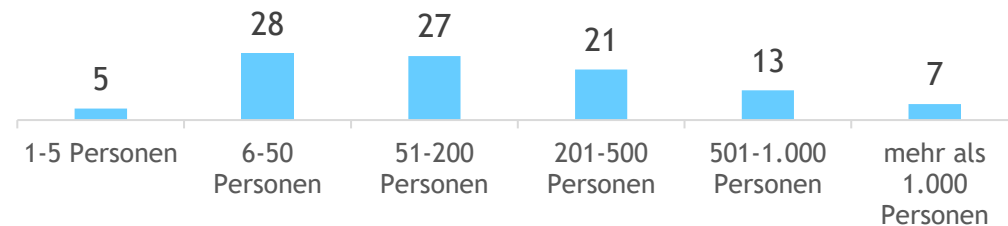
ALTER



BERUFSTÄTIGKEIT



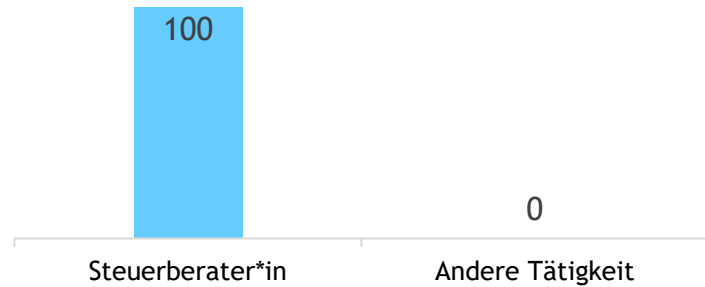
MITARBEITERANZAHL IN STEUERKANZLEI



Screening: Es wurden Steuerberater:innen befragt, die für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter zumindest mitverantwortlich sind.

ZIELGRUPPENBESCHREIBUNG & SCREENING

TÄTIGKEIT



VERANTWORTUNG REKRUTIERUNG



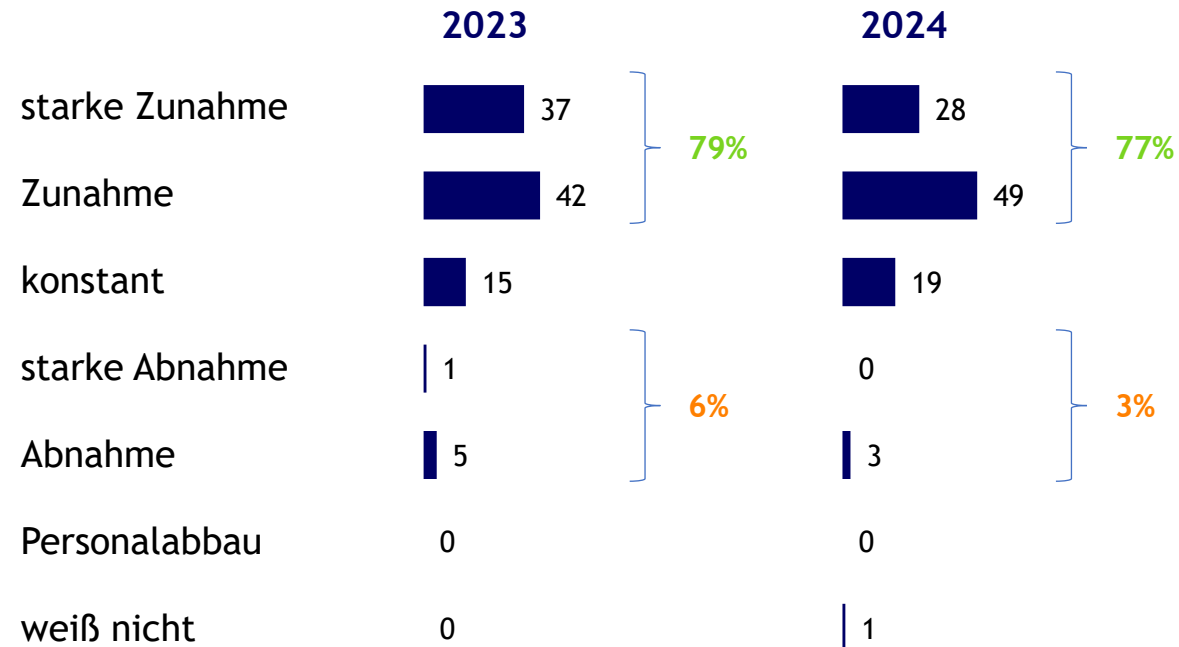
- Ich selbst
- Ich selbst zusammen mit anderer/n Person(en)
- Andere Person(en)

Screening: Es wurden Steuerberater:innen befragt, die für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter zumindest mitverantwortlich sind.

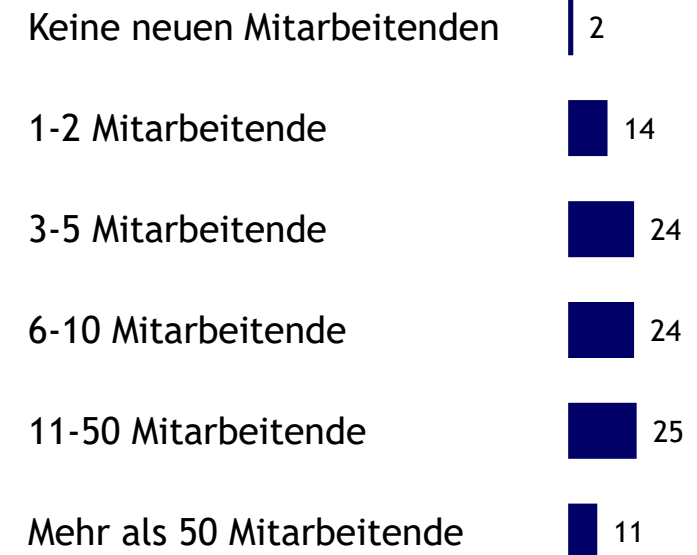
STUDIENERGEBNISSE

RECRUITING: BEDARF UND VOLUMEN

Bedarf



Volumen

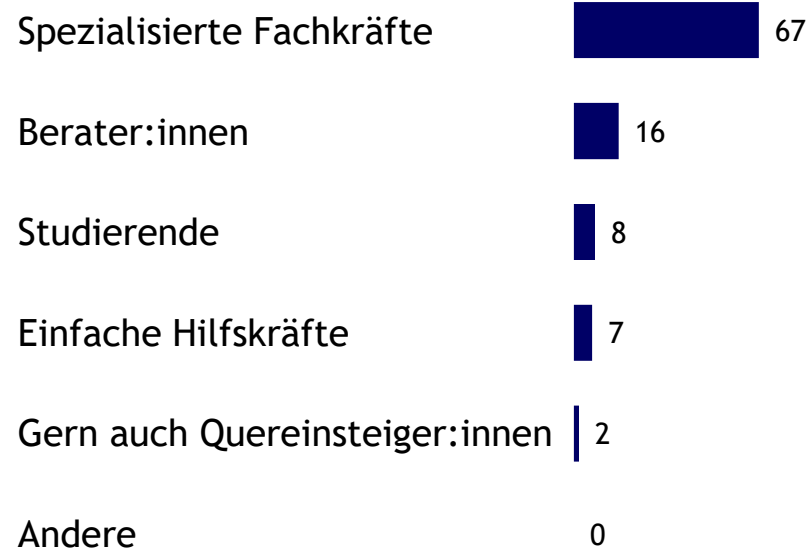


F1: Wie war Ihr Recruiting-Bedarf in 2023? F2: Wie wird sich Ihr Recruiting-Bedarf in 2024 voraussichtlich entwickeln? F3: Was ist Ihr durchschnittliches jährliches Recruiting-Volumen?

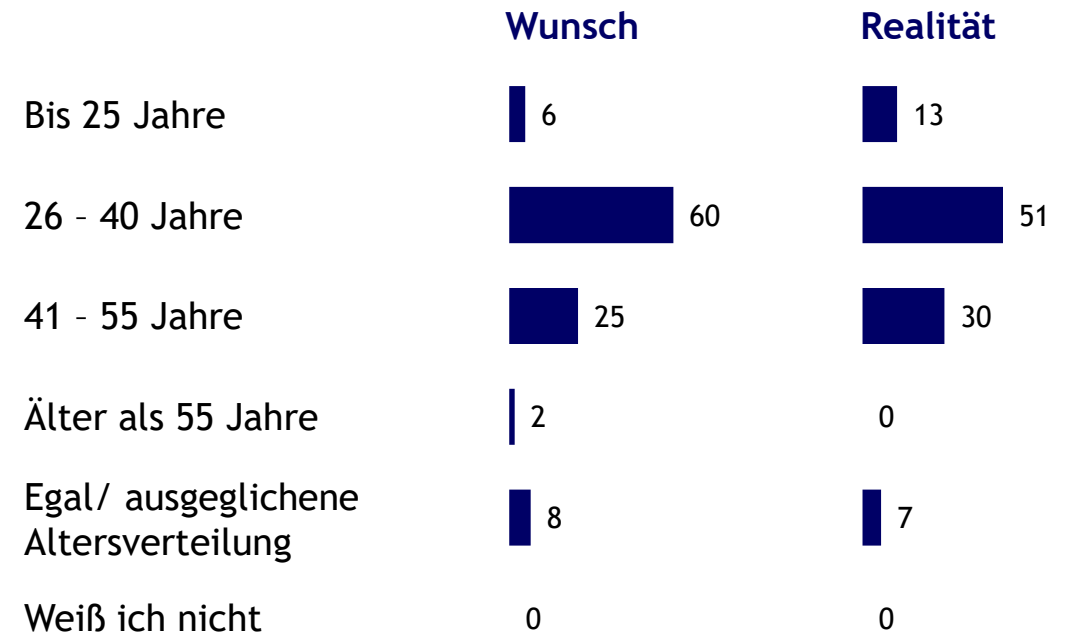
Basis: Alle Befragten n = 104, Angaben in %

RECRUITING: QUALIFIKATION UND ALTER

Qualifikation



Alter

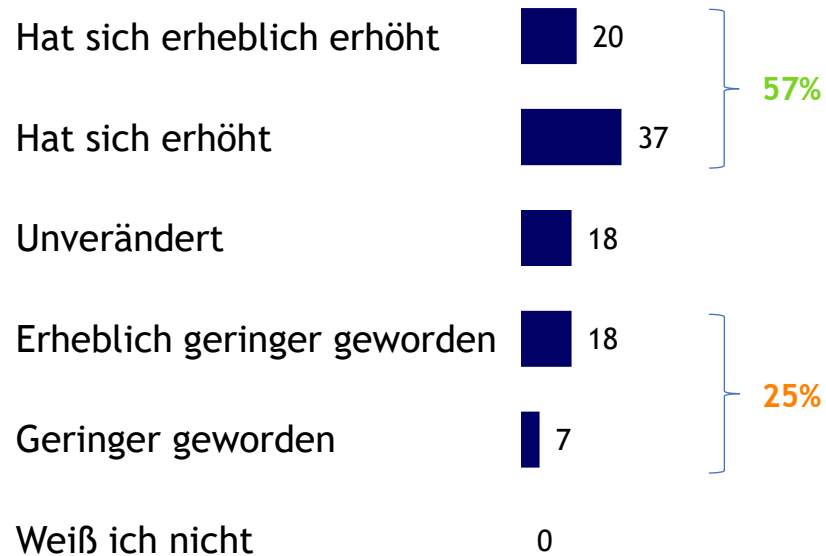


F4: Wen suchen Sie? F6: Nach Kandidaten in welchem Alter suchen Sie? F7: Welches Alter haben Ihre Bewerber:innen hauptsächlich?

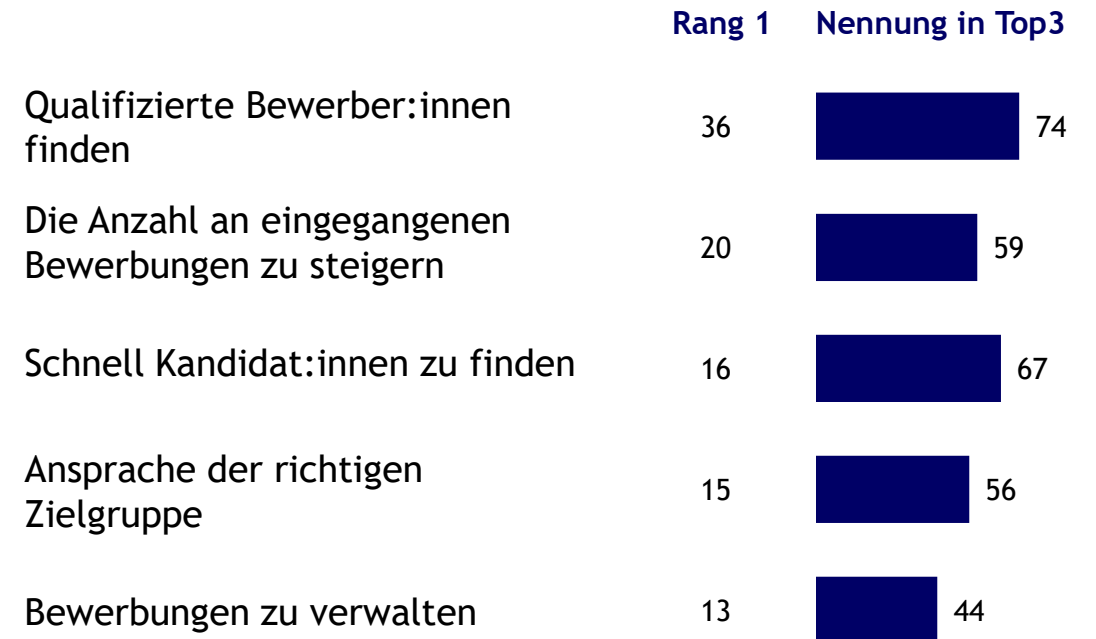
Basis: Alle Befragten n = 104, Angaben in %

RECRUITING: BEWERBERANZAHL UND HERAUSFORDERUNG

Entwicklung der Bewerberanzahl in den letzten 2 Jahren



Herausforderung im Recruiting

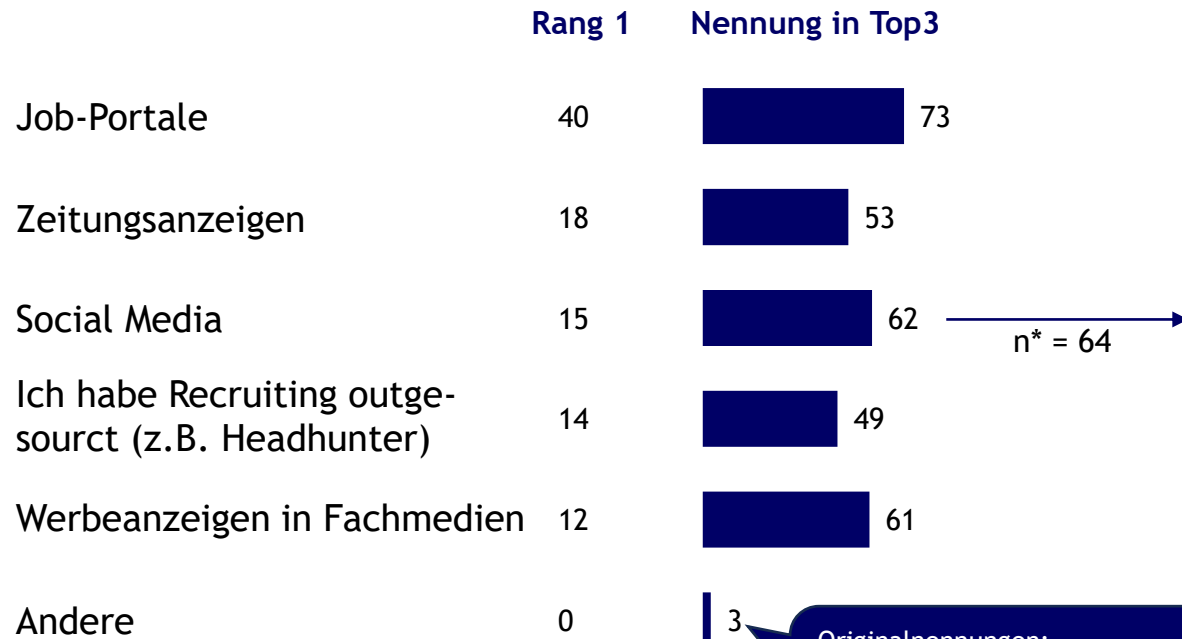


F5: Wie hat sich die Anzahl der Bewerber:innen in den vergangenen zwei Jahren entwickelt? F8: Was ist für Sie die größte Herausforderung im Recruiting? *

Basis: Alle Befragten n = 104, * Mehrfachnennungen möglich (Top3-Wahl), Angaben in %

RECRUITING: KANÄLE

Kanäle



Originalnennungen:
 Persönliche Empfehlungen (n=1)
 Mund-zu-Mund-Propaganda (n=1)
 Hochschulveranstaltungen (n=1)

Social Media Plattformen

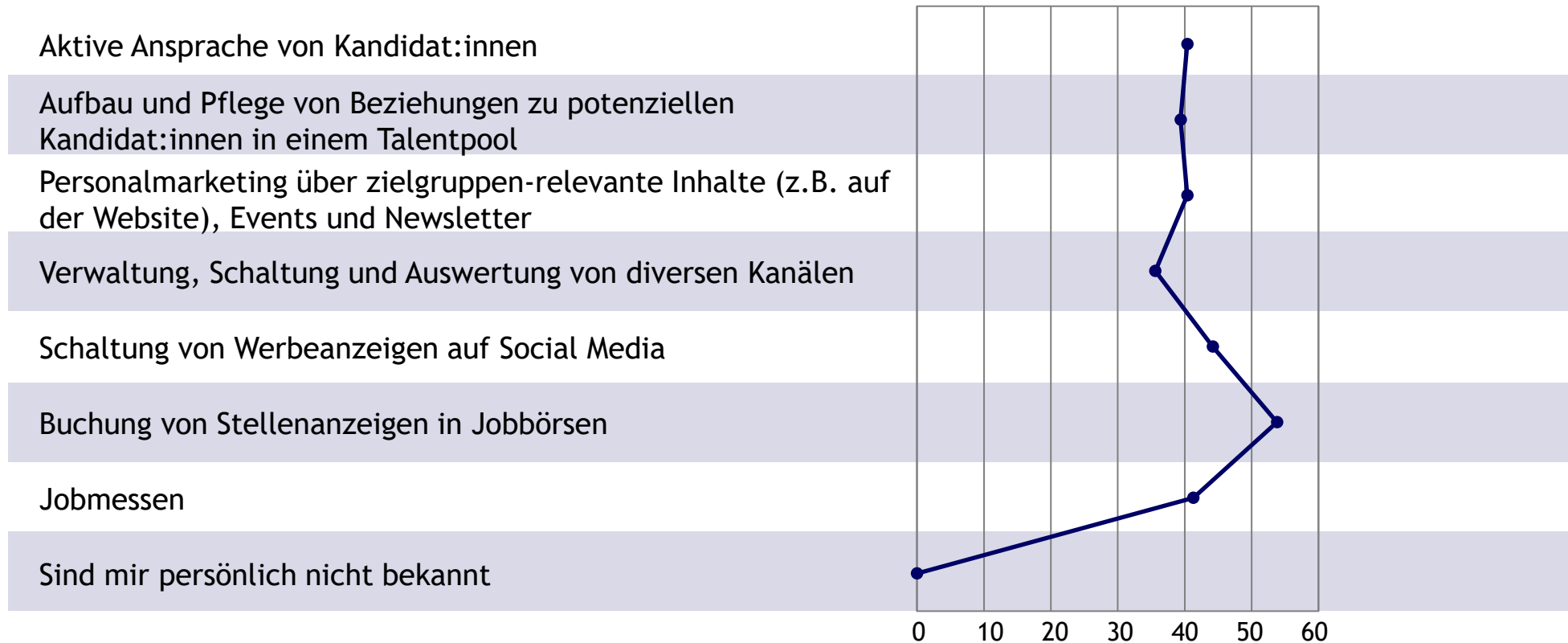


F9: Welche Kanäle nutzen Sie zum Recruiting? ** F10: Welche Social Media Plattformen nutzen Sie für Recruiting?***

Basis: Alle Befragten n = 104, * falls Antwort „Social Media“ in F9 n = 64

** Mehrfachnennungen möglich (Top3-Wahl); *** Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %

RECRUITING: AKTIVITÄTEN

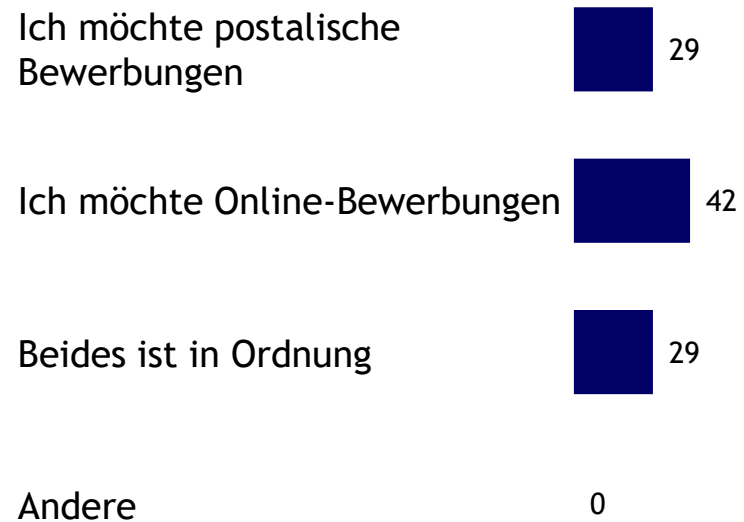


F11: Was sind Ihre aktuellen Recruiting-Aktivitäten?

Basis: Alle Befragten n = 104, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %

BEWERBUNGSEINGANG

Kanäle



n* = 74

Bewerbungseingang online

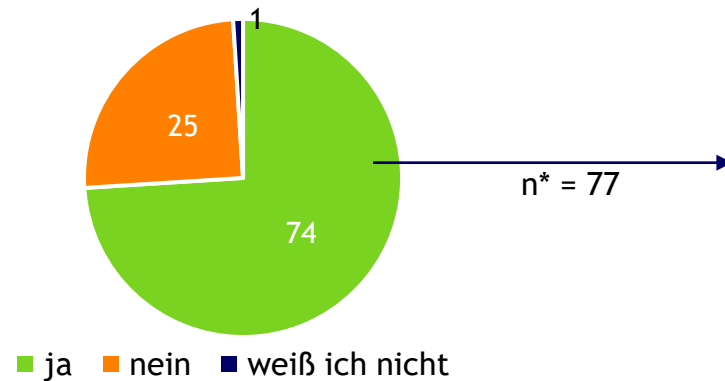


F12: Auf welchem Weg sollen Bewerbungen bei Ihnen eingehen? F13: Über welchen Kanal möchten Sie Online-Bewerbungen vorzugsweise erhalten?

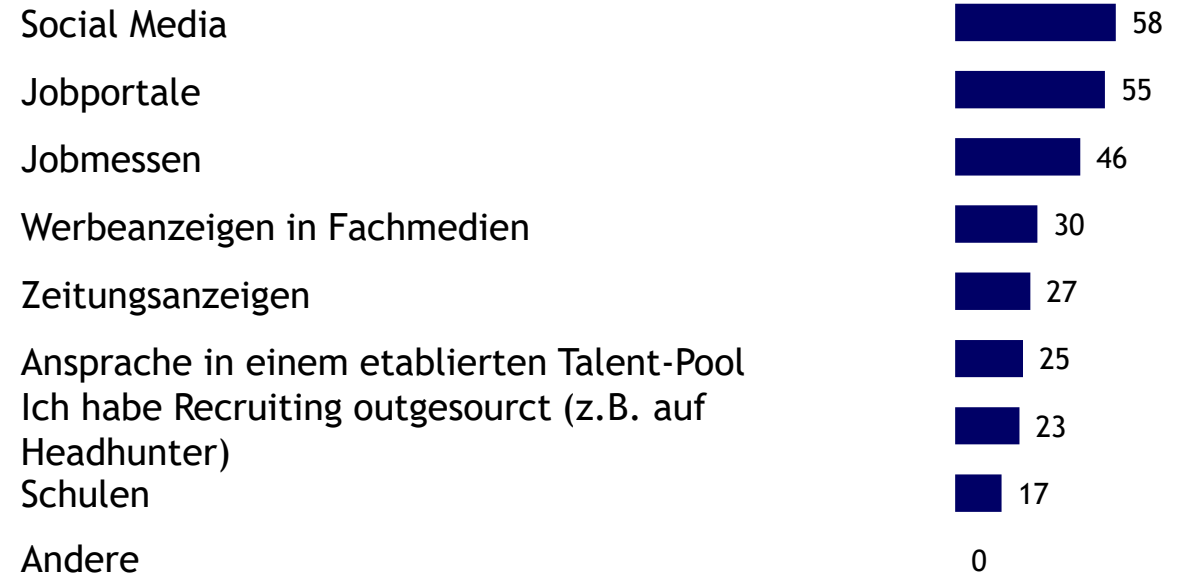
Basis: Alle Befragten n = 104, * falls Antwort „Online“ oder „beides“ in F12 n = 74
Angaben in %

ERREICHEN DER GEN Z (I)

Andere Kanäle für Gen Z



Andere Kanäle für Gen Z: „Ja“

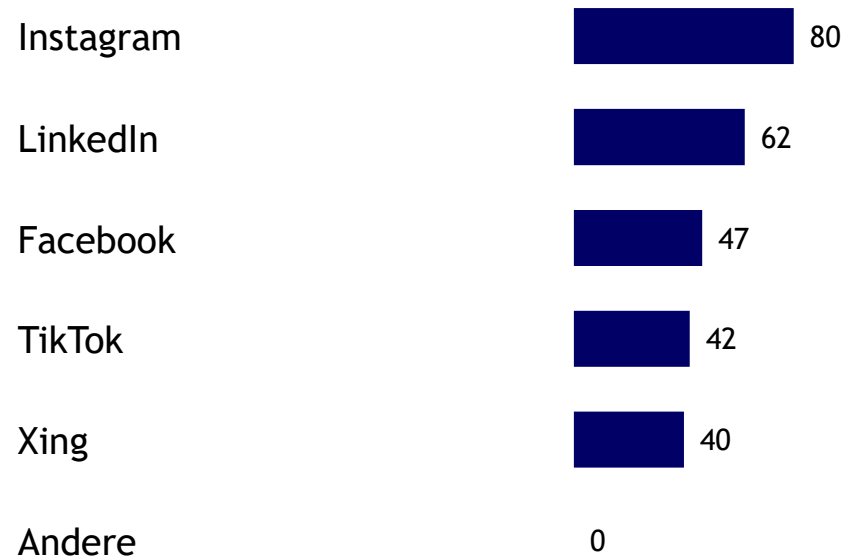


F14: Nutzen Sie zum Erreichen der Gen Z (unter 25-Jährige) andere Kanäle als sonst? F15: Welche Kanäle nutzen Sie speziell zum Erreichen der Gen Z? **

Basis: Alle Befragten n = 104, * falls Antwort „ja“ in F14 n = 77, ** Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %

ERREICHEN DER GEN Z (II): SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN

Genutzte Social Media Plattformen



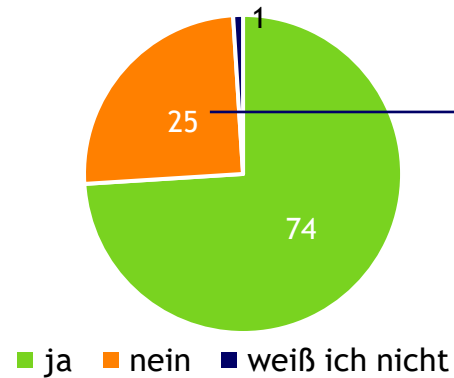
F16: Welche Social Media Plattformen nutzen Sie speziell zum Erreichen der Gen Z?

Basis: Nur Befragte, die in F15 „Social Media“ angegeben haben n = 45!, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %

!Achtung: Kleine Fallzahl

ERREICHEN DER GEN Z (III)

Andere Kanäle für Gen Z (F14)



n* = 26!

Andere Kanäle für Gen Z: „Nein“

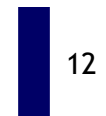
Es bewerben sich ausreichend Gen Z, die jetzigen Kanäle sind ausreichend



Es bewerben sich keine/ wenig Gen Z, ich kann die offenen Stellen mit älteren Fachkräften besetzen



Weiß ich nicht

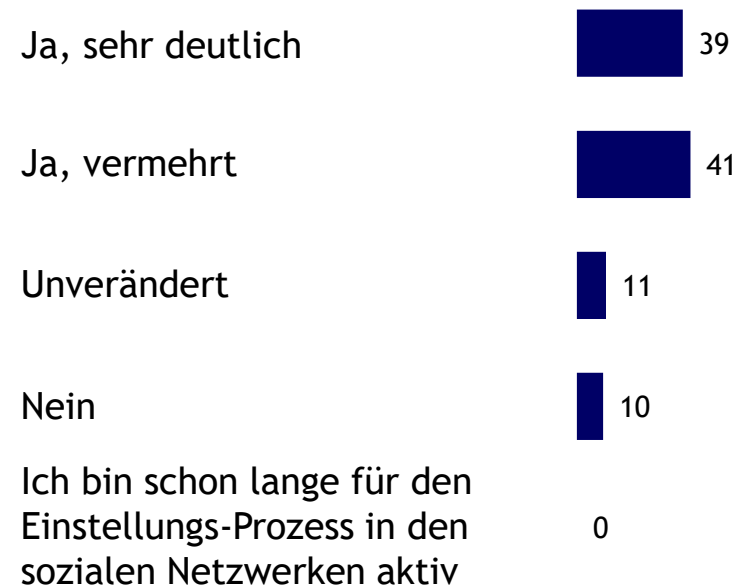


F14: Nutzen Sie zum Erreichen der Gen Z (unter 25-Jährige) andere Kanäle als sonst? F17: Warum nutzen Sie zum Erreichen der Gen Z (unter 25-Jährige) keine anderen Kanäle als sonst?

Basis: Alle Befragten n = 104, * falls Antwort „nein“ in F14 n = 26!, Angaben in %

SOCIAL MEDIA PRÄSENZ

Ausbau der Social Media Präsenz/ im digitalen Raum

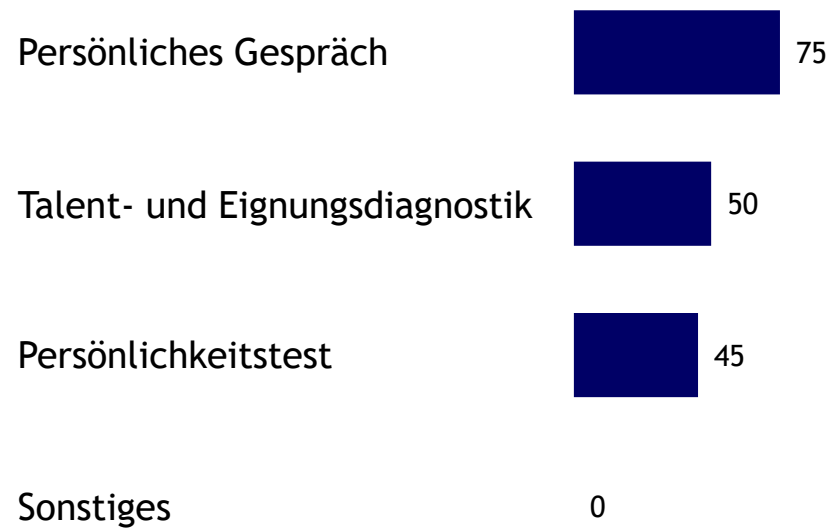


F18: Haben Sie Ihre Social Media Präsenz/ Präsenz im digitalen Raum für den Einstellungs-Prozess ausgebaut?

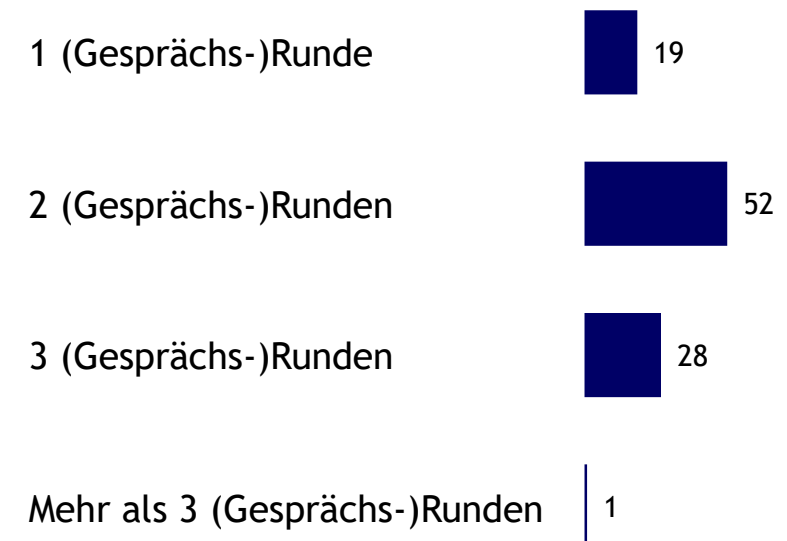
Basis: Alle Befragten n = 104, Angaben in %

RECRUITING PROZESS (I)

Recruiting-Prozess konkret



Anzahl Gesprächsrunden

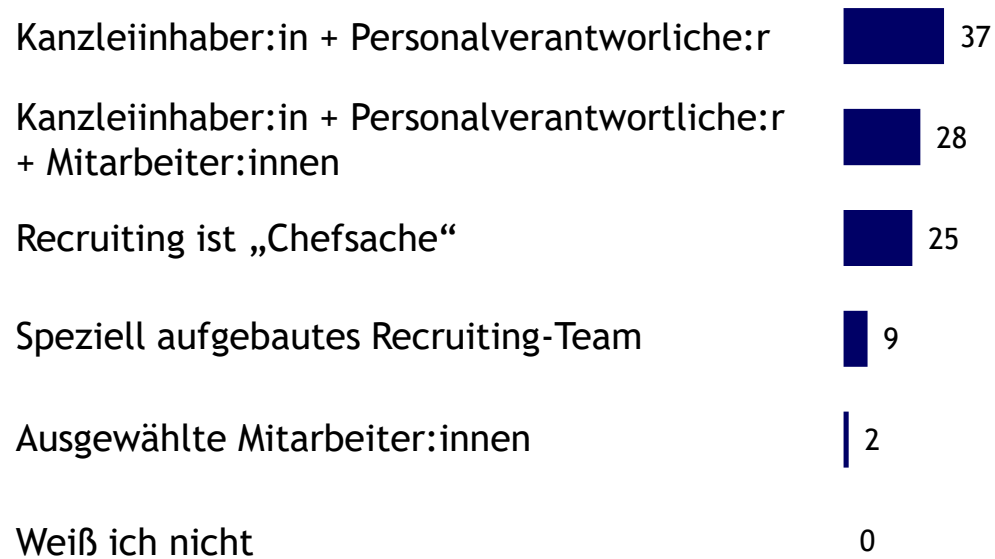


F20: Wie sieht Ihr Recruiting-Prozess aus? * F21: Wie viele (Gesprächs-)Runden beinhaltet Ihr Recruiting-Prozess?

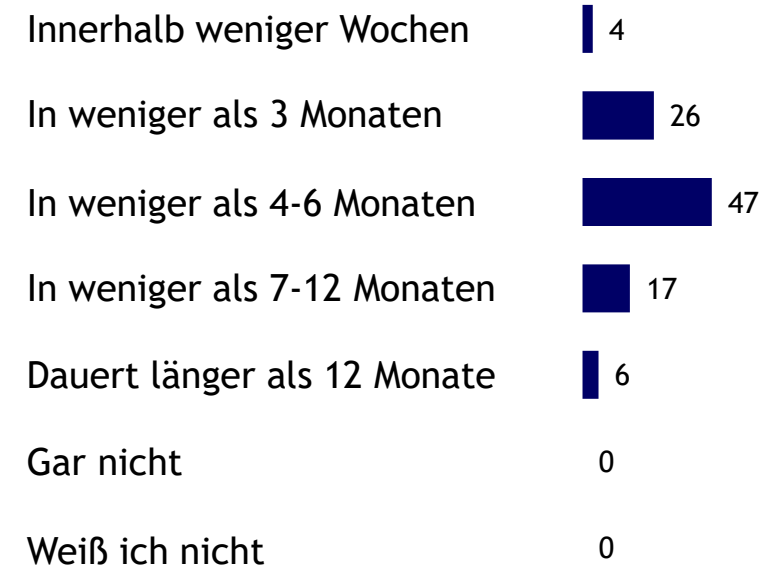
Basis: Alle Befragten n = 104, * Mehrfachantworten möglich, Angaben in %

RECRUITING PROZESS (II)

Recruiting Verantwortliche(r)



Besetzung freier Stellen

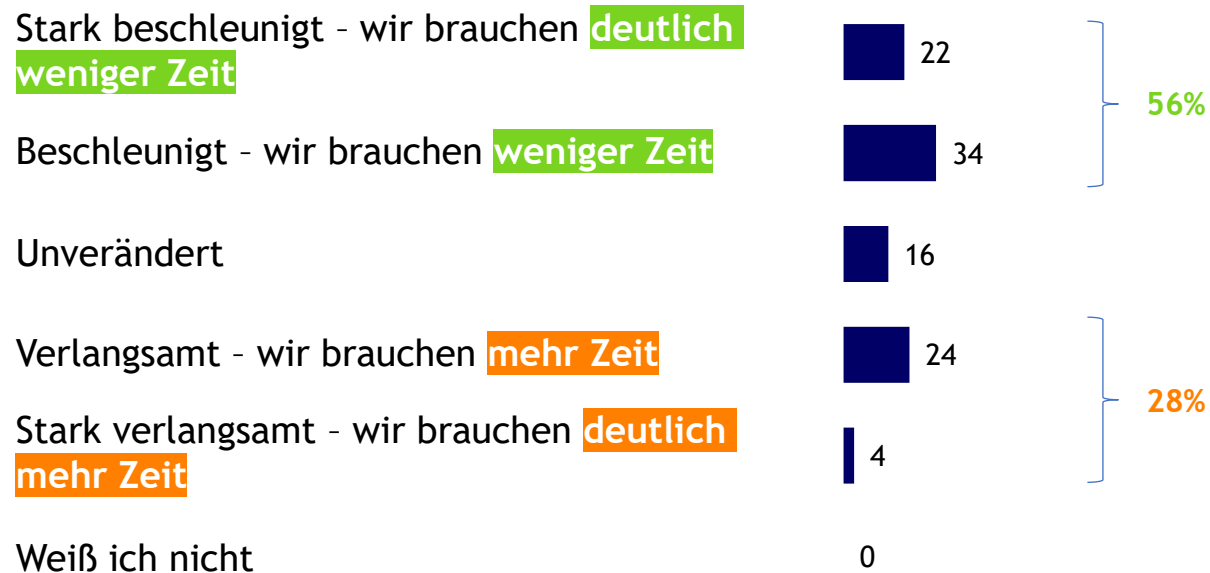


F28: Wer ist Teil des Recruiting-Prozesses? F29: Wie schnell können Sie durchschnittlich freie Stellen besetzen?

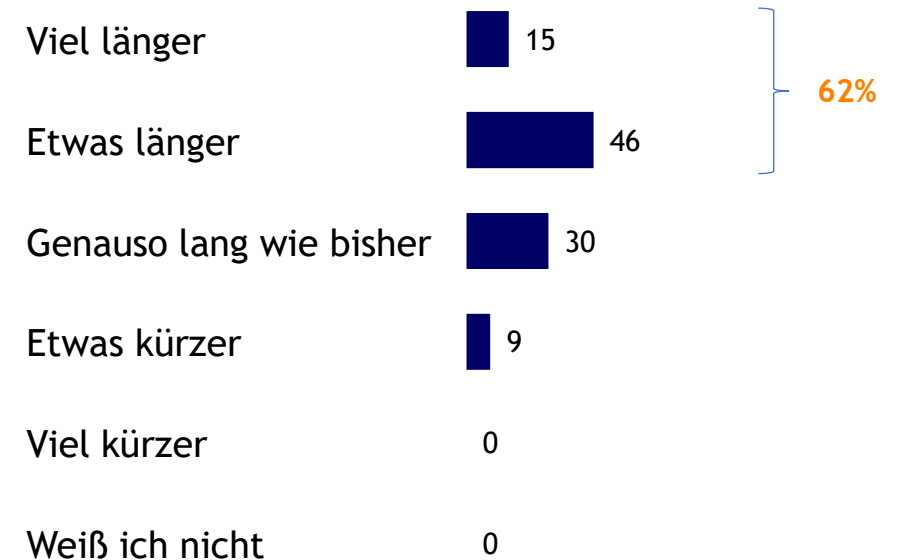
Basis: Alle Befragten n = 104, Angaben in %

RECRUITING PROZESS (III)

Benötigte Zeit Fachkräfte zu finden



Einschätzung: Dauer des Recruiting-Prozesses in 2 Jahren

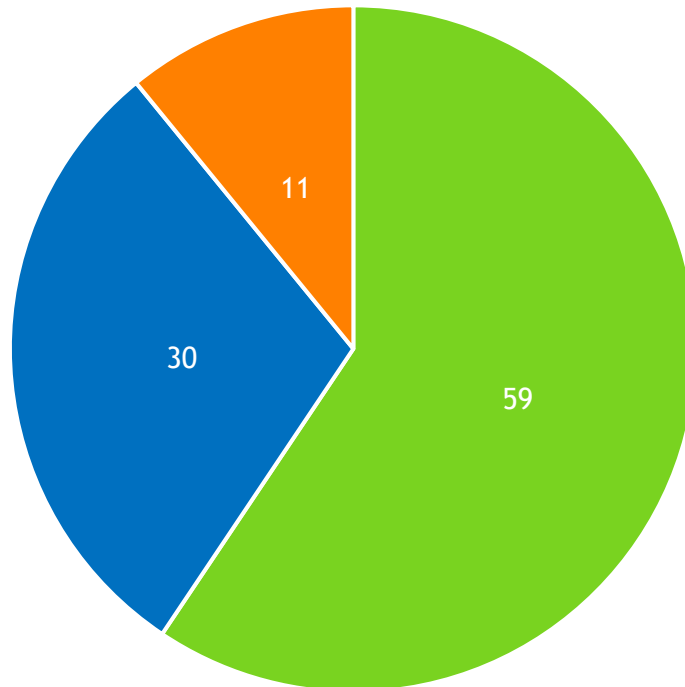


F30: Im Vergleich zu vor fünf Jahren: Wie hat sich die Dauer des Einstellungs-Prozesses entwickelt? F31: Ihre Einschätzung: Wie wird sich die Dauer des Recruiting-Prozesses in den nächsten zwei Jahren entwickeln? Der Prozess dauert dann:

Basis: Alle Befragten n = 104, Angaben in %

RECRUITING PROZESS (IV)

Auswirkungen und Sorgen durch eine längere Dauer des Recruiting-Prozesses



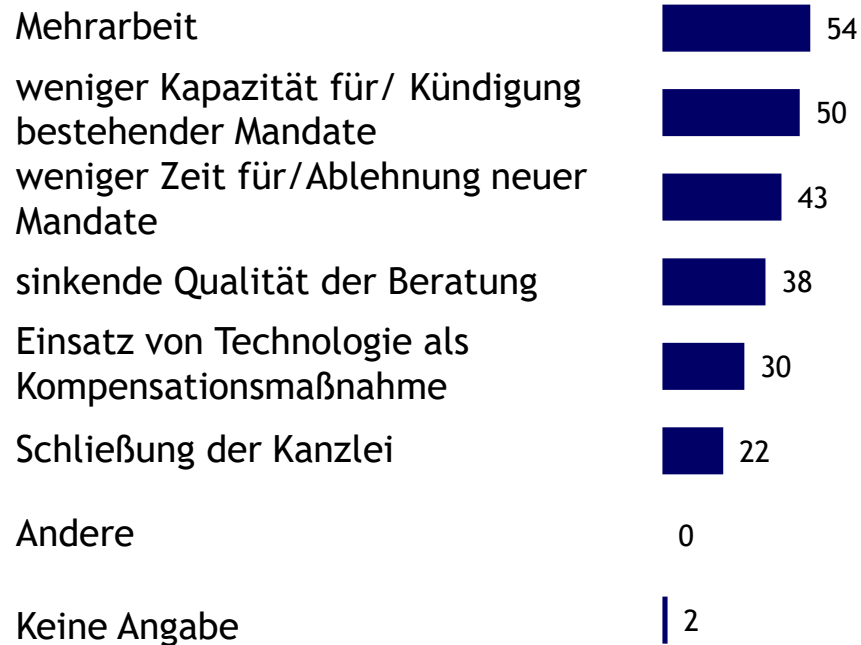
- Ja, wenn ich die Stellen nicht schneller besetzen kann, wirkt sich das negativ für meine Kanzlei aus
- Ich habe davon weder Vor- noch Nachteile
- Nein, meine Kanzlei kann langwierige Recruiting-Prozesse stemmen

F32: Macht Ihnen die Entwicklung für Ihre Kanzlei Sorgen?

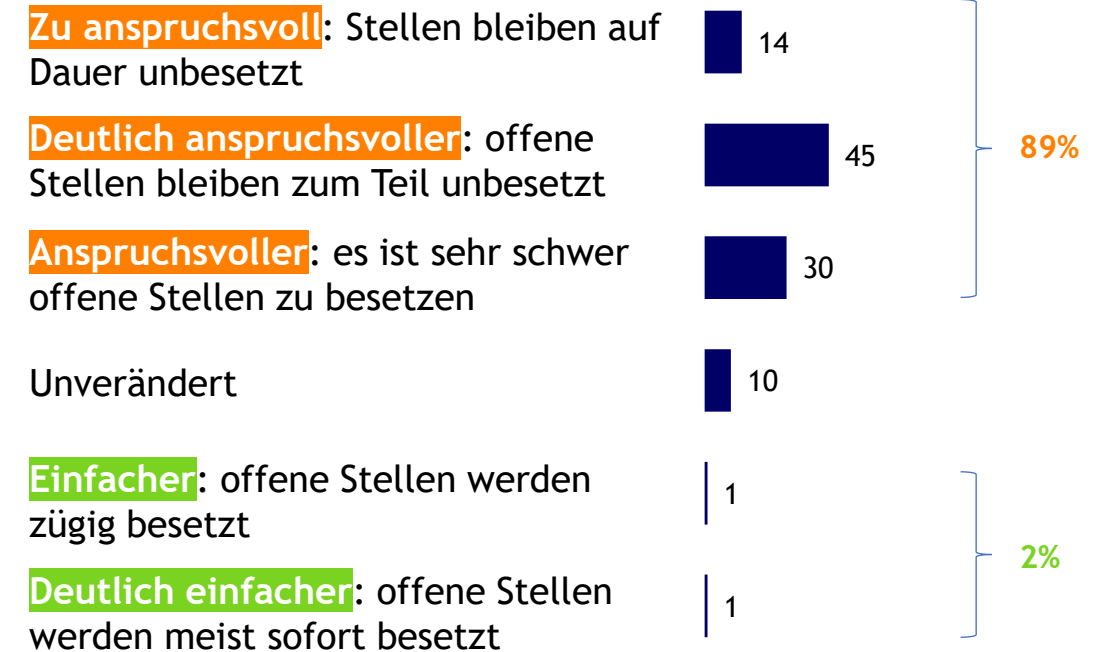
Basis: Nur bei Antworten „viel oder etwas länger“ in F31 (Dauer des Recruiting-Prozesses in zwei Jahren) n = 64, Angaben in %

RECRUITING PROZESS (V)

Konsequenzen dauerhaft unbesetzter Stellen



Einschätzung Recruiting Markt

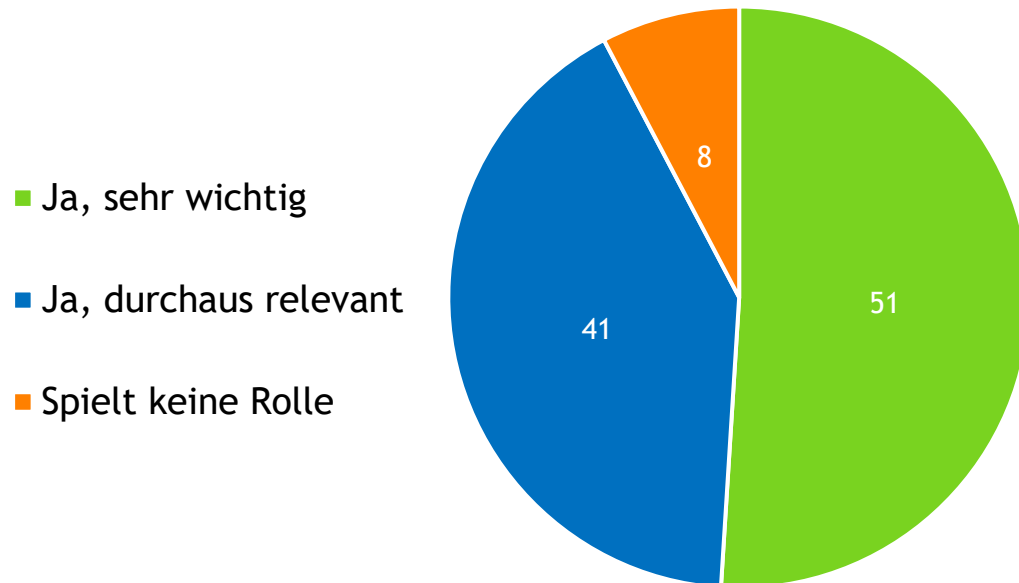


F33: Welche Konsequenzen ergeben sich in Ihrer Kanzlei, wenn Stellen dauerhaft unbesetzt bleiben? * F34: Wie schätzen Sie den Markt allgemein ein: Ist Recruiting anspruchsvoller geworden?

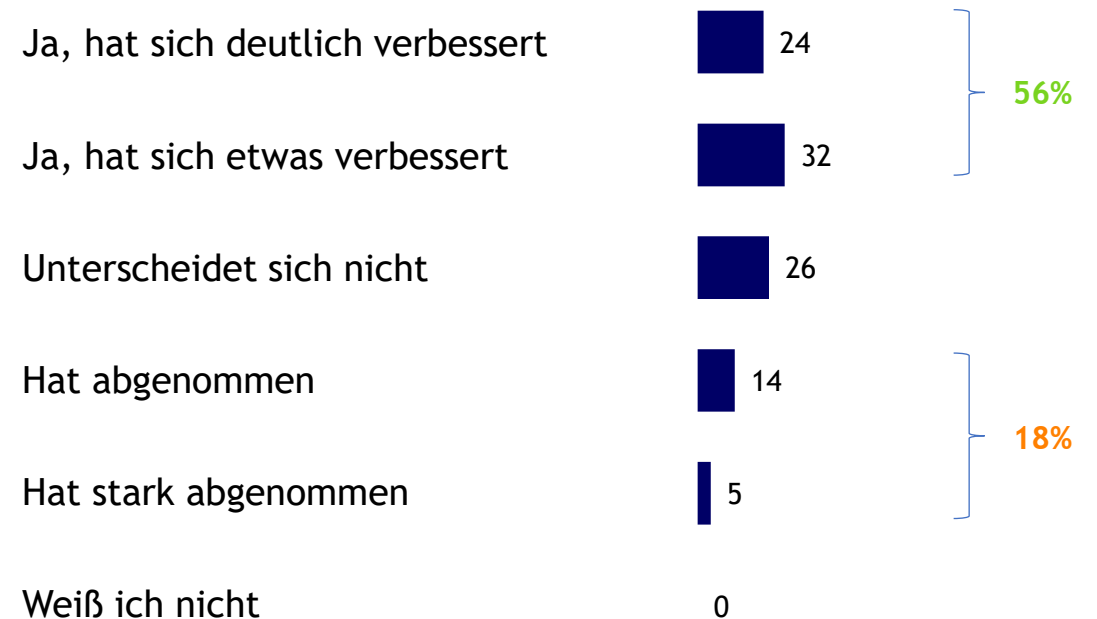
Basis: Alle Befragten n = 104, * Mehrfachantworten möglich, Angaben in %

BERUFSERFAHRUNG/ QUALITÄT BEWERBER:INNEN

Berufserfahrung



Qualität der Bewerber:innen (in den letzten 2 Jahren)



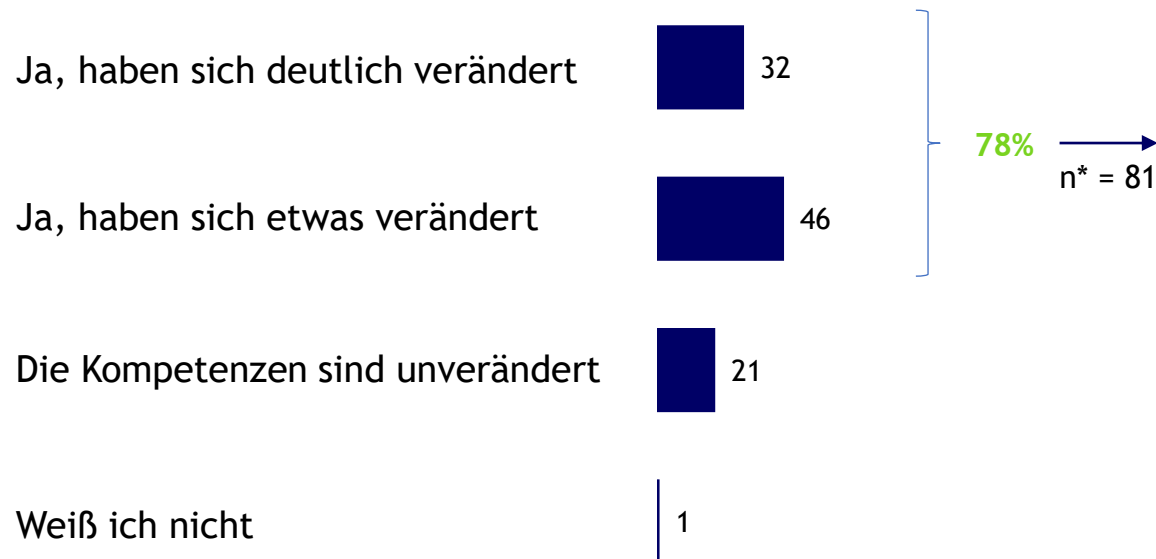
F22: Ist es Ihnen wichtig, dass die Bewerber:innen bereits Berufserfahrung aus einer Steuerkanzlei mitbringen? F23: Hat sich die Qualität der Bewerber:innen hinsichtlich ihres Steuerfachwissens in den letzten zwei Jahren verändert?

Basis: Alle Befragten n = 104, Angaben in %

KOMPETENZEN BEWERBER:INNEN

(I)

Kompetenzen (Veränderung in den letzten 2 Jahren)



Häufigste Kompetenzen junger Bewerber:innen

Kompetenz	Rang 1	Nennung in Top3
außergewöhnliche Dienstleistungs- und Mandantenorientierung	21	52
strategische Fähigkeiten	20	57
unternehmerisches Denken/ betriebswirtschaftliche Kenntnisse	20	52
Digitale Kompetenz	14	32
Marketingfähigkeiten	14	52
Soziale Kompetenzen	12	56
Sonstiges	0	0

F24: Haben sich die Kompetenzen der Bewerber:innen in den letzten zwei Jahren verändert? F25: Welche Kompetenzen bringen junge Bewerber:innen vermehrt mit? Bitte geben Sie die drei häufigsten Kompetenzen an. **







Basis: Alle Befragten n = 104, * Nur bei Antworten „Ja, haben sich deutlich verändert“ oder „Ja, haben sich etwas verändert“ in F24 n = 81,

** Mehrfachnennungen möglich (Top3-Wahl), Angaben in %

KOMPETENZEN BEWERBER:INNEN

(II)

Wichtigste Kompetenzen der Bewerber:innen

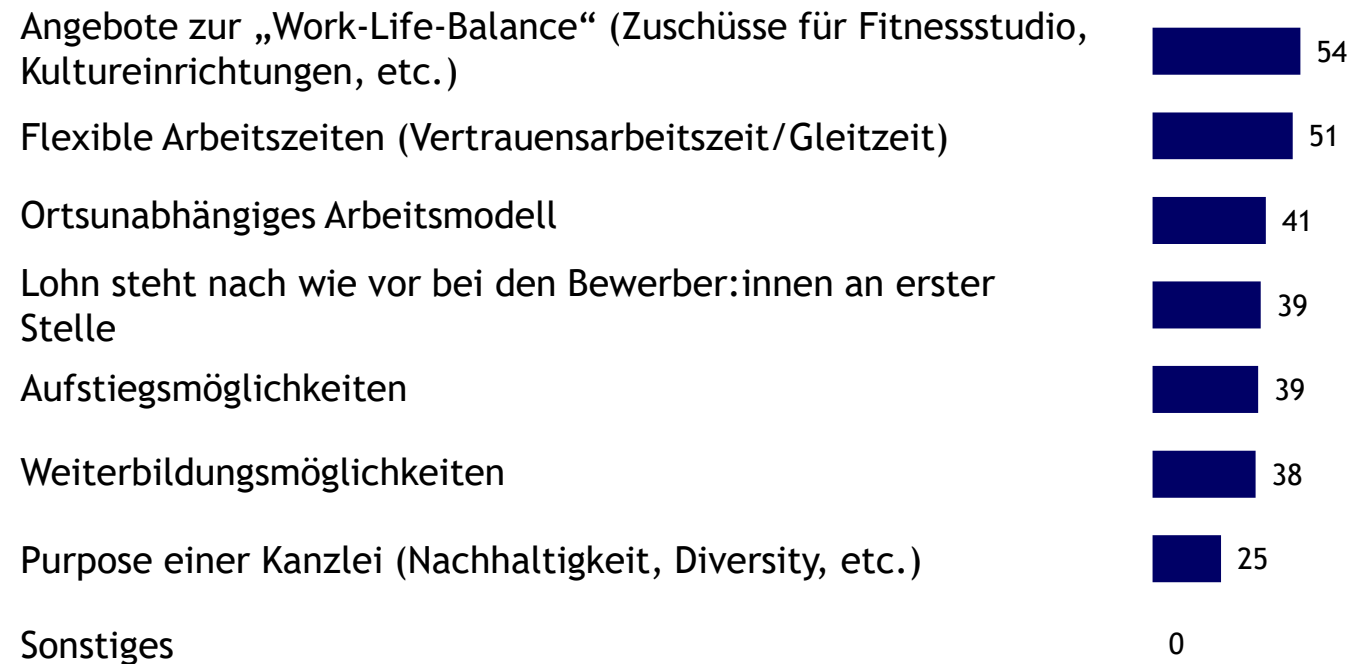
	Rang 1	Nennung in Top3 →	Differenz zum IST-Zustand (F25)
unternehmerisches Denken/ betriebswirtschaftliche Kenntnisse	30	 60	+8
strategische Fähigkeiten	23	 53	-4
außergewöhnliche Dienstleistungs- und Mandantenorientierung	19	 68	+16
Soziale Kompetenzen	13	 50	-6
Digitale Kompetenz	9	 37	+4
Marketingfähigkeiten	7	 33	-19
Sonstiges	0	0	+/- 0

F26: Welche Fähigkeiten sind Ihnen aktuell besonders wichtig? Bitte geben Sie die drei für Sie persönlich wichtigsten Fähigkeiten an.

Basis: Alle Befragten n = 104, Mehrfachantworten möglich (Top3-Wahl), Angaben in %

ARBEITGEBER ATTRAKTIVITÄT

Anforderungen an das Unternehmen / Benefits (Erwartungen von Bewerber:innenseite)



F27: Wie haben sich die Anforderungen auf Bewerber:innenseite Ihrer Meinung nach geändert? Welche Benefits erwarten Bewerber:innen in der heutigen Zeit? Welche Faktoren sind besonders attraktiv?

Basis: Alle Befragten n = 104, Mehrfachantworten möglich, Angaben in %

THANK YOU
VIELEN DANK

Ansprechpartner:

Andreas Dersch | andreas.dersch@haufe-lexware.com | [linkedin.com/in/andreas-dersch](https://www.linkedin.com/in/andreas-dersch)

Helena Wehrle | helena.wehrle@haufe-lexware.com | [linkedin.com/in/helena-wehrle](https://www.linkedin.com/in/helena-wehrle)