

# Nachhaltigkeitsradar 2019

Aktuelle Trends nachhaltiger  
Immobilienbewirtschaftung

# Attraktive Arbeitsplätze: Welche Rolle spielt Green FM?

Der Arbeitsmarkt scheint in vielen Berufsgruppen nahezu leer gefegt. Ein alarmierender Zustand. Mitarbeiter gewinnen und binden ist eine der strategischen Aufgaben unserer Zeit, eine starke Arbeitgebermarke und attraktive Arbeitsplätze ein Gebot der Stunde. Doch was macht einen Arbeitgeber oder Arbeitsplatz begehrtestenwert? Und welche Rolle spielt dabei eine nachhaltige Bewirtschaftung von Immobilien? Diese Fragen standen 2019 im Fokus des WISAG Nachhaltigkeitsradars, einer jährlichen Trendstudie zu ökologisch nachhaltiger Gebäudebewirtschaftung. Inwiefern Funktion und Alter der Studienteilnehmer oder die Größenordnung ihrer Unternehmen unterschiedliche Tendenzen erkennen lassen, wurde ebenfalls untersucht.

## Themenfelder 2019

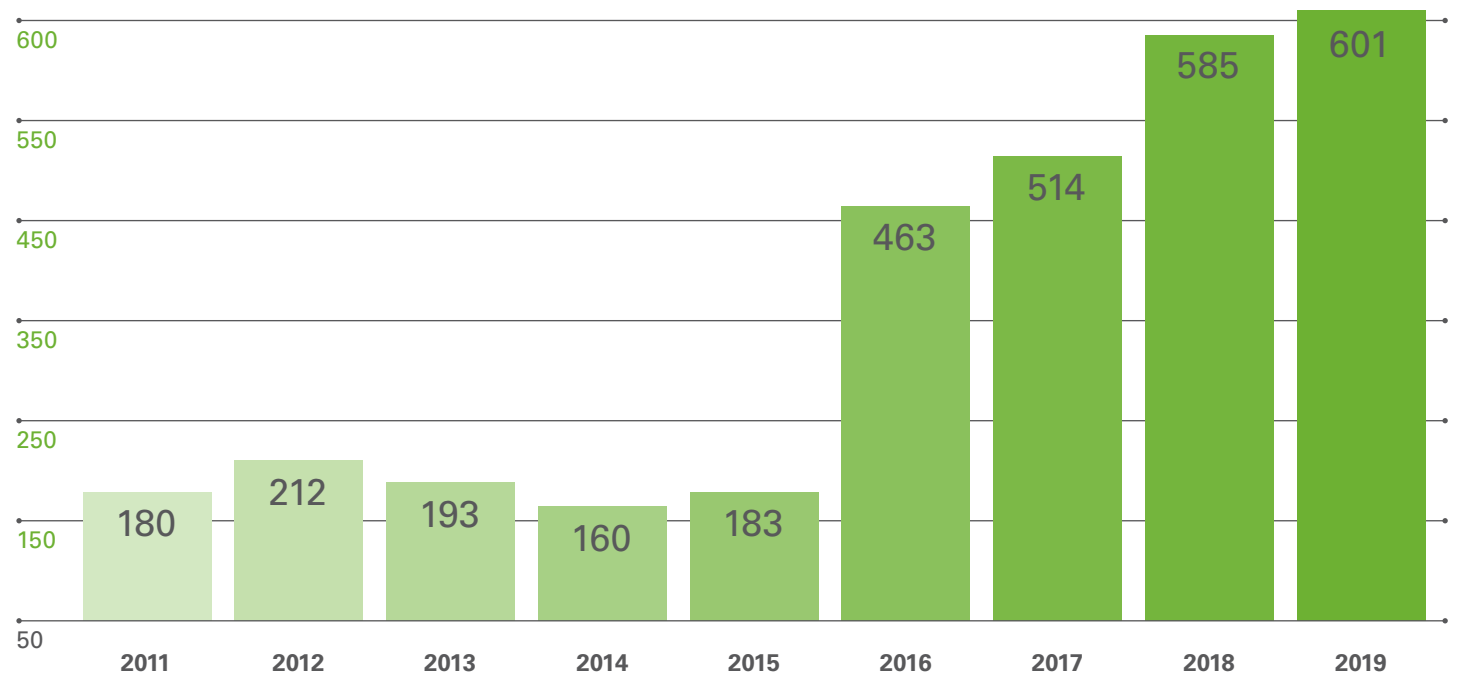
---

- Ausmaß und Auswirkungen des Arbeitskräftemangels
- Maßnahmen zur Stärkung der Arbeitgebermarke
- Angebote, die den Arbeitsplatz attraktiv machen
- Stellenwert von Green FM für die Attraktivität des Arbeitsplatzes

# Methode und Stichprobe

Die Onlinebefragung wurde im Zeitraum Februar bis Mai 2019 durchgeführt. Teilgenommen haben 601 Experten der Immobilienbranche: darunter Facility Manager, Berater, Mieter, Property Manager, Eigentümer Corporates, Asset Manager, Planer, Architekten, Bauunternehmer und Projektentwickler. Die Studienteilnehmer konnten zu Aspekten rund um die Themen Arbeitskräftemangel, Arbeitgebermarke und Arbeitsplatz Stellung nehmen – und die Bedeutung von Green FM auf dem Arbeitsmarkt beurteilen. Es bestand dabei jeweils die Möglichkeit, mit „Ja“, „Nein“ sowie teilweise mit Freitext zu antworten. Die Teilnehmer hatten in einigen Fällen auch die Möglichkeit, mehrere Antworten auszuwählen oder abzugeben.

**Die Entwicklung der Teilnehmerzahl**



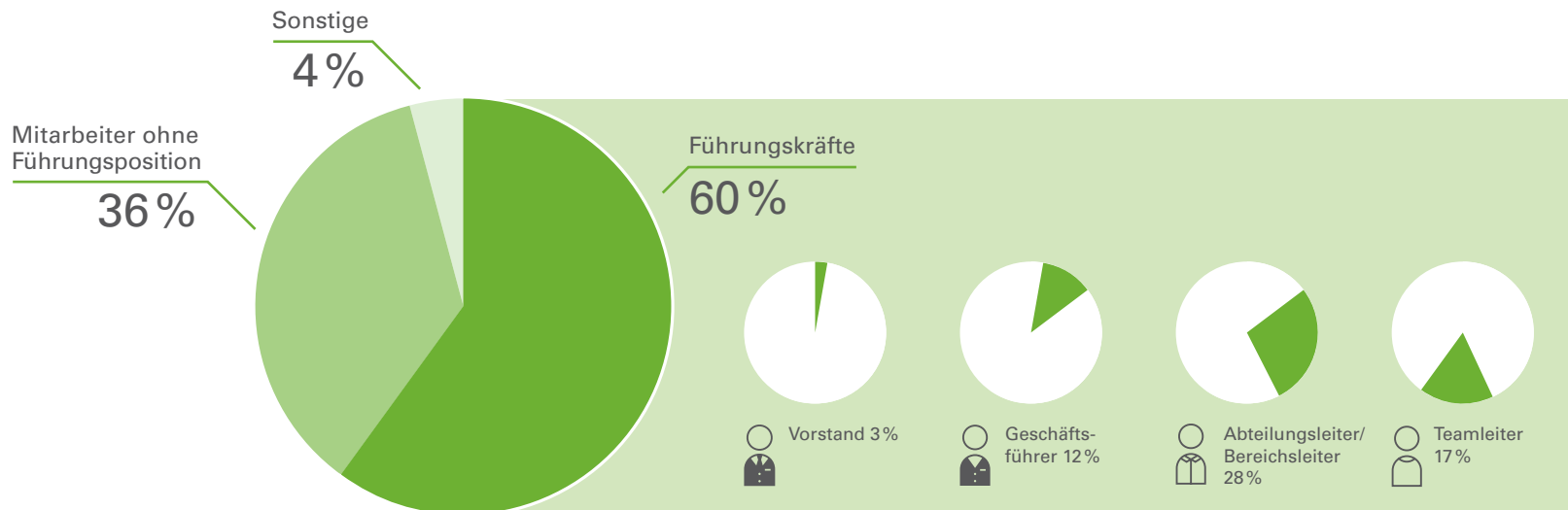
**601 Experten**  
der Immobilienbranche haben  
am WISAG Nachhaltigkeitsradar  
2019 teilgenommen

# Vom Mitarbeiter bis zum Vorstand

Der Teilnehmerkreis repräsentiert unterschiedlichste Funktionsebenen. Etwa zwei Drittel der Teilnehmer haben eine Führungsposition inne.

## Welche Funktion haben Sie in Ihrem Unternehmen?

Anteil der Funktionen (in Prozent), nur eine Antwort war möglich

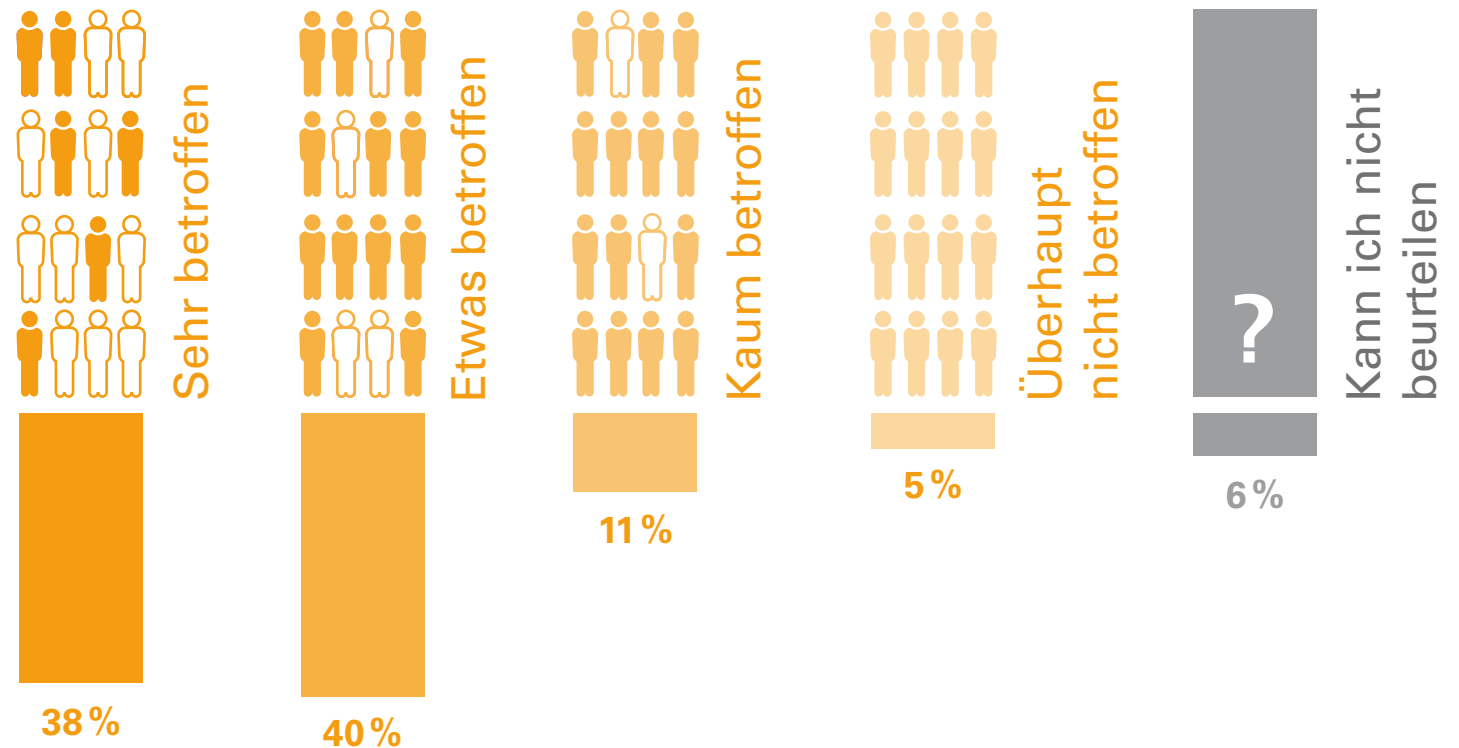


# Arbeitskräftemangel ist allgegenwärtig

Der Arbeitskräftemangel ist auch für Unternehmen in der Immobilienbranche eine Herausforderung.

## In welchem Ausmaß ist Ihr Unternehmen vom Arbeitskräftemangel betroffen?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), nur eine Antwort war möglich



# Größte Lücken bei technischen und handwerklichen Fachkräften

Der Arbeitskräftemangel zeigt sich in der Immobilienbranche besonders deutlich bei technischen und handwerklichen Fachkräften. Doch auch bei den Verwaltungs-/Bürofachkräften ist der Arbeitskräftemangel spürbar. Bei Ingenieuren und IT-Fachkräften zeigt sich der Arbeitskräftemangel in der Immobilienbranche bisher weniger. Abzuwarten bleibt, inwiefern sich das im Zuge des fortschreitenden digitalen Wandels auch in dieser Branche verändert.

## In welcher Berufsgruppe zeigt sich der Arbeitskräftemangel in Ihrem Unternehmen?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich



**Technische Fachkräfte 38 %**



**IT-Fachkräfte 16 %**



**Handwerkliche Fachkräfte 33 %**



**Vertriebsmitarbeiter 12 %**



**Verwaltungs- und Bürofachkräfte 23 %**



**Logistikarbeitskräfte 8 %**



**Ingenieure 19 %**



**Sonstige 11 %**



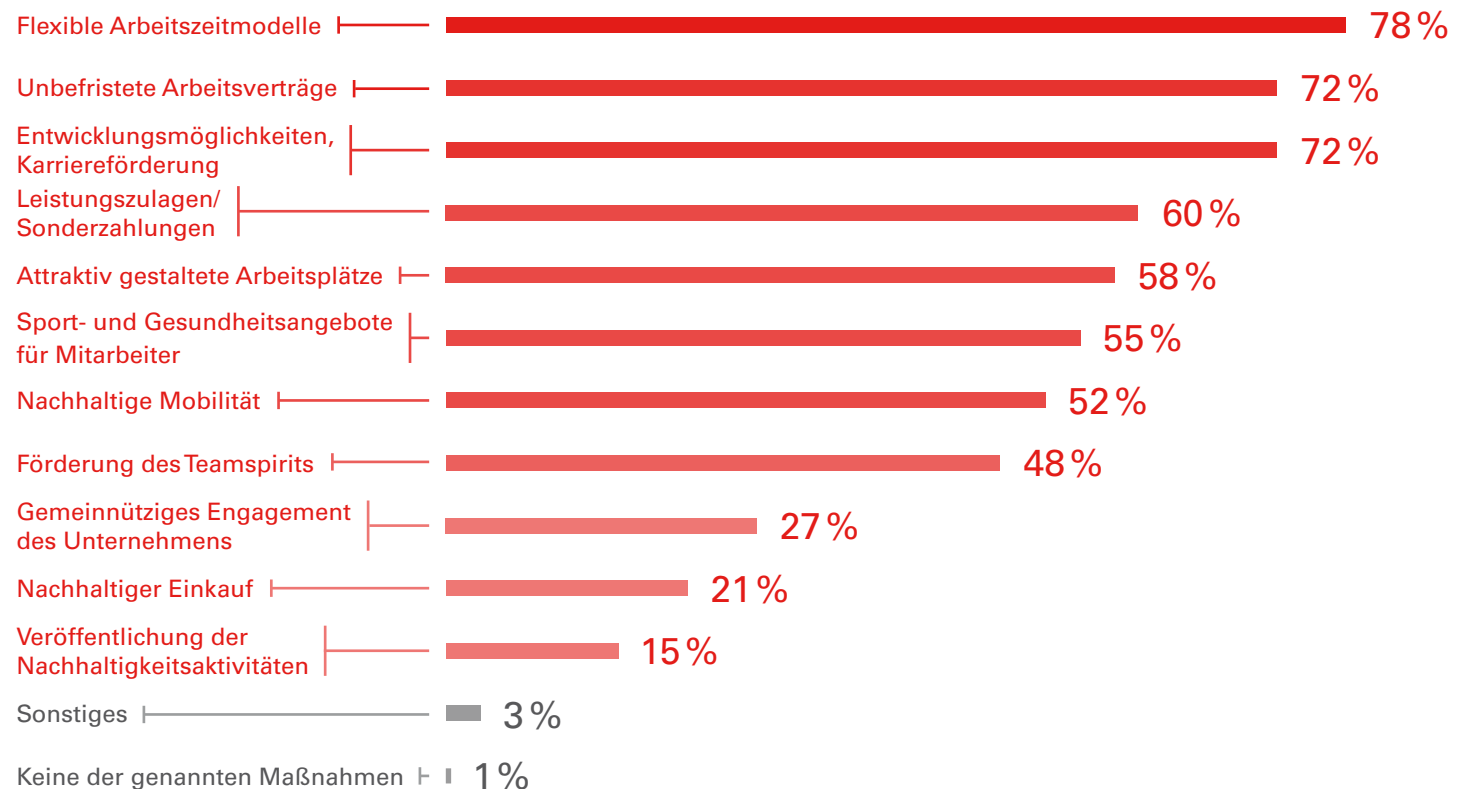
**Arbeitskräfte für Hilfstätigkeiten 17 %**

# Work-Life-Balance an der Spitze

Womit können Unternehmen im Wettbewerb um Arbeitskräfte glänzen? Vor allem mit flexiblen Arbeitszeiten, einem wesentlichen Element der Work-Life-Balance. Unbefristete Arbeitsverträge und Entwicklungsmöglichkeiten teilen sich Platz zwei. An dritter Stelle kommen monetäre Aspekte ins Spiel, dicht gefolgt von einem ansprechenden Arbeitsplatz. Erst dann erscheinen im Ranking Maßnahmen, die dem Bereich Corporate Social Responsibility zugeordnet werden können. Hierbei erhalten diejenigen Maßnahmen mehr Zuspruch, von denen Mitarbeiter unmittelbar profitieren. Festzuhalten bleibt: Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit können die Arbeitgebermarke stärken, andere Maßnahmen haben jedoch größeren Einfluss.

## Welche Maßnahmen stärken die Arbeitgebermarke?

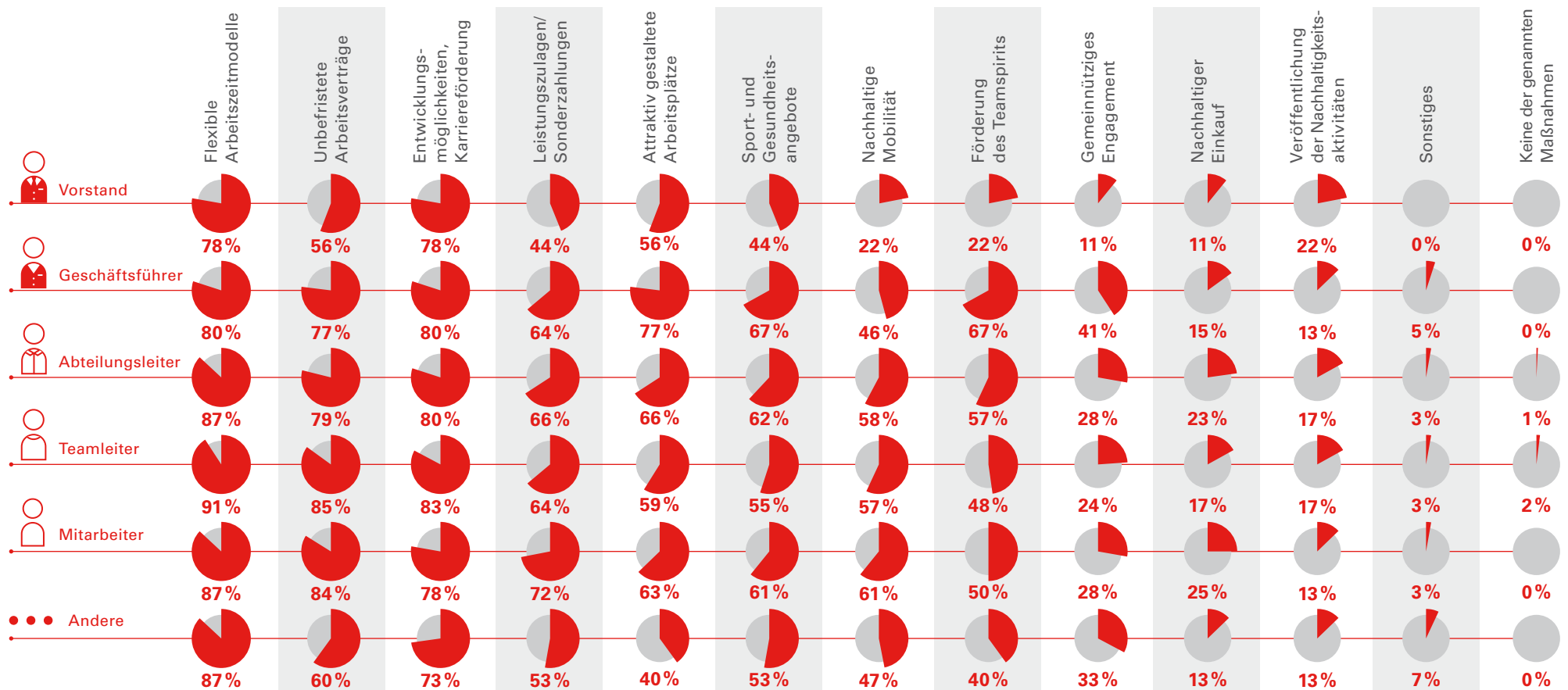
Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich



# Eine Frage der Position?

## Welche Maßnahmen stärken die Arbeitgebermarke?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich





# Flexible Arbeitszeiten für alle am wichtigsten

Egal, welche Position die Studienteilnehmer in ihrem Unternehmen haben: Flexible Arbeitszeiten punkten bei ihnen am meisten. Aber es gibt auch positionsbezogene Unterschiede. Vorstände, Geschäftsführer und Abteilungsleiter sehen eine höhere Relevanz in Entwicklungsmöglichkeiten als in unbefristeten Arbeitsverträgen. Bei den Mitarbeitern und Teamleitern ist das genau umgekehrt. Deutlich wird auch: Je höher die Position der Studienteilnehmer ist, umso geringer ist der Stellenwert, den Leistungszulagen für sie haben. Und auffällig ist, dass die Geschäftsführer – von allen Teilnehmern – diejenigen sind, von denen die Wohlfühlfaktoren attraktiv gestaltete Arbeitsplätze, Sport- und Gesundheitsangebote, aber auch Teamspirit sowie gemein-

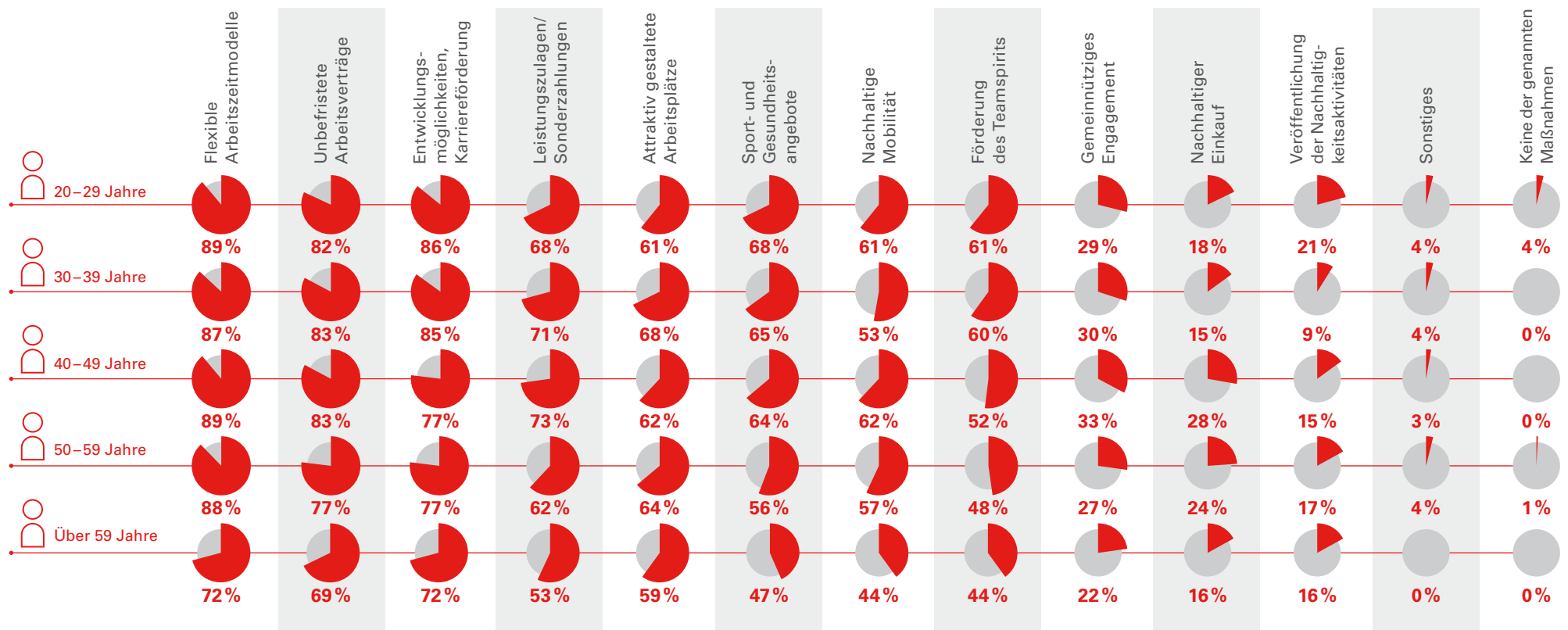
nütziges Engagement die meiste Zustimmung erhalten. Mit Ausnahme der Vorstände ist die Bewertung der Relevanz dieser Maßnahmen tendenziell umso größer, je höher die Position der Teilnehmer ist. Das könnte darauf zurückzuführen sein, dass mit steigender Position die existenziellen Ziele rund um Sicherheit, Entwicklung und Gehalt in einem stärkeren Maße erfüllt sind. So steigt für Personen mit höherer Position der Stellenwert von Themen, die das Arbeiten zusätzlich schöner oder sozialer machen. Dagegen erhalten Leistungszulagen sowie die beiden grünen Maßnahmen nachhaltige Mobilität und nachhaltiger Einkauf in der Gruppe der Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung mehr Zustimmung als in allen anderen Gruppierungen.



# Eine Frage des Alters?

## Welche Maßnahmen stärken die Arbeitgebermarke?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich



# Jede Altersgruppe hat ihre Präferenzen

Flexible Arbeitszeitmodelle gelten in nahezu jeder Altersgruppe als sehr förderlich für eine positive Arbeitgebermarke. Einzige Ausnahme: die über 60-Jährigen. Ähnlich attraktiv wie flexible Arbeitszeitmodelle beurteilen sie Entwicklungsmöglichkeiten und Karriereförderung. Ansonsten reflektiert die Filterung nach Altersgruppen die Ergebnisse der Gesamtstichprobe bis auf kleinere Abweichungen. Diese – so entsteht der Eindruck – bilden die unterschiedlichen Bedürfnisse der verschiedenen Generationen ab.

In keiner Altersgruppe haben derart viele Maßnahmen so viel Zustimmung erfahren wie bei den Jüngsten, den 20- bis 29-Jährigen. Demnach können aus ihrer Sicht vielfältige Maßnahmen für eine starke

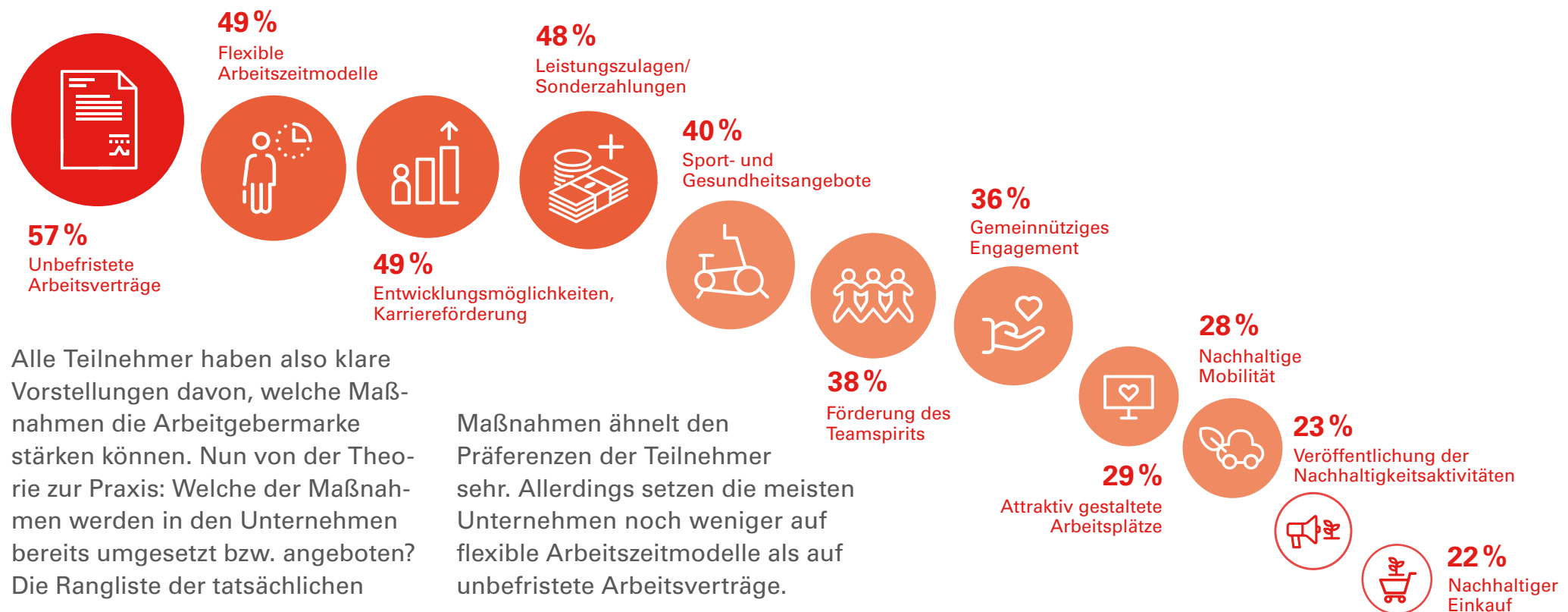
Arbeitgebermarke sorgen. So erhalten beispielsweise Entwicklungsmöglichkeiten, Sport- und Gesundheitsangebote, Förderung des Teamspirits sowie Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsaktivitäten aus Sicht der Jüngsten die meisten Zustimmungen. Im Gegensatz zu den Werten bei den Jüngsten erzielen alle Maßnahmen aus Sicht der über 59-Jährigen die geringsten Zustimmungswerte. Auffällig ist des Weiteren, dass die drei Schlüsslichter aus dem Gesamtergebnis auch in jeder Altersgruppe am Ende landen. Dabei handelt es sich um Aspekte der Nachhaltigkeit: gemeinsütziges Engagement, nachhaltiger Einkauf und Veröffentlichung der Nachhaltigkeitsaktivitäten.



# Vorstellung und Realität stimmen überein

## Welche Maßnahmen werden in Ihrem Unternehmen bereits gezielt umgesetzt, um die Arbeitgebermarke zu stärken?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich



Alle Teilnehmer haben also klare Vorstellungen davon, welche Maßnahmen die Arbeitgebermarke stärken können. Nun von der Theorie zur Praxis: Welche der Maßnahmen werden in den Unternehmen bereits umgesetzt bzw. angeboten? Die Rangliste der tatsächlichen

Maßnahmen ähnelt den Präferenzen der Teilnehmer sehr. Allerdings setzen die meisten Unternehmen noch weniger auf flexible Arbeitszeitmodelle als auf unbefristete Arbeitsverträge.

# Noch reichlich Luft nach oben

Flexible Arbeitszeitmodelle landen in der Praxis gemeinsam mit den Entwicklungsmöglichkeiten auf Platz zwei. Und dies obwohl berücksichtigt werden muss, dass flexible Arbeitszeiten nicht in allen Branchen oder Tätigkeitsbereichen darstellbar sind. An dritter Position rangieren die Leistungszulagen. Die größte Abweichung zwischen Theorie und Praxis bzw. Wunsch und Wirklichkeit gibt es bei den attraktiv gestalteten Arbeitsplätzen: In der Rangliste der wirkungsvollen Maßnahmen schafft es diese Maßnahme in der theoretischen Beurteilung auf den vierten Platz, in der Praxis jedoch nur auf den siebten.

Auch wenn die Rangfolge der Maßnahmen in Theorie und Praxis sich ansonsten sehr ähnelt, der

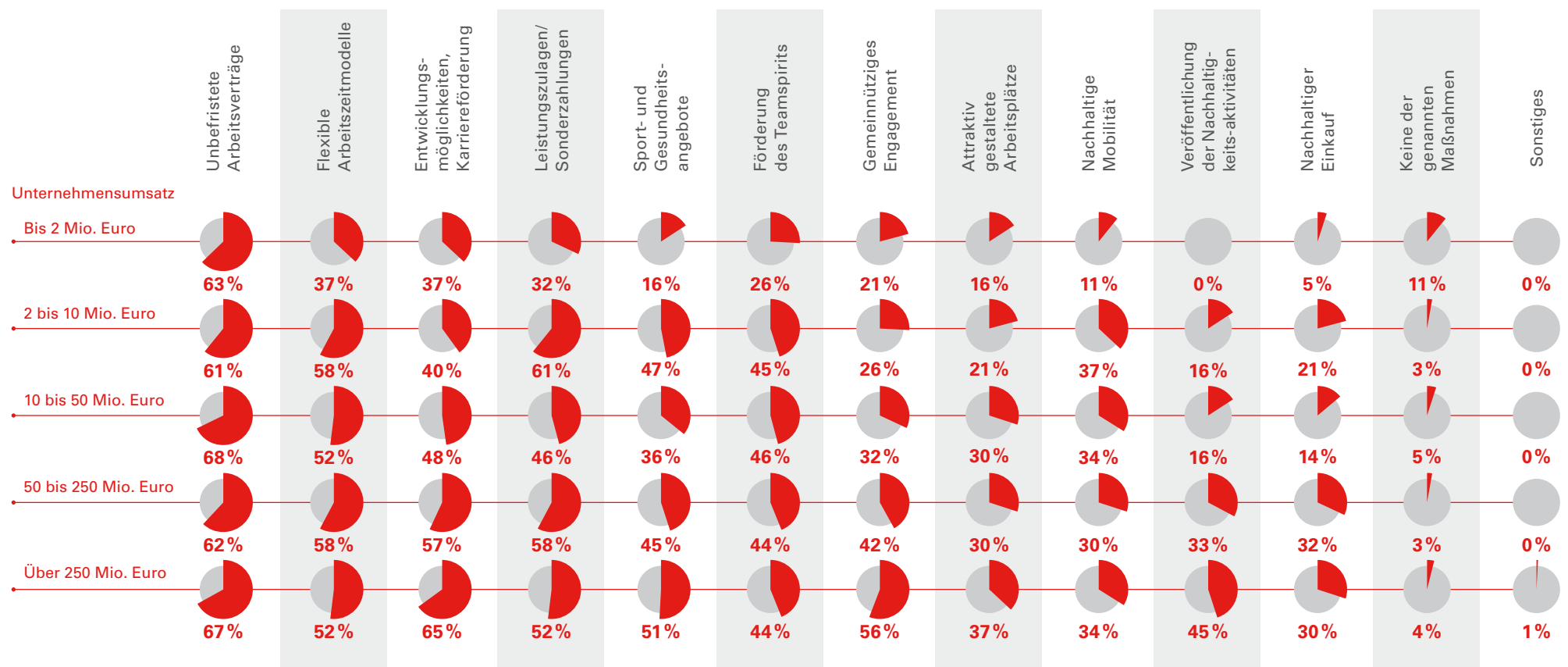
Umsetzungsgrad unterscheidet sich deutlich. Ein Beispiel: 78 Prozent der Studienteilnehmer sehen in flexiblen Arbeitszeitmodellen eine wirkungsvolle Maßnahme zur Stärkung der Arbeitgebermarke, aber nur 49 Prozent der Teilnehmer geben an, dass diese in ihren Unternehmen auch umgesetzt bzw. angeboten werden. Diese Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis zeigt sich bei allen Maßnahmen. Kurzum: Es gibt noch Luft nach oben.



# Eine Frage des Umsatzes?

Welche Maßnahmen werden in Ihrem Unternehmen bereits gezielt umgesetzt, um die Arbeitgebermarke zu stärken?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich



# Mehr Umsatz, mehr Maßnahmen

Mit zunehmendem Umsatz nehmen auch die Maßnahmen zur Stärkung der Arbeitgebermarke in den Unternehmen zu. Kleinere Arbeitgeber haben schlichtweg nicht die Möglichkeit, in ähnlichem Umfang wie größere Unternehmen Maßnahmen zur Stärkung der Arbeitgebermarke aufzufahren. Einzig bei den unbefristeten Arbeitsverträgen liegt der Anteil der Unternehmen, die diese zur Stärkung ihrer Arbeitgebermarke nutzen, durchweg auf ähnlichem Niveau.

Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 2 und 10 Mio. Euro sind Vorreiter, was flexible Arbeitszeiten, Leistungszulagen und nachhaltige Mobilität angeht. Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 10 und 50 Mio. Euro setzen mehr als alle anderen auf unbefristete Arbeits-

verträge und die Förderung des Teamspirits. Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 50 und 250 Mio. Euro bieten – wie auch Unternehmen in der Umsatzklasse 2 bis 10 Mio. Euro – von allen Unternehmen am häufigsten flexible Arbeitszeitmodelle und sind Vorreiter im Bereich nachhaltiger Einkauf. Und die umsatzstärksten Unternehmen stehen in gleich fünf Bereichen an der Spitze: Entwicklungsmöglichkeiten, attraktiv gestaltete Arbeitsplätze, Sport- und Gesundheitsangebote für Mitarbeiter, gemeinnütziges Engagement und Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsaktivitäten.

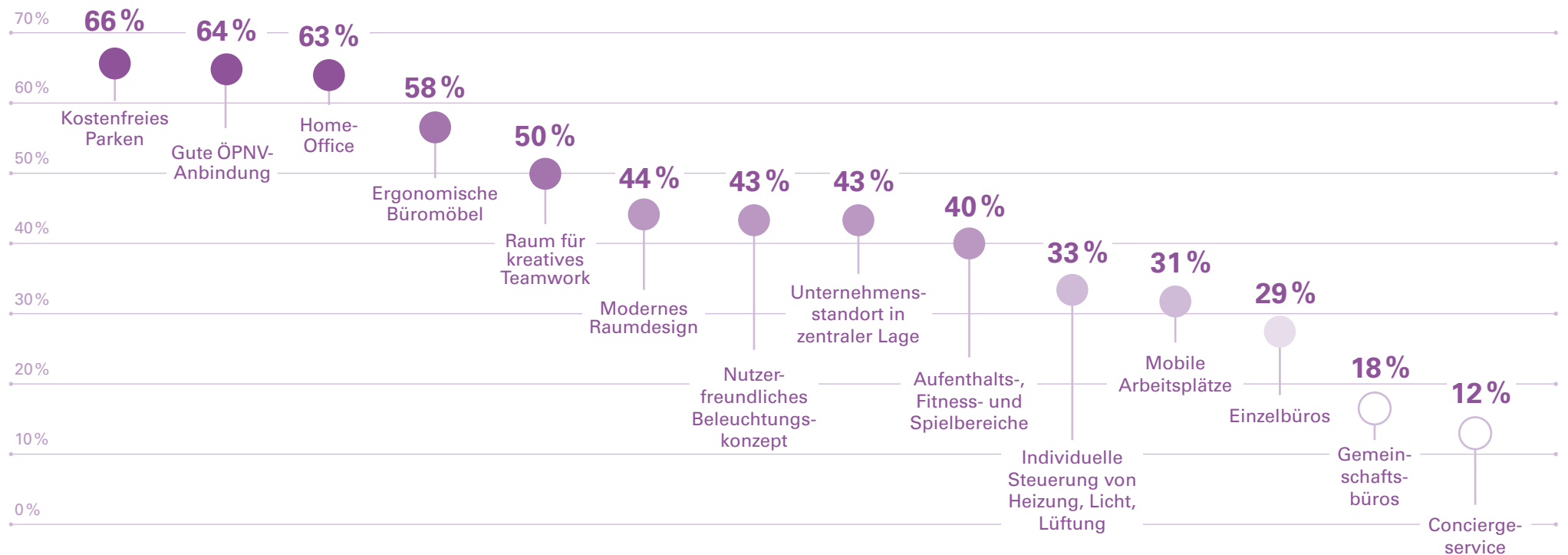
Mit steigendem Umsatz nimmt auch der Anteil der Zustimmungen zu Entwicklungsmöglichkeiten und gemeinnützigem Engagement zu.

Die gleiche Tendenz zeigt sich bei der Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten und der attraktiven Gestaltung von Arbeitsplätzen. Erkennbar ist: Je mehr Umsatz ein Unternehmen macht, umso größer ist der Strauß an Maßnahmen zur Stärkung seiner Arbeitgebermarke. Dennoch setzen auch kleinere Unternehmen – im Rahmen ihrer Möglichkeiten – eigene Schwerpunkte, um potenzielle Bewerber und Mitarbeiter für sich zu gewinnen.

# Hauptsache kein Anfahrtsstress

## Welche Angebote machen den Arbeitsplatz attraktiv?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich





# Entspannt zur Arbeit

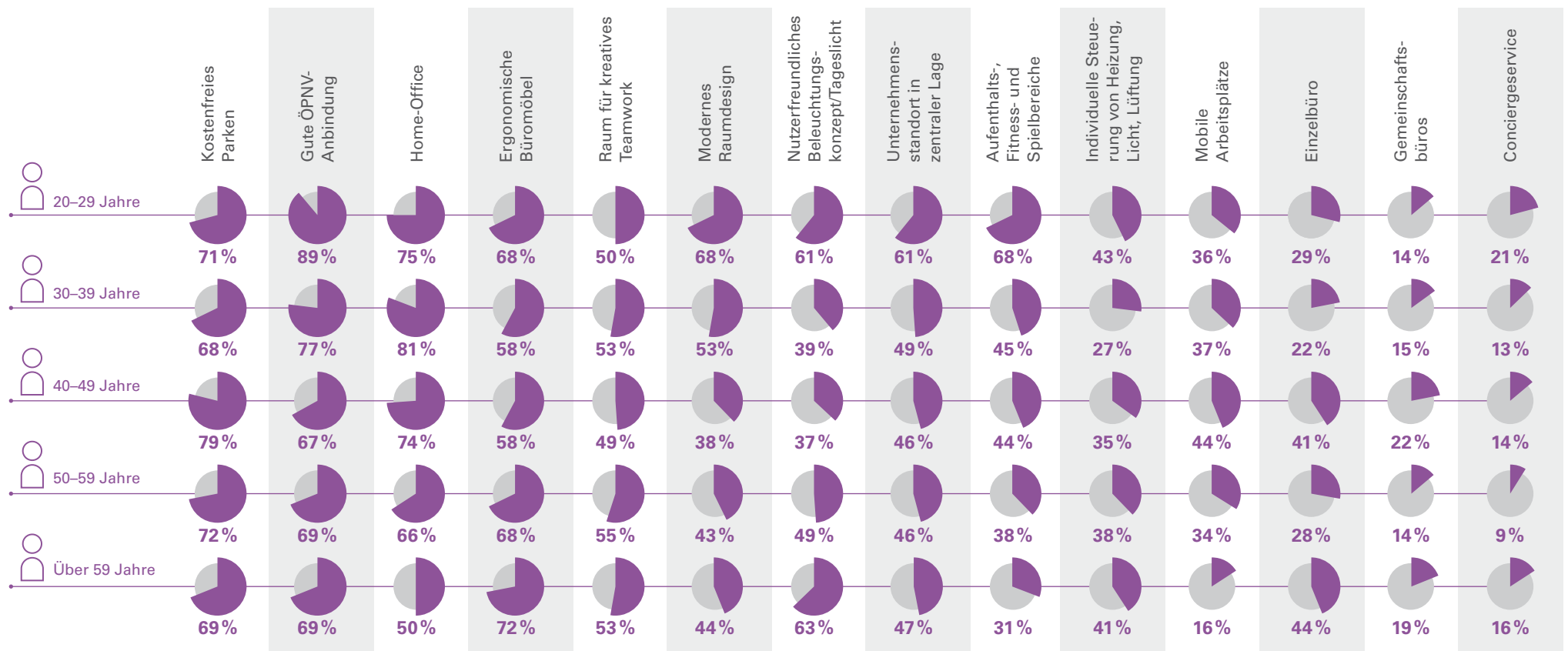
In Zeiten des Arbeitskräftemangels muss ein Arbeitsplatz einiges bieten, um Mitarbeiter anzuziehen bzw. an das Unternehmen zu binden. Nach Ansicht der Teilnehmer spielen kostenfreie Parkplätze, eine gute Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie die Möglichkeit, im Home-Office zu arbeiten, die größte Rolle. Möglichst stressfrei in den Arbeitstag starten zu können, scheint also ein wichtiges Kriterium für die Attraktivität eines Arbeitsplatzes zu sein. Angebote wie ergonomische Büromöbel oder Raum für Teamwork landen im Mittelfeld. Das Schlusslicht bilden zeitsparende Conciergeservices und bestimmte Bürokonzepte sowie die Möglichkeit, das Raumklima individuell steuern zu können. Insgesamt lässt sich aus den Ergebnissen ableiten, dass

Angebote, die unmittelbar mit dem Arbeitsplatz verknüpft sind und auf die Angestellte selbst wenig Einfluss haben, tendenziell wichtiger sind. Conciergeangebote wie Paketstationen oder Reinigungsservice oder das Fitnessstudio ließen sich schließlich auch individuell und jenseits der Arbeitswelt nutzen.

# Jede Altersgruppe hat ihre Präferenzen

## Welche Angebote machen den Arbeitsplatz attraktiv?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich



# Gemeinsamer Nenner: ÖPNV, Parkplätze, Home-Office

Welche Angebote machen den Arbeitsplatz aus Sicht verschiedener Generationen attraktiv? Bei den Jüngsten, den 20- bis 29-Jährigen, schafft es die gute ÖPNV-Anbindung mit Abstand auf den ersten Platz. Home-Office findet bei den 30- bis 39-Jährigen den größten Zuspruch. Bei den 40- bis 49- und 50- bis 59-Jährigen erzielen kostenlose Parkmöglichkeiten die Spitzenposition. Und bei den über 59-Jährigen stehen ergonomische Büromöbel an erster Stelle.

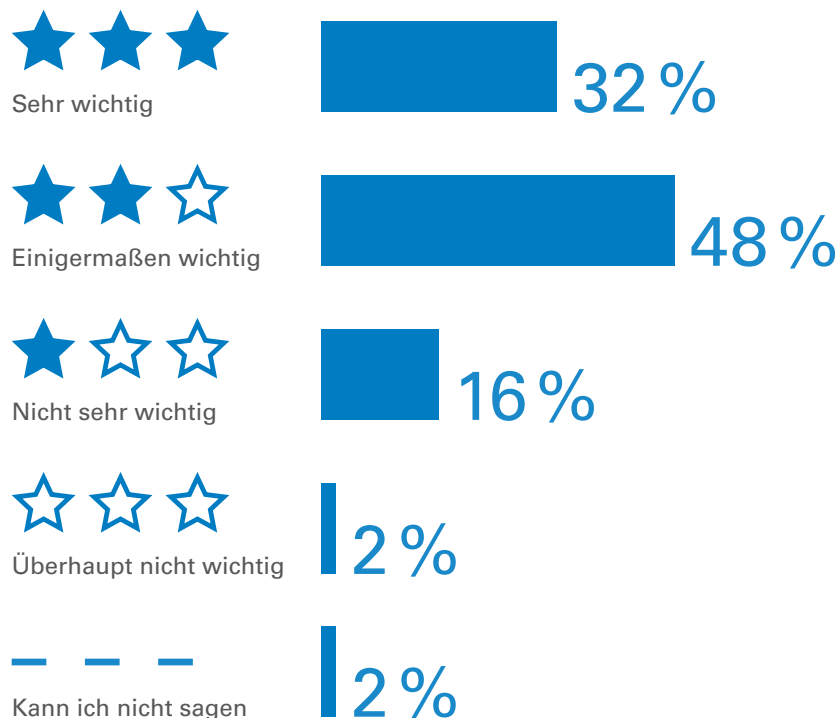
Jüngere Generationen ziehen scheinbar weniger eine klare Grenze zwischen Arbeitswelt und Privatleben – das legen die Ergebnisse nahe: Die Anzahl der Zustimmungen zu den Angeboten Aufenthalts-, Fitness- und Spielbereiche, moder-

nes Raumdesign sowie Zentralität des Standortes ist bei den Jüngsten deutlich höher als in den anderen Altersgruppen. Bei den 30- bis 39-Jährigen schafft Home-Office möglicherweise mehr Flexibilität, um Arbeit und Familie besser in Einklang zu bringen. Das könnte erklären, warum die Möglichkeit, von zu Hause zu arbeiten, in dieser Altersgruppe an der Spitze des Rankings landet. Für ältere Arbeitnehmer steht wiederum persönlicher Komfort im Vordergrund. Doch so unterschiedlich die Bedürfnisse in den jeweiligen Altersklassen auch sind, bestätigt sich trotzdem auch übergreifend das Bild der Gesamtstichprobe: Mit guter Anbindung an ÖPNV, kostenlosen Parkplätzen und Home-Office kann man alle Generationen glücklich machen.

# Green FM: ein Baustein für attraktive Arbeitsplätze

## Wie wichtig ist Green FM für die Attraktivität des Arbeitsplatzes?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), nur eine Antwort war möglich



Ein Arbeitsplatz kann mit Green FM punkten – so das deutliche Votum der Studienteilnehmer. Für knapp die Hälfte der Teilnehmer ist Green FM „einigermaßen wichtig“ und für ein Drittel der Befragten „sehr wichtig“, um einen Arbeitsplatz attraktiv zu machen. Die Bewirtschaftung betrifft das unmittelbare Umfeld der Arbeitnehmer und gewinnt damit an Bedeutung. Mit einem grünen Betrieb können Arbeitgeber zeigen, dass sich ihr Blick auf die sozialen Aspekte der Nachhaltigkeit und somit auf das Wohlbefinden der Arbeitnehmer richtet. Dennoch will knapp die Hälfte der Teilnehmer dies nicht uneingeschränkt gelten lassen: „Einigermaßen wichtig“ bedeutet auch, dass Green FM allein nicht ausreicht, um einen Arbeitsplatz reizvoll zu machen.

Das gelingt aber möglicherweise in Kombination mit kostenfreien Parkplätzen, einer guten Anbindung an den ÖPNV und Home-Office.

Schätzen die Teilnehmer den Einfluss nachhaltiger Gebäudebewirtschaftung auf die Attraktivität des Arbeitsplatzes je nach ihrer Position anders ein? Die Verteilung der Zustimmungen ähnelt dem Ergebnis der Gesamtstichprobe. Deutliche Abweichungen gibt es lediglich bei den Vorständen und Geschäftsführern. Im Bereich der Vorstände halten sich die Zustimmungen zu „sehr wichtig“ und „einigermaßen wichtig“ mit 44 Prozent die Waage. Von den Geschäftsführern erhält die Option „einigermaßen wichtig“ fast siebenmal mehr Zustimmungen als „sehr wichtig“.

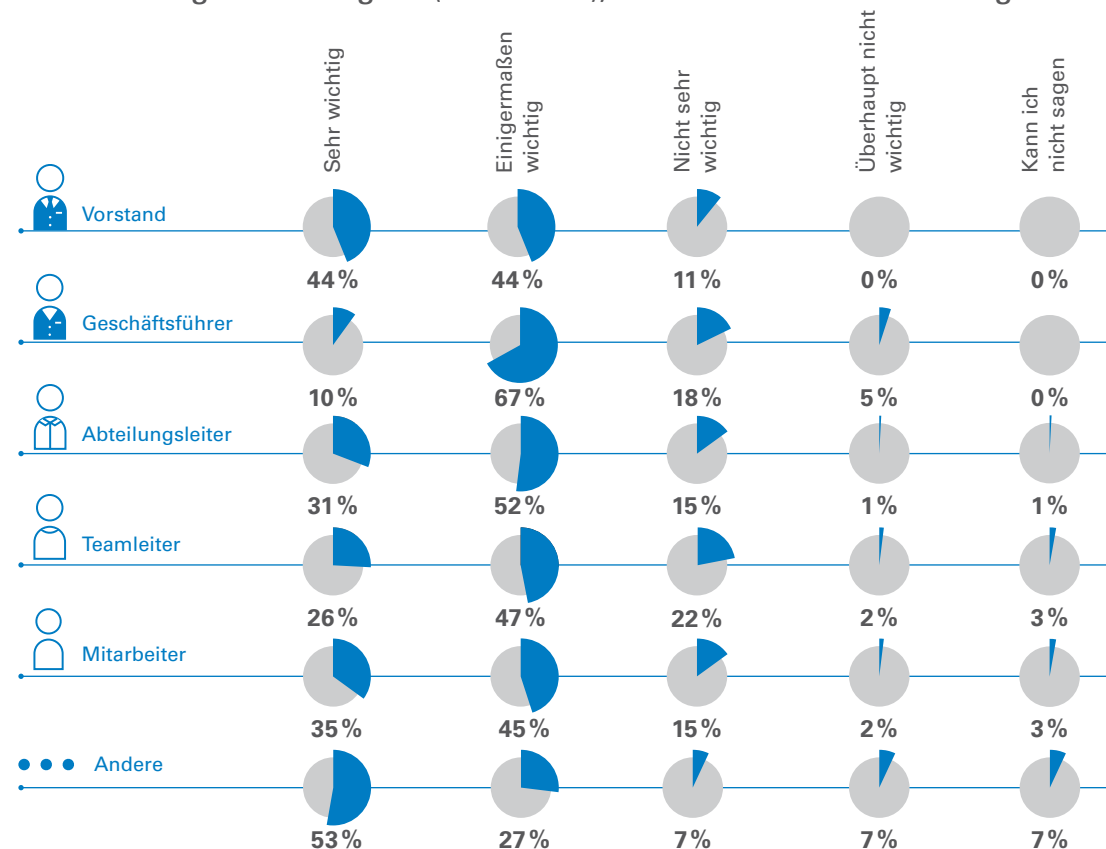
# Positiver Touch durch Green FM

Auffällig ist des Weiteren das Votum der Studienteilnehmer, die zu den „Anderen“ zählen. Es gibt keine andere Teilnehmergruppe, für die Green FM für die Attraktivität des Arbeitsplatzes eine derart große Rolle spielt. Es bleibt festzuhalten: Die Umfrageteilnehmer sehen positionsübergreifend in nachhaltiger Gebäudebewirtschaftung Potenzial, einen Arbeitsplatz attraktiv zu machen.

Durch welche konkreten Maßnahmen kann nachhaltiger Gebäudebetrieb einen Arbeitsplatz attraktiv machen? Ein gutes Raumklima und die Möglichkeit, dieses individuell zu beeinflussen, schneiden am besten ab. Aber auch Möglichkeiten, durch eigenes Handeln zu einer nachhaltigen Gebäudebewirtschaftung beizutragen oder sich direkt

## Wie wichtig ist Green FM für die Attraktivität des Arbeitsplatzes?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), nur eine Antwort war möglich



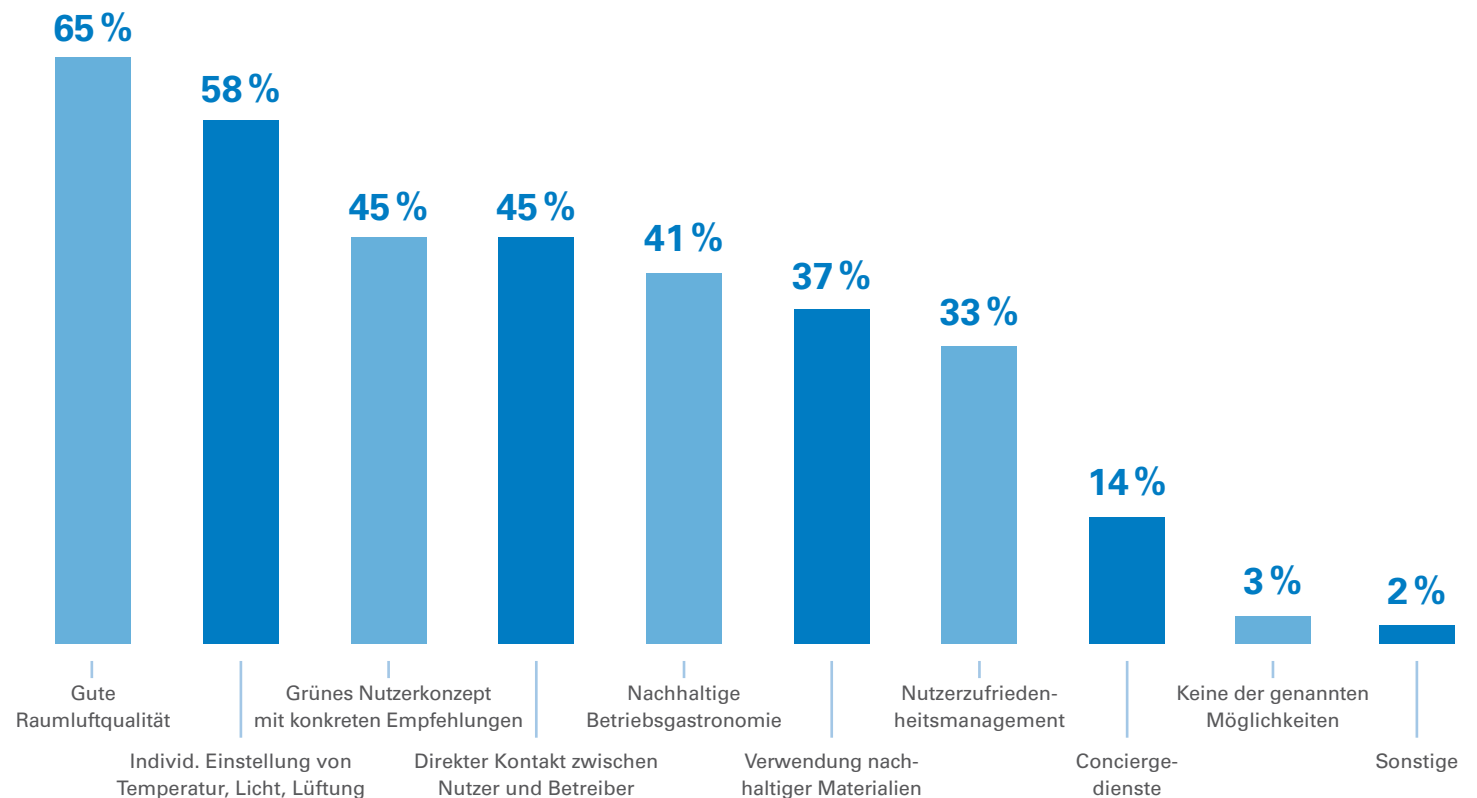
Aufgrund von Rundungen weicht die Summe der Werte von 100% ab.

# Raumklima punktet am meisten

mit dem Betreiber in Verbindung zu setzen, können einen Arbeitsplatz ansprechend machen. Erkennbar ist also: Je stärker Mitarbeiter direkt von Maßnahmen profitieren und sie selbst in der Hand haben, umso höher ist der Stellenwert der Maßnahmen für die Attraktivität des Arbeitsplatzes. Aus der Reihe tanzen die Betriebsgastronomie, die nur mäßig abgeschnitten hat, und die Conciergedienste, die das Schlusslicht bilden. Beim Essen sind Mitarbeitern vermutlich andere Aspekte wichtiger als Nachhaltigkeit. Oder die Platzierung von nachhaltiger Betriebsgastronomie liegt wie bei den Conciergediensten daran, dass diese Services auch außerhalb des Arbeitsumfelds in Anspruch genommen werden können.

## Welche Möglichkeiten einer nachhaltigen Gebäudebewirtschaftung tragen dazu bei, Arbeitsplätze attraktiv zu gestalten?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), Mehrfachantworten waren möglich



Aufgrund von Rundungen weicht die Summe der Werte von 100% ab.

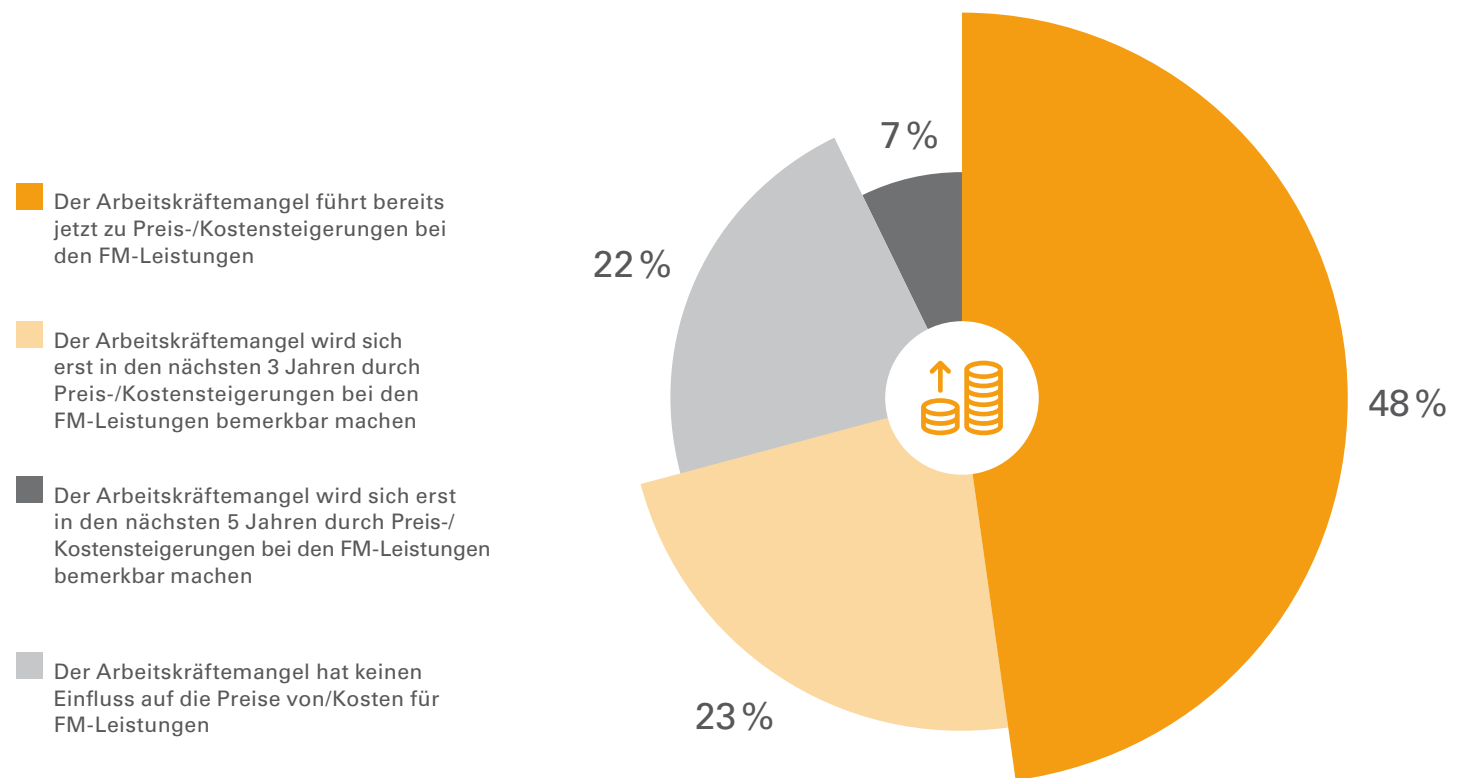
# Steigende Preise durch Arbeitskräftemangel

Fast die Hälfte der Studienteilnehmer ist überzeugt, dass der Arbeitskräftemangel bereits jetzt zu Preis-/Kostensteigerungen bei FM-Leistungen führt. Nahezu ein Viertel der Teilnehmer sieht diese Auswirkungen in drei Jahren und nur sieben Prozent erst in fünf Jahren. Aber immerhin rechnen auch 22 Prozent der Studienteilnehmer gar nicht mit derartigen Folgen des Arbeitskräftemangels.

Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis. Das gilt auch für Arbeitskräfte. Die Verknappung der Arbeitskraft stärkt die Verhandlungsposition von Arbeitnehmern, was Lohn- und Preiserhöhungen nach sich zieht. Die Ergebnisse sprechen eindeutig dafür, dass dieser Effekt bereits eingesetzt hat bzw. eher kurzfristig erwartet wird.

## Inwieweit beeinflusst der Arbeitskräftemangel Ihr Unternehmen?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), nur eine Antwort war möglich

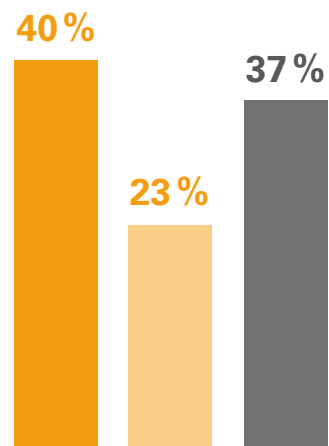


# Weitere Folgen des Arbeitskräftemangels

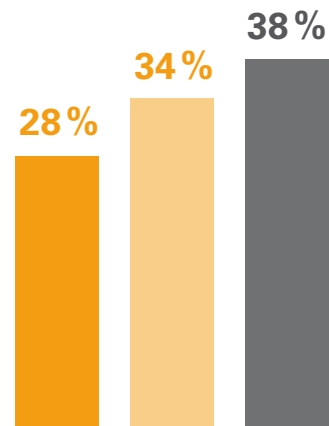
## Wie wirkt sich der Arbeitskräftemangel auf die Immobilienbranche aus?

Zustimmung der Befragten (in Prozent), nur eine Antwort war möglich

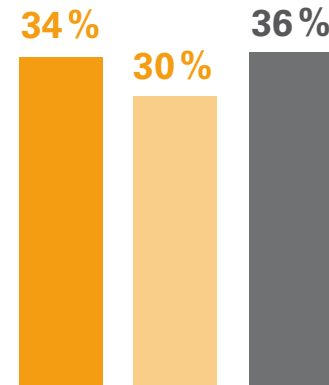
Um Fluktuation zu vermeiden, ergreifen Auftraggeber Maßnahmen, damit sich Mitarbeiter der FM-Dienstleister im Objektteam wohlfühlen



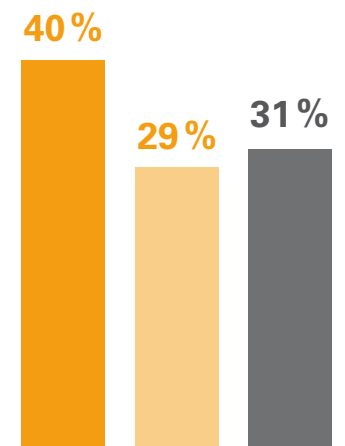
Aufgrund des Arbeitskräftemangels verliert die Preisorientierung bei der Vergabe von FM-Aufträgen an Bedeutung



Aufgrund des Arbeitskräftemangels lehnen FM-Dienstleister zunehmend die Teilnahme an Ausschreibungen ab



Die durch Arbeitskräftemangel verursachten Veränderungen im FM-Markt machen ein Insourcing von FM-Leistungen wieder interessant für Unternehmen



Ja Nein Teils



# Weitere Folgen

Facility Services haben Einfluss darauf, wie wohl sich die Nutzer in einer Immobilie fühlen. Die Attraktivität von Arbeitsplätzen hängt also auch von der Leistung des Facility-Service-Dienstleisters ab. Weil ein ansprechender Arbeitsplatz im Wettbewerb um Mitarbeiter immer wichtiger wird, gewinnt auch die Verlässlichkeit und Beständigkeit des Dienstleisters an Bedeutung. Und das veranlasst Kunden, sich auch um das Wohl der Mitarbeiter des FM-Dienstleisters in ihrem Objekt zu kümmern. Davon sind 40 Prozent der Studienteilnehmer überzeugt.

Ähnlich deutlich fällt das Votum der Teilnehmer dazu aus, dass Unternehmen unter Umständen über ein Insourcing der FM-Leistungen

nachdenken, wenn sich der Arbeitskräftemangel weiter verschärft und die Preise der Dienstleister dadurch steigen. Die Effekte auf die Preisentwicklung und die Bedenken, dass durch Arbeitskräftemangel ein verlässlicher FM-Service leiden könnte, sind mögliche Gründe dafür, dass in Insourcing eine Lösung gesehen wird. An der Herausforderung, geeignete FM-Fachkräfte zu finden und ihnen attraktive Arbeitsplätze zu bieten, ändert dies indessen nichts. Weniger Zustimmung erhalten aktuell noch die beiden Thesen, dass durch den Arbeitskräftemangel die Preisorientierung bei der Vergabe von FM-Aufträgen an Bedeutung verliert bzw. dass FM-Dienstleister auf die Teilnahme an Ausschreibungen verzichten.

# Reflexion der Ergebnisse

Eine starke Arbeitgebermarke mit ansprechenden Angeboten für Mitarbeiter ist unabdingbar, um im Wettbewerb um Arbeitskräfte zu punkten. Und das gelingt am besten mit flexiblen Arbeitszeitmodellen, unbefristeten Arbeitsverträgen und Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen. Erst danach kommen monetäre Aspekte ins Spiel. Unternehmen müssen also nicht zwingend mehr Geld in die Hand nehmen, um Mitarbeiter zu locken oder zu binden. Maßnahmen, die den Bereichen Nachhaltigkeit bzw. Corporate Social Responsibility angehören, können die Arbeitgebermarke ebenfalls stärken, andere Maßnahmen haben jedoch einen größeren Einfluss. Erfreulich ist, dass sich die Rangfolge der Maßnahmen, die einen Arbeitsplatz

ansprechend machen, in Theorie und Praxis sehr ähnelt. Allerdings gibt es in vielen Unternehmen noch Luft nach oben.

Was genau macht einen Arbeitsplatz attraktiv? Vor allem Angebote, die einen stressfreien Start in den Arbeitstag ermöglichen: kostenfreie Parkplätze, eine gute Anbindung an den ÖPNV und Home-Office-Möglichkeiten. Angebote, die unmittelbar mit dem Arbeitsplatz verknüpft sind und auf die Angestellte selbst wenig Einfluss haben, sind tendenziell wichtiger. Green FM kann bei der Wahl des Arbeitsplatzes jedoch zumindest zum Zünglein an der Waage werden. Das gilt vor allem für ein gutes Raumklima und die Möglichkeit, dieses individuell zu beeinflussen.

Der Arbeitskräftemangel hat bereits heute spürbare Auswirkungen auf Akteure der Immobilienbranche, insbesondere auch auf die FM-Branche. So kommt es beispielsweise zu Preis-/Kostensteigerungen bei FM-Leistungen. Auch das zeigt diese Studie, die auf einer Befragung im Jahr 2019 basiert. Aus den möglichen Folgen des Arbeitskräftemangels lässt sich daher ein gewisser Handlungsdruck ablesen. Dieser könnte noch zunehmen, wenn sich der Arbeitskräftemangel fortsetzt und sich die öffentliche Aufmerksamkeit für Umweltthemen – und mit ihr das individuelle Umweltbewusstsein – weiterentwickelt. Würden wir die Befragung jetzt erneut durchführen, würde sie vermutlich bereits zu anderen Ergebnissen führen.

## Ansprechpartner

Holger Kube  
Tel. +49 69 505044-227  
holger.kube@wisag.de

Sonja Ghahremani  
Tel. +49 69 505044-569  
sonja.ghahremani@wisag.de

[www.nachhaltigkeitsradar.de](http://www.nachhaltigkeitsradar.de)

## Herausgeber

**WISAG Facility Service Holding GmbH**  
Herriotstraße 3  
D-60528 Frankfurt am Main  
Tel. +49 69 505044-0  
[www.wisag.de](http://www.wisag.de)

Für ausführliche  
Informationen  
einfach den  
QR-Code scannen

