Case Study
Haufe-Lexware

Erstellung aussagekräftiger Inhalte mit Handlungsempfehlungen für Haufe-Lexware, um sich als Vordenker in der Steuerberatungsbranche in Deutschland zu positionieren, mit dem Ziel, dem Fachkräftemangel vorzubeugen.

Die Herausforderung

Unser Kunde, Haufe-Lexware, ist ein führender Anbieter von Steuerlösungen in der Steuerberatungsbranche in Deutschland. Das Führungsteam ist der Meinung, dass die Weitergabe von fundiertem Wissen an Kunden und die gesamte Branche ebenso wichtig ist, wie die Bereitstellung effizienter digitaler Arbeitsmittel.

In Deutschland herrscht derzeit ein Mangel an qualifizierten Arbeitskräften und es zeichnet sich ab, dass die Steuerberatungsbranche zukünftig Probleme haben könnte, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Daher beschloss Haufe-Lexware, die Branche mit Wissen darüber auszustatten, wie sie junge, qualifizierte Arbeitskräfte anziehen kann.

Der erste Schritt, um als Vordenker wahrgenommen zu werden war, zunächst die Einstellungen und Verhaltensweisen ihrer potenziellen zukünftigen Mitarbeiter zu verstehen.

Die Lösung

Zur Durchführung einer Forschungsstudie zum Verständnis dieser Einstellungen und Verhaltensweisen der potenziellen Nachwuchskräfte, insbesondere bei der Generation Z mit dem Schwerpunkt auf Studenten, Abiturienten und junge Berufstätigen wandten sie sich an B2B International.

Wir haben daher eine Online-Studie konzipiert, um Folgendes (aber nicht nur dies) herauszufinden:

- Wie wird die Steuerberatung als Arbeitsfeld von der Generation Z wahrgenommen?
- Welche Kriterien und Aspekte werden bei der Entscheidung für ihren zukünftigen Beruf berücksichtigt?
- Was erwartet die Generation Z von der Branche und ihren zukünftigen Arbeitgebern?

Auf unsere Online-Umfrage gingen über 1.200 Antworten ein. Zur Gewährleistung einer robusten Reihe von Ergebnissen und einer klaren Rangfolge der Entscheidungskriterien, haben wir die MaxDiff-Methodik eingesetzt, die die Befragten dazu veranlasst, bei der Auswahl der wichtigsten und unwichtigsten Entscheidungskriterien entsprechend abzuwägen. Darüber hinaus haben wir eine Regressionsanalyse durchgeführt, um die Aspekte aufzudecken, die einen besonderen Einfluss haben, und eine Segmentierung vorgenommen, um zu verstehen, welche der Kriterien Hygienefaktoren sind und welche erfüllt, aber nicht kommuniziert werden müssen.

Diese Ergebnisse wurden dann in Form einer Bedürfnishierarchie visualisiert. So konnte sichergestellt werden, dass die Ergebnisse klar, verständlich und vor allem umsetzbar sind. Zur Herstellung einer Vergleichbarkeit in der Studie, haben wir neben der Leistung und Wahrnehmung der Steuerberatungsbranche auch andere Berufsfelder untersucht. Dies ermöglichte ein zuverlässiges Benchmarking und das Aufdecken von White-Spot-Opportunities.

Die Erkenntnisse

Einige der aus der Umfrage gewonnenen Erkenntnisse waren überraschend. Dazu gehört, dass nur 18 % der Zielgruppe bei der künftigen Arbeitssuche die Steuerberatung in Betracht ziehen würden. Einige Erkenntnisse bestätigten jedoch bereits bestehende Annahmen, nämlich dass dem Sektor nach wie ein wenig schmeichelhaftes Image zugeschrieben wird und die Vorteile einer Tätigkeit in dieser Branche den künftigen Arbeitskräften einfach nicht vermittelt werden.

Die wichtigsten Ergebnisse wurden von Haufe-Lexware auf dem 45. Steuerberatertag in Dresden vorgestellt. Außerdem wurde ein Flyer mit einer Zusammenfassung der Highlights der Studie, dessen inhaltliche und graphische Gestaltung ebenfalls B2B International übernahm, bereitgestellt.

In Zusammenarbeit mit dem Team von Haufe-Lexware erstellten wir ein detailliertes Whitepaper mit aussagekräftigen Inhalten, das denjenigen in der Branche, die wissen wollen, wie sie ihre zukünftigen Mitarbeiter anlocken können, handlungsrelevante Erkenntnisse liefert.

Testimonial

Mit B2B International konnten wir wichtige Insights über die Generation Z und ihre Einstellung zum Berufsleben, insbesondere in Bezug auf die Steuerbranche, generieren. Da wir als Haufe uns nicht nur als Lösungsanbieter verstehen, sondern auch als Begleiter und Berater der Branche, waren diese Erkenntnisse für uns von entscheidender Bedeutung, um dies zu ermöglichen. Die Zusammenarbeit mit B2B International war von Anfang an höchst professionell, punktgenau gesteuert und transparent.

Björn Matz - Leiter Markenmanagement & Architektur, Haufe-Lexware

B2B International
A Merkle Company