



12.09.2018 08:00 CEST

Jobs.de Umfrage “Back to Work”: Jeder Zweite denkt nach dem Urlaub an einen Jobwechsel

MÜNCHEN – 12. September 2018: Auf den Urlaub freut sich jeder. Doch was kommt danach? Jobs.de, die Online-Stellenbörse der CareerBuilder Germany GmbH, hat 1.133 Nutzer befragt: Back to Work – wie fühlt sich das Arbeiten nach dem Urlaub an? Die positive Nachricht: Immerhin ein Drittel (33,5 Prozent) kommt erholt und motiviert an den Arbeitsplatz zurück. Aber fast die Hälfte der Befragten (44,2 Prozent) ist frustriert und denkt über einen Jobwechsel nach. Zwischen diesen Extremen bewegen sich rund 13 Prozent: Sie freuen sich zumindest auf die Kollegen.

Lange fiebert man drauf hin, aber irgendwann hat auch der schönste Urlaub mal ein Ende. Wie schlimm sich das anfühlt hängt maßgeblich davon ab, was nach dem Ende des Urlaubs auf einen wartet. Im Idealfall kommt man erholt und mit frischer Motivation wieder zurück in den Job. Und 33,5 Prozent der deutschen Arbeitnehmer gelingt das auch. Back to Work fühlt sich laut ihren Angaben gut an. So soll es sein – nicht nur aus Sicht des Arbeitgebers.

Back to Work: Frustriert zurück im Arbeitsalltag

Fast jedem zweiten der befragten Ex-Urlauber (44,2% Prozent) hingegen führt der Urlaub vor Augen, wie schön das Leben sein könnte – ohne Chef, Kollegen, Termindruck und To-Do-Listen. Sie empfinden die Rückkehr an den Arbeitsplatz als äußerst frustrierend. Der Gedanke an einen Jobwechsel ist für sie nach dem Urlaub so verlockend wie nie. Die sorglos freien Tage scheinen also auch hier neue Energien freigesetzt zu haben, wenn auch keine arbeitgeberfreundlichen. Wenn schon nicht motiviert bis in die Haarspitzen, so doch wenigstens in einer Hinsicht positiv gestimmt: 13 Prozent der Umfrageteilnehmer freuen sich nach der Rückkehr aus dem Urlaub immerhin auf die Kollegen.

Post-Holiday-Syndrom: Das Problem hat einen Namen

Akute Arbeitsunlust ist eine weit verbreitete „Nebenwirkung“ von Urlaub. Experten sprechen hier vom so genannten „Post-Holiday-Syndrom“, das in besonders schlimmen Fällen bis hin zu psychischen oder physischen Problemen führen kann. In der Regel handelt es sich dabei jedoch um ein vorübergehendes Motivationstief – oder führt eben zu der Erkenntnis, dass es Zeit ist, seiner Karriere eine neue Wende zu geben und aktiv nach einem Job zu suchen, der einem nach dem Urlaub keine Bauchschmerzen bereitet.

Von “Back to Work” zum #LieblingsJob: Die Marketing-Kampagne

Reif für was Neues? Zeit für den #LieblingsJob! Mit der neuen Marketing-Kampagne rund um das Thema „Back to Work“ positioniert sich Jobs.de, die Jobbbörse der CareerBuilder Germany GmbH, als Enabler für den Karriere-Kick und knüpft gleichzeitig an die Jobs.de Re-Launch-Kampagne „#LieblingsJob: Jetzt den richtigen finden!“ an. Die Kampagnen-Motive zeigen Berufstätige beim Versuch, das Urlaubsgefühl in den Arbeitsalltag zu retten – und zeigen gleichzeitig den Weg zu mehr beruflicher Zufriedenheit auf: Schicksal in die Hand nehmen und #LieblingsJob finden – mit Jobs.de.

„Mit dem Thema ‚Back to Work‘ greifen wir ein gerade im ausklingenden

Sommer saisonal passendes Phänomen auf, das sicher jeder aus eigener Erfahrung kennt: Den Urlaubsblues“, so Karsten Borgmann, Geschäftsführer der CareerBuilder Germany GmbH. „Unser Ziel dabei war, den Anstoß zur beruflichen Veränderung als positiven Nebeneffekt herauszuarbeiten und uns als Partner für diesen möglichen Neuanfang zu positionieren.“

Über die CareerBuilder Germany GmbH

CareerBuilder ist ein weltweit tätiger Anbieter von Human-Resources-Lösungen. In den USA deckt das Portfolio von CareerBuilder die Bereiche Anzeigenschaltung, Software-Lösungen und Service-Angebote für Personalsuche, Screening und Management ab. Damit ist CareerBuilder einer der wenigen Anbieter, die den gesamten Recruiting-Prozess von der Ausschreibung bis zur Einstellung abbilden können. Mehrheitseigner von CareerBuilder ist die Beteiligungsgesellschaft Apollo Global Management, LLC. CareerBuilder unterhält Niederlassungen in den USA, Kanada, Europa und Asien.

In Deutschland vereint CareerBuilder seit Oktober 2011 die Marken JobScout24, Jobs.de und CareerBuilder unter einem Dach und blickt als ehemalige JobScout24 GmbH auf langjährige Expertise im deutschen Markt zurück. Das Kerngeschäft in Deutschland konzentriert sich auf Jobs.de, die Online-Stellenbörse der CareerBuilder Germany GmbH, und Broadbean, die Lösung für zentral gesteuerte, professionelle Anzeigenverteilung.

Weitere Informationen unter www.arbeitgeber.careerbuilder.de

Kontaktpersonen



Karsten Borgmann

Pressekontakt

Managing Director

Geschäftsleitung, PR

karsten.borgmann@careerbuilder.com

089-38038412