

Jobsuche 2013

Wie Recruiter und Bewerber
vorgehen und was sie erwarten



Über die Studie „Jobsuche 2013“

Die führende Online-Jobbörse www.stepstone.de befragte für die Studie „Jobsuche 2013“ rund 800 Personalverantwortliche und mehr als 20.000 Kandidaten aus acht europäischen Ländern: Deutschland, Belgien, Dänemark, Frankreich, Niederlande, Großbritannien, Österreich und Schweden. Die Studie wurde im Herbst 2012 per Online-Befragung durchgeführt und ist Teil einer Studienreihe, die seit 2010 mit identischen Fragestellungen durchgeführt wird.

In Deutschland nahmen exakt 277 Rekrutierungsverantwortliche und 13.552 Fachkräfte an der Befragung teil. Die deutschen Umfrageteilnehmer kamen überwiegend aus den Berufsfeldern Ingenieurwesen und technische Berufe, IT und Telekommunikation sowie allgemeines Management. 56 % der Befragten waren Männer, 44 % Frauen. In der vorliegenden Zusammenfassung sind die deutschen Ergebnisse angegeben – es sei denn, dies ist anders vermerkt.

Ziel der Studie war es, folgende Fragestellungen rund um den Rekrutierungs- und Bewerbungsprozess zu beantworten:

- Welche Medienkanäle werden von Kandidaten am häufigsten genutzt?
- Was erwarten Kandidaten im Bewerbungsprozess?
Wie gehen sie im Bewerbungsprozess vor?
- Welche Medienkanäle werden von Recruitern am häufigsten genutzt? Welche sind am effizientesten?
- Welche Bedürfnisse haben Rekrutierungsverantwortliche heute?
Wie gehen sie vor?
- Welchen besonderen Herausforderungen stehen Personalverantwortliche heute gegenüber?

Über StepStone

StepStone ist die führende Online-Jobbörse in Deutschland und verschafft Millionen von Jobsuchenden Zugang zu rekrutierenden Unternehmen. www.stepstone.de ist das mit Abstand meistbesuchte Karriereportal und wurde 2012 zum fünften Mal in Folge als beliebteste „Karriere-Website des Jahres“ ausgezeichnet. StepStone beschäftigt mehr als 900 Mitarbeiter und betreibt neben www.stepstone.de Online-Jobbörsen in acht weiteren europäischen Ländern. Das 1996 gegründete Unternehmen gehört mehrheitlich zur Axel Springer AG.



ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Welche Informationen der typische Bewerber in Stellenanzeigen lesen möchte

Der typische Bewerber wünscht sich in Stellenanzeigen neben einer detaillierten Beschreibung des Jobinhalts vor allem konkrete Angaben zu Gehalt, Arbeitsumgebung und Jobsicherheit. Weitere aus Sicht der Kandidaten wesentliche Inhalte in einer Stellenanzeige sind Informationen zu Unternehmensgröße und -erfolgen sowie zusätzlichen Leistungen durch den Arbeitgeber. Wie die folgende Infografik verdeutlicht, wird das Informationsbedürfnis der Kandi-

daten von den ausschreibenden Unternehmen in vielen Fällen nicht angemessen erfüllt.

Inhalte, die aus Kandidatensicht in einer Stellenanzeige eine weniger wichtige Rolle spielen, sind Informationen zum Unternehmen als familienfreundlicher Arbeitgeber (38 %) sowie zu den Möglichkeiten, im Rahmen der ausgeschriebenen Position viel zu reisen und auch international zu arbeiten (29 %).



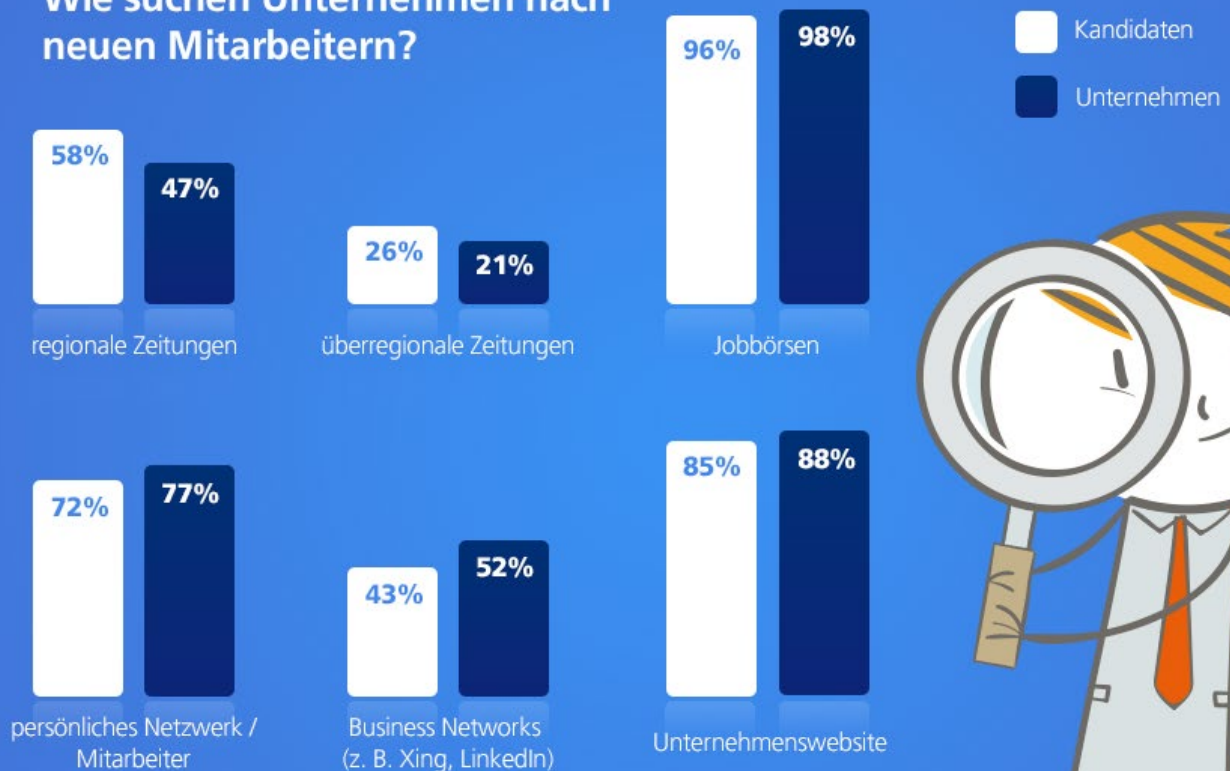
Kandidaten erwarten mehr, als die typische Standard-Anzeige meist bietet. Hier ergibt sich eine große Chance für Arbeitgeber, sich mit weiterführenden Informationen und Employer-Branding-Inhalten von ihren Wettbewerbern abzugrenzen.

Wo der typische Bewerber auf Jobsuche geht

Der typische Bewerber geht im Internet auf Jobsuche. Jobbörsen und Unternehmenswebsites sind die von ihm meistgenutzten Recherchekanäle – gefolgt vom persönlichen Netzwerk aus Freunden und Bekannten. Mehr als jeder zehnte Bewerber (12 %) sucht mittlerweile über sein Smartphone nach passenden Stellenanzeigen – 2011 gaben dies nur 7 % der befragten Kandidaten an. Die Nutzung der Printmedien für die Jobsuche hat in den letzten Jahren

dagegen rasant abgenommen: Während 2010 noch drei Viertel (75 %) der Befragten regionale Zeitungen nutzten, waren es 2011 nur noch 61 %; in der jüngsten Umfrage lag der Anteil nur noch bei 58 %. Das Gleiche zeigt sich bei den überregionalen Zeitungen: Wurden diese vor drei Jahren noch von 35 % der Kandidaten für die Jobsuche genutzt, blättert heute nur noch rund ein Viertel (26 %) in den bundesweiten Titeln.

Wie suchen Kandidaten nach einem neuen Job? Wie suchen Unternehmen nach neuen Mitarbeitern?



Online-Jobbörsen stehen sowohl bei Unternehmen als auch bei Kandidaten hoch im Kurs.

Wie sich der typische Kandidat bewirbt

Der typische Bewerber bewirbt sich am liebsten per E-Mail (70 %). Nur noch 12 % der Befragten gaben an, eine Bewerbung per Post zu bevorzugen. Jeder Zehnte füllt am liebsten ein Online-Bewerbungsformular direkt über die Unternehmenswebsite aus. Hat ein Kandidat eine interessante Online-Stellenanzeige gefunden, geht er normalerweise folgendermaßen vor: 54 % bewerben sich sofort über den Link in der Stellenanzeige, 30 % leiten die Online-Stellenanzeige zunächst einmal an ihre private E-Mailadresse weiter und bewerben sich dann in aller Ruhe später auf die Position. 28 % kontaktieren den in der Online-Stellenanzeige angegebenen Personalverantwortlichen im ersten Schritt telefonisch. 56 % der Kandidaten bewerben sich initiativ bei Unternehmen, also auch dann, wenn gerade kein für sie passender Job dort ausgeschrieben ist.

41 % der Kandidaten nutzen denselben standardisierten Lebenslauf für alle ihre Bewerbungen. Jeder Fünfte adaptiert seinen Lebenslauf jedes Mal und schneidet ihn auf das jeweilige Unternehmen zu. Für den Aufbau des Lebenslaufs hat sich die amerikanische Reihenfolge durchgesetzt: 2 von 3 Gefragten gestalten ihren Lebenslauf in dieser Form. Aber immerhin 27 % der Bewerber entscheiden sich für einen chronologischen Aufbau.

Gründe zu bleiben, Gründe zu gehen

Was den typischen Bewerber am ehesten ans Unternehmen bindet: der interessante Job (57 %), eine gute Beziehung zu den Kollegen (49 %), das Wissen um finanzielle Stabilität des Arbeitgebers (35 %) und ein gutes Verhältnis zum Chef (34 %). Die häufigsten Gründe für einen Jobwechsel sind: begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten (32 %), unattraktives Vergütungspaket (25 %), mangelnde Anerkennung der eigenen Leistung (24 %) und Unzufriedenheit mit dem eigenen Verantwortungsbereich (21 %).

Was der typische Bewerber erwartet

Der typische Bewerber erwartet nach spätestens zwei Wochen die erste Resonanz auf seine Bewerbung. Erhält er überhaupt keine Rückmeldung, hat das Folgen für die Arbeitgebermarke des betroffenen Unternehmens: Der Kandidat empfindet das Unternehmen fortan als unsympathisch (79 %) und würde sich in Zukunft nicht mehr dort bewerben (55 %). Der Otto-Normal-Bewerber ist zu maximal zwei Vorstellungsgesprächen bereit – mehr sollten es seiner Meinung nach nicht sein. Und: Wenn er eine neue Stelle antritt, hält er passiv weiter Ausschau nach Jobangeboten, um den Arbeitsmarkt und seine Chancen im Blick zu behalten.

ANSPRUCHSVOLLE KANDIDATEN



Arbeitgeber spüren Fachkräftemangel

Mehr als jedes zweite deutsche Unternehmen (55 %) plant, seine Mitarbeiterzahl in diesem Jahr zu erhöhen und zu diesem Zweck aktiv zu rekrutieren. Die meisten planen, mehr als fünf Mitarbeiter einzustellen. Das kann schwierig werden, denn: Jeder zweite HR-Verantwortliche in deutschen Unternehmen erhält zu wenige Bewerbungen auf seine Vakanzen. Damit setzt sich der Trend der letzten Jahre fort: Schon im Vorjahr hatte gut jeder zweite Personaler über mangelnden Bewerberrücklauf geklagt, 2010 waren es 47 %. Den teilnehmenden Personalverantwortlichen zufolge lässt nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität der Bewerbungen zunehmend zu wünschen übrig. Schon 2011 hatte mehr als jeder zweite Personaler einen Qualitätsverlust bei den eingehenden Bewerbungen konstatiert, aktuell stellen 42 % einen solchen fest.

Bewerbungsqualität nimmt ab

Mehr als jeder dritte HR-Verantwortliche blickt pessimistisch in die Zukunft und erwartet eine weitere Verschlechterung der Bewerbungsqualität. Schon jetzt erhalten 63 % der Arbeitgeber in der Mehrzahl Bewerbungen von unterqualifizierten Kandidaten. Aus diesem Grund würden neun von zehn Arbeitgebern auch unterqualifizierte Bewerber einstellen, wenn diese das Potenzial haben, die geforderten Fähigkeiten zu erlernen.

Die drei größten Herausforderungen für Recruiter in 2013

1. Die Anzahl der passenden Bewerbungen auf die eigenen Stellenausschreibungen erhöhen (74 %)
2. Bewerber für den Unternehmensstandort begeistern (65 %)
3. Die Aufmerksamkeit für das eigene Unternehmen als Arbeitgeber steigern (60 %)

Personaler spüren Fachkräftemangel – und blicken pessimistisch in die Zukunft

55% wollen 2013 neue Mitarbeiter einstellen

53% erhalten zu wenige Bewerbungen pro Stellenausschreibung

42% gaben an, die Qualität der Bewerbungen habe sich verschlechtert

35% glauben, dass sie 2013 noch weniger Bewerbungen bekommen werden

35% glauben, dass die Qualität der Bewerbungen 2013 noch schlechter wird

63% erhalten Bewerbungen von unterqualifizierten Kandidaten, nur 5 % von überqualifizierten

43% gaben an, dass nur jeder zweite Bewerber gut vorbereitet zum Gespräch erscheint



Internet effizientester Rekrutierungskanal

Aus Sicht von Personalverantwortlichen sind Jobbörsen der effizienteste Recruitingkanal (85 %), gefolgt von der eigenen Karriere-website (46 %) und den eigenen Mitarbeitern (Empfehlungsprogramme, 39 %). Am wenigsten lohnen sich aus Sicht der Befragten Anzeigenschaltungen in überregionalen Zeitungen (10 %) und Job-messen (11 %).

Worüber sich Recruiter am meisten ärgern

Die mit Abstand häufigsten Bewerbungsfehler sind heute Tipp- und Grammatikfehler. Weitere gängige Makel aus Sicht von HR-Verantwortlichen sind ein nicht personalisiertes Anschreiben, ein falscher Firmenname im Anschreiben, die Verwendung einer informellen Absender-Mailadresse, ein Lebenslauf in nicht lesbarem oder inkompatiblen Format, der Versand eines unvollständigen Online-Bewerbungsformulars sowie fehlende Kontaktdaten.

Was Recruiter von Initiativbewerbungen halten

Die Studienergebnisse deuten darauf hin, dass Initiativbewerbungen sich lohnen: Immerhin 59 % der befragten HR-Verantwortlichen gaben an, Initiativbewerber einzuladen, wenn es eine passende offene Stelle gibt oder perspektivisch geben wird. Rund ein Drittel lädt diese Kandidaten auch dann zum persönlichen Gespräch ein, wenn es aktuell keine passende Vakanz gibt. Ein Viertel sendet Initiativbewerbern zumindest eine Eingangsbestätigung und archiviert den Lebenslauf in der eigenen Datenbank, um später darauf zurückgreifen zu können.

Mehr als zwei Drittel der befragten Personalverantwortlichen führen zwei Vorstellungsgespräche mit passenden Kandidaten. Scheidet ein Kandidat für die zu besetzende Stelle von vornherein aus, erhält er in rund 50 % der Fälle innerhalb von einer Woche eine Absage. Jeder vierte Personaler gab im Rahmen der Studie an, bis zur Absage verginge in der Regel mehr als eine Woche.

1 Rechtschreibfehler

2 Nicht personalisiertes Anschreiben

3 Falscher Firmenname im Anschreiben

4 Verwendung einer informellen Absender-Mailadresse

5 Lebenslauf in nicht lesbarem oder inkompatiblen Format



Weitere StepStone Studien für Rekrutierungsverantwortliche finden Sie hier:

www.stepstone.de/stellenanbieter/human-resources/

Kontakt zu StepStone

Sie haben Fragen zu unseren Produkten oder möchten eine Stellenanzeige aufgeben?
Wir freuen uns über Ihren Anruf oder Ihre Nachricht!

Tel. +49(0)211-93493-5801
E-Mail: service@stepstone.de
www.stepstone.de