



**JOBSUCHE
IM FOKUS**

INHALT



1

ARBEITSMARKT FÜR FACHKRÄFTE

Seite 4



2

DER WEG ZUM NEUEN JOB So erleben Fachkräfte die Jobsuche

Seite 9



3

WAS IST KANDIDATEN BEI EINEM JOBANGEBOT WICHTIG?

Seite 17



4

DIE STELLENANZEIGE So suchen Unternehmen nach Kandidaten

Seite 23



1

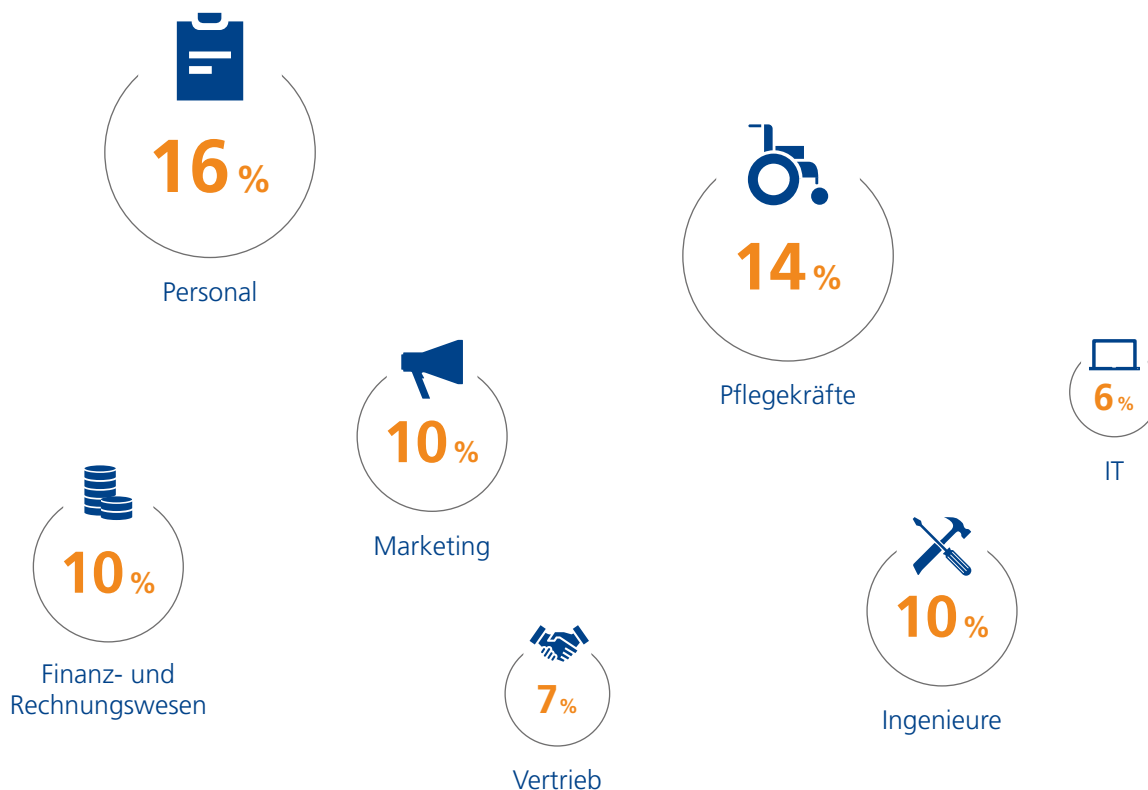
ARBEITSMARKT FÜR FACHKRÄFTE

GLÄNZENDE AUSSICHTEN FÜR FACHKRÄFTE IN DEUTSCHLAND

Die Nachfrage nach Fachkräften in Deutschland hält sich weiterhin auf einem Rekordniveau. Im ersten Halbjahr 2018 wurden **46 Prozent mehr Stellen** ausgeschrieben als vor sechs Jahren. Zum Vorjahr betrug das Wachstum 9 Prozent.

WACHSTUM DER FACHKRÄFTENACHFRAGE NACH BERUFSGRUPPE

ERSTES HALBJAHR ZUM VORJAHRESZEITRAUM

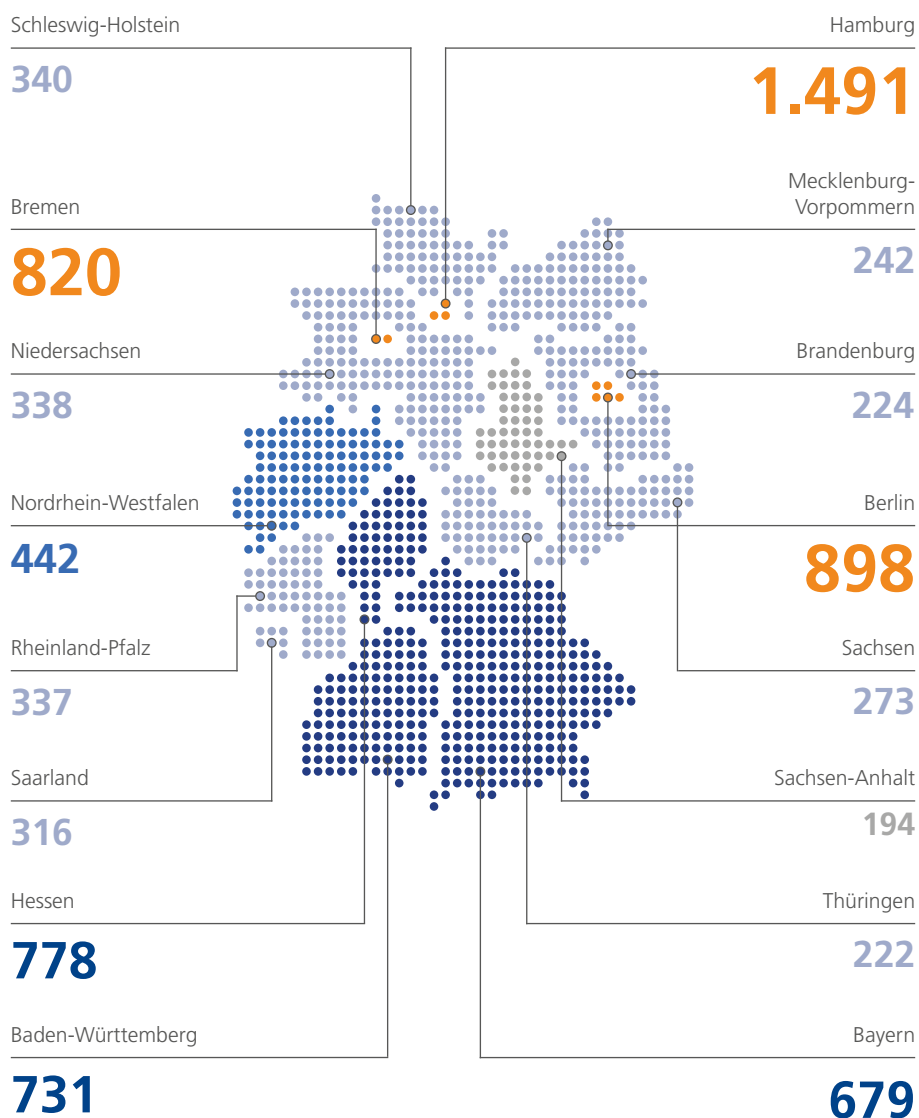




FACHKRÄFTENACHFRAGE NACH BUNDESLÄNDERN

IM ERSTEN HALBJAHR 2018

Bundes-
durchschnitt
506

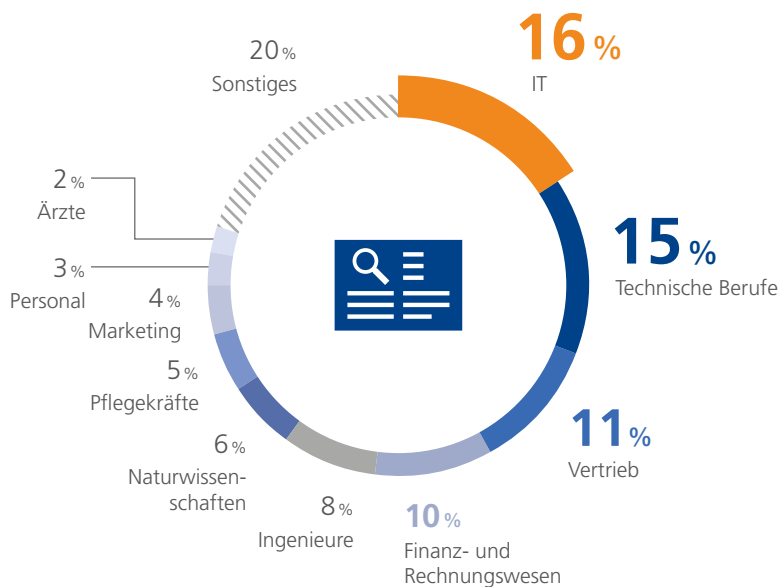


Stellenausschreibungen
je 100.000 Erwerbsfähige



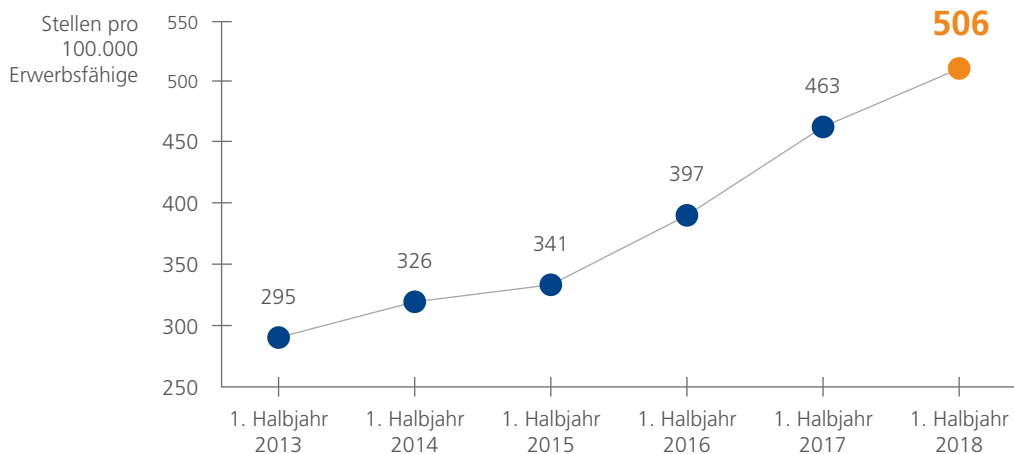


**BERUFSGRUPPENANTEILE AN ALLEN
STELLENAUSSCHREIBUNGEN**



Der größte Anteil an Stellenausschreibungen richtet sich an IT-Fachkräfte. Aber auch Vertriebs- und Finanzexperten werden bundesweit verstärkt von Unternehmen gesucht.

**WACHSTUM DER FACHKRÄFTENACHFRAGE
NACH JAHREN**

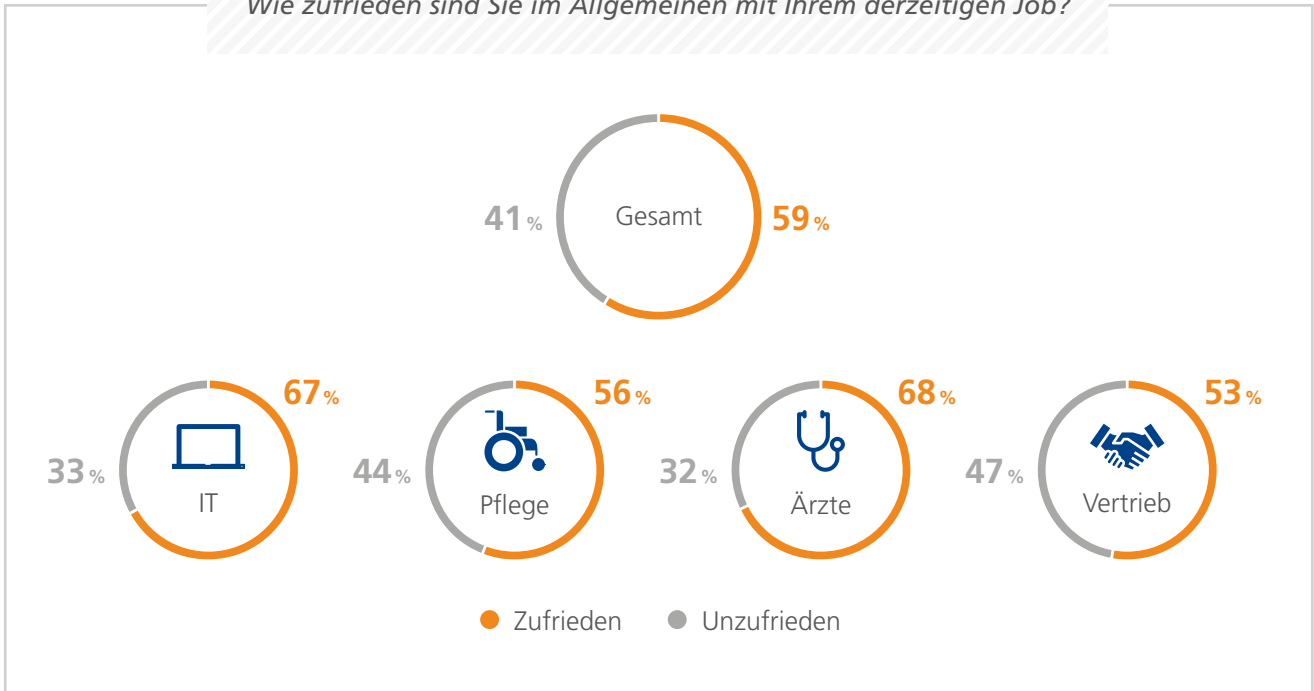




**FACHKRÄFTE SIND ZUFRIEDEN
IN IHREM JOB**



Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit Ihrem derzeitigen Job?



Die Mehrheit der Fachkräfte ist zufrieden mit ihrer derzeitigen beruflichen Tätigkeit. Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Jobzufriedenheit und dem Interesse für eine berufliche Veränderung.

Fachkräfte,
die mit ihrem Job
zufrieden sind

Fachkräfte,
die mit ihrem Job
unzufrieden sind

40% sind **aktiv auf der Suche** nach einem Jobangebot **77%**

60% sind zwar offen für neue Angebote, aber **nicht aktiv auf Jobsuche** **23%**

Nur 10 Prozent der Befragten wünschen sich aktuell keinen Jobwechsel.

Davon sind 95 Prozent zufrieden mit ihrer aktuellen beruflichen Tätigkeit. Auch hier zeigt sich: **Hohe Arbeitszufriedenheit wirkt sich negativ auf die Offenheit für eine berufliche Veränderung** aus.

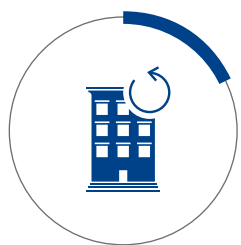


FACHKRÄFTE SIND SICH IHRER AUSGEZEICHNETEN POSITION AUF DEM ARBEITSMARKT BEWUSST



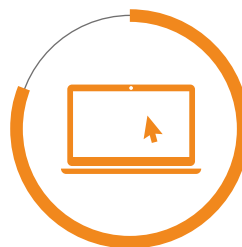
Acht von zehn bewerten die **Lage auf dem Arbeitsmarkt als gut**. Rund die Hälfte davon sogar als besser als in den vergangenen Jahren. Zudem halten sich Fachkräfte auch in einem bestehenden Arbeitsverhältnis auf dem Laufenden.

ZEIT FÜR DEN JOBWECHSEL



Nur **18%**

sind sich sicher, in fünf Jahren noch beim selben Arbeitgeber beschäftigt zu sein. Ein **Jobwechsel** ist bei der Mehrheit der Fachkräfte bereits **eingepplant**.



81%

der Befragten **informieren sich regelmäßig** über die aktuelle Situation auf dem Arbeitsmarkt in der eigenen Berufsgruppe.

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS

Das Interesse der Kandidaten wecken

Gefragte hochqualifizierte Fachkräfte wissen um ihre gute Lage auf dem Arbeitsmarkt. Selbst wenn sie grundsätzlich zufrieden mit ihrem Job sind, informieren sie sich über offene Stellen. Nur die wenigsten schließen einen Jobwechsel kategorisch aus. Diese Wechselbereitschaft sollten Unternehmen für sich nutzen, um Top-Talente für sich zu gewinnen und langfristig zu binden. **Der erste Schritt ist hierbei, sowohl Kandidaten auf aktiver Jobsuche als auch Fachkräfte, die sich regelmäßig über ihre Marktchancen auf dem Laufenden halten, umfassend und ehrlich zu informieren.** Unternehmen, die alle relevanten Informationen

zu vakanten Stellen, der Unternehmenskultur und den Arbeitgebervorteilen übersichtlich und zentral auf einer Plattform darstellen, können bei Fachkräften direkt punkten. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der Authentizität der Informationen zu. Mit konkreten Beispielen aus dem Unternehmensalltag können Arbeitgeber ihre Kultur illustrieren und das Interesse von Kandidaten wecken. Denn insbesondere Fachkräfte, die zufrieden mit ihrem Job sind, werden ihn nur dann wechseln, wenn sie sicher sind, dass sie sich mit dem neuen Job wirklich verbessern können.

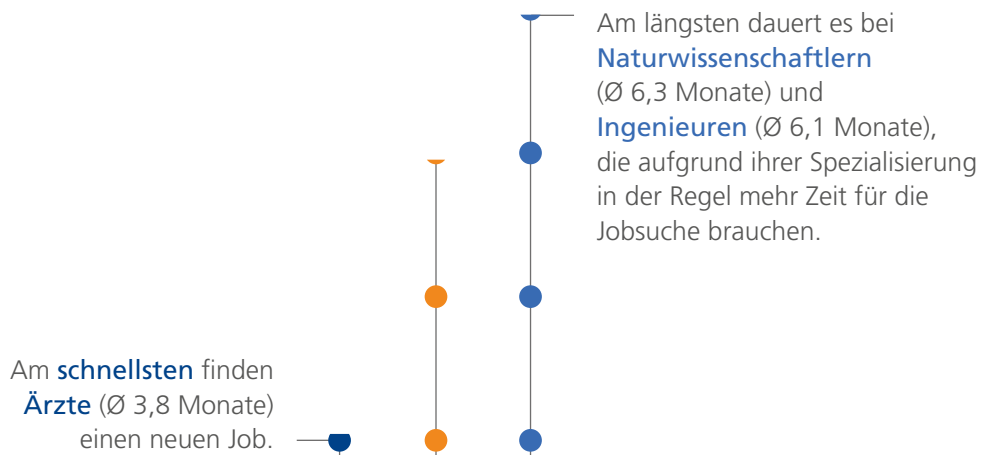


DER WEG ZUM NEUEN JOB

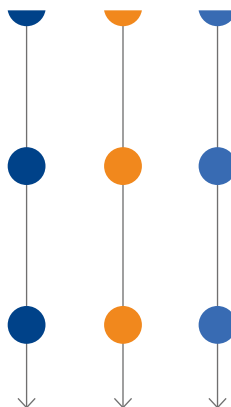
So erleben Fachkräfte die Jobsuche



Die Jobsuche von der ersten Recherche bis zur Vertragsunterschrift dauert bei qualifizierten Fachkräften in Deutschland durchschnittlich **5,2 Monate**.



Der letztendlich erfolgreiche Bewerbungsprozess (vom Abschicken der Bewerbung bis zum Unterschreiben des Arbeitsvertrages) dauert durchschnittlich 2,4 Monate.





**SO GEHEN FACHKRÄFTE DIE
JOBSUCHE AN**

Die **Recherche nach passenden Stellenangeboten** ist **eine der zentralen Aktivitäten** während der Jobsuche. Hierbei zeigt sich, dass sich das Suchverhalten bei Aktiv- und Passiv-Suchenden unterscheidet. Zwar sind bei beiden Gruppen **Online-Jobbörsen der am häufigsten gewählte Kanal**, jedoch spielen z. B. Business-Netzwerke bei Fachkräften, die nicht aktiv auf Jobsuche sind, eine wichtigere Rolle als die Karriereseiten der Unternehmen.



*Welche der folgenden Kanäle bzw. Medien nutzen Sie häufig **zur Suche** nach Stellenanzeigen?*



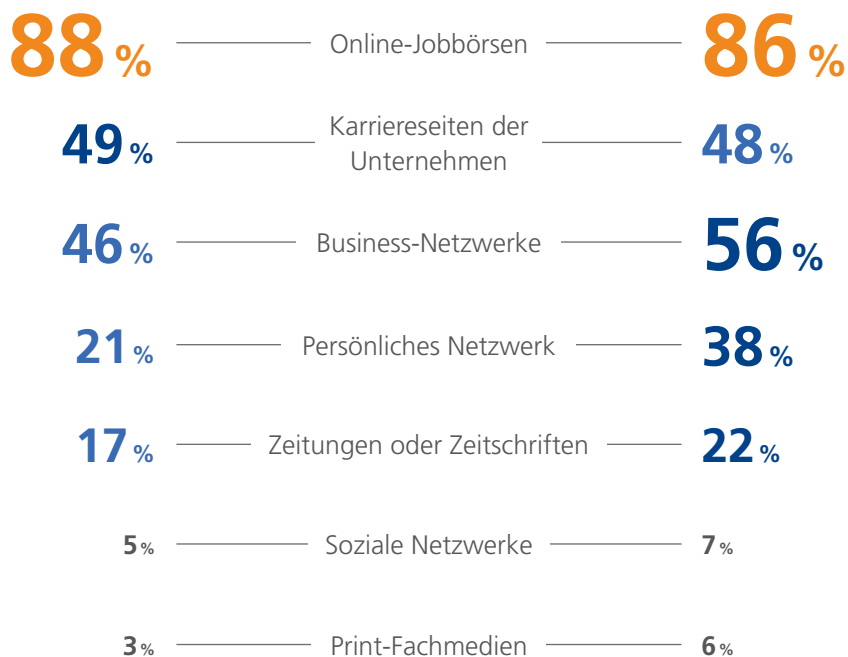
*Welche der folgenden Kanäle bzw. Medien nutzen Sie, um sich über aktuelle Jobangebote **auf dem Laufenden zu halten**?*



AKTIV-SUCHE



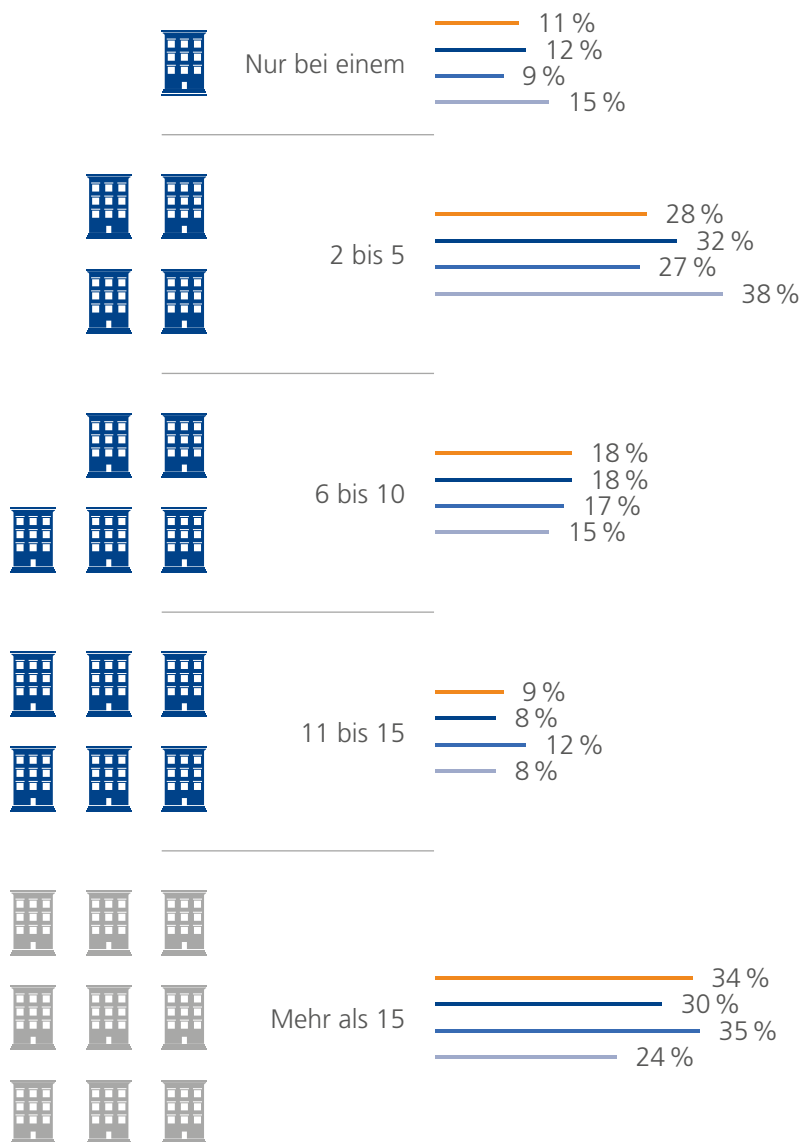
PASSIV-SUCHE



Die **Mehrheit der Kandidaten streut ihre Unterlagen breit**. Rund 9 von 10 Fachkräften sind sich bei ihrer Bewerbung sicher, dass sie auf die Position passen.

?

Bei wie vielen Unternehmen haben Sie sich beworben?

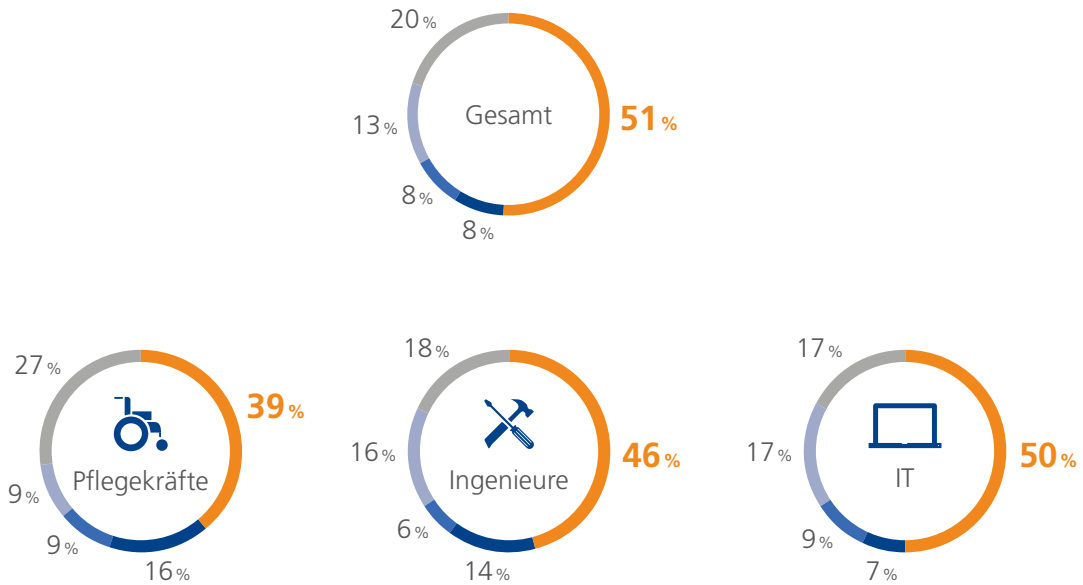


● Gesamt
 ● IT
 ● Marketing
 ● Pflege

Basis: Fachkräfte, die in den letzten 12 Monaten ihren Job gewechselt haben.



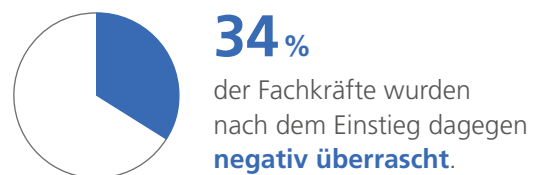
Über welchen Recruiting-Kanal haben Sie die Stelle gefunden, die Sie aktuell haben?



- Online-Jobbörse
- Unternehmenswebsite
- Ich wurde vom Unternehmen direkt angesprochen
- Ich habe die Stelle über einen persönlichen Kontakt gefunden
- Ich wurde von einem Headhunter/ Personalvermittler angesprochen

Basis: Fachkräfte, die in den letzten 12 Monaten ihren Job gewechselt haben.

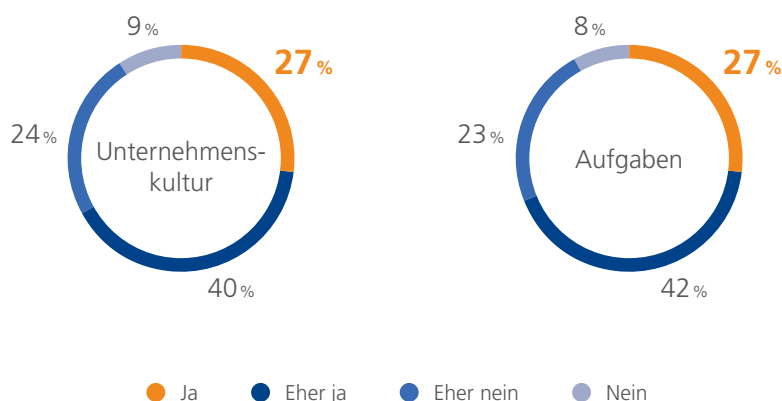
Die meisten Unternehmen erfüllen die im Bewerbungsprozess geweckten Erwartungen der Fachkräfte nach dem Einstieg.



In Stellenanzeigen und im Bewerbungsprozess wird **häufig ein sehr positives oder zumindest beschönigtes Bild des Unternehmens und des neuen Jobs** dargestellt. So wurden ein Drittel der Befragten schon mindestens einmal über die Unternehmenskultur und/oder über die Aufgaben im neuen Job getäuscht.



Entsprach das in den Stellenanzeigen und in dem Bewerbungsprozess kommunizierte Bild der Unternehmenskultur bzw. die kommunizierte Beschreibung der Aufgaben der Realität nach Ihrem Eintritt?



GUT ZU WISSEN

Für 97 Prozent der Fachkräfte in Deutschland spielt die Unternehmenskultur eine wichtige Rolle im Berufsleben. Mehr als jeder Zweite hat bereits den Job aufgrund einer unpassenden Unternehmenskultur gewechselt. Eine gute Passung der Bewerber zur Unternehmenskultur zu überprüfen, zählt sich daher aus Sicht der Fachkräfte aus. Cultural Fit spielt auch aus der Sicht der Personalverantwortlichen eine wichtige Rolle im Recruiting. So finden 93 Prozent der befragten Unternehmen die kulturelle Passung im Recruiting wichtig. Angesichts der hohen Bedeutung von Cultural Fit verwundert es

jedoch, dass nur 6 von 10 Unternehmen bei Neueinstellungen gezielt auf Cultural Fit achten. Die Mehrheit der Unternehmen achtet bei der Kandidatenauswahl nach wie vor vorrangig auf Formalqualifikationen. Dabei glaubt die Mehrheit der Kandidaten, dass Unternehmen, die bei der Einstellung der Persönlichkeit des Bewerbers eine große Bedeutung beimessen, zufriedenere Mitarbeiter und Teams haben. 56 Prozent sind sogar davon überzeugt, dass Unternehmen, die auf eine kulturelle Passung achten, insgesamt erfolgreicher am Markt agieren.

Quelle: StepStone People Tech Insights: „Recruiting mit Persönlichkeit“ (2017)



**AUS DIESEN GRÜNDEN SEHEN FACHKRÄFTE
VON EINER BEWERBUNG AB**

„Ich habe mich schon mal gegen eine Bewerbung auf eine Stelle entschieden, weil die Stellenausschreibung bereits **zu lange online** war.“

48%

„Ich habe mich schon mal gegen eine Bewerbung auf eine Stelle entschieden, weil mir **wichtige Informationen** in der Stellenausschreibung **gefehlt** haben.“

50% 

„Ich habe mich schon mal gegen eine Bewerbung auf eine Stelle entschieden, weil ich für die Bewerbung ein **Online-Bewerbungsformular/Karriereportal** des Arbeitgebers hätte nutzen müssen.“

33%

Mehr als die Hälfte der Kandidaten hat sich bereits nach dem Besuch einer Karrierewebsite gegen eine Bewerbung entschieden, obwohl das Unternehmen inhaltlich passende Stellen hatte.

**DARUM HABEN SICH FACHKRÄFTE NACH DEM BESUCH DER
UNTERNEHMENSWEBSITE GEGEN EINE BEWERBUNG ENTSCHEIDEN**

53%

Ich hatte den Eindruck, dass die Informationen zum Unternehmen nicht der Realität entsprechen

25%

Die Karriereseite war unattraktiv gestaltet

20%

Ich konnte auf Anheb keinen Zugang zur Stellendatenbank/zu den offenen Stellen finden

7%

Die Unternehmensbeschreibung/weitere Informationen auf der Karriereseite haben mir nicht zugesagt

Aber auch nach einem Vorstellungsgespräch haben sich immerhin 6 von 10 Fachkräften mindestens einmal gegen ein Jobangebot entschieden, obwohl die Stelle inhaltlich passte. So ist die **Diskrepanz zwischen der Jobbeschreibung in der Stellenanzeige und den tatsächlichen Inhalten des Jobs** der wichtigste Grund für Fachkräfte, ein Angebot abzulehnen. Aber auch das Verhalten der Gesprächsteilnehmer ist entscheidungsrelevant.

DIESE GRÜNDE HATTEN EINFLUSS AUF EINE ABSAGE DES JOBANGEBOTS NACH DEM VORSTELLUNGSGESPRÄCH

„Die **Arbeitsinhalte** haben nicht meinen durch die Stellenanzeige **geweckten Erwartungen entsprechen.**“

 **51%**

„Der **Gehaltsvorschlag** entsprach nicht meinen Erwartungen.“

48%

„Ich habe mich **auf persönlicher Ebene** nicht gut **mit den Gesprächsteilnehmern** auf Arbeitgeberseite verstanden.“

43%

„Mein **künftiger Vorgesetzter** hat keinen guten Eindruck auf mich gemacht.“

41%

„Ich hatte den Eindruck, dass die **Informationen** zu Arbeitsplatz und Unternehmen **nicht ehrlich** waren.“

35%

„Ich hatte den Eindruck, die Gesprächsteilnehmer auf Arbeitgeberseite waren **schlecht vorbereitet.**“

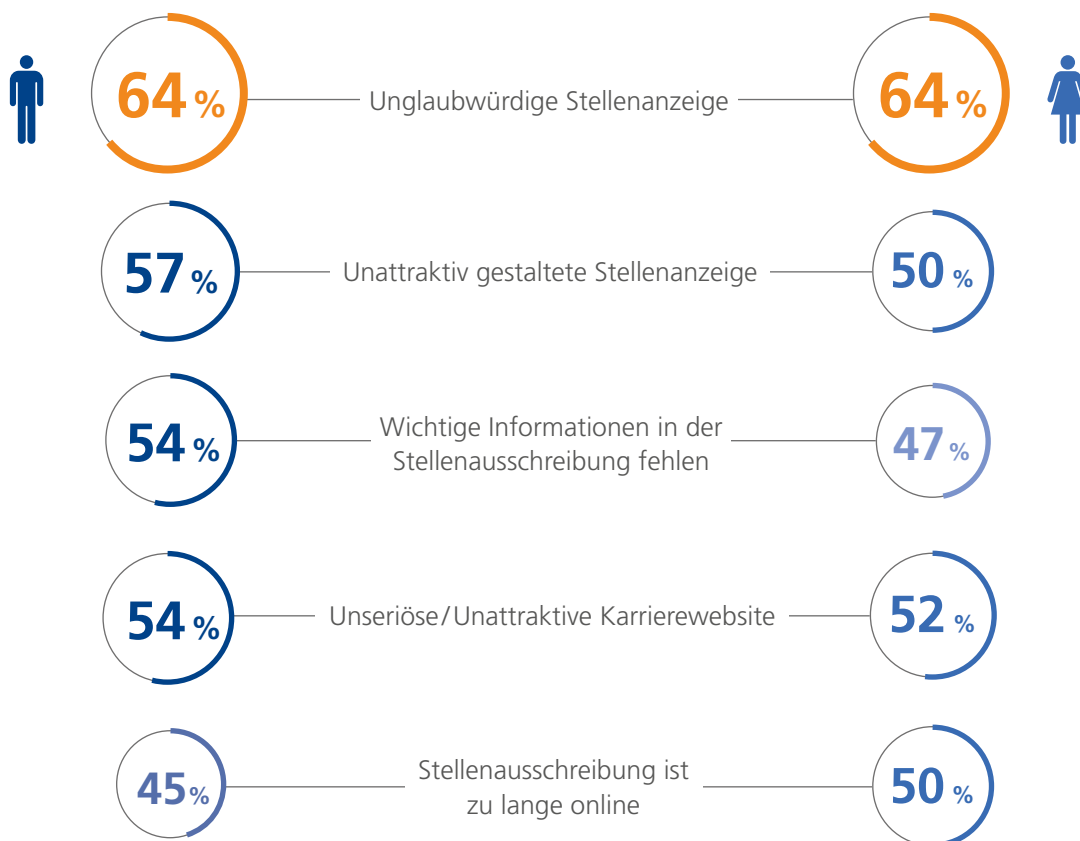
24%

„Meine **künftigen Kollegen** haben keinen guten Eindruck auf mich gemacht.“

11%



TOP 5 GRÜNDE GEGEN EINE BEWERBUNG NACH GESCHLECHT



EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS

Ehrlich und umfassend über Job und Unternehmen informieren

Die Stellenausschreibung ist das Aushängeschild für Arbeitgeber und häufig der erste Kontaktpunkt zwischen Kandidaten und Unternehmen. Sie sollte mehr als nur eine einfache Auflistung von Anforderungen und Aufgaben sein, denn sie stellt eine wichtige Entscheidungsgrundlage für oder gegen eine Bewerbung dar. **Die Ergebnisse der Kandidatenbefragungen zeigen, dass es Unternehmen oft noch nicht gelingt, die offenen Stellen ansprechend, konkret und verständlich darzustellen.** Insbesondere die Verwendung authentischer Bilder und Videos, die Darstellung der Arbeitgebervorteile und der Mitarbeitermeinungen tragen dazu bei, dass

Kandidaten sich die Stellenausschreibung genauer ansehen und sich einen Überblick über den Job und das Unternehmen verschaffen. Dennoch sollten Personalverantwortliche auch auf die Formulierung des Aufgabenprofils achten und vor der Veröffentlichung sowohl die konkreten Aufgaben als auch die Anforderungen kritisch auf Relevanz für die ausgeschriebene Stelle prüfen. Zu allgemeine oder zu unrealistische Angaben in verursachen unnötige Kosten, da sich entweder die falschen Kandidaten bewerben, passende Bewerber von einer Bewerbung absehen oder desinformierte Kandidaten den Bewerbungsprozess abbrechen.

3

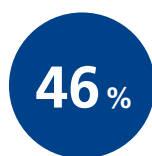
WAS IST KANDIDATEN BEI EINEM JOBANGEBOT WICHTIG?

Die Entscheidung für einen Job zählt zu den wichtigsten im Leben. Daher schauen Kandidaten sich ein Jobangebot ganz genau an. Die Mehrheit achtet beim zukünftigen Arbeitgeber in erster Linie auf ein **attraktives Gehalt, eine sichere Anstellung und flexible Arbeitszeitmodelle**. Auch das Thema Weiterbildung steht hoch im Kurs: So wünschen sich mehr als die Hälfte **regelmäßige Personalentwicklungsgespräche** sowie eine **langfristige Entwicklung zum Fachexperten**.

DIESE BETRIEBLICHEN WEITERBILDUNGSANGEBOTE WÜNSCHEN SICH FACHKRÄFTE



Regelmäßige Personalentwicklungsgespräche



Entwicklung zum Fachexperten



Erstellung einer langfristigen Laufbahnplanung



Entwicklung zur Führungskraft



Mentoring-Programm



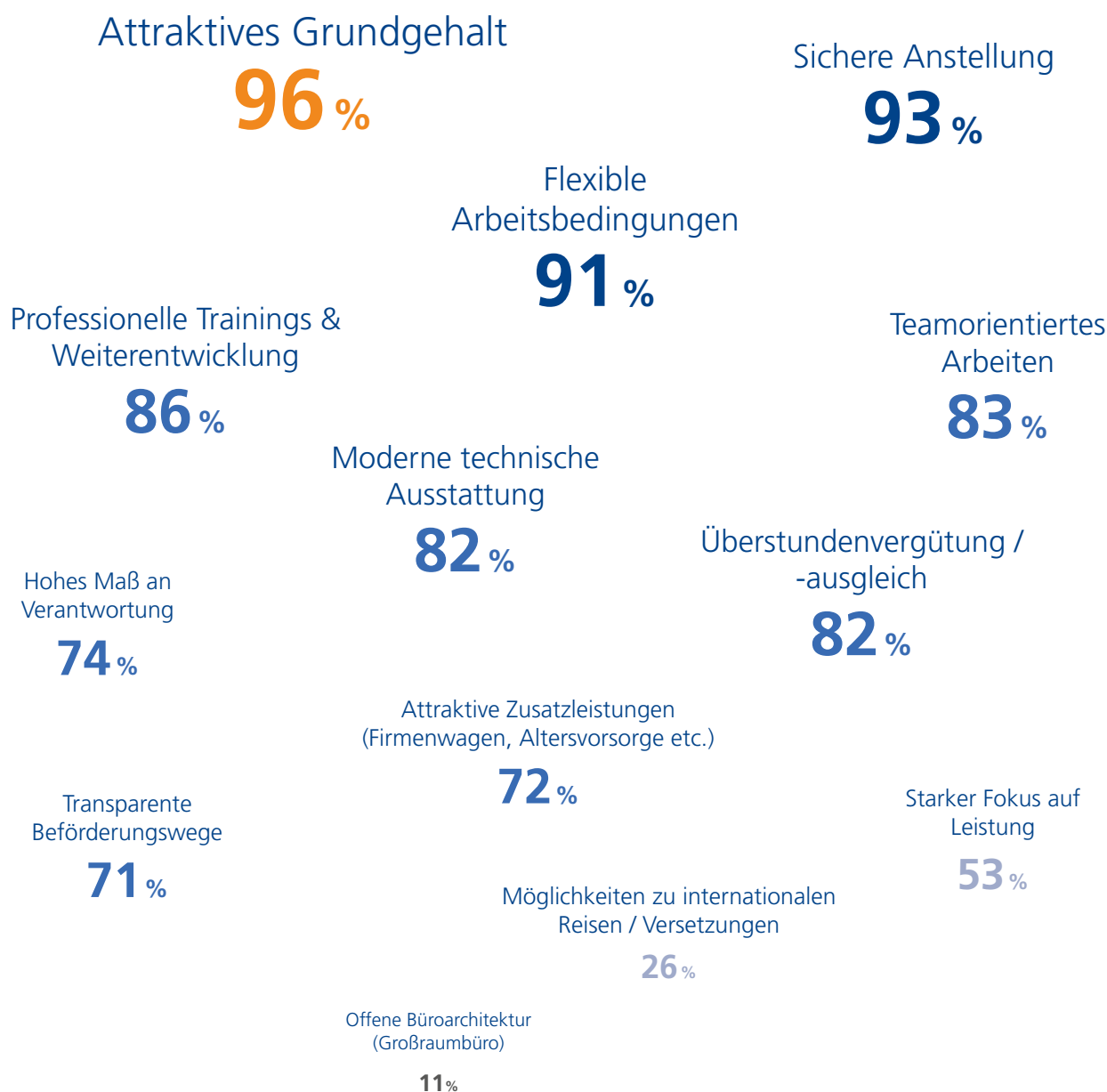
Internationale Austauschprogramme

Diese Angaben beziehen sich auf alle Umfrageteilnehmer, die angegeben haben, dass ihnen professionelle Trainings & Weiterentwicklung wichtig oder sehr wichtig sind.



.....

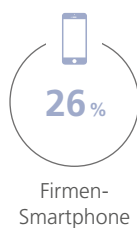
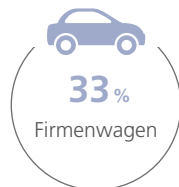
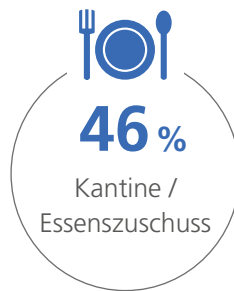
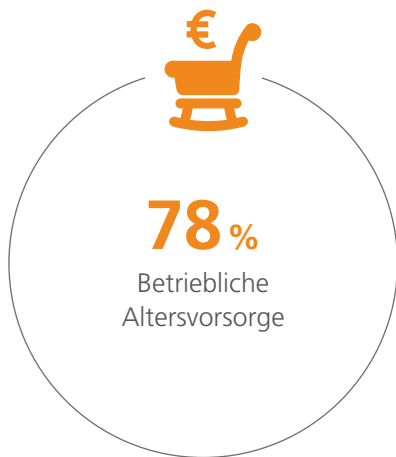
**DAS SIND DIE WICHTIGSTEN FAKTOREN BEI
DER ENTSCHEIDUNG FÜR EINEN ARBEITGEBER**



Wenn es um Benefits in Unternehmen geht, dann wünschen sich Fachkräfte vor allem finanzielle Vorteile wie eine **betriebliche Altersvorsorge**, eine **Gewinnbeteiligung** oder einen **erfolgsbasierten Bonus**. Während die Kinderbetreuung und das Familienbüro natürlich insbesondere für Eltern zu den gern gesehenen Benefits gehören, sind Firmen-Smartphones und der Firmenhund nur für einen Bruchteil der Fachkräfte interessant.



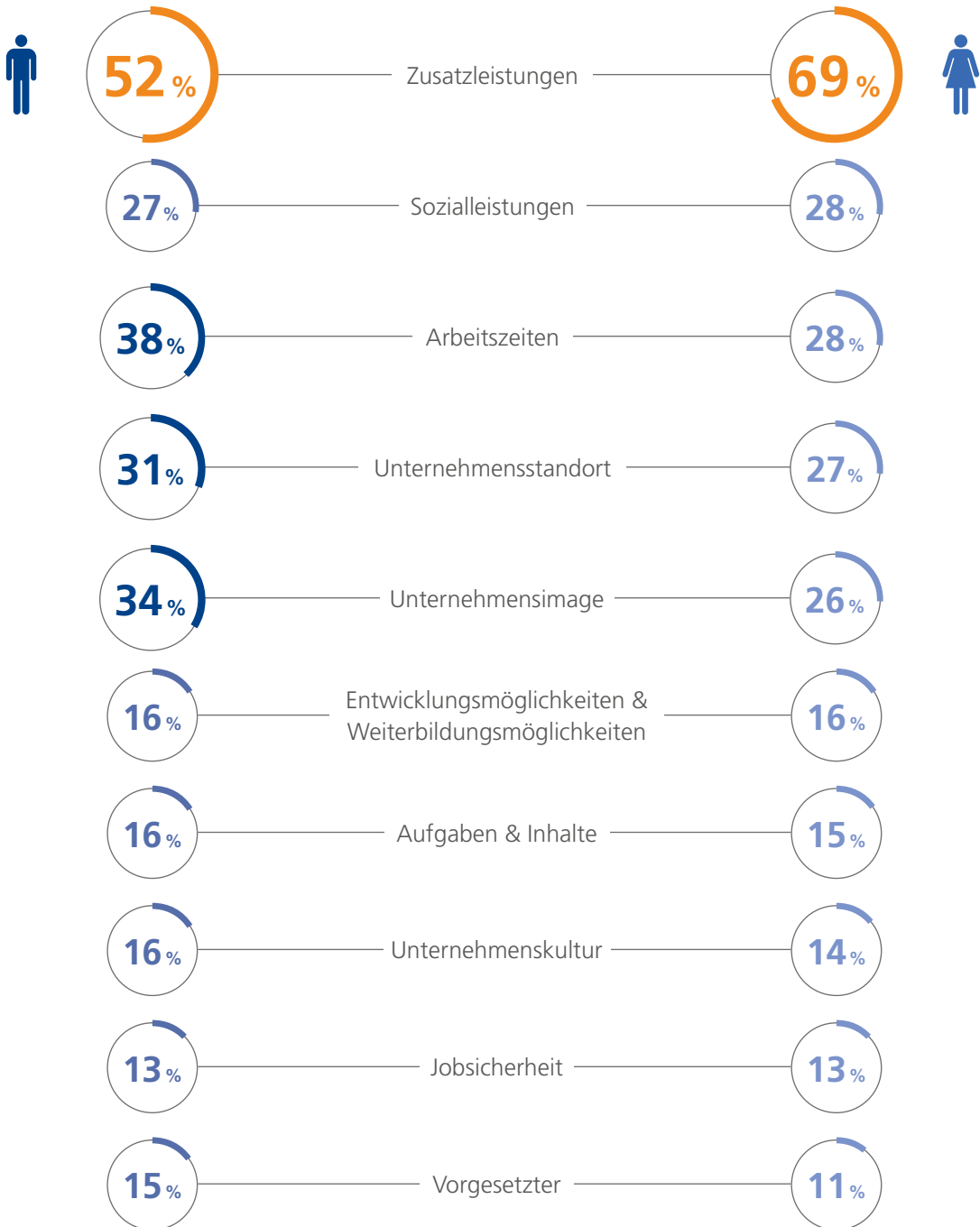
Wie attraktiv finden Sie die folgenden Leistungen und Mitarbeitervorteile bei einem Arbeitgeber?



Hund erlaubt

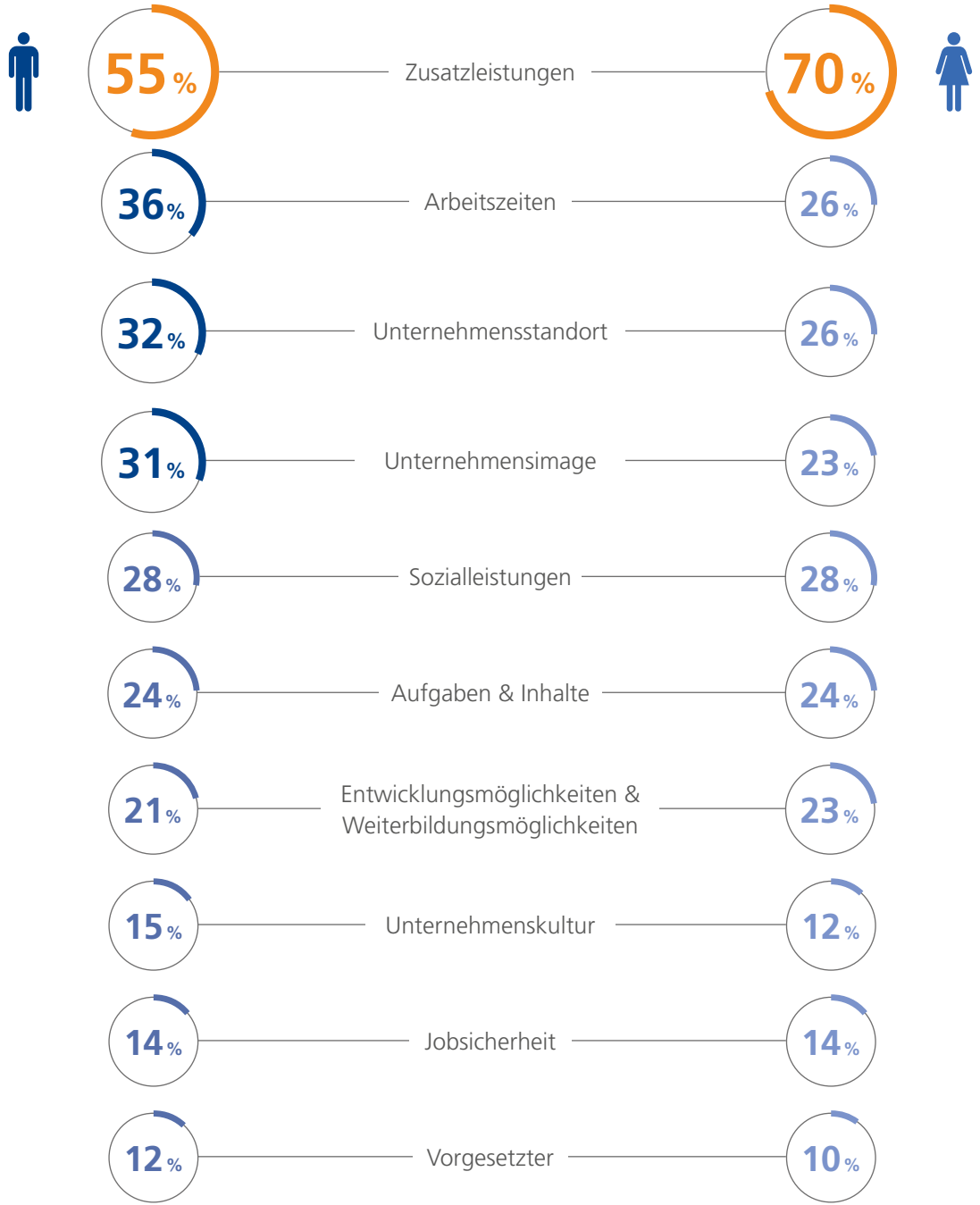


Wenn Sie ein Jobangebot **mit einem sehr spannenden Aufgabengebiet** bekommen, in welchen Bereichen würden Sie Kompromisse machen?





*Wenn Sie ein Jobangebot mit **einem sehr attraktiven Gehalt** bekommen, in welchen Bereichen würden Sie Kompromisse machen?*



Für **die Mehrheit der Fachkräfte muss das Gesamtpaket stimmen**.
 Nur bei Zusatzleistungen, wie z. B. Firmenwagen oder Firmenhandy, sind viele bereit, Kompromisse zu machen.



TOP 5 BENEFITS NACH GESCHLECHT



EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS

Die Zielgruppe kennen und verstehen

Für das Recruiting und die langfristige Mitarbeiterbindung bleibt die Arbeitgeberattraktivität eine wichtige Rahmenbedingung. **Daher ist es für Arbeitgeber essentiell, Wünsche, Prioritäten und typische Verhaltensweisen der gesuchten Zielgruppe genau zu analysieren und diese entsprechend zu berücksichtigen.** Beispielsweise sind die Jobsicherheit und ein angemessenes Gehalt wichtige Faktoren für Fachkräfte bei der Wahl eines neuen Arbeitgebers. Durch die gute Lage auf dem Arbeitsmarkt stellen sie aber auch andere Ansprüche, die

ebenso entscheiden: So sind teamorientiertes Arbeiten, ein hohes Maß an Verantwortung und transparente Beförderungswege wichtige Faktoren, auf die Fachkräfte bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber achten. Auch machen betriebliche Angebote zur persönlichen Weiterentwicklung und Fortbildungen – beispielsweise in Form von Fachschulungen oder Personalentwicklungsgesprächen – ein Jobangebot attraktiv. Unternehmen, die diese Punkte umsetzen und frühzeitig im Recruiting darüber informieren, sammeln Pluspunkte.

4

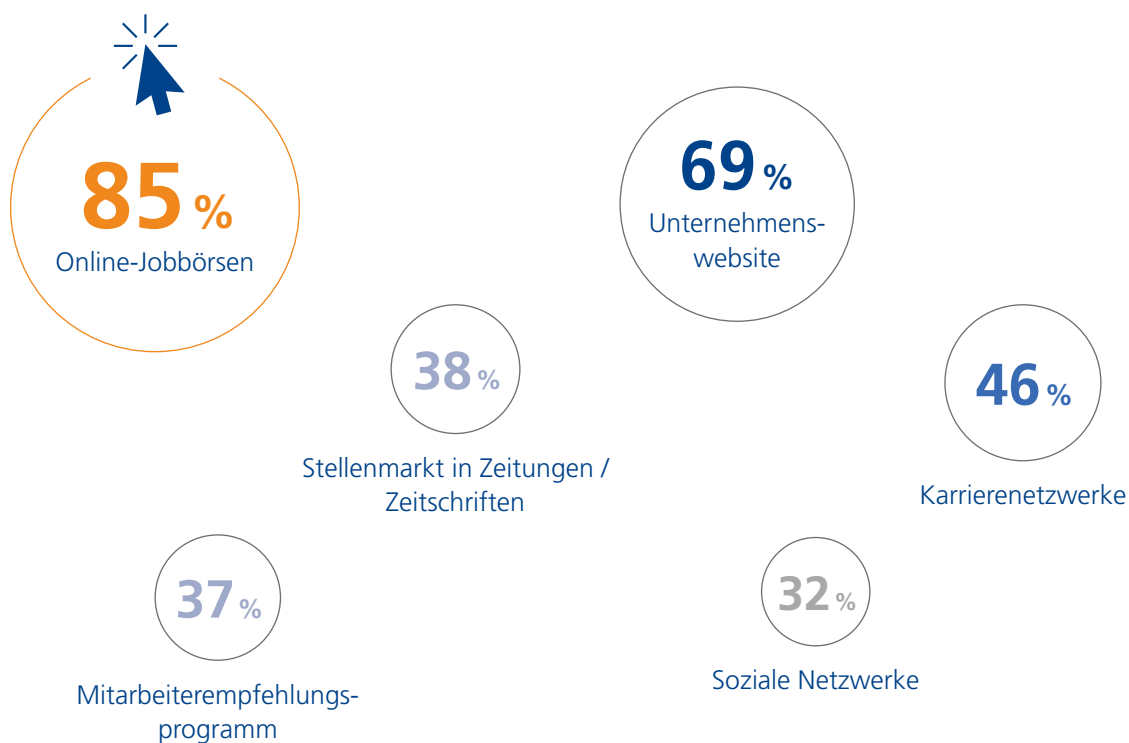
DIE STELLENANZEIGE

So suchen Unternehmen nach passenden Kandidaten

Die populärste Plattform zur Veröffentlichung einer Stellenanzeige ist die Online-Jobbörse. **85 Prozent der Unternehmen suchen dort nach passenden Kandidaten**. Aber auch die unternehmenseigene Website sowie Karrierenetze sind beliebte Plattformen zur Suche nach neuen Mitarbeitern. Fast die Hälfte der Unternehmen nutzt zudem **die eigenen Mitarbeiter als Unternehmensbotschafter**: 78 Prozent der Unternehmen, die ein Mitarbeiterempfehlungsprogramm haben, prämiert die Mitarbeiter bei erfolgreicher Werbung.

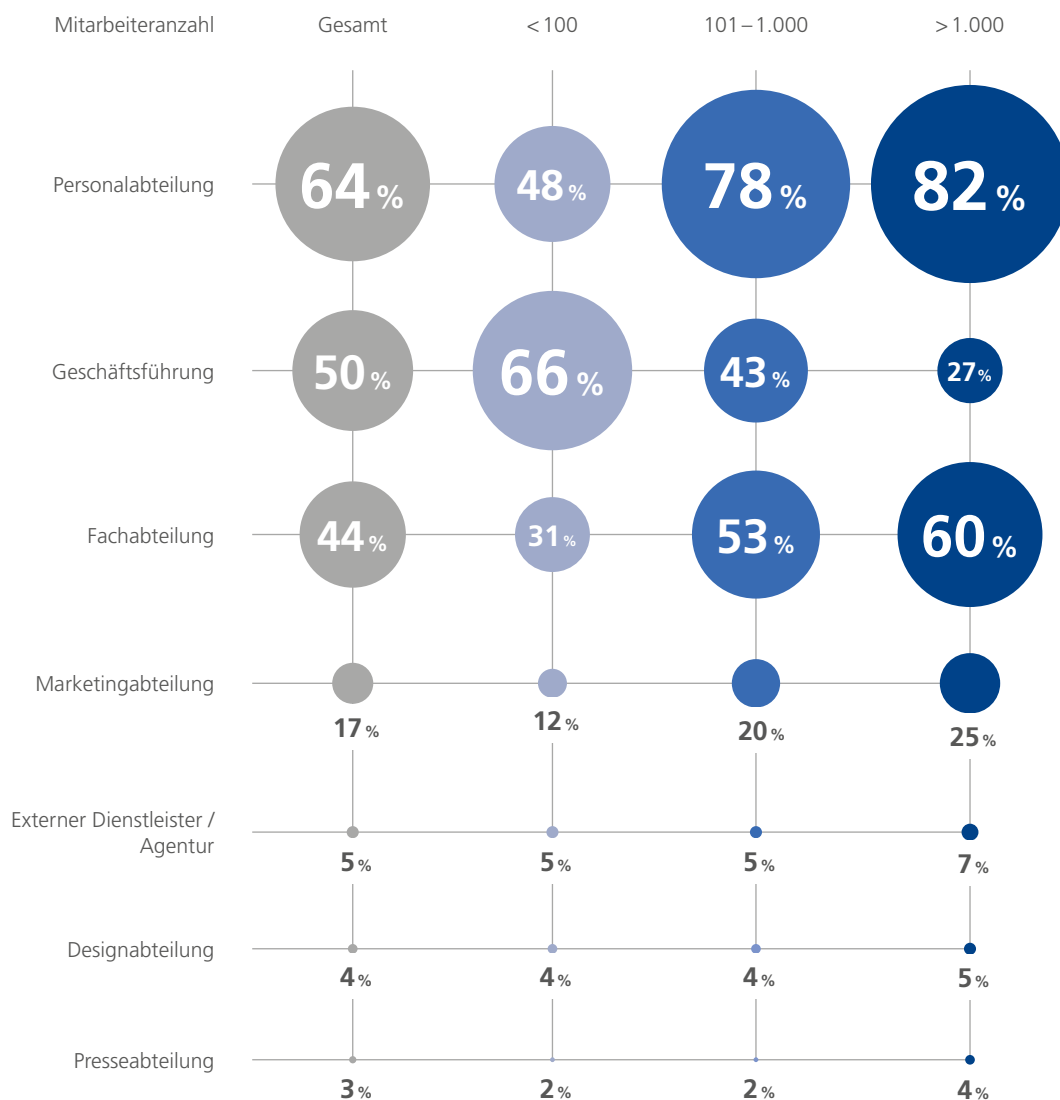
?

Welche Plattform nutzen Sie für die Schaltung Ihrer Stellenanzeigen?





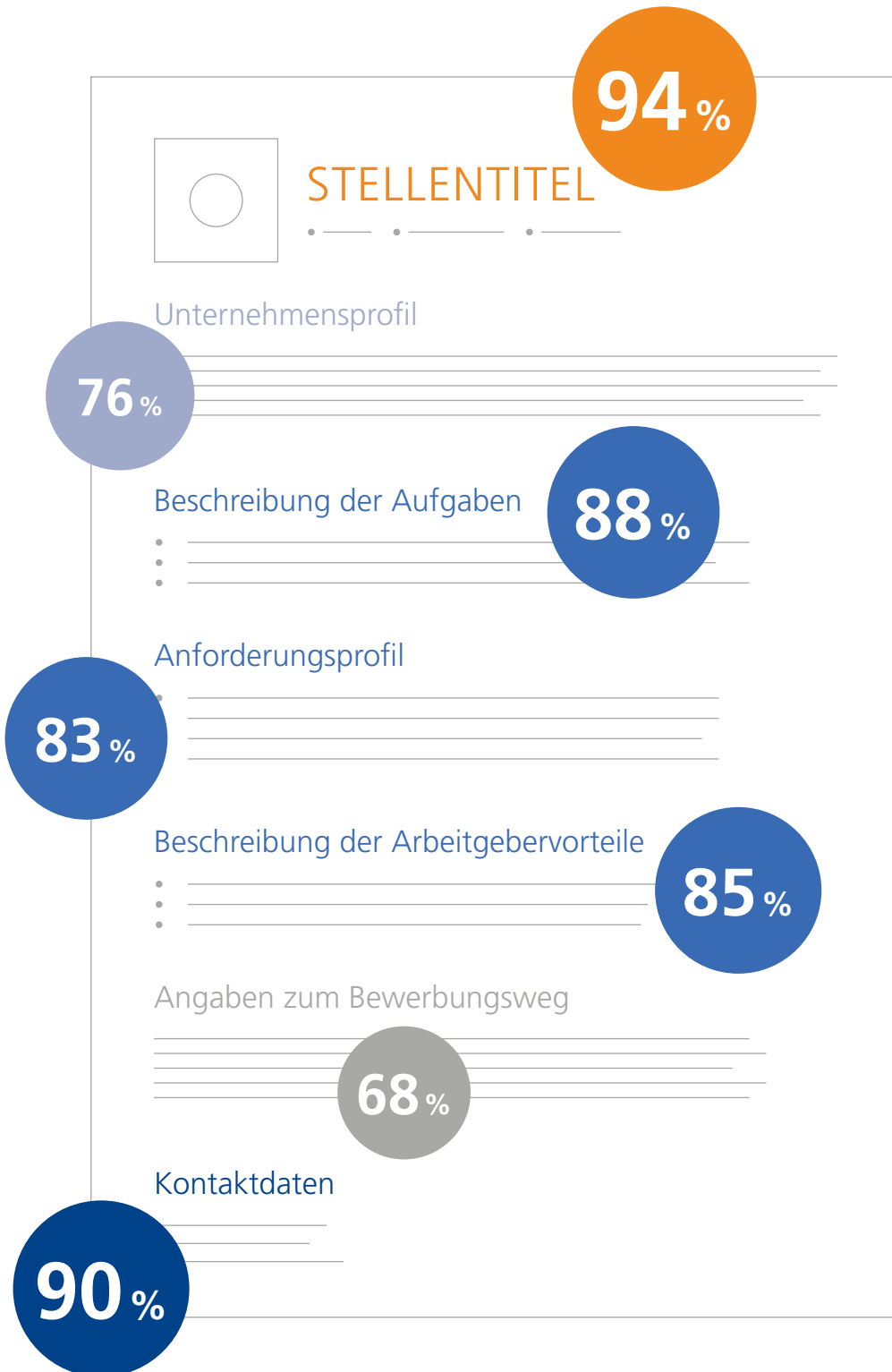
**DIESE UNTERNEHMENSBEREICHE UND ABTEILUNGEN ENTSCHEIDEN
ÜBER INHALT UND GESTALTUNG DER STELLENANZEIGEN**



Je größer das Unternehmen, desto mehr Unternehmensbereiche sind in den Prozess der Erstellung und Gestaltung der Stellenausschreibung involviert. Während in kleinen Unternehmen häufig die Geschäftsführung über die konkrete Ausarbeitung des Stellenprofils entscheidet, sind in Großunternehmen vor allem das Personalmanagement und die Fachabteilung an dem Prozess beteiligt.

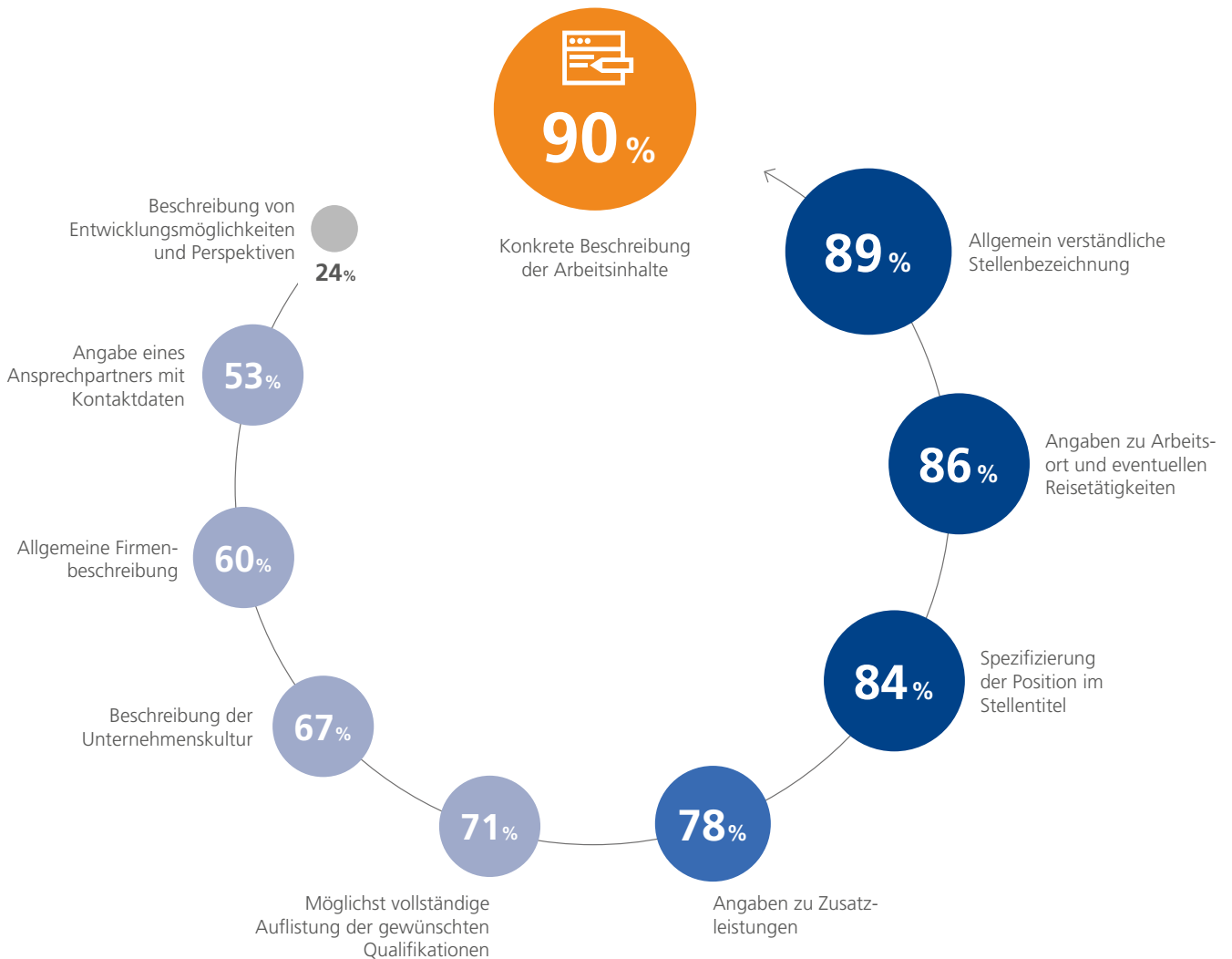


Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach die folgenden Themenblöcke für den Erfolg einer Stellenanzeige?





**DIESE INHALTE EINER STELLENANZEIGE BEEINFLUSSEN
AUS DER SICHT DER RECRUITER DIE BEWERBUNGSABSICHTEN
DER KANDIDATEN AM STÄRKSTEN**



Arbeitsinhalte, Standort, Stellentitel – Recruiter wissen, dass Kandidaten auf den ersten Blick auf diese drei Faktoren bei der Jobsuche achten. Jedoch stellen **nur rund 7 von 10 Unternehmen** diese Elemente in jeder Stellenausschreibung dar.



DIESE ELEMENTE GEHÖREN IN STELLENANZEIGEN ZUM STANDARD



Informationen, die Unternehmen hingegen in Stellenanzeigen auslassen, sind z. B. Angaben zur monetären Vergütung. **Lediglich 2 von 10 Unternehmen veröffentlichen in ihrem Stellenprofil eine Gehaltsangabe.** Und das, obwohl 73 Prozent der Recruiter den Faktor Gehalt als wichtigen Einflussfaktor bei der Entscheidung für eine Bewerbung bewerten.



KANDIDATEN WOLLEN ALLE RELEVANTEN INFORMATIONEN SCHON IN DER STELLENANZEIGE LESEN

„Ich wünsche mir, Informationen zu **finanziellen Leistungen** des Unternehmens (z. B. Gehalt, betriebliche Altersvorsorge etc.) schon in einer Stellenanzeige zu erhalten“

 **80%**

„Informationen zu (für mich attraktiven) **Zusatzleistungen und Mitarbeitervorteilen** in einer inhaltlich passenden Stellenanzeige erhöhen meine Bereitschaft, mich auf die jeweilige Stelle zu bewerben“

78%

„Ich wünsche mir, Informationen zu Mitarbeitervorteilen (z. B. **Produktvergünstigungen, Sportangebote** etc.) schon in einer Stellenanzeige zu erhalten“

73%

GUT ZU WISSEN

Stellenanzeigen sind in der Regel der erste Kontaktpunkt zwischen Kandidaten und potenziellen Arbeitgebern. Dennoch werden noch nicht alle Möglichkeiten dieses Mediums von Unternehmen vollumfänglich ausgenutzt. So stimmen nur 2 von 10 Fachkräften der Aussage zu, dass Informationen in Stellenanzeigen ihnen in der Regel ausreichen. Insbesondere Angaben zum Gehalt, zu Arbeitszeitmodellen und zu Entwicklungsmöglichkeiten fehlt der

Mehrheit der Befragten. Aber auch Zusatzinformationen zum Unternehmen sind bei der Jobsuche wichtig. So geben 60 Prozent der Kandidaten an, dass Informationen aus dem Unternehmensalltag, wie z. B. die Darstellung des Unternehmens aus Sicht der Mitarbeiter, ihre Entscheidung für einen Job beeinflussen. Insgesamt sind nur ein Drittel der Befragten der Meinung, dass Unternehmen sich als authentische Arbeitgeber präsentieren.

Quelle: StepStone Recruiting Insights: „Kandidaten im Fokus“ (2017)



UNTERNEHMEN HALTEN SICH BEDECKT

Nur die **Minderheit der Unternehmen informiert in ihren Stellenanzeigen über Vorteile und Zusatzleistungen**. Dabei sind diese Informationen besonders gut dazu geeignet, sich im Wettbewerb um die besten Talente am Markt hervorzuheben.



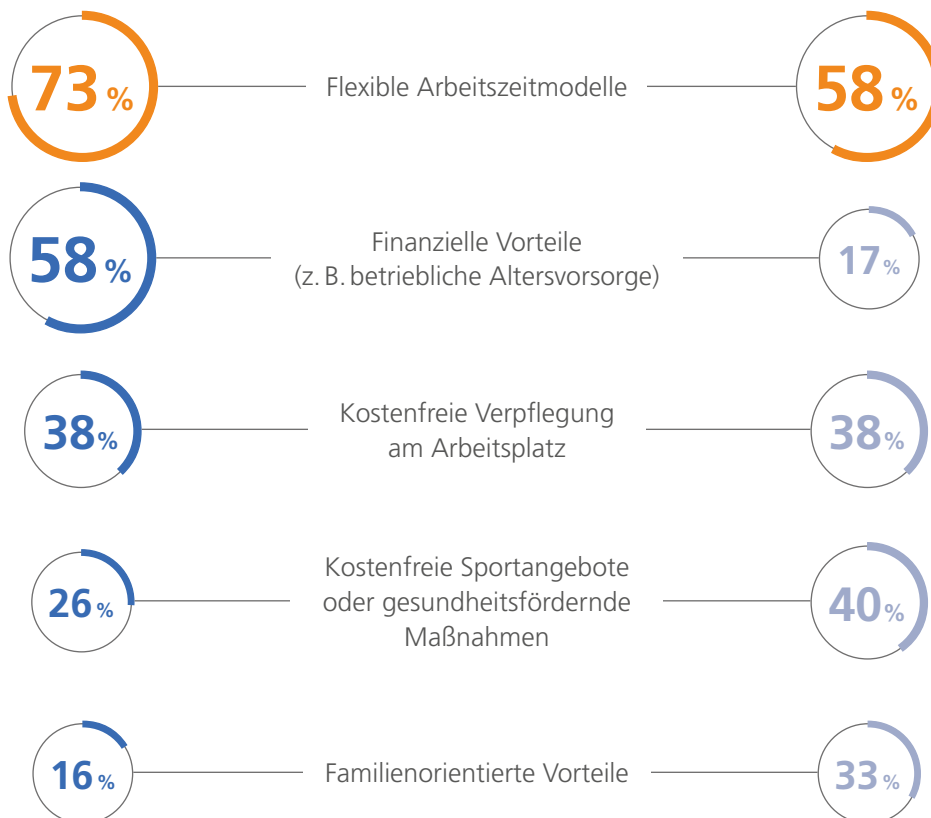
Bietet Ihr Unternehmen folgende Vorteile und Zusatzleistungen an? Wenn ja, welche dieser Vorteile werden in Stellenanzeigen kommuniziert?



Anteil der Unternehmen, die diesen Unternehmensvorteil **anbieten**



Anteil der Unternehmen, die diesen Vorteil auch **aktiv kommunizieren**



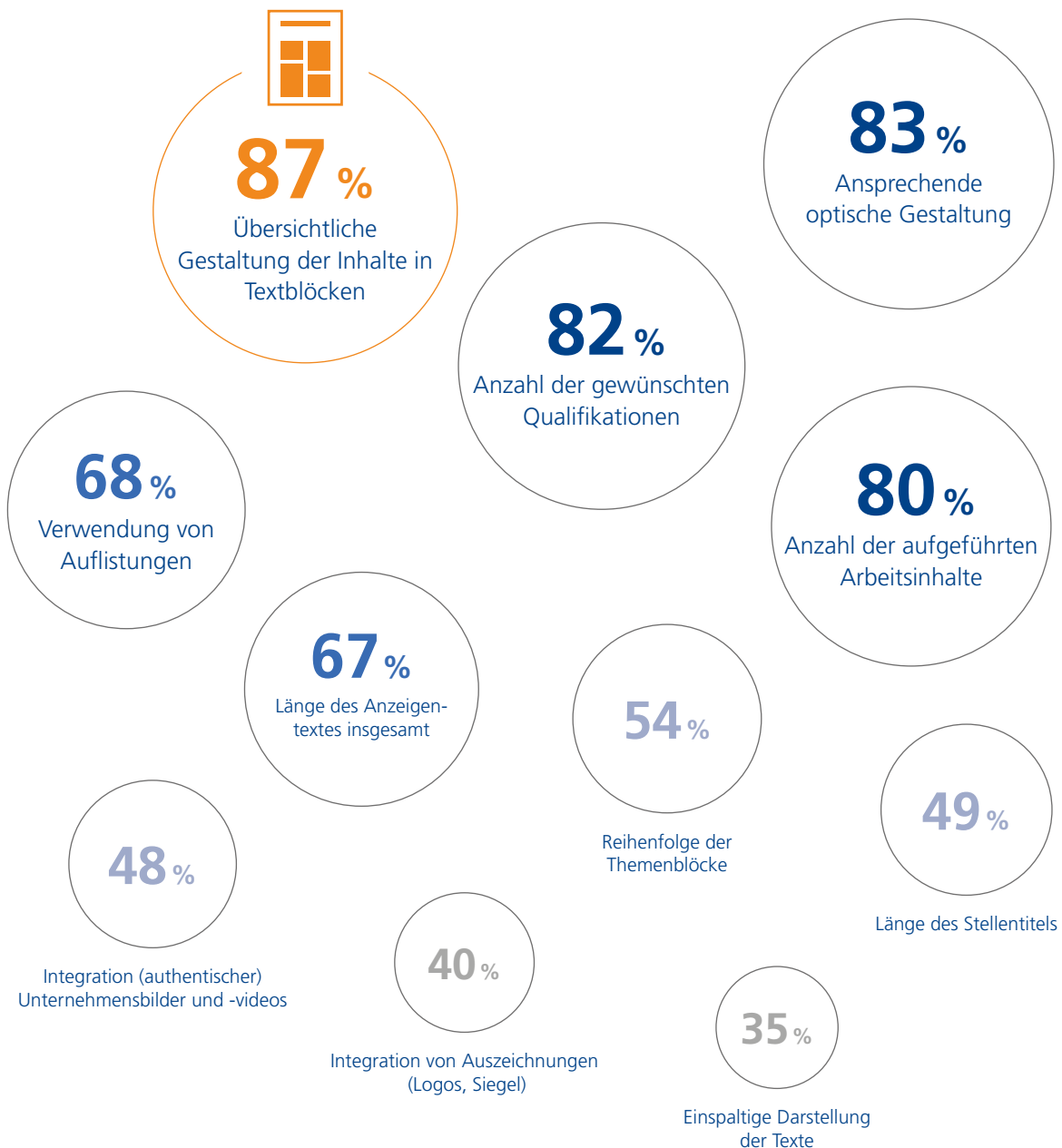


DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT

54 Prozent der Kandidaten haben sich schon einmal **aufgrund einer unattraktiv gestalteten Stellenanzeige gegen eine Bewerbung** auf eine inhaltlich passende Stelle entschieden. Dabei ist der Mehrheit der Recruiter die Relevanz formeller Aspekte für die Attraktivität von Stellenanzeigen bewusst.



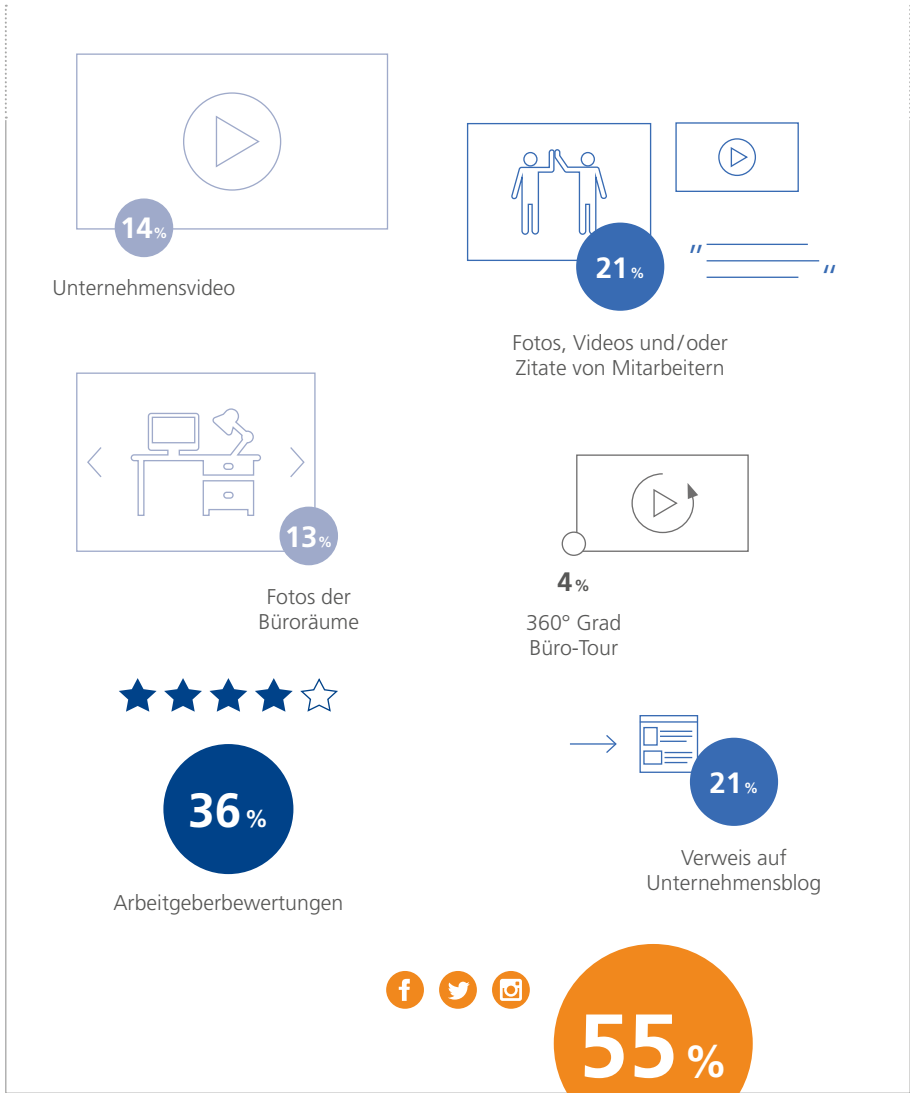
Wie stufen Sie die Relevanz folgender formeller Aspekte für die Attraktivität von Stellenanzeigen ein?



Unternehmen haben noch Optimierungspotenzial bei der Gestaltung von Stellenausschreibungen. Die Verwendung von authentischen Bildern und Videos, die Einbindung von sozialen Medien oder Mitarbeiterbewertungen werden bisher nur von einer Minderheit der Unternehmen als Elemente in die Stellenanzeige integriert.

?

Welche der folgenden Elemente sind in Ihren Stellenanzeigen derzeit enthalten?






RECRUITER WISSEN, DASS KANDIDATEN NICHT AN EMPLOYER-BRANDING-FLOSKELN GLAUBEN

Anteil der Recruiter und Kandidaten, die folgende Sätze in Stellenanzeigen für eher unglaubwürdig und unglaubwürdig einstuft

„Bei uns bekommen Sie beides: die Vorteile eines Großkonzerns und den Unternehmergeist eines Start-Ups“

 **75%**  **75%**

„Wir vereinen hohe Leistungsorientierung und gelebte menschliche Werte“

 **62%**  **70%**

„Unser Umgang ist offen und wertschätzend, der Zusammenhalt in den Teams und unter den Kollegen ist außergewöhnlich gut“

 **52%**  **50%**

„Bei uns stoßen Sie auf flache Hierarchien“

 **53%**  **43%**

„Wir sind ein inhabergeführtes, sozial engagiertes Unternehmen“

 **26%**  **25%**

 Recruiter

 Kandidaten

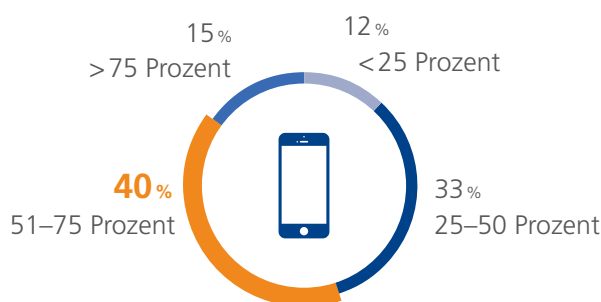
Recruitern ist zwar die Fragwürdigkeit von Floskeln bewusst, trotzdem finden sich solche Sätze immer noch in vielen Stellenanzeigen. **64 Prozent der Kandidaten haben sich schon einmal bewusst nicht auf eine Stelle beworben, weil ihnen die Inhalte der Stellenanzeige unglaubwürdig erschienen.**



MOBILE RECRUITING: UNTERNEHMEN SIND NUR TEILWEISE RESPONSIVE



Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Kandidaten ein, die Ihre Stellenanzeigen über ein mobiles Endgerät aufrufen/lesen?



Auf StepStone.de rufen im Schnitt 52 Prozent der Kandidaten monatlich ihre Stellenanzeigen über ein mobiles Endgerät auf. Jedoch beschäftigt sich nur rund die Hälfte der Recruiter mit der mobilen Optimierung der Stellenanzeige.

GUT ZU WISSEN

Digitale Technologien eröffnen Unternehmen und Kandidaten zahlreiche neue Möglichkeiten, die Jobsuche und Bewerbung schneller und einfacher zu gestalten. So würden 76 Prozent der Kandidaten eine One-Click-Bewerbung (Kurzbewerbung) nutzen. Auch eine Bewerbung per Online-Profil käme für 71 Prozent der befragten Fachkräfte in Frage. Unternehmen sind hingegen noch nicht im mobilen Zeitalter

angekommen. So haben lediglich 49 Prozent eine für die Darstellung auf mobilen Geräten optimierte Website. Mobil-optimierte Bewerbungsmöglichkeiten bieten nur ein Drittel der Unternehmen an. Insgesamt zeigen Kandidaten ein reges Interesse an Tools, weshalb es nun an den Unternehmen liegt, ihre Rekrutierungsprozesse smarter und digitaler zu gestalten.

Quelle: StepStone Recruiting Insights: „Kandidaten im Fokus“ (2017)



?

Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um eine mobiloptimierte Darstellung Ihrer Stellenanzeigen sicher zu stellen?

56 %

Verwendung websicherer Schriftart

56 %

Aufbau in Themenblöcken

47 %

Keine Verwendung von interaktiven Elementen

46 %

Verwendung von Gliederungspunkten

41 %

Einspaltiger Aufbau

30 %

Begrenzung der maximalen Anzeigenbreite

20 %

Verzicht auf QR Codes

9 %

Videos sind direkt eingebunden

EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS

Den Kandidaten die Bewerbung erleichtern

Ein unkomplizierter Bewerbungsprozess, wie Fachkräfte ihn sich wünschen, fängt schon bei der Stellenanzeige an. **So wollen Kandidaten nicht mehr nur ein Aufgabenprofil erhalten, sondern möglichst viele weitere Informationen, die es ihnen erleichtern, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden.** Eine einheitliche Struktur und attraktive Gestaltung der Stellenanzeige hilft den Kandidaten darüber hinaus, sich besser zu orientieren. Aber auch die Mobil-Optimierung der Karriereseite, leicht bedienbare Online-Formulare und die Möglichkeit, schnell und einfach Kontakt aufzunehmen,

werden zunehmend zum Wettbewerbsvorteil für rekrutierende Unternehmen. Gerade gefragte Fach- und Führungskräfte mit eng getaktetem Alltag sehen von einer Bewerbung ab, wenn die Hürden zu hoch sind. **Kandidaten wünschen sich zudem schon im Bewerbungsprozess direkten Austausch mit unterschiedlichen Unternehmensvertretern.** Schnelles persönliches Feedback, Kontakt zu potenziellen Kollegen oder unkomplizierte Möglichkeiten, ins Unternehmen reinzuschnuppern, verbessern die Candidate Experience und verringern die Wahrscheinlichkeit eines Mismatches für beide Seiten.

IMPRESSUM

StepStone GmbH
Völklinger Str. 1
40219 Düsseldorf
info@stepstone.de

Weitere StepStone-Studien und Informationen
rund um Personalgewinnung finden Sie auf:

www.stepstone.de