

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/31973/1565896/web-2-0-als-informationsquelle-fuer-bewerber-und-unternehmen> abgerufen werden.

Monster Worldwide Deutschland GmbH

Web 2.0 als Informationsquelle für Bewerber und Unternehmen

23.02.2010 - 06:00 Uhr, Monster Worldwide Deutschland GmbH

Eschborn (ots) -

- Monster präsentiert Studienergebnisse zur Akzeptanz von Web 2.0 im Recruiting
- Suchmaschine Google und Netzwerkportal Xing mit höchster Bedeutung
- Bewerber nutzen Unternehmensvideos, -Podcasts oder -RSS-Feeds

noch wenig Internet-Stellenbörsen und Unternehmens-Webseiten zählen noch immer zu den wichtigsten Kanälen, sowohl für Unternehmen, die vakante Stellen besetzen müssen, als auch für Jobsuchende, um sich über offene Stellen oder potenzielle Arbeitgeber zu informieren. Web 2.0-Anwendungen bieten jedoch völlig neue Wege der Kandidatenansprache und Informationsverbreitung. Dies zeigen die aktuellen Studien "Recruiting Trends 2010" sowie "Bewerbungspraxis 2010" des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main und des Online-Karriereportals Monster.

Die "Recruiting Trends 2010" zeigen, dass mehr als drei von zehn Unternehmen regelmäßig auf das Karrierenetzwerk Xing zurückgreifen, um Informationen über potenzielle Kandidaten zu sammeln. Mittels Googlele recherchieren rund 22 Prozent der Personaler häufig, gefolgt vom amerikanischen Karrierenetzwerk Linkedln mit über 12 Prozent. Blogs und weitere Online-Netzwerke wie StudiVz/MeinVz oder Facebook werden von deutlich weniger als 10 Prozent der befragten Firmen bei der Informationssuche über Kandidaten regelmäßig genutzt.

"Das Web 2.0 bietet Unternehmen, die nach geeigneten Kandidaten suchen, spannende Möglichkeiten, stellt aber auch neue Herausforderungen dar", so Marco Bertoli, Geschäftsführer Central Europe bei Monster Worldwide. "Gerade kleinere und mittelständische Unternehmen haben hierfür häufig keine oder nur begrenzte Personalressourcen. Daher bietet Monster Firmenkunden maßgeschneiderte Social Recruiting-Dienstleistungen an. Über die Beratung hinaus profitieren unsere Kunden von der Einbindung ihrer auf Monster geschalteten Job-Angebote in die Social Media-Kanäle per RSS-Feed und von der Möglichkeit zielgruppengenaue Bannerwerbung in den Channels."

Auch Stelleninteressierte recherchieren regelmäßig im Internet, um sich über Unternehmen und deren Image zu erkundigen. Über die Hälfte der befragten Jobsuchenden nutzt dabei laut der Studie "Bewerbungspraxis 2010" vor allem die Suchmaschine Google häufig. Dahinter folgt das Karrierenetzwerk Xing: Jeder vierte Stellensuchende oder Karriereinteressierte sucht hier häufig nach Informationen über Arbeitgeber. Blogs, Unternehmensbewertungsplattformen wie kununu.de und weitere Netzwerkplattformen wie StudiVz/MeinVz, Facebook oder Linkedln spielen bei den Jobsuchenden in diesem Kontext nur eine unbedeutende Rolle.

Den Jobsuchenden stehen heute jedoch noch weitere Hilfsmittel im Internet zur Verfügung. So bieten beispielsweise viele Unternehmen selbst aufbereitete Informationen in Form von Videos, RSS-Feeds oder Podcasts an. Die Resonanz der Bewerber hierauf ist jedoch verhalten: Lediglich 12 Prozent der befragten Jobsuchenden schauen sich häufiger Firmenvideos an. Nur einer von zehn Karriereinteressierten nutzt zudem regelmäßig RSS-Feeds oder beteiligt sich häufiger an Self-Assessment-Tools der Unternehmen. Podcasts und Diskussionsgruppen in sozialen Netzwerkplattformen werden derzeit nur sehr verhalten genutzt, ebenso wie die Möglichkeit, den eigenen Arbeitgeber in einer Unternehmensbewertungsplattform zu bewerten. "Das Web 2.0 in Form von Social Media wird bereits gleichermaßen von Stellensuchenden und Unternehmen als zusätzlicher Kanal im Bewerbungs- bzw. Rekrutierungsprozess genutzt. Bewerber können sich auf diesem Weg ein vollständiges Bild eines Arbeitgebers verschaffen und Unternehmen kostengünstig Ausschau nach neuen Kandidaten halten", erklärt Prof. Dr. Tim Weitzel vom Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik insb. Informationssysteme in Dienstleistungsbereichen der Universität Bamberg. "In Zukunft muss sich der moderne Recruiter innerhalb dieser Social Media genauso zurechtfinden wie in den klassischen Rekrutierungskanälen."

Die vollständigen Studien "Recruiting Trends 2010" und "Bewerbungspraxis 2010" können bei Monster Deutschland unter studien@monster.de angefordert werden.

1 Aufgrund der De-facto-Monopolstellung der Suchmaschine Google in Deutschland mit nahezu 80 Prozent Marktanteil, gemäß einer Umfrage des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)7, wurde bei den Suchmaschinen ausschließlich die Nutzungshäufigkeit und Effektivitätseinschätzung dieses Anbieters abgefragt.

Studie "Recruiting Trends":

Die aktuellen "Recruiting Trends 2010" sind der achte Ergebnisbericht dieser jährlichen Studienreihe des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main sowie Monster Worldwide Deutschland. Wie im vergangenen Jahr beinhaltet die Studie eine Befragung unter den 1.000 größten deutschen Unternehmen sowie zusätzliche Branchenbefragungen und tiefgehende Fallstudien, die es ermöglichen, langfristige Trends in der Rekrutierung besser zu verstehen und wertvolle Handlungsempfehlungen für die Praxis der Personalbeschaffung abzuleiten.

Studie "Bewerbungspraxis":

Die aktuelle Studie "Bewerbungspraxis 2010" ist die siebte Befragung von Stellensuchenden seit 2003. Die Studienreihe wird vom Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Frankfurt am Main und Bamberg sowie Monster Worldwide Deutschland jährlich durchgeführt. Die Befragung mit mehr als 9.000 Stellensuchenden und Karriereinteressierten ermöglicht segmentspezifische Einsichten in die Besonderheiten ausgewählter Bewerbergruppen und hilft, ein klares Bild der Bewerbungspraxis auf dem deutschen Arbeitsmarkt zu zeichnen.

Über Monster Deutschland:

Monster, www.monster.de, ist das bekannteste und meistgenutzte private Online-Karriereportal in Deutschland* mit einem umfassenden Service- und Informationsprogramm rund um Beruf und Karriere. Das Unternehmen bringt Arbeitgeber und qualifizierte Arbeitskräfte auf allen Karrierestufen zusammen und bietet Jobsuchenden passgenaue Unterstützung für die individuelle Karriereplanung. Firmensitz der Monster Worldwide Deutschland GmbH ist Eschborn bei Frankfurt/Main. Die Monster Worldwide Deutschland GmbH ist ein Tochterunternehmen der Monster Worldwide Inc. mit Sitz in New York. Monster Worldwide ist seit 1994 ein weltweit führendes Portal für Online-Rekrutierung und unterstützt Menschen dabei, ihre Lebensziele zu verwirklichen. Monster Worldwide ist in Märkten in Europa, Nordamerika, Lateinamerika und Asien präsent. Monster Worldwide ist an der New York Stock Exchange gelistet (NYSE: MWW) und im Aktienindex S&P 500 notiert.

* TNS Infratest-Studie - November 2009

Pressekontakt:

Ansprechpartner für die Medien:

Monster Worldwide Deutschland GmbH
Alexandra Güntzer
Tel.: 06196.99 92 -688; Fax: 06196.99 92 -922
E-Mail : alexandra.guentzer@monster.de

PR-Agentur:
Weber Shandwick Deutschland GmbH
Claudia Russo / Caroline Schiller
Tel.: 089.38 01 79-12/-51; Fax: 089.38 01 79-11
E-Mail: crusso@webershandwick.com

Originaltext: Monster Worldwide Deutschland GmbH
Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/31973/monster-worldwide-deutschland-gmbh>
Pressemappe als RSS: http://presseportal.de/rss/pm_31973.rss2