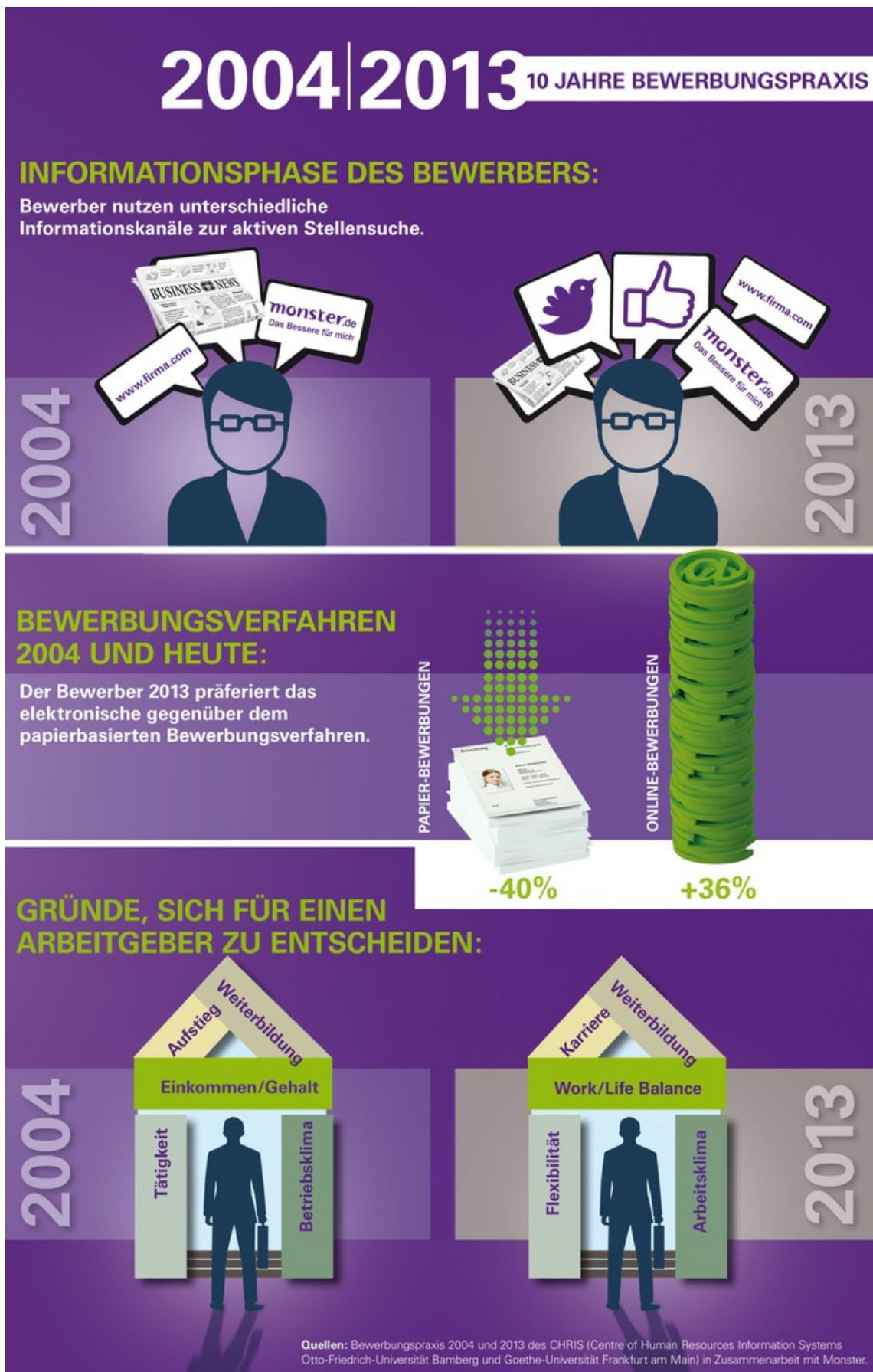


19.02.2013 – 15:30 Uhr

So ticken Bewerber: Studie 'Bewerbungspraxis' geht in die zehnte Runde (BILD)



- Monster stellt die Studien 'Recruiting Trends 2013', 'Bewerbungspraxis 2013' und 'Recruiting Trends im Mittelstand 2013' vor
- Die Studie 'Bewerbungspraxis' feiert 10-jähriges Jubiläum
- Mehrheit der Unternehmen trotz schlechten Prognosen und rechnet 2013 mit freien Stellen
- Fachkräftemangel erschwert weiterhin die Besetzung vieler Stellen erheblich

Der Bewerber, das unbekannte Wesen? Seit 2004 ist damit Schluss, denn das Karriereportal Monster startete zusammen mit dem Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main seine Studienreihe 'Bewerbungspraxis', die sich, ergänzend zu den 'Recruiting Trends', nicht auf den Arbeitsmarkt aus Sicht der Unternehmen fokussiert, sondern Stellensuchende und ihre Sichtweise in den Mittelpunkt rückt. Kaum ein Personalverantwortlicher kann es sich erlauben, sich nicht mit den Bedürfnissen und Anforderungen der gesuchten Kandidaten auseinanderzusetzen. Das gilt insbesondere, wenn es sich um stark umworbene Fachkräfte handelt.

Gut drei von zehn Karriereinteressierte wollen Arbeitgeber wechseln Trotz einer vergleichsweise etwas pessimistischeren Einschätzung der eigenen Chancen am Arbeitsmarkt, glaubt jeder vierte Studienteilnehmer, 2013 seinen Traumjob zu finden. Grundsätzlich herrscht unter den 6.000 Befragten eine hohe Wechselwilligkeit. 30,3 Prozent planen, ihren Arbeitsvertrag zu kündigen und 10,3 Prozent der Befragten haben dies bereits getan. Der ideale Job zeichnet sich laut der befragten Studienteilnehmer durch ein gutes Arbeitsklima, flexible Arbeitszeitmodelle sowie gute Aufstiegsmöglichkeiten aus - das Gehalt dagegen ist weniger wichtig. Ansprechend bewerteten Kandidaten (38,6 Prozent) übrigens den Einsatz interaktiver Elemente in Stellenanzeigen mit Videos, Links und Facebook-Elementen.

"Bei aller Individualität ist dem Bewerber 2013 Work-Life-Balance wichtiger als Gehalt, und er oder sie nutzt altersunabhängig viele Kanäle zur Arbeitgebersuche, beispielsweise Internet-Stellenbörsen, persönliche Netzwerke und Social Media", erläutert Prof. Dr. Tim Weitzel vom Lehrstuhl für Informationssysteme in Dienstleistungsbereichen der Universität Bamberg.

"Seit zehn Jahren gelten Internet-Stellenbörsen unter Bewerbern als effektivster Kanal, eine neue berufliche Herausforderung zu finden. Wir von Monster freuen uns, tagtäglich unseren Beitrag zu dieser erfolgreichen Suche zu leisten und unsere Nutzer auf ihrem Weg zu einem besseren Job zu begleiten", erklärt Bernd Kraft, Vice President General Manager CE bei Monster.

Die Kernergebnisse der Recruiting Trends 2013

Deutsche Unternehmen sind auch 2013 auf der Suche nach neuen Mitarbeitern. So erwarten nahezu alle Befragten freie Stellen (99,1 Prozent), die es zu besetzen gilt. 45 Prozent rechnen sogar damit, Ende des Jahres mehr Personen zu beschäftigen als zu Beginn.

Die Fachkräfteknappheit stellt die Personaler allerdings weiterhin vor eine schwierige Herausforderung. Mehr als ein Drittel (37,2 Prozent) der Vakanzen wird nach Meinung der Unternehmen schwer zu besetzen sein. Rund sechs Prozent bleiben ihrer Einschätzung nach aufgrund des Mangels an geeigneten Bewerbern ganz unbesetzt. Im Mittelstand ist die Situation noch dramatischer: Für 42,1 Prozent der Stellen können geeignete Bewerber nur schwer gefunden werden und bei knapp zehn Prozent der Stellen rechnen die Unternehmen damit, überhaupt nicht fündig zu werden. Im Vergleich zum Vorjahr ist somit keinerlei Entspannung in Sicht.

Online-Stellenbörsen schreiben neuen Rekord

Auch 2013 bleibt die Stellenausschreibung auf der eigenen Unternehmens-Webseite unangefochten der Liebling der antwortenden Firmen (90 Prozent). Doch die externe Lösung der Mitarbeitersuche via Internet-Stellenbörsen holt weiter auf. 69,1 Prozent der Unternehmensvakanzanfragen werden über Karriereportale wie monster.de veröffentlicht - so viele wie noch nie seit dem Beginn der Studien 2003. Lohnend zeigt sich in diesem Zusammenhang der Blick auf die daraus tatsächlich resultierenden Einstellungen: Fast 37 Prozent der wirklichen Einstellungen resultieren aus Anzeigen in Internet-Stellenbörsen. Nur 29,3 Prozent der neuen Mitarbeiter werden über Veröffentlichungen auf der eigenen Unternehmens-Webseite gewonnen.

"Dank neuester Technologien sind wir in der Lage, individuelle Anforderungen der Unternehmen von Anfang an in die Personalsuche zu integrieren", so Bernd Kraft, Vice President General Manager CE bei Monster. "Dadurch ermöglichen wir eine möglichst passgenaue Suche nach dem geeignetsten Bewerber - der erste wichtige Schritt zur tatsächlichen Einstellung neuer Mitarbeiter."

Bei Mobile Recruiting herrscht Nachholbedarf

"Smartphones und Tablets sind zu ständigen Begleitern in der modernen Arbeitswelt geworden, und Bewerber erwarten, dass Unternehmen hierauf reagieren", erklärt Prof. Dr. Tim Weitzel. "Die Mehrzahl der von uns befragten Unternehmen sieht hierin auch einen wichtigen Einflussfaktor auf das Recruiting. Die Kandidaten sind aber häufig schon weiter. Fast jeder Dritte nutzt bereits das Smartphone zur Suche nach offenen Stellen, doch nur jeder fünfte findet die mobile Darstellung von Stellenanzeigen derzeit gelungen."

Auch der Social-Media-Einsatz steckt immer noch in den Kinderschuhen. Lediglich 16,1 Prozent der Unternehmen haben eine explizite Social-Media-Strategie für die Personalbeschaffung. Für das Employer Branding sind Social-Media-Plattformen allerdings nicht zu unterschätzen. Bereits jedes fünfte Unternehmen wirbt auf Facebook häufig für sein Arbeitgeber-Image.

Seit 2003 untersucht die Studienreihe die wichtigsten Trends und Entwicklungen in der Personalbeschaffung. Für die aktuelle

Ausgabe wurden erneut die 1.000 größten Unternehmen in Deutschland sowie diesmal die jeweils 300 größten deutschen Firmen aus den Branchen Automotive, Finanzdienstleistung und IT befragt.

Top-3 Themen 2013 (unternehmensübergreifend)

- 1) Demografischer Wandel
- 2) Fachkräftemangel
- 3) Gesetzliche Rahmenbedingungen

Top-3 Schlüsselherausforderungen 2013 (intern)

- 1) Mitarbeiterbindung
- 2) Employer Branding
- 3) Internes Employer Branding

Eine Kurzzusammenfassung der Studie kann unter <http://arbeitsgeber.monster.de/online-recruiting/studien.aspx> abgerufen werden.

Gerne stehen die Experten vom CHRIS und von Monster für Interviews und Rückfragen zur Verfügung.

Über Monster Deutschland:

Monster, www.monster.de, ist das bekannteste 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 eines der weltweit führenden Portale für Online-Rekrutierung und bringt mit seinen fortschrittlichen Technologien erfolgreich Menschen mit passenden Stellen zusammen. Monster ist in über 40 Märkten präsent. Um mehr über [monster.de](http://www.monster.de) zu erfahren, besuchen Sie die Website www.monster.de. Informationen über Monster Worldwide, Inc. (NYSE: MWW), finden Sie unter <http://about-monster.com>.

Deutsche Presseinformationen finden Sie unter <http://info.monster.de>

* Nielsen Studie - Juli 2012

Pressekontakt:

Monster Worldwide Deutschland GmbH
Dr. Katrin Luzar
Tel.: 06196.99 92 -688; Fax: 06196.99 92 -922
E-Mail: katrin.luzar@monster.de

Medieninhalte



Zehn Jahre Bewerbungspraxis 2004 bis 2013. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Monster Worldwide Deutschland GmbH"

Original-Content von: Monster Worldwide Deutschland GmbH, übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/31973/2419091> abgerufen werden.