

Themenspecial

BEWERBUNG DER ZUKUNFT

Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2016, einer empirischen Studie der Top 1.000 Unternehmen aus Deutschland sowie der Top 300 Unternehmen aus den Branchen Automotive, Handel und IT, und der Bewerbungspraxis 2016, einer empirischen Studie mit über 4.800 Stellensuchenden und Karriereinteressierten im Internet



LSS CHRIS
UNIVERSITY OF BAMBERG

MONSTER

Prof. Dr. Tim Weitzel
Dr. Sven Laumer
Dr. Christian Maier
Caroline Oehlhorn
Jakob Wirth
Christoph Weinert

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Prof. Dr. Andreas Eckhardt
German Graduate School of Management and Law, Heilbronn

Centre of Human Resources Information Systems

In Auftrag gegeben von Marc Irmisch
Monster Worldwide Deutschland GmbH

BEWERBUNG DER ZUKUNFT

Das Themenspecial „Bewerbung der Zukunft“ ist Teil der jährlich durchgeführten Studienreihen „Recruiting Trends 2016“ und „Bewerbungspraxis 2016“ des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS)¹ der Universität Bamberg in Zusammenarbeit mit der German Graduate School of Management and Law, Heilbronn und im Auftrag der Monster Worldwide Deutschland GmbH. Der vorliegende Themenschwerpunkt gibt einen Einblick in die Bewerbung der Zukunft aus Sicht der Top 1.000 **Unternehmen**² in Deutschland und vergleicht die Ergebnisse mit dem Nutzungsverhalten und den Einschätzungen von über 4.800 **Stellensuchenden und Karriereinteressierten**². Für einen umfassenden Überblick über die Gestaltung der Personalbeschaffung in Deutschland wurden zudem Branchenanalysen der Top 300 Unternehmen aus den Branchen Automotive, Handel und IT sowie mehrere Fallstudien durchgeführt.

An der Unternehmensbefragung beteiligten sich 114 der 1.000 größten deutschen Unternehmen (Rücklaufquote 11,4 Prozent) sowie 24 der 300 größten Unternehmen aus der Automobilbranche (Rücklaufquote 8,0 Prozent), 27 aus der IT-Branche (Rücklaufquote 9,0 Prozent) und 23 aus dem Handel (Rücklaufquote 7,7 Prozent). Die Verteilung der Stichproben der jeweiligen Studienteilnehmer ist gemäß dem aktuellen Datenbankregister von Bisnode hinsichtlich der Merkmale Umsatz, Mitarbeiterzahl und Branchenzugehörigkeit in Bezug auf die entsprechende Grundgesamtheit repräsentativ. Details zur Durchführung der Studie sowie eine Beschreibung der Studienteilnehmer sind online (www.uni-bamberg.de/isdl/recruitingtrends2016) verfügbar.

Das Themenspecial „Bewerbung der Zukunft“ analysiert die Ergebnisse der Studien „Recruiting Trends 2016“ und „Bewerbungspraxis 2016“ mit dem Fokus auf die zukünftige Bedeutung und Entwicklung von Bewerbungsverfahren. In diesem Zusammenhang werden die folgenden Aspekte der Bewerbung analysiert:

- 1. Bewerbungseingang: Unterschiedliche Vorstellungen von Unternehmen und Stellensuchenden**
- 2. Anzahl und Evaluation von Bewerbungen: Weniger als die Hälfte der Bewerbungen werden intensiv betrachtet**
- 3. Bewerbungsformen der Zukunft: Kurzprofile sind aus Bewerbersicht auf dem Vormarsch**
- 4. Inhalt von Bewerbungen: Infografiken und Bewerbungsvideos sind (noch) unwichtig**
- 5. Art der Bewerbung: Persönliche Kontakte als wichtiger Kanal aus Sicht der Stellensuchenden und Karriereinteressierten**
- 6. Form der Bewerbung: Ist das Anschreiben noch zeitgemäß?**
- 7. Die One-Click-Bewerbung als Bewerbungskanal: nur ein vermeintlicher Trend?**
- 8. Die anonyme Bewerbung: Unterschiedliche Antworten von Frauen und Männern**
- 9. Wichtige Kriterien bei der Bewerbung: Eingangsbestätigung und Zeitraum für Rückmeldung**

¹ CHRIS ist ein Forschungsprojekt der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, das sich mit Chancen und Trends in Bezug auf den Einsatz von IT in Personalprozessen beschäftigt (www.uni-bamberg.de/isdl/chris).

² In der gesamten Broschüre werden Angaben der Unternehmen in Violett und die der Stellensuchenden und Karriereinteressierten in Blau gekennzeichnet.

BEWERBUNGSEINGANG:

UNTERSCHIEDLICHE VORSTELLUNGEN VON UNTERNEHMEN UND STELLENSUCHENDEN

Unternehmen nutzen heute verschiedene Kanäle für den Bewerbungseingang. Die Studie zeigt, welche Kanäle von den Top 1.000 Unternehmen am häufigsten genutzt werden und inwieweit diese auch noch in Zukunft eine Rolle spielen werden (vgl. Abbildung 1). Etwa die Hälfte der Bewerbungen gehen per Formularbewerbung ein, 36,1 Prozent per E-Mail und 13,0 Prozent per Post. Die befragten Unternehmen sehen für die Zukunft insbesondere einen Trend hin zur Formularbewerbung (Anstieg um 17,3 Prozentpunkte), während sie eher mit sinkenden Anteilen der schriftlichen Bewerbung sowie der Bewerbung per E-Mail rechnen.

Hinsichtlich ihrer Präferenz geben drei von vier Unternehmen an, die Formularbewerbung als Bewerbungsform vorzuziehen, 23,0 Prozent die E-Mail Bewerbung und gerade einmal 1,0 Prozent die Bewerbung per Post (vgl. Abbildung 3).

Erhebliche Unterschiede sind dabei im Vergleich zu den Top 300 Unternehmen der Branchen Automotive, Handel und IT zu sehen (vgl. Abbildung 2). Die IT-Branche verzeichnet mit 36,0 Prozent den größten Anteil an Formularbewerbungen. Dagegen wird der Bewerbung per E-Mail noch eine deutlich größere Bedeutung als bei den Top 1.000 Unternehmen zugesprochen: 52,0 Prozent aller Bewerbungen im Automotive Sektor gehen per E-Mail ein, in der IT-Branche sind es 56,5 Prozent und in der Handelsbranche 65,4 Prozent.

Abbildung 1: Kanäle zur Bewerbung heute und in Zukunft (Z)

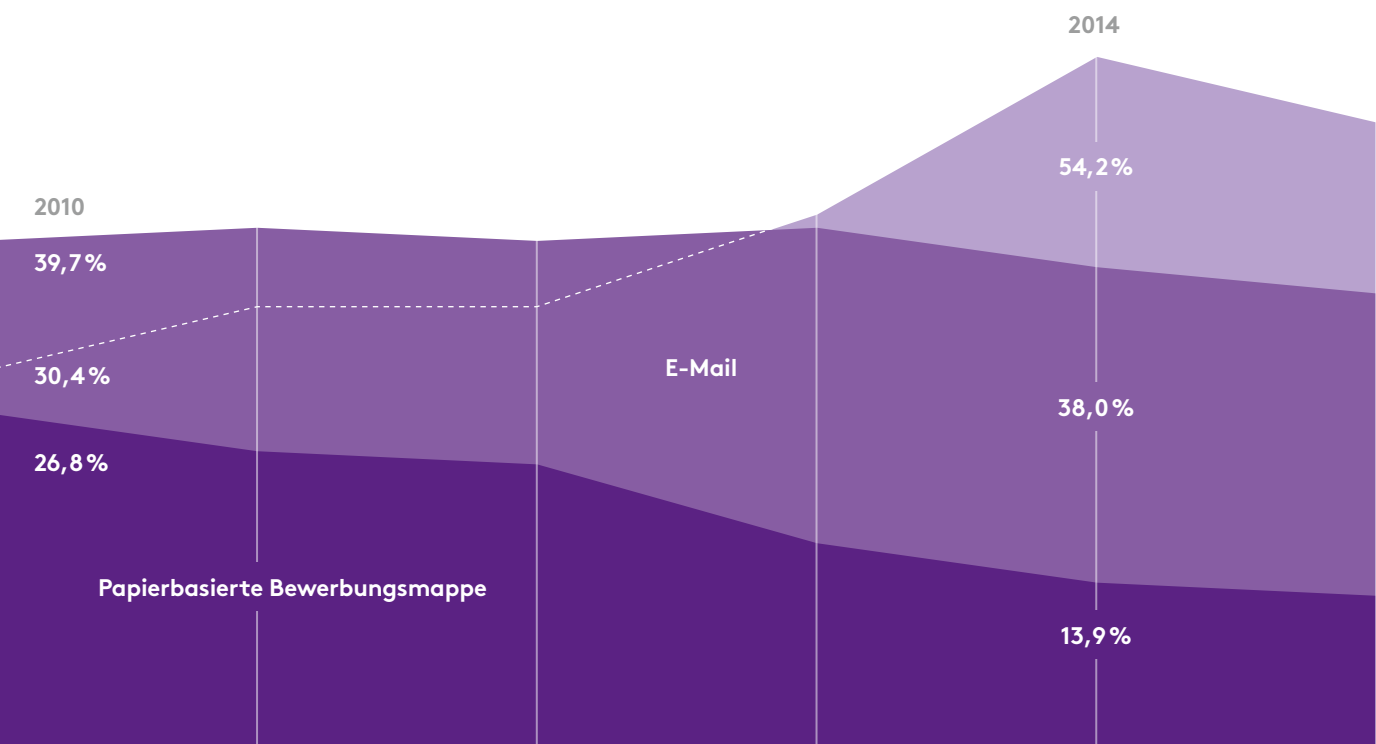
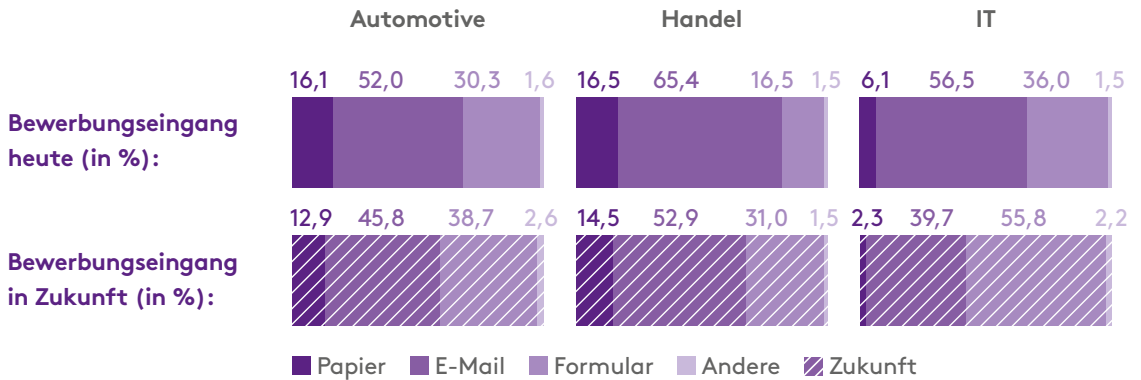


Abbildung 2: Kanäle zur Bewerbung heute und in Zukunft in den drei Trendbranchen Automotive, Handel und IT

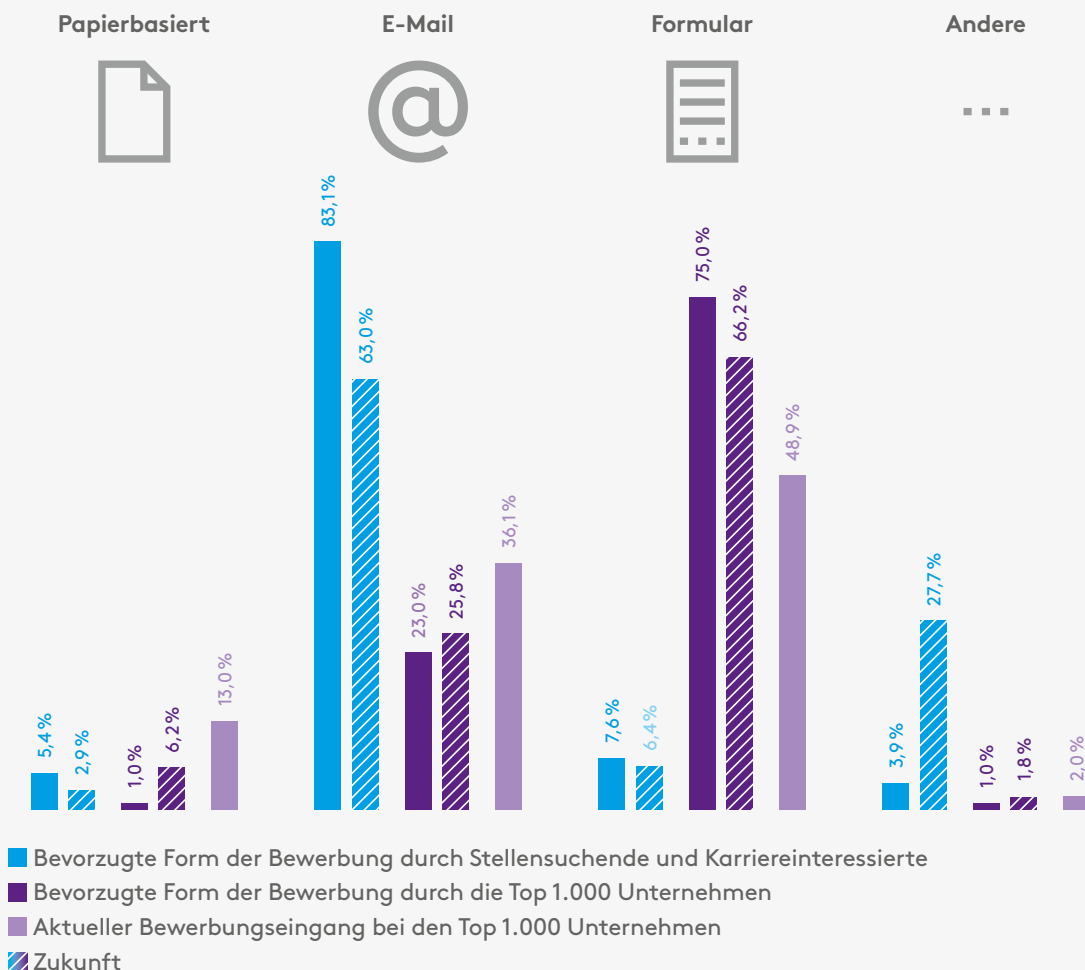


In Relation zu den Antworten der Stellensuchenden und Karriereinteressierten zeigen sich auch hier Unterschiede bezüglich der präferierten Bewerbungsform (vgl. Abbildung 3). So bevorzugen nur 5,4 Prozent der befragten Teilnehmer die papierbasierte Bewerbungsmappe. Jedoch möchten sich auch nur 7,6 Prozent der Karriereinteressierten über ein Formular bewerben. Dies entspricht einem geringeren Wert als bei den befragten Unternehmen. Mit 83,1 Prozent ist die E-Mail-Bewerbung der beliebteste Bewerbungskanal aus Sicht der Stellensuchenden und Karriereinteressierten (Steigerung von 3,6 Prozentpunkten zum Vorjahr).

Die Ergebnisse zeigen, dass sich Stellensuchende und Karriereinteressierte sowie Unternehmen aus den unterschiedlichen Branchen einig sind, dass die papierbasierte Bewerbungsmappe ausgedient hat. Allerdings gibt es starke Unterschiede in der Präferenz: Unternehmen tendieren vermehrt zur Formularbewerbung, während die Stellensuchenden und Karriereinteressierten die Bewerbung per E-Mail bevorzugen.

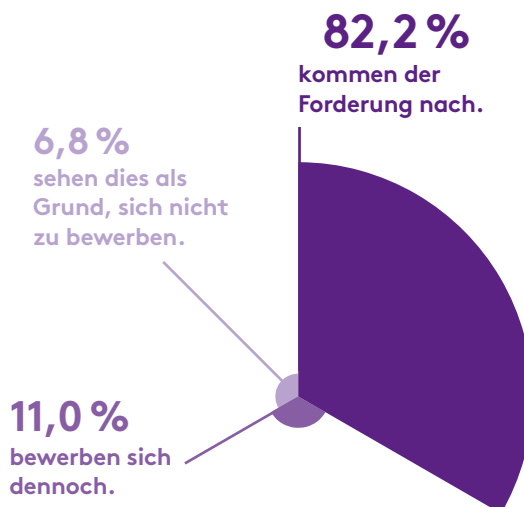


Abbildung 3: Vergleich Unternehmen und Stellensuchende: Form der Bewerbung



Besteht ein Unternehmen dennoch auf eine Formularbewerbung, so würde die überwiegende Mehrheit der Stellensuchenden und Karriereinteressierten einer solchen Aufforderung nachkommen (vgl. Abbildung 4). 11,0 Prozent würden sich ebenfalls bewerben, dabei jedoch einen anderen Bewerbungskanal wählen. Für 6,8 Prozent der befragten Karriereinteressierten stellt die Formularbewerbung einen Grund dar, sich nicht zu bewerben.

Abbildung 4: Verhalten von Stellensuchenden bei Wunsch nach einer Formularbewerbung



ANZAHL UND EVALUATION VON BEWERBUNGEN:

WENIGER ALS DIE HÄLFTE DER BEWERBUNGEN WERDEN INTENSIV BETRACHTET

Unabhängig vom Bewerbungskanal geben die Top 1.000 Unternehmen an, dass sie durchschnittlich 48 Bewerbungen auf ein Stellenangebot erhalten. Bei einem Fünftel der Unternehmen gehen sogar zwischen 51 und 100 Bewerbungen zu einem Stellenangebot ein; bei jedem zehnten Unternehmen sind es im Durchschnitt mehr als 100 Bewerbungen (vgl. Abbildung 5).

Der Blick in die drei Trendbranchen zeigt, dass Unternehmen aus den Bereichen Automotive und IT im Durchschnitt weniger Bewerbungen pro Stellenausschreibung erhalten als die Top 1.000 oder Handelsunternehmen (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 5: Anzahl Bewerbungen pro offener Stelle

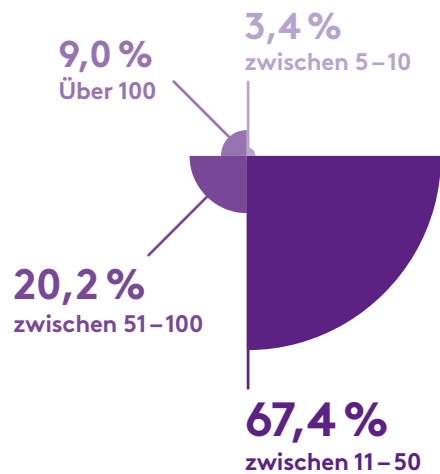
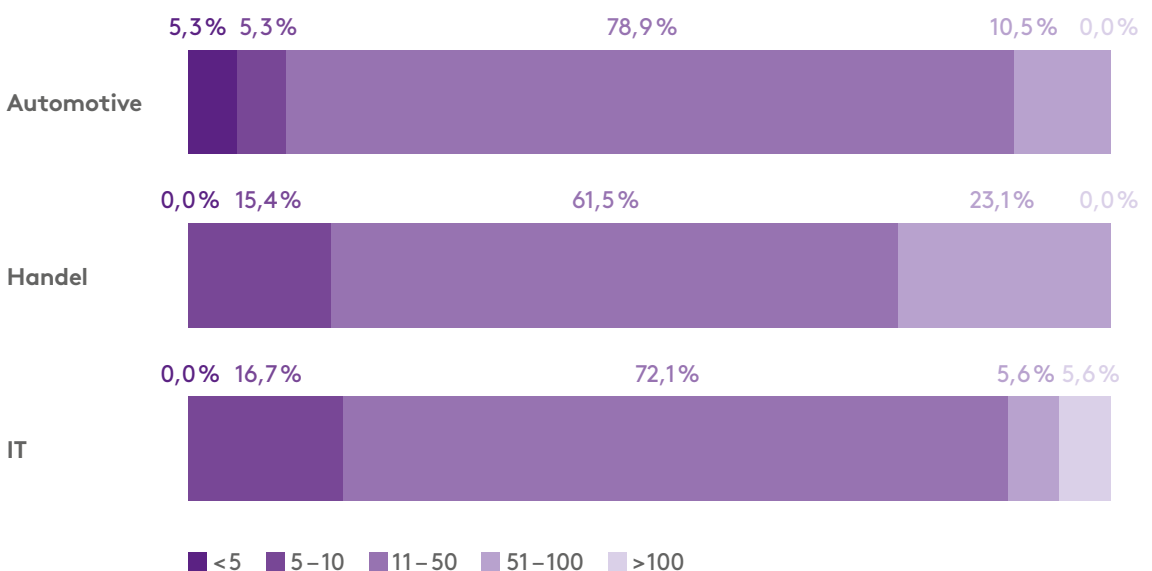


Abbildung 6: Anzahl Bewerbungen pro offener Stelle in den Trendbranchen Automotive, Handel und IT



Die Ergebnisse der Studie legen weiter dar, dass sich die Recruiter der Top 1.000 Unternehmen im Durchschnitt mit 42,2 Prozent und damit mit weniger als der Hälfte der eingegangenen Bewerbungen intensiv beschäftigen (vgl. Abbildung 7). Ähnliche Zahlen zeigen sich auch in den Branchen Automotive, Handel und IT: Automotive-Unternehmen setzen sich im Durchschnitt mit 43,2 Prozent der Bewerbungen intensiv auseinander, Handelsunternehmen mit mehr als der Hälfte und die IT-Branche mit 45,2 Prozent.

Abbildung 7: Intensive Auseinandersetzung mit Bewerbungen



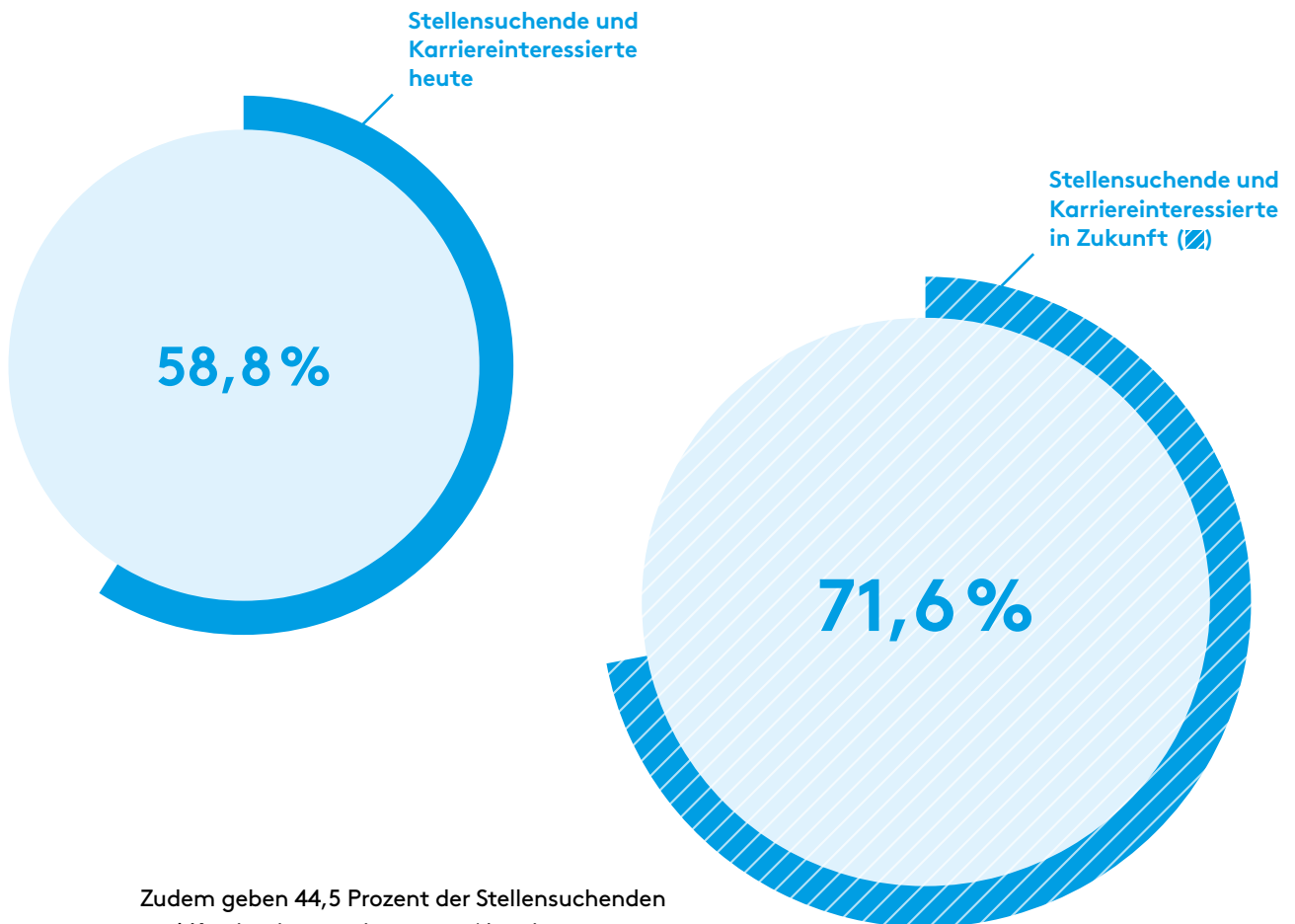
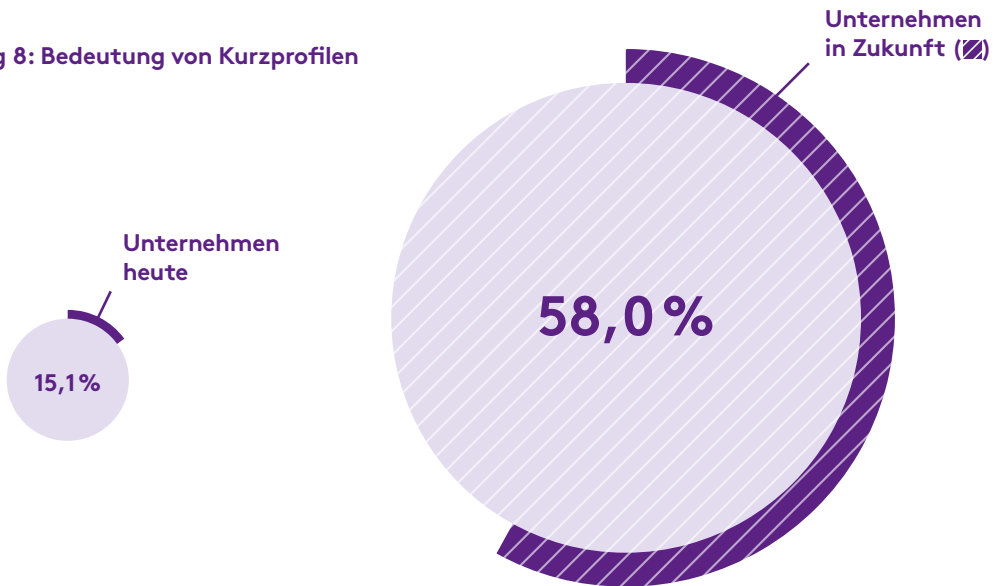
BEWERBUNGSFORMEN DER ZUKUNFT:

KURZPROFILE SIND AUS BEWERBERSICHT AUF DEM VORMARSCH

Kurzprofile, die in Karrierenetzwerken und Internet-Stellenbörsen veröffentlicht werden, enthalten die wichtigsten Daten und Hintergründe zu einer Person. Mit diesen Profilen können Unternehmen auf einen Blick erfassen, um welchen Stellensuchenden oder Karriereinteressierten es sich handelt. Die Studienergebnisse zeigen, dass Stellensuchende und Karriereinteressierte die Bedeutung von Kurzprofilen in Karrierenetzwerken und Internet-Jobbörsen im Vergleich zum Vorjahr als wichtiger einschätzen. Weiter nehmen die befragten Teilnehmer an, dass sich dieser Trend auch in Zukunft fortsetzen wird. Eine ähnliche Tendenz zeigt auch die Unternehmensbefragung; momentan stellen Kurzprofile allerdings nur für wenige Unternehmen einen wichtigen Bestandteil der Bewerbung dar.

Die Ansichten bezüglich der Bedeutung von Kurzprofilen zwischen Unternehmen und Bewerbern geht dabei stark auseinander (vgl. Abbildung 8). So geben nur 15,1 Prozent der befragten Top 1.000 Unternehmen an, dass Kurzprofile momentan einen wichtigen Bestandteil von Bewerbungen darstellen, während 58,8 Prozent der Stellensuchenden und Karriereinteressierten dies so bewerten. Die Studienergebnisse legen dar, dass sich dieser Unterschied in Zukunft jedoch verringern wird.

Abbildung 8: Bedeutung von Kurzprofilen



Zudem geben 44,5 Prozent der Stellensuchenden und Karriereinteressierten an (Anstieg um 13,1 Prozentpunkte), dass Kurzprofile in Karrierenetzwerken und Internet-Stellenbörsen ihnen persönlich wichtig sind, um sich von anderen Bewerbern abgrenzen zu können.

INHALT VON BEWERBUNGEN:

INFOGRAFIKEN UND BEWERBUNGS-VIDEOS SIND (NOCH) UNWICHTIG

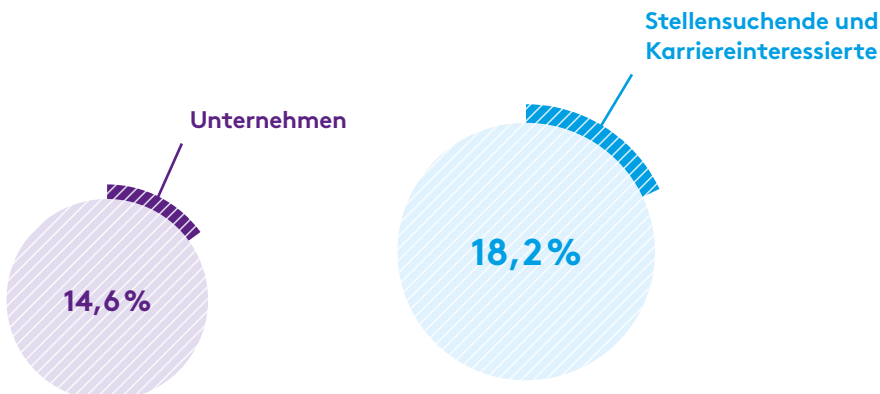
Eine weitere Möglichkeit zur Visualisierung von Bewerbungen stellen Bewerbungsvideos und Infografiken, bspw. über www.vizualize.me, dar. Die Ergebnisse zeigen, dass 19,3 Prozent der befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten der Meinung sind, dass Infografiken als Ersatz für Lebenslauf und Anschreiben zukünftig ein wichtiger Bestandteil von Bewerbungen sein werden (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Bedeutung von Infografiken



Ebenso gehen knapp zwei von zehn Stellensuchenden davon aus, dass Bewerbungsvideos ein wichtiger Bestandteil von Bewerbungen sein werden. Aus Unternehmenssicht zeigt sich, dass Bewerbungsvideos momentan noch keine Rolle spielen. Nur 1,1 Prozent der befragten Top 1.000 Unternehmen bewerten Bewerbungsvideos als wichtigen Bestandteil von Bewerbungen. Für die Zukunft sehen jedoch 14,6 Prozent der befragten Unternehmen eine steigende Bedeutung von Bewerbungsvideos (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10: Zukünftige Bedeutung von Videos als Bestandteil einer Bewerbung

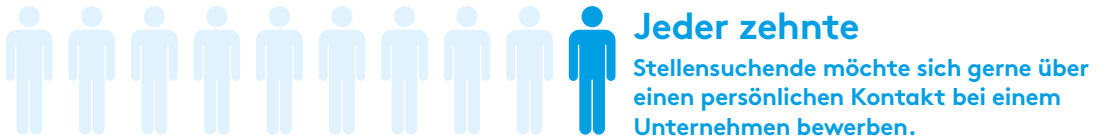


ART DER BEWERBUNG:

PERSÖNLICHE KONTAKTE ALS WICHTIGER KANAL AUS SICHT DER STELLENSUCHENDEN UND KARRIEREINTERESSIERTEN

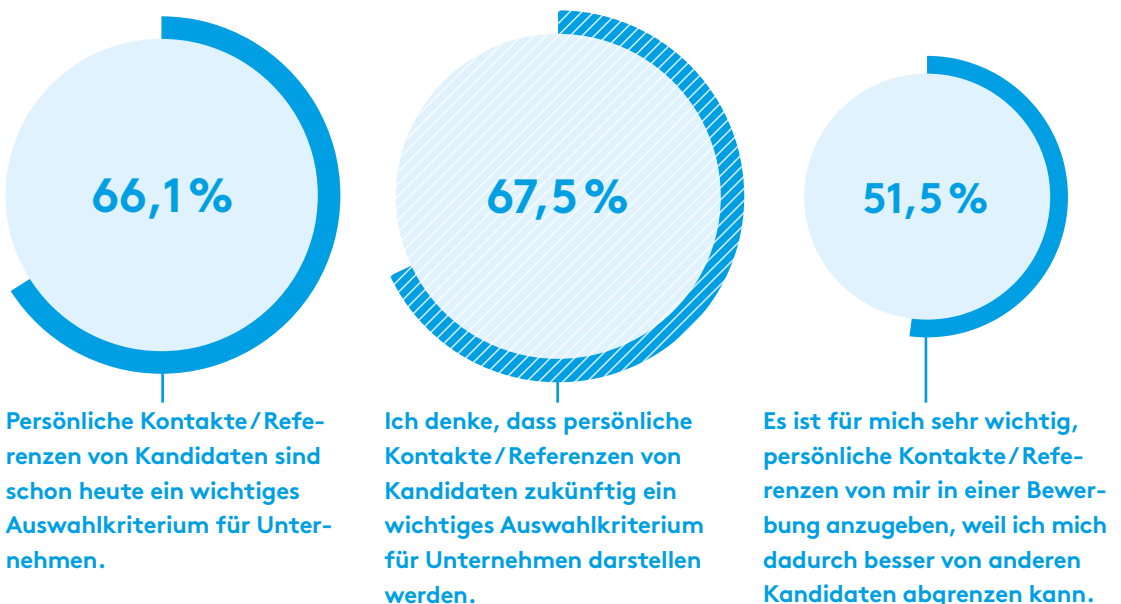
Stellensuchende und Karriereinteressierte schätzen ebenfalls persönliche Kontakte und Referenzen als mögliche Bewerbungskanäle ein. Hier zeigen die Ergebnisse, dass jeder zehnte Stellensuchende und Karriereinteressierte sich in Zukunft gerne über den persönlichen Kontakt bewerben möchte (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Bedeutung von persönlichen Kontakten



Zwei Drittel der befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten bewerten persönliche Kontakte und Referenzen schon heute wie auch in Zukunft als wichtige Auswahlkriterien für die Bewerbung (vgl. Abbildung 12). Ebenso sieht mehr als die Hälfte der Stellensuchenden und Karriereinteressierten persönliche Kontakte und Referenzen in einer Bewerbung als wichtig an, um sich dadurch von anderen Kandidaten abgrenzen zu können.

Abbildung 12: Persönliche Kontakte als Auswahlkriterium der Unternehmen



FORM DER BEWERBUNG:

IST DAS ANSCHREIBEN NOCH ZEITGEMÄSS?

Das traditionelle Anschreiben wurde in den zuletzt durchgeführten Studien der Bewerbungspraxis und der Recruiting Trends immer wieder als wichtiger Bestandteil und Auswahlkriterium einer Bewerbung angesehen. Jedoch wurde in den Fallstudien aus dem letzten Jahr (z.B. mit OTTO, siehe Recruiting Trends 2014) ebenfalls die Frage diskutiert, inwiefern das Anschreiben auch in Zukunft noch ein wichtiger Bestandteil einer Bewerbung sein wird.

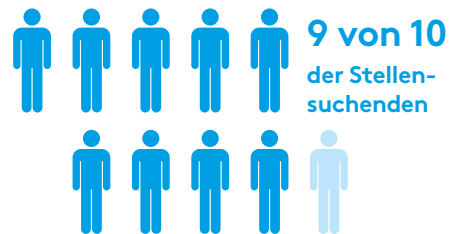
In diesem Zusammenhang haben in der aktuellen Umfrage 79,1 Prozent der Top 1.000 Unternehmen geantwortet, dass sie das Anschreiben noch heute als wichtig bewerten. Zukünftig sehen dies jedoch nur noch sechs von zehn der Top 1.000 Unternehmen (vgl. Abbildung 13). Im Vergleich zum Vorjahr haben sich diese Zahlen ebenfalls verringert: 84,0 Prozent der Unternehmen haben im Vorjahr das Anschreiben noch als wichtig erachtet und sieben von zehn Unternehmen für die Zukunft. Auch die befragten Top 300 Unternehmen aus den Branchen Automotive, Handel und IT prognostizieren eine sinkende Bedeutung des Anschreibens in Zukunft.

Von Seiten der Stellensuchenden und Karriereinteressierten ist jedoch hervorzuheben, dass etwa neun von zehn Befragten (89,5 Prozent) das Anschreiben als einen wichtigen Bestandteil von Bewerbungen ansehen. Knapp vier von zehn Befragten (38,2 Prozent) schätzen, dass die hohe Bedeutung des Anschreibens in Zukunft abnehmen wird. 36,5 Prozent würden gerne auf ihr Anschreiben verzichten, während 13,7 Prozent ihr Anschreiben oder ihren Lebenslauf auch schon von einer anderen Person schreiben ließen (vgl. Abbildung 13 und Abbildung 14).

Abbildung 13: Bedeutung des Anschreibens heute und in Zukunft

Das Anschreiben finden wichtig

Heute



In Zukunft (📉)

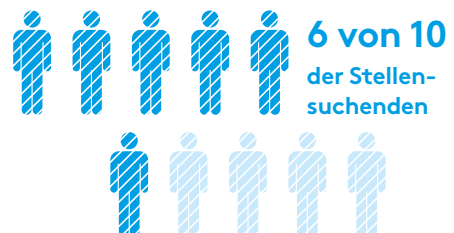
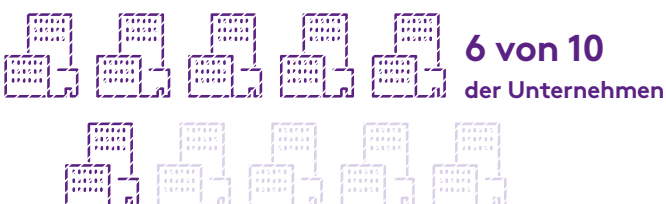
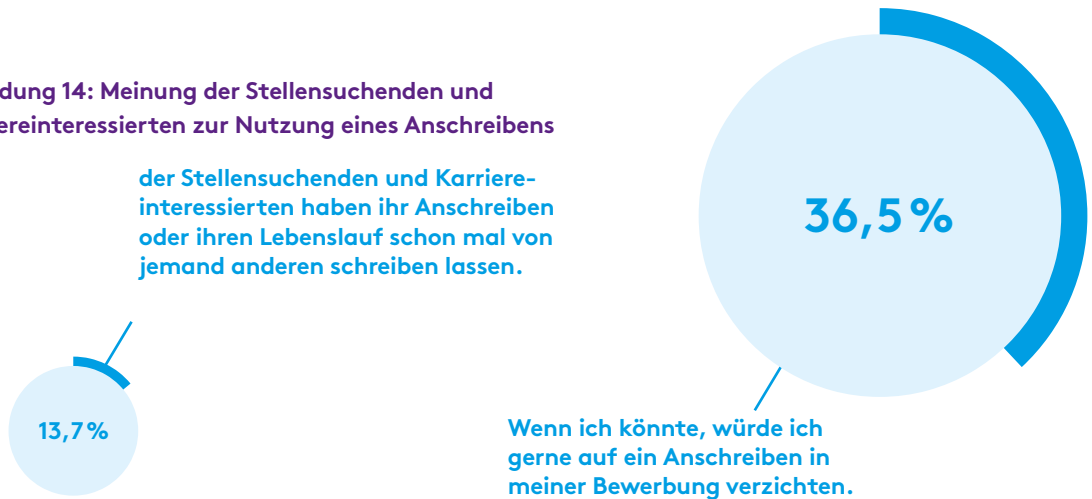


Abbildung 14: Meinung der Stellensuchenden und Karriereinteressierten zur Nutzung eines Anschreibens



DIE ONE-CLICK-BEWERBUNG ALS BEWERBUNGSKANAL:

NUR EIN VERMEINTLICHER TREND?

Die One-Click-Bewerbung ermöglicht Stellensuchenden und Karriereinteressierten per Mausklick ihr aktuelles Bewerberprofil aus einem Karrierenetzwerk oder einer Lebenslaufdatenbank in die Datenbank des Wunscharbeitgebers zu importieren. Daraus resultiert ein standardisiertes und deutlich beschleunigtes Bewerbungsverfahren.

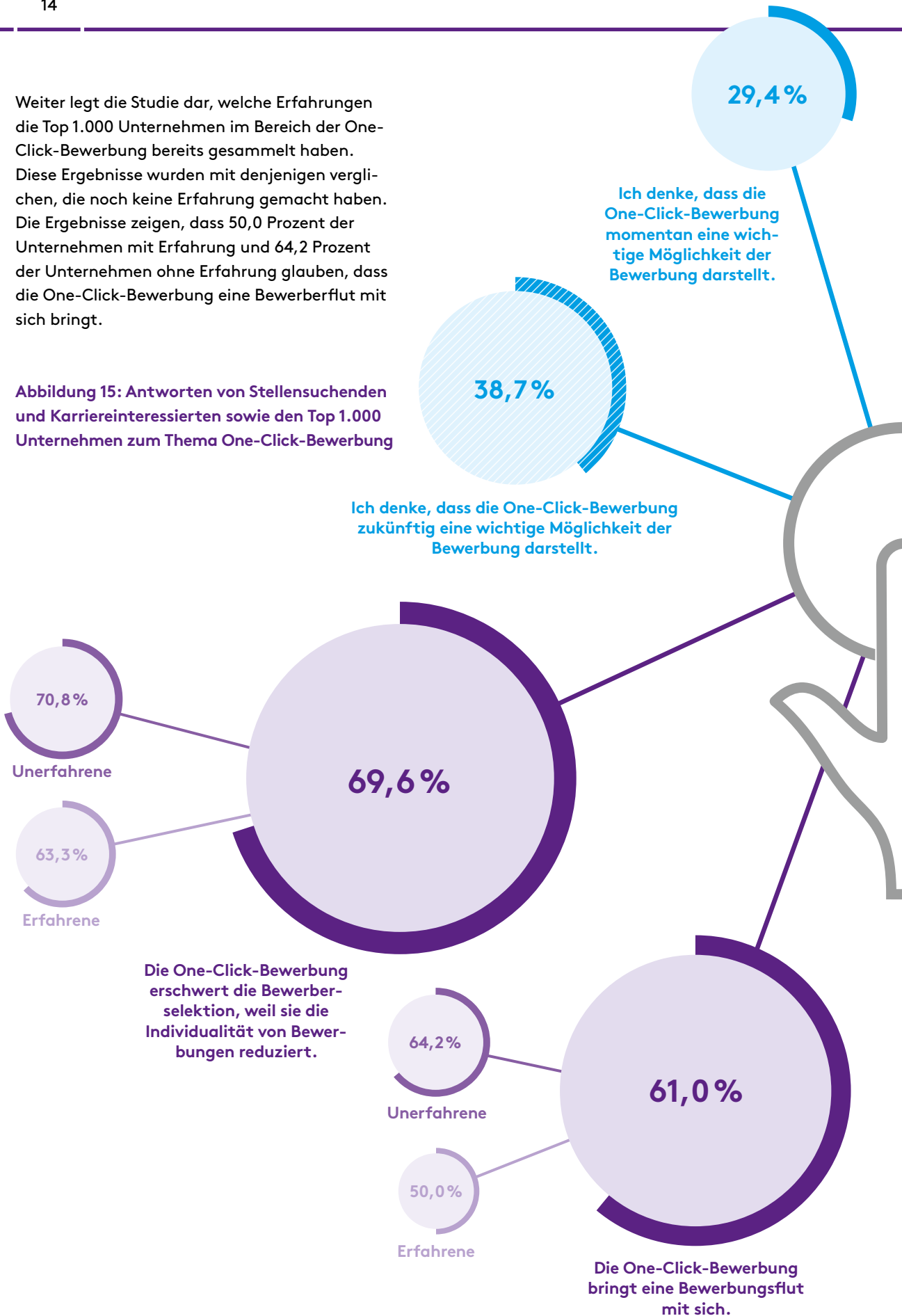
Die Ergebnisse (vgl. Abbildung 15) zeigen, dass 17,3 Prozent der befragten Top 1.000 Unternehmen die One-Click-Bewerbung als wichtigen Bewerbungskanal einstufen. Verglichen mit den Top 300 Unternehmen der Branchen Automotive, Handel und IT liegt dieser Wert nur in der IT-Branche mit 28,6 Prozent höher. In den Branchen Automotive (6,3 Prozent) und Handel (9,0 Prozent) sind die Werte deutlich geringer. Mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmen – sowohl die Top 1.000 als auch die Top 300 der Trendbranchen – geben an, dass die One-Click-Bewerbung in Zukunft deutlich wichtiger werden wird.

Im Vergleich dazu weisen die Umfragewerte der Stellensuchenden und Karriereinteressierten jedoch eine Diskrepanz auf. So sehen zwar drei von zehn Stellensuchenden und Karriereinteressierten die One-Click-Bewerbung momentan als eine wichtige Möglichkeit der Bewerbung an. Allerdings gehen mit 38,7 Prozent nur einige mehr der Befragten davon aus, dass die One-Click-Bewerbung zukünftig eine wichtige Möglichkeit der Bewerbung darstellen wird. In beiden Fällen unterscheidet sich die Sicht der Bewerber von der Sicht der Unternehmen. Die Bewerber messen der One-Click-Bewerbung momentan mehr Wert bei als die Unternehmen, während sich dieses Verhältnis jedoch in Zukunft genau umkehren wird, da die Unternehmen vermehrt von der erhöhten Bedeutung der One-Click-Bewerbung ausgehen.

Sieben von zehn der Top 1.000 Unternehmen nennen als möglichen Grund für die derzeit niedrige Bewertung der One-Click-Bewerbung die Bewerberselektion, welche durch die fehlende Individualität erschwert wird. Zudem geht auch mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen davon aus, dass aus der One-Click-Bewerbung eine Bewerbungsflut resultieren könnte (61,0 Prozent). Letzterem kann jedoch entgegnet werden, dass nur 26,2 Prozent der Stellensuchenden und Karriereinteressierten angeben, sich über One-Click-Bewerbungen vermehrt zu bewerben.

Weiter legt die Studie dar, welche Erfahrungen die Top 1.000 Unternehmen im Bereich der One-Click-Bewerbung bereits gesammelt haben. Diese Ergebnisse wurden mit denjenigen verglichen, die noch keine Erfahrung gemacht haben. Die Ergebnisse zeigen, dass 50,0 Prozent der Unternehmen mit Erfahrung und 64,2 Prozent der Unternehmen ohne Erfahrung glauben, dass die One-Click-Bewerbung eine Bewerberflut mit sich bringt.

Abbildung 15: Antworten von Stellensuchenden und Karriereinteressierten sowie den Top 1.000 Unternehmen zum Thema One-Click-Bewerbung



Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage, ob durch die One-Click-Bewerbung die Bewerberselektion durch reduzierte Individualität bei Bewerbungen erschwert wird. 63,3 Prozent der Unternehmen mit Erfahrung sind dieser Meinung, während 70,8 Prozent der Unternehmen ohne Erfahrung ähnlich darüber denken. Es zeigt sich also, dass sich durch Erfahrung im Bereich der One-Click-Bewerbung die Befürchtungen reduzieren können.



26,2%

Durch die One-Click-Bewerbung bewerbe ich mich vermehrt bei Unternehmen.

17,3%

Aktuell spielt die One-Click-Bewerbung, bspw. über ein standardisiertes Profil, eine wichtige Rolle.

54,3%

In Zukunft wird die One-Click-Bewerbung, bspw. über ein standardisiertes Profil, eine wichtige Rolle spielen.

DIE ANONYME BEWERBUNG:

UNTERSCHIEDLICHE ANTWORTEN VON FRAUEN UND MÄNNERN

Die Ergebnisse in Bezug zur anonymen Bewerbung zeigen, dass momentan nur ein geringer Teil der Stellensuchenden und Karriereinteressierten die anonyme Bewerbung als wichtig erachtet. So geben 13,0 Prozent der Befragten an, dass die anonyme Bewerbung aktuell eine wichtige Rolle spielt. 27,2 Prozent der Stellensuchenden und Karriereinteressierten nehmen an, dass die anonyme Bewerbung auch zukünftig von Bedeutung sein wird. Lediglich ein Viertel der befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten sieht in der anonymen Bewerbung mehr Vor- als Nachteile und nur 22,3 Prozent ziehen die anonyme Bewerbung einer Bewerbung mit persönlichen Daten vor.

Die nach Geschlecht sortierten Umfragewerte (vgl. Abbildung 17) zeigen außerdem, dass Männer (17,9 Prozent) die Bedeutung der anonymen Bewerbung als deutlich weniger wichtig bewerten als Frauen (29,3 Prozent). Ähnlich verhält es sich bei der Frage nach den Vorteilen der anonymen Bewerbung: 31,4 Prozent der Frauen und 21,1 Prozent der Männer geben an, dass die anonyme Bewerbung mehr Vor- als Nachteile bietet. Weiter sind deutlich mehr Frauen (32,2 Prozent) als Männer (23,8 Prozent) der Meinung, dass die anonyme Bewerbung auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen wird.

Die Untersuchung der Geschlechtergruppen in Bezug auf das Alter lässt erkennen, dass keine Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts insbesondere in der Generation der „Baby Boomer“ (Jahrgang 1946–1964) und der Generation X (Jahrgang 1965–1976) vorhanden sind. Die Generation Y (Jahrgang 1977–1998) weist die Unterschiede zwischen Mann und Frau jedoch deutlich sichtbarer auf (vgl. Abbildung 16). Beispielsweise sehen mit 15,8 Prozent doppelt so viele Frauen wie Männer (7,4 Prozent) dieser Generation mehr Vor- als Nachteile in der anonymen Bewerbung. Ebenso bevorzugen doppelt so viele Frauen (14,5 Prozent) wie Männer (7,0 Prozent) der Generation Y eine anonyme Bewerbung.

Abbildung 16: Die anonyme Bewerbung aus Sicht der Generation Y

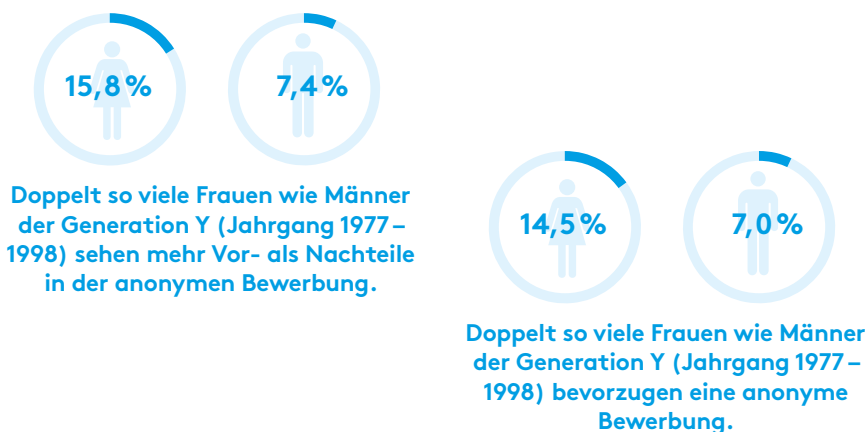
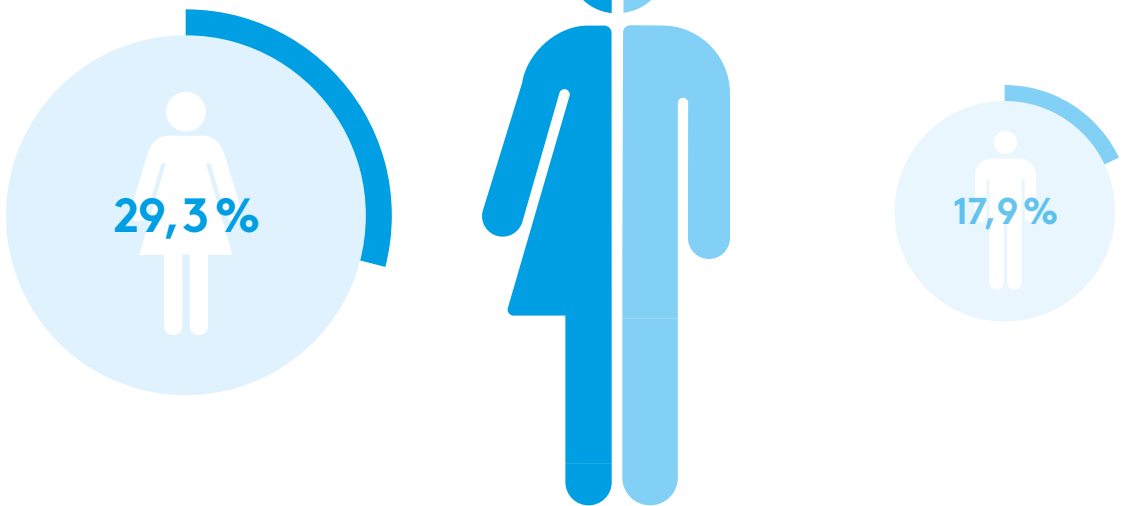
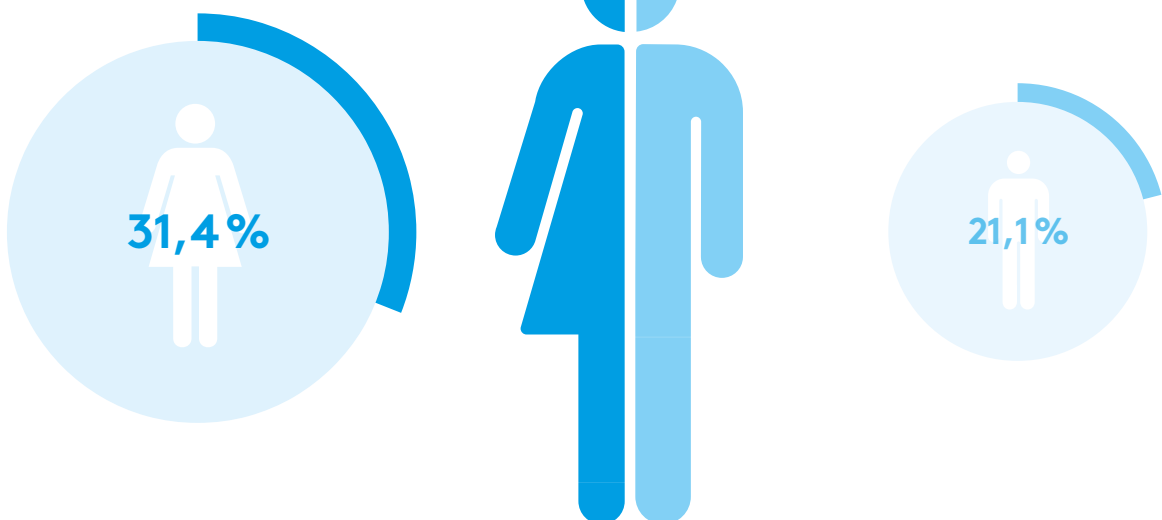


Abbildung 17: Anonyme Bewerbungen aus Sicht der Stellensuchenden und Karriereinteressierten

Ich ziehe eine anonyme
Bewerbung vor.



Eine anonyme Bewerbung
hat mehr Vor- als Nachteile.

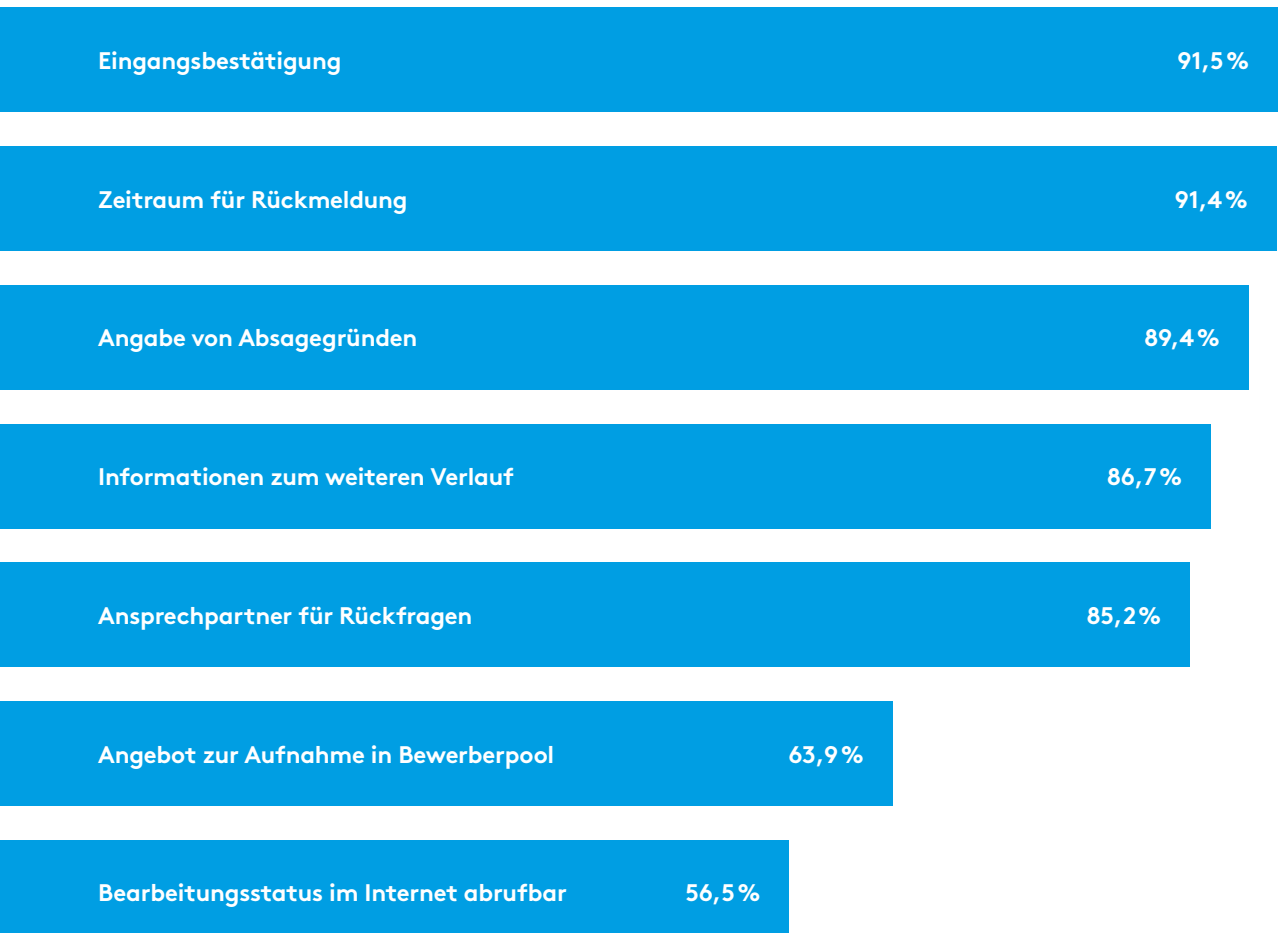


WICHTIGE KRITERIEN BEI DER BEWERBUNG:

EINGANGSBESTÄTIGUNG UND ZEITRAUM FÜR RÜCKMELDUNG

Die Studie gibt weiterhin Aufschluss über verschiedene Rahmenbedingungen, die den Stellensuchenden und Karriereinteressierten bei einer Bewerbung wichtig sind (vgl. Abbildung 18). Die Ergebnisse zeigen, dass besonders die Eingangsbestätigung von 91,5 Prozent der Stellensuchenden und Karriereinteressierten als wichtig angesehen wird. Ebenso wichtig wird der Zeitraum für die Rückmeldung von 91,4 Prozent der Teilnehmer bewertet. Für neun von zehn (89,4 Prozent) der Stellensuchenden und Karriereinteressierten ist die Angabe von Absagegründen ein wichtiger Punkt, während auch der Angabe von Informationen zum weiteren Verlauf (86,7 Prozent) und von Ansprechpartnern für Rückfragen (85,2 Prozent) eine wichtige Rolle im Bewerbungsprozess zukommt. Das Angebot von Seiten der Unternehmen, den Kandidaten in den Bewerberpool aufzunehmen, wird von 63,9 Prozent der Befragten als wichtig bewertet. Mehr als die Hälfte der Stellensuchenden und Karriereinteressierten (56,5 Prozent) nennt außerdem den Bearbeitungsstatus im Internet als ein wichtiges Kriterium bei der Bewerbung.

Abbildung 18: Informationsbedürfnisse der Stellensuchenden und Karriereinteressierten



Weitere Auswertungen der Recruiting Trends 2016 und der Bewerbungspraxis 2016 sind zu folgenden Themenschwerpunkten verfügbar:

- » Active Sourcing und Social Recruiting
- » Mobile Recruiting
- » Employer Branding und Attraktivitätskriterien
- » Big Failures in der Rekrutierung
- » Techniksprung in der Rekrutierung

Details zur Durchführung der Studie und die Beschreibung der Stichproben finden Sie online unter www.uni-bamberg.de/isdl/recruitingtrends2016

Darüber hinaus können bezogen werden:

Maier, C., Laumer, S., Weitzel, T., Weinert, C., von Stetten, A., Wirth, J. und Eckhardt, A. und Kraft, B. (2015):
Bewerbungspraxis 2015 – Eine empirische Studie mit 7.000 Stellensuchenden und Karriereinteressierten im Internet, Research Report
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

von Stetten, A., Laumer, S., Maier, C., Weinert, C., Weitzel, T., Wirth, J., Eckhardt, A. und Kraft, B. (2015):
Recruiting Trends im Mittelstand 2015 – Eine empirische Untersuchung mit 1.000 Unternehmen aus dem deutschen Mittelstand, Research Report
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Weinert, C., Wirth, J., von Stetten, A., Laumer, S., Maier, C., Weitzel, T., Eckhardt, A. und Kraft, B. (2015):
Recruiting Trends 2015 – Eine empirische Untersuchung mit den Top-1.000-Unternehmen aus Deutschland, sowie den Top-300-Unternehmen aus den Branchen Finanzdienstleistung, Health Care und IT, Research Report
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Kontakt:
Dr. Katrin Luzar
Monster Worldwide Deutschland GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 14
D-65760 Eschborn
Telefon: 06196-9992-688
E-Mail: studien@monster.de
www.monster.de