

bewerbungs- praxis 2013

Management-Zusammenfassung

Eine empirische Studie mit über 6.000 Stellensuchenden und Karriereinteressierten im Internet



monster.de
Das Bessere für mich.™

Prof. Dr. Tim Weitzel
Dr. Sven Laumer
Dr. Andreas Eckhardt
Christian Maier
Alexander von Stetten

Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Goethe-Universität Frankfurt am Main
Centre of Human Resources Information Systems – CHRIS

mit Unterstützung von
Elke Guhl
Monster Worldwide Deutschland

Vorwort

Die vorliegende zehnte Ausgabe der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ zeigt die Kandidatensicht auf den aktuellen und den zukünftigen, idealen Arbeitgeber, die Bedeutung von Social Media und Mobile-Recruiting für die Stellensuche, sowie welche Erwartungen die Kandidaten an die Unternehmen in diesem Zusammenhang haben. Außerdem analysiert diese Studie die Wechselwilligkeit von Arbeitnehmern und die Wahrnehmung von Maßnahmen zur Vielfalt und Integration von neuen Mitarbeitern. Die über 6.000 Teilnehmer der diesjährigen Studie erlauben, Antworten auf Fragen zu geben wie „Was macht einen attraktiven Arbeitgeber aus?“, „Womit bin ich in meinem aktuellen Job zufrieden, und womit nicht?“, und „Welche Kanäle verwenden die Kandidaten häufig zur Stellensuche?“.

Insgesamt haben in den letzten zehn Jahren mehr als 100.000 Stellensuchende und Karriereinteressierte an der wissenschaftlichen Untersuchung der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main in Zusammenarbeit mit Monster Worldwide Deutschland teilgenommen. So zeigt diese Jubiläumsausgabe über die letzte Dekade hinweg neben aktuellen Trends auch eindrucksvolle Veränderungen aber auch Basisthemen, wie Stellensuchende und Karriereinteressierte sich während der Suche nach einem neuen Arbeitgeber verhalten. In diesen zehn Jahren hat sich das Internet als wichtigster Informationskanal durchgesetzt. Eine grundlegende Änderung neben aktuellen Themen wie Social Media und Mobilität ist das Verschwinden der Papierbewerbung. 2003 bewarben sich die meisten Kandidaten lieber mit einer klassischen Bewerbungsmappe, heute möchten sich neun von zehn Stellensuchende elektronisch bewerben. Doch es gibt auch Konstanz. So ist die Internet-Stellenbörse wie vor zehn Jahren derjenige Kanal, den Jobsuchende am häufigsten nutzen und dem sie die größten Chancen zusprechen, eine neue Anstellung zu finden.

Die Bewerbungspraxis komplementiert mit ihrer Kandidatensicht die jährlichen Unternehmensstudien „Recruiting Trends“ bei Groß- und Mittelstandsunternehmen und erlaubt ein einzigartig vollständiges Bild auf moderne Rekrutierung im deutschsprachigen Raum.



Prof. Dr. Tim Weitzel

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik
insb. Informationssysteme in Dienstleistungsbereichen
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

||
aun
Recruiting
ellenboorse

Management-Zusammenfassung

Die vorliegende Studie „Bewerbungspraxis 2013“ wurde vom Centre of Human Resources Information Systems der Universitäten Bamberg und Frankfurt mit Unterstützung von Monster Worldwide Deutschland durchgeführt. Die über 6.000 Teilnehmer sind im Durchschnitt 38,7 Jahre alt, 54,9 Prozent sind männlich, 7,0 Prozent sind Studenten, die Mehrzahl hat über 10 Jahre Berufserfahrung.

- » **Pessimistischere Beurteilung des Arbeitsmarktes, aber nach wie vor hohe Wechselwilligkeit:**
Die Teilnehmer sehen ihre Chance auf einen neuen attraktiven Arbeitsplatz trotz des konjunkturellen Abschwungs mehrheitlich recht positiv, wenn auch pessimistischer als im letzten Jahr. Jeder vierte sieht gute Chancen auf den individuellen Traumjob und 45,8 Prozent auf einen Job, der den eigenen Ansprüchen genügt. Der nationale Arbeitsmarkt ist dabei attraktiver als der internationale oder auch der firmeninterne. Wie im Vorjahr planen drei von zehn Studienteilnehmern ihren aktuellen Arbeitsvertrag zu kündigen, ein Fünftel hat einen Arbeitsplatzwechsel in den letzten Monaten vollzogen und 10,3 Prozent haben aktuell ihren Arbeitsvertrag gekündigt.
- » **Arbeitsbedingungen, Vorgesetzte und Kollegen sind gut, Gehalt und Karrieremöglichkeiten nicht:**
Im aktuellen Job sind die befragten Arbeitnehmer mit ihren Kollegen, ihrer Abteilung, ihrem Vorgesetzten und den Arbeitsbedingungen mehrheitlich zufrieden. Unzufriedenheit herrscht beim Thema Gehalt, der Weitergabe von Informationen und den erwarteten Karrieremöglichkeiten. Bei einem Jobangebot eines anderen Arbeitgebers blieben acht von zehn Studienteilnehmern im aktuellen Unternehmen bei entsprechend höherem Gehalt und sieben von zehn bei verbesserten Karrieremöglichkeiten.
- » **Der ideale Job hat gutes Arbeitsklima, Karrieremöglichkeiten und flexible Arbeitszeitmodelle:**
Für einen neuen Job sind die wichtigsten Anforderungen der Studienteilnehmer an den Arbeitgeber ein gutes Arbeitsklima, gute Karrieremöglichkeiten, flexible Arbeitszeitmodelle, Work-Life-Balance und eine offene Kultur der Wissensweitergabe. Gehalt, bekannte Produktmarken oder soziales Engagement sind weniger wichtig. Dies gilt sowohl für Arbeitsplätze in Groß- als auch Mittelstandsunternehmen.
- » **Internet-Stellenbörse seit 10 Jahren für Kandidaten effektivster Kanal der Stellensuche:**
Seit Beginn der Studienreihe sehen Stellensuchende und Karriereinteressierte in der Internet-Stellenbörse den Kanal mit der größten Chance, eine neue Anstellung zu finden, gefolgt von Unternehmens-Webseiten und persönlichen Empfehlungen. Stellenbörsen sind entsprechend auch weiterhin der in der Informationsphase der Stellensuche am häufigsten genutzte Kanal, gefolgt von Unternehmens-Webseiten und Karrierenetzwerken.
- » **Stellensuchende wünschen interaktive Stellenanzeigen:**
Ein Drittel der Befragten gibt an, dass Unternehmen vermehrt Stellenanzeigen mit interaktiven Elementen wie Videos, Links oder Facebook-Elementen schalten sollten. Insbesondere Kandidaten im Marketing, Personalwesen und Journalismus wünschen sich diese neue Form der Stellenanzeige.
- » **Freunde und Headhunter sind gute Karriereberater, HR-Mitarbeiter im eigenen Unternehmen nicht:** Am hilfreichsten bei Karrierefragen sind aus Sicht der Teilnehmer externe Personalberater und Freunde; Kollegen liegen im Mittelfeld, und die HR-Mitarbeiter des eigenen Unternehmens finden sich auf dem letzten Platz und werden nur von etwa jedem fünften Studienteilnehmer als hilfreich in Karrierefragen gesehen. Nur Personalvertrauen häufiger auf die HR-Abteilung in Karrierefragen, indes auch nur vier von zehn.
- » **Elektronische Bewerbung dominiert die Bewerbungsphase:**
Mehr als acht von zehn Stellensuchende und Karriereinteressierte möchten sich am liebsten elektronisch bewerben, und nur noch jeder zehnte bevorzugt eine papierbasierte Bewerbungsmappe.

- » **Beim Einstellungsgespräch prüft auch der Kandidat das Unternehmen:**
Neun von zehn Stellensuchende geben an, die Eindrücke während eines Einstellungsgespräch als wichtige Entscheidungsgrundlage für die Annahme eines Jobangebots zu nutzen. Sechs von zehn haben dabei bereits mindestens einmal auf Grund dieser Eindrücke bei einem Vorstellungsgespräch das Job-Angebot eines Unternehmens abgelehnt; nur gut die Hälfte hat überwiegend positive Eindrücke in Einstellungsgesprächen gewonnen.
- » **e-Assessments und IT-basierte Selektionsverfahren werden noch zurückhaltend akzeptiert:**
Knapp vier von zehn Studienteilnehmer finden es generell gut, wenn Unternehmen Online-Tests zur Kandidatenselektion einsetzen und sehen gute Möglichkeiten, ihre Eignung auf eine Stelle zu überprüfen; 27,5 Prozent finden es gut, wenn diese in Form von Online-Spielen implementiert sind. Bereits drei Viertel der Studienteilnehmer wurden in einem Bewerbungsverfahren mit einem Online-Test konfrontiert.
- » **Generelle Akzeptanz aber durchaus zurückhaltende Nutzung von Social-Media-Anwendungen:**
56,7 Prozent der Studienteilnehmer finden es gut, wenn Unternehmen Social-Media-Anwendungen in der Personalbeschaffung einsetzen, wobei auch vier von zehn glauben, die Unternehmen erwarteten sogar von den Kandidaten, sich durch Social-Media-Anwendungen über Karrierethemen zu informieren. Zur Suche nach Stellenanzeigen nutzen dabei 25,8 Prozent häufig Xing und 15,1 Prozent Facebook. Für generelle Informationen setzen 23,8 Prozent häufig Xing und 12,4 Prozent häufig Facebook ein. Zur Vernetzung mit Unternehmen nutzen 17,2 Prozent häufig Xing und 8,9 Prozent Facebook. Die Pflege des eigenen Netzwerks ist dabei diejenige Funktion von Social-Media-Anwendungen, die am häufigsten durch die Studienteilnehmer genutzt wird. Für diesen Kontext nutzen 40,2 Prozent häufig Facebook und 28,1 Prozent Xing.
- » **Zunehmende Bedeutung aber schlechte Umsetzung von Mobile-Recruiting:**
Knapp drei von zehn Teilnehmer aller Fachrichtungen nutzen ihr mobiles Endgerät (Smartphone) zur Suche nach offenen Stellen, insgesamt jeder vierte nutzt hierzu entsprechende Apps von Internet-Stellenbörsen und 15,3 Prozent von einzelnen Unternehmen. 6,2 Prozent bewerben sich tatsächlich auch über ihr mobiles Endgerät (Smartphone). Über die Hälfte findet es gut, wenn Internet-Stellenbörsen Applikationen (Apps) für mobile Endgeräte bereitstellen, über die man nach offenen Stellen suchen kann. Mit 44,7 Prozent schätzen etwas weniger Teilnehmer, wenn einzelne Unternehmen derartige Anwendungen bereitstellen. Jedoch funktioniert die Darstellung von Karriere-Webseiten im Allgemeinen und Stellenanzeigen im Besonderen auf einem Smartphone nicht immer gut, und nur jeder fünfte Teilnehmer findet, dass die mobile Darstellung von Stellenanzeigen, die über Internet-Stellenbörsen aufgerufen werden, problemlos funktioniert. Mit 18,9 Prozent haben in etwa genauso wenige Personen positive Erfahrung mit der Darstellung von Karriere-Webseiten auf ihrem Smartphone gesammelt.
- » **Negative Wahrnehmung von Maßnahmen zur Integration von neuen Mitarbeitern:**
Nur vier von zehn Studienteilnehmer sehen ausreichend viel Unterstützung von Seiten der Unternehmen zur Integration von neuen Mitarbeitern in das Unternehmen, und auch nur 47,2 Prozent sehen, dass ihr Arbeitgeber ausreichende Möglichkeiten für flexible Arbeitszeiten bietet. Knapp ein Drittel findet, dass ältere Mitarbeiter gut in das Unternehmen integriert werden und dass der aktuelle Arbeitgeber ausreichend viele Integrationsmaßnahmen für ausländische Stellensuchende bietet.

Zusammenfassung der Ergebnisse

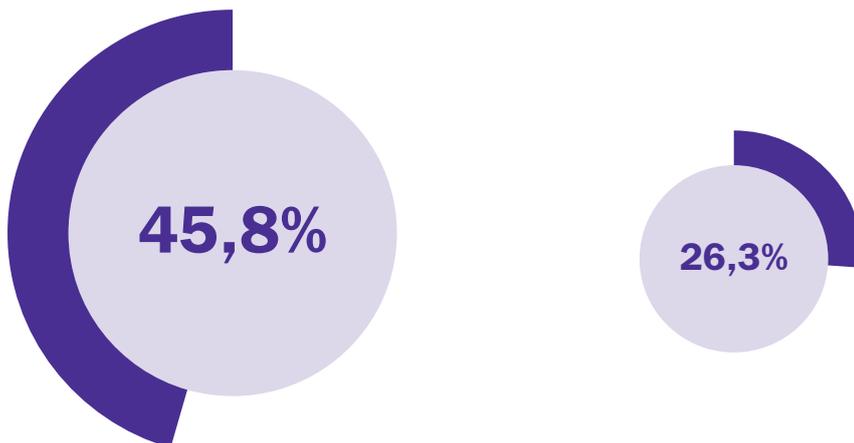
In der mittlerweile zehnten Auflage der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ dokumentiert das Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main die Ergebnisse der jährlichen webbasierten Umfrage mit Stellensuchenden und Karriereinteressierten auf dem deutschen Arbeitsmarkt, welche mit Unterstützung von Monster Worldwide Deutschland durchgeführt wird.

Im Mittelpunkt der Studienreihe steht die Person des Stellensuchenden und Karriereinteressierten mit all seinen Eigenschaften, Motivationen, Zielen, Verhaltensweisen, Bedürfnissen, Einflussgruppen und Präferenzen. So präsentiert die zehnte Auflage der Studienreihe den Status Quo der Stellensuche aus Sicht des Kandidaten und zeigt Veränderungen auf, welche im Laufe des letzten Jahrzehnts entstanden sind.

Das Durchschnittsalter der 6.137 teilnehmenden Stellensuchenden und Karriereinteressierten beträgt 38,7 Jahre. 54,9 Prozent sind männlich und drei von vier Befragten haben eine Berufserfahrung von mindestens sechs Jahren. Die Mehrheit sind Angestellte, 15 Prozent sind Abteilungsleiter mit Personalverantwortung, knapp 15 Prozent Geschäftsführungs- oder Vorstandsmitglieder sowie 8,5 Prozent Student, Azubi oder Schüler. Der folgende Abschnitt bietet einen kurzen Überblick über die wichtigsten Erkenntnisse und Ergebnisse der Studie „Bewerbungspraxis 2013“, welche im Hauptteil detaillierter ausgeführt und diskutiert werden.

Ergebnisse zur Beurteilung des Arbeitsmarktes

Die Arbeitsmarktlage wird in diesem Jahr pessimistischer als im Vorjahr wahrgenommen. So sehen aktuell 26,3 Prozent aller Befragten eine realistische Chance, ihren Traumjob zu bekommen (Vorjahr: 29,3 Prozent), und lediglich 45,8 Prozent denken, dass sie einen Arbeitsplatz finden könnten, der ihren Ansprüchen genügt (Vorjahr: 53,1 Prozent). Ein Grund hierfür ist insbesondere die derzeitige Arbeitsmarktlage, welche nur von 35,5 Prozent als positiv beurteilt wird, wobei der nationale Arbeitsmarkt besser bewertet wird als der internationale oder der unternehmensinterne.



Aktuell sehe ich gute Chancen, einen Job zu finden, der meinen eigenen Ansprüchen genügt.

Aktuell sehe ich gute Chancen, den individuellen Traumjob zu finden.

Abbildung M1: Beurteilung des Arbeitsmarktes¹

¹ Anteil derjenigen Studienteilnehmer, die den Aussagen zustimmen

Ergebnisse zu Anforderungen an Arbeitgeber, Wechselwilligkeit und Jobzufriedenheit

Im aktuellen Beruf sind die befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten vor allem mit ihren Kollegen, der Abteilung, und den Vorgesetzten zufrieden. Unzufriedenheit herrscht dagegen mit dem zu niedrigen Gehalt, einer fehlender Kultur der offenen Wissensweitergabe und mangelnden Karrieremöglichkeiten im aktuellen Unternehmen. Trotzdem fühlen sich mehr als drei von vier Befragten ihrem Arbeitgeber verbunden und zwei Drittel sind bereit, sich über das vertraglich Fixierte hinaus noch für das Unternehmen zu engagieren.

Für einen idealen Job sind die wichtigsten Anforderungen der Studienteilnehmer an den Arbeitgeber ein gutes Arbeitsklima, gute Karrieremöglichkeiten, flexible Arbeitszeitmodelle, Work-Life-Balance und eine offene Kultur der Wissensweitergabe. Gehalt, bekannte Produktmarken oder soziales Engagement sind weniger wichtig. Dies gilt gleichermaßen für Arbeitsplätze in Groß- als auch in Mittelstandsunternehmen.

30,3 Prozent der Befragten planen konkret, ihren aktuellen Vertrag zu kündigen. Sogar 58,7 Prozent wollen sich in naher Zukunft nach einem neuen Arbeitgeber umschaun. Diese Werte bedeuten im Vergleich zur Vorjahresstudie trotz der pessimistischeren Einschätzung des Arbeitsmarktes einen Anstieg. Allerdings blieben bei einem Jobangebot eines anderen Arbeitgebers acht von zehn Studienteilnehmer im aktuellen Unternehmen, wenn dieses ein höheres Gehalt zahlt, und sieben von zehn bei verbesserten Karrieremöglichkeiten.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, welche Personen die Teilnehmer zu Rate ziehen, wenn sie Hilfe bei Fragen der eigenen Karriereentwicklung haben. Als am hilfreichsten werden externe Personalberater und Freunde gesehen; Kollegen liegen im Mittelfeld, und die HR-Mitarbeiter des eigenen Unternehmens finden sich auf dem letzten Platz und werden nur von etwa jedem fünften Studienteilnehmer als hilfreich in Karrierefragen angesehen. Nur Personaler vertrauen häufiger auf die HR-Abteilung in Karrierefragen, indes auch nur vier von zehn.

Ergebnisse zum internationalen Stellenmarkt

Die befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten halten den internationalen Arbeitsmarkt für attraktiver als den internen. Insofern stellt sich die Frage, in welchem Land oder welchem Kontinent die Studienteilnehmer gerne arbeiten möchten. West-Europa kristallisierte sich hier eindeutig als das attraktivste Ziel heraus. Es folgen Kanada, Nord-Europa, USA, Australien und Süd-Europa bei den befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten, welche eine Anstellung im Ausland anstreben. Auf den letzten Plätzen sind China, wo nur 9,5 Prozent gerne arbeiten würden, Afrika (8,1 Prozent), Indien (6,4 Prozent) und an letzter Stelle der Nahe Osten (5,8 Prozent).

Ergebnisse zur Stellensuche

Am häufigsten nutzen Stellensuchende und Karriereinteressierte Internet-Stellenbörsen (62,1 Prozent) zur aktiven Suche nach Vakanzen. Auf den Rängen zwei und drei folgen Unternehmenswebseiten (37,4 Prozent) und Karrierenetzwerke (28,1 Prozent). Zusätzlich vertrauen Stellensuchende und Karriereinteressierte der passiven Stellensuche. Hierbei nutzen 70,2 Prozent der Teilnehmer Lebenslaufdatenbanken von Internet-Stellenbörsen. Darüber hinaus haben 60,1 Prozent der befragten Studienteilnehmer ein öffentliches Profil in einem Karrierenetzwerke (z. B. Xing) und 43,2 Prozent vertrauen auf Lebenslaufdatenbanken von Unternehmen.

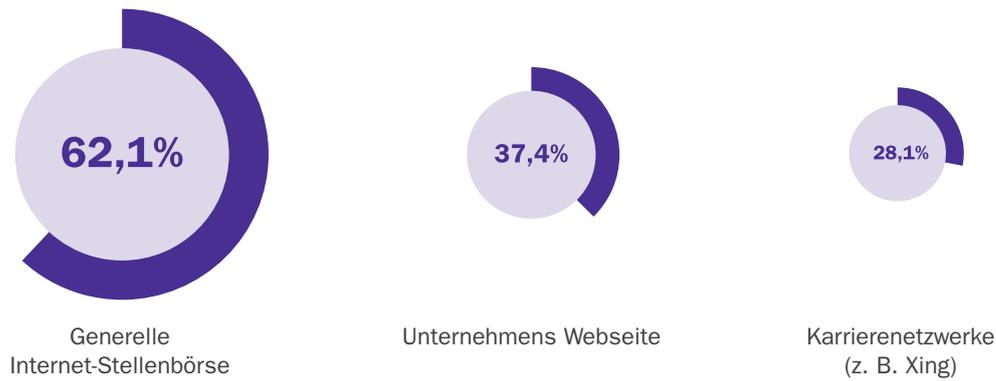


Abbildung M2.1: Nutzungshäufigkeit von Kanälen zur aktiven Stellensuche²

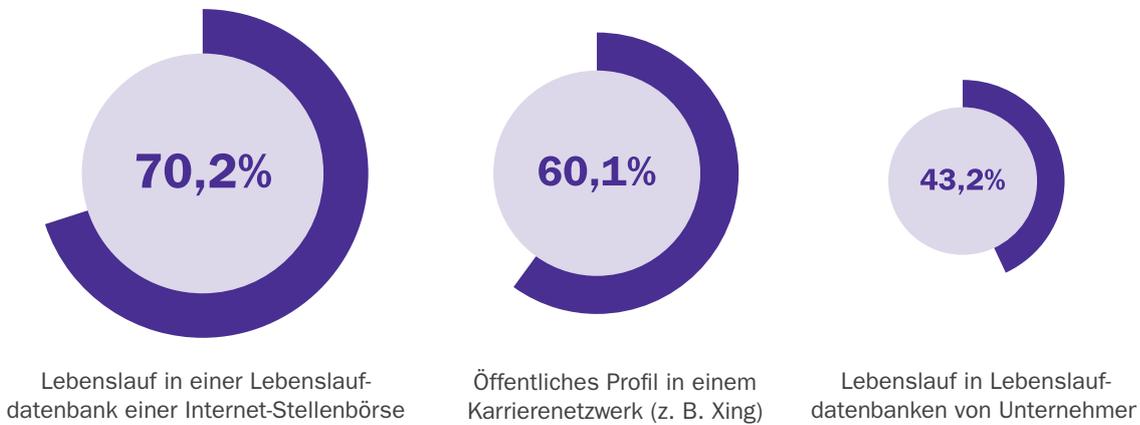


Abbildung M2.2: Nutzungshäufigkeit von Kanälen zur passiven Stellensuche³

Ergebnisse zur Form der Bewerbung

Hinsichtlich der Bewerbungsform geben erstmals mehr als drei von vier Befragten eine Präferenz für eine E-Mail Bewerbung an. Die Bewerbung per Post wird lediglich von 11,9 Prozent und eine Formularbewerbung von lediglich 7,6 Prozent aller Stellensuchenden und Karriereinteressierten bevorzugt. Nichtsdestoweniger würden 83,0 Prozent einer Aufforderung, sich per Formularbewerbung für eine vakante Stelle zu bewerben, selbst dann nachkommen, wenn die Formularbewerbung nicht die eigene präferierte Bewerbungsform darstellt. Dennoch schreckt solch eine Aufforderung weiterhin Stellensuchende von einer Bewerbung ab (8,4 Prozent). Beeindruckend ist die Verschiebung in der Präferenz von der papierbasierten zur elektronischen Bewerbung. So bevorzugen aktuell 83,2 Prozent eine elektronische und lediglich 11,9 Prozent eine papierbasierte Bewerbung, welche bei der ersten Bewerbungspraxis vor zehn Jahren noch die beliebteste Bewerbungsform war (papierbasierte Bewerbung: 52,4; elektronische Bewerbung: 47,6%).

² Anteil derjenigen Studienteilnehmer, die mit „häufig“ oder „sehr häufig“ antworten

³ Anteil derjenigen Studienteilnehmer, die den jeweiligen Kanal zur passiven Stellensuche nutzen

Ergebnisse zu Einstellungsgesprächen

Für die Stellensuchenden sind die während der Einstellungsgespräche gewonnenen Erfahrungen und Eindrücke entscheidungsrelevant. So dienen für mehr als neun von zehn Befragten die gesammelten Erfahrungen in Einstellungsgesprächen eine Entscheidungsgrundlage, ob ein Unternehmen zum Bewerber passt und das Stellenangebot angenommen wird. Aufgrund negativer Erfahrungen haben schon 60,3 Prozent der befragten Studienteilnehmer in der Vergangenheit ein Stellenangebot abgelehnt. Nichtsdestoweniger berichtet die Mehrheit aller befragten Stellensuchenden (55,9 Prozent) von größtenteils positiven Erfahrungen und Erkenntnissen während der Einstellungsgespräche.

Ergebnisse zu Selektionsverfahren (e-Assessment und Online-Spiele)

Hinsichtlich der Nutzung und Verbreitung von e-Assessments bzw. Online-Spielen zeigen die Ergebnisse, dass mehr als drei von vier Studienteilnehmern im Laufe eines Bewerbungsprozesses mit Online-Spielen in Kontakt kamen. Ferner nutzten 81,4 Prozent der Befragten bereits mindestens einmal von Unternehmen angebotene Online-Spiele, um die Eignung für eine Stelle überprüfen zu können. Insgesamt betrachten 40,4 Prozent der befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten Online-Spiele als geeignetes Instrument zur Eignungsfeststellung.

Ergebnisse zur Nutzung und Bedeutung von Social Media

56,7 Prozent der Befragten finden es gut, wenn Unternehmen Social-Media für Rekrutierungszwecke einsetzen, und mindestens sechs von zehn Stellensuchende und Karriereinteressierte haben ein Profil in Xing oder Facebook. Hierbei wird Facebook allen voran für die Pflege des persönlichen Netzwerks und Xing für die aktive Suche nach Stellenanzeigen oder Informationen sowie für die Vernetzung mit anderen Personen verwendet. Weitere Social-Media Kanäle wie beispielsweise LinkedIn, BranchOut, BeKnown, GooglePlus und Kununu werden von den befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten selten als relevanter Social-Media Kanal für Karriereentscheidungen wahrgenommen.

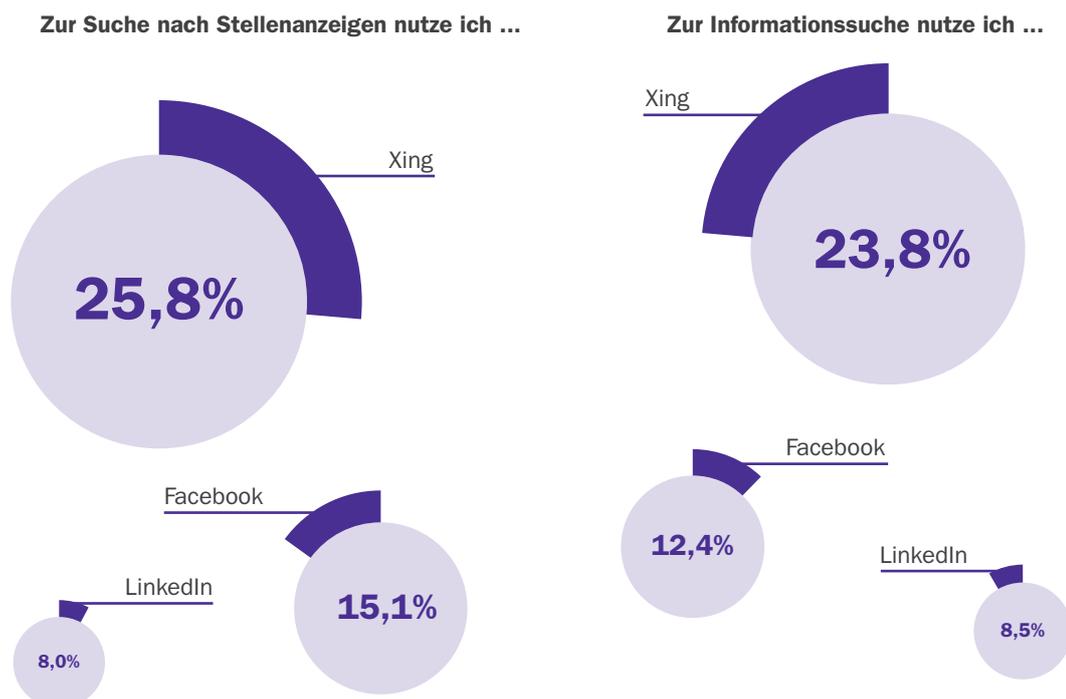
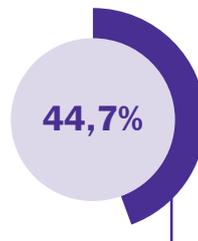
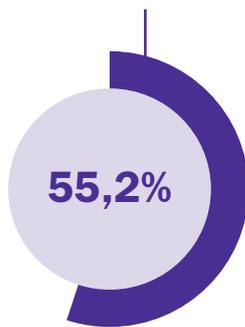


Abbildung M3: Nutzung von Social Media⁴

Ergebnisse zur Nutzung und Bedeutung von Mobile-Recruiting

Knapp drei von zehn Teilnehmern aller Fachrichtungen nutzen ihr mobiles Endgerät (Smartphone) zur Suche nach offenen Stellen. Jedoch funktioniert die Darstellung von Karriere-Webseiten im Allgemeinen und Stellenanzeigen im Besonderen auf einem Smartphone nicht immer gut, und nur jeder fünfte Teilnehmer findet, dass die mobile Darstellung von Stellenanzeigen, die über Internet-Stellenbörsen aufgerufen werden, problemlos funktioniert. Mit 18,9 Prozent haben in etwa genauso wenige Personen positive Erfahrung mit der Darstellung von Karriere-Webseiten auf ihrem Smartphone gesammelt. Daher begrüßt mit 55,2 Prozent die Mehrheit der befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten, wenn Internet-Stellenbörsen auch Applikationen (sogenannte Apps) für mobile Endgeräte bereitstellen. Etwas weniger Befragte sehen unternehmensspezifische Apps als gut und sinnvoll an (44,7 Prozent). Dies spiegelt sich auch in der Nutzung wieder. So haben 24,6 Prozent schon Apps von Karrierewebsites eingesetzt, wohingegen unternehmensspezifische Apps nur bei 15,3 Prozent Verwendung fanden. Insgesamt haben sich schon 6,2 Prozent der Teilnehmer über mobile Endgeräte direkt bei einem Unternehmen auf eine vakante Stelle beworben.

Ich finde es gut, wenn Online-Karriereportalen /Internet-Stellenbörsen Applikationen (Apps) für mobile Endgeräte bereitstellen, über die ich nach offenen Stellen suchen kann.



Ich finde es gut, wenn Unternehmen Applikationen (Apps) für mobile Endgeräte bereitstellen, über die ich nach offenen Stellen suchen kann.

Ich nutze mein iPhone /Smartphone zur Suche nach offenen Stellen.



Abbildung M4: Nutzung und Bedeutung von Mobile Recruiting⁵

Ergebnisse zu Wahrnehmung der Integration von neuen Mitarbeitern

Obleich Unternehmen aufgrund des Fachkräftemangels verstärkt auf ausländische und ältere Mitarbeiter setzen müssen, sind nur wenige Stellensuchende und Karriereinteressierte der Meinung, dass Unternehmen ausreichend viele Arbeitsplätze für ältere Mitarbeiter optimieren oder Integrationsmaßnahmen für ausländische Fachkräfte anbieten. Darüber hinaus sehen die befragten Studienteilnehmer jedoch auch die generelle Unterstützung aller Mitarbeiter als verbesserungswürdig an.

Weitere Exemplare dieser Studie können gegen Gebühr bezogen werden.
Darüber hinaus können Sie folgende Studien anfordern:

Laumer, Sven; von Stetten, Alexander; Maier, Christian; Weitzel, Tim; Eckhardt, Andreas; Guhl, Elke
**Bewerbungspraxis 2012: Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden und
Karriereinteressierten im Internet**
Bamberg und Frankfurt am Main, Februar 2012

Laumer, Sven; von Stetten, Alexander; Eckhardt, Andreas; Weitzel, Tim; Kaestner, Till; von Westarp, Falk;
**Bewerbungspraxis 2011: Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden und
Karriereinteressierten im Internet**
Bamberg und Frankfurt am Main, Januar 2011

Laumer, Sven; Eckhardt, Andreas; von Stetten, Alexander; Weitzel, Tim; König Wolfgang
Bewerbungspraxis 2010: Eine empirische Untersuchung mit über 9.000 Stellensuchenden im Internet
Bamberg und Frankfurt am Main, November 2009

Laumer, Sven; Eckhardt, Andreas; von Stetten, Alexander; Weitzel, Tim; König, Wolfgang
Bewerbungspraxis 2009: Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden im Internet
Bamberg und Frankfurt am Main, November 2008

Eckhardt, Andreas; König, Wolfgang; Trunk, Natascha; Weitzel, Tim
Bewerbungspraxis 2008: Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden im Internet
Frankfurt am Main, November 2007

von Stetten, Alexander; Laumer, Sven; Maier, Christian; Eckhardt, Andreas; Weitzel, Tim; Guhl, Elke
**Recruiting Trends 2013: Eine empirische Untersuchung mit den Top-1.000-Unternehmen aus Deutschland sowie den
Top-300-Unternehmen aus den Branchen Automotive, Finanzdienstleistung und IT**
Bamberg und Frankfurt am Main, Februar 2013

von Stetten, Alexander; Laumer, Sven; Maier, Christian; Eckhardt, Andreas; Weitzel, Tim; Guhl, Elke
**Recruiting Trends im Mittelstand 2013 - Eine empirische Untersuchung mit 1.000 Unternehmen
aus dem deutschen Mittelstand**
Bamberg und Frankfurt am Main, Februar 2013

Kontakt:

Bettina Brauer
Monster Worldwide Deutschland GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 14
D-65760 Eschborn
Telefon: 06196-9992-686
E-Mail: studien@monster.de
www.monster.de