

Online

Xing

3. Trend Report Online-Recruiting Schweiz 2011

Eine Arbeitsmarktstudie der Prospective Media Services AG
Erstmals mit Einbezug der Westschweiz

So präsent Themen wie Social Recruiting und Mobile Recruiting auch sind – so gross ist vielerorts auch die Unsicherheit über Möglichkeiten und Sinnhaftigkeit des Einsatzes von Instrumenten wie Social Networks, Online-Videos, Twitter etc. in der Rekrutierung.

Der Trend Report 2011 wurde zusammen mit unserem Social Media Partner zeit GmbH erstellt und soll Ihnen einen Überblick über die Möglichkeiten im Online-Recruiting geben und Ihnen Trends für den Einsatz neuer Instrumente aufzeigen.

Mit der diesjährigen Erhebung wurde erstmals auch die Westschweiz in die Studie mit einbezogen. Damit lassen sich mögliche Unterschiede zwischen den Sprachregionen identifizieren und wir erhalten so ein noch umfassenderes Bild der Schweizer Trends. Befragt wurden wieder Arbeitnehmer und Arbeitgeber: Der Online-Fragebogen für Arbeitnehmer war während einem Monat aufgeschaltet, über einen im HR Today beigelegten Fragebogen haben wir die Arbeitgeber, respektive Recruiter, befragt. Insgesamt haben 1'741 Arbeitnehmer an der Online-Befragung teilgenommen, von den Arbeitgebern konnten wir 155 vollständig ausgefüllte Fragebögen auswerten.

PROSPECTIVE
STELLENINSE-
RATE
E-RECRUITING-
SOLUTIONS
PERSONALMARKETING

Prospective Media Services AG • Hofackerstrasse 32 • CH-8032 Zürich • www.prospective.ch
www.blog.prospective.ch • www.facebook.com/ProspectiveMedia
www.twitter.com/prospectiveag • www.xing.com/companies/prospective mediaservicesag

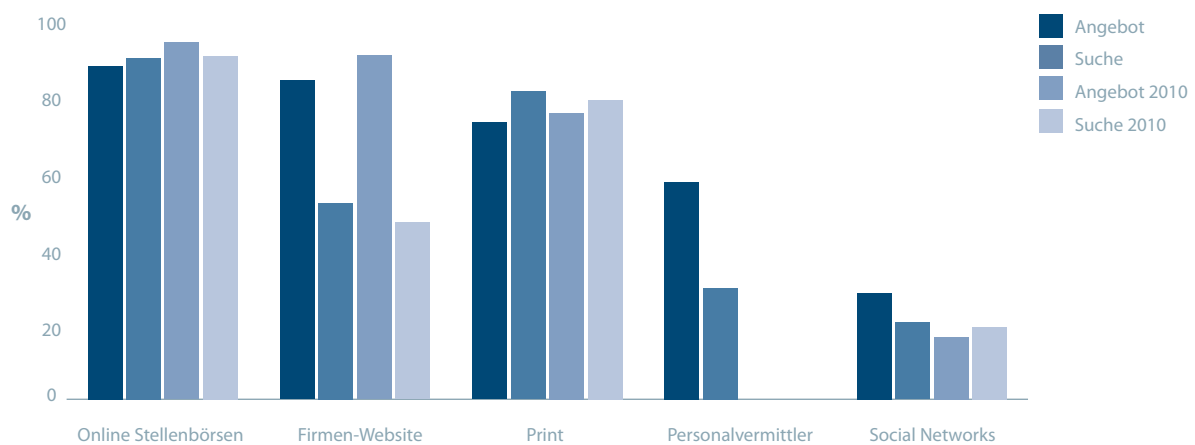
Die Ergebnisse im Überblick

Stellensuche und -angebot

Online-Stellenbörsen sind nach wie vor die wichtigsten Plattformen zur Stellenausschreibung. Stellenanzeigen auf Social Networks erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Mobile Recruiting könnte dank der Verbreitung von Smartphones der nächste grosse Trend werden.

Schweizer Arbeitgeber sind mit aussergewöhnlichen Platzierungen (z. B. Facebook Ads, Blog-Anzeigen, usw.) noch zurückhaltend.

Welche Kanäle nutzen Sie, um Stellen auszuschriften bzw. zu suchen?



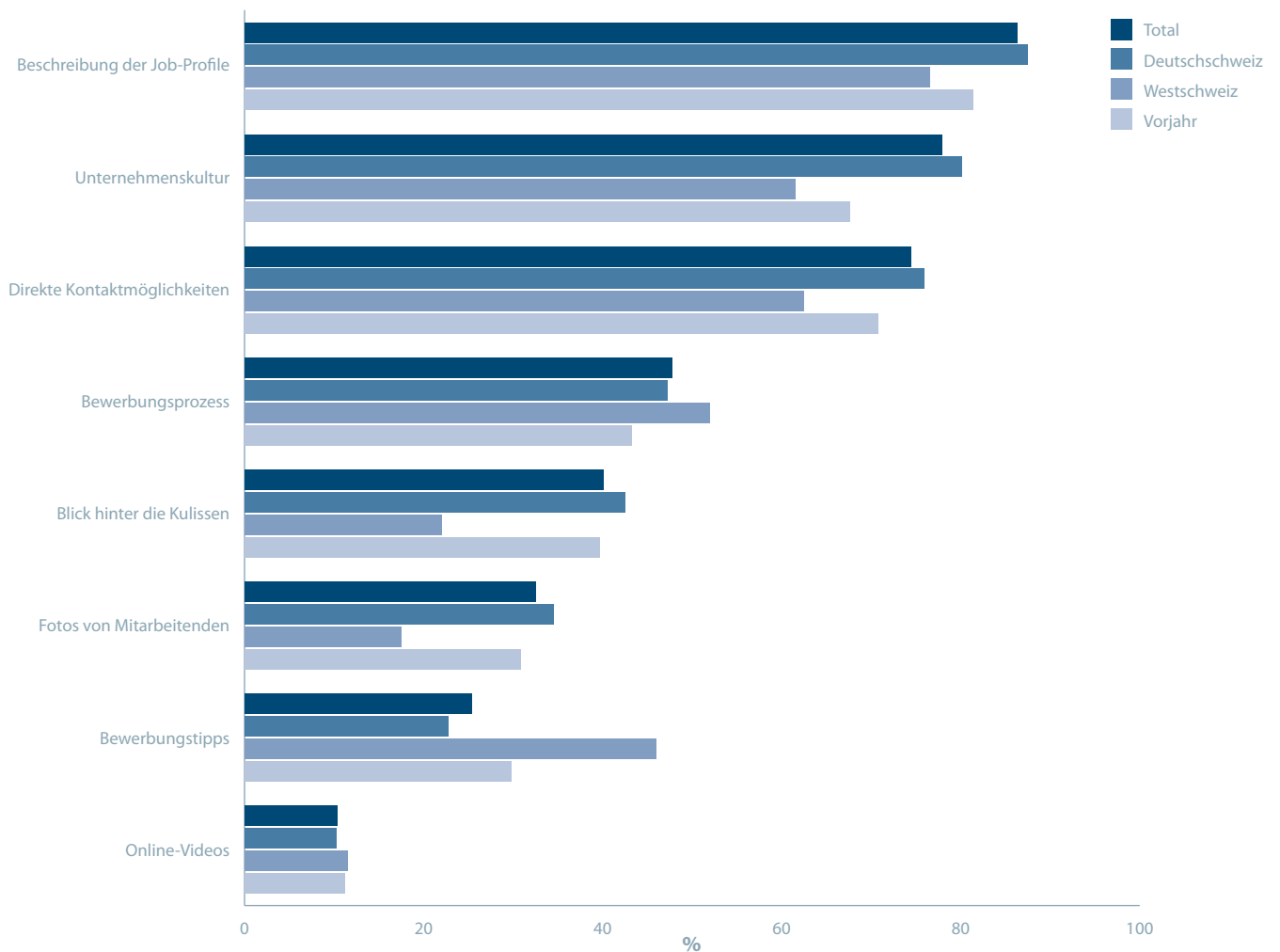
Informationssuche und-angebot

Firmenwebsites sind für Stellensuchende die wichtigste Informationsquelle. Sozial Networks haben für Arbeitnehmer sowie Arbeitgeber an Bedeutung zugenommen.

Suchmaschinen-Resultate beeinflussen die Meinungsbilder der User über (potentielle) Arbeitgeber.

Nur 50 Prozent der Unternehmen betreiben Web-Monitoring. Für die Online Reputation von Bewerbern interessieren sich aber 72 Prozent der befragten Arbeitgeber. Sie googeln zumindest gelegentlich nach Bewerbern.

Welche Informationen wünschen Sie sich auf der Website eines potenziellen Arbeitgebers?



Bewerbung und Bewerbungsmanagement

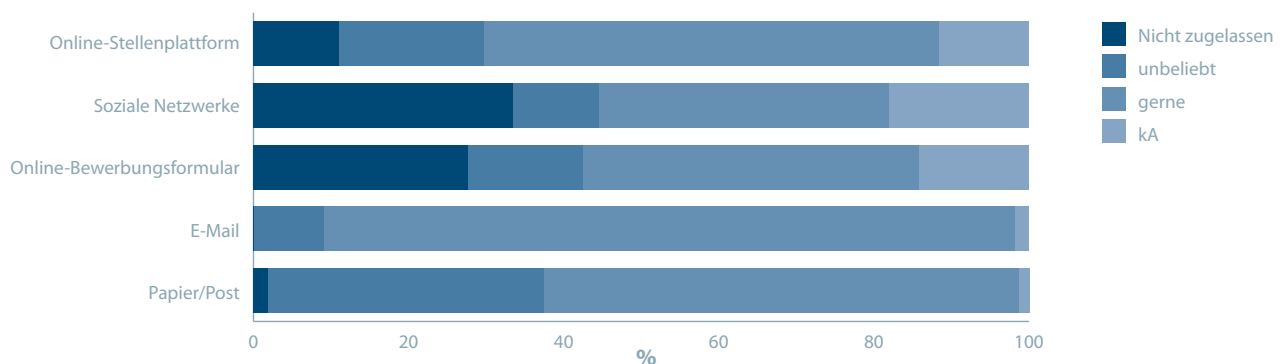
Überraschenderweise nutzen zwei Drittel der Arbeitnehmer (68 Prozent) gerne Papierbewerbungen.

Bewerbungs-Videos konnten sich (noch) nicht durchsetzen. Als häufige Begründung wird der hohe Aufwand angegeben.

Neun von zehn Unternehmen nehmen gerne E-Mail-Bewerbungen entgegen, die Beliebtheit an Papierbewerbungen nimmt ab.

Unternehmen schätzen Formularbewerbungen wegen deren hohen Effizienz. Bewerber nutzen jedoch lieber Kanäle, die mehr Individualität ermöglichen.

Welche Bewerbungsarten lassen Sie zu?



Fazit und Ausblick

Wir haben insgesamt fünf verschiedene Typen von Unternehmen identifiziert:

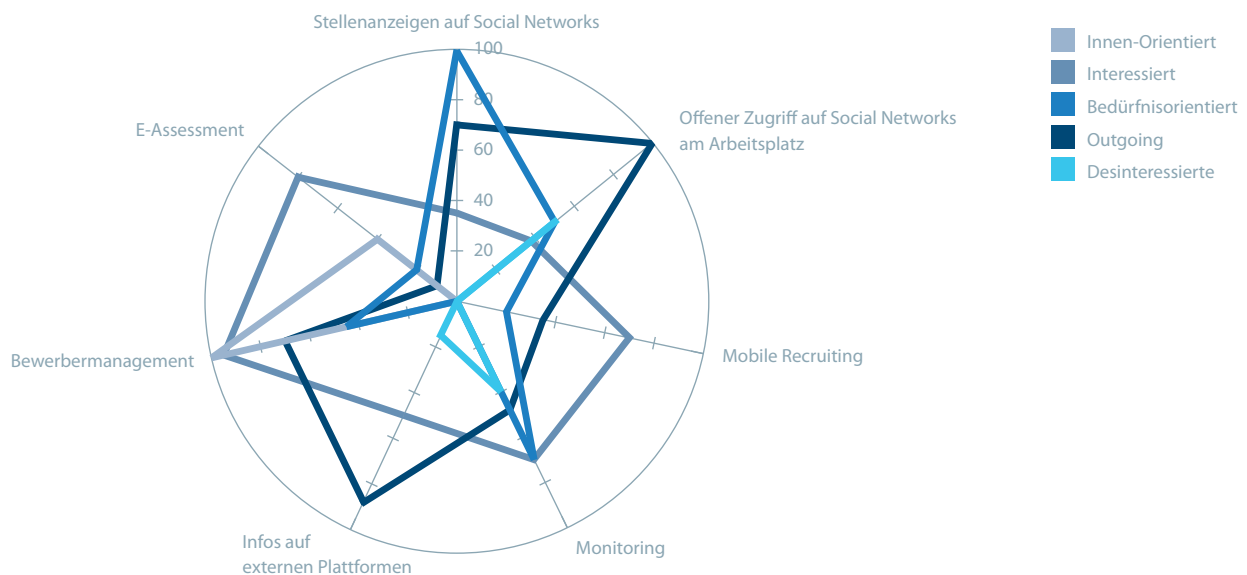
Die „Innen-Orientierten“: nutzen nur solche Tools, die ihre internen Abläufe optimieren. Während sie bei der Nutzung von Social Media und externen Plattformen noch zurückhaltend sind, setzen sie überdurchschnittlich oft E-Assessments ein.

Die „Interessierten“: sind sehr an Mobile Recruiting interessiert. Und sie betreiben Web-Monitoring, um zu erfahren, was online über sie berichtet wird.

Die „Bedürnisorientierten (Hybriden)“: setzen Tools dann ein, wenn sie sie benötigen - und betreiben Web-Monitoring.

Die Gruppe der „Outgoing“ platzieren gerne und häufig Informationen auf externen Plattformen, schalten Stellenanzeigen auf Sozialen Netzwerken und ermöglichen einen uneingeschränkten Zugriff auf Social Networks am Arbeitsplatz.

Die grösste Gruppe - die „Desinteressierten“: sie sind in allen Bereichen zurückhaltend. Sie publizieren nur wenige Informationen auf externen Plattformen und das Interesse für Mobile Recruiting ist kaum vorhanden.



Regionale Unterschiede

Zwischen der Deutsch- und Westschweiz haben wir folgende Unterschiede ausgemacht:

- Online-Stellenbörsen haben in der Westschweiz eine geringere Bedeutung als in der Deutschschweiz. Dafür machen sowohl Arbeitgeber wie auch Arbeitnehmer in der Westschweiz überdurchschnittlich oft Gebrauch von Online-CV-Datenbanken.
- Deutschschweizer wünschen sich mehr Informationen zur Unternehmenskultur und weitere Hintergrundinformationen, während für die Westschweizer Informationen zum Bewerbungsprozess sowie Bewerbungstipps wichtig sind.
- Die Deutschschweizer bevorzugen Xing, die Westschweizer Facebook und LinkedIn.
- Westschweizer Arbeitnehmer sind Formularbewerbungen gegenüber deutlich positiver eingestellt als Deutschschweizer.

Die vorliegende Studie hat neben den zu erwartenden Resultaten auch einige Überraschungen sowie Potentiale aufgezeigt. Ein Zeichen dafür, dass nicht immer alles vorhersehbar ist. Trauen Sie sich also weiterzugehen, um sich von anderen zu unterscheiden.

Gesamtstudie

Im „Trend Report Online Recruiting Schweiz 2011“ finden Sie aktuelle Informationen zu:

- [Online-Plattformen](#)
- [Stellensuche/-Ausschreibung](#)
- [Informationssuche](#)
- [Bewerbungen und Bewerbungsmanagement](#)

Wir wollten von den Umfrageteilnehmern z.B. wissen: über welche Kanäle gehen sie auf Jobsuche? Was erwarten Arbeitssuchende von Unternehmen? Wo veröffentlichen Firmen vakante Stellen? Welchen Einfluss haben soziale Netzwerke auf die Stellensuche?

Die detaillierten Studienergebnisse mit vielen Grafiken und Zusatzinformationen können über info@prospective.ch kostenpflichtig (85.– inkl. MwSt. und Versandkosten) als PDF oder in gedruckter Form bestellt werden.