



**Mitarbeiter  
gesucht.  
Wunsch-  
kandidaten  
gefunden.**

## **Die Online-Stellenanzeige in Zeiten von Social Media – Zukunftsfähigkeit und Handlungsfelder**

Ergebnisse der Umfrage „Online-Stellenanzeigen:  
Stand der Dinge, Herausforderungen, Lösungen“

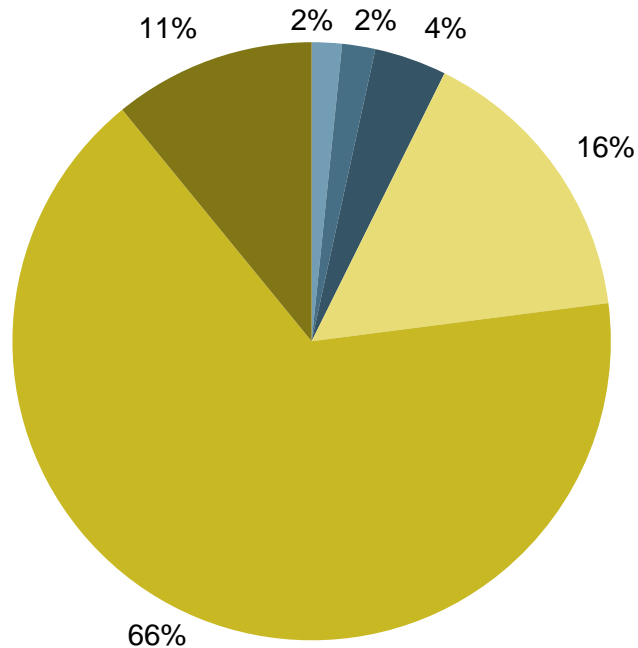
## Vorgehensweise und Ziele



- Die Erfolgsfaktoren heute und in Zukunft sollte die Umfrage aufzeigen, die wir gespiegelt bei Bewerbern und Personalern durchgeführt haben.
- An der Befragung haben 614 Bewerber und 357 Personalern teilgenommen.
- Die Teilnehmer wurden über stellenanzeigen.de, Kooperationspartner und Partner von stellenanzeigen.de sowie den Human Resources Manager generiert.
- Der Untersuchungszeitraum betrug 6 Wochen vom 07.09.2011 – 20.10.2011.
- Der Fokus der Umfrage lag auf der Bewertung und den Erfolgsaspekten von Online-Stellenanzeigen sowie auf der inhaltlichen und grafischen Gestaltung. So konnten klare Handlungsempfehlungen herausgearbeitet werden.

# Teilnehmerstruktur Bewerber

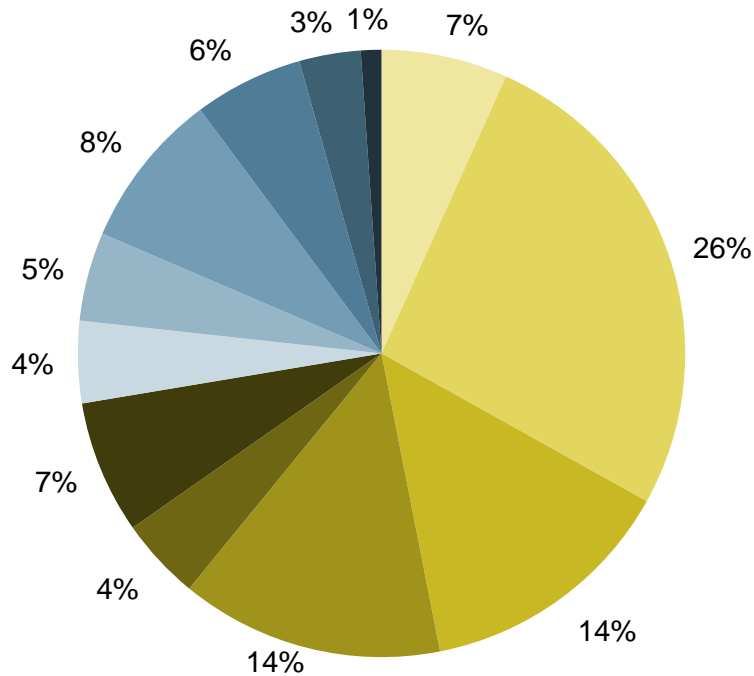
*In welcher beruflichen Situation befinden Sie sich? (n=614)*



- Schüler
- Studierender
- Absolvent
- Young Professional / Berufseinsteiger (1-5 Jahre Berufserfahrung)
- Professional / Berufserfahrener (mehr als 5 Jahre Berufserfahrung)
- Facharbeiter

# Teilnehmerstruktur Bewerber

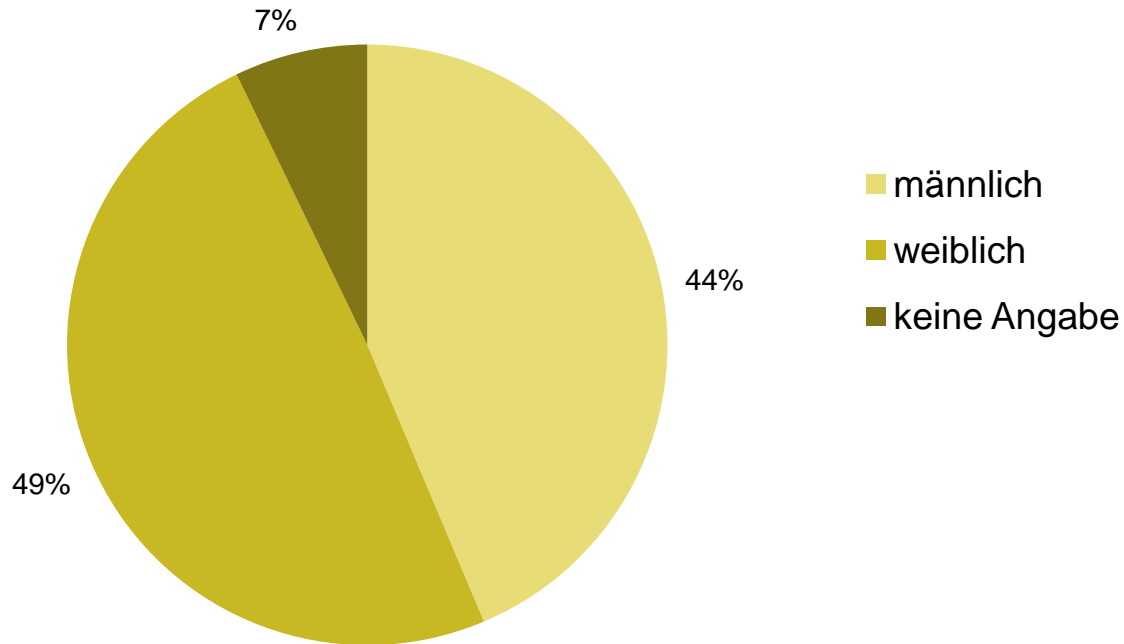
In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig? (n=550)



- Personaldienstleistungen, Arbeitsvermittlung
- Dienstleistung
- IT, Telekommunikation, Datenverarbeitung
- Handel, Vertrieb
- Banken, Finanzen, Versicherungen
- Maschinen- und Anlagenbau
- Automobilindustrie & Zulieferer
- Unternehmensberatung (A8)
- Biotechnologie, Chemie, Pharma, Medizin
- Medien (Print, Film, TV, Funk), Verlag, Druck
- Transport, Logistik, Verkehr
- Internet, Multimedia

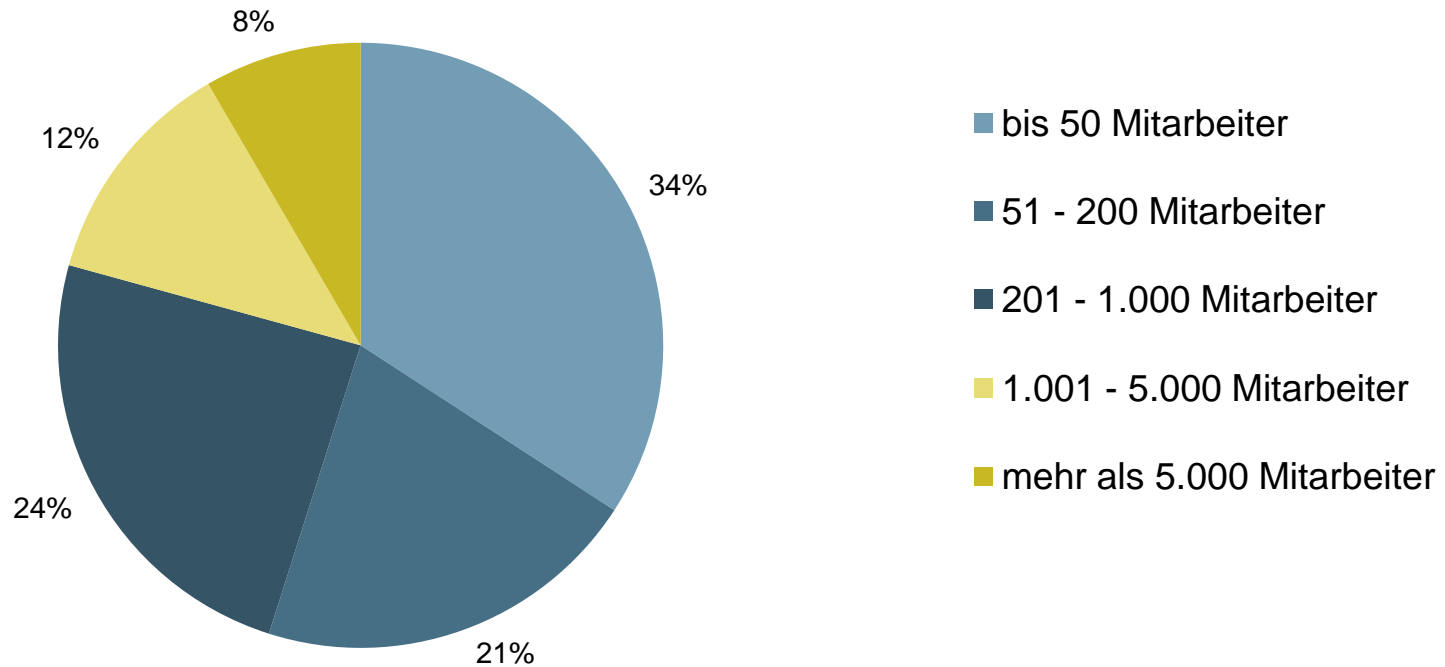
## Teilnehmerstruktur Bewerber

*Sind Sie männlich oder weiblich? (n=614)*



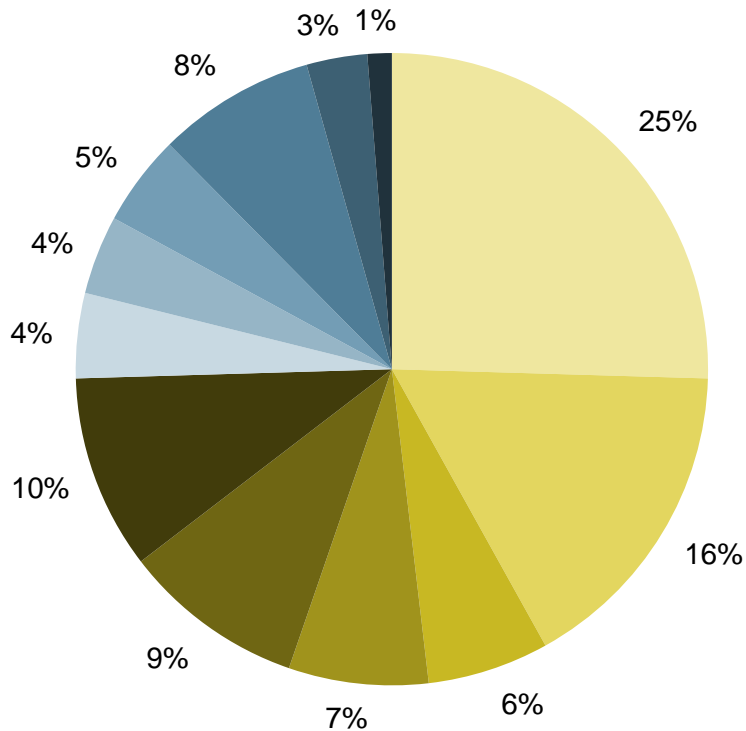
## Teilnehmerstruktur Personaler

Wie groß ist das Unternehmen, für das Sie tätig sind? (n=357)



# Teilnehmerstruktur Personaler

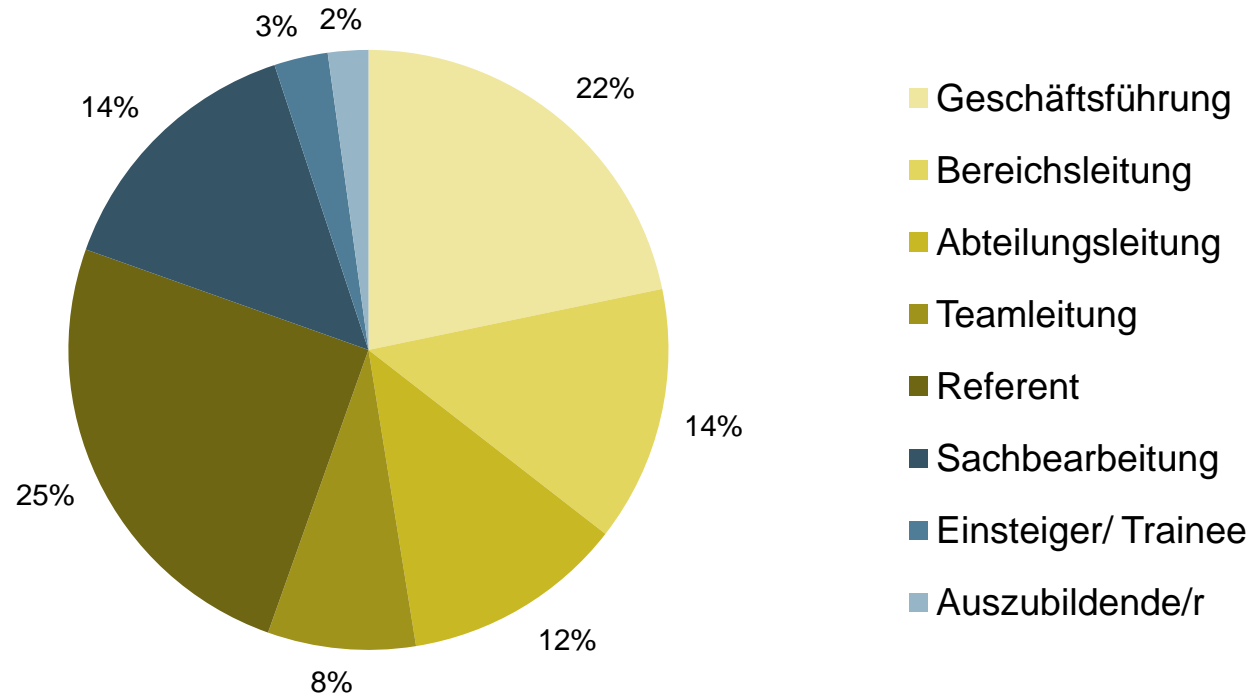
In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig? (n=322)



- Personaldienstleistungen, Arbeitsvermittlung
- Dienstleistung
- IT, Telekommunikation, Datenverarbeitung
- Handel, Vertrieb
- Banken, Finanzen, Versicherungen
- Maschinen- und Anlagenbau
- Automobilindustrie & Zulieferer
- Unternehmensberatung
- Biotechnologie, Chemie, Pharma, Medizin
- Medien (Print, Film, TV, Funk), Verlag, Druck
- Transport, Logistik, Verkehr
- Internet, Multimedia

# Teilnehmerstruktur Personaler

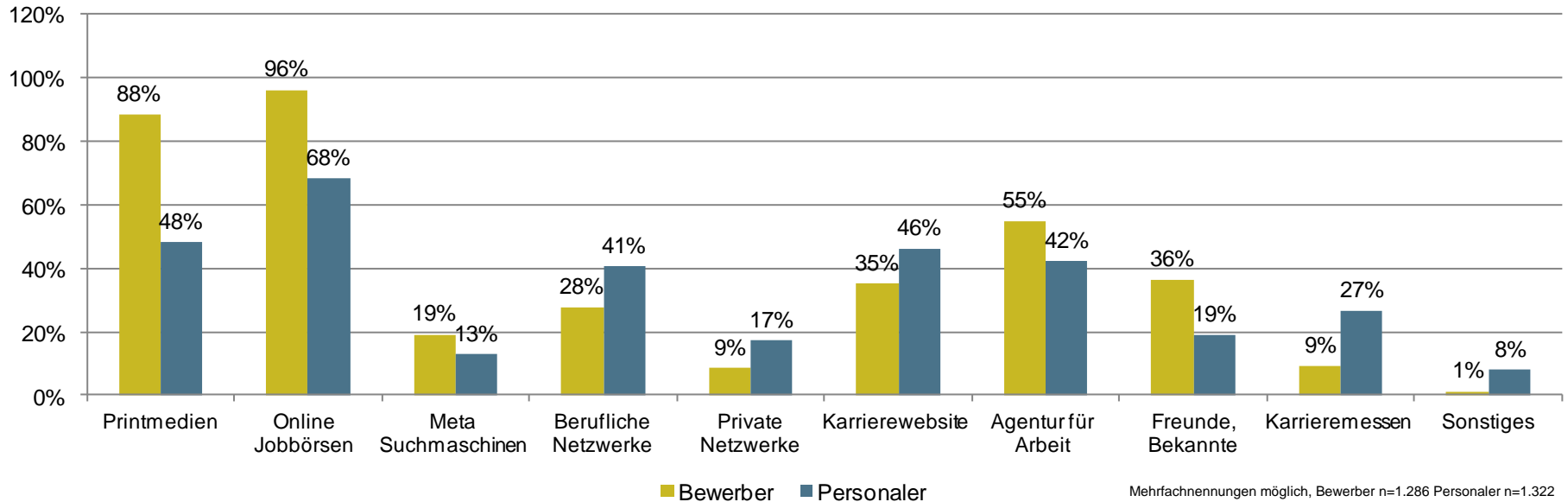
Auf welcher Geschäftsebene ist Ihre Tätigkeit angesiedelt? (n= 276)





# Medienwahl bei der Job- und Kandidatensuche

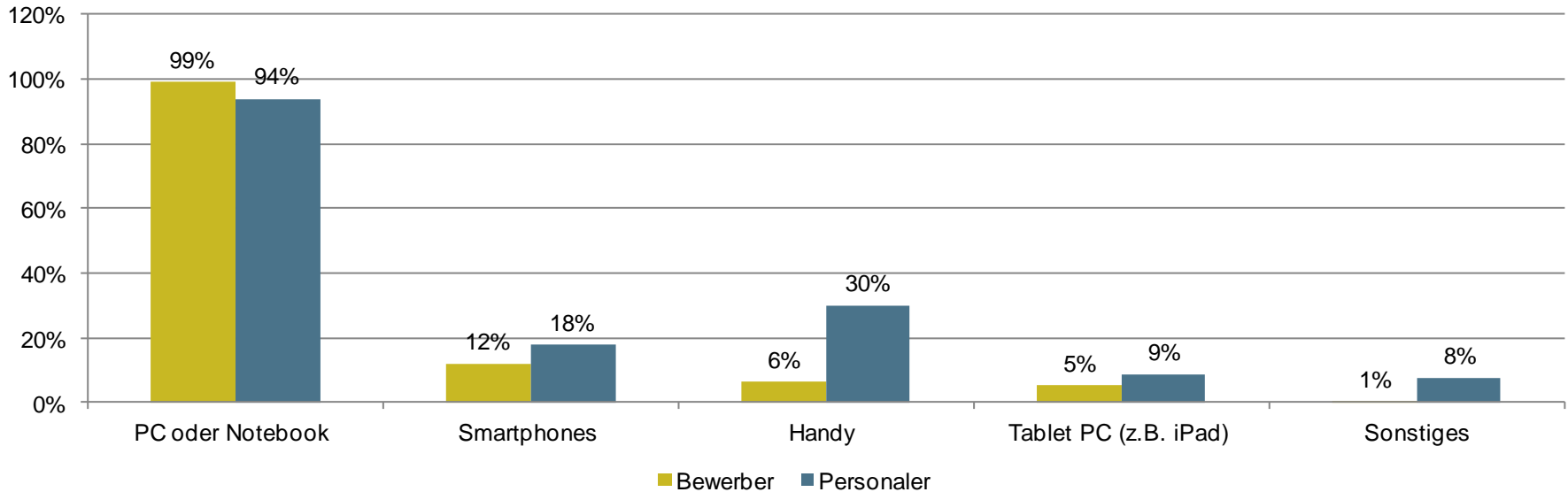
Wo informieren Sie sich über offene Stellenangebote / wo veröffentlichen Sie Stellenangebote?



Derzeit liegt der Hauptfokus bei der Job- und Kandidatensuche im Bereich Online-Jobbörsen und Printmedien. Bewerber nutzen darüber hinaus vorwiegend die Agentur für Arbeit, den Freundes- und Bekanntenkreis sowie Karriere-Websites. Personaler erachten Karriere-Websites und die Agentur für Arbeit ebenfalls als wichtig, Netzwerke haben für sie jedoch eine größere Relevanz als für Bewerber.

# Medienwahl bei der Job- und Kandidatensuche

Welche Endgeräte nutzen Sie zur Job- oder Kandidatensuche?

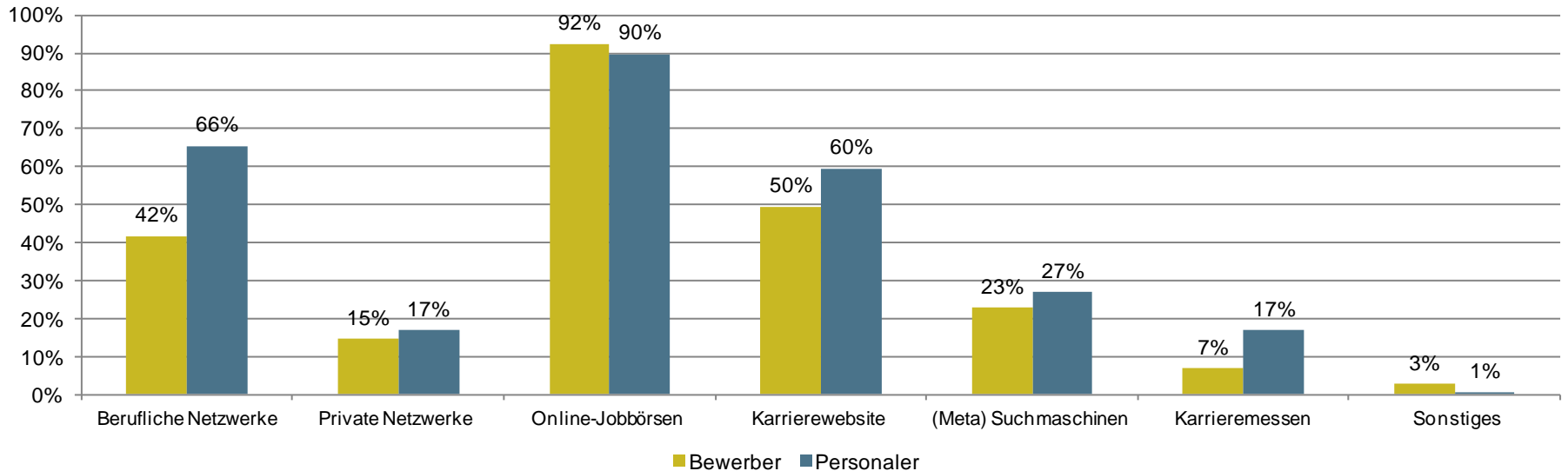


Mehrfachnennungen möglich, Bewerber n=1.286 Personaler n=1.322

Das meistgenutzte Endgerät zur Job- und Kandidatensuche ist nach wie vor der PC, bzw. das Notebook. Der mobile Bereich nimmt im Laufe der Zeit etwas zu, dennoch ist die Nutzung hier noch von Zurückhaltung geprägt. Unternehmen nehmen sich der Thematik langsam stärker an, dennoch gibt es noch ausreichend offene Potenziale in der Optimierung der Ansprache über mobile Endgeräte.

# Medienwahl bei der Job- und Kandidatensuche

Wo finden Online-Stellenanzeigen die größte Aufmerksamkeit?

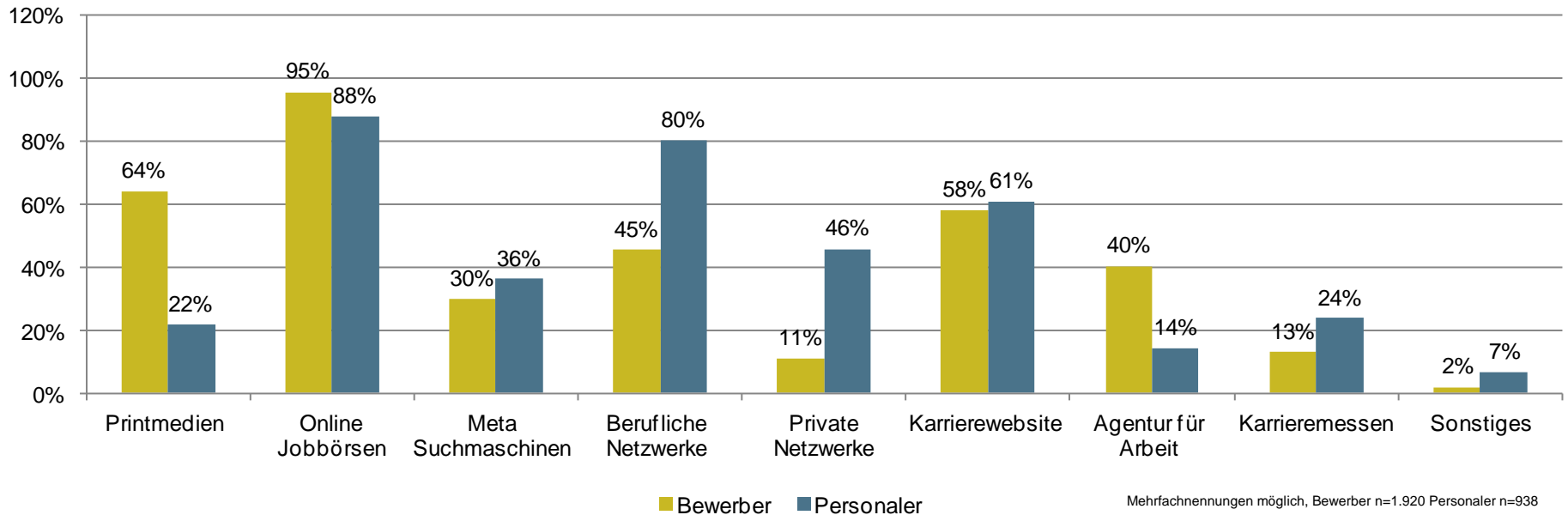


Mehrfachnennungen möglich, Bewerber n=1.286 Personaler n=1.322

Die größte Aufmerksamkeit finden Online-Stellenanzeigen wie erwartet in Online-Jobbörsen, gefolgt von den Karrierewebsites, beruflichen Netzwerken und Metasuchmaschinen. Hinsichtlich der Netzwerke ist der Unterschied der Priorisierung zwischen Bewerbern und Personalern am deutlichsten.

# Medienwahl bei der Job- und Kandidatensuche

*In den kommenden drei Jahren werden Sie zur Job- / Kandidatensuche vorrangig folgende Medien nutzen.*

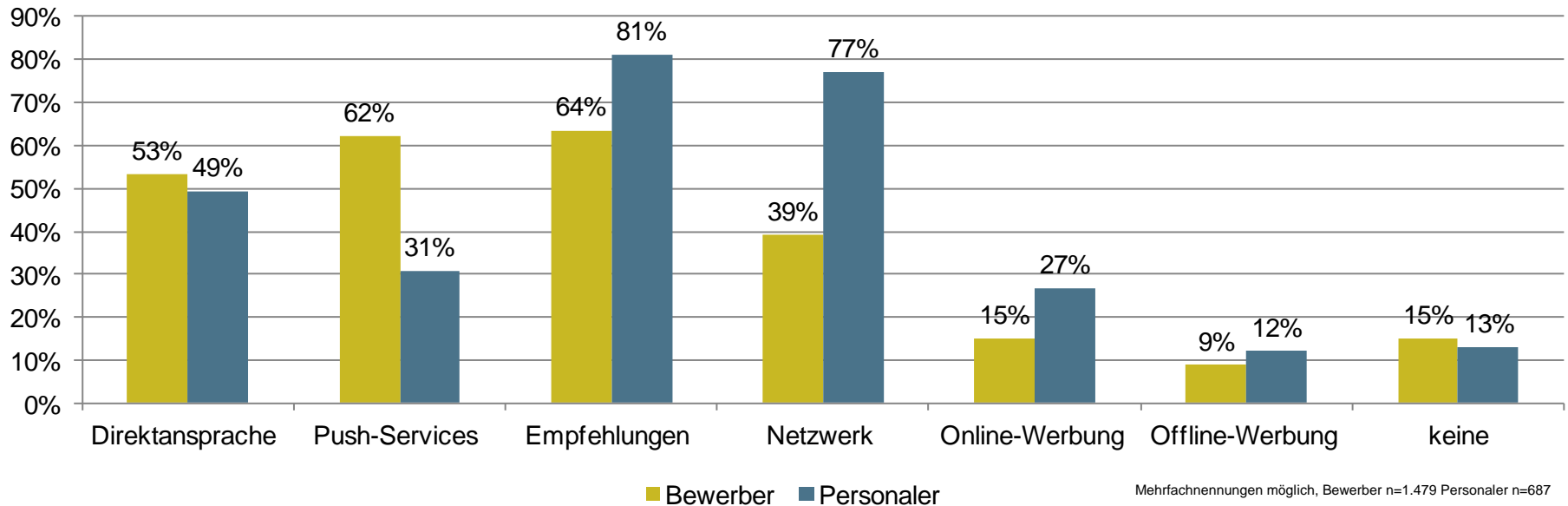


Wenn wir in die Zukunft blicken, bleiben bei Bewerbern Online-Jobbörsen, Printmedien und Karriere-Websites sehr relevant, vor allem Print verliert jedoch zu Gunsten von beruflichen Netzwerken und Meta-Suchmaschinen.

Bei Personalern stehen Online-Jobbörsen ebenfalls zukünftig im Vordergrund, diesen folgen jedoch direkt berufliche Netzwerke, Karriere-Websites und private Netzwerke. Bei privaten Netzwerken teilt sich die Meinung sehr deutlich. Hier wird die Zukunft zeigen, wie stark sich in Deutschland private Netzwerke mit beruflichen Themen besetzen lassen.

# Medienwahl bei der Job- und Kandidatensuche

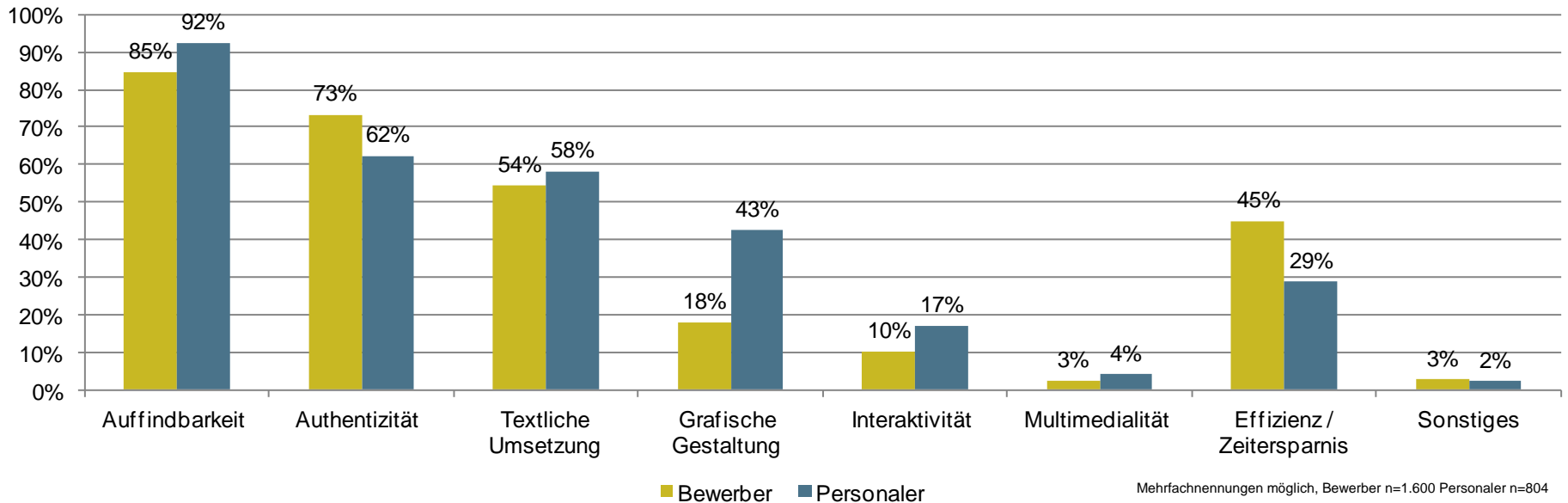
Mit Hilfe welcher Services möchten Sie auf offene Positionen aufmerksam gemacht werden bzw. machen Sie auf Positionen aufmerksam?



Bei der Frage, wie man auf Jobangebote aufmerksam gemacht werden möchte und aufmerksam macht, spielen bei Bewerbern persönliche Empfehlungen, Push-Services per Mail und SMS sowie die Direktansprache eine wesentliche Rolle. Personaler erachten die persönlichen Empfehlungen und die Direktansprache ebenfalls als sehr wichtig, priorisieren jedoch das Netzwerk deutlich höher als Bewerber.

# Bedeutung und Beurteilung von Online-Stellenanzeigen

Was sind die drei wichtigsten Aspekte einer Online-Stellenanzeige?

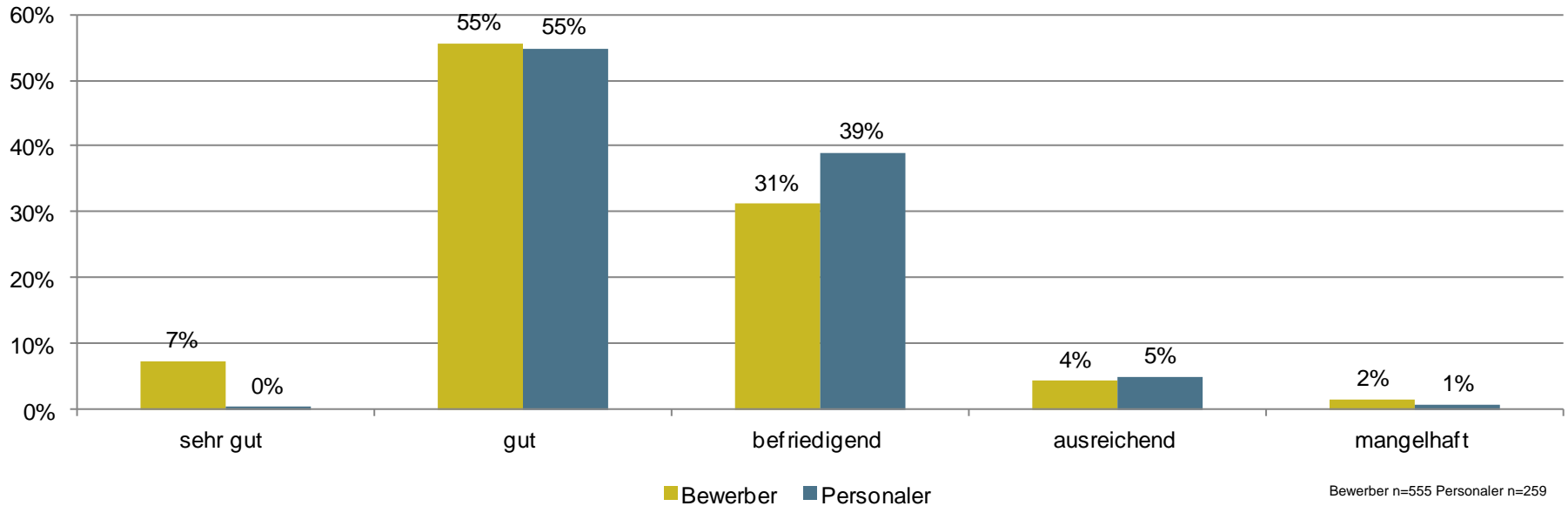


Bei der Frage nach den wichtigsten Aspekten einer Online-Stellenanzeige sind sich Personaler und Bewerber einig. Der wichtigste Aspekt ist die Auffindbarkeit (Matching), die Authentizität (Glaubwürdigkeit) und die textliche Umsetzung. Darüber hinaus spielt die Effizienz bei der Job- und Kandidatensuche eine wichtige Rolle.

Allein beim grafischen Aspekt sind die Meinungen geteilt. Personaler gewichten die grafische Gestaltung von Online-Stellenanzeigen doppelt so hoch wie Bewerber.

# Bedeutung und Beurteilung von Online-Stellenanzeigen

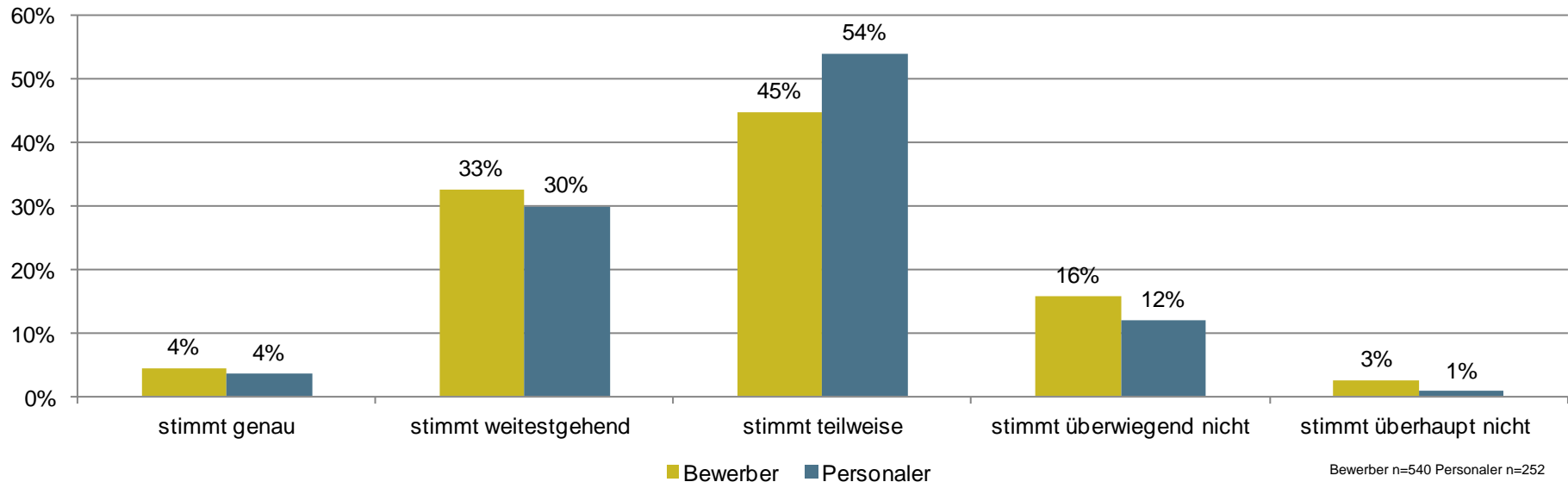
Die durchschnittliche inhaltliche und grafische Qualität von Online-Stellenanzeigen ist



Grundsätzlich und insgesamt betrachtet liegt die durchschnittliche inhaltliche und grafische Qualität von Online-Stellenanzeigen im guten bis befriedigenden Bereich. Dabei befinden 7% der Bewerber die Qualität noch als „sehr gut“. Damit stimmen jedoch Personaler nicht überein und unterstreichen damit eher die Tendenz in den befriedigenden Bereich.

# Bedeutung und Beurteilung von Online-Stellenanzeigen

*Jobtitel sind in der Regel treffend gewählt, so dass passende Positionen leicht zu finden sind.*

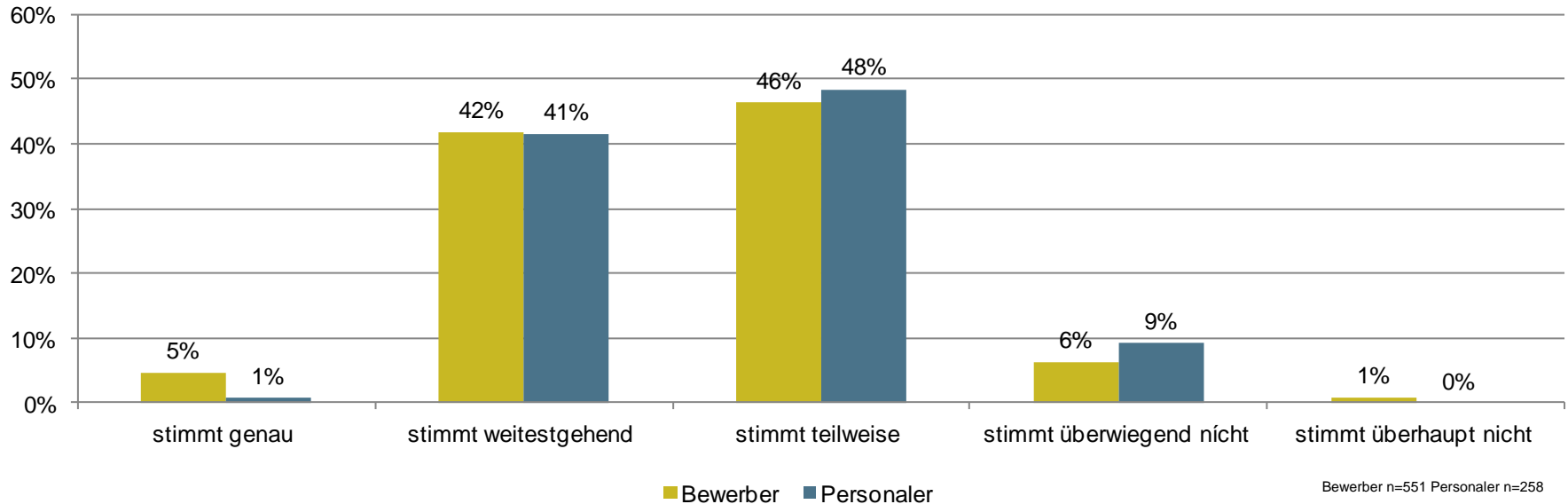


Die Auffindbarkeit (Matching) war der wichtigste Aspekt einer Online-Stellenanzeige. Dabei spielt der Jobtitel neben Verschlagwortung, Rubrizierung und für Suchmaschinen optimierten Texten eine sehr wichtige Rolle. Dies findet sich jedoch in der Umsetzung nicht wieder. Denn etwa 50% der Befragten empfinden Jobtitel nur teilweise treffend gewählt, um passende Jobs zu finden, 30% finden dies weitestgehend, ca. 15% jedoch erachten Jobtitel überwiegend nicht als treffend formuliert.



# Bedeutung und Beurteilung von Online-Stellenanzeigen

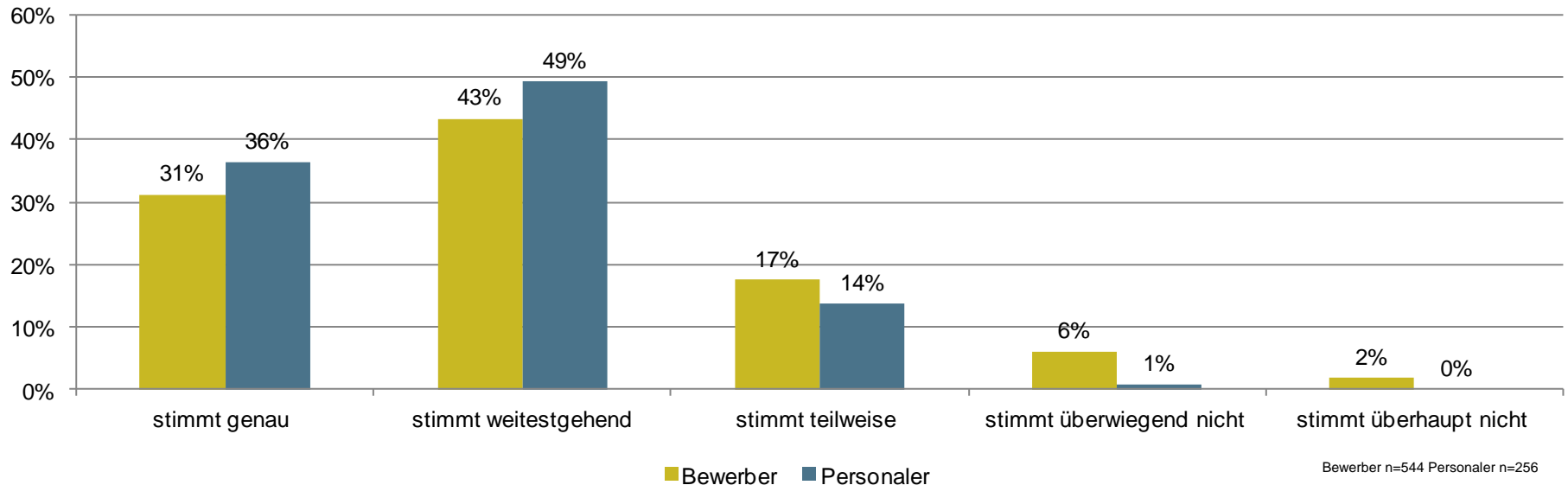
*Arbeitgeber präsentieren sich in ihren Stellenanzeigen authentisch (glaubwürdig).*



Die Glaubwürdigkeit, mit der sich Arbeitgeber in Stellenanzeigen präsentieren, wurde als zweitwichtigstes Kriterium erachtet. Der Frage, ob sich Arbeitgeber in ihren Anzeigen glaubwürdig präsentieren, stimmten fast 50% der Personaler und Bewerber nur teilweise zu. 40% stimmten dem jedoch nur weitestgehend zu. Auffallend ist dabei, dass nur 1% der Personaler selbst Online-Stellenanzeigen als glaubwürdig erachten.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

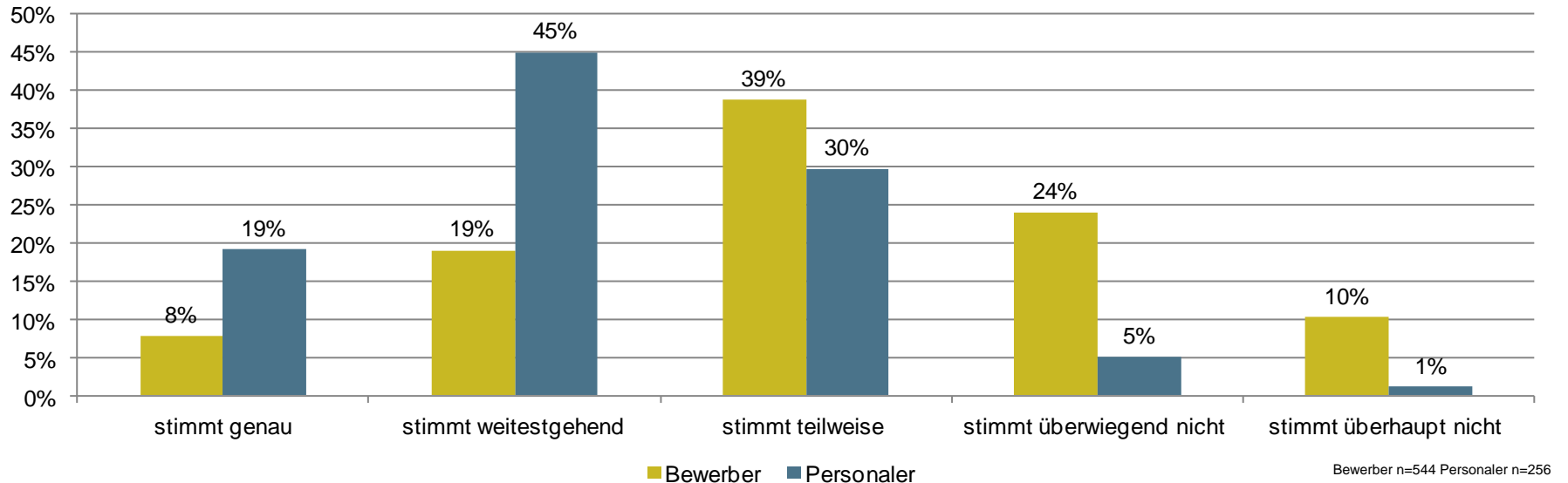
Die textliche Gestaltung einer Online-Stellenanzeige hat einen großen Einfluss auf ihren Erfolg.



Die Frage, ob die textliche Gestaltung einer Online-Stellenanzeige einen großen Einfluss darauf hat, ob sich Bewerber bewerben, wurde größtenteils mit „stimmt genau“ und „stimmt weitestgehend“ beantwortet und unterstreicht damit die Wichtigkeit des Textes, die bei den Aspekten schon genannt wurde.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

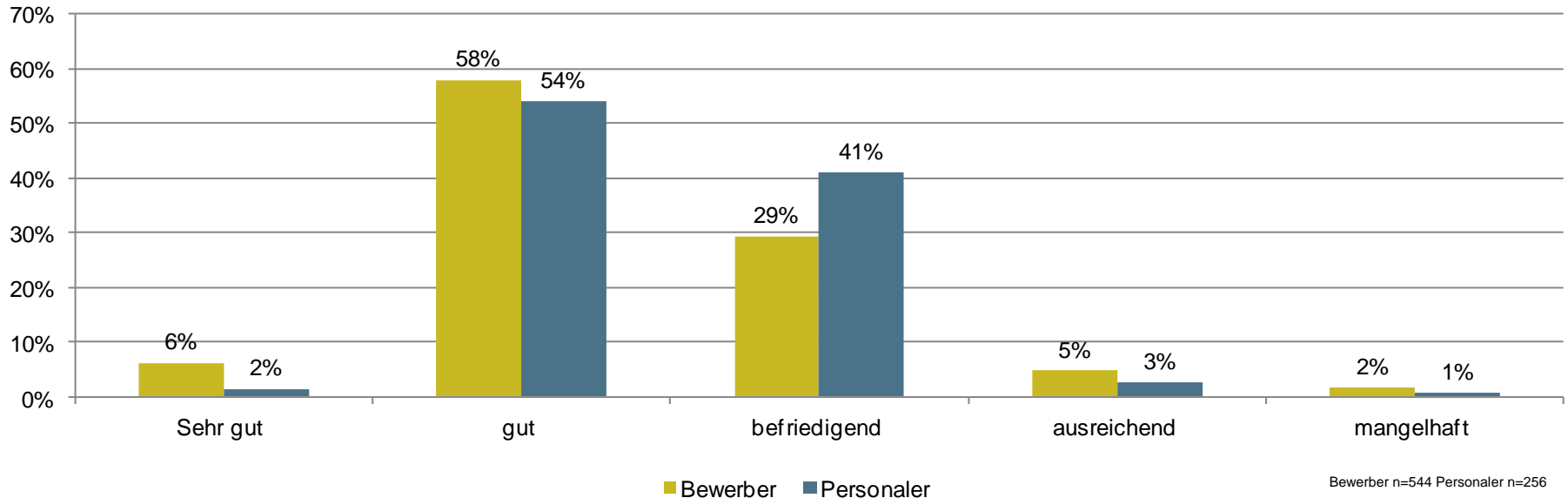
Die grafische Gestaltung einer Online-Stellenanzeige hat einen großen Einfluss auf ihren Erfolg.



Die Frage, ob die grafische Gestaltung einer Online-Stellenanzeige einen großen Einfluss darauf hat, ob sich Bewerber bewerben, am unterschiedlichsten von allen Fragen beantwortet. Während Personaler der grafischen Gestaltung eine hohe Priorität geben, sehen Bewerber diesen Bestandteil eher als zweitrangig.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

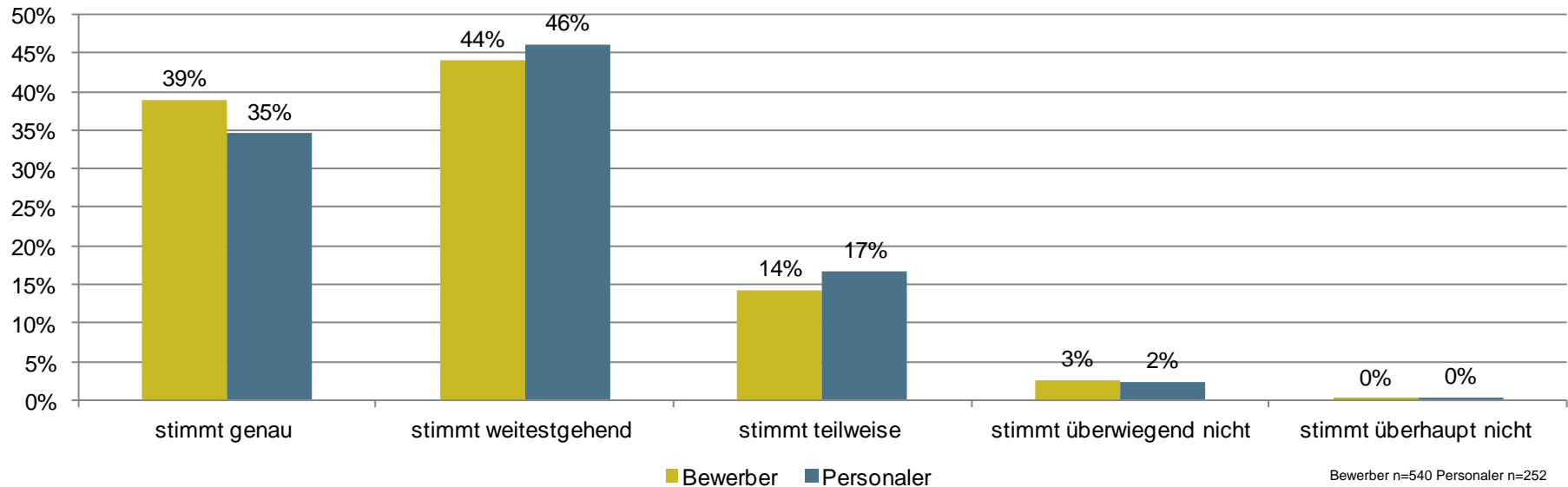
Wie bewerten Sie allgemein die Verständlichkeit von Texten in Online-Stellenanzeigen?



Wenn die Bewertung der Verständlichkeit der Texte in Stellenanzeigen jedoch näher betrachtet wird, ist das Ergebnis von 50% zwar noch mit gut, dann jedoch von 30% bzw. 40% als befriedigend bewertet, so dass sich auch hier eine deutliche Tendenz in den mittleren Bewertungsbereich ergibt.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

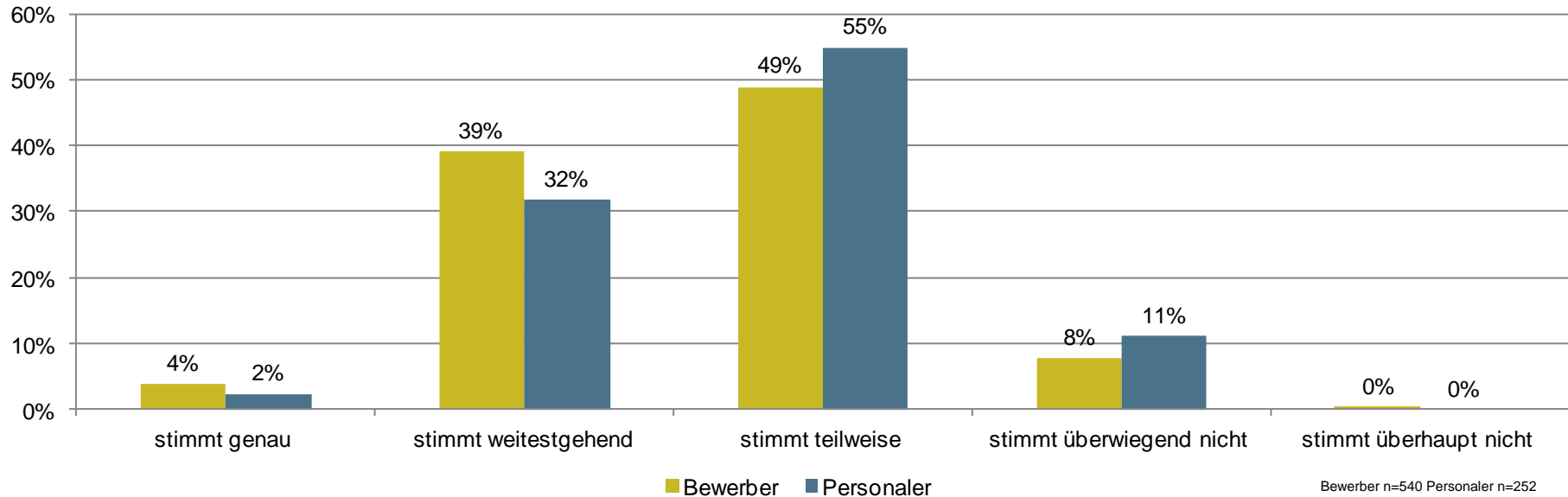
*Ein gut formuliertes Unternehmensporträt in Online-Stellenanzeigen ist sehr wichtig.*



Der Frage, ob ein gut formuliertes Unternehmensporträt ein sehr wichtiges Kriterium einer Online-Stellenanzeige ist, stimmte der Großteil der Befragten voll bis weitestgehend zu. Keiner der Befragten ordnete dem Unternehmensprofil überhaupt keine Relevanz zu.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

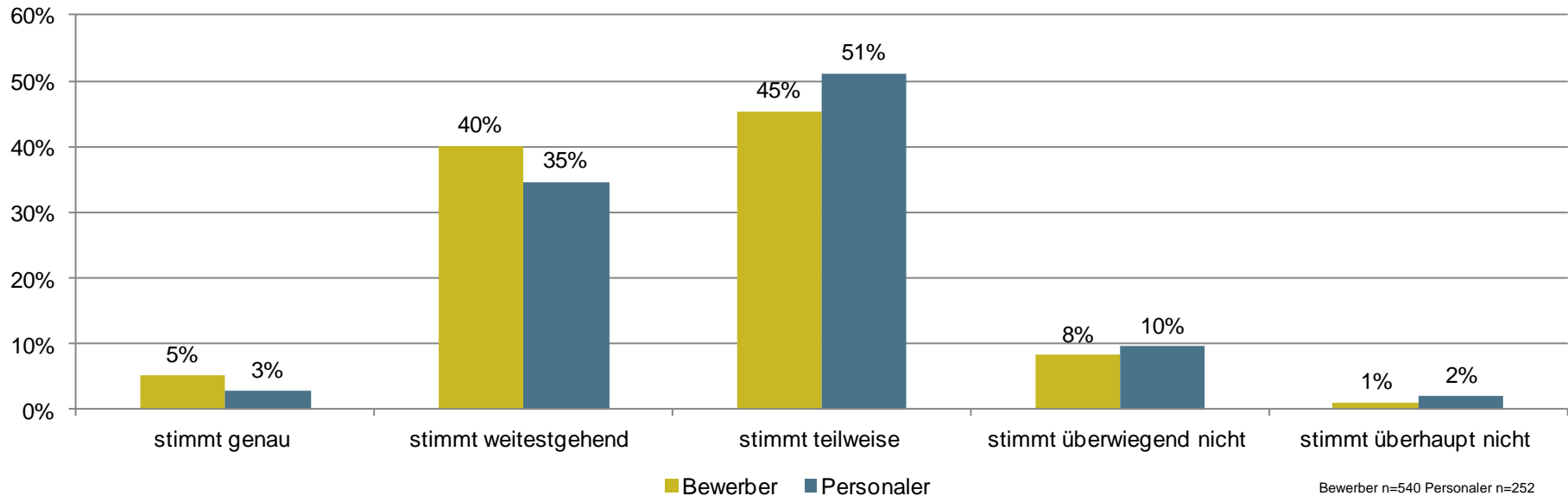
*Im Durchschnitt sind Unternehmensporträts aussagekräftig und informativ.*



Jedoch findet sich auch hier das nun schon mehrmals gesehene Bild wieder. Die Hälfte der Befragten beurteilt Unternehmensporträts nur teilweise als aussagekräftig und informativ. Die nächste Tendenz geht dann zwar zu „stimmt weitestgehend“, durchschnittlich 10% finden Unternehmensporträts jedoch überwiegend nicht aussagekräftig.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

*Aufgabenbeschreibungen sind so formuliert, dass ich mir die Aufgaben sehr gut vorstellen kann.*



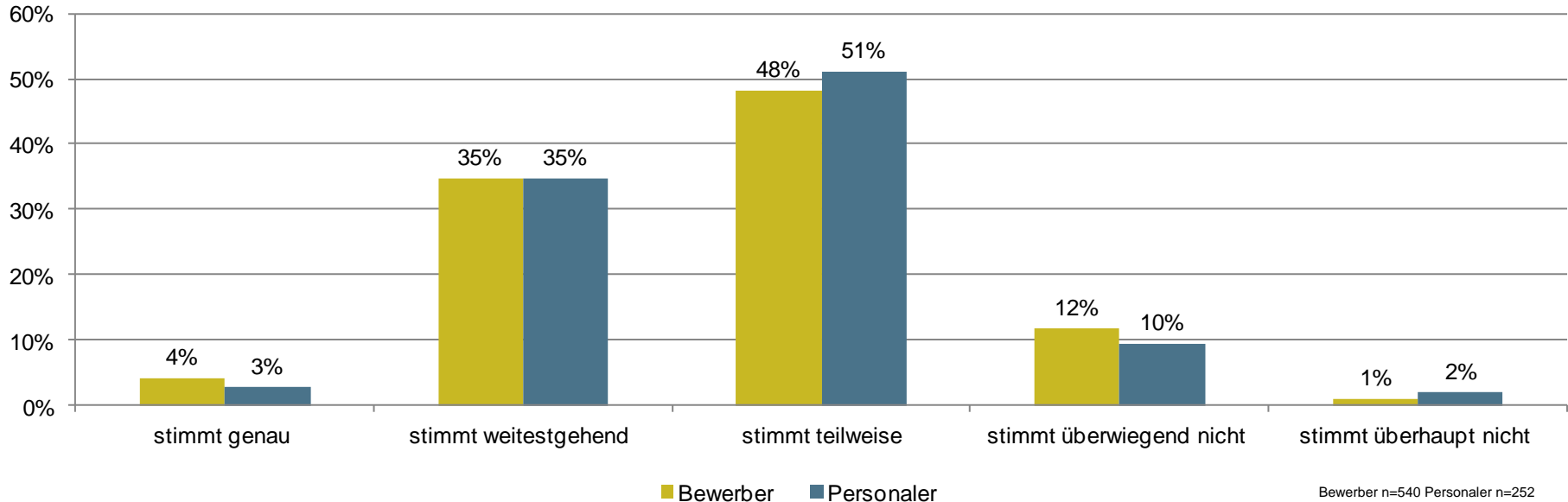
Bei näherer Betrachtung der Aufgabenbeschreibungen ergibt sich ein ähnliches Bild.

Ca. 50% finden Aufgabenbeschreibungen nur teilweise so formuliert, dass man sich die Aufgabe sehr gut vorstellen kann.

Ca. 40% beurteilen die Formulierungen als „weitestgehend“ treffend formuliert, jedoch ca. 10% sehen dies überwiegend nicht so.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

*Nach der Lektüre von Anforderungsprofilen weiß ich genau, was von mir erwartet wird.*



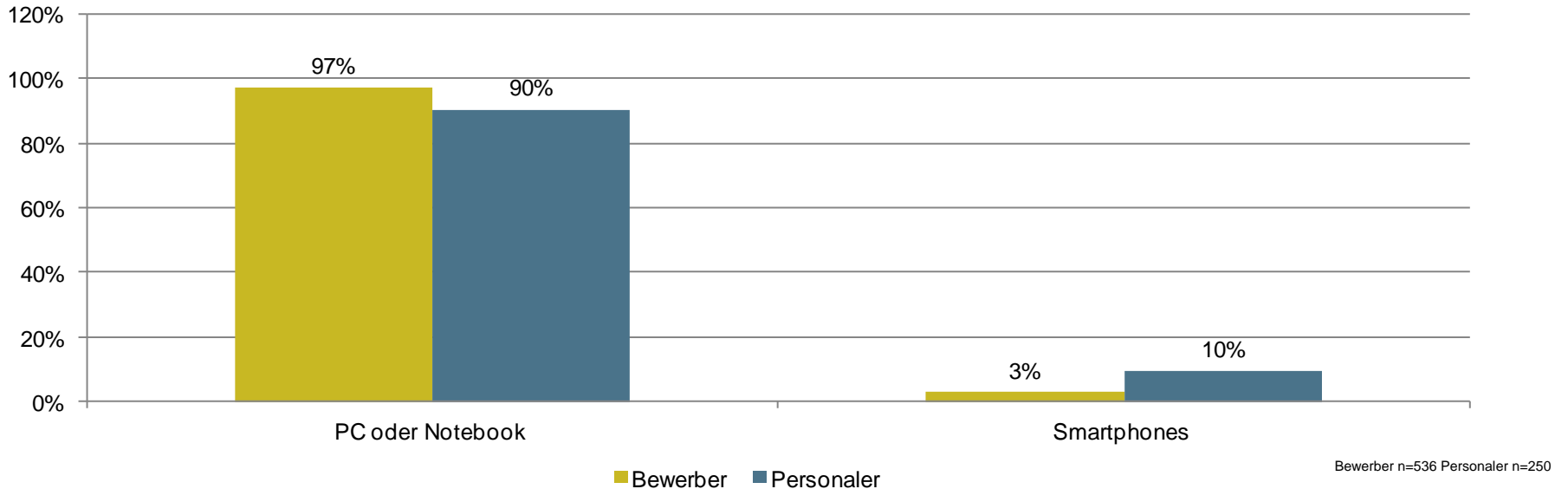
Leider ergibt sich bei der Beschreibung des Anforderungsprofils kein besseres Bild.

Ca. 50% stimmen der Aussage, dass Aufgabenprofile klar beschrieben sind, nur teilweise zu, gute 30% weitestgehend, jedoch auch ca. 10% überwiegend nicht.



# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

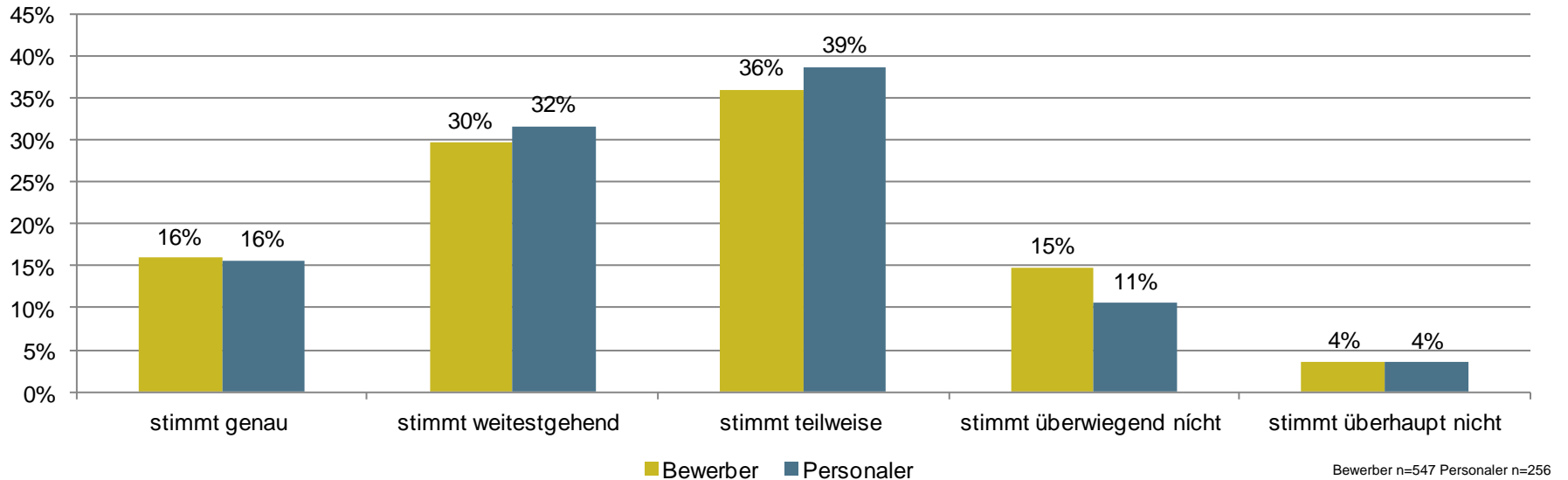
*Ein persönlicher Ansprechpartner sollte mit E-Mail und Telefonnummer angegeben sein*



Die Frage nach der Nennung eines persönlichen Ansprechpartners ist eindeutig. 97% der Bewerber wünschen sich die Kontaktdaten zu einem persönlichen Ansprechpartner in der Online-Stellenanzeige.

# Inhaltliche Bewertung von Online-Stellenanzeigen

*Online-Stellenanzeigen sollten interaktiver werden und die technischen Möglichkeiten stärker ausnutzen*



Hinsichtlich der Interaktivität der Online-Stellenanzeigen herrscht Einigkeit. Es wird als positiv erachtet, wenn technische Möglichkeiten ausgenutzt werden, jedoch wird dem Thema keine hohe Priorität eingeräumt.



## Verbesserungspotenzial

- 348 Bewerber und 119 Personaler ergänzten den Fragebogen durch Verbesserungsvorschläge.
- 2/3 der Bewerber und 1/3 der Personaler gaben dabei an, dass sie sich genaue Aufgabenbeschreibungen und Anforderungsprofile mit relevanten Informationen wünschen.
- Für Bewerber sind darüber hinaus ein professioneller Umgang mit der Bewerbung, einfache Bewerbungswege und treffende, idealerweise deutsche Jobtitel sehr wichtig.
- Für Personaler spielen die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, die zielgerichtete Suche sowie Professionalität und Flexibilität in der Bewerberauswahl eine wichtige Rolle.

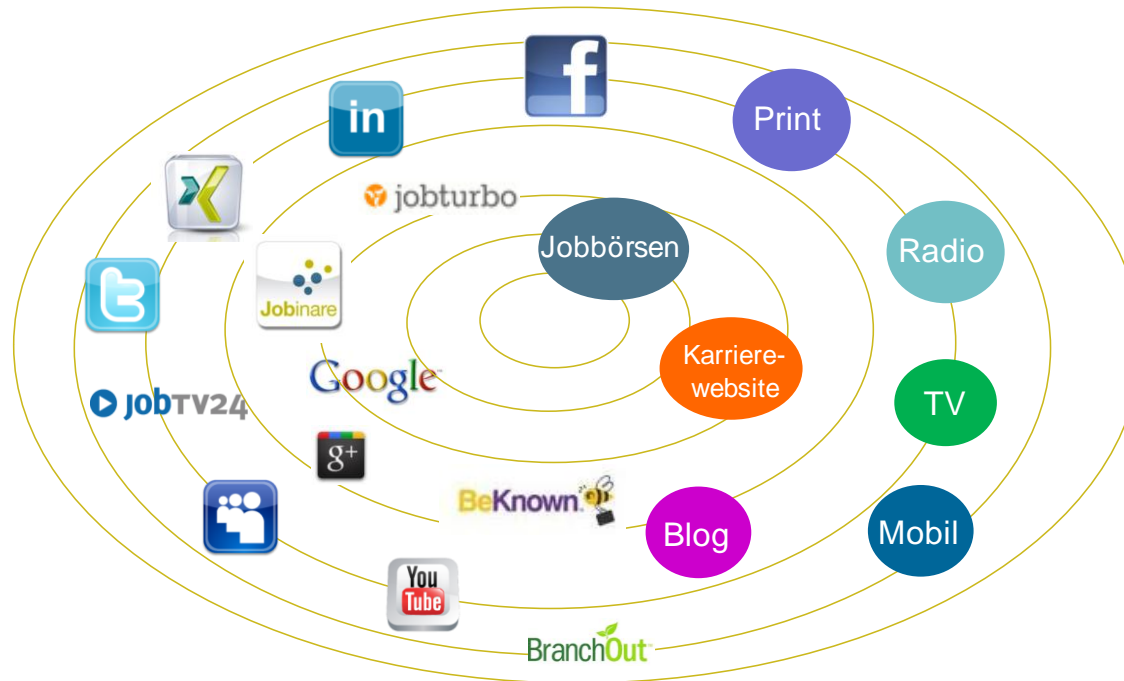


## Summary Medienwahl

- Online-Stellenanzeigen sind und bleiben einer der wichtigsten Bestandteile im Recruiting-Mix zur Job- und Kandidatensuche.
  - Karriere-Websites, berufliche Netzwerke und persönliche Empfehlungen spielen in Zukunft eine noch größere Rolle.
  - Bestehende Rekrutierungswege werden nicht von neuen abgelöst, sondern ergänzt.
- ➔ **Die Palette an relevanten Medien zur Rekrutierung wird breiter. Das bedeutet, dass eine zielgerichtete Suche nur über eine Zielgruppendefinition möglich ist, um Streuverluste möglichst zu vermeiden und Medien effizient und zielgerichtet zu nutzen.**



# Summary Medienwahl



Damit wird es hochrelevant, sich in der Medienlandschaft der Rekrutierungswege auszukennen. Genau zu wissen, wen man sucht und damit zu wissen, in welchem Medium man seine Zielgruppe findet, ist unerlässlich. Bei der Ansprache ist darüber hinaus sehr wichtig, auch in der Sprache zu sprechen, die dem jeweiligen Medium und damit der Zielgruppe entspricht.



## Summary Online-Stellenanzeige

- Die Aspekte:
    - Auffindbarkeit
    - Authentizität
    - textliche Gestaltungsind die wesentlichen Erfolgsfaktoren, um eine effiziente, zeitsparende Suche nach dem passenden Job / Kandidaten sicherzustellen.
  - Die Qualität liegt derzeit im mittleren Bereich und hat noch ausbaufähiges Potenzial.
- ➔ **Nur eine gefundene, glaubwürdige und verstandene Online-Stellenanzeige ist eine erfolgreiche Online-Stellenanzeige.**

# Handlungsfelder



- Um authentisch und glaubwürdig mit Bewerbern zu kommunizieren, setzen Sie sich vor der Ausschreibung von Positionen mit Ihrer Unternehmenskultur, den Werten und den Zielen auseinander.
- Definieren Sie, wen Sie brauchen und damit Ihre Zielgruppe, um den richtigen Medienmix für die Stellenausschreibung zu nutzen.
- Wählen Sie einen generischen Jobtitel, der klar formuliert ist und auch außerhalb der eigenen Unternehmensstruktur Gültigkeit hat.
- Beschreiben Sie die Aufgabe so plastisch und praxisnah wie möglich. Im Idealfall weiß der Kandidat nach der Lektüre des ersten Satzes, welche Aufgabe ihn erwarten wird.
- Seien Sie bei den Anforderungen realistisch und auf das Wesentliche fokussiert.
- Verzichten Sie auf allgemeine Floskeln, die keine relevante Aussagekraft haben.
- Nennen Sie einen persönlichen Ansprechpartner.
- Gestalten Sie Bewerbungswege einfach und den Bewerbungsprozess professionell.
- Und zum Schluss: Stellen Sie sicher, dass Sie bei Kandidaten einen guten Eindruck hinterlassen - egal, ob Sie sich für oder gegen ihn entscheiden.

## Vielen Dank für Ihr Interesse!

Für alle Fragen und weiterführende Informationen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

Kontakt:

stellenanzeigen.de GmbH & Co. KG  
Rablstraße 26  
81669 München

Telefon: 089-65 10 76-100

Telefax: 089-65 10 76-999

E-Mail: [info@stellenanzeigen.de](mailto:info@stellenanzeigen.de)

