

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Wirtschaft nimmt Bedürfnisse von Bewerbern trotz Fachkräftemangels nicht ernst genug

Studie: Internet-Unternehmen setzen beim Recruiting auf Masse statt Klasse und vernachlässigen dabei die Qualität der Bewerber / Internet-Stellenbörsen bei Fachkräften unbeliebt, persönliche Kontaktaufnahme über Netzwerke wird klar favorisiert

Hamburg, 22. Juli 2008 – Trotz des ausgeprägten Fachkräftemangels, von dem die digitale Wirtschaft in Deutschland zur Zeit betroffen ist, setzen viele Unternehmen im Recruiting auf Masse statt Klasse. Sie vergeben damit die Chance, über eine selektivere Ansprache zu besseren Bewerbern zu kommen. Das zeigt jetzt eine Studie, die der Diplomant Andre Ricker im Rahmen seines Graduation Projects mit Unterstützung der Dwight Cribb Personalberatung durchgeführt hat. Das klare Ergebnis: Eine Vielzahl von Unternehmen der digitalen Wirtschaft kommuniziert Vakanzen hauptsächlich über Internet-Stellenbörsen. Diese wurden zwar von 86 Prozent der befragten Fachkräfte bereits genutzt, mit einer Zustimmung von nur 14 Prozent gelten sie jedoch als unattraktiv. Auf Platz 1 in der Beliebtheit steht mit einem Wert von 71 Prozent die persönliche Ansprache über berufliche Netzwerke, gefolgt von der Kontaktaufnahme über das private Umfeld (65 Prozent). Selbst Job-Ausschreibungen auf der Unternehmens-Homepage (48 Prozent) sowie Zeitungsanzeigen (27 Prozent) werden noch als attraktiver angesehen als Inserate in Stellenbörsen. Für die Untersuchung hat Ricker 200 Fachkräfte und mehrere Unternehmen zur Beliebtheit und Effizienz von Recruiting-Instrumenten befragt.

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass die Unternehmen bei ihren Rekrutierungsmaßnahmen der Kommunikation über Netzwerke mehr Gewicht einräumen müssen. „Die Entscheidung für ein wenig attraktives Instrument ist zwar kein Indiz dafür, dass die Fachkräfte sich deshalb nicht mit der Position auseinandersetzen,“ sagt Ricker, der die Studie an der International Business School Groningen veröffentlichte. „Allerdings wirkt sich die Wahl eines attraktiven Rekrutierungsinstruments positiv auf die Qualität der Kandidaten aus.“ Online-Stellenbörsen entsprächen in der derzeitigen Marktlage nicht den Bedürfnissen potenzieller Bewerber, trotzdem werde ihr Einsatz oft mit Reichweiten- und Kostenaspekten begründet. „Unternehmen sind gut beraten, wenn sie die Bedürfnisse der Bewerber künftig ernster nehmen,“ sagt Dwight J. Cribb, der die Studie begleitet hat. „Denn sie kommen zu qualifizierterem Personal, wenn sie auf den direkten, ehrlichen und offenen Umgang mit den Kandidaten über Netzwerke bauen.“

Die komplette Recruiting-Studie von Andre Ricker ist auf Wunsch als PDF-Datei erhältlich und kann ab 28. Juli 2008 unter <http://www.cribb.de/de/presse> kostenlos heruntergeladen werden.

Hinweis für Redaktionen: Für Pressevertreter steht die Studie ab sofort bereit und kann per Mail an fp@pluemercommunications.de angefordert werden.

Für Rückfragen:

Frank Plümer
plümer)communications
Tel. 040 / 35 70 13 50
E-Mail: fp@pluemercommunications.de