

RECRUITING TRENDS 2012

Eine empirische Untersuchung mit den 500 größten Unternehmen aus Österreich

Prof. Dr. Tim Weitzel

Dr. Andreas Eckhardt

Christian Maier

Sven Laumer

Alexander von Stetten

Centre of Human Resources Information Systems

 **CHRIS**
UNIVERSITY OF BAMBERG

Otto-Friedrich Universität Bamberg
Goethe-Universität Frankfurt am Main

Monster Worldwide Austria

VORWORT

Vor dem Hintergrund einer wechselhaften Stimmungslage hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung in Österreich und auf Grund einer Verschlechterung der außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zum Ende des Jahres 2011 auf Grund der Euro-Krise blicken die größten Unternehmen Österreichs weniger optimistisch als noch im Vorjahr in die Zukunft. So erwarten die Unternehmen zwar für das Jahr 2012 eine Vielzahl von offenen Stellen, jedoch erwarten nur ein Viertel der Unternehmen einen Zuwachs ihrer Belegschaft. Obwohl die Anzahl der offenen Stellen rückläufig ist, geben die Unternehmen dennoch an, dass nicht alle Vakanzen mit qualifizierten Bewerbern besetzt werden können und das sowohl in wirtschaftlich eher guten wie auch schlechten Zeiten der Fachkräftemangel ein wichtiges Thema in den österreichischen Personalabteilungen ist. Die Unternehmen stehen somit auch weiterhin vor der Herausforderung Lösungsstrategien für verschiedene externe Entwicklungen wie den Fachkräftemangel zu entwickeln, um erfolgreich neue Mitarbeiter für das Unternehmen gewinnen zu können.

Die „Recruiting Trends Österreich“ bieten in diesem Zusammenhang bereits im sechsten Jahr in Folge einen umfassenden Überblick über die Herausforderungen und Gestaltungsoptionen der modernen Personalbeschaffung bei den 500 größten Unternehmen Österreichs. Wie in den Jahren zuvor befragte das Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main in Zusammenarbeit mit Monster Worldwide Austria die 500 größten Unternehmen Österreichs nach deren Herausforderungen in der Rekrutierung. So wird auch in diesem Jahr analysiert, welche Off- und Online-Kanäle die Unternehmen im Personalmarketing nutzen, und wie die Unternehmen die Effektivität und Effizienz dieser Kanäle beurteilen. Darüber hinaus zeigt die diesjährige Studie „Recruiting Trends 2012 Österreich“ die Bedeutung von Social Media für die Personalgewinnung, die Auswirkung der zunehmenden Nutzung von Smartphones im Rahmen des Mobile-Recruiting, die Bedeutung der Netzwerkrekrutierung sowie die Bedeutung von älteren Mitarbeitern als eine Antwort auf den skizzierten Mangel an Fachkräften auf dem Arbeitsmarkt.

Der diesjährigen Studie liegen die Antworten von 106 Unternehmen zugrunde, was einer Rücklaufquote von 21,2 Prozent entspricht. Der quantitative Teil der Studie wird ergänzt durch eine Fallstudie mit der Allianz Österreich, in der einige Aspekte der empirischen Studie am Fallbeispiel eines Unternehmens konkretisiert werden.



Prof. Dr. Tim Weitzel

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



Mag. (FH) Barbara Riedl-Wiesinger

Country Manager & Sales Director
Monster Worldwide Austria GmbH

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	2
INHALTSVERZEICHNIS	3
MANAGEMENTZUSAMMENFASSUNG	4
1. EINLEITUNG	7
2. ZUSAMMENSETZUNG DER UMFRAGETEILNEHMER	10
3. TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN IN DER PERSONALBESCHAFFUNG	13
4. BEURTEILUNG DES PERSONALBEDARFS UND DER WIRTSCHAFTLICHEN LAGE	17
5. EXTERNE BESETZUNG OFFENER STELLEN	22
6. DIE NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA IN DER PERSONALBESCHAFFUNG	33
7. DIE NUTZUNG VON MOBILE-RECRUITING IN DER PERSONALBESCHAFFUNG	40
8. DIE NUTZUNG UND BEDEUTUNG VON NETZWERK-REKRUTIERUNG IN DER PERSONALBESCHAFFUNG	43
9. ALTERSMANAGEMENT	46
10. FALLSTUDIE: ZIELGRUPPENORIENTER EINSATZ VON SOCIAL-MEDIA- ANWENDUNGEN IN DER REKRUTIERUNG - NEUE WEGE DER ALLIANZ ÖSTERREICH	48
ANHANG	61

MANAGEMENTZUSAMMENFASSUNG

Die Befragung der 500 größten Unternehmen aus Österreich (Rücklaufquote 21,2 Prozent), die vom Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main in Zusammenarbeit mit Monster Worldwide Austria durchgeführt wurde, liefert die folgenden Ergebnisse:

Wirtschafts- und Eurokrise sowie Social Media als neue wichtige externe Trends der Personalbeschaffung. Die fünf wichtigsten internen Herausforderungen und die fünf wichtigsten externen Trends der Personalbeschaffung aus Sicht der 500 größten Unternehmen Österreichs sind in der folgenden Tabelle dargestellt. Die beiden Trends Wirtschafts- und Eurokrise sowie Social Media sind dabei neu in der Top-5-Liste der externen Trends. Die Liste der internen Herausforderungen ist hingegen unverändert im Vergleich zum Vorjahr.

Top-5-Trends 2012 (extern)	Top-5-Herausforderungen 2012 (intern)
1) Demographischer Wandel	1) Mitarbeiterbindung
2) Fachkräftemangel	2) Internes Arbeitgeber-Image
3) Wirtschafts- und Eurokrise	3) Employer Brand
4) Gesetzliche Rahmenbedingungen	4) Know your Talent
5) Social Media	5) Sichtbarkeit

Pessimistischere Beurteilung der wirtschaftlichen Lage im Vergleich zum Vorjahr, aber Fachkräfte bleiben weiterhin umkämpft: 47,6 Prozent der Unternehmen erwarten eine gute Geschäftsentwicklung im Jahr 2012, 49,5 Prozent gehen von einer ausgeglichenen Entwicklung aus und 2,9 Prozent von einer schlechten. Im Vergleich zum Vorjahr sinkt die Anzahl der Unternehmen, welche die aktuelle Geschäftsentwicklung als gut einstufen um 31,2 Prozentpunkte. Dennoch erwarten die 500 größten Unternehmen Österreichs, dass 31,0 Prozent aller offenen Stellen nur schwer oder gar nicht mit neuen Mitarbeitern besetzt werden können. Zu dem geben 97,1 Prozent der befragten Unternehmen an im Jahr 2012 vakante Positionen besetzen zu wollen, wobei die Mehrzahl der Unternehmen eine Wiederbesetzung von freigewordenen Positionen plant, und nicht von einer Erweiterung der Mitarbeiterzahl ausgeht.

Der wichtigste Rekrutierungskanal ist das Internet: 82,5 Prozent aller Vakanzen werden von Unternehmen auf der eigenen Unternehmens-Webseite veröffentlicht. Für weitere 68,2 Prozent aller Stellenanzeigen nutzen Unternehmen Online-Karriereportale. Rückläufig ist die

Verwendung von Printmedien (26,5 Prozent) sowie des Arbeitsmarktservices (20,1 Prozent). Auch die meisten Neueinstellungen gehen mit 70,6 Prozent auf eine Stellenanzeige zurück, die in einem Internetkanal veröffentlicht wurde. Die Unternehmen sind vor allem mit denjenigen Kandidaten zufrieden, die über die Unternehmens-Webseite, das eigene Netzwerk oder Online-Karriereportale eingestellt wurden. Das beste Kosten-Nutzen-Verhältnis haben aus Sicht der Unternehmen die Unternehmens-Webseite, Mitarbeiterempfehlungen, das eigene Netzwerk und Online-Karriereportale.

Dominanz der elektronischen Bewerbung: Acht von zehn Bewerbungen erreichen die Top-500 Unternehmen aus Österreich auf elektronischem Weg. Dabei entfallen 51,9 Prozent auf die E-Mail und 31,5 Prozent auf die Formularbewerbung. Nur noch 15,3 Prozent der Bewerbungen sind papierbasierte Bewerbungsmappen. Diese Form der Bewerbung wird jedoch nur noch von 2,1 Prozent der Unternehmen bevorzugt. 44,3 Prozent präferieren E-Mail Bewerbungen und 46,4 Prozent eine Formularbewerbung.

Internationale Rekrutierung gewinnt in den nächsten fünf Jahren weiter an Bedeutung: Im Jahr 2012 betrachten 34,2 Prozent aller Unternehmen die internationale Rekrutierung als wichtig. Über die nächsten fünf Jahre verschiebt sich dies insoweit, dass dann mehr als jedes zweite Unternehmen den Themenkomplex internationale Rekrutierung als wichtig ansieht.

Verhaltene Nutzung von Social Media: Obwohl Social-Media-Anwendungen generell von 42,1 Prozent als positiv betrachtet werden, werden Kanäle wie Xing, Facebook, Twitter, LinkedIn oder YouTube noch verhalten eingesetzt. Am stärksten wird im Rahmen von Image-Werbezwecke auf Facebook gesetzt. Ansonsten spielt lediglich Xing bei der Suche nach Informationen zu identifizierten Kandidaten (24,5 Prozent), der aktiven Suche nach Kandidaten (20,8 Prozent) und zur Schaltung von Vakanzen (17,5 Prozent) eine größere Rolle. Nur 15,8 Prozent der Unternehmen haben eine explizite Strategie für den Einsatz von Social Media in der Personalbeschaffung und 24,2 Prozent stimmen den Einsatz von Social Media mit anderen Aktivitäten in der Rekrutierung ab. Auch nur 15,8 Prozent besitzen einen Redaktionsplan zur Gestaltung des eigenen Social-Media-Auftritts. Sieben von zehn Unternehmen gehen zudem davon aus, dass der Einsatz von Social Media bedeutet, dass die Recruiter zusätzliche und neue Fähigkeiten erlernen müssen.

Mobile-Recruiting nimmt an Bedeutung zu: Etwa jedes zweite Unternehmen erwartet durch die steigende Nutzung von Smartphones einen Einfluss auf die Personalrekrutierung. Die Hälfte der Unternehmen erwartet, dass die zunehmende Nutzung von mobilen Endgeräten einen großen Einfluss auf die Gestaltung der Personalbeschaffung haben wird. So geben bereits 7,7

Prozent der Unternehmen an, explizit Mobile-Recruiting zu nutzen. Hierzu haben 18,4 Prozent die Darstellung ihrer Stellenanzeigen für mobile Endgeräte optimiert und 38,4 Prozent denken, dass sich Kandidaten in Zukunft über mobile Endgeräte bewerben werden.

Mitarbeiterempfehlungen als wichtiger Rekrutierungskanal: Für 82,1 Prozent der befragten Unternehmen stellen Mitarbeiterempfehlungen einen wichtigen Kanal zur Rekrutierung neuer Fachkräfte dar. Mehr als zwei Drittel geben zu dem an, die privaten und beruflichen Netzwerke der Mitarbeiter für die Rekrutierung zu nutzen. Jedoch geben nur 18,1 Prozent an, dass monetäre Boni den besten Anreiz bieten, um Mitarbeiter zur Empfehlung von neuen Mitarbeitern zu motivieren. Die Mehrzahl der Unternehmen verfolgt zudem die Strategie, die Geschäftsführung und die eigenen Mitarbeiter als Botschafter des Unternehmens einzusetzen.

Alters-Management als Antwort auf den Fachkräftemangel: 56,2 Prozent aller Unternehmen sehen in der Einstellung älterer Personen eine Möglichkeit, den Fachkräftemangel zu umgehen. Aus diesem Grund versuchen drei von vier Unternehmen, ihre Mitarbeiter langfristig bis zur Pension im Unternehmen zu behalten. Dementgegen stellen jedoch lediglich drei von zehn Unternehmen regelmäßig Fachkräfte mit einem Alter von mindestens 50 Jahren ein.

1. EINLEITUNG

„Österreich vergeht die gute Laune“ titelte Der Standard im Herbst 2011¹ und fasste die Lage der österreichischen Wirtschaft zum Ende des Jahres 2011 zusammen. So sei der Wirtschaftsoptimismus in der zweiten Jahreshälfte des vergangenen Jahres bereits auf Talfahrt gewesen, auch wenn das Konsumklima trotz Schuldenkrise noch gut war. Der Wirtschaftsoptimismus (Anteil derjenigen Unternehmen, die die weitere Entwicklung optimistisch beurteilen) ging um insgesamt elf Prozentpunkte auf 19 Prozent zurück und der Anteil derjenigen, die die wirtschaftliche Entwicklung pessimistisch einschätzen, stieg im gleichen Zeitraum auf 23 Prozent¹. Somit übertraf im Herbst des Jahres 2011 die Anzahl der Pessimisten die Anzahl der Optimisten, wie es zuletzt zu Beginn des Jahres 2010 der Fall war¹. Auch die gesamtwirtschaftliche Prognose der Österreichischen Nationalbank (OeNB) für die kommenden Jahre zeigt, ² dass im Jahr 2012 sich aufgrund der deutlichen Verschlechterung der außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und des Vertrauensverlusts das Wachstum nur noch 0,7 Prozent betragen wird. "Im Vergleich zur OeNB-Prognose vom Juni 2011 stellen sich die Konjunkturaussichten damit wesentlich ungünstiger dar", kommentiert OeNB-Gouverneur Nowotny die Prognose². Auch für das Jahr 2013 musste die Prognose nach unten korrigiert werden, obgleich die OeNB für 2013 von einer besseren Entwicklung als für 2012 ausgeht. Insgesamt erwartet die OeNB nach der eher pessimistischen Einschätzung zum Ende des vergangenen Jahres, dass die Großwetterlage der österreichischen Wirtschaft wieder freundlicher wird ³. Diese Schwankung zwischen eher positiver bzw. eher negativer Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung ist auch nicht ohne Auswirkung auf den Arbeitsmarkt. So stieg die Arbeitslosenquote im ersten Quartal 2012 auf 7,1 Prozent und auch die Anzahl der offenen Stellen gesunken ist⁴.

Inwiefern sich diese Entwicklung und diese wechselhafte Stimmungslage in der österreichischen Wirtschaft auf die Aktivitäten der 500 größten Unternehmen aus Österreich im Rahmen der Personalgewinnung auswirkt, ist Schwerpunkt der diesjährigen sechsten Auflage der jährlichen Studie „Recruiting Trends Österreich“. Wie in den Vorjahren befragte das Centre of Human Resources Information Systems der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main in Zusammenarbeit mit dem Online-Karriereportal Monster Worldwide Austria (monster.at) die 500 größten Unternehmen Österreichs nach deren Einschätzung der wirtschaftlichen Lage, dem

¹ <http://derstandard.at/1317019577673/Wirtschaftslage-Oesterreich-vergeht-die-gute-Laune>

² http://www.oenb.at/de/geldp_volksw/prognosen/makroprognose/gesamtwirtschaftliche_prognose.jsp

³ http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/741953/Konjunktur_Nationalbank-tritt-dem-Klub-der-Optimisten-bei?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do

⁴ <http://www.wirtschaftsblatt.at/home/oesterreich/wirtschaftspolitik/arbeitslosigkeit-steigt-um-44-prozent-513022/index.do>

daraus ableitbaren Bedarf an neuen Mitarbeitern sowie dem Einsatz von und der Zufriedenheit mit unterschiedlichen Verfahren und Methoden zur Besetzung offener Stellen.

Die durchgeführten Untersuchungen zeigen, wie die befragten Verantwortlichen für die Personalbeschaffung aktuell den Mangel an Fachkräften auf dem Arbeitsmarkt beurteilen und welche Methoden für unterschiedliche Aufgaben der Personalbeschaffung zum Einsatz kommen. Dabei wird deutlich, dass trotz der eher negativen Einschätzung der wirtschaftlichen Lage, die Unternehmen nach wie vor Schwierigkeiten sehen, Vakanzen mit geeigneten Kandidaten besetzen zu können. Darüber hinaus veranschaulicht der vorliegende Abschlussbericht welche Bedeutung Themen wie die demografischen Entwicklung, Mitarbeiterfluktuation oder ein Kultur- und Wertwandel für die Gestaltung der Personalgewinnung haben. Es wird deutlich, dass der demografische Wandel, der Fachkräftemangel aber auch die aktuelle Wirtschafts- und Eurokrise die wichtigsten externen Entwicklungen sind, die die Personalarbeit in den nächsten Jahren beeinflussen werden.

Mehr denn je sind daher in den Unternehmen auch neue und innovative Strategien in der Personalbeschaffung gefordert, um dem Phänomen der fehlenden Verfügbarkeit guter Kandidaten in wirtschaftlich guten wie schlechten Zeiten aktiv entgegenzuwirken, interessante Kandidaten schneller als der Wettbewerb zu finden und der Abwanderung der eigenen Leistungsträger entgegenzutreten. Aus diesem Grund thematisiert der vorliegende Abschlussbericht in welchen Kanälen Stellenanzeigen veröffentlicht werden, über welche Kanäle Einstellungen generiert werden, welche Bewerbungsverfahren von Seiten der Unternehmen bevorzugt werden und auf welchem Weg die Bewerbungen tatsächlich eingehen. Ein weiteres Thema ist die internationale Rekrutierung, das heißt die grenzüberschreitende Suche nach Kandidaten. Darüber hinaus werden Effizienz und Effektivität von Rekrutierungskanälen anhand ihres Kosten-/Nutzen-Verhältnisses und der Qualität der Kandidaten analysiert. Neben diesen Analysen, die auch mit den Ergebnissen aus den Vorjahren verglichen werden, analysiert die sechste Auflage der „Recruiting Trends Österreich“ einige Themen im Detail. So wird in diesem Jahr erneut die Nutzung von Social Media in der Personalbeschaffung aufgegriffen und gezeigt welche Bedeutung Plattformen wie Facebook, Xing oder Kununu für die Top-500 Unternehmen aus Österreich besitzen. Darüber hinaus thematisiert die Studie den Trend, dass immer mehr Nutzer über mobile Endgeräte online gehen und es wird aufgezeigt, welche Bedeutung Mobile-Recruiting für die Gestaltung der Aktivitäten zur Personalgewinnung besitzt. Als weitere Schwerpunktthemen zeigt die „Recruiting Trends 2012 Österreich“ die Bedeutung und Nutzung der Netzwerkrekrutierung und den damit verbunden Einsatz der eigenen

Mitarbeiter als Unternehmensbotschafter sowie die Bedeutung von älteren Mitarbeitern und Bewerbern als eine Antwort auf den Fachkräftemangel.

Den Ergebnissen liegt eine Befragung der Top-500 Unternehmen aus Österreich zu Grunde, welche repräsentativ hinsichtlich Mitarbeiterzahl und Umsatz der befragten Unternehmen ist. Die Befragung wurde von Oktober 2011 bis Februar 2012 mit einem Fragebogen durchgeführt, der von den Autoren der Studie entwickelt wurde. Erkenntnisse aus der aktuellen Fachliteratur, Gespräche mit Recruiting-Experten aus Österreich und aus Deutschland, die Ergebnisse der „Recruiting Trends Österreich“ aus den vergangenen Jahren sowie die persönliche jahrelange Erfahrung der Autoren im Bereich der Personalbeschaffung leisteten bei der Erstellung dieses Fragebogens einen wichtigen Beitrag.

Neben der Vorstellung der Ergebnisse der empirischen Befragung der 500 Unternehmen aus Österreich in den Kapitel 2 bis 9 wird in Kapitel 10 eine Fallstudie mit der Allianz Österreich präsentiert. Hierbei ergeben sich interessante Praxiseinblicke, die die Möglichkeiten der Nutzung von Social Media im Rahmen der Personalbeschaffung aufzeigen und die Ergebnisse aus der empirischen Studie an einem Beispiel aus der Unternehmenspraxis konkretisieren. Zunächst werden jedoch Informationen über die Unternehmen präsentiert, welche sich an der empirischen Studie in diesem Jahr beteiligt haben.