



Themenspecial 2017

BEWERBUNG DER ZUKUNFT

Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2017, einer empirischen Studie mit den Top-1.000-Unternehmen aus Deutschland, 1.000 Unternehmen aus dem Mittelstand in Deutschland sowie den Top-300-Unternehmen aus der Branche IT, und der Bewerbungspraxis 2017, einer empirischen Studie mit über 3.400 Kandidaten



CHRIS
UNIVERSITY OF BAMBERG

MONSTER

Prof. Dr. Tim Weitzel
Dr. Sven Laumer
Dr. Christian Maier
Caroline Oehlhorn
Jakob Wirth
Christoph Weinert

Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Centre of Human Resources Information Systems

Prof. Dr. Andreas Eckhardt
German Graduate School of Management and Law, Heilbronn

In Auftrag gegeben von Marc Irmisch-Petit
Monster Worldwide Deutschland GmbH

BEWERBUNG DER ZUKUNFT

Das Themenspecial „Bewerbung der Zukunft“ ist Teil der jährlich durchgeführten Studien „Recruiting Trends 2017“ und „Bewerbungspraxis 2017“ des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS)¹ der Otto-Friedrich-Universität Bamberg in Zusammenarbeit mit der German Graduate School of Management and Law, Heilbronn und im Auftrag der Monster Worldwide Deutschland GmbH. Der vorliegende Themenschwerpunkt gibt einen Einblick in die Bewerbung der Zukunft. Hierzu wurden die Top-1.000-Unternehmen², Top-1.000-Unternehmen des Mittelstands³ sowie die Top-300-Unternehmen aus der IT-Branche⁴ in Deutschland befragt. Die IT-Branche zeigt sich im Bereich Personalbeschaffung aufgrund der gegebenen Rahmenbedingungen als besonders innovativ und Ergebnisse aus dieser Branche können daher als guter Indikator für zukünftige Entwicklungen gesehen werden. Komplettiert werden diese Ergebnisse mit den Einschätzungen von über 3.400 Kandidaten.

An der Unternehmensbefragung beteiligten sich 126 der 1.000 größten deutschen Unternehmen (Rücklaufquote 12,6 Prozent), 88 der 1.000 größten Unternehmen aus dem Mittelstand (Rücklaufquote 8,8 Prozent) und 37 der 300 größten Unternehmen aus der IT-Branche (Rücklaufquote 12,3 Prozent). Die Verteilung der Stichproben der jeweiligen Studienteilnehmer ist gemäß dem aktuellen Datenbankregister von Bisnode hinsichtlich der Merkmale Umsatz, Mitarbeiterzahl und Branchenzugehörigkeit in Bezug auf die entsprechende Grundgesamtheit repräsentativ. Details zur Durchführung der Studie sowie eine Beschreibung der Studienteilnehmer sind online (www.uni-bamberg.de/isdl/recruitingtrends2017) verfügbar.

Dieser Themenschwerpunkt analysiert die Ergebnisse der Studien „Recruiting Trends 2017“ und „Bewerbungspraxis 2017“ mit Fokus auf Gegenwart und Zukunft der Bewerbung in diesen Aspekten:

1. **Das Schreiben und Versenden einer Bewerbung**
2. **Bewerbungseingang**
3. **Informationsbedürfnisse und -angebote nach Eingang der Bewerbung**
4. **Anzahl und Evaluation von Bewerbungen**
5. **Auswahlkriterien bei der Bewerbung**
6. **One-Click-Bewerbung**
7. **Anonyme Bewerbung**

1 CHRIS ist ein Forschungsprojekt der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, das sich mit Chancen und Trends in Bezug auf den Einsatz von IT in Personalprozessen beschäftigt (www.uni-bamberg.de/isdl/chris).

2 Es handelt sich um die größten deutschen Unternehmen, die mehr als 50 Mio. Euro Umsatz generieren und mehr als 250 Mitarbeiter beschäftigen.

3 Es handelt sich um die größten deutschen Unternehmen, die zwischen 10 Mio. und 50 Mio. Euro Umsatz generieren und 50 bis 250 Mitarbeiter beschäftigen.

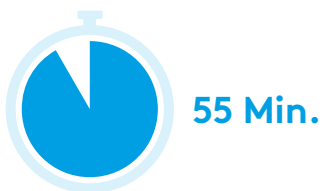
4 Es handelt sich um die größten deutschen Unternehmen aus der IT-Branche, die mehr als 50 Mio. Euro Umsatz generieren und mehr als 250 Mitarbeiter beschäftigen.

DAS SCHREIBEN UND VERSENDEN EINER BEWERBUNG

KANDIDATEN SCHREIBEN IM DURCHSCHNITT 25 BEWERBUNGEN UND BENÖTIGEN IM DURCHSCHNITT FÜR EINE BEWERBUNG 55 MINUTEN

Um sich auf eine für sie interessante offene Stelle zu bewerben, benötigen Kandidaten für das Schreiben und Zusammenstellen einer Bewerbung im Durchschnitt 55 Minuten (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Durchschnittliche Dauer zum Schreiben einer Bewerbung



Bei einer genaueren Betrachtung zeigt sich, dass jeweils ein knappes Drittel der Kandidaten für das Schreiben der Bewerbung unter einer halben Stunde, zwischen einer halben Stunde bis Stunde, oder ein bis zwei Stunden benötigt. Nur 5,6 Prozent benötigen mehr als zwei Stunden für das Schreiben einer Bewerbung (vgl. Abbildung 2).

Was dauert am längsten? Gefragt, wie lange sie für das Anschreiben versus den Lebenslauf benötigen, geben 58,1 Prozent der befragten Kandidaten an, dass sie für das Anschreiben sehr lange oder lange benötigen. Nur 13,5 Prozent sehen das

Abbildung 2: Anteil der Kandidaten, aufgeteilt nach Dauer in Minuten zum Schreiben einer Bewerbung

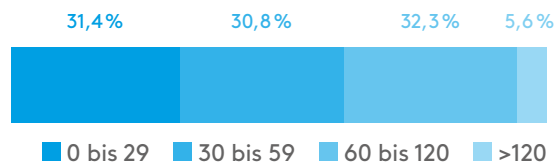


Abbildung 3: Dauer zum Erstellen jeweiliger Bewerbungsunterlagen

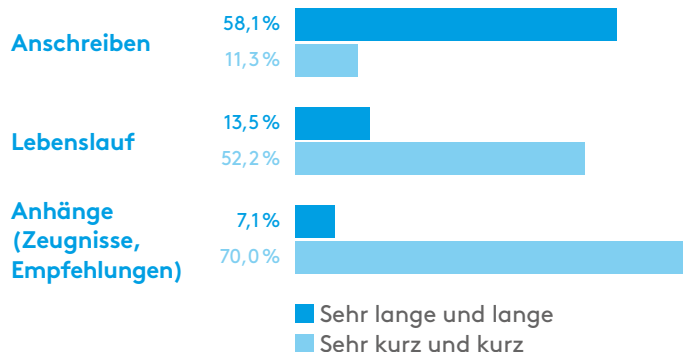
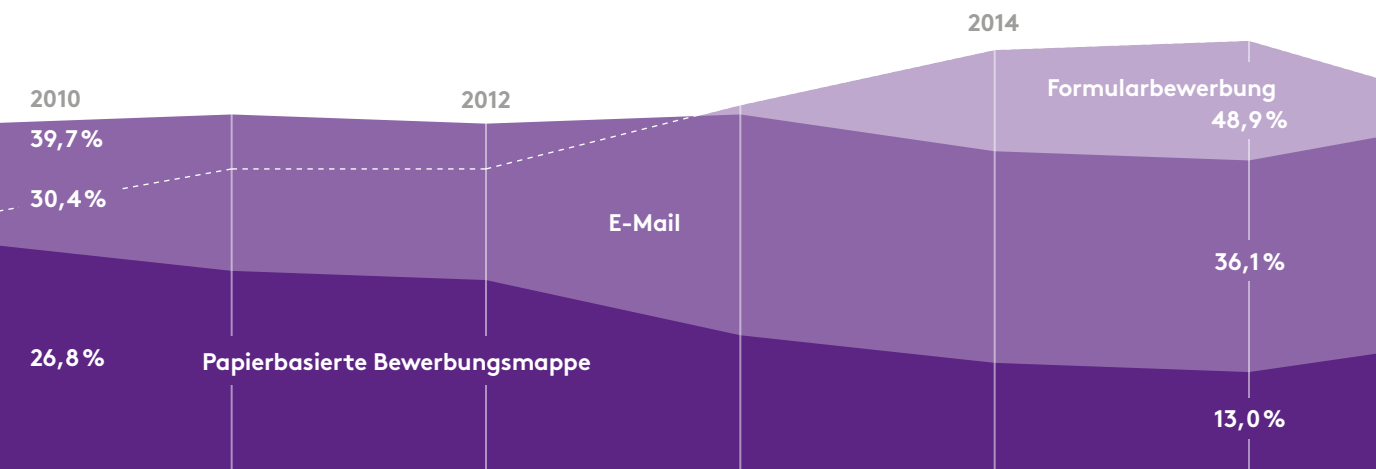


Abbildung 5: Entwicklung der Kanäle des Bewerbungseingangs der Top-1.000-Unternehmen bis heute und in Zukunft (Z)



auch für die Erstellung des Lebenslaufs. 11,3 Prozent aller befragten Kandidaten geben im Umkehrschluss an, dass sie sehr kurz oder kurz für die Erstellung des Anschreibens benötigen. 52,2 Prozent geben jedoch an, für den Lebenslauf sehr kurz oder kurz zu benötigen (vgl. Abbildung 3). Die Kandidaten nehmen sich somit mehr Zeit zur Erstellung des Anschreibens als zur Erstellung des Lebenslaufs.

Häufig ist es mit der Erstellung und dem Versand einzelner Bewerbungen jedoch nicht getan: 25 Bewerbungen versenden Kandidaten im Durchschnitt, um ein Jobangebot zu erhalten (vgl. Abbildung 4). 30,0 Prozent der Kandidaten versenden dabei zwar nur bis zu fünf Bewerbungen, aber 47,2 Prozent benötigen zwischen sechs und 25 Bewerbungen und 12,1 Prozent sogar zwischen 26 und 50 Bewerbungen. Jeder zehnte Kandidat versendet über 50 Bewerbungen, um ein Stellenangebot zu erhalten.

Abbildung 4: Durchschnittliche Anzahl versandter Bewerbungen, um ein Jobangebot zu erhalten



BEWERBUNGSEINGANG

GROSSUNTERNEHMEN PRÄFERIEREN BEWERBUNGSFORMULARE, DER MITTELSTAND EHER E-MAIL-BEWERBUNGEN

Grundsätzlich können Bewerbungen über unterschiedliche Kanäle an Unternehmen übersendet werden. Hierzu zählen die papierbasierte Bewerbung, die E-Mail-Bewerbung und die Formularbewerbung. Die tatsächlichen Möglichkeiten der Kandidaten hängen jedoch von den Vorgaben der Unternehmen ab.

Die Verteilung der unterschiedlichen Kanäle im Bewerbungseingang der Unternehmen hat sich in den letzten Jahren zugunsten der Formularbewerbung entwickelt. In 2016 ist allerdings die E-Mail-Bewerbung auf demselben Niveau wie die Formularbewerbung: 41,4 Prozent der Bewerbungen

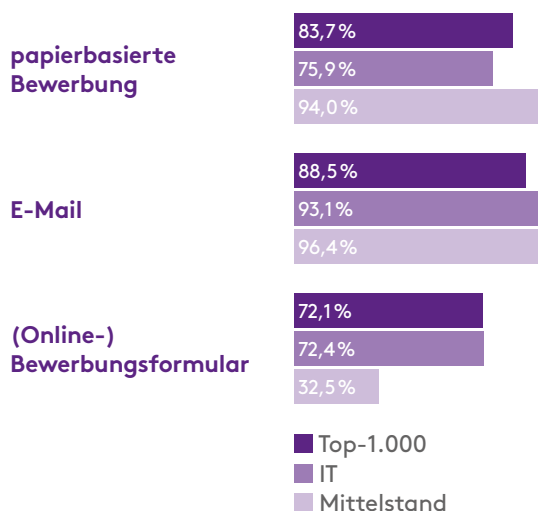


entfallen auf (Online-)Bewerbungsformulare und 41,0 Prozent auf E-Mails. Allerdings zeigt die Zukunftsprognose für die Entwicklung des tatsächlichen Bewerbungseingangs immer noch einen Anstieg der Formularbewerbungen bis 2021. Die papierbasierte Bewerbung liegt aktuell bei 17,0 Prozent (vgl. Abbildung 5). Somit ist aktuell fast jede fünfte eingehende Bewerbung bei den Top-1.000-Unternehmen papierbasiert.

Vergleicht man die Antworten der Top-1.000-Unternehmen mit denen des Mittelstands, zeigt sich ein deutlicher Vorsprung der Großunternehmen vor allem bei der Formularbewerbung. Nur 8,9 Prozent der eingehenden Bewerbungen bei Mittelstandsunternehmen gehen über ein (Online-)Bewerbungsformular ein, während 62,8 Prozent der Bewerbungen E-Mail-Bewerbungen sind. Auch in Zukunft wird nach Ansicht des Mittelstands nicht einmal jede fünfte Bewerbung per Formular eingehen. Die IT-Branche hingegen gibt ähnliche Antworten wie die Top-1.000-Unternehmen und hat sogar einen um 9,4 Prozentpunkte geringeren Anteil an papierbasierten Bewerbungen.

Dass im Bewerbungseingang sich keines der Bewerbungsverfahren gegenüber den anderen durchsetzen kann, lässt sich zum Teil dadurch erklären, dass die Mehrheit der befragten Top-1.000-Unternehmen sowohl E-Mail als auch die papierbasierte Bewerbungsmappe zulassen. Obwohl mit sieben von zehn die Mehrheit der Top-1.000-Unternehmen (Online-)Bewerbungsformulare zulassen, bedeutet das im Umkehrschluss auch, dass drei von zehn der Top-1.000-Unternehmen den Kanal des (Online-)Bewerbungsformulars nicht anbieten. Gleichzeitig lässt nur jeder dritte Mittelständler überhaupt eine Bewerbung per (Online-)Bewerbungsformular zu (vgl. Abbildung 6). Somit ist der Anteil der (Online-)Bewerbungsformulare im Mittelstand erwartungsgemäß geringer.

Abbildung 6: Zugelassene Bewerbungsformen

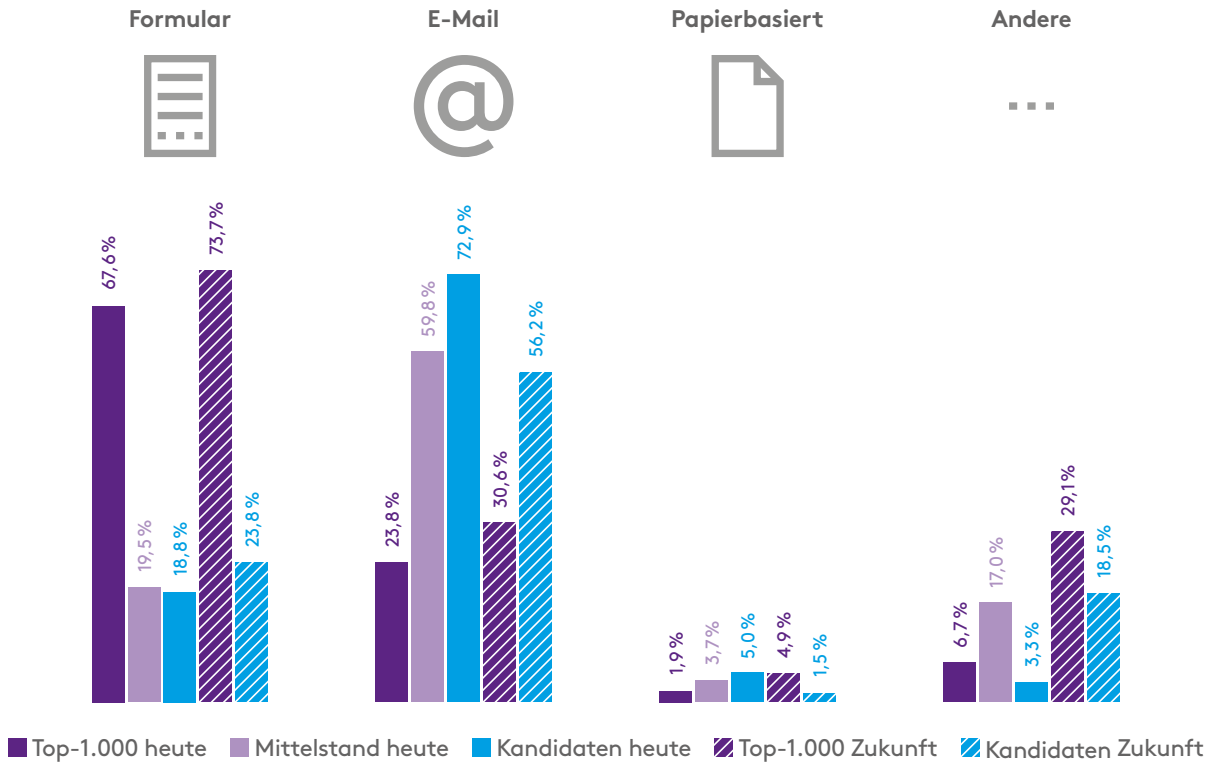


Betrachtet man die Antworten der Top-1.000-Unternehmen, welchen Bewerbungskanal sie unabhängig vom tatsächlichen Bewerbungseingang bevorzugen, zeigt sich, dass 67,6 Prozent eine Bewerbung per Formular, 23,8 Prozent per E-Mail und 6,7 Prozent über andere Kanäle präferieren. Nur 1,9 Prozent wünschen sich eine papierbasierte Bewerbung (vgl. Abbildung 7). Die Mehrheit der Top-1.000-Unternehmen bevorzugt somit eine Bewerbung per (Online-)Bewerbungsformular.

Von den befragten Mittelstandsunternehmen hingegen präferieren nur 19,5 Prozent die Formularbewerbung. Mit 59,8 Prozent bevorzugt die deutliche Mehrheit die Bewerbung per E-Mail, 17,0 Prozent haben keine Präferenz, 3,7 Prozent wünschen sich eine papierbasierte Bewerbung. Im Vergleich mit den Großunternehmen drängen die Mittelständler also weniger auf Formularbewerbungen, und sie bekommen auch weniger (vgl. Abbildung 6 und Abbildung 7).

Schaut man sich die Präferenzen der anderen Seite – der Kandidaten – an, stellt man fest, dass die Präferenz für Formularbewerbung keineswegs von den Kandidaten geteilt wird. Nur 18,8 Prozent der Kandidaten bewerben sich gerne per Formular. Mit 72,9 Prozent möchten sich deutlich mehr Kandidaten per E-Mail bewerben. Somit ergibt sich eine Lücke zwischen der Präferenz der Unternehmen und den Wünschen der Kandidaten. Bei der papierbasierten Bewerbung sind sich Kandidaten und

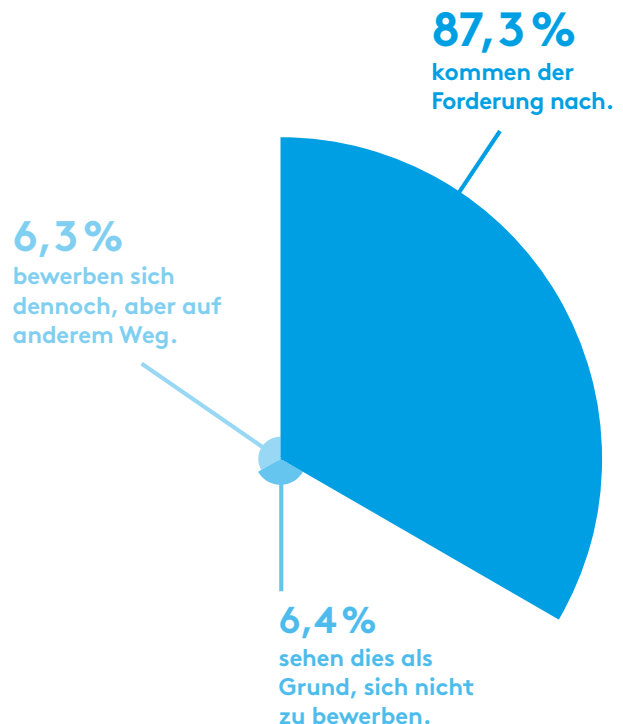
Abbildung 7: Vergleich Unternehmen und Kandidaten: Präferenz für eine Form der Bewerbung



Unternehmen jedoch einig. 5,0 Prozent der Kandidaten präferieren eine papierbasierte Bewerbung, was in etwa auf dem Niveau der Unternehmen heute und in Zukunft liegt (vgl. Abbildung 7). Kandidaten und Unternehmen bevorzugen somit beide eine digitale Bewerbung und würden gerne auf eine papierbasierte Bewerbung verzichten, jedoch werden durch beide Seiten unterschiedliche digitale Bewerbungsformen präferiert.

Kandidaten akzeptieren jedoch die Präferenz der Unternehmen bei der Formularbewerbung: Besteht ein Unternehmen auf eine Formularbewerbung, käme mit 87,3 Prozent die große Mehrheit der Kandidaten einer solchen Aufforderung nach. Ähnlich wie im Vorjahr wäre ein Zwang zur Formularbewerbung nur für 6,4 Prozent der Bewerber ein Grund, sich bei dieser Firma nicht zu bewerben, und ebenso viele würden sich zwar bewerben, aber einen anderen Kanal wählen (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Verhalten von Kandidaten bei Forderung nach einer Formularbewerbung



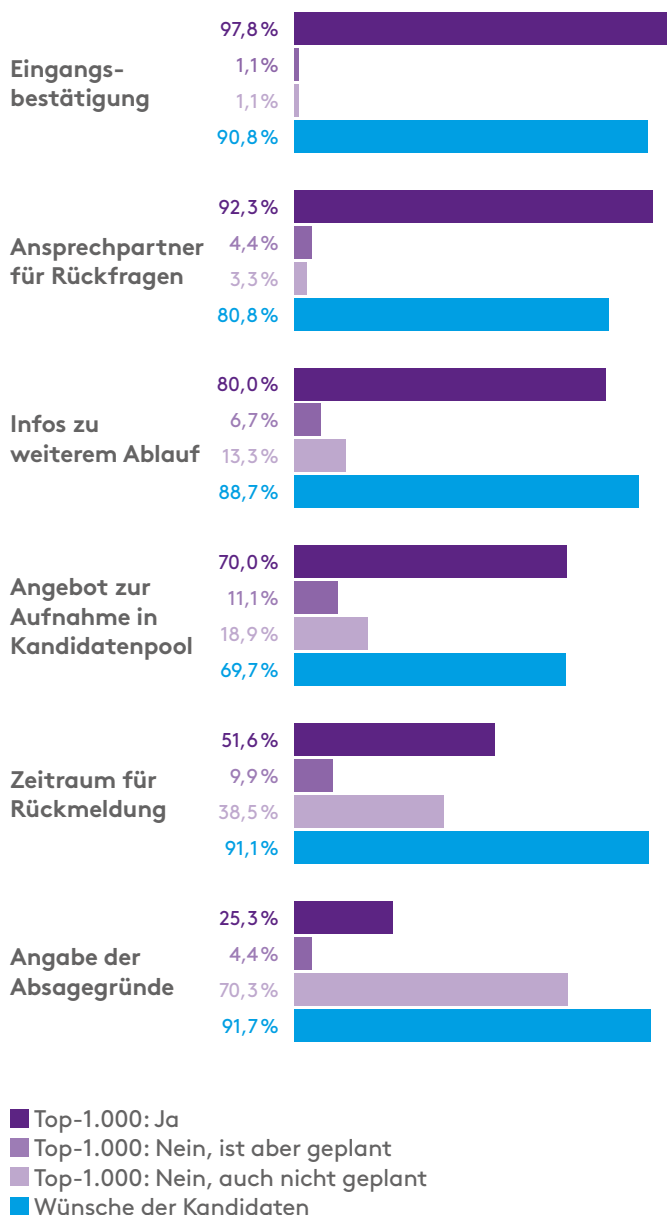
INFORMATIONSBEDÜRFNISSE UND -ANGEBOTE NACH EINGANG DER BEWERBUNG

BEWERBER MÖCHTEN GRÜNDE FÜR ABSAGEN ERFAHREN, UNTERNEHMEN GEBEN DIESE GRÜNDE JEDOCH NICHT AN UND HABEN DIES AUCH FÜR DIE ZUKUNFT NICHT VOR

Nach dem Eingang einer Bewerbung haben Kandidaten verschiedene Informationsbedürfnisse. So ist neun von zehn Kandidaten eine Eingangsbestätigung wichtig; auch spielt der Zeitraum bis zur Rückmeldung eine Rolle. Besonders relevant ist die Angabe von Absagegründen, falls es nicht zu einer Einstellung kommt. Ebenso erwarten die Kandidaten Informationen zum weiteren Ablauf und acht von zehn Kandidaten möchten gerne einen Ansprechpartner für Rückfragen nach Absenden der Bewerbung erhalten. Immerhin sieben von zehn Kandidaten sehen ein Angebot zur Aufnahme in den Kandidatenpool als wichtig an (vgl. Abbildung 9).

Zusätzlich zur Seite der Kandidaten wurden die Unternehmen gefragt, welche Informationen sie anbieten, bzw. vorhaben anzubieten (vgl. Abbildung 9). Nahezu alle Top-1.000-Unternehmen geben eine Eingangsbestätigung. Auch ein Ansprechpartner für Rückfragen wird von neun von zehn der Top-1.000-Unternehmen angegeben. Informationen zum weiteren Ablauf geben acht von zehn Top-1.000-Unternehmen. Das Angebot zur Aufnahme in einen Kandidatenpool bieten sieben von zehn Unternehmen bereits an, 11,1 Prozent planen dies für die Zukunft. Mit 51,6 Prozent bietet jedoch nur gut die Hälfte der Unternehmen Informationen über den Zeitraum für die Rückmeldung an, was allerdings der Großteil der Kandidaten für wichtig hielt. Knapp vier von zehn Unternehmen möchten dies auch in Zukunft nicht umsetzen. Eine noch größere Diskrepanz zeigt sich bei der Angabe der Absagegründe. Während neun von zehn Kandidaten dies als wichtig ansehen, gibt nur ein Viertel der Unternehmen an, Absagegründe zu nennen. 70,3 Prozent der Unternehmen haben zudem in Zukunft auch nicht vor, daran etwas zu ändern.

Abbildung 9: Informationsbedürfnisse und -angebote



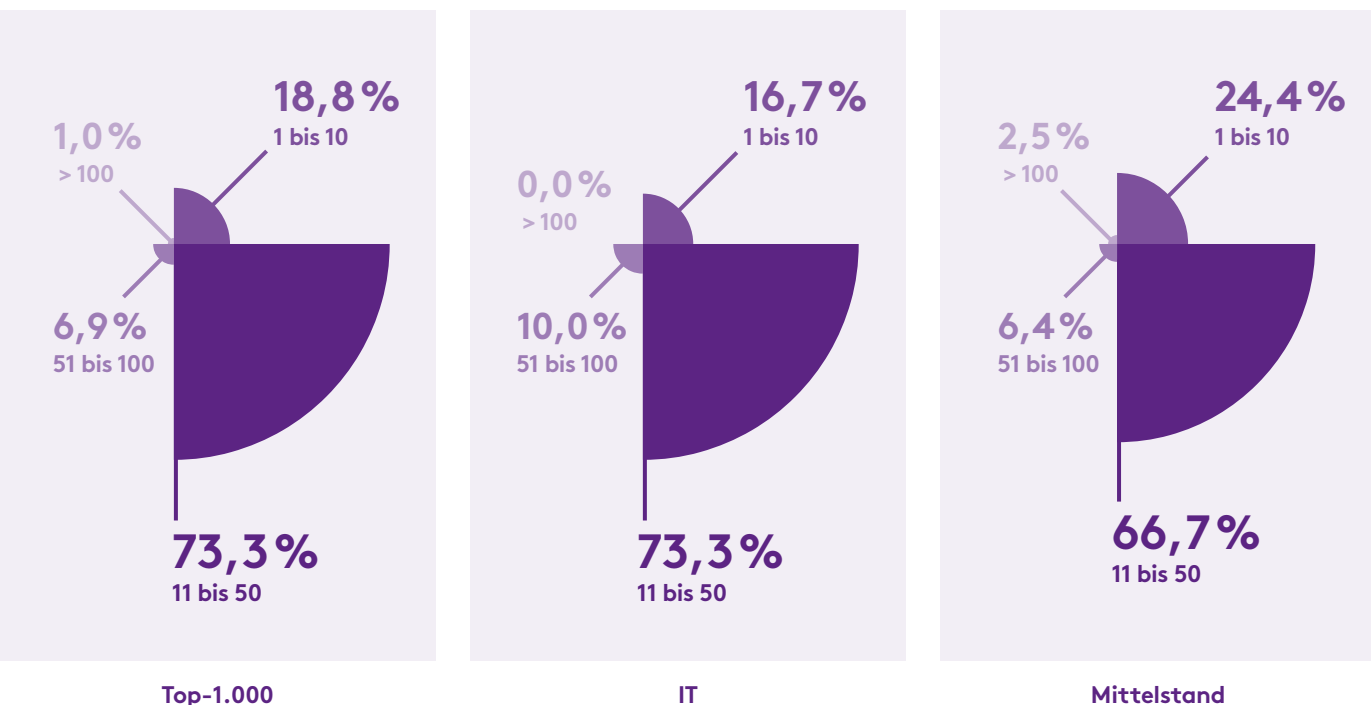
Bereits im letzten Jahr hat sich gezeigt, dass Unternehmen aus Sicht der Kandidaten die größten „Big Failures“ begehen, wenn sie Kandidaten im Bewerbungsprozess keine Rückmeldung geben bzw. diese fehlerhaft, unvollständig oder zu spät ist (siehe Themenspecial Best Practices und „Big Failures“ in der Rekrutierung, 2016). Vor diesem Hintergrund zeigen die Ergebnisse detailliert auf, welche Informationsbedürfnisse Kandidaten besitzen, die aber häufig von den Unternehmen nicht angeboten werden. Um somit in Zukunft diese „Big Failures“ zu vermeiden, könnte ein Abgleich der Bedürfnisse der Kandidaten mit den Angeboten der Unternehmen Optimierungspotentiale für den Bewerbungsprozess identifizieren.

ANZAHL UND EVALUATION VON BEWERBUNGEN

GROSSUNTERNEHMEN BENÖTIGEN ACHT MINUTEN ZUR ERSTEN EINORDNUNG EINER BEWERBUNG UND 13 TAGE BIS HIN ZU EINER ERSTEN INHALTLICHEN RÜCKMELDUNG

Die Top-1.000-Unternehmen geben an, dass sie im Durchschnitt 32 Bewerbungen auf eine ausgeschriebene Stelle erhalten. Knapp jedes fünfte Top-1.000-Unternehmen erhält dabei nur eine bis zehn Bewerbungen pro offener Stelle. 73,3 Prozent erhalten jedoch elf bis 50 Bewerbungen, 6,9 Prozent 51 bis 100 und 1,0 Prozent sogar über 100 Bewerbungen pro offener Stelle. Die Antworten der Branche IT und der mittelständischen Unternehmen unterscheiden sich dabei nur geringfügig (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10: Anzahl Bewerbungen pro offener Stelle



Knapp die Hälfte der Bewerbungen werden intensiv gelesen: Mit 42,6 Prozent der erhaltenen Bewerbungen befassen sich die Top-1.000-Unternehmen intensiv (vgl. Abbildung 11), die mittelständischen Unternehmen mit 44,5 Prozent. Dies bedeutet auch, dass sich mit knapp sechs von zehn Bewerbungen von Seiten der Unternehmen nicht intensiv auseinandergesetzt wird.

Abbildung 11: Intensive Auseinandersetzung mit Bewerbungen



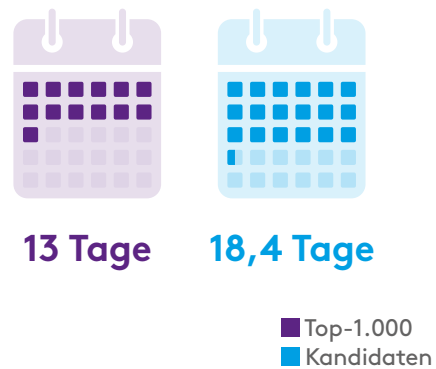
Zur ersten Bewertung und anschließenden Einordnung einer Bewerbung benötigen die Top-1.000-Unternehmen im Durchschnitt acht Minuten (vgl. Abbildung 12), während es beim Mittelstand neun Minuten sind. Bei der IT-Branche sind es siebeneinhalb Minuten.

Abbildung 12: Dauer zur Einordnung und ersten Bewertung von Bewerbungen



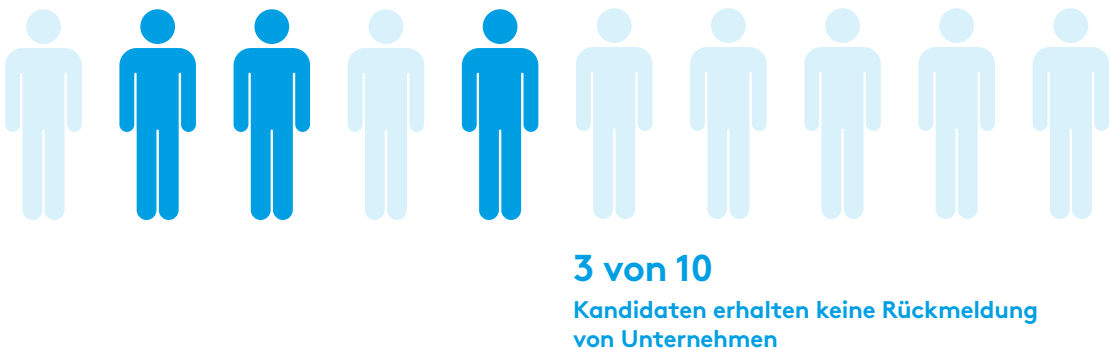
Dennoch vergehen nach Angaben der Top-1.000-Unternehmen durchschnittlich 13 Tage, bis sie eine erste Rückmeldung in Form einer Absage oder Zusage zu einem Bewerbungsgespräch an den Kandidaten versenden (vgl. Abbildung 13). Die IT-Branche benötigt hierfür vier Tage weniger, der Mittelstand liegt im Bereich der IT-Branche.

Abbildung 13: Dauer bis zu einer ersten inhaltlichen Rückmeldung



Interessanterweise geben die Kandidaten an, dass sie mit 18,4 Tagen etwa eine Arbeitswoche länger auf Rückmeldung warten als dies von den Unternehmen angegeben wird (vgl. Abbildung 13). 31,0 Prozent der Kandidaten sagen sogar, dass es mehr als 20 Tage sind, bis eine erste Rückmeldung eintrifft. Ein knappes Drittel der Befragten gibt zudem an, gar keine Rückmeldung von Unternehmen zu erhalten (vgl. Abbildung 14).

Abbildung 14: Rückmeldung von Unternehmen nach einer Bewerbung



AUSWAHLKRITERIEN BEI DER BEWERBUNG

JEDER SECHSTE KANDIDAT HAT SEIN ANSCHREIBEN UND/ODER LEBENSLAUF SCHON EINMAL VON EINER ANDEREN PERSON SCHREIBEN LASSEN

Bei der Auswahl der Bewerbungen bewertet die Hälfte der befragten Top-1.000-Unternehmen das Anschreiben als ein wichtiges Auswahlkriterium. Dies könnte u.a. daran liegen, dass Unternehmen in einem Anschreiben eine gute Gelegenheit sehen, Kandidaten zu differenzieren: Mit 78,5 Prozent der Unternehmen gehen knapp acht von zehn Unternehmen davon aus, dass sich Kandidaten durch ein Anschreiben positiv von anderen Kandidaten abgrenzen können. Die Mittelstandsunternehmen sehen dies ähnlich, wobei hier noch mehr Unternehmen das Anschreiben als wichtig bewerten. Innerhalb der IT-Branche sind mit 70,0 Prozent etwas weniger Unternehmen dieser Meinung.

Aus Kandidatensicht wird das Anschreiben von 85,5 Prozent der befragten Kandidaten als wichtiges Auswahlkriterium bewertet. 81,5 Prozent der Kandidaten gehen zudem davon aus, dass sie sich durch ein Anschreiben positiv von anderen Kandidaten abgrenzen können. Auffallend ist, dass etwa jeder sechste Kandidat sein Anschreiben und/oder Lebenslauf schon einmal von einer anderen Person hat schreiben lassen.

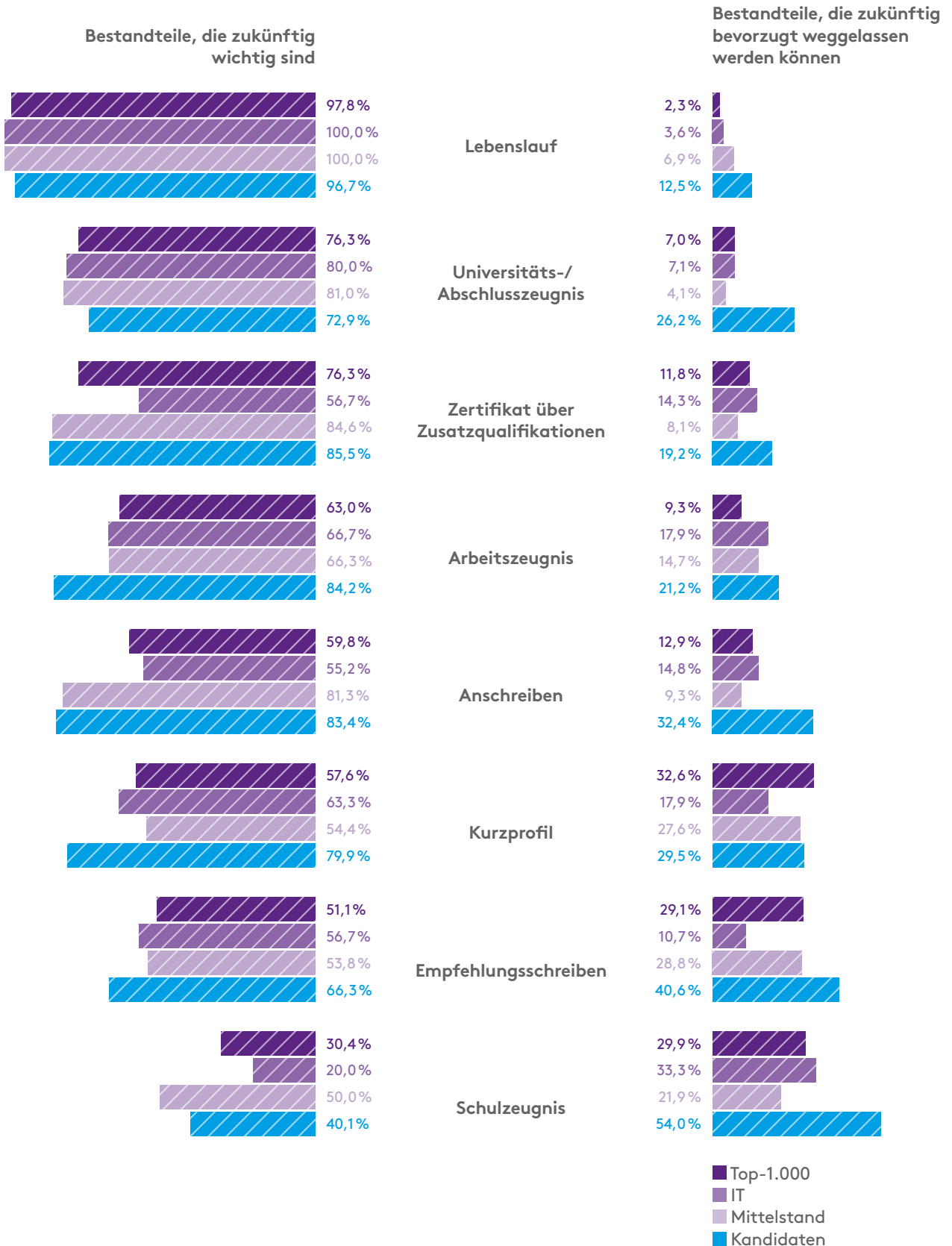
Aber die Bedeutung des Anschreibens nimmt ab: Für die Zukunft sehen nur noch 59,8 Prozent der Top-1.000-Unternehmen das Anschreiben als ein wichtiges Auswahlkriterium. Mit 55,2 Prozent bewertet die IT-Branche das Anschreiben in Zukunft sogar als noch weniger wichtig (vgl. Abbildung 15).

Betrachtet man die weiteren Auswahlkriterien, so zeigt sich, dass der Lebenslauf in Zukunft von den Unternehmen in den Mittelpunkt gestellt wird, wenn es um die Bewertung von Kandidaten geht. Etwa acht von zehn Unternehmen sehen das Universitäts-/Abschlusszeugnis zukünftig ebenfalls als ein wichtiges Auswahlkriterium an. Das Schulzeugnis hingegen wird mit Blick auf die Zukunft nur von einem Drittel der Top-1.000-Unternehmen und von einem Fünftel der Unternehmen der IT-Branche als wichtig erachtet. Allerdings bewertet die Hälfte des Mittelstands das Schulzeugnis noch als ein wichtiges Auswahlkriterium für die Zukunft (vgl. Abbildung 15).

Aus Sicht der Kandidaten (vgl. Abbildung 15) zeigt sich vor allem eine Abweichung bei den Kurzprofilen und Empfehlungsschreiben, welche die Kandidaten als deutlich wichtiger bewerten als die Unternehmen. 83,4 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass das Anschreiben zukünftig ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Bewerbung sein wird. 96,7 Prozent geben den Lebenslauf als ein wichtiges erwartetes Auswahlkriterium an, 40,1 Prozent das Schulzeugnis. Im Gegensatz dazu wird das Universitäts-/Abschlusszeugnis von den Kandidaten als weniger wichtig erachtet als von den Unternehmen.

Der Mix der Zukunft: Neben der Bedeutung der verschiedenen Bestandteile einer Bewerbung wurde ebenso gefragt, auf welche dieser Bestandteile sowohl die Unternehmen als auch die Kandidaten in Zukunft gerne verzichten würden (vgl. Abbildung 15). Für 29,9 Prozent der befragten Top-1.000-Unternehmen ist das Schulzeugnis eine Komponente, die weggelassen werden kann. Auch Kurzprofile und Empfehlungsschreiben sieht knapp ein Drittel der befragten Top-1.000-Unternehmen als nicht notwendig. Auf ein Anschreiben würden aber nur 12,9 Prozent gerne verzichten. Unterschiede zwischen den Unternehmen gibt es vor allem beim Empfehlungsschreiben, worauf nur jedes zehnte IT-Unternehmen verzichten möchte, allerdings knapp ein Drittel der Top-1.000-Unternehmen und des Mittelstands. Ähnliche Unterschiede zeigen sich auch beim Kurzprofil.

Abbildung 15: Bestandteile einer Bewerbung, die zukünftig wichtig sind oder bevorzugt weggelassen werden können



Aus Sicht der Kandidaten gibt mit 54,0 Prozent mehr als die Hälfte der Befragten an, dass sie gerne auf das Schulzeugnis verzichten würde. 40,6 Prozent würden gerne auf ein Empfehlungsschreiben verzichten, jedoch nur 12,5 Prozent auf einen Lebenslauf. 32,4 Prozent würden gerne ein Anschreiben vermeiden. Betrachtet man diesen eher hohen Anteil an Kandidaten, die gerne auf ein Anschreiben verzichten würden mit den Ergebnissen, dass 58,1 Prozent der Kandidaten für das Anschreiben sehr lange oder lange benötigen und 16,2 Prozent externe Hilfe in Anspruch nehmen, um ein Anschreiben zu verfassen, zeigt sich, dass Kandidaten gerne auf den Teil einer Bewerbung verzichten möchten, der für sie eher hohe Aufwände in der Erstellung bedeutet.

ONE-CLICK-BEWERBUNG

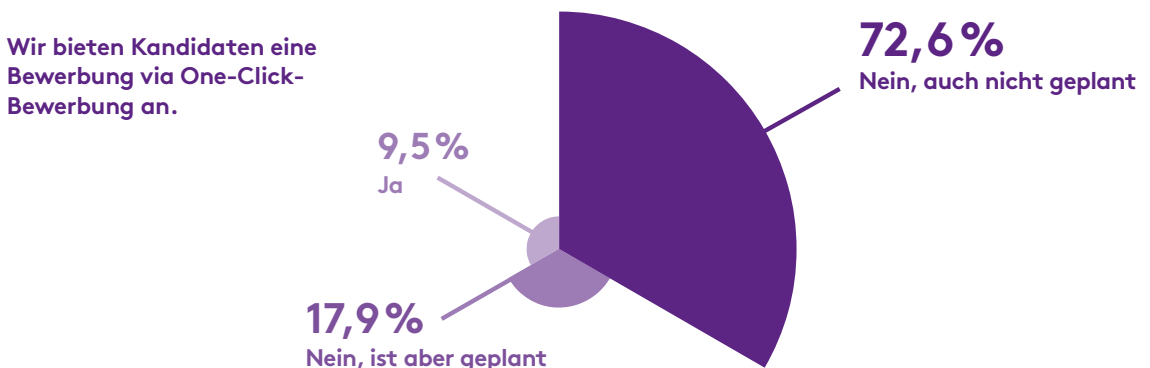
JEDES ZEHNTE TOP-1.000-UNTERNEHMEN BIETET EINE ONE-CLICK-BEWERBUNG AN

Eine neue Form der Bewerbung stellt die sogenannte One-Click-Bewerbung dar. Dabei wird es Kandidaten ermöglicht, aus einem Karrierenetzwerk oder einer Lebenslaufdatenbank ihr aktuelles Profil mit nur einem Klick in die Datenbank des Wunscharbeitgebers zu importieren oder per E-Mail zu versenden. Daraus resultiert ein standardisiertes und beschleunigtes Bewerbungsverfahren.

Betrachtet man die Antworten der Unternehmen, so zeigt sich, dass die meisten eine One-Click-Bewerbung noch nicht implementiert haben und dies auch nicht planen. Knapp eines von zehn Unternehmen der Top-1.000-Unternehmen bietet momentan eine One-Click-Bewerbung an. 17,9 Prozent haben vor, dies in Zukunft zu tun, 72,6 Prozent der befragten Top-1.000-Unternehmen haben jedoch keine One-Click-Bewerbung implementiert und dies auch nicht für die Zukunft geplant (vgl. Abbildung 16). In der IT-Branche sind die Zahlen beim Angebot und der Planung etwas geringer; Prozentual geben jedoch mehr Unternehmen an, dass die One-Click-Bewerbung auch für die Zukunft nicht geplant ist.

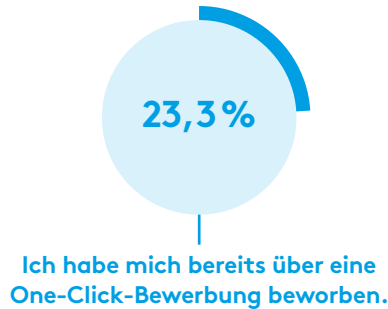
Die mittelständischen Unternehmen setzen deutlich weniger auf die One-Click-Bewerbung. 2,6 Prozent der mittelständischen Unternehmen bieten eine One-Click-Bewerbung an, 85,9 Prozent bieten jedoch keine an und haben dies auch zukünftig nicht vor. Gut eines von zehn der befragten mittelständischen Unternehmen hat vor, in Zukunft eine One-Click-Bewerbung anzubieten.

Abbildung 16: Angaben der Top-1.000 zur One-Click-Bewerbung



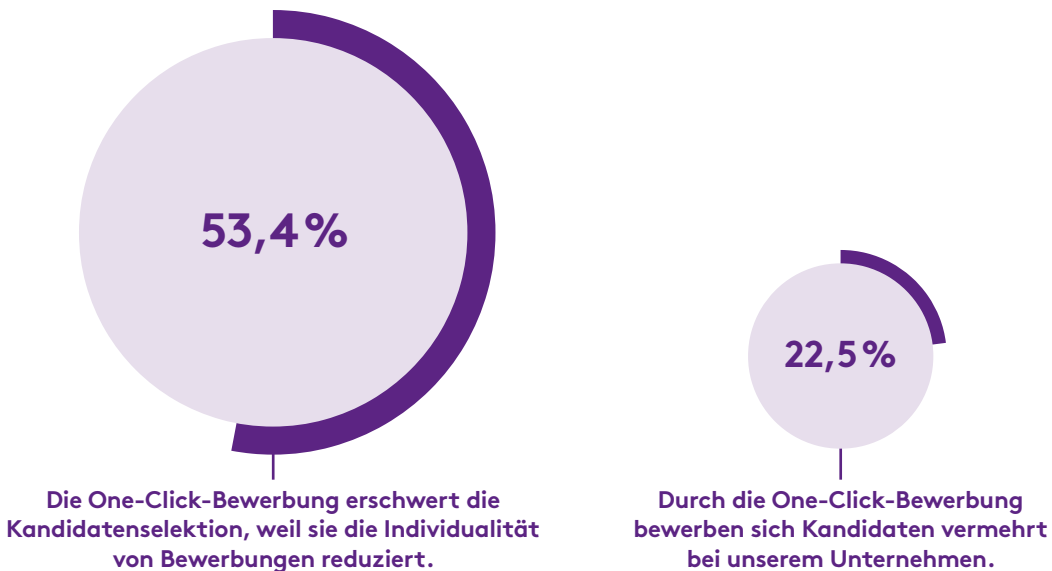
Die Befragung der Kandidaten ergibt, dass momentan 23,3 Prozent die One-Click-Bewerbung schon einmal genutzt haben (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Angaben der Kandidaten zur One-Click-Bewerbung



Die Gründe, weshalb Unternehmen die One-Click-Bewerbung nicht anbieten, können beispielsweise in der reduzierten Individualität von Bewerbungen liegen, was auch mit den Angaben der Kandidaten und Unternehmen übereinstimmt (vgl. Abbildung 18 und Abbildung 19). Gut die Hälfte der befragten Top-1.000-Unternehmen sieht die Gefahr der erschwerten Bewerberselektion aufgrund der reduzierten Individualität von Bewerbungen. Dies entspricht einem Rückgang von 16,5 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. 22,5 Prozent gehen auch davon aus, dass sich durch die One-Click-Bewerbung mehr Kandidaten bei ihnen bewerben werden (vgl. Abbildung 18).

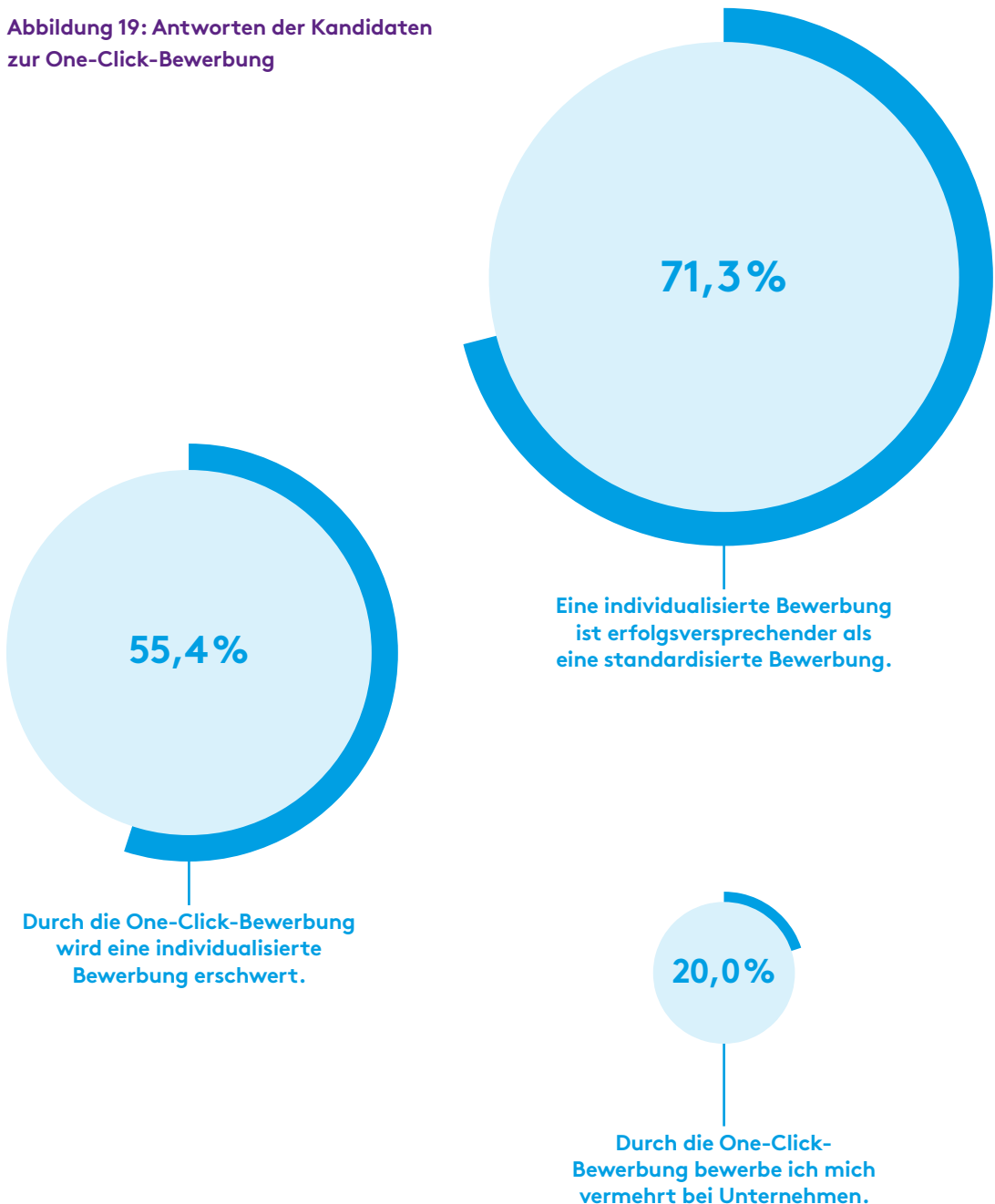
Abbildung 18: Angaben der Top-1.000 zur One-Click-Bewerbung



71,3 Prozent der befragten Kandidaten gehen zudem davon aus, dass eine individualisierte Bewerbung erfolgsversprechender ist als eine standardisierte Bewerbung – somit würde auch für sie die Individualität bei der One-Click-Bewerbung leiden. 55,4 Prozent sind der Meinung, dass durch die One-Click-Bewerbung eine individualisierte Bewerbung erschwert wird. Nur ein Fünftel der Kandidaten gibt übrigens an, dass sie sich durch die One-Click-Bewerbung vermehrt bei Unternehmen

bewerben. Somit scheint die Sorge mancher Unternehmen, dass mit dieser Bewerbungsform zu viele Bewerbungen eintreffen, eher unberechtigt. Kandidaten überlegen sich anscheinend sehr gut, ob sie sich bewerben, egal über welchen Kanal (vgl. Abbildung 19).

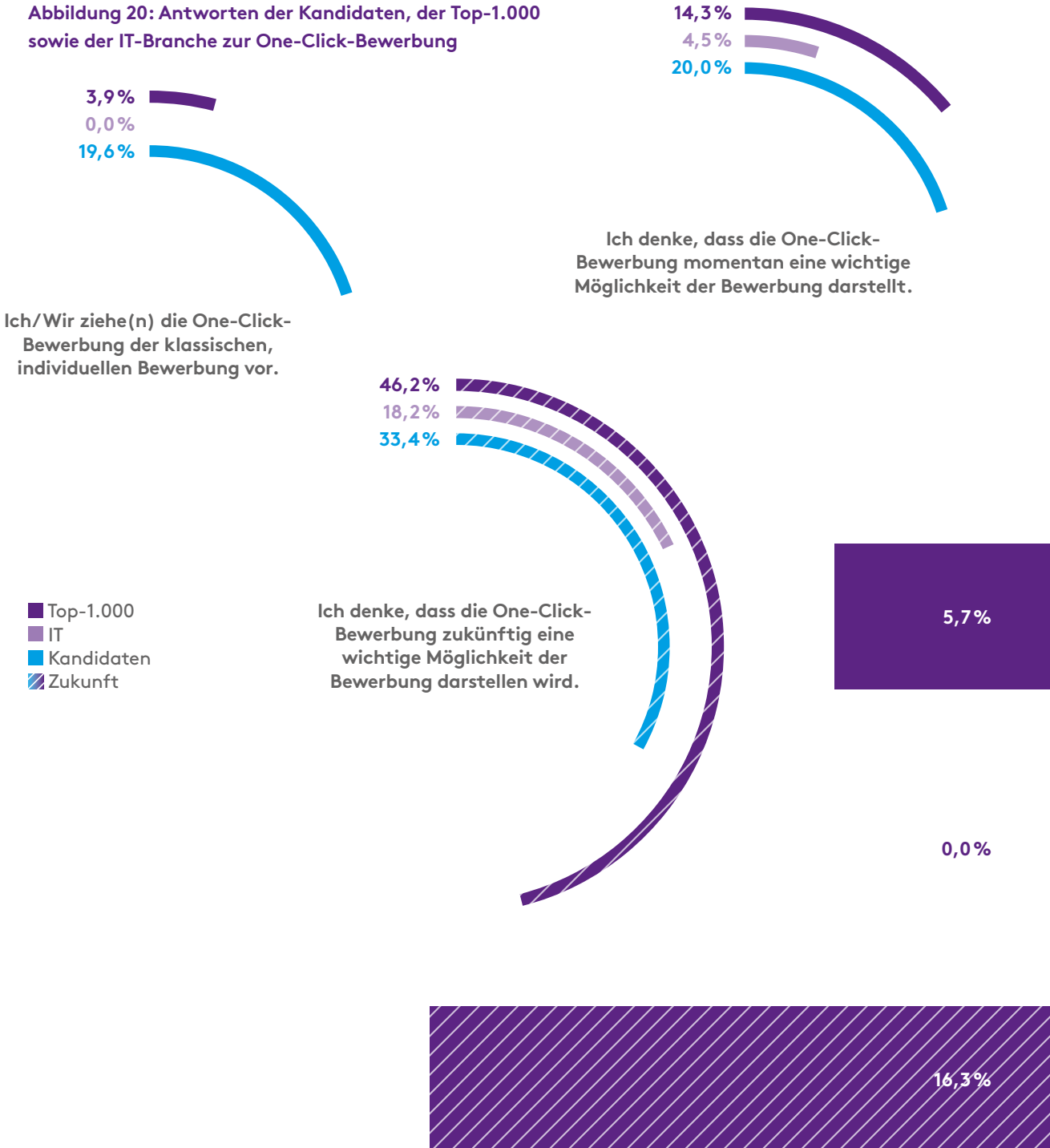
Abbildung 19: Antworten der Kandidaten zur One-Click-Bewerbung



Heute sehen nur 14,3 Prozent der befragten Top-1.000-Unternehmen die One-Click-Bewerbung als eine wichtige Möglichkeit der Bewerbung. Für die Zukunft gehen jedoch 46,2 Prozent der befragten Top-1.000-Unternehmen davon aus. Die IT-Branche ist viel zurückhaltender. Nur 4,5 Prozent der befragten IT-Unternehmen sehen eine größere Bedeutung der One-Click-Bewerbung für die Gegenwart und nur 18,2 Prozent für die Zukunft (vgl. Abbildung 20).

Ein Fünftel der Kandidaten sieht die One-Click-Bewerbung als eine wichtige Möglichkeit der Bewerbung und zieht diese einer individualisierten Bewerbung vor. Betrachtet man die Antworten der Kandidaten zur zukünftigen Entwicklung, so geben mit 33,4 Prozent etwas mehr Kandidaten an, dass ihrer Meinung nach die One-Click-Bewerbung in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird (vgl. Abbildung 20).

Abbildung 20: Antworten der Kandidaten, der Top-1.000 sowie der IT-Branche zur One-Click-Bewerbung



ANONYME BEWERBUNG

FÜR KEIN GROSSUNTERNEHMEN SPIELT DIE ANONYME BEWERBUNG MOMENTAN EINE WICHTIGE ROLLE

Die Ergebnisse zum Thema anonyme Bewerbung zeigen, dass eher eine Minderheit sowohl aus Unternehmens- als auch aus Kandidatensicht die anonyme Bewerbung momentan als wichtig erachtet (vgl. Abbildung 21). Für keines der Top-1.000-Unternehmen spielt die anonyme Bewerbung momentan eine wichtige Rolle. 16,3 Prozent denken immerhin, dass dies in Zukunft so sein wird. Mit 5,7 Prozent sieht aber nicht einmal jedes zehnte Unternehmen in der anonymen Bewerbung mehr Vor- als Nachteile (vgl. Abbildung 21). Während die IT-Branche diese Ansicht insgesamt teilt, prognostizieren sogar nur 9,0 Prozent der mittelständischen Unternehmen der anonymen Bewerbung für die Zukunft eine wichtige Rolle.

Im Vergleich zu den Antworten der Unternehmen bewerten die Kandidaten die anonyme Bewerbung etwas positiver. 13,4 Prozent der befragten Kandidaten geben an, dass die anonyme Bewerbung für sie momentan eine wichtige Rolle spielt. Für die Zukunft bewerten dies 27,6 Prozent der Befragten so. 27,5 Prozent der Kandidaten sehen auch mehr Vor- als Nachteile in der anonymen Bewerbung (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21: Anonyme Bewerbung aus Sicht der Top-1.000 und Kandidaten

Wir sehen in der anonymen Bewerbung mehr Vor- als Nachteile.

27,5 %

Die anonyme Bewerbung spielt momentan eine wichtige Rolle.

13,4 %

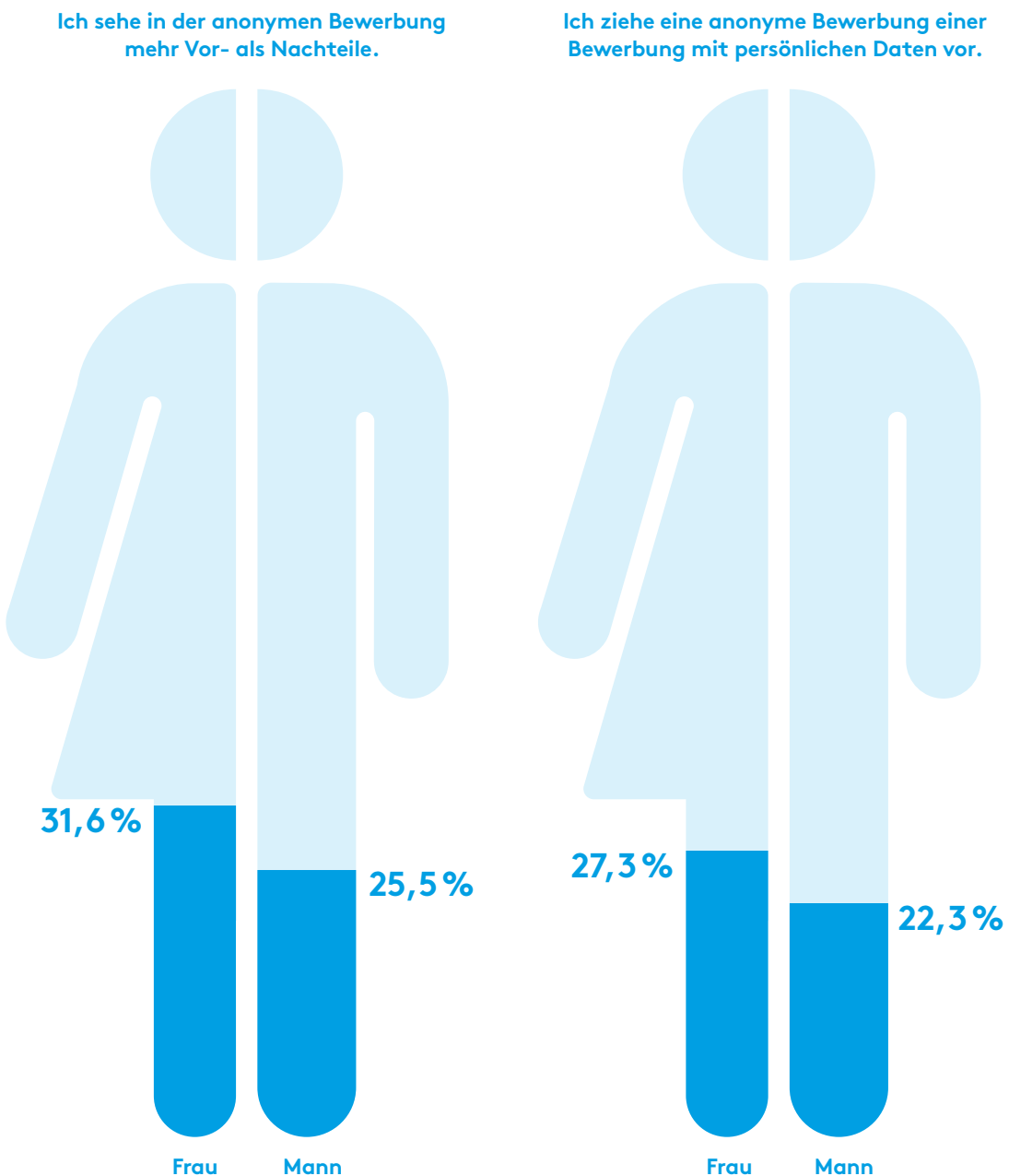
Die anonyme Bewerbung spielt in Zukunft eine wichtige Rolle.

27,6 %

Betrachtet man die Antworten der Kandidaten gemessen an dem Alter der Studienteilnehmer, so zeigt sich, dass diese bei der Baby-Boomer-Generation (Jahrgänge 1950–1965) und der Generation X (Jahrgänge 1966–1980) in etwa auf Höhe des Gesamt-Durchschnitts liegen. Die Generation Y (Jahrgänge 1981–1998) erachtet die anonyme Bewerbung dagegen als deutlich wichtiger und positiver. Ebenso sieht diese Generation in der anonymen Bewerbung tendenziell mehr Vor- als Nachteile.

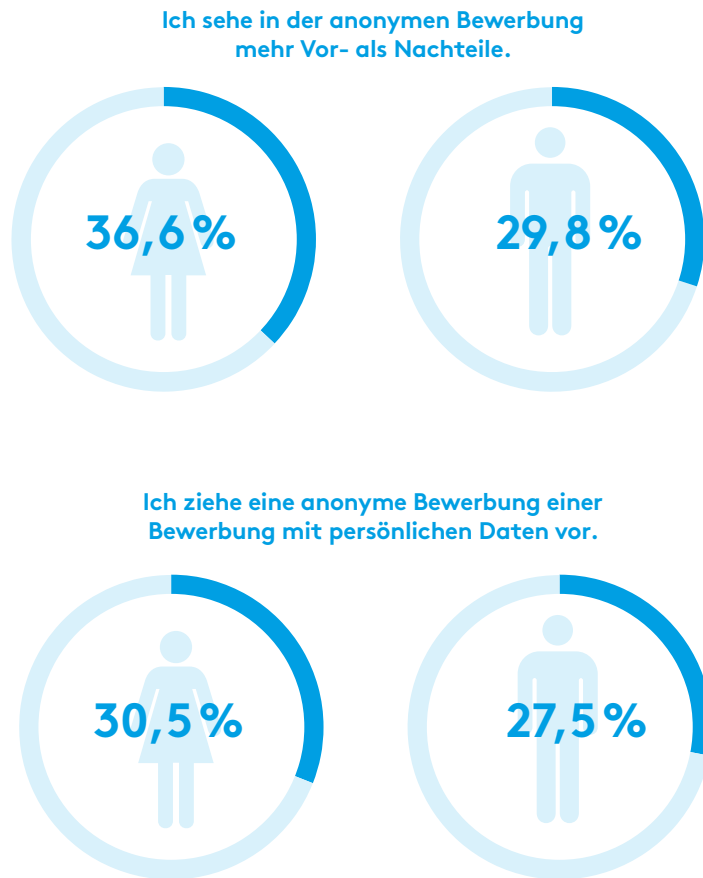
Vergleicht man die Antworten basierend auf dem Geschlecht der Teilnehmer, so bevorzugen mehr Frauen als Männer die anonyme Bewerbung. 31,6 Prozent der Frauen sehen mehr Vor- als Nachteile in der anonymen Bewerbung, während es unter den Männern nur 25,5 Prozent sind (vgl. Abbildung 22).

Abbildung 22: Anonyme Bewerbung aus Sicht der Kandidaten



Betrachtet man gesondert die Generation Y (Jahrgänge 1981–1998), so zeigt sich, dass 36,6 Prozent der Frauen dieser Generation mehr Vor- als Nachteile in der anonymen Bewerbung sehen. Bei Männern sind es 29,8 Prozent (vgl. Abbildung 23). Im Vorjahr haben noch 7,4 Prozent der Männer und 15,8 Prozent der Frauen dieser Generation angegeben, dass sie in der anonymen Bewerbung mehr Vor- als Nachteile sehen.

Abbildung 23: Anonyme Bewerbung aus Sicht der Generation Y



Weitere Auswertungen der „Recruiting Trends 2017“ und der „Bewerbungspraxis 2017“ sind zu folgenden Themenschwerpunkten verfügbar:

- » Active Sourcing und Social Recruiting
- » Employer Branding und Attraktivitätskriterien
- » Mobile Recruiting
- » Women in IT

Details zur Durchführung der Studie und die Beschreibung der Stichproben finden Sie online unter www.uni-bamberg.de/isdl/recruitingtrends2017

Darüber hinaus können bezogen werden:

- Weitzel, T., Laumer, S., Maier, C., Oehlhorn, C., Wirth, J., Weinert, C., und Eckhardt, A. (2016): Active Sourcing und Social Recruiting – Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2016 und der Bewerbungspraxis 2016, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg
- Weitzel, T., Laumer, S., Maier, C., Oehlhorn, C., Wirth, J., Weinert, C., und Eckhardt, A. (2016): Best Practices und „Big Failures“ in der Rekrutierung – Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2016 und der Bewerbungspraxis 2016, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg
- Weitzel, T., Laumer, S., Maier, C., Oehlhorn, C., Wirth, J., Weinert, C., und Eckhardt, A. (2016): Bewerbung der Zukunft – Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2016 und der Bewerbungspraxis 2016, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg
- Weitzel, T., Laumer, S., Maier, C., Oehlhorn, C., Wirth, J., Weinert, C., und Eckhardt, A. (2016): Employer Branding und Personalmarketing – Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2016 und der Bewerbungspraxis 2016, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg
- Weitzel, T., Laumer, S., Maier, C., Oehlhorn, C., Wirth, J., Weinert, C., und Eckhardt, A. (2016): Mobile Recruiting – Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2016 und der Bewerbungspraxis 2016, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg
- Weitzel, T., Laumer, S., Maier, C., Oehlhorn, C., Wirth, J., Weinert, C., und Eckhardt, A. (2016): Techniksprung in der Rekrutierung – Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2016 und der Bewerbungspraxis 2016, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg
- von Stetten, A., Laumer, S., Maier, C., Weinert, C., Weitzel, T., Wirth, J., Eckhardt, A., und Kraft, B. (2015): Recruiting Trends im Mittelstand 2015 – Eine empirische Untersuchung mit 1.000 Unternehmen aus dem deutschen Mittelstand, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Kontakt:

Dr. Katrin Luzar

Monster Worldwide Deutschland GmbH

Ludwig-Erhard-Straße 14

D-65760 Eschborn

Telefon: 06196-9992-688

E-Mail: studien@monster.de

www.monster.de