

PRESSEINFORMATION

meinungsraum.at-Studie: 48 Prozent der Österreicher verstehen Stellenausschreibungen nicht

Stellenbesetzungen werden immer schwieriger. Den richtigen Kandidaten finden Unternehmen laut AMS Vorstand Johannes Kopf nur durch eine breitere Suche. Zudem macht das neue Tool MyJobAdventure.com Recruiting- zu einem Kennen-Lern-Prozess.

Wien, am 14.09.17- Die Arbeitslosigkeit sinkt und der Kampf, um die besten Köpfe hat wieder Fahrt aufgenommen. Eine aktuelle Studie von meinungsraum.at und der lifeCREATOR CONSULTING GmbH belegt, dass beachtliche 38 Prozent der Österreicher in den letzten sechs Monaten über einen Jobwechsel manchmal bis oft nachgedacht haben. Roswitha Wachtler, Studienleiterin von meinungsraum.at: „Es ist also wieder riesiges Potenzial für die Unternehmen auf dem Markt, das aber richtig angesprochen werden muss.“ 69 Prozent der Österreicher suchen laut Studie über eine Stellenausschreibung einen neuen Job, 57 Prozent über das AMS oder Onlineportale, 55 Prozent über Stellenausschreibungen der Unternehmensportale. „Das Problem ist, dass für 48 Prozent der 500 Befragten die Stellenausschreibungen durchschnittlich bis wenig verständlich sind und 58 Prozent können nicht mal einschätzen, ob sie auf Basis der Ausschreibung für einen Job geeignet sind oder nicht“, so meinungsraum.at-Expertin Wachtler. Das führt zu Frust bei den Bewerbern und gleichzeitig zu hohen Kosten bei den Unternehmen. Heinz Herczeg, Geschäftsführender Gesellschafter der auf Recruiting spezialisierten lifeCREATOR CONSULTING GmbH: „Es gibt einen dramatisches Mismatch zwischen Angebot und Nachfrage bei der Suche nach passenden Mitarbeitern, das erhöht die Suchkosten. Zusätzlich sind Fehler bei Stellenbesetzungen sehr teuer. Betragen die Fluktuationskosten schon bei einfachen Positionen zwischen 2000 und 5000 Euro. So können für erfolgskritische Positionen wie zum Beispiel Key Account Manager oder Techniker mit Spezialkenntnissen direkte und indirekte Kosten bis zu 100.000 Euro entstehen. Daher braucht es neue Zugänge im Recruiting!“

AMS gerüstet für die Zukunft

AMS Vorstand Johannes Kopf: "Die Studie des Marktforschungsinstituts meinungsraum.at zeigt, dass nur 16% Prozent der Beschäftigten intensiver über einen Jobwechsel nachdenken. Das heißt im Umkehrschluss: 84% der Beschäftigten stehen als potenzielle Bewerber nicht zur Verfügung. Unternehmen greifen im Recruiting daher verstärkt auf Jobsuchende zurück. Mit Erfolg: Rund 366.000 freie Stellen konnten im Vorjahr vom AMS mit Jobsuchenden besetzt werden, 68% davon bereits innerhalb eines Monats.

Durch die 2017 steigende Arbeitskräftenachfrage sinkt die Zahl der Jobsuchenden, parallel dazu steigt der Fachkräftemangel wieder an. Unternehmen mit Besetzungsschwierigkeiten sollten daher breiter suchen. Manche Personalisten waschen im Recruitingprozess „das Gold zu ungenau“. Wenn Ältere, Wiedereinsteigerinnen oder Personen mit gesundheitlichen Einschränkungen frühzeitig aus dem Bewerbungsprozess fallen, bleiben wertvolle Chancen ungenutzt. Förderungen und arbeitsplatznahe Qualifizierungen des AMS unterstützen Betriebe bei der Besetzung ihrer freien Stellen."

myJOBAdventure.com

Ein völlig neuer Ansatz kommt auch von der bei der lifeCREATOR CONSULTING GmbH. Geschäftsführer Herczeg: „Wir haben den Recruiting- zu einem Kennen-Lern-Prozess mit einer starken Social-Media-Marketing-Komponente umgebaut. Mit MyJobAdventure.com ist eine neue digitale Form des Employer-Brandings und Recruitings speziell für Mobiltelefone entstanden. Es ist ein interaktives Lernabenteuer in der Arbeitswelt eines Unternehmens, mit konkreten Aufgabenstellungen aus der Praxis. In diesem Portal bekommen die Personen keine passiv zu konsumierende Information zu einem neuen Job, sondern können sich in den für die Stelle erfolgskritischen Aufgaben direkt ausprobieren.“ Am Ende bekommt jeder Teilnehmer auch gleich eine Auswertung, wie gut er für den Job geeignet ist. Passende Kandidaten werden gleich zu einem Gespräch eingeladen.“ Der Link auf MyJobAdventure.com wird einfach auf der Unternehmenswebsite oder in Online-Inserate eingebaut, über Social Media verbreitet oder auch bei Bewerberveranstaltungen eingesetzt.

Best Practice CLEEN ENERGY

Wie gut die Kennen-Lern-Prozesse für Bewerber funktionieren, zeigte sich beim seit April 2017 börsennotierte Start-Up CLEEN ENERGY AG, dem führender EnergieSpartner in Österreich. Lukas Scherzenlehner, Mitglied des Vorstandes der CLEEN ENERGY AG: „Orientierung, Aufklärung, Beteiligung und Authentizität sind unsere Leitwerte und uns war wichtig, dass auch unsere Mitarbeiter diese Werte leben.“ Die CLEEN ENERGY AG hat auf MyJobAdventure.com ein Erlebnisportal bauen lassen und wird den Link über das vorhandene Netzwerk verbreiten. Es wird einfach in Onlineinserate eingebaut und bei allen Kontakten mit Interessenten zur Orientierung und Vorselektion eingesetzt. Scherzenlehner: „Damit werden wir die Anzahl von passenden Bewerbungen und die Trefferquote bei Einstellungen nochmal verdoppeln. Besonders bewährt hat sich darüber hinaus, dass Interessenten die Möglichkeit bekommen, das Unternehmen, die Kollegen und die Tätigkeit persönlich zu erleben. Die Qualität der Besetzung hat sich dadurch wesentlich verbessert.“

RÜCKFRAGEHINWEIS:

meinungsraum.at

Roswitha Wachtler, Studienleitung

Tel: +43 1 512 890 00

Mail: roswitha.wachtler@meinungsraum.at

Unlimited Communications GmbH

Stephan Scoppetta, Managing Partner

Mobil: +43 (0) 664 1242976

E-Mail: s.scoppetta@unlimited-communications.at

Presseunterlagen

www.lifecreator.at/presse

