

Auf Stellensuche mit Facebook und Co.

Jobsuche über Social Networks ist populär. Laut dem 3. Trend Report Online Recruiting gehen 78 Prozent der Deutschschweizer über das Businessportal Xing auf Jobsuche. Auf der Arbeitgeberseite nutzen 28 Prozent der Unternehmen die sozialen Netzwerke für die Stellenausschreibung.

Die Arbeitsmarktstudie der Prospective Media Services AG analysiert die Entwicklungen bei der Personalbeschaffung im Online-Bereich im Jahr 2011. Das Fazit gleich vorweg: Facebook und Co. verändern die Rekrutierungslandschaft, und dank der Verbreitung von Smartphones entwickelt sich das Mobile Recruiting zum nächsten Trend.

Neun von zehn Stellensuchenden nutzen das Internet

Die Studie, die auf einer Umfrage unter mehr als 2200 Personen basiert, hat interessante und richtungsweisende Resultate zutage gebracht: Reine On-

line-Plattformen sind nach wie vor die beliebteste Anlaufstelle für Stellensuchende. Soziale Netzwerke gewinnen jedoch zunehmend an Bedeutung.

Auch Unternehmen setzen für die Personalsuche vermehrt auf alternative Kanäle. Social Networks haben der Rekrutierung neue Möglichkeiten eröffnet, sie aber auch vor Herausforderungen gestellt. So rückt die Online-Reputation, sprich «der gute Ruf», von Bewerbern und Arbeitgebern zunehmend in den Fokus.

Online-Instrumente sind aus der Rekrutierung kaum mehr wegzudenken. Das älteste Online-Rekrutierungsin-

strument, die Stellenbörse, ist gesamtschweizerisch gesehen mit 89 Prozent nach wie vor das beliebteste Werkzeug. In der Westschweiz hingegen sind überraschenderweise Anzeigen in Printmedien noch immer wichtiger als Online-Plattformen. Gesamtschweizerisch rangiert Print an zweiter Stelle, gefolgt von persönlichen Kontakten, Anzeigen auf Firmenwebsites und Personalberatungen.

Mit dem Aufkommen der sozialen Netzwerke hat in der schweizerischen Rekrutierungslandschaft ein Wandel eingesetzt. Während alle anderen Stellenausschreibungsplattformen im Vergleich mit dem Vorjahr rückläufige Tendenzen aufweisen, haben Social Networks beträchtlich an Bedeutung gewonnen.

Internet-Stellenbörsen

(jh) Online-Stellenbörsen sind nach wie vor die wichtigsten Plattformen zur Stellenausschreibung. Hier eine nicht abschliessende Übersicht der wichtigsten Angebote in der Schweiz.

- www.a-z.ch/jobs
- www.alpha.ch
- www.direct-jobs.ch
- www.experteer.ch
- www.gigajob.ch
- www.jobagent.ch
- www.jobclick.ch
- www.jobengine.ch
- www.jobheidi.ch
- www.jobmarket.ch
- www.jobpilot.ch
- www.jobrapido.ch
- www.jobs.ch
- www.jobsafari.ch
- www.jobscout24.ch
- www.jobsucher.ch
- www.jobsuchmaschine.ch
- www.jobwinner.ch
- www.monster.ch
- www.nzzexecutive.ch
- www.topjobs.ch
- www.offene-stellen.ch
- www.publicjobs.ch
- www.speed.ch
- www.stellen.ch
- www.stellenanzeiger.ch
- www.stellenlinks.ch
- www.telejob.ch
- www.topjobs.ch
- www.treffpunkt-arbeit.ch

Deutliche Zunahme der Stellensuche über Social Networks

Der Trend Report zeigt auf, dass Arbeitnehmer zunehmend vom Web 2.0 Gebrauch machen, um nach Vakanz zu suchen. So greift mittlerweile jeder Fünfte bei der Stellensuche auf Social Networks zurück. In der Deutschschweiz hat Xing ganz klar die Nase vorn: 78 Prozent der Deutschschweizer suchen Jobs über das Businessportal. Facebook liegt mit 41 Prozent an zweiter Stelle. LinkedIn wird lediglich von 27 Prozent genutzt.

Interessanterweise zeigt sich jedoch in der Romandie ein anderes Bild: Die Westschweizer nutzen mit 80 Prozent am häufigsten Facebook, gefolgt von

A la recherche d'un emploi avec Facebook et Cie.

(tl) Le troisième rapport de tendance Online Recruiting Schweiz – une étude du marché du travail de l'entreprise Prospective Media Services AG – a analysé les évolutions du recrutement de personnel en ligne en 2011. Au niveau national, la bourse des emplois est toujours considérée comme l'outil préféré par 89 pour cent des gens. A l'inverse, dans l'ouest de la Suisse, les annonces imprimées sont encore plus importantes que les plateformes en ligne. Au niveau national, l'impression est au deuxième rang, suivie par les contacts personnels, les sites d'entreprises et les cabinets de recrutement.

Le rapport indique que de plus en plus d'employés utilisent le web 2.0 pour rechercher des postes à pourvoir. Une personne sur cinq à la recherche d'un emploi a recours aux réseaux sociaux. En Suisse allemande, 78 pour cent cherchent du travail sur le portail d'affaires Xing. Facebook est au deuxième rang avec 41 pour cent. LinkedIn est utilisé par 27 pour cent. Mais la Romandie affiche une autre image: les suisses de l'ouest utilisent Facebook le plus souvent avec 80 pour cent, suivi par LinkedIn avec 42 pour cent. Seuls 13 pour cent admettent utiliser Xing pour leur recherche d'emploi. Cette différence de popularité des réseaux est cependant peu surprenante, vu que Xing est principalement connu dans la région germanophone, tandis que Facebook et LinkedIn sont beaucoup plus répandus à l'international au-delà des barrières linguistiques.

Du côté des employeurs, les réseaux sociaux sont utilisés de plus en plus souvent: 28 pour cent des entreprises interrogées utilisent les médias sociaux pour les offres de postes. On rencontre rarement des approches novatrices dans le cadre d'un recrutement. De nombreuses entre-

prises laissent sans l'utiliser la possibilité d'un placement d'offres inhabituel et n'intègrent pas les annonces par affichage, les annonces sur Facebook, les annonces sur blog ni les spots sur IP-TV dans l'avis de recrutement. Alors que de nombreuses personnes interrogées peuvent très bien s'imaginer chercher un emploi sur Facebook, les employeurs sont plutôt réticents. Les entreprises considèrent Facebook comme un réseau de loisir et hésitent à publier des postes vacants sur cette plateforme.

De très nombreux utilisateurs d'Internet sont de plus en plus convaincus que les contenus publiés en ligne, comme les photos ou les vidéos, peuvent être retrouvés rapidement à l'aide de Google. «Le soin de l'ego par Google» est de plus en plus utilisé pour vérifier sa propre réputation en ligne. Les employeurs prêtent également attention aux traces électroniques des postulants à un emploi. 72 pour cent des personnes interrogées ont admis dépister un candidat au préalable. Déjà dans une entreprise sur quatre, un candidat n'a pas été embauché en raison de résultats négatifs de la surveillance en ligne.

Toutefois, beaucoup d'entreprises n'accordent pas une grande importance à leur propre réputation sur Internet. Pour environ la moitié elle n'est pas intéressante. L'une des raisons de cette insouciance pourrait être la sous-estimation des informations publiées à l'extérieur. De nombreuses entreprises sont d'avis que les informations publiées à l'extérieur ont moins de pertinence que les contenus placés par elles-mêmes sur Internet. Ici aussi, les outre-Sarine se font remarquer: alors que les suisses allemands considèrent les informations qu'ils ont publiées eux-mêmes comme nettement plus pertinentes, les suisses de l'ouest leur accordent la même importance.

LinkedIn mit 42 Prozent. Nur 13 Prozent geben an, Xing für die Stellensuche einzusetzen. Dieser Unterschied in der Beliebtheit der Netzwerke erstaunt aber wenig, schliesslich ist Xing vorwiegend im deutschen Sprachraum bekannt, während Facebook und LinkedIn international über die Sprachgrenzen hinaus viel stärker verbreitet sind.

Auch auf Arbeitgeberseite erfahren Social Networks eine immer häufigere Nutzung: Bereits 28 Prozent (2010 waren es noch 16 Prozent) der befragten Unternehmen setzen die sozialen Medien für Stellenausschreibungen ein. Nicht alle Unternehmen aber machen von den Möglichkeiten gleich stark Gebrauch: Während sich einige sehr professionell mit dem Thema auseinandersetzen, bedient sich das Gros der Unternehmen dieser Instrumente nur selektiv.

Noch viel Potenzial im Web 2.0

In den vergangenen Jahren wurde festgestellt, dass innovative Ansätze in der Rekrutierung eher selten sind. Offene Stellen werden üblicherweise an den zu erwartenden Orten ausgeschrieben. Viele Unternehmen lassen die Möglichkeit einer aussergewöhnlichen Platzierung von Angeboten ungenutzt und beziehen Display Ads, Facebook Ads, Blog-Anzeigen sowie Spots auf IP-TV nicht in die Stellenausschreibung mit ein. Auf diese Weise können aber Personen angesprochen werden, die nicht aktiv auf Stellensuche sind. Im Vergleich zum Vorjahr ist in diesem Bereich ein signifikanter Wandel spürbar: Die Zahl derjenigen, die im Internet schon einmal an einer für sie überraschenden Stelle auf eine Jobanzeige gestossen sind, hat sich von 6 Prozent auf 12 Prozent verdoppelt.

Weiter bietet auch Facebook grosses Rekrutierungspotenzial. Während sich viele der Befragten vorstellen können, einen Job über Facebook zu suchen, sind die Arbeitgeber diesbezüglich eher zurückhaltend. Unternehmen erachten Facebook als Freizeitnetzwerk und zögern, offene Stellen auf dieser Plattform auszuschreiben.

Die Online-Reputation wird für Stellensuchende immer wichtiger

Zahlreiche Internet-Nutzer sind sich immer stärker bewusst, dass publizierte Online-Inhalte wie Fotos oder Videos beim Googeln schnell gefunden werden können. «Ego-Googeln» wird vermehrt zur Kontrolle der eigenen Online-Reputation eingesetzt. Auch Arbeitgeber achten auf die elektronischen Spuren der Stellenbewerber: 72 Prozent der Befragten gaben an, einen Kandidaten im Vorfeld zu scree-

nen. Bereits in jedem vierten Unternehmen wurde schon einmal ein Bewerber aufgrund negativer Ergebnisse des Online-Monitorings nicht eingestellt.

Der eigenen Web-Reputation räumen eine Vielzahl der Unternehmen allerdings keinen hohen Stellenwert ein. Für knapp die Hälfte ist sie nicht von Interesse. Ein Grund für diese Unbekümmertheit könnte die Unterschätzung extern publizierter Informationen sein. Viele Unternehmen sind der Ansicht, extern publizierte Informationen verfügten über weniger Relevanz als selbst ins Internet gestellte Inhalte. Auch hier macht sich der Röstigraben bemerkbar: Während die Deutschschweizer die selbst publizierten Informationen als deutlich relevanter einstufen, gehen die Westschweizer von einer gleichwertigen Bedeutung aus.

In Zukunft nur noch Mobile Recruiting?

Mobile Recruiting könnte der nächste grosse Trend in der Personalarbeit werden. Technisch gesehen steht dem jedenfalls nichts im Wege. Durch die zunehmende Verbreitung von Smartphones könnte die Rekrutierung über

das Handy rasch vorangetrieben werden. Das Interesse an diesem Thema erfährt auf Unternehmensseite eine stetige Zunahme: Während 6 Prozent der befragten Unternehmen bereits erste Erfahrungen mit dem Mobile Recruiting gemacht haben, prüfen 17 Prozent (im Vorjahr waren es noch 13 Prozent) entsprechende Möglichkeiten und können sich einen Einsatz der mobilen Rekrutierung durchaus vorstellen.

Wozu noch Personalberater?

Durch die immer bessere Verfügbarkeit von aktuellen Online-Daten der Stellensuchenden sollte es ein Leichtes sein, den optimalen neuen Mitarbeiter zu finden. Offenbar ist aber häufig das Gegenteil der Fall. Immer mehr Unternehmen stellen fest, dass die Quantität an verfügbaren Daten von Interessenten zwar zunimmt, nicht aber deren Qualität und Passgenauigkeit. Das Screening und die Ansprache all der verfügbaren möglichen «Online-Kandidaten» werden eher komplexer und aufwendiger. Als Personalrekrutierungs-Dienstleister erhalten wir deshalb von suchenden Unternehmen zunehmend die Bitte um

Unterstützung, da die eigene Rekrutierung nicht erfolgreich war.

Wechselwillige, fähige Spezialisten und Kaderpersönlichkeiten in Logistik, Einkauf, Transport und Supply Chain Management sind und bleiben rar. Das Finden der berühmten «Nadel im Heuhaufen» bleibt trotz Social Networks und Mobile Recruiting kein einfaches Unterfangen. Ein Trend, welcher sich in den nächsten Jahrzehnten aufgrund der demografischen Entwicklung und des daraus entstehenden Fachkräftemangels in der Schweiz und in Europa mit Sicherheit weiter verschärfen wird. ||

Andreas König
Logjob AG

Weitere Informationen

Logjob AG
Kronenplatz 14
Postfach 600
CH-8953 Dietikon

Tel. +41 (0)44 745 10 55
E-Mail: info@logjob.ch



Rechnungen