



Motivatoren und Präferenzen bei der Jobsuche

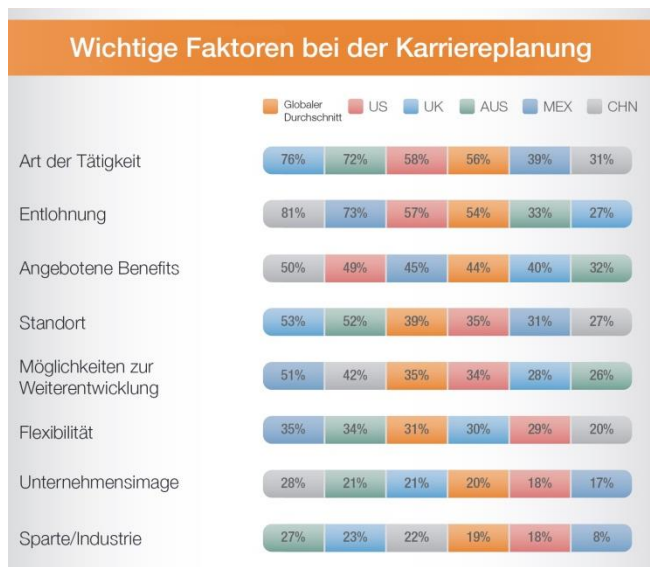
„Below the Surface: Emerging Global Motivators & Job Search Preferences“
(ManpowerGroup Solutions, 2016)

Für die Studie wurden 4.500 Jobsuchende im Oktober 2015 in den fünf weltweit zentralen Arbeitsmärkten USA, Großbritannien, Australien, China und Mexiko befragt.

Zusammenfassung

Zu den **weltweit wichtigsten Motivatoren bei der Karriereplanung** zählen: Art der Tätigkeit (56%), Entlohnung (54%), angebotene Benefits (44%). Auch wenn Geld noch immer zu den zentralen Motivatoren gehört, ist die Frage, welche Tätigkeit man in seinem Job ausübt, ein ebenso wichtiger Faktor für die Jobentscheidung.

Geht es darum, Kandidaten von einem **Jobwechsel** zu überzeugen, so gewinnt die Entlohnung an Bedeutung. Bei einem Jobwechsel ist ein Gehaltssprung zwei Mal so wichtig wie die Art der Tätigkeit.



Beliebte Methoden bei der Jobsuche: Am liebsten bewerben sich Kandidaten weltweit online über Laptop oder PC (34%). Obwohl die Mehrheit der Befragten (77%) bereits mit Recruitern gearbeitet hat, zieht es einer von vier Kandidaten (25%) vor, Jobmöglichkeiten eigenständig auszuloten. Nur 4% präferieren bei der Jobsuche, ausschließlich mit einem Recruiter zu arbeiten. 4% geben an, sich über mobile Apps oder Smartphones zu bewerben. 50% davon sind Millennials.



Bedeutung des Unternehmensimages: Mehr als die Hälfte der befragten Kandidaten (56%) gibt an, dass die Unternehmensmarke heute wichtiger ist als noch vor fünf Jahren.

Ständig auf Jobsuche: Mehr als ein Drittel (37%) der Kandidaten gibt an, permanent Ausschau nach der nächsten Jobmöglichkeit zu halten.

Art des Interviews: Das beliebteste Format für das Job-Interview ist mit deutlichem Abstand das persönliche Interview mit dem Arbeitgeber (62%). Dies könnte sich jedoch ändern, wenn eine junge Generation auf den Arbeitsmarkt kommt, für die Videochat, Youtube und Selfiesticks selbstverständlich sind.

Informationsquellen für Kandidaten: In erster Linie informieren sich Kandidaten über die Unternehmens-Webseite (53%) und über Online Suchmaschinen (52%) über potenzielle Arbeitgeber. An dritter Stelle (30%) folgen soziale Netzwerke wie LinkedIn, Facebook, etc.

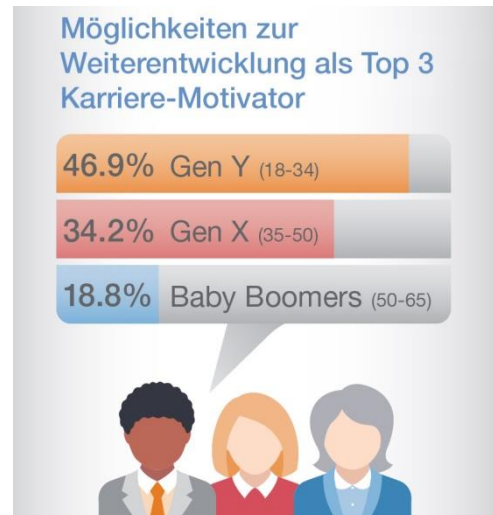
Generation Y

Fast die Hälfte jener Kandidaten (47%), die Weiterbildungsmöglichkeiten als einen der Top 3-Motivatoren für die Karriereplanung nennen, sind Millennials (Generation Y, 18-34 Jahre).

Zwei von drei Kandidaten (59%), die glauben, häufige Jobwechsel seien förderlich für die Karriere, sind Millennials.

60% der befragten Millennials bezeichnen sich selbst als „ständig auf der Suche nach neuen Jobmöglichkeiten“.

58% jener Kandidaten, für die Corporate Social Responsibility zu den Top 3 Kriterien für das Unternehmensimage zählt, sind Millennials.



7 Empfehlungen, um Talente anzuziehen und zu halten

- **Arbeiten Sie kandidatenorientiert:** Achten Sie darauf, was Ihre Kandidaten interessiert.
- **Verbessern Sie Ihr Onboarding für die Generation Y:** Wenn Sie die Generation Y im Unternehmen halten möchte, müssen Sie als Arbeitgeber den Onboarding-Prozess verbessern, Erwartungen klarstellen und einen Weg zur Weiterbildung aufzeichnen.
- **Mit gutem Recruitingservice Bewerber abholen:** Kandidaten reagieren auf Jobangebote von Recruitern dann, wenn diese auf ihre Interessen und Bedürfnisse zugeschnitten sind.
- **Werfen Sie traditionelle Strategien zur Kandidatenansprache nicht über Board:** Auch wenn Online-Jobplattformen weit verbreitet sind, so funktionieren in ländlichen Gegenden oder für Massenrecruiting nach wie vor herkömmliche Praktiken (wie z.B. Printinserate, Plakate, etc).
- Bauen Sie sich ein **aktives Netzwerk mit Talenten** auf, damit Sie in Zeiten, in denen sich gefragte Qualifikationen schnell ändern, stets das richtige Personal zur Hand haben.
- Seien Sie **transparent** bei Ihren Gehaltsangaben und heben Sie **Benefits** hervor.
- **Seien Sie offen für neue Technologien:** Es ist davon auszugehen, dass die Verwendung von mobilen Apps für die Bewerbung zunehmen wird, sobald die Generation Y verstärkt in den Arbeitsprozess eintritt.

Nähere Informationen zur Studie unter

www.manpower.at/ueber-uns/thought-leadership und www.experis.at/thought-leadership.