

bewerbungs- praxis 2011

Management-Zusammenfassung

Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden und Karriereinteressierten



monster.de
Ihr neues Leben ruft™

Prof. Dr. Tim Weitzel
Dr. Andreas Eckhardt
Sven Laumer
Alexander von Stetten

Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS)
Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Goethe-Universität Frankfurt am Main

Till A. Kaestner
Dr. Falk von Westarp

Monster Worldwide Deutschland GmbH

Vorwort

Die Antworten von inzwischen über 80.000 Stellensuchenden und Karriereinteressierten, die insgesamt während der letzten acht Jahren an der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ teilgenommen haben, zeigen eindrucksvoll, wie grundlegend das Internet den Prozess der Stellensuche und das Bewerberverhalten verändert hat. Inzwischen haben Social-Media-Anwendungen neben der Internet-Stellenbörse und den Unternehmens-Webseiten eine größere Bedeutung bei der Suche nach Informationen über offene Stellen als Printmedien. Darüber hinaus geben zum ersten Mal seit Beginn der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ mehr als drei Viertel der Befragten an, dass sie eine elektronische Bewerbungsform der papierbasierten Bewerbungsmappe vorziehen würden.

Weiterhin hat das Internet das Verhalten von vielen Stellensuchenden an sich grundlegend verändert. So kann man sich als Kandidat im Rahmen der Stellensuche nicht nur aktiv bewerben, sondern auch passiv verhalten. Hierzu werden persönliche Daten in Lebenslaufdatenbanken von Internet-Stellenbörsen oder Unternehmen sowie in Social-Media-Anwendungen hinterlegt, und der Stellensuchende wartet, bis er durch ein Unternehmen angesprochen wird. In diesem Jahr geben rund vier von zehn Befragten an, dass sie lieber durch ein Unternehmen angesprochen werden, als selbst aktiv nach einem Arbeitgeber zu suchen. Wichtige Kanäle zur passiven Stellensuche sind Lebenslaufdatenbanken von Internet-Stellenbörsen und Karrierenetzwerke.

Diese und weitere Ergebnisse zur Zukunftsperspektive der Bewerber, zu deren Wechselwilligkeit und zur Bedeutung von anonymisierten Bewerbungen sind unter anderem Gegenstand der vorliegenden Studie „Bewerbungspraxis 2011“. Die Befragung von über 10.000 Stellensuchenden und Karriereinteressierten ermöglicht zudem interessante segmentspezifische Einsichten in ausgewählte Bewerbergruppen und hilft, ein klares Bild der Bewerbungspraxis auf dem deutschen Arbeitsmarkt zu zeichnen.



Prof. Dr. Tim Weitzel

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

Management-Zusammenfassung

Stellensuchende und Karriereinteressierte beurteilen den Arbeitsmarkt und die Möglichkeit, einen neuen Arbeitsplatz zu finden, im Vergleich zum Jahr 2009 wieder überwiegend positiv. Dabei stellt das Internet das wichtigste Instrument bei der Stellensuche dar. Diese und weitere Hauptkenntnisse der vorliegenden Studie „Bewerbungspraxis 2011“, im Rahmen derer im Sommer des Jahres 2010 10.227 Stellensuchende und Karriereinteressierte auf dem deutschen Arbeitsmarkt befragt wurden, werden im Folgenden kurz zusammenfassend vorgestellt.

- » **Sehr optimistische Beurteilung des Arbeitsmarktes und der Chancen, einen neuen Job zu finden:** Mehr als die Hälfte der Teilnehmer an der Studie sieht aktuell gute Chancen, einen Arbeitsplatz zu finden, der den eigenen Ansprüchen genügt. Dieser Anteil hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt. Weiterhin denken mehr als sechs von zehn Befragten, dass es derzeit einfach ist, ein neues Jobangebot zu finden. In diesem Zusammenhang sehen erstmalig seit Durchführung der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ mehr Stellensuchende ein gutes Angebot an attraktiven Arbeitsplätzen auf dem nationalen als auf dem internationalen Stellenmarkt.
- » **Hohe Wechselwilligkeit der Arbeitnehmer:** Über ein Drittel der Befragten plant, den aktuell bestehenden Arbeitsvertrag zu kündigen. Mehr als sechs von zehn Studienteilnehmern geben zudem an, dass sie sich aller Wahrscheinlichkeit nach in nächster Zeit nach einem neuen Arbeitsplatz bei einem anderen Arbeitgeber umsehen werden. Die Ausprägung dieser beiden Indikatoren ist dabei deutlich höher als noch vor einem Jahr.
- » **Internet-Stellenbörse unveränderter wichtigster und effektivster Informationskanal:** Die generelle Internet-Stellenbörse ist mit 66,8 Prozent wie auch in den vergangenen Jahren der Kanal, der von Stellensuchenden und Karriereinteressierten am häufigsten zur Identifikation von potenziellen Arbeitgebern und offenen Stellen genutzt wird. Mit deutlichem Abstand folgen die Unternehmens-Webseite und Karrierenetzwerke. Printmedien verlieren in diesem Zusammenhang weiter an Bedeutung und werden aktuell nur noch von 28,4 Prozent häufig genutzt. Blickt man auf die Einschätzung der Befragten nach den Chancen, über einen Informationskanal einen neuen Job zu finden, schneidet die Internet-Stellenbörse ebenfalls am besten ab. So geben 44,0 Prozent der Studienteilnehmer an, dass sie große Chancen sehen, über eine Internet-Stellenbörse einen neuen Job zu finden.
- » **Bedeutung von Social Media für die aktive Stellensuche steigt, ist aktuell jedoch noch vergleichsweise gering:** Social-Media-Anwendungen werden aktuell noch vergleichsweise selten von Stellensuchenden zur aktiven Informationssuche über potenzielle Arbeitgeber und offene Stellen genutzt. Von den betrachteten Social-Media-Anwendungen sind Karrierenetzwerke (z. B. Xing) in diesem Zusammenhang die wichtigsten Kanäle. 29,3 Prozent der Befragten geben an, dass sie häufig in Karrierenetzwerken nach Stellenanzeigen suchen. 7,1 Prozent nutzen soziale Netzwerkplattformen (z. B. Facebook) häufig bei der Informationssuche über Unternehmen oder offene Stellen. Insgesamt ist der Anteil der Stellensuchenden und Karriereinteressierten, die Social Media zur aktiven Suche nach Stellenanzeigen nutzen, im Vergleich zum Vorjahr leicht angestiegen.
- » **Hohe Bedeutung von Social Media und Lebenslaufdatenbanken für die passive Stellensuche, deren Bedeutung selbst weiter steigt:** Annähernd vier von zehn Stellensuchenden möchten lieber von einem Unternehmen angesprochen werden, als selbst aktiv nach einem neuen Arbeitgeber zu suchen. Dementsprechend haben auch rund drei Viertel der Befragten ihren Lebenslauf in der Datenbank einer Internet-Stellenbörse hinterlegt, und mehr als sechs von zehn Studienteilnehmern nutzen die Möglichkeit, über ein Profil in einem Karrierenetzwerk (z. B. Xing) durch Unternehmen identifiziert zu werden. Die größten Chancen mittels passiver Stellensuche einen neuen Job zu finden, ergeben sich nach Ansicht der Befragten durch einen Lebenslauf in der Datenbank einer Internet-Stellenbörse.

- » **Eindeutige Präferenz für elektronische Bewerbungen:** Erstmals seit Durchführung der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ präferieren mehr als drei Viertel der Befragten eine elektronische Bewerbung und nur noch 15,8 Prozent eine papierbasierte Bewerbungsmappe. Des Weiteren würden nahezu sieben von zehn Stellensuchende eine Bewerbungsform bevorzugen, die eher die eigenen Fähigkeiten (z. B. Programmierkenntnisse) als die Person (z. B. Alter) in den Vordergrund stellt.
- » **Geringer Stellenwert anonymisierter Bewerbungen:** Die Bedeutung von Bewerbungen, die auf Merkmale wie Alter, Geschlecht, Staatsangehörigkeit, Nennung des eigenen Namens oder ein Bild verzichten, ist aus Sicht der antwortenden Stellensuchenden und Karriereinteressierten gering. Lediglich 13,2 Prozent der Studienteilnehmer sind der Meinung, dass Unternehmen in Zukunft nur noch anonymisierte Bewerbungen akzeptieren sollten. Darüber hinaus denken nur 11,7 Prozent, dass anonymisierte Bewerbungen die eigenen Chancen im Auswahlverfahren erhöhen würden. Eine differenzierte Analyse nach Alter, Geschlecht und Staatsangehörigkeit ergibt, dass auch in diesen Gruppen maximal zwei von zehn Stellensuchenden anonymisierte Bewerbungen bevorzugen würden bzw. durch anonymisierte Bewerbungen bessere Chancen für die eigene Person im Auswahlverfahren sehen.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Der vorliegende Abschlussbericht der Studie „Bewerbungspraxis 2011“ umfasst die Ergebnisse einer Umfrage mit 10.227 Stellensuchenden und Karriereinteressierten auf dem deutschen Arbeitsmarkt über deren Verhalten und Ziele während der Suche nach neuen Arbeitgebern und Arbeitsplätzen. Die Befragung fand im Sommer 2010 statt und zielt auf aktuelle Einschätzungen und zukünftige Erwartungen seitens der Jobsuchenden ab.

Im Mittelpunkt der Betrachtung der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ steht die Untersuchung des Stellensuchenden und Karriereinteressierten als Person mit all seinen Eigenschaften, Motivationen, Zielen, Verhaltensweisen, Bedürfnissen, Einflussgruppen und Präferenzen. Der vorliegende Ergebnisbericht der zum achten Mal durchgeführten, jährlichen Studienreihe konzentriert sich auf den Prozess der Informationssuche durch Stellensuchende, auf die Abgabe der Bewerbung bei Unternehmen sowie auf die Beurteilung der generellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen durch die Befragten. Die jährliche Durchführung der Studienreihe in Kombination mit der Einbindung der Ergebnisse aus den Vorjahren ermöglicht es dabei, bestimmte Aspekte nicht nur isoliert für das aktuelle Jahr zu betrachten, sondern auch Vergleiche zu den Erkenntnissen der Vorjahre zu ziehen. Darüber hinaus erlaubt die große Zahl an Studienteilnehmern eine segmentspezifische Auswertung nach Karrierestatus, Studienrichtung und Fachrichtung der Befragten. Die folgenden Abschnitte geben einen kurzen Überblick über die wichtigsten Ergebnisse der diesjährigen Studie „Bewerbungspraxis 2011“.

Ergebnisse zur Beurteilung der Arbeitsmarktlage

Verglichen mit dem Vorjahr beurteilen die befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten die Lage auf dem Arbeitsmarkt wieder wesentlich optimistischer. So sieht aktuell über die Hälfte der Befragten große Chancen, einen Job zu finden, der den eigenen Ansprüchen genügt. Im vergangenen Jahr waren lediglich 26,7 Prozent dieser Meinung. Darüber hinaus sind 61,9 Prozent der Ansicht, dass es derzeit einfach ist, ein neues Jobangebot zu finden, was einem Zuwachs um 36,4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Ferner geht über ein Drittel der Studienteilnehmer davon aus, dass die Suche nach einem neuen Arbeitsplatz vor dem Hintergrund der derzeitigen Arbeitsmarktlage erfolgversprechend verlaufen wird. Vergleicht man die Beurteilung von unternehmensinternem, nationalem und internationalem Arbeitsmarkt, so zeigt sich, dass die meisten antwortenden Stellensuchenden und Karriereinteressierten in diesem Jahr hauptsächlich auf dem nationalen Arbeitsmarkt ein gutes Angebot an attraktiven Arbeitsplätzen sehen. An dieser Stelle ergab sich ein Zuwachs um 10 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr, nachdem die Entwicklung zwischen 2008 und 2009 noch rückläufig war. Weiterhin ist von besonderem Interesse, dass die

Stellensuchenden in den Jahren 2008 und 2009 den internationalen Arbeitsmarkt am positivsten bewertet haben, im Jahr 2010 jedoch den nationalen Arbeitsmarkt am optimistischsten beurteilen. Eine segment-spezifische Analyse nach der Studienrichtung der Befragten zeigt in diesem Zusammenhang, dass Informatiker und Wirtschaftsinformatiker den Arbeitsmarkt aktuell am optimistischsten beurteilen.

Ergebnisse zur Wechselwilligkeit und Attraktivität von Arbeitgebern

Über ein Drittel der Befragten plant, den aktuell bestehenden Arbeitsvertrag zu kündigen, und mehr als sechs von zehn Teilnehmer an der Befragung werden sich zudem nach eigenem Bekunden in nächster Zeit mit hoher Wahrscheinlichkeit nach einem neuen Arbeitsplatz bei einem anderen Arbeitgeber umsehen. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Prozentwerte dieser beiden Indikatoren der Wechselwilligkeit deutlich gestiegen. Weiterhin haben derzeit 54,0 Prozent der Befragten ein Angebot eines anderen Arbeitgebers vorliegen. Vor einem Jahr waren dies lediglich 20,7 Prozent. Vergleicht man den aktuellen Wert mit dem Wert aus dem Jahr 2008, ergibt sich ein Anstieg um 25,7 Prozentpunkte. Hauptkriterien für die Attraktivität eines Arbeitgebers sind für die Studienteilnehmer ein gutes Arbeitsklima, gute Möglichkeiten zur Weiterbildung und zum Wissensaustausch sowie eine hohe Priorität der Work-Life-Balance im Unternehmen.

Ergebnisse zur Informationsphase im Stellensuchprozess

Generell können Stellensuchende entweder aktiv nach Informationen über Unternehmen und offene Stellen suchen oder sich passiv verhalten, indem sie ihr Profil in Lebenslaufdatenbanken oder Social-Media-Anwendungen veröffentlichen, um von Unternehmen gefunden und angesprochen zu werden. Die wesentlichen Erkenntnisse zu diesen beiden Methoden der Stellensuche sind im Folgenden kurz zusammengefasst.

Ergebnisse zur aktiven Stellensuche

Die Internet-Stellenbörse ist mit 66,8 Prozent der bei der aktiven Suche nach offenen Stellen und potenziellen Arbeitgebern am häufigsten genutzte Kanal. Mit deutlichem Abstand folgen Unternehmens-Webseiten und Karrierenetze. Printmedien werden hingegen von nur noch 28,4 Prozent der Befragten häufig zur Stellensuche genutzt, die Arbeitsagentur lediglich von jedem fünften Teilnehmer an der Studie. Der Blick auf den Zeitverlauf zeigt, dass Printmedien in diesem Zusammenhang seit dem Jahr 2005 kontinuierlich an Bedeutung verloren haben.

Ergebnisse zur passiven Stellensuche

Generell würden 39,5 Prozent der antwortenden Stellensuchenden und Karriereinteressierten lieber von einem Unternehmen angesprochen werden, als selbst aktiv nach einer vakanten Stelle zu suchen. Im Rahmen dieser passiven Suche nach offenen Stellen haben rund drei Viertel der Befragten ihren Lebenslauf in der Lebenslaufdatenbank einer Internet-Stellenbörse hinterlegt. Mehr als sechs von zehn Studienteilnehmern besitzen ein Profil in einem Karrierenetzwerk (z. B. Xing). 40,9 Prozent haben ihre Profildaten zudem in Lebenslaufdatenbanken von Unternehmen und 38,0 Prozent in der Lebenslaufdatenbank der Bundesagentur für Arbeit hinterlegt. Etwa jeder fünfte Teilnehmer besitzt ein Profil in einer sozialen Netzwerkplattform (z. B. Facebook).

Ergebnisse der zeitpunktorientierten Betrachtung der Nutzung von Informationskanälen

Eine differenzierte Betrachtung des Zeitpunkts der Nutzung der jeweiligen Informationskanäle durch die Befragten verdeutlicht, dass die Internet-Stellenbörse derjenige Kanal ist, über den in den häufigsten Fällen der Erstkontakt zwischen Stellensuchenden und Unternehmen hergestellt wird. Die Unternehmens-Webseite dient dagegen hauptsächlich zur Suche nach weiterführenden Informationen über Unternehmen und offene Stellen in einem zweiten Schritt.

Ergebnisse zur Effektivität der genutzten Informationskanäle

Hinsichtlich der Effektivität der einzelnen Kanäle sind die antwortenden Stellensuchenden der Ansicht, dass sich die größten Chancen, einen neuen Job zu finden, durch die Suche in einer Internet-Stellenbörse ergeben. Es folgen Unternehmens-Webseiten, Personalberater und Headhunter sowie Empfehlungen von Bekannten. Mehr als drei von zehn Befragten sehen zudem gute Chancen, über einen Lebenslauf in der Datenbank einer Internet-Stellenbörse eine neue Anstellung zu finden.

Ergebnisse zur Bedeutung von Social Media

Analog zur Analyse der Informationsphase im Stellensuchprozess erfolgt die differenzierte Betrachtung von Social-Media-Anwendungen im Rahmen der Personalbeschaffung ebenfalls in drei Nutzungskategorien:

- » Social-Media-Anwendungen zur aktiven Suche nach Stellenanzeigen
- » Social-Media-Anwendungen zum Veröffentlichen eines Profils, um von Unternehmen gefunden zu werden
- » Social-Media-Anwendungen zur Suche nach weiterführenden Informationen über Unternehmen

Die Ergebnisse zur Bedeutung und Nutzungshäufigkeit von Social-Media-Anwendungen stellen sich dabei wie im Folgenden zusammengefasst dar.

Ergebnisse zur aktiven Stellensuche in Social-Media-Anwendungen

Social-Media-Anwendungen werden aktuell noch relativ verhalten durch Stellensuchende und Karriereinteressierte genutzt, wenn es um die aktive Suche nach offenen Stellen geht. So geben knapp drei von zehn Befragten an, häufig in Karrierenetzwerken (z. B. Xing) nach vakanten Stellen zu suchen, womit auf diesen Social-Media-Kanal am häufigsten zurückgegriffen wird. Lediglich 7,1 Prozent suchen häufig in sozialen Netzwerkplattformen (z. B. Facebook), und 31,6 Prozent bestätigen, dass sie überhaupt schon einmal in einer derartigen Plattform nach Stellenanzeigen gesucht haben. Virtuelle Personalmessen werden von 3,6 Prozent der Befragten häufig und von knapp einem Viertel überhaupt genutzt. Vergleichbare Werte ergeben sich für Unternehmensbewertungsplattformen. Kaum genutzt wird Twitter. Hier geben lediglich 2,1 Prozent eine häufige Nutzung an, und 11,5 Prozent haben diesen Kanal überhaupt schon einmal für die Suche nach offenen Stellen genutzt.

Ergebnisse zur passiven Stellensuche in Social-Media-Anwendungen

Mehr als sechs von zehn Studienteilnehmern besitzen ein Profil in einem Karrierenetzwerk (z. B. Xing), auf das Unternehmen zugreifen können. Etwa jeder fünfte Teilnehmer verfügt über ein Profil in einer sozialen Netzwerkplattform (z. B. Facebook), um Unternehmen auf sich aufmerksam zu machen. Social-Media-Anwendungen besitzen demnach bei der passiven Stellensuche durch potenzielle Kandidaten eine vergleichsweise hohe Bedeutung.

Ergebnisse zur Bedeutung von Social Media und Suchmaschinen zur weiterführenden Informationssuche

Neben der Nutzung von Social-Media-Anwendungen für die aktive und passive Stellensuche können diese Kanäle auch zur Recherche nach zusätzlichen Informationen über Unternehmen während des Bewerbungsprozesses eingesetzt werden. In diesem Zusammenhang geben 46,0 Prozent der Studienteilnehmer an, häufig mithilfe der Suchmaschine Google nach weiterführenden Informationen über Unternehmen zu suchen. 25,5 Prozent greifen zu diesem Zweck häufig auf Xing zurück und 6,2 Prozent auf Facebook. Damit hat sich die Nutzungshäufigkeit von Facebook in diesem Kontext binnen Jahresfrist nahezu verdoppelt. Im Hinblick auf den Wert der gefundenen Informationen sagen 53,1 Prozent der befragten Stellensuchenden, dass die Informationen, die sie über Google gefunden haben, wichtig sind. 37,5 Prozent messen den Informationen aus dem Karrierenetzwerk Xing und 10,3 Prozent den Informationen aus der Unternehmens-

bewertungsplattform Kununu.de eine hohe Bedeutung bei. Lediglich 5,3 Prozent geben an, dass Informationen, die sie über Facebook gefunden haben, wichtig sind.

Ergebnisse zur Effektivität von Social-Media-Anwendungen

Insgesamt haben 3,1 Prozent der antwortenden Stellensuchenden und Karriereinteressierten schon einmal einen neuen Arbeitsplatz über ihr Profil in einer sozialen Netzwerkplattform gefunden. Immerhin rund jeder zehnte Teilnehmer an der Studie hat bereits einmal ein Jobangebot über eine soziale Netzwerkplattform erhalten. Über Karrierenetze haben mehr als sechs von zehn Befragten schon einmal ein Angebot für einen neuen Arbeitsplatz erhalten, und 12,9 Prozent konnten über diesen Kanal bereits eine neue Anstellung finden. Generell sehen 26,4 Prozent der Studienteilnehmer gute Chancen, über ein Profil in einem Karrierenetzwerk eine neue Anstellung zu finden. 22,3 Prozent beurteilen in diesem Zusammenhang Stellenanzeigen in Karrierenetzwerken als aussichtsreich.

Ergebnisse zur Präferenz der Bewerbung

Zum ersten Mal seit Beginn der Studienreihe „Bewerbungspraxis“ äußern mehr als drei Viertel der Befragten eine Präferenz für elektronische Bewerbungen. Nur noch 15,8 Prozent bevorzugen die papierbasierte Bewerbungsmappe, die per Post verschickt wird. 6,0 Prozent besitzen keine Präferenz für ein bestimmtes Bewerbungsverfahren. Betrachtet man die beiden Formen der elektronischen Bewerbung näher, so zeigt sich, dass 69,2 Prozent der Teilnehmer an der Studie die E-Mail-Bewerbung präferieren und 9,0 Prozent die Formularbewerbung. Zur individuelleren Gestaltung der eigenen Bewerbungen gibt etwa jeder zehnte Befragte einen Link auf die eigene Webseite an. 9,4 Prozent der Studienteilnehmer referenzieren in einer Bewerbung zudem auf ihr Profil in einem der beiden Karrierenetze Xing oder LinkedIn. Xing oder LinkedIn besitzen demnach eine ähnlich hohe Bedeutung wie eine eigene Webseite. 8,5 Prozent würden ihre Bewerbung darüber hinaus gerne mit einem Bewerbungsvideo ergänzen.

Ergebnisse zur Bedeutung anonymisierter Bewerbungen

Die Antidiskriminierungsstelle des Bundes hat im Februar dieses Jahres eine Initiative gestartet, um gemeinsam mit Unternehmen anonymisierte Bewerbungen zu testen. Ziel dieser Initiative ist, dass der Bewerbungsprozess infolge anonymisierter Bewerbungen vorurteilsfreier verlaufen soll, indem auf die Angabe von Name, Alter und Geschlecht sowie auf ein Bild verzichtet wird. In diesem Zusammenhang sind 13,2 Prozent der befragten Stellensuchenden der Meinung, dass Unternehmen in Zukunft nur noch anonymisierte Bewerbungen akzeptieren sollten. Weiterhin denken 11,7 Prozent, dass anonymisierte Bewerbungen ihre Chancen im Auswahlverfahren erhöhen. Geht man etwas näher auf dieses Thema ein, so zeigt sich, dass 11,2 Prozent der Teilnehmer eine Bewerbung ohne eigenes Lichtbild bevorzugen. 9,1 Prozent würden gerne auf die Angabe des eigenen Geburtsdatums verzichten. 6,6 Prozent der Befragten präferieren eine Bewerbung, in der ihr Name nicht genannt wird und 6,5 Prozent eine Bewerbung, in der das eigene Geschlecht nicht angegeben ist. Eine segmentspezifische Analyse hinsichtlich der Merkmale Nationalität, Geschlecht und Alter ergibt, dass etwa jeder fünfte der Studienteilnehmer, die keine deutsche Staatsbürgerschaft besitzen, denkt, dass anonymisierte Bewerbungen die eigenen Chancen im Auswahlverfahren erhöhen würden. 20,8 Prozent der Teilnehmer aus dieser Gruppe möchten insbesondere kein eigenes Lichtbild mitschicken. Blickt man auf das Merkmal Geschlecht, zeigt sich, dass rund 15 Prozent der weiblichen Studienteilnehmer anonymisierte Bewerbungen bevorzugen würden und dabei insbesondere kein Bild mitschicken möchten. Weiterhin äußern 18,4 Prozent der Befragten, die älter als 50 Jahre sind, eine Präferenz für anonymisierte Bewerbungen. 17,3 Prozent aus dieser Gruppe würden gerne auf die Angabe ihres Geburtsdatums verzichten.

Weitere Exemplare dieser Studie können gegen Gebühr bezogen werden.
Darüber hinaus können Sie folgende Studien anfordern:

Laumer, Sven; Eckhardt, Andreas; von Stetten, Alexander; Weitzel, Tim; König, Wolfgang
Bewerbungspraxis 2010: Eine empirische Untersuchung mit über 9.000 Stellensuchenden im Internet
Bamberg und Frankfurt am Main, November 2009

Laumer, Sven; Eckhardt, Andreas; von Stetten, Alexander; Weitzel, Tim; König, Wolfgang
Bewerbungspraxis 2009: Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden im Internet
Bamberg und Frankfurt am Main, November 2008

Eckhardt, Andreas; König, Wolfgang; Trunk, Natascha; Weitzel, Tim
Bewerbungspraxis 2008: Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden im Internet
Frankfurt am Main, November 2007

Eckhardt, Andreas; Keim, Tobias; König, Wolfgang; Weitzel, Tim; Villa, Davide; von Westarp, Falk
Bewerbungspraxis 2007: Eine empirische Untersuchung mit über 11.000 Stellensuchenden im Internet
Frankfurt am Main, November 2006

Keim, Tobias; König, Wolfgang; Weitzel, Tim; Fritsch, Kerstin; von Westarp, Falk
Bewerbungspraxis 2006: Eine empirische Untersuchung mit über 10.000 Stellensuchenden im Internet
Frankfurt am Main, Oktober 2005

von Stetten, Alexander; Eckhardt, Andreas; Laumer, Sven; Weitzel, Tim; König, Wolfgang
Recruiting Trends 2010: Eine empirische Untersuchung mit den Top-1.000-Unternehmen aus Deutschland sowie den Top-300-Unternehmen aus den Branchen Automotive, Finanzdienstleistung und IT
Bamberg und Frankfurt am Main, Januar 2010

Laumer, Sven; Eckhardt, Andreas; von Stetten, Alexander; Weitzel, Tim; König, Wolfgang
Recruiting Trends im Mittelstand 2010: Eine empirische Untersuchung mit 1.000 Unternehmen aus dem deutschen Mittelstand
Bamberg und Frankfurt am Main, Januar 2010

Kontakt:

Daniel Thomas
Monster Worldwide Deutschland GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 14
D-65760 Eschborn
Telefon: 06196 9992-672
E-Mail: studien@monster.de
www.monster.de