



ManpowerGroup
Solutions

Presseinformation

Per App zum neuen Job: Immer mehr Deutsche nutzen neue Technologien für Arbeitsplatzsuche und Bewerbung

- Jeder Dritte in Deutschland sucht im Internet nach neuen Stellen
- Das Smartphone wird zum Karriereinstrument
- Automatische Antworten per Chatbot und Videointerviews schrecken Bewerber jedoch eher ab

Eschborn, 15. November 2017 – Die Deutschen gehen neue Wege, wenn es darum geht, sich einen neuen Arbeitsplatz zu suchen. Zwar haben erst zwei Prozent der Befragten eine Karriere-App auf ihrem Handy installiert. Doch in Zukunft wollen 29 Prozent aller Befragten in Deutschland ihre Jobsuche mit Hilfe einer Smartphone-Anwendung erledigen. Weltweit setzt sogar mehr als jeder zweite Jobsuchende auf die neuen Technologien. Damit folgen die Deutschen einem internationalen Trend. Das Smartphone wird zu einem wichtigen Instrument für Bewerbungen und der Suche nach einem qualifizierten Arbeitsplatz. Das ist ein Ergebnis der Studie „Global Candidate Preferences“, für die der Personaldienstleister ManpowerGroup Solutions 14.000 Berufstätige in 19 Ländern befragt hat.

+++ Die vollständigen Ergebnisse der Studie sowie eine Infografik finden Sie über diesen [Link](#) +++

Die meisten Menschen lieben ihre Smartphones und nutzen Apps im Alltag für die unterschiedlichsten Zwecke – zum Spielen, zum Austausch mit Freunden oder für die Erhaltung ihrer Fitness. Auch das berufliche Weiterkommen wird inzwischen von vielen mobil mit dem Smartphone organisiert. In den USA nutzt jeder siebte Berufstätige (13 Prozent) bereits eine App für Bewerbungen, in Großbritannien ist es jeder Zehnte (10 Prozent). Deutschland hinkt mit gerade einmal zwei Prozent der Befragten hinterher.

Weltweit sind aber sehr viel mehr Berufstätige (52 Prozent) dazu bereit, eine App im Bewerbungsverfahren zu nutzen, auch wenn sie noch keine praktische Erfahrung mit dieser Form der Jobsuche sammeln konnten. In Deutschland wollen 29 Prozent der Befragten in Zukunft eine Bewerbungs-App nutzen. Besonders die 18- bis 34-jährigen „Digital Natives“ sehen in der Nutzung von Smartphone-Anwendungen eine hervorragende Möglichkeit, sich zu informieren oder zu bewerben. 64 Prozent der Befragten in dieser Altersgruppe sind von den Möglichkeiten einer Job-App absolut überzeugt.



ManpowerGroup™
Solutions

Presseinformation

Arbeitgeber haben die Chance, sich vom Wettbewerb abzuheben

Daraus ergibt sich ein großes Potenzial für Unternehmen, die aktiv um Mitarbeiter werben: Wer eine Bewerbungs-App anbietet, kann erst einmal darauf vertrauen, dass viele Bewerber dieser Neuerung positiv gegenüberstehen. Da derzeit nur eine Minderheit der Unternehmen derartige Karriere-Tools anbietet, ist die Chance groß, sich von Wettbewerbern abzuheben. Bewerber, die einmal über die Anmeldung der App erfasst werden, können über die Mobil-Anwendung direkt auf neue Karrierechancen hingewiesen werden.

„Wichtig ist dabei allerdings, dass eine Bewerbungs-App den Kandidaten einen echten Mehrwert bietet“, sagt Herwarth Brune, Vorsitzender der Geschäftsführung der ManpowerGroup Deutschland. „Dazu gehört zum Beispiel ein Bewerbungsprozess, der schnell und einfach auf dem Mobilgerät durchgearbeitet werden kann.“

Anderen Technologien, die den Bewerbungsprozess vereinfachen sollen, stehen die Beschäftigten in Deutschland und rund um die Welt dagegen eher zurückhaltend gegenüber, wie die Befragung zeigt.

Nicht jede Technologie kommt bei Bewerbern gut an

Häufig werden Bewerber inzwischen zum Vorstellungsgespräch per Videochat gebeten. Erste Unternehmen lassen auch Chatbots Fragen der Kandidaten automatisiert beantworten. Doch längst nicht alle Innovationen stoßen auf breite Zustimmung. Nur fünf Prozent der Befragten in Deutschland finden ein Personalgespräch via Webcam sinnvoll.

In Ländern wie Indien oder Kolumbien, wo das Reisen beschwerlicher ist und die Entfernungen zwischen den Metropolen größer sind, liegen die Zustimmungswerte für Videointerviews mit 17 Prozent (Indien) und 15 Prozent (Kolumbien) höher. Rund um die Welt lehnen besonders Frauen das Jobcasting per Video erwärmen. Zwei Drittel von ihnen halten nichts von dieser Form des Bewerbungsgesprächs.

Auf wenig Gegenliebe stoßen auch die Chatbots. Sie werden von Unternehmen eingesetzt, um Besucher von Webseiten oder Social-Media-Kanälen anonym und unverbindlich anzusprechen. Sie fallen bei 42 Prozent aller Befragten durch.

Wichtig beim Einsatz innovativer Bewerbertechnologien ist es also, die richtigen Mittel zielgruppengerecht einzusetzen. Dazu gehört es auch, dass interne Prozesse, etwa zur Rückmeldung an Bewerber, auf den Prüfstand gestellt und optimiert werden.



ManpowerGroup™
Solutions

Presseinformation

„Auf eine Jobanfrage via App beispielsweise muss ein Unternehmen sehr schnell reagieren können. Die potentiellen Bewerber müssen das Gefühl haben, dass wir uns um sie kümmern“, sagt Herwarth Brune. „Wichtig ist aber auch, dass Technologie an sich keine Probleme löst. Für eine erfolgreiche HR-Strategie sind eine starke Recruiting-Botschaft und ein gutes Arbeitgeber-Image immer noch die wichtigste Grundlage. Smarte Tools können dann helfen, Bewerber auf diese Stärken eines Arbeitgebers aufmerksam zu machen.“

Über die Studie

Die weltweite Studie „Global Candidate Preferences“ basiert auf den Antworten von fast 14.000 Arbeitnehmern zwischen 18 und 65 Jahren aus 19 Ländern. Die Studie wurde im Auftrag von ManpowerGroup Solutions durchgeführt.

Eine Infografik und den Bericht mit detaillierten Studienergebnissen erhalten Sie unter <https://www.manpowergroupsolutions.de/neuigkeiten/studien-und-research/bewerben-wie-ich-will/>

Über die ManpowerGroup

Die ManpowerGroup ist weltweit führend in der Bereitstellung innovativer Lösungen und Dienstleistungen, mit denen Unternehmen in der sich verändernden Welt der Arbeit erfolgreich sein können. Mit mehr als 29.000 Mitarbeitern zählt die ManpowerGroup zu den drei größten Personaldienstleistern in Deutschland. Unter dem Dach der Unternehmensgruppe agieren an bundesweit 360 Standorten die Gesellschaften Manpower, Stegmann, Experis, ManpowerGroup Solutions, Proservia, Right Management sowie spezialisierte Einzelmarken.

Mehr Informationen erhalten Sie unter <http://www.manpowergroup.de>.

Unternehmenskontakt ManpowerGroup:

Manpower GmbH & Co. KG
Personaldienstleistungen
Nicole Schuetze
Düsseldorfer Straße 9
65760 Eschborn
Tel.: +49 69 153 03-186
E-Mail: nicole.schuetze@manpowergroup.de

Pressekontakt:

Faktenkontor GmbH
Lars Reppesgaard
Ludwig-Erhard-Straße 37
20459 Hamburg
Tel.: +49 40 253 185-127
E-Mail: lars.reppesgaard@faktenkontor.de