



## **Weltweite Studie: Negatives Erlebnis bei Bewerbung vergrault Kunden und potenzielle Arbeitskräfte**

- **Ein Bewerbungsverfahren, das als respektlos empfunden wird, beeinflusst das Konsumverhalten von 42 Prozent der deutschen Bewerber**
- **46 Prozent der Bundesbürger wollen eine Jobsuche, die so einfach ist wie ein Online-Kauf, weltweit sind es 50 Prozent**

**Eschborn, 05. November 2018** – Schlechter Eindruck, schlechte Geschäfte: 42 Prozent der Bewerber in Deutschland geben an, dass ein negatives Erlebnis im Bewerbungsverfahren ihr Kaufverhalten so verändert, dass sie nicht mehr die Produkte des entsprechenden Unternehmens kaufen oder deren Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Der weltweite Durchschnitt liegt sogar bei 54 Prozent. In den Vereinigten Staaten von Amerika und in Großbritannien sagten jeweils 58 Prozent der Berufstätigen, dass sie eher auf Waren und Services von Firmen verzichten, von denen sie bei der Jobsuche enttäuscht worden seien. Das sind einige der Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Studie „Global Candidate Preferences“ der ManpowerGroup Solutions. Für diese Untersuchung wurden weltweit rund 18.000 Arbeitnehmer befragt.

„Die Unternehmen in Deutschland sollten daher ihr Bewerbungsverfahren sehr genau unter die Lupe nehmen“, sagt Silke Meyer, Geschäftsführerin bei ManpowerGroup Solutions. „Denn ein Bewerber, der sich schlecht behandelt fühlt, wird bestimmt kein guter Kunde.“ Doch ein zufriedener Kunde hat durchaus das Potenzial, ein interessierter Bewerber zu werden. So sagen 54 Prozent der deutschen Arbeitnehmer auf Jobsuche, dass sie eher für Unternehmen arbeiten wollen, deren Produkte und Dienstleistungen sie schätzen. Rund um die Erde vertreten durchschnittlich 56 Prozent der Befragten diese Ansicht. Weltweit am höchsten ist die Zustimmungsrate mit je 67 Prozent in Malaysia und Indien sowie mit 65 Prozent in den USA.

### **Negativer Ruf wie eine Lawine**

Ein schlechter Umgang mit einem Bewerber hat aber noch einen weiteren Effekt. „Spricht nur ein Bewerber aufgrund seiner Erfahrungen schlecht über ein Unternehmen, kann das wie ein losgetretenes Schneebrett am Berggipfel sein“, sagt Silke Meyer. „Im Tal ist es eine Lawine, die viele potenzielle Kunden und Kandidaten davon abhält, die Produkte des Unternehmens zu kaufen oder sich dort zu bewerben.“

60 Prozent der Jobsuchenden in Deutschland bejahten die Frage, ob sie Anderen davon erzählten, wenn sie sich zum Beispiel aufgrund der Unternehmensvertreter im Gespräch unwohl gefühlt oder keine Antwort auf ein Bewerbungsschreiben bekommen hätten. Damit liegt die Bundesrepublik lediglich einen Prozentpunkt unter dem globalen Durchschnitt. 41 Prozent der deutschen Befragten gaben zudem an, dass sie Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens meiden, mit dem ein Freund unschöne Erfahrungen gemacht hat.



ManpowerGroup™

## Presseinformation

Das Schlimmste, das den Deutschen im Bewerbungsverfahren passieren kann und ihr Kaufverhalten beeinflusst, ist laut Studie ein unangenehmes Gespräch mit den Vertretern des potenziellen Arbeitgebers. 55 Prozent der Befragten hierzulande stimmen dieser Aussage zu. „Der persönliche Kontakt ist den Bewerbern in Deutschland am wichtigsten“, sagt ManpowerGroup Solutions-Geschäftsführerin Meyer. „Empfindet ein Bewerber den Umgang mit ihm während eines Jobinterviews als negativ, nimmt er letztlich das gesamte Unternehmen negativ wahr.“

Der weltweite Durchschnitt liegt bei 59 Prozent. Auf dem zweiten Platz der größten Verfehlungen eines Unternehmens landet mangelnde Transparenz bei Gehalt und Jobbeschreibung. Dies empfinden 51 Prozent der Bundesbürger als negativ und im Schnitt 63 Prozent der Bewerber rund um die Erde. 49 Prozent der deutschen Arbeitsuchenden sind der Ansicht, dass es negativ auf den Ruf einer Firma abfärbt, wenn diese nicht auf ein Bewerbungsschreiben antwortet. Der Mittelwert liegt global bemessen bei 59 Prozent.

Recht anspruchlos sind die Deutschen noch bei der Jobsuche. Lediglich 46 Prozent erwarten, dass diese sich so gestaltet wie ein Buch- oder Schuhkauf online – sehr einfach und stark personalisiert. Ähnlich sehen es die Franzosen (45 Prozent), Briten (47 Prozent) und US-Amerikaner (48 Prozent). Damit liegen sie jedoch alle unter dem weltweiten Schnitt in Höhe von 50 Prozent. Ein unkompliziertes „Job-Kauf“-Erlebnis erwarten hingegen 60 Prozent der Peruaner und Inder, 67 Prozent der Polen und gar 68 Prozent der Malaysier.

### Über die Umfrage

Für die bevölkerungsrepräsentative Studie „Global Candidate Preferences“ befragte ManpowerGroup Solutions 2018 weltweit 17.994 Berufstätige im Alter von 18 bis 65 Jahren. In Deutschland nahmen 749 Arbeitnehmer mit und ohne Führungsverantwortung an der Befragung teil. Weitere Informationen sowie die Infografik finden Sie über diesen Link: <https://www.manpowergroupsolutions.de/neuigkeiten/studien-und-research/ab-in-den-warenkorb-kandidaten-sind-konsumenten/>

### Über ManpowerGroup Solutions

ManpowerGroup Solutions stellt seinen Kunden Outsourcing-Dienstleistungen im Bereich Human Resources zur Verfügung, vor allem für das Recruiting im großen Maßstab sowie für Initiativen, die ein hohes Maß an Arbeitskräften erfordern. Unsere Lösungen sind ergebnisorientiert – wir teilen also das Risiko und auch den Erfolg mit unseren Kunden. Unsere Angebote umfassen TAPFIN-Managed Solution Provider, Strategic Workforce Consulting, Borderless Talent Solutions, Talent Based Outsourcing and Recruitment Process Outsourcing. Wir sind einer der größten Anbieter für Personalbeschaffung und Zeitarbeitsmanagement. ManpowerGroup Solutions gehört zur Unternehmensfamilie der ManpowerGroup, ebenso wie Manpower, Experis und Right Management.



ManpowerGroup™

# Presseinformation

## 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 24.000 Mitarbeitern zählt die ManpowerGroup zu den drei größten Personaldienstleistern in Deutschland. Unter dem Dach der Unternehmensgruppe agieren an bundesweit 300 Standorten die Gesellschaften Manpower, Stegmann, Experis, ManpowerGroup Solutions, Proservia, Right Management sowie spezialisierte Einzelmarken.

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

---

### **Kontakt:**

Faktenkontor GmbH

Clemens Hoh / Christine Probst

Wiesenhüttenplatz 26

60329 Frankfurt am Main

Tel.: +49 69 2474980-20

E-Mail: [manpower@faktenkontor.de](mailto:manpower@faktenkontor.de)