



Arbeitsmarktservice
Österreich

Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche

KURZFASSUNG DER STUDIENERGEBNISSE

Projektleitung AMS:
Maria Hofstätter, Sabine Putz

Projektteam L&R Sozialforschung:
Ferdinand Lechner, Walter Reiter,
Andreas Riesenfelder, Petra Wetzel



Wien, Januar 2009

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Arbeitsmarktservice Österreich

Bundesgeschäftsstelle

ABI/Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation

Maria Hofstätter, Sabine Putz

A-1200 Wien, Treustraße 35-43

Tel: (+43 1) 331 78-0

ISBN 978-3-85495-...

Kurzfassung der Studienergebnisse

Im Zentrum der durchgeführten Untersuchung stehen Erfahrungen von Unternehmen bei der Personalsuche. Die Befragung basiert auf einem vermittlungsfallzentrierten Ansatz, d.h. anhand einer konkreten Suchannonce wurden sämtliche Phasen des Besetzungsprozesses analysiert. Beginnend von der Meldung der offenen Stelle, der Aufnahme des Jobprofils und der Anforderungen an BewerberInnen bis über die inhaltliche Gestaltung von BewerberInnenprofilen und die Vorauswahl von BewerberInnen durch das AMS wurde der Frage nachgegangen, welche Erfahrungen die Betriebe im Rahmen der konkreten Stellensuche gemacht haben und welche Anforderungen und Erwartungen – insbesondere bei der Beschreibung der Jobs und der vermittelten Personen – hier bestehen.

Um ein möglichst differenziertes Bild an wahrgenommenen Vor- und Nachteilen verschiedener Suchstrategien zu generieren, wurden in die Erhebung sowohl AMS-KundInnen als auch Betriebe, die bei der Stellenbesetzung auf alternative Suchkanäle zurückgegriffen haben, einbezogen. Die Basis stellen konkrete Suchinserate aus Tageszeitungen, Internet Jobbörsen und des AMS eJob-Rooms dar, die im Frühsommer 2008 geschaltet waren.

Im Folgenden findet sich eine zusammenfassende Übersicht über die zentralen Studienergebnisse.

- **Inanspruchnahme des AMS:** Von den insgesamt 201 befragten Unternehmen haben bezogen auf die konkrete Suchannonce 100 Unternehmen das AMS in Anspruch genommen und 101 Betriebe haben ausschließlich auf anderen Wegen gesucht. Hinsichtlich des sonstigen Suchverhaltens bei anderen oder früheren Stellenbesetzungen haben 84% der befragten Betriebe das AMS in Anspruch genommen. Die Inanspruchnahme ist dabei in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus einer zu besetzenden Stelle höchst selektiv – bei Stellen mit höheren Qualifikationsanforderungen nimmt die Einschaltung des AMS deutlich ab. Wird beispielsweise bei angelernten Kräften von drei Viertel der befragten Betriebe (auch) über das AMS gesucht, liegt dieser Anteil bei hoch qualifizierten Kräften nur mehr bei 26%.
- **Suchwege:** Für die aktuell zu besetzende Stelle, auf die die Befragung fokussierte, hat rund jede/r Vierte der AMS-KundInnen ausschließlich über das AMS Personal gesucht. In der Regel werden jedoch mehrere Suchkanäle (bspw. Tageszeitungen, E-Jobbörsen) genutzt. Bei AMS-KundInnen waren es im Schnitt 3,13, bei Nicht-KundInnen 2,28.
- **Entscheidungsgründe für die Auswahl eines Suchkanals:** Allen Befragten ist bei der Wahl des Suchkanals eine schnelle Besetzung der freien Stelle ein besonders wichtiges Kriterium. Zweitwichtigster Aspekt ist die Möglichkeit, auf kostengünstige Weise geeignete BewerberInnen zu suchen. Die Vorselektion von BewerberInnen und konkrete Beratungsleistungen über die Chancen für eine erfolgreiche Stellenbesetzung sind AMS-KundInnen vergleichsweise wichtiger als Nicht-KundInnen.
- **Optische Gestaltung von Stelleninseraten:** Die Unternehmen wünschen sich Stelleninserate, die klar strukturiert, übersichtlich und nicht länger als eine Seite sind und die Möglichkeit bieten, das Firmenlogo zu platzieren. Die Präferenz bei

knapp der Hälfte der befragten Unternehmen liegt bei Fließtexten (48%). Daneben findet aber auch die Mischform von Fließtext und tabellarischen Elementen eine hohe Zustimmung (43%). Eine rein tabellarische Darstellung in den Stellenanzeigen wird nur von 10% der Befragten bevorzugt.

- **Inhalte der Stelleninserate:** Zu jenen Angaben, die von mindestens rund zwei Drittel der AMS-KundInnen sowie der Nicht-KundInnen unbedingt in sehr differenzierter Form in der Annonce aufscheinen sollten, gehören die für die ausgeschriebene Stelle erforderliche Ausbildung und die notwendigen fachlichen Kenntnisse. Die berufliche Praxis ist ein weiteres zentrales Anforderungskriterium. Aspekte wie beispielsweise Fremdsprachenkenntnisse oder Arbeitszeit sollten hingegen in Annoncen optional zur Verfügung stehen, wobei diese Anforderungen in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus der Stelle unterschiedlich wichtig gesehen werden.
- **Optimierungsbedarf bei der Formulierung der Stellenanzeigen:** Eine Gegenüberstellung der von den Unternehmen als unbedingt notwendig erachteten Angaben im Stellenangebot und den in ihrer Annonce tatsächlich spezifizierten Angaben zeigt auf, dass bei der Stellenformulierung Optimierungsbedarfe bestehen. Beispielsweise erachtet von jenen Unternehmen, die in ihrem Inserat keine Angaben zu den von BewerberInnen geforderten Ausbildungsabschlüssen gemacht haben, im Nachhinein über die Hälfte eine solche Angabe als unbedingt wichtig.
- **Toleranzniveau bei den Anforderungen an BewerberInnen:** Die Ergebnisse zeigen ein insgesamt relativ hohes Toleranzniveau betreffend den in der Annonce formulierten Anforderungen an BewerberInnen auf. Durchschnittlich 70% der Befragten gibt an, dass hinsichtlich der Qualifikationen, des Berufs und der geforderten Ausbildung Abweichungen vom formulierten Anforderungsprofil möglich sind. Den geringsten Spielraum sehen Betriebe in Bezug auf Qualifikationen bei höher qualifizierten Stellen: hier erwarten sich knapp zwei Drittel eine genaue Abdeckung der in der Annonce formulierten Anforderungen.
- **Anforderungen an BewerberInnenunterlagen:** Eine ganze Reihe von Informationen (beispielsweise zum Lebenslauf, zur formalen Ausbildung, zur Praxiserfahrung allgemein und spezifisch im Beruf) sollten jedenfalls in Bewerbungsunterlagen in sehr differenzierter Form ersichtlich sein. Dies gilt unabhängig davon ob dies von den Unternehmen explizit in den Inseraten angeführt wird oder nicht. Andere Informationen wie beispielsweise EDV-Kenntnisse oder Fremdsprachenkenntnisse sind demgegenüber stärker im Kontext des jeweiligen Qualifikationsniveaus einer Stelle zu sehen. Führen ArbeitgeberInnen solche Anforderungen explizit in einer Annonce an, so besteht jedenfalls zu einem hohen Anteil die Erwartung, dass entsprechende Informationen in den Bewerbungsunterlagen in differenzierter Weise enthalten sind.
- **Selbstbedienung und individuelle Beratung:** Die Beratung und Unterstützung von Unternehmen über den gesamten Prozess der Stellenbesetzung erfordert auf Seiten des AMS umfassende Personalressourcen. Geht man davon aus, dass diese nicht unbegrenzt erweiterbar sind, dann ergibt sich die Notwendigkeit von Rationalisierungsmaßnahmen. Dies kann beispielsweise durch eine stärkere Nutzung von Selbstbedienungstools erfolgen. Wie die Befragung der Unternehmen zeigt, ist aktuell die Nutzungsfrequenz und -breite des eJob-Rooms oder anderer E-Jobbörsen begrenzt. Innerhalb der der Befragung vorangegangenen zwölf Monate haben 68% der befragten Unternehmen auch Online-Stellenbörsen als Suchkanal genutzt. Ein gezieltes Online-gestütztes Bewerbungsmanagement findet bislang kaum statt. So werden Features etwa zur Sichtung von Lebensläufen von BewerberInnen oder zur Dokumentation der Personalsuche selten genutzt. Die prinzipiell-

le Bereitschaft ist jedoch partiell gegeben, zumindest was die Eingabe von Jobprofilen oder die Suche und erste Sichtung von BewerberInnen betrifft. Um dies aber auch in tatsächliches Nutzungsverhalten umzusetzen, bedarf es flankierender Unterstützung und Anleitung.

Die Strategie der Ausweitung des Selbstbedienungsanteils birgt gleichzeitig die Gefahr einer Überforderung eines Teils der KundInnen. So verlassen sich gerade Kleinst- und KleinkundInnen in hohem Maße auf die Unterstützung des AMS, unter anderem auch deshalb, weil sie kaum Kapazitäten für die Selbstbedienungssuche haben. Es ist auch zu berücksichtigen, dass die Beratung eine Stärke des AMS ist und die KundInnen mit der Beratung in hohem Maße zufrieden sind: 84% der befragten AMS-KundInnen sind „sehr/eher zufrieden“.

- **Zusammenarbeit mit dem AMS bei der Personalauswahl:** Rund zwei Drittel der AMS-KundInnen, denen BewerberInnen für die zu besetzende Stelle, auf die die Befragung fokussierte, vorgeschlagen wurden, haben zeitgerecht eine Liste mit Name, Anschrift und Telefonnummer erhalten. Von jenen die keine Liste erhalten haben, würden zwei Drittel eine solche Information begrüßen. Mehrheitlich (65%) werden die vorhandenen Informationen auf der Liste als ausreichend beurteilt. Bestehen darüber hinausgehende Wünsche betrifft dies in erster Linie Angaben zur Ausbildung, zur bisherigen beruflichen Tätigkeit und die Übermittlung eines Lebenslaufs. Die Mehrheit der Betriebe (70%) möchte die Möglichkeit haben, aus solchen Listen vorab einige KandidatInnen auszusuchen. Generell besteht bei den Unternehmen eine hohe Bereitschaft zur Rückmeldung über die AMS-BewerberInnen: Gut drei Viertel der Betriebe zeigt sich bereit über alle seitens des AMS vorgeschlagenen BewerberInnen eine Rückmeldung zu geben. 14% sind bereit, über einen Teil eine Rückmeldung zu verfassen und lediglich 9% wollen dies überhaupt nicht tun.

- **Suchkanäle im Vergleich:** Die Einschätzungen der befragten Unternehmen hinsichtlich der wahrgenommenen **Nachteile** der BewerberInnensuche über das **AMS** lassen eine ganz eindeutige Schwerpunktsetzung erkennen. Demzufolge wird die Schwierigkeit des AMS eindeutig auf Ebene der BewerberInnen gesehen: 84% der Betriebe führten diesen Aspekt an. Dabei wird unterstellt, dass die beim AMS als arbeitsuchend gemeldeten Personen entweder hinsichtlich ihrer Arbeitswilligkeit oder im Hinblick auf ihre Qualifikation nicht den Anforderungen entsprechen.

Werden auf Seiten des **AMS Vorteile** gesehen, so wird als entscheidender Pluspunkt das KundInnenservice des AMS genannt. Von jenen Befragten, die bei der AMS-Suche Vorteile sehen, nennt gut die Hälfte (52%) den Beratungs- und Vermittlungsprozess. Die persönliche Beratung und Betreuung, die Auseinandersetzung des/der AMS-BeraterIn mit den betrieblichen Anforderungen, die Vorauswahl von BewerberInnen, die garantierte und laufende Rückmeldung zu möglichen BewerberInnen oder die Möglichkeit Förderungen bei Einstellungen zu erhalten, sind spezifische Vorteile die seitens der Befragten hier angeführt werden.

Insgesamt haben die Befunde zu den Erwartungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche gezeigt, dass es „den“ idealtypischen Vermittlungsprozess und „die“ ideale Annonce nicht gibt. Die vorgefundene Vielfalt unternehmerischer Strategien und die starke Ausdifferenzierung macht es schwierig bis unmöglich, standardisierte Muster für Stellenbeschreibungen oder Personenprofile zu erarbeiten.

Auch eine Typologie von Stellenbesetzungsstrategien lässt sich nicht herausarbeiten. So ist zwar die unzureichende Passgenauigkeit der Vermittlung ein wesentlicher Kritikpunkt, gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass seitens der Unternehmen ein hohes Toleranzniveau hinsichtlich Abweichungen von den in der Annonce formulierten Anforderungen besteht.

Generell verhalten sich die Unternehmen je nach Stelle unterschiedlich und ein und dasselbe Unternehmen verfolgt bei der Besetzung von ähnlichen Stellen unterschiedliche Strategien. Die im Rahmen einer Stellenbesetzung gemachten Erfahrungen sind so mitunter Anlass die gewählte Strategie bei der nächsten Besetzung zu adaptieren. Deshalb sind auch keine einheitlichen Ablaufschemata für den Vermittlungsprozess festzustellen. Flexible Instrumente und bedarfsorientierte Prozesse, die beispielsweise auch auf die unterschiedliche Ressourcensituation kleinerer und größerer Betriebe Bedacht nehmen, scheinen daher vor diesem Hintergrund nötig.