

Presseinformation

THINK DIGITAL – So geht erfolgreiches Recruiting heute

Im Juni 2017 hat die DEFACTO digital research, Erlangen die Ergebnisse der Studie „Digital Recruiting 2017“ vorgestellt. Die Studie analysiert die Social Media Nutzung der „Generation Mobile“ bei der Jobsuche und liefert interessante Einblicke zur Akzeptanz von neuen digitalen Bewerbungsmöglichkeiten. Diese neue Form des Recruitings ist offenbar hochrelevant. Immerhin ist für 57% der Befragten der Erstkontakt zu potenziellen Arbeitgebern via Mobile Job Messenger von großem Interesse. Dennoch: Skepsis bezüglich der Datensicherheit bleibt.

Erlangen, 7. Juli 2017 Eins ist sicher: Die „Generation Mobile“ ist jung, selbstbewusst, digital affin, unabhängig und vor allem eins: IMMER und ÜBERALL online bzw. mobile. Das Smartphone beherrscht ihren Alltag und ist nicht mehr wegzudenken. Im Umkehrschluss bedeutet dies für Unternehmen: THINK DIGITAL. Die Recruiter stehen vor der Herausforderung, das Mediennutzungsverhalten der Talente-von-morgen sowie deren Einstellungen und Verhaltensweisen im Bewerbungskontext zu verstehen, um sie nachhaltig für sich zu gewinnen. Die Studie „Digital Recruiting 2017“ von DEFACTO digital research liefert hierzu interessante Einblicke.

Die Studienergebnisse zeigen deutlich: Ein Arbeitgeberauftritt in den einschlägigen Social Media Kanälen wie Xing, Facebook und LinkedIn ist aus Sicht der „Generation Mobile“ für Arbeitgeber unerlässlich. 86% der Befragten sehen einen Social Media Auftritt als Must-Have. Positiver Nebeneffekt: Social Media Aktivitäten zahlen auf das Image der Unternehmen ein. So gelten Social Media affine Arbeitgeber als modern, zukunftsfähig und dynamisch. „Wer als Arbeitgeber mit solchen Eigenschaften in Verbindung gebracht werden will, kommt an Facebook & Co. nicht mehr vorbei.“, so Dr. Jens Cornelsen, Geschäftsführer der DEFACTO digital research.

Zentrale Erkenntnis der Studie: In Sachen Bewerbung und Jobsuche lautet die Devise „DIGITAL und MOBILE First“. Das Smartphone (79%) liegt nur geringfügig hinter dem klassischen Notebook, wenn es um das Medium der Wahl für die Online-Jobsuche geht. Zudem äußern sich die jungen Jobsuchenden aufgeschlossen gegenüber innovativen Bewerbungsformen wie der One-Click Bewerbung (49%) oder den Video-Interviews (32%). Und auch der Mobile Job Messenger, eine Messenger App, über die Bewerber und Personalers in Echtzeit schnell und unkompliziert miteinander kommunizieren können, findet großen Anklang. So können sich 56% der 15- bis 25-Jährigen durchaus vorstellen, mit ihrem potenziellen Arbeitgeber erstmals auf diese Weise in Kontakt zu treten. Die große Mehrheit (57%) ist zudem der Meinung, dass der Job Messenger die Chance bietet, sich besser auf ein persönliches Gespräch vorzubereiten. Skepsis wird allerdings in punkto Datensicherheit von 42% der Befragten geäußert.

Die Studie offenbart, dass die „digitale Transformation“ beim Thema Recruiting zumindest auf Seiten der potentiellen Bewerber längst angekommen ist und die Kommunikation zwischen Bewerber und Personalers grundlegend verändern wird. Unternehmen müssen umdenken, vor allem auf digitale Bewerbungslösungen setzen, um auf dem Arbeitsmarkt überhaupt wahrgenommen zu werden. Und ganz zentral: Eine intensive Auseinandersetzung mit den Einstellungen und Verhaltensweisen der „Generation Mobile“ in der digitalen Welt ganz nach dem Motto „Candidate is King“.

Studien-Steckbrief „Digital Recruiting 2017“: Online-Befragung im Mai 2017. Befragt wurden insgesamt 384 Online-User in Deutschland. Ziel war es, die Social Media Nutzung der „Generation Mobile“ bei der Job-Suche sowie deren Einstellung zu neuen digitalen Bewerbungsmöglichkeiten zu untersuchen.

Die Studie „Digital Recruiting 2017“ können Sie unter <http://defacto-dr.de/de/studien/> kostenlos downloaden. Bei Fragen zur Studie kontaktieren Sie bitte Stefanie Trabant (Senior Consultant) unter: stefanie.trabandt@defacto-dr.de.

Pressekontakt

Marilena Lichtenauer, Leiterin Marketing & Unternehmenskommunikation DEFACTO X

Tel.: +49 (9131) 9712-2117, marilena.lichtenauer@defacto.x.de, www.defacto-x.de

Die defacto digital research GmbH ist ein auf digitale Konsumententrends spezialisiertes Institut für Markt- und Kundenforschung innerhalb der DEFACTO X Unternehmensgruppe. Das Unternehmen erhebt und analysiert entscheidungsrelevante Insights in sämtlichen Phasen des Kunden-Lebenszyklus und greift auf ein breites Spektrum an Befragungsmethoden, Social Media-Analysen sowie weitere Datenquellen, wie Mobile Data, Customer Journey-Daten zurück.

Die inhabergeführte Unternehmensgruppe unter der Dachmarke DEFACTO X steht für ein umfassendes Angebot im komplexen Themenfeld Consumer Centricity. Als Dachmarke bündelt DEFACTO X die Expertise der drei Geschäftsfelder science & operations (DEFACTO relations, DEFACTO actionable insights, DEFACTO nextperience, DEFACTO digital research, cintellic Consulting Group), communication strategy/campaigns (DEFACTO BE/ONE) und digital advertising (DEFACTO smart reach) mit Standorten in Erlangen, Hamburg, München und Köln.

DEFACTO X ist weltweit in 65 Märkten tätig und bietet Lösungen für alle Anforderungen, die konsequente Kundenorientierung vor dem Hintergrund der Digitalisierung heute an Unternehmen stellt.
www.defacto-x.de