

## ***Pilotstudie Eagle Eye:***

### ***Die ideale Stellenanzeige – Vorsprung durch Wissen***

- ***73 % Nutzensgewinn durch personalisierte Aufbereitung der Ansprechperson***
- ***Klartext statt Wischi-Waschi: Realistische Gehaltsangabe steigert Nutzen um 7 %***
- ***Latente Nutzensteigerung durch Arbeitgebersiegel um 25 %***
- ***Benefits: Die Kombination aus Icon und Text macht den Unterschied***
- ***Keywords – Kurz – Konkret: Die 3 K's des Anforderungsprofils***

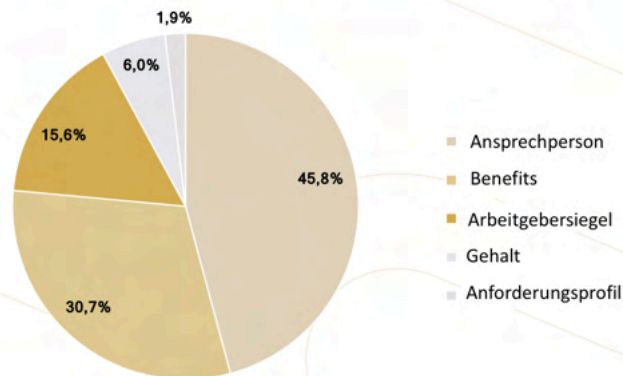
Wien, am 19. Mai 2021

Zu wissen, worauf BewerberInnen in Stellenanzeigen wirklich achten, würde für viele RecruiterInnen einen enormen Vorsprung bedeuten. An genau diesem Vorsprung arbeitet die Recruiting-Studie BEST RECRUITERS in Kooperation mit der FH Wiener Neustadt – Campus Wieselburg. Die gemeinsame Pilotstudie "Eagle Eye" liefert erste Erkenntnisse über wesentliche inhaltliche Aspekte der idealen Stellenanzeige. Durchgeführt wurde die Studie mittels Choice-Based Conjoint-Analyse an einer Stichprobe von 120 Studierenden der Fachhochschule.

#### ***73 % Nutzensgewinn durch personalisierte Aufbereitung der Ansprechperson***

Untersucht wurden die Elemente Gehaltsangabe, Ansprechperson, Arbeitgebersiegel, Benefits sowie das Anforderungsprofil. In einer expliziten Befragung, worin die Reihung dieser Elemente nach ihrer Wichtigkeit gefragt war, gehen das Anforderungsprofil dicht gefolgt vom Gehalt als entscheidend hervor. Die implizite Untersuchung mittels Choice-Based Conjoint-Analyse zeigt jedoch klar und deutlich: Den 120 Studierenden geht es in erster Linie weder um das Geld noch um die gestellten Anforderungen. Der entscheidende Faktor ist der persönliche Kontakt – im konkreten Fall die Ansprechperson. Dabei ist es nicht nur wichtig, dass ein/e HR-AnsprechpartnerIn angeführt wird, auch die Aufbereitung der Kontaktdaten ist entscheidend. So wird der aggregierte Nutzen der Stellenanzeige um 73 % gesteigert, bildet die Anzeige ein Foto der Kontaktperson, die E-Mail-Adresse und die Vernetzungsmöglichkeit via XING/LinkedIn ab. Je persönlicher, umso besser – lautet hier die Devise.

### Ranking nach Wichtigkeit ausgewählter Elemente einer Stellenanzeige



#### ***Mut zu mehr Persönlichkeit: So wichtig ist BewerberInnen die Ansprechperson***

Die Ergebnisse der Untersuchung unterstreichen eine Kern-Erkenntnis der BEST-RECRUITERS-Studie, nämlich dass der persönliche Kontakt entlang der Candidate Journey unabdinglich für KandidatInnen ist. Besonders inmitten einer Krise, wo nichts sicher und doch alles möglich ist, tauchen viele Fragen bei InteressentInnen auf, die sich nicht mit allgemeingültigen Q&As klären lassen. Da führt kein Weg an der Angabe der E-Mail-Adresse oder Telefonnummer vorbei. Doch auch wenn KandidatInnen keine Fragen stellen wollen, ist die persönliche Aufbereitung der Ansprechperson innerhalb der Stellenanzeige wichtig für den ersten Eindruck. Vor allem die Verlinkung auf das LinkedIn- oder XING-Profil kann dabei hilfreich sein, sich als BewerberIn ein wahrheitsgetreues Bild von einem Unternehmen und dessen Belegschaft zu machen. Besonders jetzt ist der Cultural Fit für KandidatInnen entscheidend. Ob der Schuh drückt, möchte man nicht erst feststellen, wenn man der Organisation bereits beigetreten ist. Je persönlicher und authentischer die Arbeitgeberwerte und die Employer Brand nach außen kommuniziert werden, umso geringer ist das Risiko der MitarbeiterInnen-Fluktuation, also sozusagen der Nachkaufdissonanz.

#### ***Benefits: Die Kombination aus Icon und Text macht den Unterschied***

In der impliziten Wertung kommen Benefits an zweiter Stelle und sollten idealerweise durch Text und Icons repräsentiert werden; der Nutzen der Vakanz steigt dadurch um den Wert 50 %. Ein Bild allein kann diese Wirkung nicht erzielen.

#### ***Klartext statt Wischi-Waschi: Realistische Gehaltsangabe steigert Nutzen um 7 %***

BewerberInnen bevorzugen hinsichtlich der Gehaltsangabe realistische Zahlen. Sie wollen wissen, wofür sie arbeiten, anstatt mit leeren Versprechungen gelockt zu werden. Die gesetzlich verpflichtende Auskunft über das Gehalt laut Kollektiv ist den BewerberInnen nicht aussagekräftig genug; es verringert den Nutzen der Stellenanzeige um 11 %. Bevorzugt wird hier eindeutig: Klartext statt Wischi-Waschi.

#### ***Latente Nutzensteigerung durch Arbeitgebersiegel um 25 %***

Bei expliziter Nachfrage wird das Arbeitgebersiegel im Ranking aller Elemente als am wenigsten wichtig wahrgenommen; implizit ist jedoch eine nicht zu vernachlässigende Nutzensteigerung von 25 % vorhanden. Unbewusst hinterlässt das Siegel einen positiven Impact auf die Anschauung eines Stelleninserates bzw. des Images des betreffenden Arbeitgebers.

#### ***Keywords – Kurz – Konkret: Die 3 K's des Anforderungsprofils***

Das Anforderungsprofil sollte stets auf die wesentlichen Qualifikationen und Skills für die zu besetzende Stelle reduziert werden. Überflüssige Forderungen können bei BewerberInnen zu einem Zögern oder letztendlich auch zum Absehen von einer Bewerbung führen. Es ist ratsam, konkret zu bleiben und KandidatInnen mittels attraktiver Keywords anzusprechen.

#### ***Mehr Infos zum Studiendesign***

120 Studierende der Fachhochschule Wiener Neustadt – Campus Wieselburg, durchschnittlich 25 Jahre jung, nahmen an der Untersuchung mittels Choice-Based Conjoint-Analyse teil. Der Vorteil der gewählten Methodik ist, dass implizite – also unbewusste – Verhaltensmuster und Präferenzen aufgedeckt werden können. ProbandInnen führen nicht explizit an, welches Element einer Stellenanzeige am wichtigsten ist, sondern ein Algorithmus berechnet aus den spontan gewählten Daten, welche Merkmalsausprägungen die TeilnehmerInnen bevorzugen.

Die fünf analysierten Elemente – Gehaltsangabe, Ansprechperson, Arbeitgebersiegel, Benefits sowie Anforderungsprofil – wurden in bis zu vier unterschiedlichen Ausprägungen vorgeführt.

Zur näheren Erläuterung das Beispiel der Ansprechperson:

- Kontaktmöglichkeit ohne Ansprechperson
- Kontaktmöglichkeit mit E-Mail-Adresse der Ansprechperson
- Kontaktmöglichkeit mit E-Mail-Adresse und Foto der Ansprechperson
- Kontaktmöglichkeit mit E-Mail-Adresse, Foto und LinkedIn-/XING-Profil der Ansprechperson

Zunächst wurden den ProbandInnen jeweils zwei Stellenanzeigen gezeigt, die sich visuell und inhaltlich nur minimal unterschieden – wie etwa eine realistische Gehaltsangabe im Gegensatz zu einer verpflichtenden Gehaltsangabe laut Kollektiv. Die TeilnehmerInnen sollten spontan die attraktivere Stellenanzeige wählen.

### ***Über BEST RECRUITERS***

BEST RECRUITERS, die größte unabhängige Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum, untersucht jährlich die Recruiting-Qualität von über 1.300 Arbeitgebern in D-A-CH anhand 233 wissenschaftlich fundierter Kriterien. Die umfassende Studie unterteilt sich in drei punkterelevante Säulen: Online-Recruiting-Präsenz, Online-Stellenanzeigen und Bewerbungsresonanz.

#### Rückfragehinweis:

##### ***Christina Nebel***

Project & Communication Manager

BEST RECRUITERS

[christina.nebel@career.gmbh](mailto:christina.nebel@career.gmbh)

+43 1 585 6969 - 19