

Österreichische Top-500 Unternehmen planen wieder Neueinstellungen

Monster Worldwide Recruiting Trends 2013: Wirtschaft schöpft Hoffnung

- 39,0 Prozent der offenen Stellen werden von Top-500-Unternehmen im Jahr 2013 nur schwer oder gar nicht nachbesetzt können
- Top-Trends 2013: Demografischer Wandel, Fachkräftemangel, gesetzliche Rahmenbedingungen, Mitarbeiterfluktuation und Social Media
- Wichtigster Rekrutierungskanal ist das Internet
- Dominanz der elektronischen Bewerbung

Wien, 10. April 2013 - Die österreichischen Top-500-Unternehmen erwarten eine eher positive wirtschaftliche Entwicklung und planen in diesem Jahr die Neueinstellung externer Kandidaten. So das Ergebnis der bereits im siebenten Jahr von Monster Österreich im Auftrag gegebenen Studie „Recruiting Trends 2013 Österreich“. Interviewt wurden für die Arbeitgeberuntersuchung die Top-500-Unternehmen Österreichs vom Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main in Zusammenarbeit mit Monster Österreich.

Besser als im Vorjahr

47,1 Prozent der Unternehmen erwarten eine gute Geschäftsentwicklung im Jahr 2013, 42,9 Prozent gehen von einer ausgeglichenen und 10,0 Prozent von einer schlechten Entwicklung der eigenen Geschäfte im Jahr 2013 aus. Im Vergleich zum Vorjahr geht damit ein vergleichbar großer Anteil der Studienteilnehmer von einer guten Geschäftsentwicklung aus. Dagegen steigt der Anteil der Unternehmen, die eine schlechte Geschäftserwartung äußern, im Jahresvergleich um 7,1 Prozentpunkte auf 10 Prozent.

Österreich zählt zu den fünf wachstumsstärksten Ländern Europas

In der aktuellen Konjunkturprognose der EU-Kommission wird für Österreich ein Wirtschaftswachstum von 0,7 Prozent für das laufende Jahr vorausgesagt. Österreich zählt somit zu den fünf wachstumsstärksten Ländern Europas. Diese Vorreiterstellung Österreichs in Europa wird auch mit Blick auf die Zahl der Erwerbstätigen deutlich. So ergibt sich bei der Zahl der Erwerbstätigen im vierten Quartal 2012 europaweit ein Minus von 0,3 Prozent, wohingegen Österreich mit einem Plus von 0,2 Prozent das zweitstärkste Wachstum innerhalb der europäischen Währungszone aufweist.

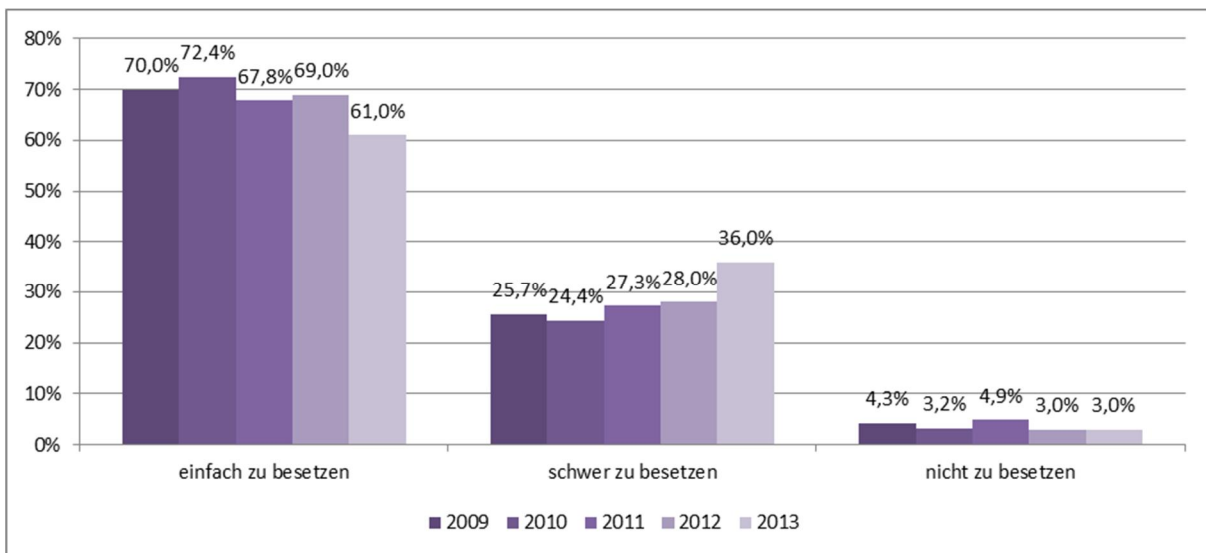
PRESSEINFORMATION

Mitarbeiter dringend gesucht

Insgesamt haben alle befragten Unternehmen im Jahr 2013 vakante Positionen zu besetzen, wobei die Mehrzahl der Unternehmen eine Wiederbesetzung freigewordener Positionen plant und nicht von einem Nettoanstieg der Mitarbeiterzahl ausgeht. Der diesjährigen Studie liegen die Antworten von 78 Unternehmen zugrunde, was einer Rücklaufquote von 15,6 Prozent entspricht. Hinsichtlich der Kriterien Mitarbeiterzahl, Umsatz und Branchenzugehörigkeit ist die Studie repräsentativ. Die Befragung wurde von September 2012 bis Jänner 2013 mittels eines Fragebogens durchgeführt, der von den Autoren der Studie entwickelt wurde.

Die Unternehmen haben aber nach wie vor Probleme bei der Besetzung offener Stellen erläutert Studienautor Dipl.-Wirtsch.-Inf. Sven Laumer von der Universität Bamberg. Darüber hinaus erwarten die 500 größten österreichische Unternehmen, dass 39,0 Prozent ihrer offenen Stellen im Jahr 2013 nur schwer oder gar nicht mit neuen Mitarbeitern besetzt werden können. Insgesamt haben alle befragten Unternehmen im Jahr 2013 vakante Positionen zu besetzen, wobei die Mehrzahl der Unternehmen eine Wiederbesetzung freigewordener Positionen plant und nicht von einem Nettoanstieg der Mitarbeiteranzahl ausgeht.

Die Besetzbarkeit offenen Stellen im Zeitablauf



Top-5-Trends und Top-5-Herausforderungen

Mitarbeiterempfehlungen und neue flexible Formen der Arbeit finden sich erstmalig in den Top-5 der wichtigsten internen Herausforderungen aus Sicht der 500 größten Unternehmen Österreichs wieder. In den Top-5 der bedeutendsten externen Trends ist hingegen die

PRESSEINFORMATION

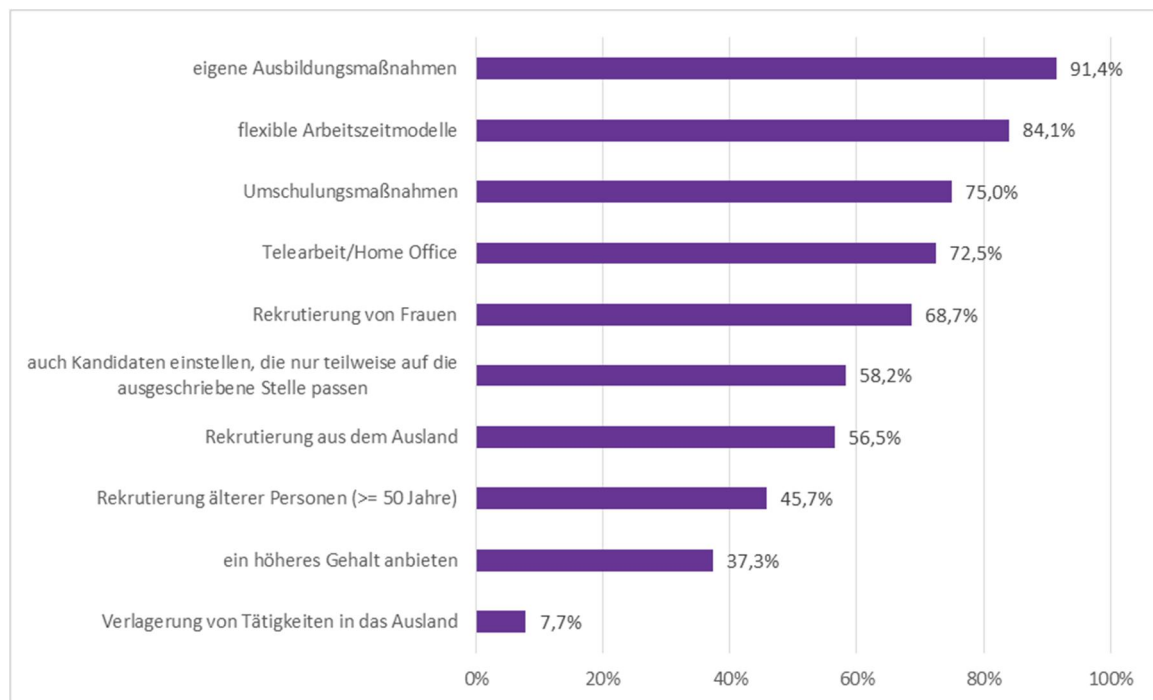
Wirtschafts- und Eurokrise im Vergleich zu 2012 nicht mehr präsent. Neu findet man hier das Thema Mitarbeiterfluktuation.

Top-5-Trends 2013 (extern)	Top-5-Herausforderungen 2013 (intern)
1) Demografischer Wandel	1) Mitarbeiterbindung
2) Fachkräftemangel	2) Internes Arbeitgeber-Image
3) Gesetzliche Rahmenbedingungen	3) Employer Branding
4) Mitarbeiterfluktuation	4) Neue flexible Formen der Arbeit
5) Social Media	5) Mitarbeiterempfehlungen

Strategien gegen Fachkräftemangel: Ausbildung und flexible Arbeitszeitmodelle

Die Top-500-Unternehmen sehen, dass die Gestaltung und Implementierung von Strategien gegen den Fachkräftemangel immer wichtiger wird, so Sven Laumer. Hier werten die Unternehmen vor allem eigene Ausbildungsmaßnahmen und flexible Arbeitszeitmodelle als geeignet, sagen jedoch zugleich auch, dass sie zunächst ihre Hausaufgaben machen müssen, um dem Fachkräftemangel mit diesen Strategien erfolgreich entgegenzutreten zu können.

Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel – ein Überblick



Dabei ist deutlich erkennbar, dass die Studienteilnehmer eigene Ausbildungsmaßnahmen (91,4 Prozent) als wichtigste Maßnahme gegen den Fachkräftemangel ansehen. Unter den

PRESSEINFORMATION

Top-3 der am besten geeigneten Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel finden sich weiterhin flexible Arbeitszeitmodelle (84,1 Prozent) und Umschulungsmaßnahmen (75,0 Prozent). Telearbeit/Home Office folgt mit 72,5 Prozent auf Platz vier. 68,7 Prozent der Teilnehmer an der Befragung sehen in der Rekrutierung von Frauen (68,7 Prozent) eine effektive Maßnahme gegen die Problematik des Fachkräftemangels.

Verlagerung ins Ausland keine Lösung für Fachkräftemangel

Noch jeweils mehr als die Hälfte der Unternehmen betrachtet in diesem Kontext die Einstellung von Kandidaten, die nur teilweise auf die ausgeschriebene Stelle passen, und die Rekrutierung aus dem Ausland als vielversprechend. Die Rekrutierung älterer Personen (45,7 Prozent) sowie das Anbieten eines höheren Gehalts (37,3 Prozent) folgen auf den Plätzen. Nur 7,7 Prozent der 500 größten Unternehmen Österreichs betrachten die Verlagerung von Tätigkeiten in das Ausland als eine geeignete Maßnahme, um aktuell schwer oder gar nicht besetzbare Stellen mittelfristig wieder besser besetzen zu können.

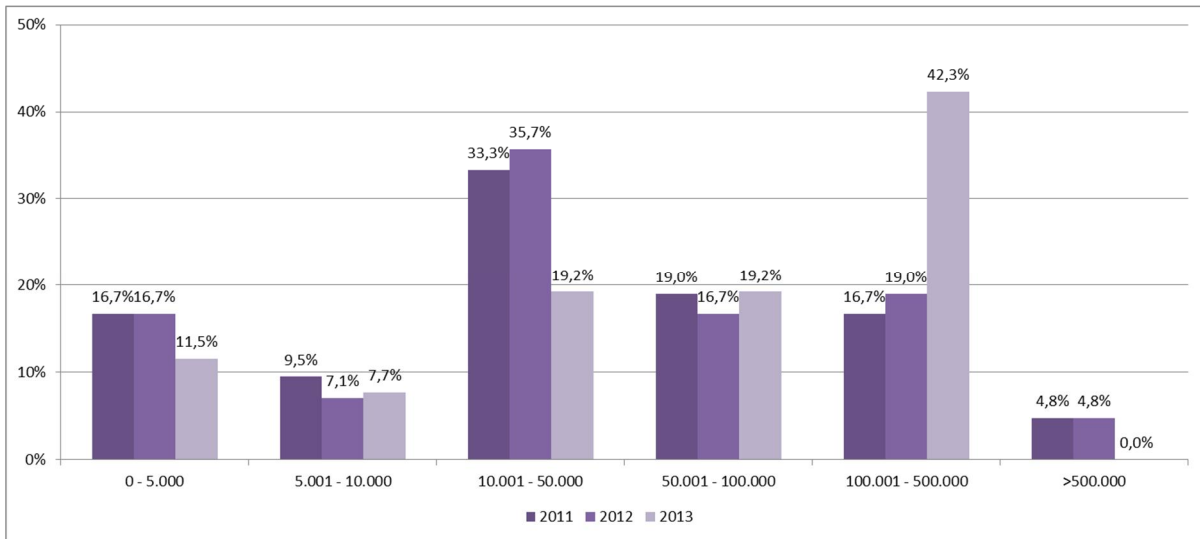
Mehr Geld für Rekrutierung

Das Rekrutierungsbudget beinhaltet alle der Personalabteilung eines Unternehmens zur Verfügung stehenden Mittel, die beispielsweise für die Veröffentlichung von Stellenanzeigen in einem Online-Karriereportal oder für die Beauftragung eines Headhunters aufgewendet werden können.

Die Abbildung veranschaulicht das den Studienteilnehmern zur Verfügung stehende Rekrutierungsbudget in Euro. Demnach verfügen 11,5 Prozent der Befragten in diesem Kontext über bis zu 5.000 Euro. 7,7 Prozent haben zwischen 5.001 und 10.000 Euro für die Rekrutierung zur Verfügung. Bei jeweils 19,2 Prozent der antwortenden Unternehmen beträgt das Rekrutierungsbudget zwischen 10.001 und 50.000 Euro sowie zwischen 50.001 und 100.000 Euro. Mit 42,3 Prozent verfügt der weitaus größte Teil der Firmen über ein Rekrutierungsbudget zwischen 100.001 und 500.000 Euro. Mehr als 500.000 Euro stehen aktuell in keinem Unternehmen für Rekrutierungszwecke bereit. Im Zeitablauf zeigt sich, dass der Anteil der Firmen, deren Rekrutierungsbudget zwischen 10.001 und 50.000 Euro beträgt, binnen zwölf Monaten um 16,5 Prozentpunkte zurückgegangen ist. Im Gegenzug ist der Anteil der Studienteilnehmer mit einem Rekrutierungsbudget zwischen 100.001 und 500.000 Euro im gleichen Zeitraum um 23,3 Prozentpunkte angewachsen.

Diese Entwicklung zeigt, dass die Top-500-Unternehmen aus Österreich im Jahr 2013 insgesamt mehr Geld für die Rekrutierung bereitstellen, als dies noch vor einem Jahr der Fall war.

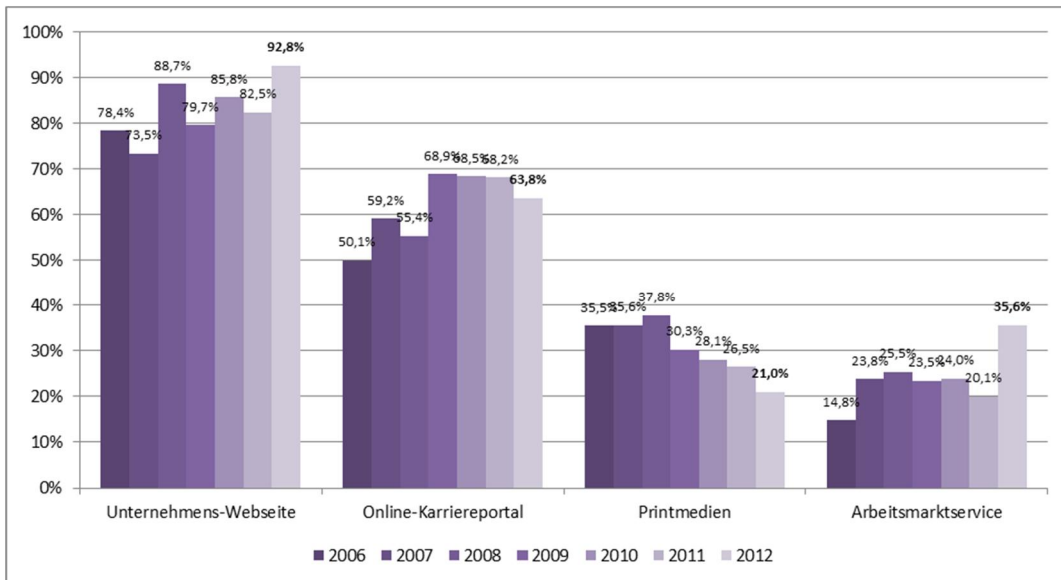
Rekrutierungsbudget in Euro im Zeitablauf



Der wichtigste Rekrutierungskanal ist das Internet

92,8 Prozent aller Vakanzen werden von den Unternehmen auf der eigenen Unternehmens-Webseite veröffentlicht. Für 63,8 Prozent aller Stellenanzeigen nutzen die Unternehmen Online-Karriereportale.

Anteil der in verschiedenen Rekrutierungskanälen veröffentlichten Vakanzen im Zeitablauf



Rückläufig ist in diesem Kontext die Verwendung von Printmedien (21,0 Prozent), wohingegen der Arbeitsmarktservice (35,6 Prozent) häufiger als im vergangenen Jahr

PRESSEINFORMATION

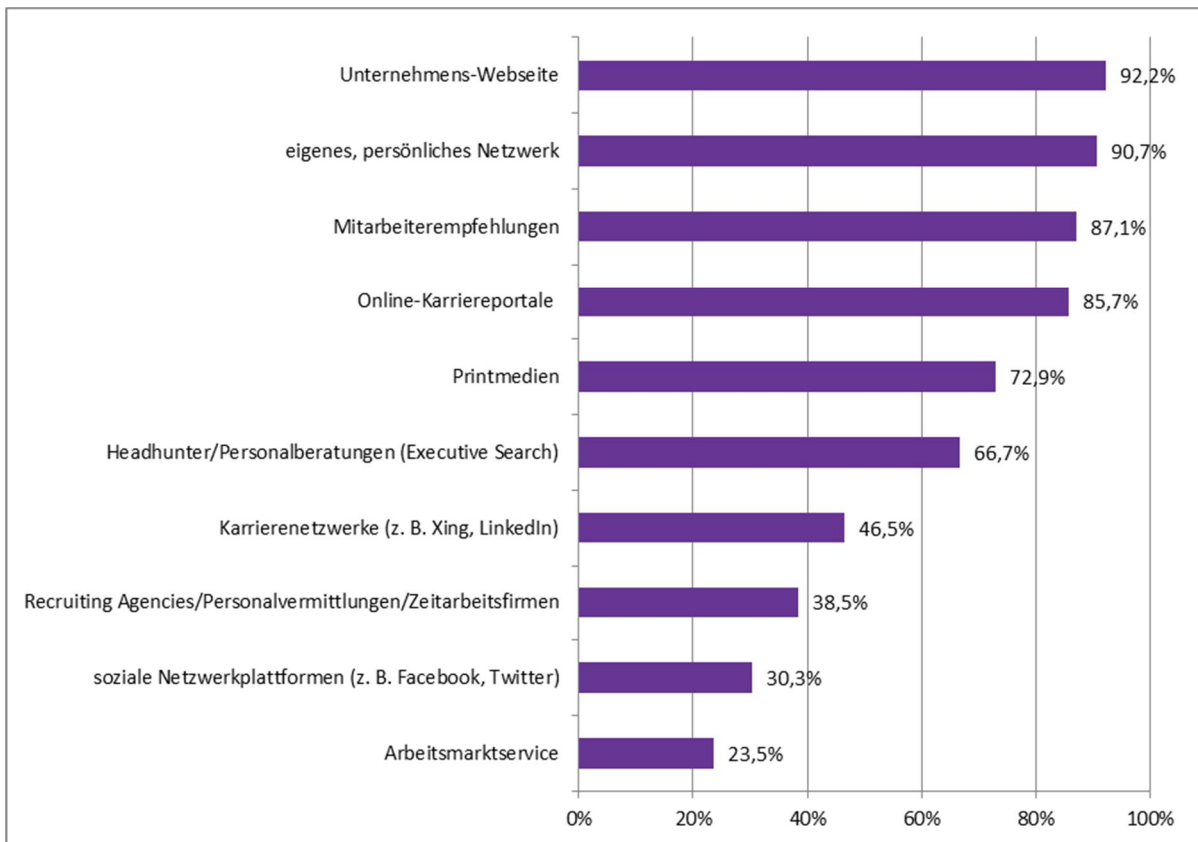
genutzt wird. Mit 69,7 Prozent gehen auch die meisten Neueinstellungen auf eine Stellenanzeige zurück, die in einem Internetkanal veröffentlicht wurde.

Effektivität der Rekrutierungskanäle

Demnach sind 92,2 Prozent aller befragten Unternehmen mit den Kandidaten, die über die eigene Unternehmens-Webseite eingestellt wurden, sehr zufrieden oder zufrieden, womit dies der effektivste Rekrutierungskanal ist. Auf den Plätzen zwei bis vier folgen das eigene, persönliche Netzwerk des Recruiters (90,7 Prozent), Mitarbeiterempfehlungen (87,1 Prozent) und Online-Karriereportale (85,7 Prozent).

„Zufrieden zeigen sich die Unternehmen dabei vor allem mit denjenigen Kandidaten, die über die eigene Unternehmens-Webseite, das persönliche Netzwerk der Recruiter oder über eine Mitarbeiterempfehlung eingestellt wurden“ erklärt Sven Laumer. „Das beste Kosten-/Nutzen-Verhältnis aller Rekrutierungskanäle haben aus Sicht der Unternehmen die eigene Unternehmens-Webseite, Mitarbeiterempfehlungen, das persönliche Netzwerk der Recruiter und Online-Karriereportale.“

Zufriedenheit mit den über verschieden Recruiting-Kanälen eingestellten Kandidaten



Letztere sind damit nach Einschätzung der Top-500-Unternehmen aus Österreich der effektivste unternehmensexterne Rekrutierungskanal. Mit Kandidaten, die über Printmedien

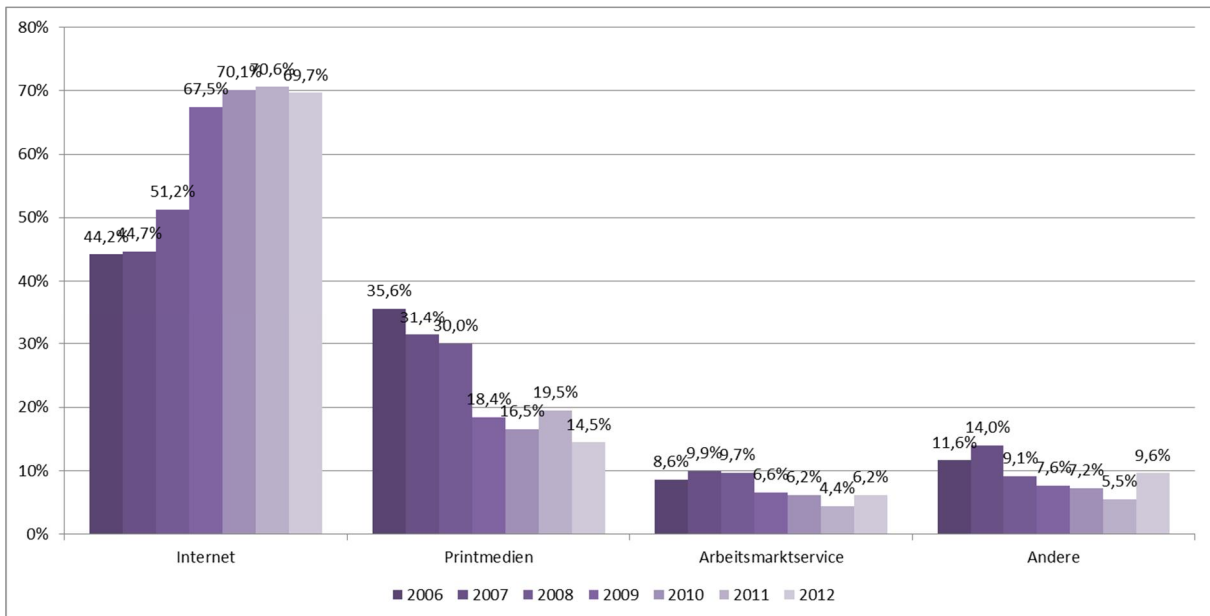
PRESSEINFORMATION

rekrutiert wurden, zeigen sich 72,9 Prozent der antwortenden Firmen zufrieden oder sehr zufrieden. Headhunter/Personalberatungen (Executive Search) schließen sich mit 66,7 Prozent, Karrierenetzwerke (z. B. Xing oder LinkedIn) mit 46,5 Prozent und Recruiting Agencies/Personalvermittlungen/Zeitarbeitsfirmen mit 38,5 Prozent an. Lediglich rund drei von zehn Unternehmen zeigen sich mit neuen Mitarbeitern zufrieden, die über soziale Netzwerkplattformen, wie Facebook oder Twitter, rekrutiert wurden. Die geringste Zufriedenheit (23,5 Prozent) herrscht mit Kandidaten, die über den Arbeitsmarktservice neu ins Unternehmen kamen.

Dominanz der elektronischen Bewerbung

Insgesamt erreichen die Top-500-Unternehmen aus Österreich mehr als acht von zehn Bewerbungen auf elektronischen Weg. 46,0 Prozent aller Bewerbungseingänge entfallen auf die E-Mail- und 39,9 Prozent auf die Formularbewerbung. Nur noch 11,3 Prozent aller eingehenden Bewerbungen sind papierbasierte Bewerbungsmappen. Diese Form der Bewerbung wird auch nur noch von lediglich 1,4 Prozent der Unternehmen bevorzugt. Dagegen präferieren 36,6 Prozent die E-Mail- und 59,2 Prozent die Formularbewerbung.

Anteil der über verschiedene Rekrutierungskanäle generierten Einstellungen im Zeitablauf

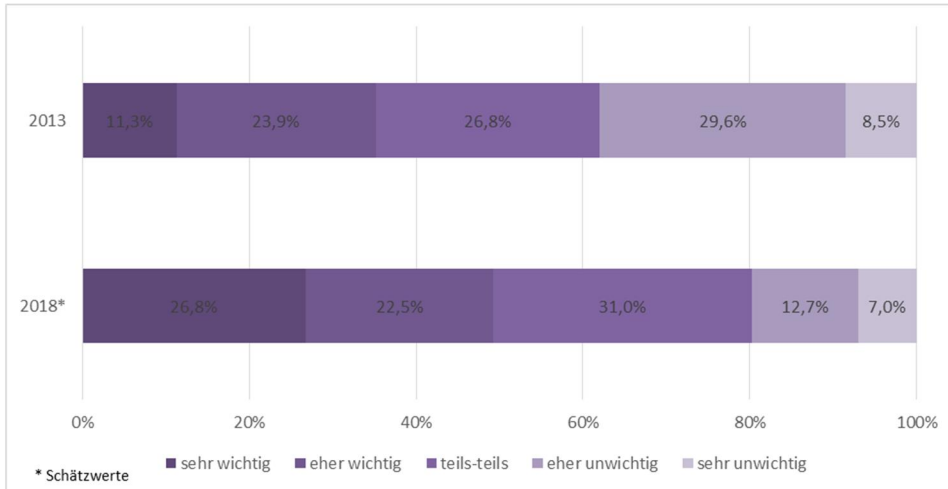


Internationale Rekrutierung gewinnt zukünftig an Bedeutung

Aktuell betrachten 35,2 Prozent aller antwortenden Unternehmen internationale Rekrutierung als wichtig. Die Zukunftsprognose der Studienteilnehmer für das Jahr 2018 besagt, dass dann bereits etwa jedes zweite Unternehmen internationale Rekrutierung als wichtig ansehen wird, so Sven Laumer.

PRESSEINFORMATION

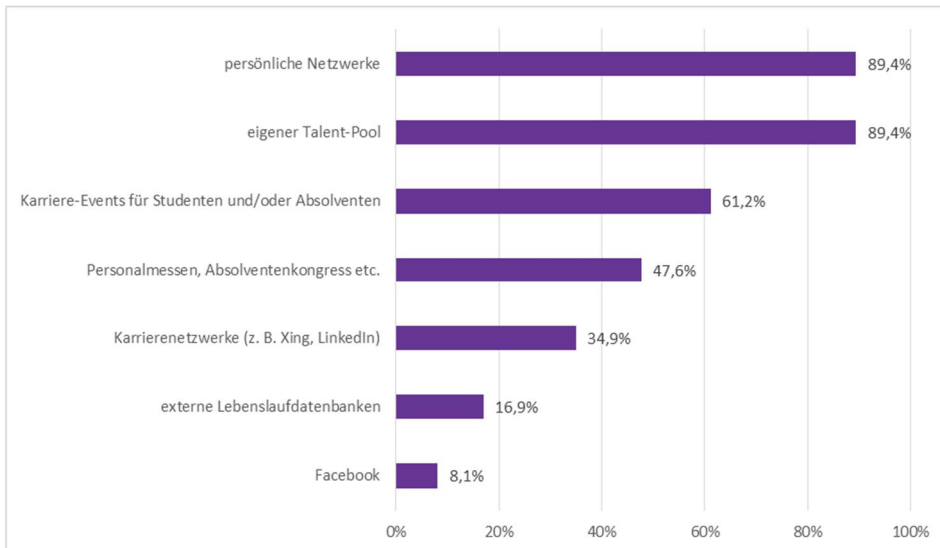
Die Bedeutung internationaler Rekrutierung heute und in fünf Jahren



Active Sourcing noch mit geringer Bedeutung

Obwohl die mit dem Begriff Active Sourcing überschriebene Direktansprache interessanter Kandidaten von den Studienteilnehmern als wichtige interne Herausforderung für die Personalbeschaffung angesehen wird, gibt es lediglich in 5,6 Prozent der antwortenden Unternehmen Mitarbeiter, die sich explizit mit Active Sourcing beschäftigen.

Die Eignung verschiedener Kanäle zur Identifikation und Direktansprache von Mitarbeitern

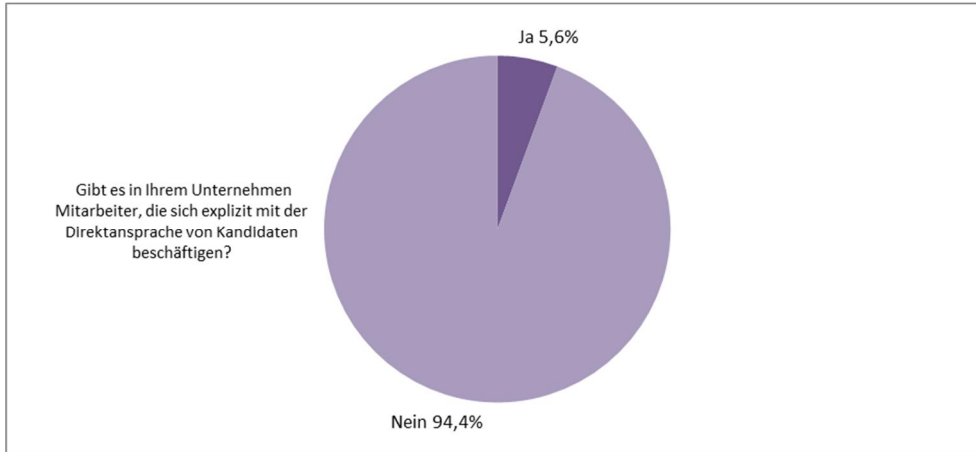


Insgesamt gehen die größten österreichischen Firmen bei 14,9 Prozent ihrer zu vergebenen offenen Stellen aktiv auf interessante Kandidaten zu. Die hierfür am besten geeigneten

PRESSEINFORMATION

Kanäle sind nach Ansicht der Unternehmen das persönliche Netzwerk der Recruiter (89,4 Prozent) sowie ein interner Talent-Pool (89,4 Prozent).

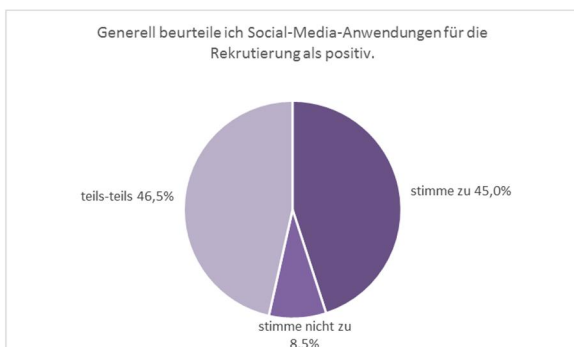
Für Active Sourcing zuständige Mitarbeiter



Wachsende Nutzung von Sozial Media

Obwohl der Einsatz von Social-Media-Anwendungen in der Personalbeschaffung von 45,1 Prozent der Teilnehmer an der Befragung generell als positiv betrachtet wird, werden Kanäle wie Xing, Facebook, oder Twitter noch vergleichsweise verhalten genutzt. 22,9 Prozent der Unternehmen nutzen Xing, um nach Informationen über bereits identifizierte Kandidaten zu suchen. 18,3 Prozent recherchieren in diesem Kanal aktiv nach interessanten Kandidaten, und 8,5 Prozent veröffentlichen Stellenanzeigen in Xing. Um für das eigene Arbeitgeber-Image zu werben, nutzen die meisten Unternehmen die Social-Media-Anwendungen Facebook (28,2 Prozent) und YouTube (17,4 Prozent).

Die Beurteilung der generellen Bedeutung von Sozial Media

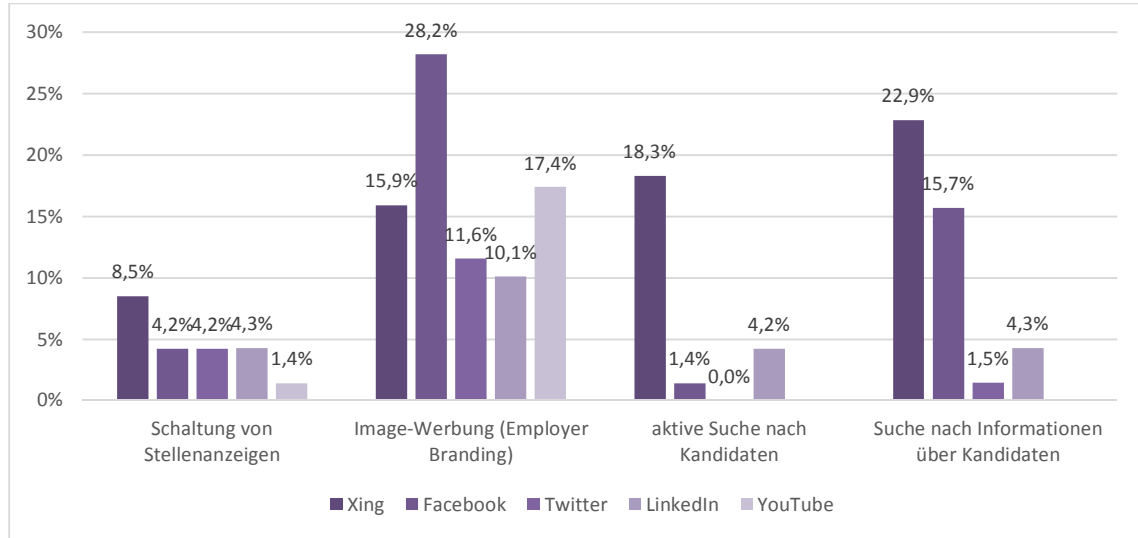


Grundsätzlich verfügt mittlerweile etwa ein Viertel der Unternehmen über eine explizite Strategie für den Einsatz von Social Media in der Personalbeschaffung, und 36,8 Prozent stimmen den Einsatz von Social Media mit anderen Aktivitäten in der Rekrutierung ab. Außerdem besitzen 23,2 Prozent der Studienteilnehmer einen Redaktionsplan zur Gestaltung des eigenen Social-Media-Auftritts. Acht von zehn Unternehmen gehen davon

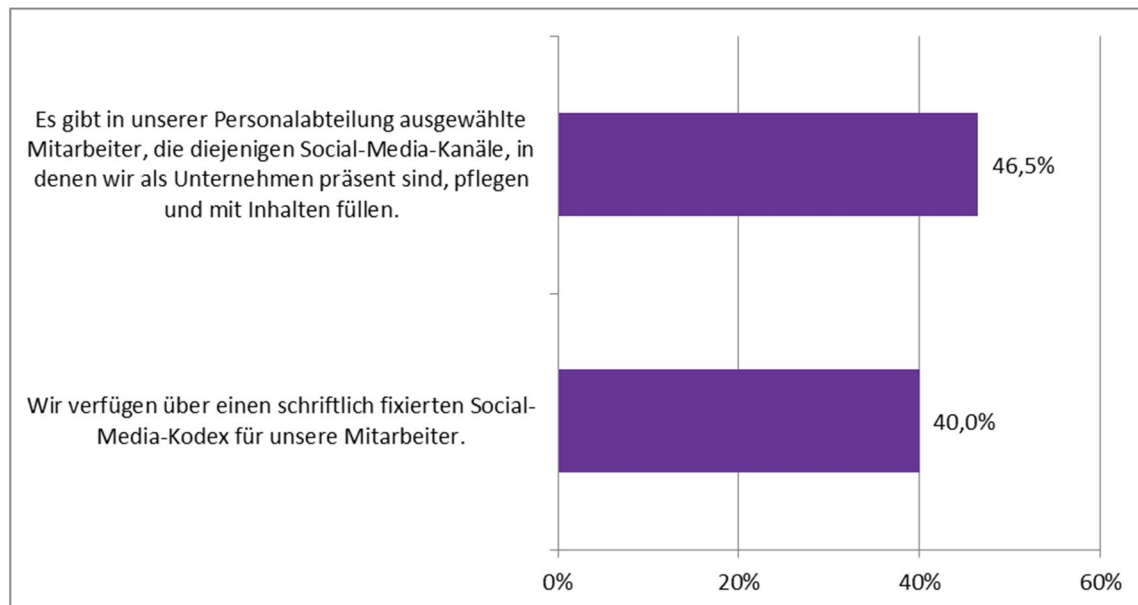
PRESSEINFORMATION

aus, dass der Einsatz von Social Media impliziert, dass die eigenen Recruiter zusätzliche und neue Fähigkeiten erlernen müssen.

Die Nutzung verschiedener Social-Media-Kanäle



Pflege von Social-Media-Kanälen und Social Media Kodex



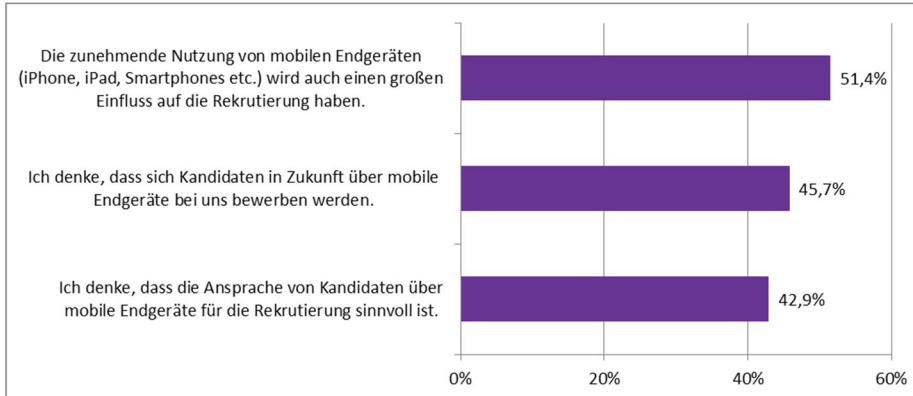
Mobile-Recruiting gewinnt an Bedeutung

Etwa jedes zweite Unternehmen ist der Ansicht, dass die steigende Nutzung von Smartphones in der Bevölkerung auch einen Einfluss auf die Personalrekrutierung haben wird. 42,9 Prozent der Unternehmen denken, dass die Ansprache von Kandidaten über mobile Endgeräte für die Personalbeschaffung sinnvoll ist. Vor diesem Hintergrund hat jedes zehnte Unternehmen die Darstellung seiner Online-Stellenanzeigen für bestimmte mobile Endgeräte optimiert, und ein Drittel der Studienteilnehmer hat eine derartige Optimierung für

PRESSEINFORMATION

die Zukunft geplant. 45,7 Prozent der antwortenden Firmen denken, dass sich Kandidaten in Zukunft über mobile Endgeräte bei ihnen bewerben werden.

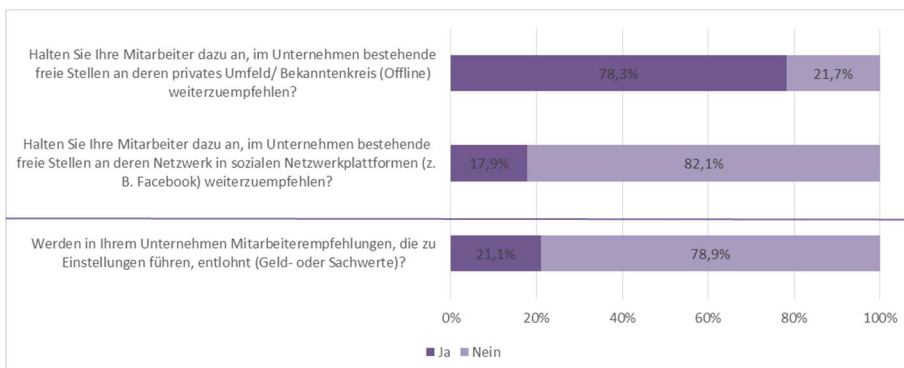
Die Bedeutung von Mobile Recruiting



Mitarbeiterempfehlungen als wichtiger Rekrutierungskanal

Etwa acht von zehn Unternehmen halten ihre Mitarbeiter dazu an, offene Stellen auch in ihrem privaten Umfeld (Offline) weiterzuempfehlen. Mit Blick auf die eigenen Online-Netzwerke in sozialen Netzwerkplattformen wie Facebook oder Twitter, fordern lediglich 17,9 Prozent der Studienteilnehmer ihre Mitarbeiter zu einer Weiterempfehlung bestehender Vakanzen auf. Eine Mitarbeiterempfehlung, die tatsächlich zu einer Einstellung führt, wird in 21,2 Prozent der Unternehmen in Form von Geld oder Sachwerten entlohnt.

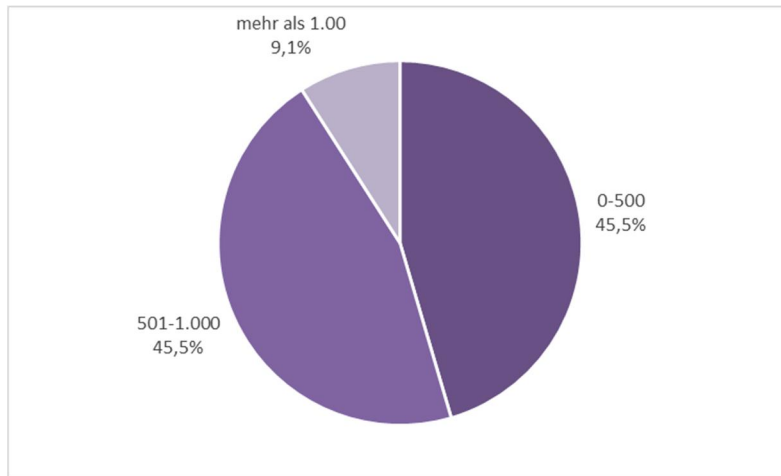
Die Bedeutung von Mitarbeiterempfehlung



Erfolgreiche Mitarbeiterempfehlungen werden in über einem Fünftel der Top-500-Unternehmen aus Österreich entlohnt. Dabei zeigt sich, dass 45,5 Prozent der antwortenden Firmen ihre Mitarbeiter für eine erfolgreiche Einstellung infolge einer Kandidatenempfehlung mit bis zu 500 Euro (in Geld- oder Sachwerten) belohnen.

PRESSEINFORMATION

Höhe der Entlohnung für erfolgreiche Mitarbeiterempfehlung



Ebenfalls 45,5 Prozent der befragten Unternehmen belohnen denjenigen Mitarbeiter, der eine letztendlich erfolgreiche Empfehlung ausgesprochen hat, mit mehr als 500 sowie bis zu 1.000 Euro. Mehr als 1.000 Euro Belohnung werden in diesem Fall in 9,1 Prozent der Unternehmen ausgeschüttet

Über Monster Österreich

Monster, <http://www.monster.at>, ist, gefolgt von seiner angeschlossenen Marke jobpilot, <http://www.jobpilot.at>, das bekannteste unter den privatwirtschaftlichen Online-Karriereportalen in Österreich* mit einem umfassenden Service- und Informationsprogramm rund um Beruf und Karriere. Das Unternehmen bringt Arbeitgeber und qualifizierte Arbeitskräfte auf allen Karrierestufen zusammen und bietet Jobsuchenden unter dem Motto „Das bessere für mich“ passgenaue Unterstützung für die individuelle Karriereplanung.

Seit 2009 ist Monster auch über Facebook (<http://www.facebook.com/MonsterAT>) und Twitter (<http://www.twitter.com/MonsterAT>) erreichbar. Firmensitz der Monster Worldwide Austria GmbH ist Wien. Die Monster Worldwide Austria GmbH ist ein Tochterunternehmen der Monster Worldwide Deutschland GmbH mit Sitz in Eschborn bei Frankfurt/Main. Monster Worldwide ist seit 1994 ein weltweit führendes Portal für Online-Rekrutierung und unterstützt Menschen dabei, ihre Lebensziele zu verwirklichen. Monster Worldwide ist den Märkten Europa, Nordamerika und Asien präsent. Monster Worldwide ist an der New York Stock Exchange gelistet (NYSE: MWW).

* ACNielsen . Mai 2012

PRESSEINFORMATION



Bildtext: *zum siebenten Mal lotet Monster.at mit den Monster Recruiting Trends 2013 die Stimmungslage unter den Top-500-Unternehmen in Österreich aus. Im Vergleich zu vielen anderen Studien handelt es sich dabei um eine repräsentative Befragung, erläutert Mag. (FH) Barbara Riedl-Wiesinger, Country Manager & Sales Director Monster Worldwide Austria.*

Fotos und Grafiken Monster Worldwide Austria GmbH; Abdruck honorarfrei

Ansprechpartner für die Medien:

Monster Worldwide Austria GmbH

Mag. (FH) Barbara Riedl-Wiesinger
Country Manager & Sales Director Austria
Telefon: +43.1.532 12 31-0
E-Mail : presse@monster.at
Web: www.monster.at, www.jobpilot.at

Reichl und Partner PR

Dr. Wolfgang Wendy
Tel : +43 664 828 40 76
E-Mail : wolfgang.wendy@reichlundpartner.at
Web: <http://www.reichl-presseportal.at/monster.at>