



Medieninformation

willhaben präsentiert die Job-Trends des Jahres 2019

Wien, 22. Jänner 2019. „Recruitment Marketing, Employer Branding oder die Candidate Experience“, sind für Markus Zink, Head of Jobs und Karriere bei willhaben, die wichtigsten Schlagworte für den HR-Bereich im Jahr 2019. „Denn Unternehmen müssen zunehmend mehr um die Gunst neuer Bewerber und vor allem junger Talente kämpfen“, so Zink weiter, bevor er die wichtigsten Trends für das Jahr 2019 vorstellt:

Der Aufstieg des Recruitment Marketings

Ein ganz klarer Trend ist jener, dass der Bereich Marketing im Recruiting immer wichtiger wird. Arbeitgeber können heute nicht mehr darauf vertrauen, dass sich die richtigen Kandidatinnen und Kandidaten bei ihnen melden und bewerben, sondern sie gehen aktiv auf potentielle neue Mitarbeiter zu. Und genau hier kommen die Marketingmaßnahmen zum Tragen. Denn was viele Unternehmen sehr gut können, ist es, auf ihre Kunden zuzugehen, deren Bedürfnisse zu kennen und dann entsprechende Marketingmaßnahmen zu setzen. Wieso also nicht diese Tricks und Kniffe auch im Recruiting anwenden? In der Praxis sind das drei Schritte – noch vor der eigentlichen Bewerbung: Bewusstsein schaffen, als potentieller Arbeitgeber berücksichtigt werden und Interesse wecken. Werden diese Schritte eingehalten, ist der Weg zu den Bewerbern, die perfekt zum Unternehmen passen, leichter.

Know your Image oder die Wichtigkeit von Employer Branding

75 % aller Job-Suchenden recherchieren vorab das Image eines potentiellen Arbeitgebers. So lautete das Ergebnis einer Studie von LinkedIn. Unternehmen mit schlechtem Image haben es nicht nur schwerer, Kunden zu gewinnen – sondern auch neue Mitarbeiter. Unter Employer Branding versteht man die identitätsbasierte Positionierung eines Unternehmens als Arbeitgeber und dieses hilft dabei, den einzigartigen Charakter sichtbar zu machen, damit Firmen die Aufmerksamkeit bekommen, die sie verdienen. Für welche Werte ein Unternehmen und dessen Kultur stehen, sollte nicht nur intern klar sein, sondern ebenso nach außen getragen werden, damit es auch potentielle Mitarbeiter wissen. Ein Mittel dafür ist beispielsweise eine seriöse und regelmäßige Social Media-Präsenz bzw. ein überzeugender Arbeitgeberbereich auf der Unternehmenswebsite. Es gibt einen Wuzzler, an dem die Mitarbeiter gerne Pause machen? Und auch bereits ein cooles Foto davon? Dann ab auf die Website, Instagram oder Facebook!

Laut einer Studie aus dem Jahr 2018 von Randstad zum Thema Employer Branding stehen neben einem attraktiven Gehalt bzw. Sozialleistungen, berufliche Sicherheit und eine angenehme Arbeitsatmosphäre bei der Auswahl eines neuen Arbeitgebers ganz oben auf der Liste. Und Firmen mit einer starken Arbeitgebermarke erhalten doppelt so viele Bewerbungen wie Unternehmen mit einer schwachen Arbeitgebermarke. 50 % der Kandidaten würden nicht für ein Unternehmen mit einer



schlechten Reputation arbeiten – auch nicht dann, wenn sie ein höheres Gehalt bekämen – das ergab die oben zitierte Studie. Denn durch das positive Image wird die Bekanntheit erhöht, danach das Interesse geweckt, das dann zu Neugierde und einer Dialogabsicht führt und dann folgt die konkrete Bewerbungsabsicht. Und das kann Employer Branding. Für 2019 sollten Arbeitgeber daher hier ganz klar einen Schwerpunkt setzen, denn sonst könnten freie Schreibtisch-Plätze noch etwas länger frei bleiben.

Würden Bewerber dem Unternehmen 10 von 10 Punkten geben

Das Internet hat mit seiner immensen Reichweite das Leben vieler Unternehmen leichter gemacht – sie aber auch vor Herausforderungen gestellt. So auch bei der Candidate Experience. Sollte ein potentieller neuer Mitarbeiter beim Bewerbungsprozess unzufrieden sein – weil er beispielsweise über zwei Wochen oder länger keine Antwort vom Unternehmen bekommen hat – wird er das im Internet kundtun und damit auch andere potentielle Bewerber abschrecken. Es geht also 2019 darum, eine gute Bewerbungs-Anlaufstelle zu sein. Das bedeutet: Bewerbungsprozesse verfeinern, Anonymität vermeiden, jeden Bewerber als Individuum wahrnehmen und diesem auf Augenhöhe begegnen. Und das sollte auch bei einer Absage der Fall sein. Die Erfahrungen des Bewerbers sollten daher immer positive sein. Das heißt, keine vorgeschriebenen Floskeln, sondern ehrlich sein und kommunizieren, woran es gelegen hat. Denn das wird positiv wahrgenommen und dann auch so weitergetragen.

Datenschutz auch bei Bewerbungen

Das große Thema des Jahres 2018 wird uns auch 2019 noch weiter beschäftigen: Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Und auch beim Bewerbungsverfahren gibt es auf Seiten der Arbeitgeber einige Sachen, die beachtet werden müssen. So muss beispielsweise seit dem Inkrafttreten ein verschlüsselter Kanal angeboten werden, wo Interessenten ihre Daten an das Unternehmen schicken können. Darüber hinaus muss das Unternehmen dann dem Bewerber mitteilen, wie und wie lange seine Daten im Unternehmen behalten werden. Sollte ein Unternehmen einen Bewerber ablehnen, seine Daten aber für eine potentiell andere Stelle auch noch nach sechs Monaten behalten wollen, muss für diese Aufbewahrung um Erlaubnis gefragt werden. Die meisten Sachen können mit einer automatischen Eingangsbestätigung gelöst werden, doch sie sollten unbedingt gelöst werden – denn sonst drohen Geldstrafen.

Pressekontakte:

Andreas Pucher

Marketing & PR / willhaben

Tel.: 0699/1303 1518

E-Mail: andreas.pucher@willhaben.at



Thomas Reiter

Reiter PR

Tel.: 0676/66 88 611

Email: thomas.reiter@reiterpr.com