

**Presseinformation „Recruiting Trends 2011 Schweiz“
Eine Befragung der Schweizer Top-500-Unternehmen**

Studie: Die meisten Einstellungen über Stellenbörsen, Social Media noch wenig wichtig für Personalsuche

- **Monster.ch, das bekannte Schweizer Karriereportal, präsentiert im fünften Jahr die Ergebnisse der Arbeitgeberstudie „Recruiting Trends 2011 Schweiz“ bei den Schweizer Top-500-Unternehmen**
- **Das Internet ist das mit Abstand wichtigste Medium für die Personalsuche**
- **Einsatz Social Media: Weniger für die Personalsuche als für die Informationsbeschaffung über Kandidaten**

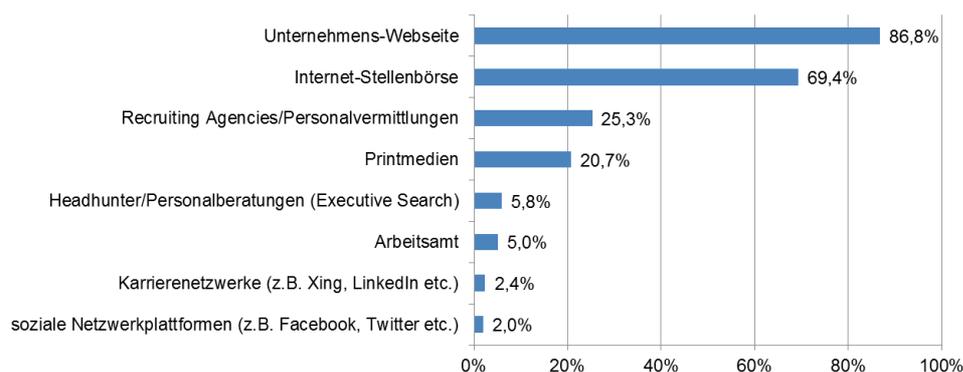
Zürich, 10. Mai 2011 – Im Internet werden nicht nur die weitaus meisten freien Stellen ausgeschrieben, über Online-Kanäle – allen voran über Stellenbörsen – werden auch die meisten neuen Mitarbeitenden eingestellt. Social Media nutzen die Unternehmen noch verhalten für die Personalsuche, gerne aber für die Informationsbeschaffung über potenzielle Kandidaten.

Diese und andere interessante Erkenntnisse resultieren aus der repräsentativen Arbeitgeberstudie „Recruiting Trends 2011 Schweiz“, die Monster Schweiz im fünften Jahr in Folge publiziert. Durchgeführt wurde sie zwischen Ende November 2010 und Mitte März 2011 bei den Schweizer Top-500-Unternehmen vom Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main. Die breit angelegte Umfrage dokumentiert die wichtigsten Trends und Herausforderungen der Personalbeschaffung in der Schweiz und enthält Einschätzungen der Wirtschaft zur Entwicklung des Arbeitsmarkts.

Mit 20,7 Prozent fand 2010 noch rund jede fünfte Vakanz den Weg in den klassischen Stellenanzeiger eines Printmediums.

86,8 Prozent aller offenen Stellen schrieben die Unternehmen 2010 auf den eigenen Webseiten und 69,4 Prozent in einer Online-Stellenbörse aus. Mit 25,3 Prozent wurden immer noch mehr offene Stellen über Personalvermittlungen als über Printmedien angeboten. Headhunter wurden mit der Besetzung von 5,8 Prozent der Profile beauftragt, die Regionalen Arbeitsvermittlungszentren RAV mit 5 Prozent. Karrierenetze wie Xing oder LinkedIn sowie soziale Netzwerkplattformen wie Facebook oder Twitter spielten mit 2,4 bzw. 2 Prozent für die Rekrutierung noch eine klare Nebenrolle.

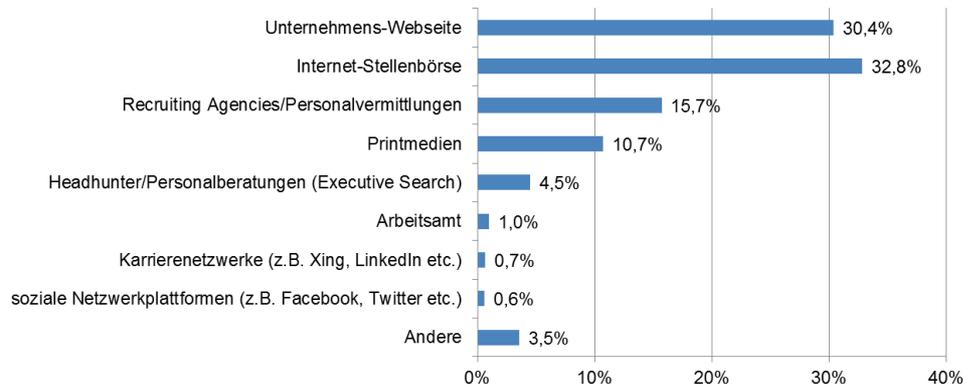
Grafik: Anteile der in verschiedenen Rekrutierungskanälen veröffentlichten Vakanzen*



*Mehrfachnennung war möglich, wenn eine Vakanz in mehreren Kanälen gleichzeitig veröffentlicht wird.

Auch wenn die rekrutierenden Unternehmen die meisten Stellen auf der eigenen Webseite veröffentlichen – die Online-Stellenbörsen sind als externer Kanal das erfolgreichere Medium. Fast jede dritte Stelle (32,8 Prozent) wurde 2010 über eine Anzeige auf einer Stellenbörse besetzt, gefolgt von 30,4 Prozent der Einstellungen über die eigene Webseite, 15,7 Prozent über Personalvermittlungen und 10,7 Prozent über Printanzeigen. Für 4,5 Prozent wurden Headhunter und für 3,5 Prozent andere Kanäle (z.B. Mitarbeiterempfehlungen oder Personalmessen) genannt. Das RAV (1 Prozent), Online-Karrierenetze (0,7 Prozent) und soziale Netzwerkplattformen (0,6 Prozent) schnitten im Vergleich eher bescheiden ab.

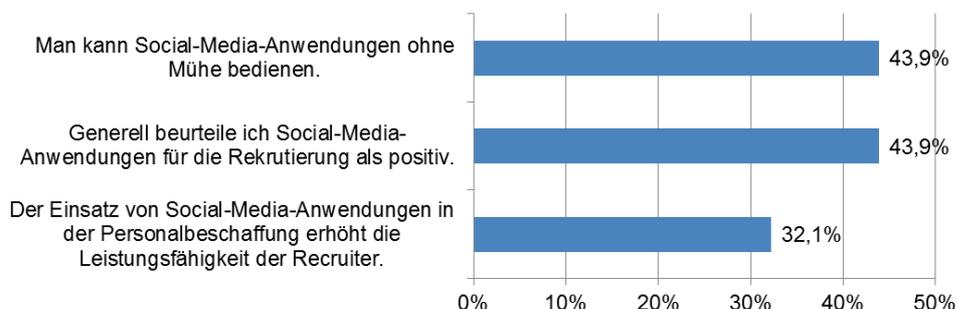
Grafik: Anteile der über verschiedene Rekrutierungskanäle generierten Einstellungen



„Tatsächlich sind die Online-Stellenbörsen für einen noch weitaus grösseren Anteil der Einstellungen verantwortlich. Anzeigen in diesem Kanal bedeuten beträchtlichen zusätzlichen „Traffic“ für eine Unternehmens-Webseite und sind damit oft auch für viele der über die Website eingegangenen Bewerbungen verantwortlich“, kommentiert Dr. Falk von Westarp, Country Manager Switzerland bei Monster Worldwide, das Resultat und ergänzt: „Effektiv werden über Online-Stellenbörsen bis zu zwei Dritteln der Einstellungen realisiert“.

Welche Rolle spielen Social Media bei der Personalbeschaffung? Jeweils 43,9 Prozent der befragten Personalverantwortlichen geben an, Social-Media-Anwendungen mühelos bedienen zu können und attestieren ihnen einen positiven Effekt für die Rekrutierung. 32,1 Prozent denken gar, dass diese Plattformen die Leistungsfähigkeit der Recruiter erhöhen.

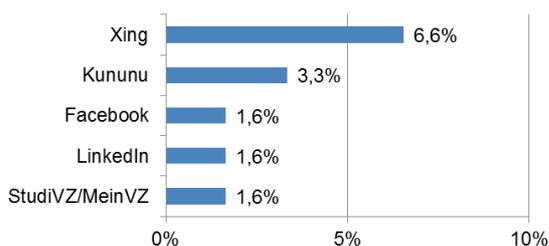
Grafik: Generelle Einstellung der Personalverantwortlichen gegenüber Social Media für die Rekrutierung*



*Anteile derjenigen Unternehmen, die den Aussagen zustimmen

Zur Schaltung von Stellenanzeigen werden diese Kanäle jedoch eher verhalten genutzt. 6,6 Prozent der Befragten platzieren regelmässig Anzeigen in Xing, 3,3 Prozent in Kununu. Nicht nennenswert berücksichtigt werden hierfür Facebook, LinkedIn oder StudiVZ/MeinVZ mit jeweils 1,6 Prozent der Nennungen.

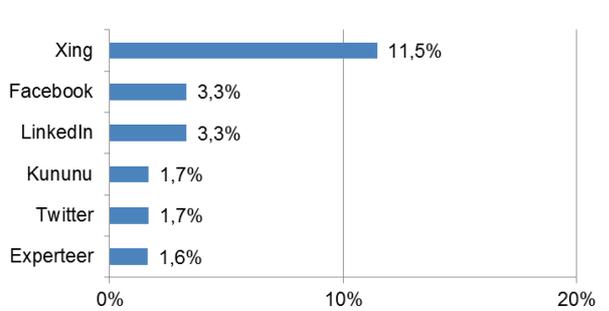
Grafik: Nutzung von Social-Media-Anwendungen zur Schaltung von Stellenanzeigen*



*Anteile derjenigen Unternehmen, die die angegebenen Social-Media-Anwendungen sehr häufig, häufig oder regelmässig nutzen.

Auch für die aktive Suche nach Kandidaten setzen die Unternehmen nur am Rande auf Social Media. Immerhin 11,5 Prozent nutzen hierfür regelmässig das Karrierenetzwerk Xing. Kaum aktiv genutzt werden Facebook und LinkedIn (jeweils 3,3 Prozent), Kununu und Twitter (jeweils 1,7 Prozent) und Experteer (1,6 Prozent).

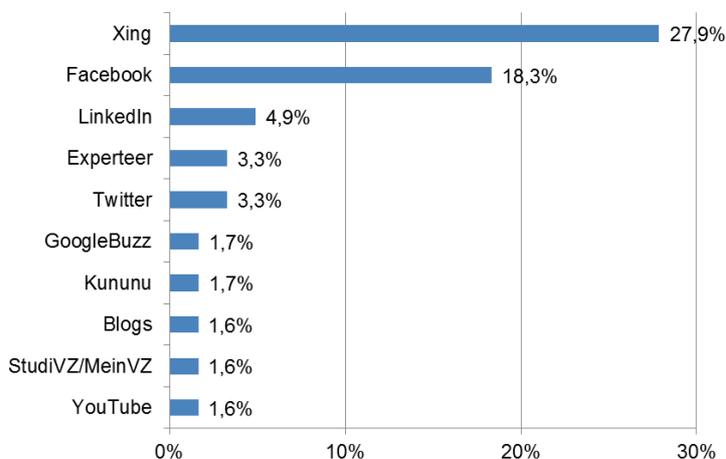
Grafik: Nutzung von Social-Media-Anwendungen für die aktive Suche nach Kandidaten*



* Anteile derjenigen Unternehmen, die die angegebenen Social-Media-Anwendungen sehr häufig, häufig oder regelmässig nutzen

Umso interessanter scheinen Social Media aber als Plattformen für die Informationsbeschaffung über Kandidaten zu sein: 27,9 Prozent der Unternehmen schauen sich regelmässig Profile in Xing und 18,3 Prozent die persönlichen Seiten in Facebook an, 4,9 Prozent konsultieren LinkedIn. Wenig Beachtung finden Experteer und Twitter mit jeweils 3,3 Prozent, Google Buzz und Kununu mit jeweils 1,7 Prozent sowie StudiVZ/MeinVZ, YouTube und Blogs mit jeweils 1,6 Prozent.

Grafik: Nutzung von Social-Media-Anwendungen für die aktive Suche nach Informationen über bereits identifizierte Kandidaten*



* Anteile derjenigen Unternehmen, die die angegebenen Social-Media-Anwendungen sehr häufig, häufig oder regelmässig nutzen

In einer nachfolgenden Presseinformation werden weitere Studienresultate kommuniziert:

- Die weitaus meisten Bewerbungen treffen neu per E-Mail ein, die Bewerbungsmappe verliert stark an Bedeutung.

Über die Studienreihe „Recruiting Trends“

Die „Recruiting Trends 2011 Schweiz“ sind der Ergebnisbericht einer Arbeitgeberbefragung, die Monster.ch beim Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main zum fünften Mal in Auftrag gegeben hat. Im Zeitraum zwischen November 2010 und März 2011 wurden die Schweizer Top-500-Unternehmen zum Status Quo im Personalwesen und zu den Einschätzungen der zukünftigen Entwicklungen in den Human Resources befragt. Die Erhebung hat das Ziel, langfristige Trends im Recruiting zu erkennen, besser zu verstehen und wertvolle Handlungsempfehlungen für die Praxis der Personalbeschaffung abzuleiten.

Die vollständige Studie kann bei der Monster Switzerland AG über die E-Mail-Adresse recruitingtrends@monster.ch kostenlos bezogen werden.

Über Monster Schweiz

Monster Schweiz (www.monster.ch) ist ein führendes Karriere-Portal im Internet 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 passgenaue Unterstützung für die individuelle Karriereplanung. Der Firmensitz der Monster Worldwide Switzerland AG ist Zürich. Die Monster Worldwide Switzerland AG ist ein Tochterunternehmen der Monster Worldwide Inc. mit Sitz in New York. Monster Worldwide ist seit 1994 ein weltweit führendes Portal für Online-Rekrutierung und unterstützt Menschen dabei, ihre Lebensziele zu verwirklichen. Monster Worldwide ist in Märkten in Europa, Nordamerika, Lateinamerika und Asien präsent. Monster Worldwide ist an der New York Stock Exchange gelistet (NYSE: MWW) und im Aktienindex S&P 500 notiert.

Anfragen für Interviews

Michel Ganouchi
Head of Marketing
Mobile: 079 608 63 57
Download der Pressemitteilung: <http://presse.Monster.ch>

Weitere Informationen

Monster Worldwide Switzerland AG
Michel Ganouchi
Head of Marketing
Bändliweg 20, 8048 Zürich
Tel.: 043 499 44 08, Fax: 043 499 44 44
E-Mail: michel.ganouchi@Monster.ch