

## Studie: Generation Y beklagt Stellenanzeigen von der Stange

### Aktuelles ABSOLVENTA GenY-Barometer ermittelt Verständigungsproblem zwischen ausschreibenden Arbeitgebern und jobsuchenden Kandidaten

BERLIN / ESSEN, 28.05.2016. Berufsstarter gehen hart mit Arbeitgebern und deren Stellenanzeigen ins Gericht. Das ist das Ergebnis des gerade in Berlin veröffentlichten GenY-Barometers, den das Karriere-Netzwerk ABSOLVENTA quartalsweise gemeinsam mit der Hochschule Koblenz erhebt. Demnach sagen 89 Prozent der befragten Berufsanfänger, dass Arbeitgeber in ihren Anzeigen kein authentisches Bild von sich vermitteln. Zudem kritisiert die viel zitierte Generation Y die sprachliche Monotonie der Stellenanzeigen. Neun von zehn Befragten finden, dass die immer gleichen Begrifflichkeiten die Unternehmen austauschbar erscheinen lassen, was wiederum 85 Prozent stört. Diese Sichtweise führt zu einem ernsten Verständigungsproblem zwischen Arbeitgebern und Kandidaten, von denen satte 83 Prozent kaum verstehen, was im Rahmen der Ausschreibungen eigentlich von ihnen erwartet wird.

#### Berufsstarter: Arbeitgeber verlangen viel, liefern vorab aber wenig

Ein weiterer wesentlicher Kritikpunkt aus Sicht der Generation Y: 77 Prozent von ihnen finden, dass Arbeitgeber in ihren Stellenanzeigen zu hohe Ansprüche an den Bewerber richten. Dies sei, so die befragten Kandidaten, auch deshalb kritisch, weil die Personalabteilungen das selbst in vielen Fällen nicht vorlebten. Hintergrund: Sieben von zehn Berufsstartern sind der Meinung, dass einerseits hochwertige Bewerbungen erwartet werden, während die Arbeitgeber diese Anforderung in Stellenanzeigen selbst nicht erfüllen. Das offensichtliche Verständigungsproblem zwischen Arbeitgeber und Bewerber erfordert einen neuen Stil für Stellenanzeigen. Prof. Dr. Christoph Beck von der Hochschule Koblenz dazu: „Viele Kandidaten haben offenbar den Eindruck, dass Arbeitgeber nur Stellenanzeigen von der Stange produzieren. Das kann dazu führen, dass sie sich in dem hochemotionalen Job-Umfeld nicht genügend abgeholt fühlen. Arbeitgeber, die hier einen neuen redaktionellen Stil entwickeln, werden zukünftig bessere Chancen haben, die besten Talente für sich zu gewinnen. Da gilt die Faustformel: Maßkonfektionen, passgenau für die jeweilige Zielgruppe, sitzen einfach besser.“

#### Positionsmarketing schlägt Employer Branding

Ein weiteres interessantes Ergebnis des ABSOLVENTA GenY-Barometers: Personalmarketing und zu viele Informationen zur Arbeitgebermarke haben nach Meinung der Young Professionals nicht viel in einer Online-Stellenanzeige verloren. Bestes Beispiel: Unternehmensvideos finden 89 Prozent der

PRESSEKONTAKT ABSOLVENTA jobnet | Sascha Theisen | Tel. +49 (0)221 / 3466 8237 | E-Mail: presse@absolventa.de

Die FUNKE MEDIENGRUPPE ist auf dem Weg, das beste Medienhaus in Deutschland zu werden. Der Fokus liegt auf zwei Geschäftsfeldern: Regionalmedien sowie Frauen- und Programmzeitschriften. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.000 „Medienmacher“ arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter „Berliner Morgenpost“, „Braunschweiger Zeitung“, „Hamburger Abendblatt“, „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ und „Thüringer Allgemeine“. Im Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie „Hörzu“, „Gong“, „TV Digital“, „die aktuelle“, „Frau im Spiegel“ oder „Bild der Frau“. Hinzu kommen zahlreiche Tier-, Rätsel-, Spezialzeitschriften und Lebensart-Magazine. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert („Kronen Zeitung“, „Kurier“).

Befragten eher unwichtig – ebenso Verlinkungen zu Social Media Plattformen des Arbeitgebers (71 Prozent). Ausdrücklich gewünscht dagegen: die Verlinkung zur Karriere-Webseite des Arbeitgebers, die 82 Prozent wichtig finden, um sich bei Bedarf weiterführend informieren zu können.

„Eine der wesentlichen Erkenntnisse der Analyse besagt, dass Bewerber Stellenanzeigen fernab von jeglichen Diskussionen um Employer Brands und Personalmarketing bewerten. Kandidaten verstehen sie als Informationsinstrument rund um eine zu besetzende Position. Diese sollte aus ihrer Sicht besser umschrieben werden. Arbeitgeber sind also aufgefordert, hier eine neue Sprache zu entwickeln, die sie von anderen Unternehmen abgrenzt und eben nie die konkrete Position aus den Augen verliert“, so Christoph Beck.

### Über ABSOLVENTA Jobnet

Die Absolventa GmbH beschäftigt rund 50 Mitarbeiter und hat ihr Büro im Herzen von Berlin. Mit dem ABSOLVENTA Jobnet bietet das Unternehmen ein Karrierenetzwerk mit der Zielgruppe Schüler, Studenten, Absolventen und Young Professionals. Es besteht aus der Jobbörse ABSOLVENTA, dem Traineeportal TRAINEE-GEFLÜSTER, der Praktikumsbörse PRAKTIKUM.INFO und seit Oktober 2015 dem Ausbildungsportal AZUBI.DE. Komplettiert wird das Netzwerk durch die Auszeichnung für karrierefördernde und faire Trainee-Programme. Seit März 2015 gehört ABSOLVENTA zur FUNKE MEDIENGRUPPE.

PRESSEKONTAKT ABSOLVENTA jobnet | Sascha Theisen | Tel. +49 (0)221 / 3466 8237 | E-Mail: presse@absolventa.de

Die FUNKE MEDIENGRUPPE ist auf dem Weg, das beste Medienhaus in Deutschland zu werden. Der Fokus liegt auf zwei Geschäftsfeldern: Regionalmedien sowie Frauen- und Programmzeitschriften. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.000 „Medienmacher“ arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter „Berliner Morgenpost“, „Braunschweiger Zeitung“, „Hamburger Abendblatt“, „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ und „Thüringer Allgemeine“. Im Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie „Hörzu“, „Gong“, „TV Digital“, „die aktuelle“, „Frau im Spiegel“ oder „Bild der Frau“. Hinzu kommen zahlreiche Tier-, Rätsel-, Spezialzeitschriften und Lebensart-Magazine. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert („Kronen Zeitung“, „Kurier“).