

Presseinformation

Jobsuche im Netz: Web 1.0 geht vor 2.0

- **Arbeit finden: Klassische Online-Stellenbörsen beliebter als Social Media**

Rund zwei von drei Social Media-Nutzern suchen Stellenangebote im Internet

Hamburg, den 11. März 2015 – 65 Prozent der Social Media-Nutzer in Deutschland suchen regelmäßig oder von Zeit zu Zeit im Internet nach neuen Jobs. Dabei setzen sie aber in erster Linie auf klassische Web 1.0-Angebote wie Online-Stellenbörsen. Soziale Medien spielen bei der Suche nach einem Arbeitsplatz hingegen auch für die Web 2.0-User nur eine untergeordnete Rolle. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2014/2015“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor.

Auch Web 2.0-affine User setzen in erster Linie auf klassische Stellenbörsen

Führend bei der Jobsuche im Internet sind dedizierte Online-Stellenbörsen wie Jobscout24 und Stepstone. 71 Prozent der Social Media-Nutzer, die sich im Internet über Stellenangebote informieren, suchen hier. Dicht auf folgt das Online-Portal der Bundesagentur für Arbeit mit 67 Prozent. Platz drei sichern sich mit 36 Prozent die Online-Stellenmärkte der Tageszeitungen.

Wenn Social Media, dann Xing

Unter den Sozialen Medien kommt bei der Jobsuche am häufigsten Xing zum Einsatz – 16 Prozent der jobsuchenden Social Media-Nutzer informieren sich in dem beruflichen Netzwerk über Stellenangebote. Konkurrent LinkedIn schafft es nur auf magere vier Prozent und liegt damit noch hinter Facebook, wo doppelt so viele Web 2.0-User nach Arbeit suchen.

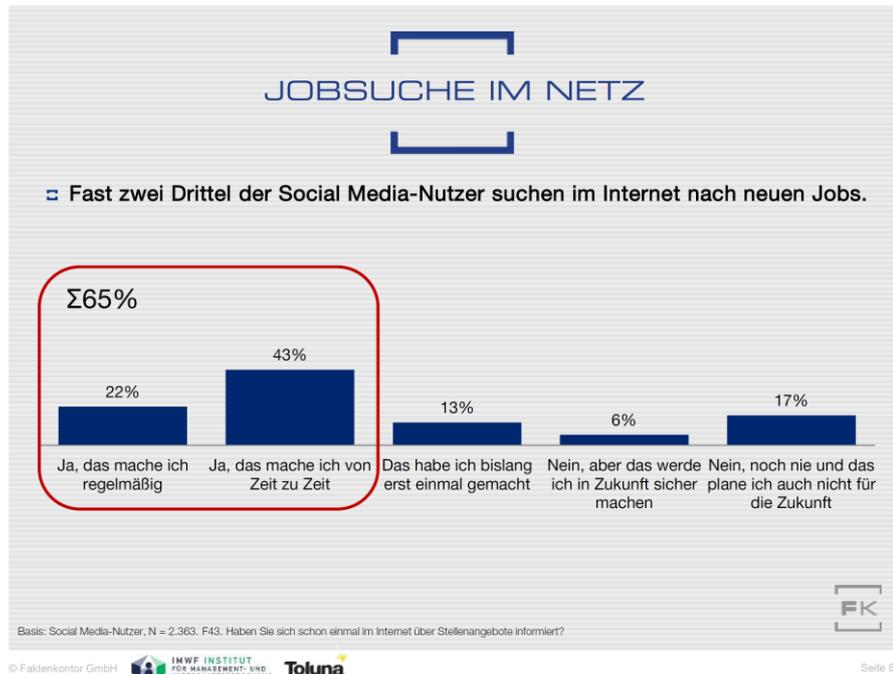
Unternehmens-eigene Karriere-portale im Mittelfeld

Im Mittelfeld liegen die Karriereportale von Unternehmen, die häufig Elemente von Web 1.0 und Web 2.0 verbinden, wie klassische Stellenangebote und Links zu thematisch zugeschnittenen Facebook-Seiten und Youtube-Kanälen. Sie ziehen ein Viertel der arbeitssuchenden Social-Media-Nutzer an.

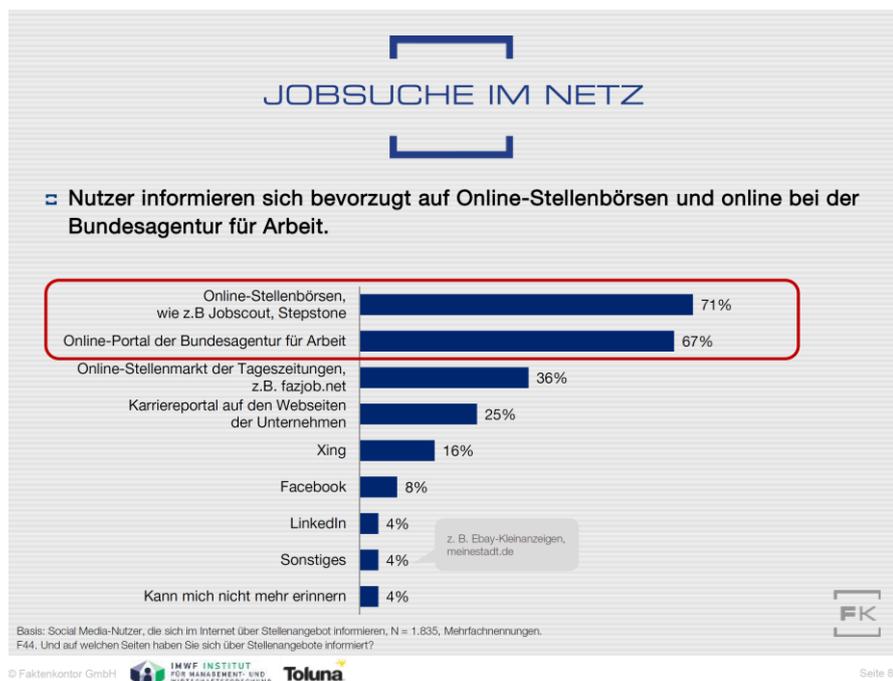
*Experte:
Unterschiedliche Ziele für Web 1.0 und 2.0 beim Recruitment*

Trotzdem sollten Unternehmen die Sozialen Medien beim Recruitment nicht vernachlässigen, meint **Dr. Roland Heintze**, Social Media-Experte des Faktenkontors: „**Web 1.0 und 2.0 kommen bei der Jobsuche unterschiedliche Rollen zu. Stellenanzeigen im Web 1.0 sind der beste Weg, möglichst viele Bewerber auf eine offene Stelle aufmerksam zu machen. Soziale Medien dienen anschließend in erster Linie dazu, die so gefunden Interessenten zu binden, ihnen konkretere Informationen zukommen zu lassen und Fragen zum Bewerbungsprozess und Arbeitsumfeld zu beantworten.**“

Grafik: Fast zwei Drittel der Social Media-Nutzer suchen im Internet nach neuen Jobs



Grafik: Wo sich Social Media-Nutzer im Netz über Stellenangebote informieren



Studiengrundlage: Online-Repräsentative Panel-Befragung

Die Studie „Social Media-Atlas 2014/2015“ (Hamburg, Januar 2015) wurde im Auftrag der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und dem Marktforscher Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt. 3.450 nach Alter, Geschlecht und Bundesland onlinerepräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren wurden in Form eines Online-Panels zu ihrer Social Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war der 22. September bis 15. Oktober 2014. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter www.faktenkontor.de bestellt werden.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
 E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC). Weitere Informationen: www.faktenkontor.de

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de