

Presseinformation

Stellensuche im Netz: Online-Reputation zählt

- Jeder fünfte Akademiker meidet Unternehmen mit schlechtem Ruf

17% lehnen Stellen wegen schlechter Unternehmens-Reputation im Web ab

Hamburg, den 28. Juni 2017 – Ein schlechter Ruf vertreibt Bewerber: 17 Prozent der deutschen Internet-Nutzer auf Jobsuche haben sich schon gegen konkrete Stellenangebote entschieden, weil das ausschreibende Unternehmen im Netz negativ bewertet wurde. Akademiker werden dabei besonders stark von einer schlechten Online-Reputation abgeschreckt. Das zeigt der aktuelle, repräsentative Social-Media-Atlas der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

Je höher die Schulbildung, umso wichtiger die Reputation

Je höher ihre Schulbildung, umso mehr legen Jobsuchende Wert auf einen guten Ruf ihres potenziellen Arbeitgebers. Unter Internet-Nutzern mit Hauptschul-Abschluss entschied sich jeder zehnte Arbeitssuchende gegen ein konkretes Stellenangebot aufgrund der schlechten Online-Reputation eines Unternehmens. Unter Realschul-Absolventen sind es schon 16 Prozent, unter Abiturienten sogar 19 Prozent. Mit einem Hochschulabschluss in der Tasche steigt die Quote nochmals: Sie liegt unter Akademikern bei 22 Prozent.

Reputation Management nicht auf das Web beschränken

„Die Zahlen zeigen: Eine schlechte Reputation macht es Unternehmen schwer, die besten Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels“, sagt Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. „Dabei sollte man das Reputationsmanagement nicht nur auf das Web beschränken. Verdient wird ein guter Ruf im echten Leben – das Internet spiegelt ihn nur wider.“

58% der Onliner suchen Jobs im Web

Insgesamt informieren sich 58 Prozent der Deutschen mit Internet-Zugang regelmäßig oder von Zeit zu Zeit im Web über Stellenangebote. In Bremen und Mecklenburg-Vorpommern sind es sogar 68 Prozent, in Sachsen-Anhalt hingegen lediglich 50 Prozent.

Vor allem junge Erwachsene auf Stellensuche

Naturgemäß suchen vor allem junge Erwachsene nach Arbeit: 79 Prozent der Onliner zwischen 20 und 29 Jahren und 72 Prozent zwischen 30 und 39 Jahren sind im Internet auf Jobsuche. Ab 60 Jahren fällt diese Quote auf 31 Prozent.

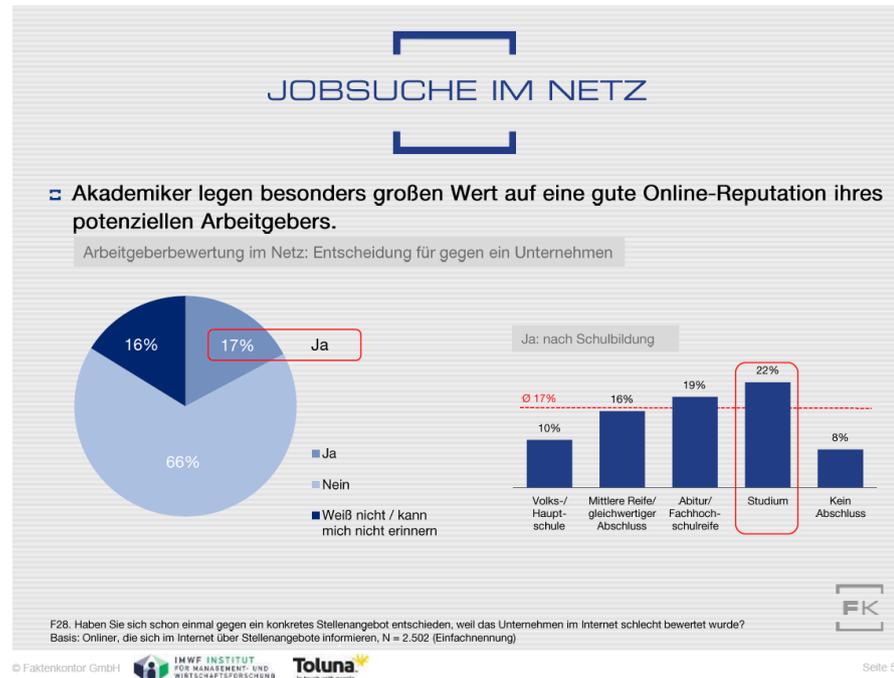
Online-Stellenbörsen führend

Wichtigste Quelle bei der Jobsuche im Internet sind dedizierte Online-Stellenbörsen wie Jobscout24, Stepstone oder Monster.de. 72 Prozent der Onliner, die sich im Internet über Stellenangebote informieren, suchen hier. Dicht auf folgt das Online-Portal der Bundesagentur für Arbeit mit 63 Prozent. Platz drei sichern sich mit 32 Prozent die Online-Stellenmärkte der Tageszeitungen.

Xing bei Stellensuche vor LinkedIn

Unter den Sozialen Medien wird Xing mit 15 Prozent in Deutschland am meisten für die Suche nach offenen Stellen genutzt. Der direkte Konkurrent LinkedIn bringt es hier nur auf sechs Prozent und liegt damit sogar noch einen Prozentpunkt hinter Facebook.

Grafik: Schlechte Unternehmens-Reputation schreckt Bewerber ab



Über den Social-Media-Atlas

Der Social-Media-Atlas erfasst seit 2011 jährlich auf Basis einer repräsentativen Umfrage die Nutzung Sozialer Medien in Deutschland und dient Unternehmen als unverzichtbare Grundlage zur strategischen Planung ihrer Social-Media-Aktivitäten. Die Studie liefert unter anderem belastbare Fakten darüber, welche Dienste im Web 2.0 von wem wie intensiv genutzt werden, welche Themen auf welchen Kanälen diskutiert werden und inwieweit Soziale Medien Kaufentscheidungen beeinflussen. Der Social-Media-Atlas wird von der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und dem Marktforscher Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung herausgegeben.

Studiengrundlage: Online-repräsentative Panel-Befragung

Für den aktuellen Social-Media-Atlas (Hamburg, Januar 2017) wurden 3.500 nach Alter, Geschlecht und Bundesland repräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war das vierte Quartal 2016. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <http://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 360,- Euro zzgl. MwSt. 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 Vertriebs-
kommunikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der 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).

Besuchen Sie unsere Website: 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