

Lechner, Ferdinand; Reiter, Walter; Riesenfelder, Andreas; Wetzel, Petra

## Research Report

# Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche: Ausgewählte Ergebnisse einer aktuellen Studie des AMS Österreich

AMS info, No. 137

## Provided in Cooperation with:

Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

*Suggested Citation:* Lechner, Ferdinand; Reiter, Walter; Riesenfelder, Andreas; Wetzel, Petra (2009) : Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche: Ausgewählte Ergebnisse einer aktuellen Studie des AMS Österreich, AMS info, No. 137, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/98125>

### Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

### Terms of use:

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

# Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche

Ausgewählte Ergebnisse einer aktuellen Studie  
des AMS Österreich

## 1. Einleitung

Im Zentrum dieser im Auftrag des AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, von Lechner, Reiter & Riesenfelder Sozialforschung im Jahr 2008 durchgeführten und mit Jahresbeginn 2009 abgeschlossenen Studie stehen Erfahrungen von Unternehmen bei der Personalsuche. Die Befragung basiert auf einem vermittlungsfallzentrierten Ansatz, d. h., anhand einer konkreten Suchannonce wurden sämtliche Phasen des Besetzungsprozesses analysiert. Beginnend von der Meldung der offenen Stelle, der Aufnahme des Jobprofils und der Anforderungen an BewerberInnen bis hin zur inhaltlichen Gestaltung von BewerberInnenprofilen und zur Vorauswahl von BewerberInnen durch das AMS wurde der Frage nachgegangen, welche Erfahrungen die Betriebe im Rahmen der konkreten Stellensuche gemacht haben und welche Anforderungen und Erwartungen – insbesondere bei der Beschreibung der Jobs und der vermittelten Personen – hier bestehen.

Um ein möglichst differenziertes Bild an wahrgenommenen Vor- und Nachteilen verschiedener Suchstrategien zu generieren, wurden in die Erhebung sowohl AMS-KundInnen als auch Betriebe, die bei der Stellenbesetzung auf alternative Suchkanäle zurückgegriffen haben, einbezogen. Die Basis stellen konkrete Suchinhalte aus Tageszeitungen, aus Internet-Jobbörsen und aus dem eJob-Room des AMS ([www.ams.at/jobroom](http://www.ams.at/jobroom)) dar, die im Frühsommer 2008 geschaltet waren.

Im Folgenden findet sich eine zusammenfassende Übersicht der zentralen Studienergebnisse.

## 2. Inanspruchnahme des AMS

Von den insgesamt 201 befragten Unternehmen haben, bezogen auf die konkrete Suchannonce, 100 Unternehmen das AMS in Anspruch genommen, und 101 Betriebe haben ausschließlich auf anderen Wegen gesucht. Hinsichtlich des sonstigen Suchverhaltens bei anderen oder früheren Stellenbesetzungen haben 84 Prozent der befragten Betriebe das AMS in Anspruch genommen. Die Inanspruchnahme ist dabei in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus einer zu besetzenden Stelle höchst selektiv – bei Stellen mit höheren Qualifikationsanforderungen nimmt die Einschaltung des AMS deutlich ab. Wird beispielsweise bei angelernten Kräf-

ten von drei Viertel der befragten Betriebe (auch) über das AMS gesucht, so liegt dieser Anteil bei hochqualifizierten Kräften nur mehr bei 26 Prozent.

## 3. Suchwege

Für die aktuell zu besetzende Stelle, auf die die Befragung fokussierte, hat rund jeder/jede Vierte der AMS-KundInnen ausschließlich über das AMS Personal gesucht. In der Regel werden jedoch mehrere Suchkanäle (z. B. Tageszeitungen, E-Jobbörsen) genutzt: Bei AMS-KundInnen waren es im Schnitt 3,13, bei Nicht-KundInnen 2,28.

## 4. Entscheidungsgründe für die Auswahl eines Suchkanals

Allen Befragten ist bei der Wahl des Suchkanals eine schnelle Besetzung der freien Stelle ein besonders wichtiges Kriterium. Zweitwichtigster Aspekt ist die Möglichkeit, auf kostengünstige Weise geeignete BewerberInnen zu suchen. Die Vorselektion von BewerberInnen und konkrete Beratungsleistungen über die Chancen für eine erfolgreiche Stellenbesetzung sind AMS-KundInnen vergleichsweise wichtiger als Nicht-KundInnen.

## 5. Optische Gestaltung von Stelleninseraten

Die Unternehmen wünschen sich Stelleninserate, die klar strukturiert, übersichtlich und nicht länger als eine Seite sind sowie die Möglichkeit bieten, das Firmenlogo zu platzieren. Die Präferenz bei knapp der Hälfte der befragten Unternehmen liegt bei Fließtexten (48 Prozent). Daneben findet aber auch die Mischform von Fließtext und tabellarischen Elementen eine hohe Zustimmung (43 Prozent). Eine rein tabellarische Darstellung in den Stellenanzeigen wird nur von zehn Prozent der Befragten bevorzugt.

\* Siehe dazu auch den ausführlichen Berichtsband: Ferdinand Lechner/Walter Reiter/Andreas Riesenfelder/Petra Wetzel (2009): Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche, Studie im Auftrag des AMS Österreich; Download unter [www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at) im Menüpunkt »AMS-Publikationen – Forschung« – Jahr 2009.

## 6. Inhalte der Stelleninserate

Zu jenen Angaben, die von mindestens rund 70 Prozent der AMS-KundInnen sowie der Nicht-KundInnen unbedingt in sehr differenzierter Form in der Annonce aufscheinen sollten, gehören die für die ausgeschriebene Stelle erforderliche Ausbildung und die notwendigen fachlichen Kenntnisse. Die berufliche Praxis ist ein weiteres zentrales Anforderungskriterium. Aspekte, wie z.B. Fremdsprachenkenntnisse oder Arbeitszeit, sollten hingegen in Annoncen optional zur Verfügung stehen, wobei diese Anforderungen in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus der Stelle unterschiedlich wichtig gesehen werden.

## 7. Optimierungsbedarf bei der Formulierung der Stellenanzeigen

Eine Gegenüberstellung der von den Unternehmen als unbedingt notwendig erachteten Angaben im Stellenangebot und den in ihrer Annonce tatsächlich spezifizierten Angaben zeigt auf, dass bei der Stellenformulierung Optimierungsbedarfe bestehen. Beispielsweise erachtet von jenen Unternehmen, die in ihrem Inserat keine Angaben zu den von BewerberInnen geforderten Ausbildungsabschlüssen gemacht haben, im Nachhinein über die Hälfte eine solche Angabe als unbedingt wichtig.

## 8. Toleranzniveau bei den Anforderungen an BewerberInnen

Die Ergebnisse zeigen ein insgesamt relativ hohes Toleranzniveau hinsichtlich der BewerberInnen-Anforderungen auf, die in der Annonce formuliert werden. Durchschnittlich 70 Prozent der Befragten geben an, dass hinsichtlich der Qualifikationen, des Berufes und der geforderten Ausbildung Abweichungen vom formulierten Anforderungsprofil möglich sind. Den geringsten Spielraum sehen Betriebe in Bezug auf Qualifikationen bei höherqualifizierten Stellen: Hier erwarten sich knapp zwei Drittel eine genaue Abdeckung der in der Annonce formulierten Anforderungen.

## 9. Anforderungen an BewerberInnenunterlagen

Eine ganze Reihe von Informationen (beispielsweise zum Lebenslauf, zur formalen Ausbildung, zur Praxiserfahrung allgemein und spezifisch im Beruf) sollte jedenfalls in Bewerbungsunterlagen in sehr differenzierter Form ersichtlich sein. Dies gilt unabhängig davon, ob dies von den Unternehmen explizit in den Inseraten angeführt wird oder nicht. Andere Informationen, wie beispielsweise EDV-Kenntnisse oder Fremdsprachenkenntnisse, sind demgegenüber stärker im Kontext des jeweiligen Qualifikationsniveaus einer Stelle zu sehen. Führen Arbeitgeber solche Anforderungen explizit in einer Annonce an, so besteht jedenfalls zu einem hohen Anteil die Erwartung, dass entsprechende Informationen in den Bewerbungsunterlagen in differenzierter Weise enthalten sind.

## 10. Selbstbedienung und individuelle Beratung

Die Beratung und Unterstützung von Unternehmen über den gesamten Prozess der Stellenbesetzung erfordert auf Seiten des AMS umfassende Personalressourcen. Geht man davon aus, dass diese nicht unbegrenzt erweiterbar sind, dann ergibt sich die Notwendigkeit von Rationalisierungsmaßnahmen. Dies kann beispielsweise durch eine stärkere Nutzung von Selbstbedienungstools erfolgen. Wie die Befragung der Unternehmen zeigt, ist aktuell die Nutzungsfrequenz und Nutzungsbreite des eJob-Rooms oder anderer E-Jobbörsen begrenzt. Innerhalb der der Befragung vorangegangenen zwölf Monate haben 68 Prozent der befragten Unternehmen auch Online-Stellenbörsen als Suchkanal genutzt. Ein gezieltes online-gestütztes Bewerbungsmanagement findet bislang kaum statt. So werden Features etwa zur Sichtung von Lebensläufen von BewerberInnen oder zur Dokumentation der Personalsuche selten genutzt. Die prinzipielle Bereitschaft ist jedoch partiell gegeben, zumindest was die Eingabe von Jobprofilen oder die Suche und erste Sichtung von BewerberInnen betrifft. Um dies aber auch in tatsächliches Nutzungsverhalten umzusetzen, bedarf es flankierender Unterstützung und Anleitung.

Die Strategie der Ausweitung des Selbstbedienungsanteiles birgt gleichzeitig die Gefahr einer Überforderung eines Teiles der KundInnen. So verlassen sich gerade Kleinst- und KleinkundInnen in hohem Maße auf die Unterstützung des AMS, u. a. auch deshalb, weil sie kaum Kapazitäten für die Selbstbedienungssuche haben. Es ist auch zu berücksichtigen, dass die Beratung eine Stärke des AMS ist und die KundInnen mit der Beratung in hohem Maße zufrieden sind: 84 Prozent der befragten AMS-KundInnen sind »sehr /eher zufrieden«.

## 11. Zusammenarbeit mit dem AMS bei der Personalauswahl

Rund zwei Drittel der AMS-KundInnen, denen BewerberInnen für die zu besetzende Stelle, auf die die Befragung fokussierte, vorgeschlagen wurden, haben zeitgerecht eine Liste mit Name, Anschrift und Telefonnummer erhalten. Von jenen, die keine Liste erhalten haben, würden zwei Drittel eine solche Information begrüßen. Mehrheitlich (65 Prozent) werden die vorhandenen Informationen auf der Liste als ausreichend beurteilt. Bestehen darüber hinausgehende Wünsche, so betrifft dies in erster Linie Angaben zur Ausbildung, zur bisherigen beruflichen Tätigkeit und die Übermittlung eines Lebenslaufes. Die Mehrheit der Betriebe (70 Prozent) möchte die Möglichkeit haben, aus solchen Listen vorab einige KandidatInnen auszusuchen. Generell besteht bei den Unternehmen eine hohe Bereitschaft zur Rückmeldung über die AMS-BewerberInnen: Gut drei Viertel der Betriebe zeigen sich bereit, über alle seitens des AMS vorgeschlagenen BewerberInnen eine Rückmeldung zu geben. 14 Prozent sind bereit, über einen Teil eine Rückmeldung zu verfassen, und lediglich neun Prozent wollen dies überhaupt nicht tun.

## 12. Suchkanäle im Vergleich

Die Einschätzungen der befragten Unternehmen hinsichtlich der wahrgenommenen Nachteile der BewerberInnensuche über das AMS lassen eine ganz eindeutige Schwerpunktsetzung erkennen. Demzufolge wird die Schwierigkeit des AMS eindeutig auf Ebene der BewerberInnen gesehen: 84 Prozent der Betriebe führten diesen Aspekt an. Dabei wird unterstellt, dass die beim AMS als arbeitsuchend gemeldeten Personen entweder hinsichtlich ihrer Arbeitswilligkeit oder im Hinblick auf ihre Qualifikation nicht den Anforderungen entsprechen.

Werden auf Seiten des AMS Vorteile gesehen, so wird als entscheidender Pluspunkt das KundInnenservice des AMS genannt. Von jenen Befragten, die bei der AMS-Suche Vorteile sehen, nennt gut die Hälfte (52 Prozent) den Beratungs- und Vermittlungsprozess. Die persönliche Beratung und Betreuung, die Auseinandersetzung des/der AMS-BeraterIn mit den betrieblichen Anforderungen, die Vorauswahl von BewerberInnen, die garantierte und laufende Rückmeldung zu möglichen BewerberInnen oder die Möglichkeit, Förderungen bei Einstellungen zu erhalten, sind spezifische Vorteile, die seitens der Befragten hier angeführt werden.

## 13. Resümee

Insgesamt haben die Befunde zu den Erwartungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche gezeigt, dass es »den« idealtypischen Vermittlungsprozess und »die« ideale Annonce nicht gibt. Die vorgefundene Vielfalt unternehmerischer Strategien und die starke Ausdifferenzierung machen es schwierig bis unmöglich, standardisierte Muster für Stellenbeschreibungen oder Personenprofile zu erarbeiten.

Auch eine Typologie von Stellenbesetzungsstrategien lässt sich nicht herausarbeiten. So ist zwar die unzureichende Passgenauigkeit der Vermittlung ein wesentlicher Kritikpunkt, gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass seitens der Unternehmen ein hohes Toleranzniveau hinsichtlich Abweichungen von den in der Annonce formulierten Anforderungen besteht.

Generell verhalten sich die Unternehmen je nach Stelle unterschiedlich, und ein und dasselbe Unternehmen verfolgt bei der Besetzung von ähnlichen Stellen unterschiedliche Strategien. Die im Rahmen einer Stellenbesetzung gemachten Erfahrungen stellen so mitunter einen Anlass dar, die gewählte Strategie bei der nächsten Besetzung zu adaptieren. Deshalb sind auch keine einheitlichen Ablaufschemata für den Vermittlungsprozess festzustellen. Flexible Instrumente und bedarfsorientierte Prozesse, die beispielsweise auch auf die unterschiedliche Ressourcensituation kleinerer und großer Betriebe Bedacht nehmen, scheinen daher vor diesem Hintergrund nötig.

---

## Aktuelle Publikationen der Reihe »AMS report« ...



### AMS report 65

*Doris Lepschy, Karin da Rocha, René Sturm*

#### **Erwachsenenpädagogik und Sozialarbeit im Kontext des arbeitsmarktorientierten Lifelong Learning**

Didaktische und methodische Handreichungen  
an die Aus- und Weiterbildung sowie die  
berufliche Praxis

ISBN 978-3-85495-246-5



### AMS report 66

*Andrea Egger-Subotitsch, René Sturm (Hg.)*

#### **Kompetenzen im Brennpunkt von Arbeitsmarkt und Bildung**

ISBN 978-3-85495-247-3

---

## [www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at)

... ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

### **Anschrift des Auftragnehmers**

Lechner, Reiter & Riesenfelder Sozialforschung OEG  
(L&R Sozialforschung)  
Liniengasse 2A/1, 1060 Wien  
Tel.: 01 5954040-0, Fax: DW -9  
E-Mail: [office@lrsocialresearch.at](mailto:office@lrsocialresearch.at), Internet: [www.lrsocialresearch.at](http://www.lrsocialresearch.at)

Die Publikationen der Reihe AMS info können als pdf über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere interessante Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z. B. AMS report oder AMS-Qualifikationsstrukturbericht, u. v. m.) zur Verfügung.

[www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at) oder  
[www.ams.at](http://www.ams.at) – im Link »Forschung«

Ausgewählte Themen des AMS info werden als Langfassung in der Reihe AMS report veröffentlicht. Der AMS report kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder schriftlich bei der Communicatio bestellt werden.

### **AMS report Einzelbestellungen**

€ 6,- inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten

### **AMS report Abonnement**

12 Ausgaben AMS report zum Vorzugspreis von € 48,- (jeweils inkl. MwSt. und Versandkosten; dazu kostenlos: AMS info)

**Bestellungen und Bekanntgabe von Adressänderungen bitte schriftlich an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: [verlag@communicatio.cc](mailto:verlag@communicatio.cc), Tel.: 01 3703302, Fax: 01 3705934**

P. b. b.  
Verlagspostamt 1200, 02Z030691M