

BLUE COLLAR  
**KOMPASS**  
herausgegeben von mobileJob

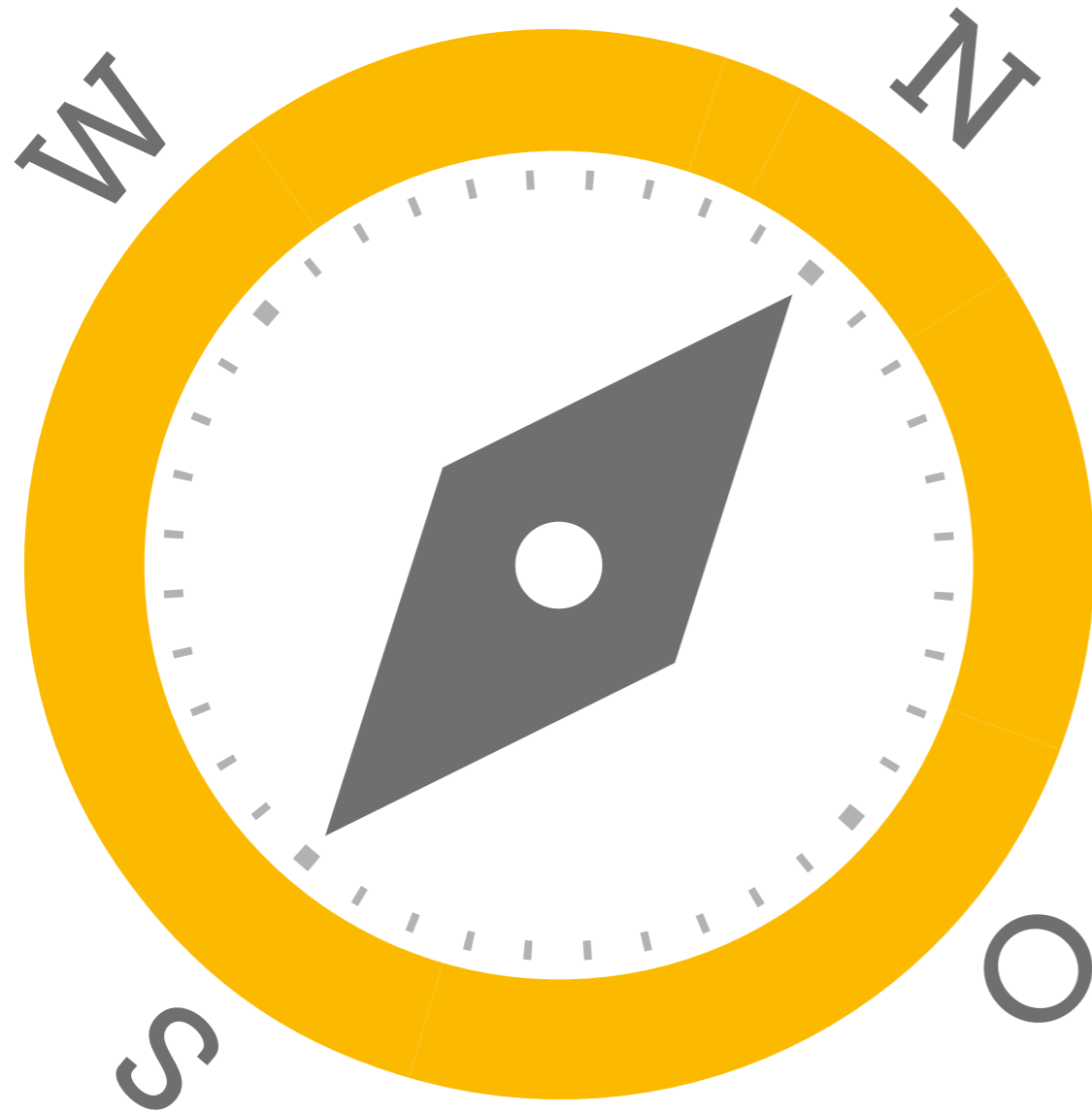


## Edition: Jobsuche

Ausgabe 04/2018

mobile**J**ob.com

Ihr Experte im Blue-Collar-Recruiting



## Der mobileJob BLUE-COLLAR-KOMPASS Edition: Jobsuche

Zahlreiche Studien für den akademischen Arbeitsmarkt zeigen: Social Recruiting findet bei Kandidaten mit Universitätsabschluss deutlich weniger Akzeptanz als im Blue-Collar-Segment. Eine beeindruckende Zahl, die das zeigt: Mehr als acht von zehn Ihrer Kandidaten zwischen 18 und 29 Jahren sind mehrmals täglich mit dem Smartphone in sozialen Netzwerken unterwegs. **Drei Viertel dieser potenziellen Berufsanfänger oder Azubis haben zudem bereits einen Job in sozialen Netzwerken gefunden.**

Hinzu kommt: Auch der mobile Bewerbungsprozess ist bei Nichtakademikern deutlich gesetzter. **Für 85% von ihnen ist dieser längst etabliert oder schon bald Standard.** Das bedeutet: Wer auf dem Blue-Collar-Arbeitsmarkt erfolgreich neue Mitarbeiter finden will muss deren Mediennutzungsverhalten aufgreifen.

Nichtakademiker nutzen andere Medien, um sich mit Jobinhalten auseinanderzusetzen. Sie interessieren sich für ganz andere Arbeitgeberleistungen und haben andere Vorstellungen davon, wie der Bewerbungsprozess der Zukunft aussehen soll.

Der hier vorliegende Blue-Collar-Kompass beschäftigt sich mit der nichtakademischen Sichtweise auf die Jobsuche und bezieht dabei auch die Endgeräte mit ein, mit denen Kandidaten ohne Uni-Abschluss nach neuen Arbeitgebern suchen beziehungsweise über die sie ansprechbar sind.

Wir haben wertvolle Erkenntnisse darüber sammeln können, wie Nichtakademiker die mobile Bewerbung sehen, welche Inhalte sie in Stellenanzeigen erwarten und wann sie – auch nach einem Jobwechsel – wieder für neue Arbeitgeber ansprechbar sind.

Die Schlüsse, die wir daraus ziehen, sollen Ihnen dabei helfen Ihre Recruitingstrategie nachhaltig an die besonderen Bedürfnisse von Nichtakademikern anzupassen.

**Soziale Medien spielen im Alltag von Nichtakademikern eine große Rolle. Vor allem junge Bewerber sind hier täglich mehrfach unterwegs. Und dafür nutzen sie in erster Linie ihr Smartphone.**

<b>Mobile first:</b> Nichtakademiker finden ihre Jobs per Smartphone.....	<b>06</b>
<b>Liken, Sharen, Job finden:</b> Facebook, Instagram & Co. werden in der Jobsuche immer wichtiger .....	<b>10</b>
<b>Wechselwillig:</b> Nach dem Jobwechsel ist vor dem Jobwechsel.....	<b>12</b>
<b>Sicherheit gefragt:</b> Das Hauptaugenmerk der Kandidaten liegt auf der Befristung einer Stelle .....	<b>14</b>
<b>Wer bietet mehr?</b> Nichtakademiker sind gespannt auf Arbeitgeberleistungen .....	<b>16</b>
<b>Digitale Spielwiese Stellenanzeigen?</b> Das Wesentliche ist gefragt! .....	<b>18</b>

# Mobile first

## Nichtakademiker finden ihre Jobs per Smartphone

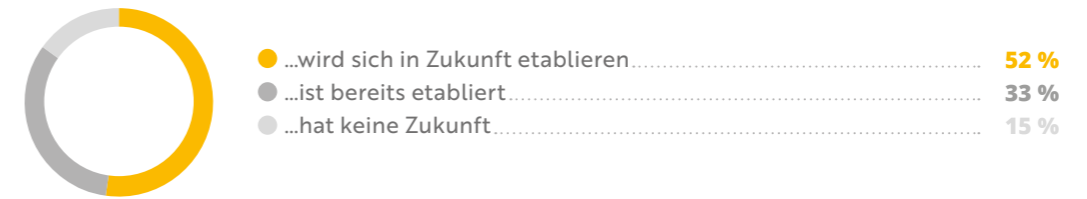
Das Smartphone ist der wichtigste Jobdetektor für Bewerber im gewerblichen Arbeitsmarkt – vor allem für jüngere Kandidaten wie Azubis und Berufsanfänger. 78% der 18 bis 29-jährigen Nichtakademiker haben bereits einen Job über ihr Smartphone gefunden, fast die Hälfte (49%) von ihnen bereits mehrfach.

Über alle Altersklassen hinweg liegt der Anteil der „Smartphone-Jobfinder“ bei über der Hälfte (51%). Deutlich geringer ist dagegen der Anteil der Kandidaten, die über ihr Tablet

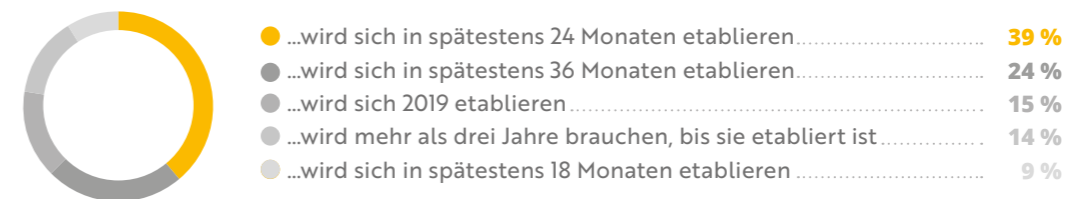
nach neuen Jobs suchen. Lediglich ein Drittel aller Bewerber haben bisher einen Job über ihr Tablet gefunden – immerhin 39% der jungen Kandidaten.

**Auch die mobile Bewerbung ist aus Sicht der Bewerber für den gewerblichen Arbeitsmarkt eindeutig auf dem Vormarsch.** 85% von ihnen sehen diese bereits als etablierte Form des Bewerbungsprozesses an oder sind überzeugt, dass dem mobilen Weg zum neuen Job die Zukunft gehört.

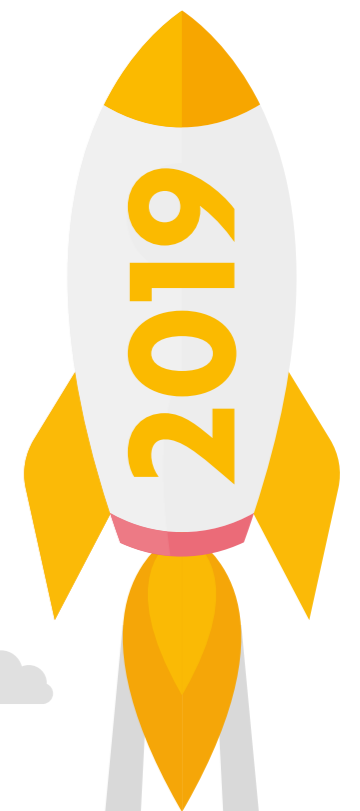
### Nichtakademiker-Meinung: Die mobile Bewerbung ...



### Nichtakademiker-Prognose: Die mobile Bewerbung ...



Geht es nach der Meinung der Kandidaten, ist dies schon in absehbarer Zeit der Fall. 33% finden, dass sich der mobile Bewerbungsprozess längst etabliert hat, weitere 52% glauben, dass dies bald der Fall sein wird. Von diesem Anteil sind wiederum 63% überzeugt, dass sie sich innerhalb der nächsten zwei Jahre standardmäßig über ihr Smartphone bei Unternehmen bewerben. 24% glauben indes, dass dies innerhalb der nächsten 18 Monate soweit sein wird.





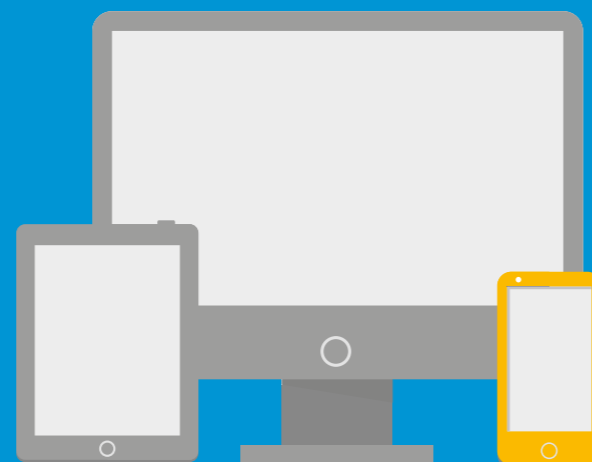
## Wissensplus für Arbeitgeber

Nichtakademiker haben ein ganz anderes Mediennutzungsverhalten als Akademiker. Nichtakademiker erwarten einen Bewerbungsprozess, der auf ihr mobiles Mediennutzungsverhalten angepasst ist.

Während Akademiker oft monothematisch unterwegs sind, wenn sie sich im Internet auf Jobsuche begeben und diese dann zielgerichtet von ihrem Laptop aus durchführen oder sich Stellenanzeigen dorthin weiterleiten, gehen Nichtakademiker hier anders vor.

Wie in anderen Lebensbereichen auch, setzen sie für den angestrebten Jobwechsel als erstes Gerät ihr Smartphone ein. Zudem warten sie auf den endgültigen Durchbruch der mobilen Bewerbung, wobei immerhin schon ein Drittel diese längst als gegeben ansehen.

Insofern sind Nichtakademiker die Pioniere der mobilen Bewerbung. Arbeitgeber, die ihre Online-Recruiting-Strategie auf eine mobile Nutzung hin ausrichten, sind auf dem rechten Weg.



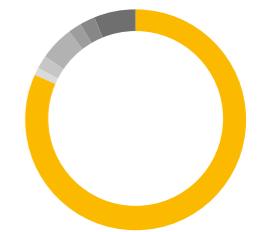
### Übersicht: Generelle Nutzung sozialer Medien nach Geräten

Kandidaten aller Altersklassen



Smartphone	
54 %	Mehrfach täglich
11 %	Ein Mal am Tag
6 %	Alle 2 bis 3 Tage
6 %	Wöchentlich
3 %	Alle 14 Tage
5 %	Monatlich
23 %	Gar nicht

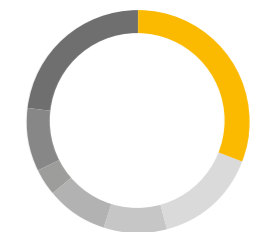
Kandidaten zwischen 18 bis 29 Jahren



Tablet	
11 %	Mehrfach täglich
8 %	Ein Mal am Tag
8 %	Alle 2 bis 3 Tage
6 %	Wöchentlich
3 %	Alle 14 Tage
5 %	Monatlich
58 %	Gar nicht



Laptop oder Desktop PC	
31 %	Mehrfach täglich
15 %	Ein Mal am Tag
9 %	Alle 2 bis 3 Tage
9 %	Wöchentlich
4 %	Alle 14 Tage
9 %	Monatlich
23 %	Gar nicht



## Liken, Sharen, Job finden

Facebook, Instagram & Co. werden in der Jobsuche immer wichtiger

38% der Nichtakademiker haben mindestens einmal einen Job in sozialen Medien gefunden – bei den jüngeren Bewerber liegt dieser Anteil sogar bei 55%.

Das hängt vor allem mit der generell starken Nutzung sozialer Netzwerke zusammen. Denn fast zwei Drittel (65%) der Befragten sind täglich mit ihrem Smartphone auf Facebook, Instagram & Co. unterwegs – 54% sogar mehrmals am Tag.

Besonders hoch ist die Nutzungsintensität bei jungen Menschen, die zu 81% mehrfach per Smartphone täglich posten, liken oder teilen.



### Wissensplus für Arbeitgeber

**Soziale Medien spielen im Alltag von Nichtakademikern eine große Rolle.**

Vor allem junge Bewerber – Berufsanfänger und Auszubildende – sind hier täglich mehrfach unterwegs. Und dafür nutzen sie in erster Linie ihr Smartphone.

Kein Wunder also, dass sie auf Facebook, Instagram & Co. offen für neue Jobs sind. Nutzen Sie dieses klar erkennbare Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe und tragen Sie ihre Vakanzens dorthin, wo Nichtakademiker im Netz unterwegs sind – in sozialen Netzwerken.

## Wechselwillig

Nach dem Jobwechsel ist vor dem Jobwechsel

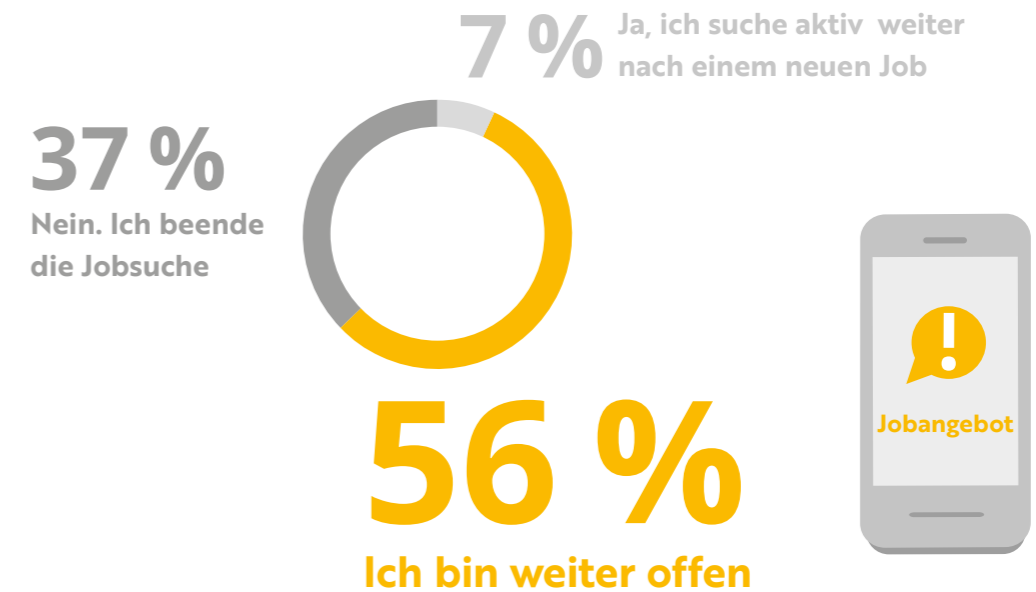
**Nichtakademiker sind auch direkt nach einem Wechsel zu einem neuen Arbeitgeber wieder ansprechbar für einen neuen Job.**

Das Ergebnis des Blue-Collar-Kompass ist diesbezüglich deutlich: Fast zwei Drittel (63%) der Teilnehmer an unserer Befragung sind auch dann für einen anderen Job offen, wenn sie gerade einen neuen begonnen haben. 56% der befragten Kandidaten befinden sich in dieser Phase allerdings eher passiv auf Jobsuche und geben an, dass sie die Augen und Ohren für einen neuen Job

offenhalten und grundsätzlich gesprächsbereit sind, wenn sie von Unternehmen angesprochen werden.

Nur weitere 7% bleiben aktiv auf Jobsuche und selektieren selbstständig den Jobmarkt. Nur 37% beenden ihre Jobsuche, wenn sie bei einem neuen Unternehmen starten. Etwas defensiver sind in dieser Hinsicht weibliche Kandidatinnen. Von ihnen bleiben „nur“ 49% auch nach dem ersten Tag bei einem neuen Arbeitgeber offen für andere Stellenangebote.

Frage: Bleiben Sie auch dann auf Jobsuche, wenn Sie gerade einen neuen Job begonnen haben?



### Wissensplus für Arbeitgeber

**Nichtakademiker sind passive Jobsucher.** Sie suchen selten aktiv nach neuen Jobs. Grundsätzlich sind sie aber ansprechbar, wenn Arbeitgeber ihnen einen neuen, besseren Job offerieren können.

Das Interessante: Dies ist auch der Fall, wenn sie gerade eine neue Stelle angefangen haben, also eigentlich die Jobsuche abgeschlossen haben sollten. Wichtig: Auch dann wollen Nichtakademiker angesprochen werden. Arbeitgeber, die ihre Vakanzen proaktiv anbieten, sind deswegen klar im Vorteil.

# Sicherheit gefragt

Das Hauptaugenmerk liegt auf der Befristung einer Stelle

Jobsicherheit ist ein hohes Gut für Nichtakademiker, wenn es um ihre Arbeit geht.

Ein (neuer) Job ist ihre Lebensgrundlage, entsprechend sicher sollte er sein. Folge: Wenn es um die Auswahl eines neuen Arbeitgebers geht, haben Nichtakademiker klare Vorstellungen in dieser Hinsicht. So suchen zum Beispiel 70% von ihnen in Stellenanzeigen vor allem nach Informationen zur Befristung einer offenen Stelle.

Zudem wertvolle Angaben aus Kandidatensicht in Stellenanzeigen: Gehaltsinformationen, die 57% der Befragten sehr wichtig sind, Auskünfte zur Arbeitszeit (für 53% sehr wichtig) sowie eine Aufzählung der Zusatzleistungen in einem Unternehmen (für 32% sehr wichtig).

Weniger wichtig sind gemäß unserer Ergebnisse Informationen zu Aufstiegschancen oder solche zum Arbeitsweg.

Stellenbefristung

70% 4%



Gehaltsinformationen

57% 8%



Arbeitszeit

53% 9%



Zusatzleistungen

32% 22%



Diese Informationen sind Nichtakademikern in Stellenanzeigen **sehr wichtig** beziehungsweise **eher unwichtig**

Urlaubstage

27% 33%



Teaminformationen

22% 26%



Informationen zu Aufstiegschancen

22% 32%



Informationen zum Arbeitsweg

22% 48%



## Wissensplus für Arbeitgeber

Work-Life-Balance ist etwas für Akademiker. Wer Nichtakademiker überzeugen will, muss mit den Job-Basics punkten.

In Ihre Stellenanzeigen gehören deswegen dringend Informationen, ob eine Stelle unbefristet ist oder ob es die Chance auf eine feste Übernahme gibt. Dazu sind Gehaltsinformationen förderlich sowie verlässliche Aussagen zur Arbeitszeit. Wer wie bei Akademikern mit Karrierechancen überzeugen möchte, dürfte allerdings auf dem Holzweg sein.





## Wer bietet mehr?

Nichtakademiker sind gespannt auf Arbeitgeberleistungen

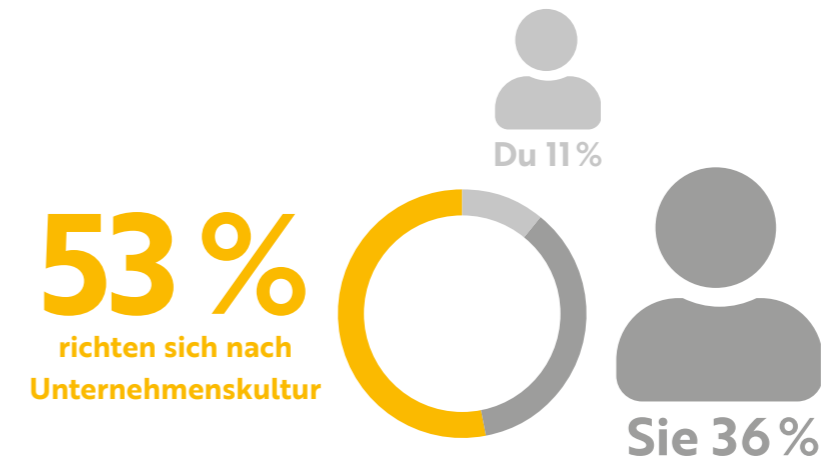
**Grundsätzlich gehen Nichtakademiker sehr aufmerksam mit den Inhalten von Stellenanzeigen um.**

Selbst das Unternehmensportrait, das zu Beginn einer Stellenanzeige steht, wird von 79% der Kandidaten nach eigenen Angaben aufmerksam gelesen. Volle 93% der Bewerber lesen sich besonders interessiert den sogenannten „Wir bieten“-Abschnitt in Stellenanzeigen durch, in dem Unternehmen ihre Arbeitgeberleistungen anpreisen und Kandidaten so von ihren Vorzügen überzeugen.

Was die Ansprache in Stellenanzeigen betrifft, möchten 11% geduzt werden. Dieser Anteil steigt aber bei jüngeren Kandidaten zwischen 18 und 29 Jahren. Von dieser Kandidatengruppe möchten mehr als ein Viertel (26%) geduzt werden.

36% der befragten Nichtakademiker bevorzugen hingegen gesiezt zu werden, während der Großteil der Studienteilnehmer angibt, sich bei der Ansprache in Stellenanzeigen ganz nach den Gepflogenheiten des Unternehmens zu richten.

Welche Ansprache wünschen sich Nichtakademiker in Stellenanzeigen?



### Wissensplus für Arbeitgeber

**Wer gefragte Kandidaten als Arbeitgeber überzeugen möchte, muss zunächst einmal selbst überzeugen.**

Das bedeutet: Noch immer verzichten viel zu viele Unternehmen darauf ihre Arbeitgeberleistungen in den Mittelpunkt einer Stellenanzeige zu stellen. Das ist aber geradezu fahrlässig. Stellenanzeigen, in denen das Anforderungsprofil länger ist als die Arbeitgeberleistungen sind gerade in Bewerbermärkten vergebene Liebesmüh. Erzählen Sie den Kandidaten, was Sie als Arbeitgeber ausmacht und daher bestenfalls von anderen Unternehmen unterscheidet.

93%

interessieren sich sehr für den „Wir bieten“-Abschnitt einer Stellenanzeige



79%

lesen das Unternehmensportrait in einer Stellenanzeige aufmerksam durch

# Digitale Spielwiese Stellenanzeige?

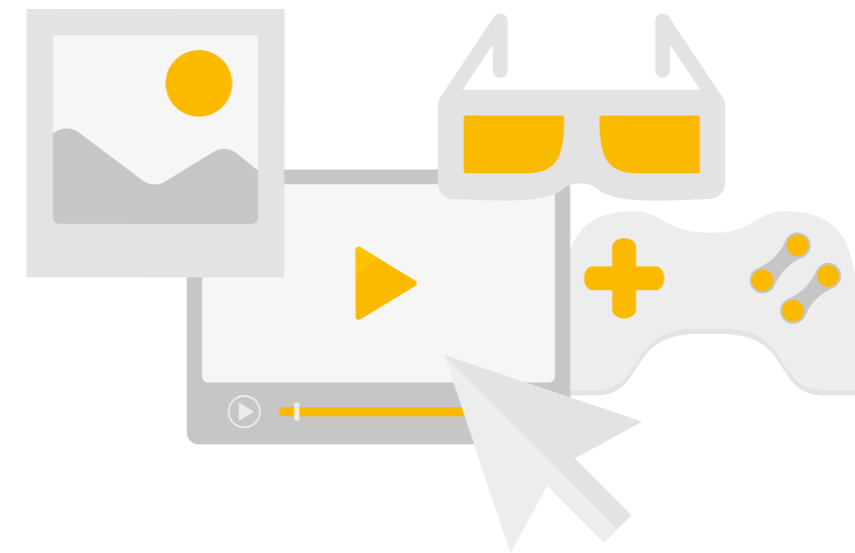
Das Wesentliche ist gefragt!

Sind Stellenanzeigen eine Spielwiese für digitale Tools? Geht es nach der Meinung von Nichtakademikern ist dies tendenziell eher nicht der Fall. Was innovative, digitale Neuerungen in Stellenanzeigen angeht, sind nichtakademische Kandidaten eher konservativ. Sie konzentrieren sich im Rahmen ihrer Jobsuche auf das Wesentliche.

Die Integration von Arbeitgebervideos in Online-Stellenanzeigen halten etwa 55% der Befragten für unnötig. Noch größer die Skepsis bei der Integration von zukunfts-trächtiger VR-Technologie in Stellenanzeigen. Die virtuelle Besichtigung eines neuen Arbeitsplatzes mit VR-Brille halten mehr als drei

Viertel (76%) für nicht notwendig. Auch die Integration von QR-Codes findet kaum Akzeptanz. 68% halten diese für überflüssig. Eher gut finden Kandidaten die Integration von 3D-Bildern, zum Beispiel wenn es um die Arbeitsstätte geht. Eine solcher Bilderwelt würden 55% bevorzugen. Ähnlich akzeptiert ist die Einbindung von Links zu Video-Interviews, die immerhin 47% der befragten Nichtakademiker begrüßen.

Interessant: Auch bei der Detailbetrachtung der jungen Kandidaten ergeben sich bis auf wenige Ausnahmen kaum nennenswerte Unterschiede zur eher skeptischen allgemeinen Haltung über alle Altersklassen hinweg.



Diese digitalen Tools in Stellenanzeigen halten Nichtakademiker tendenziell für überflüssig

Kandidaten aller Altersklassen

Junge Kandidaten zwischen 18-29 Jahren

Kandidaten aller Altersklassen	Tool	Junge Kandidaten zwischen 18-29 Jahren
76%	Unternehmensbesichtigung per VR-Brille	72%
55%	Integration von Videos in Stellenanzeigen	47%
44%	360° Bild der Arbeitsstätte	44%
52%	Integration von Arbeitgeberbewertungen (kununu, Glassdoor)	57%
81%	Links zu Gamification	67%
68%	QR-Codes	75%



## Sie wollen wissen ...

... wie nichtakademische Kandidaten ticken, um sie mit Ihren Recruitingmaßnahmen zielgerecht erreichen zu können?

**Sprechen Sie uns an. Wir beantworten gerne Ihre Fragen anhand unserer Marktforschungsergebnisse sowie unserem tiefem Blue-Collar-Know-how.**

Denn wir sind überzeugt: Nur wer seine Zielgruppe wirklich kennt, kann sie auch erfolgreich für sich gewinnen. Zudem zeigen wir Ihnen auf Wunsch anhand von aktuellen Best-Practice-Beispielen, wie unser mobileJob-Ansatz funktioniert.

Lassen Sie uns gemeinsam herausfinden, wie Sie in Zukunft genau die nichtakademischen Mitarbeiter finden, die zu Ihnen passen.

## Kontakt

Ihr persönlicher Ansprechpartner



**Ki-Won Sur**

Ansprechpartner Blue-Collar-Kompass

kiwon.sur@mobilejob.com

+49 (0)30 555 79 35 10

### Impressum

Blue-Collar-Kompass – die regelmäßige Umfrage über den nichtakademischen Arbeitsmarkt von mobileJob.com und respondi.

mobileJobs GmbH  
Karl-Liebknecht-Straße 5  
10178 Berlin

+49 (0)30 69 20 58 310  
vertrieb@mobilejob.com  
www.mobilejob.com