

Welche digitalen Wege Arbeitgeber jetzt gehen

Personalsuche, Onboarding-Prozesse & Co
in Zeiten der Corona-Krise



Juli 2020



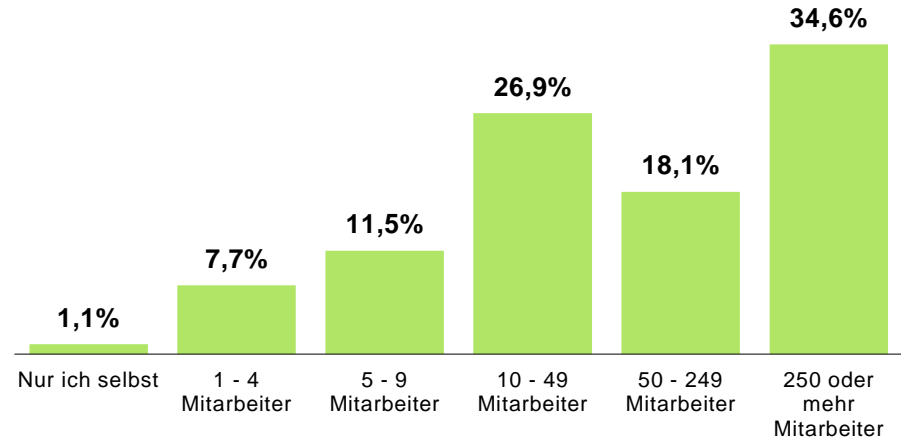
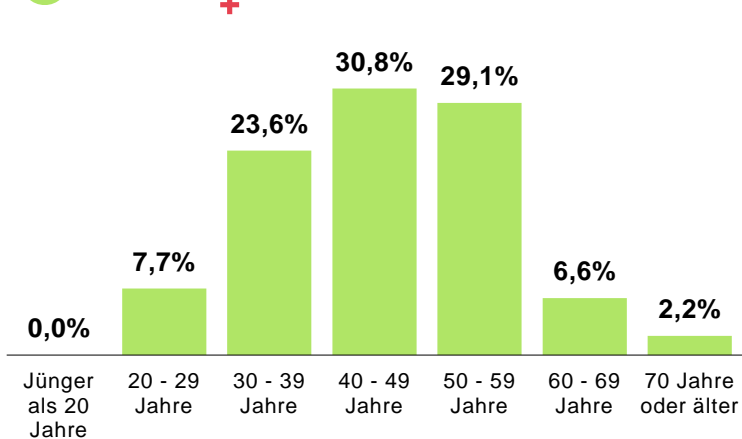
marketagent.

Umfrage-Basics

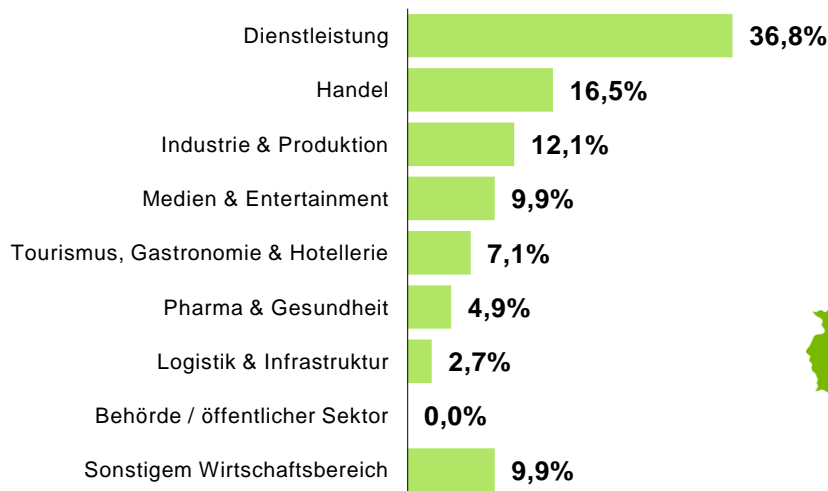
Methode	CAWI Computer Assisted Web Interviews
Sample-Größe	n = 182 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Entscheidungsträger bzgl. dem Thema Personal/ Human Ressources
Feldzeit	26.05.2020 – 22.06.2020
Studienumfang	32 Fragen
Mobile Teilnahme	7,1%

Zusammensetzung des Samples | n = 182

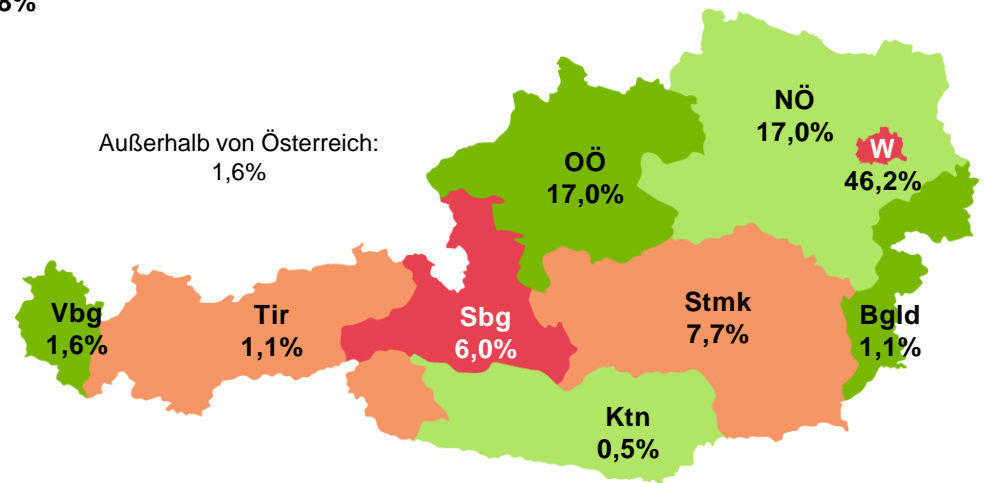
♂ 37,9% ♀ 62,1%



Unternehmensgröße

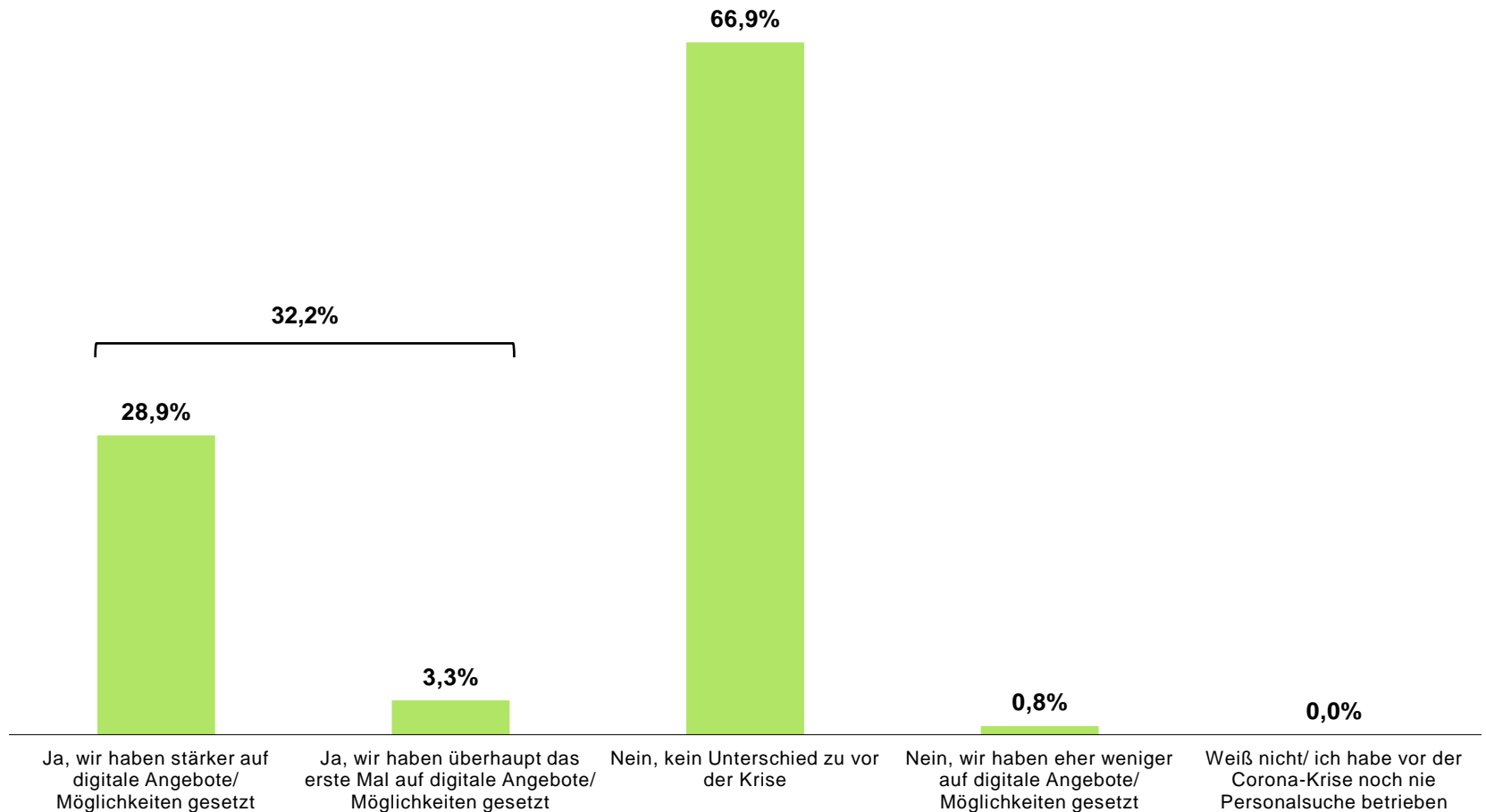


Wirtschaftsbereich



Firmenhauptsitz

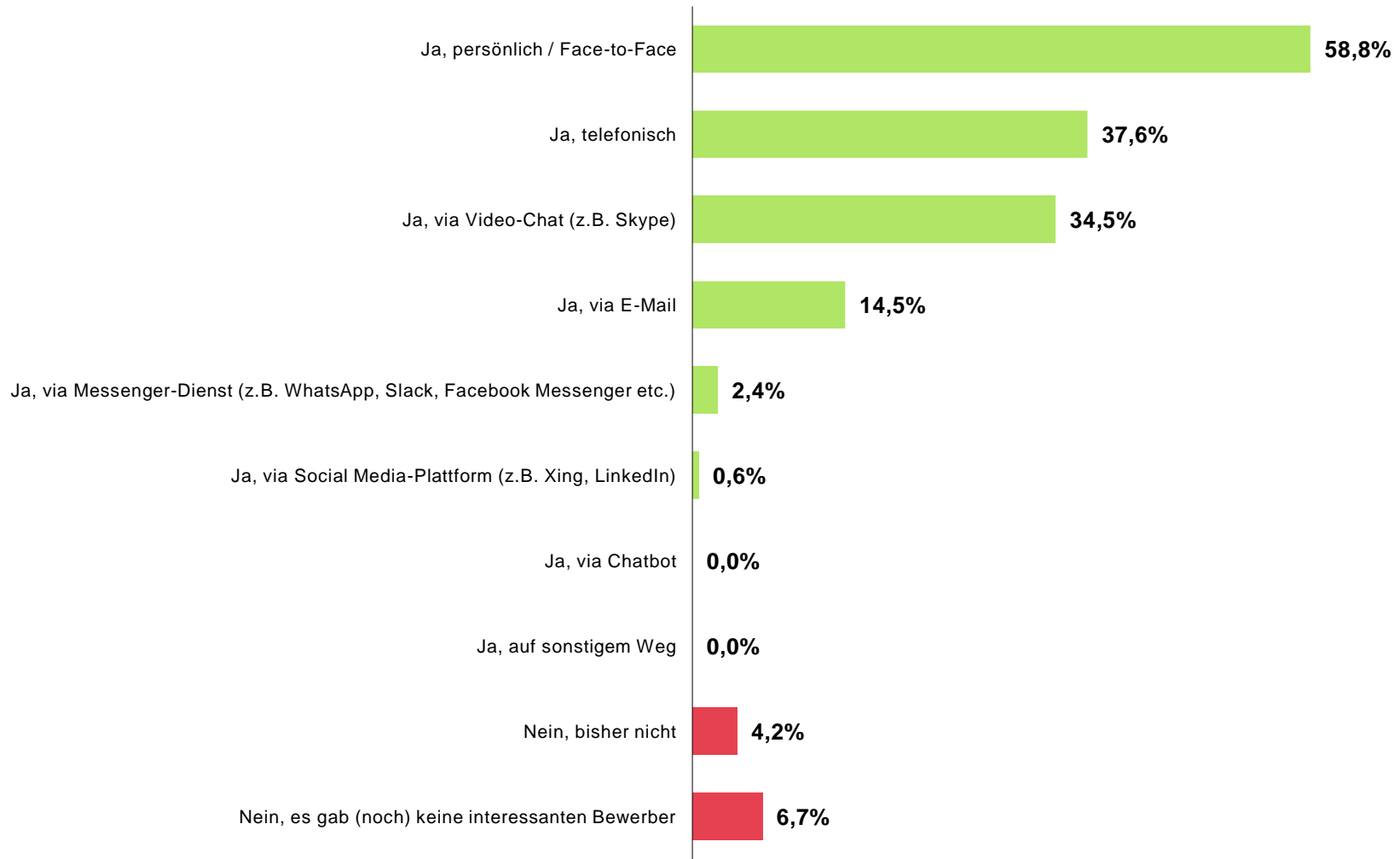
Stärkere Nutzung digitaler Möglichkeiten für die Personalsuche als vor der Krise



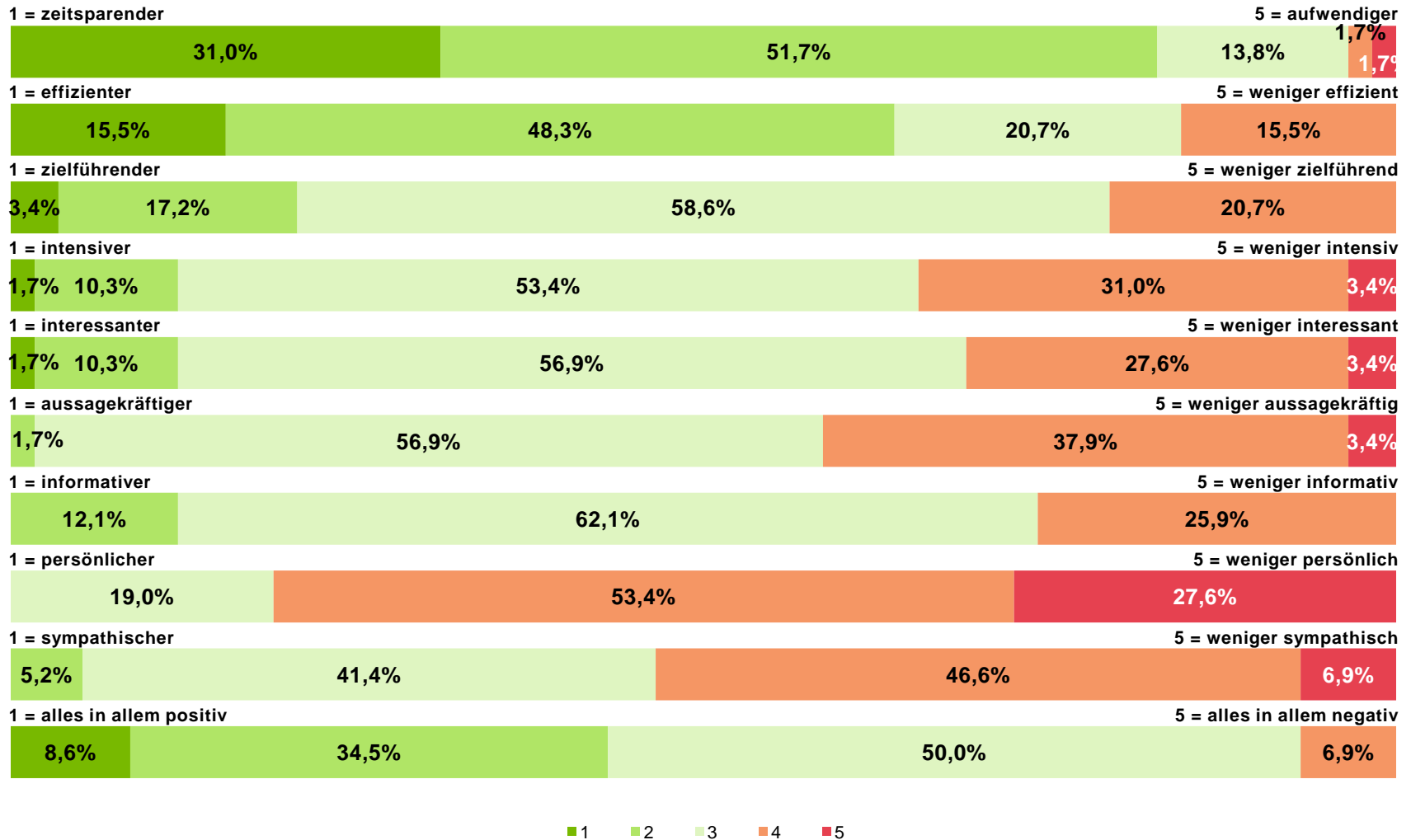
Hat Ihr Unternehmen stärker auf digitale Angebote/ Möglichkeiten zur Personalsuche gesetzt als vor der Corona-Krise? ||

Basis: Unternehmen war in den letzten 3 Monaten auf Personalsuche || n=121

Bewerbungsgespräche bei der letzten Personalsuche

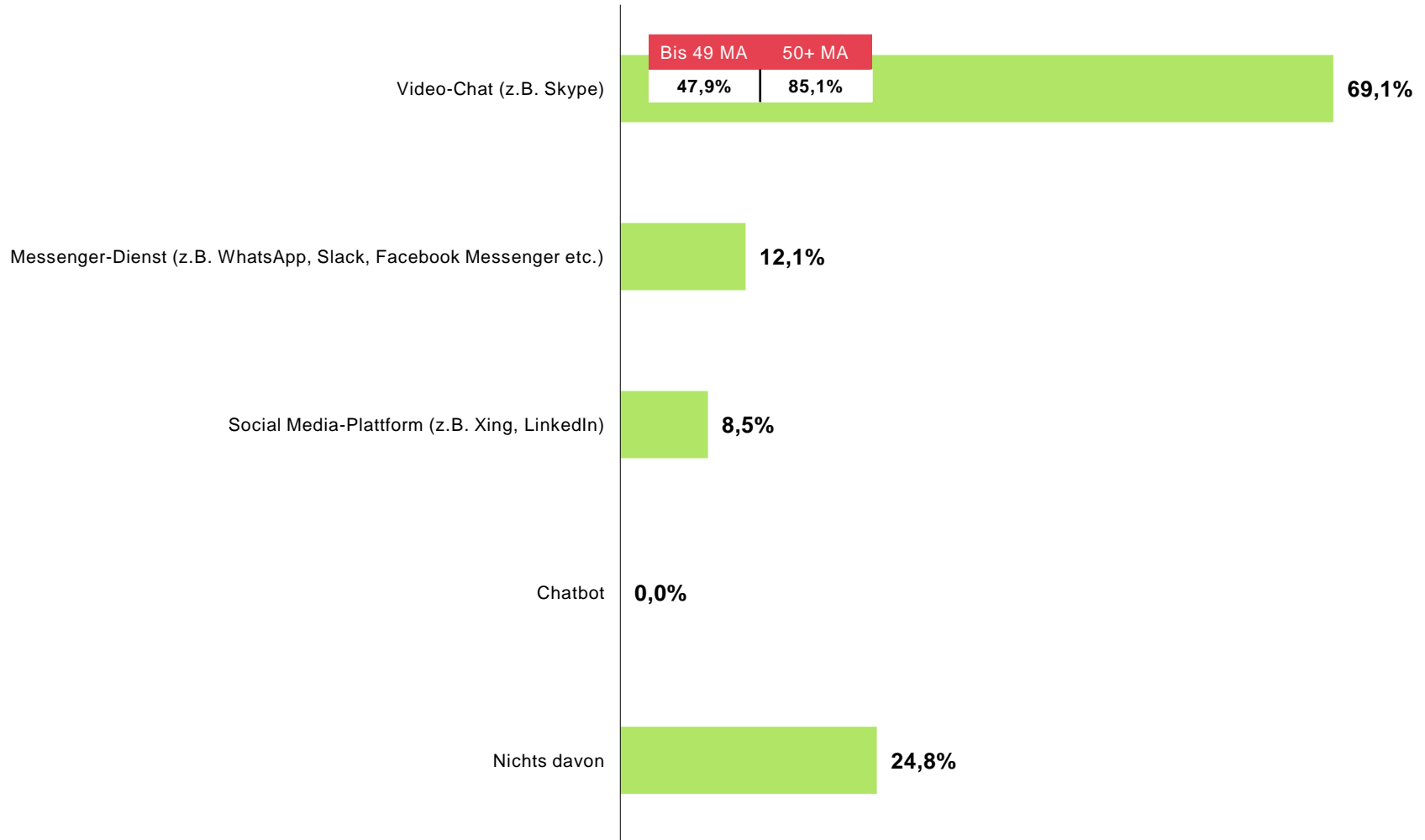


Einstellung zu "digitalen" Bewerbungsgesprächen



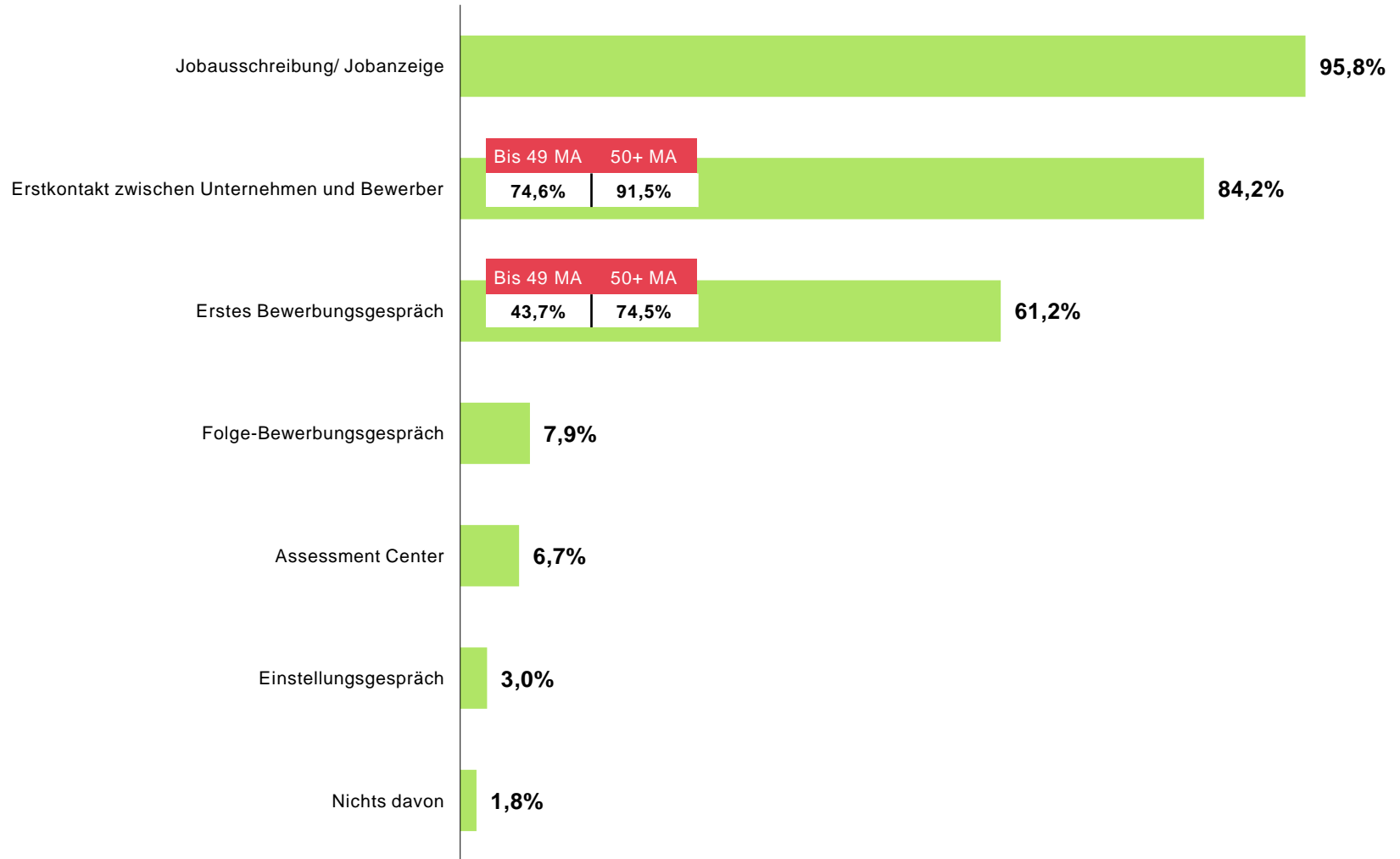
Wie haben Sie "digitale" Bewerbungsgespräche (z.B. mittels Video-Chat, Social Media-Plattform, Messenger Dienst oder Chatbot) im Vergleich zum klassischen persönlichen Gespräch bisher erlebt? [...] || Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche & haben digitale Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme genutzt || n=58

In Frage kommende digitale Möglichkeiten für Bewerbungsgespräche



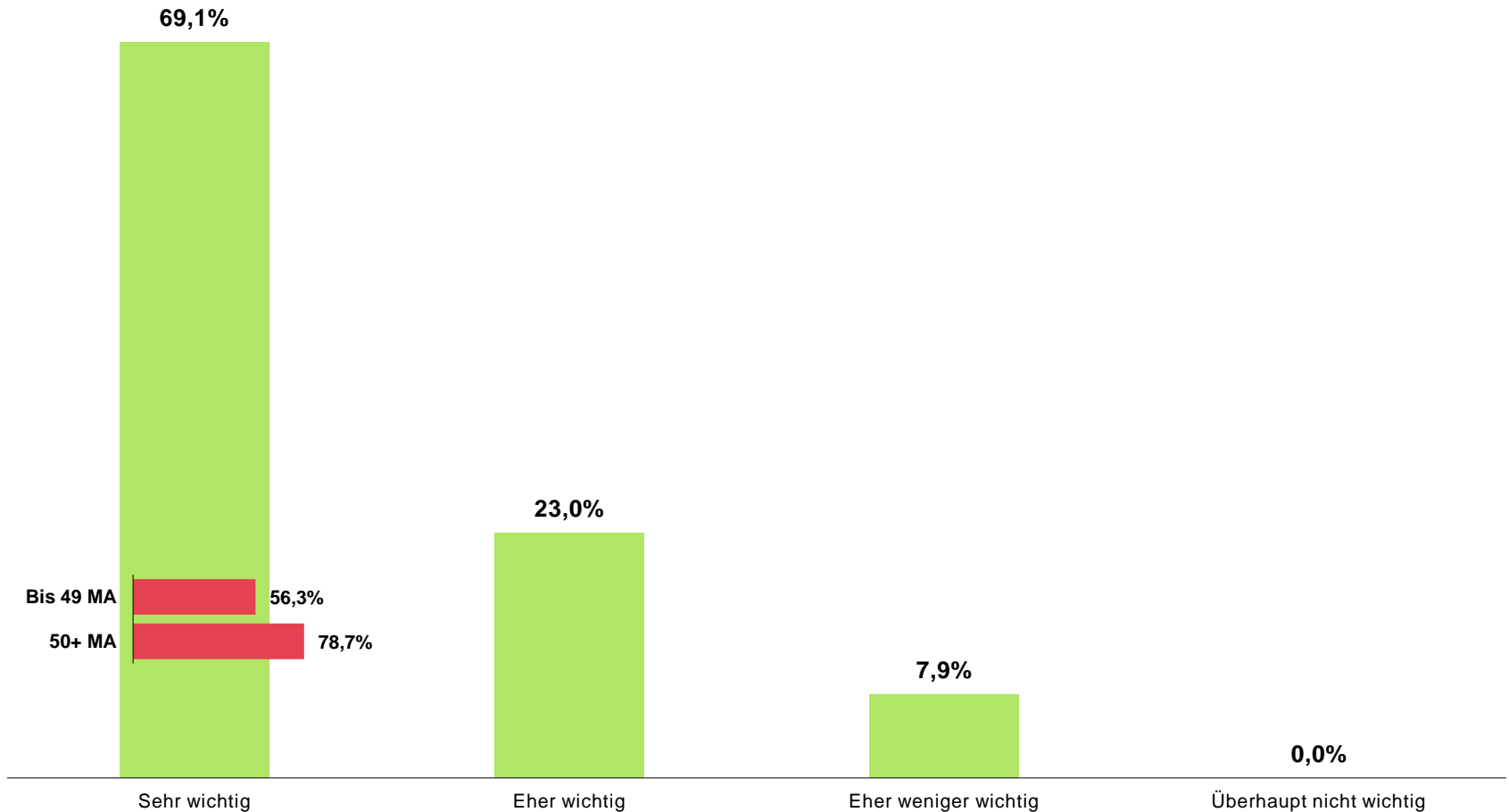
Welche digitalen Möglichkeiten für ein Bewerbungsgespräch kommen für Sie grundsätzlich (wieder) in Frage? ||
Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || Mehrfach-Nennung möglich

Digital gut umsetzbare Schritte im Bewerbungsprozess



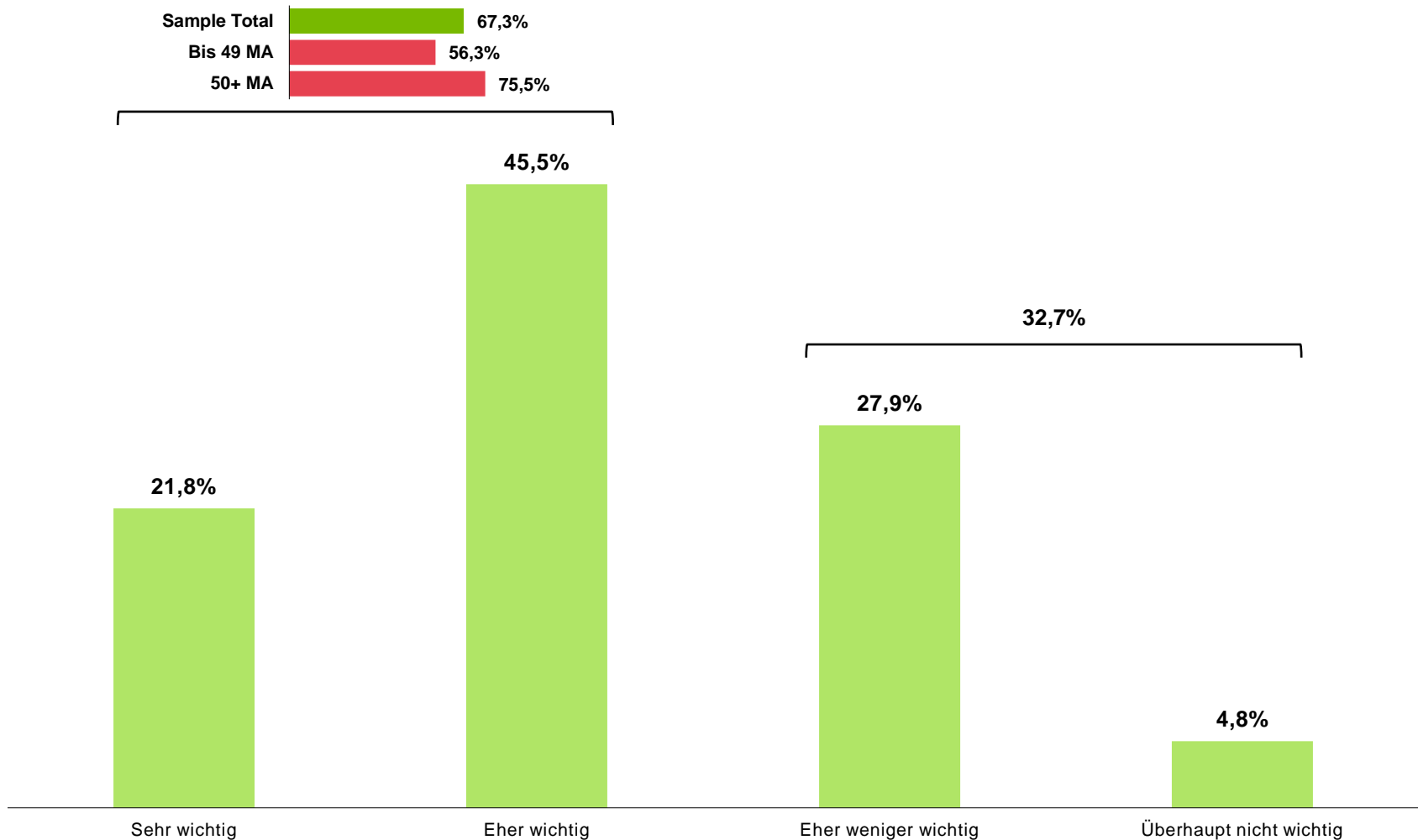
8 Welche Schritte im Bewerbungsprozess sind aus Ihrer Sicht digital sehr gut umsetzbar/ durchführbar? || Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || Mehrfach-Nennung möglich

Präsentation des Unternehmens auf der Firmenwebsite für eine erfolgreiche Personalsuche



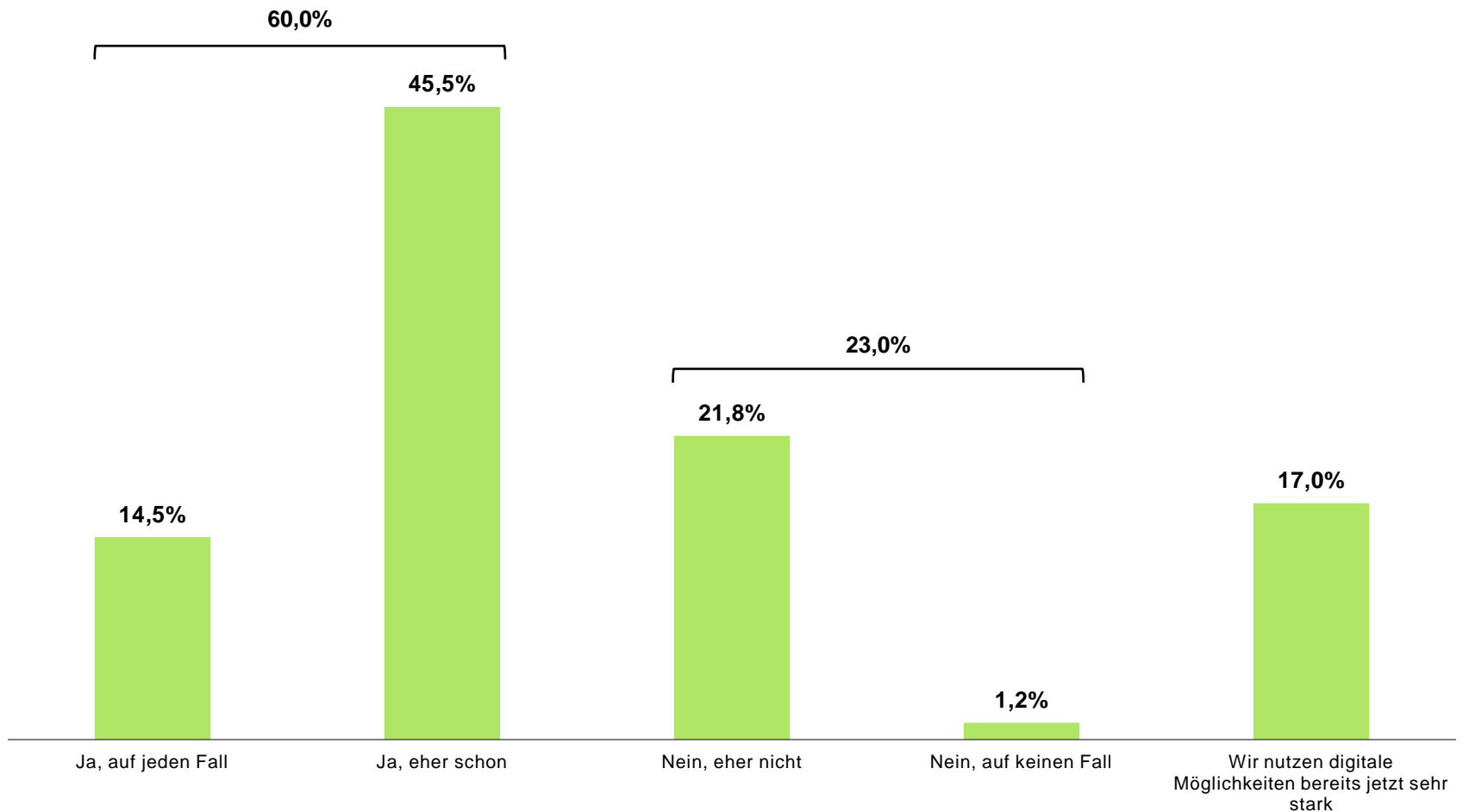
Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht für eine erfolgreiche Personalsuche eine ansprechende Präsentation des eigenen Unternehmens auf der Firmenwebsite? || Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || MW 1,4

Relevanz von Unternehmens-Bewertungsplattformen



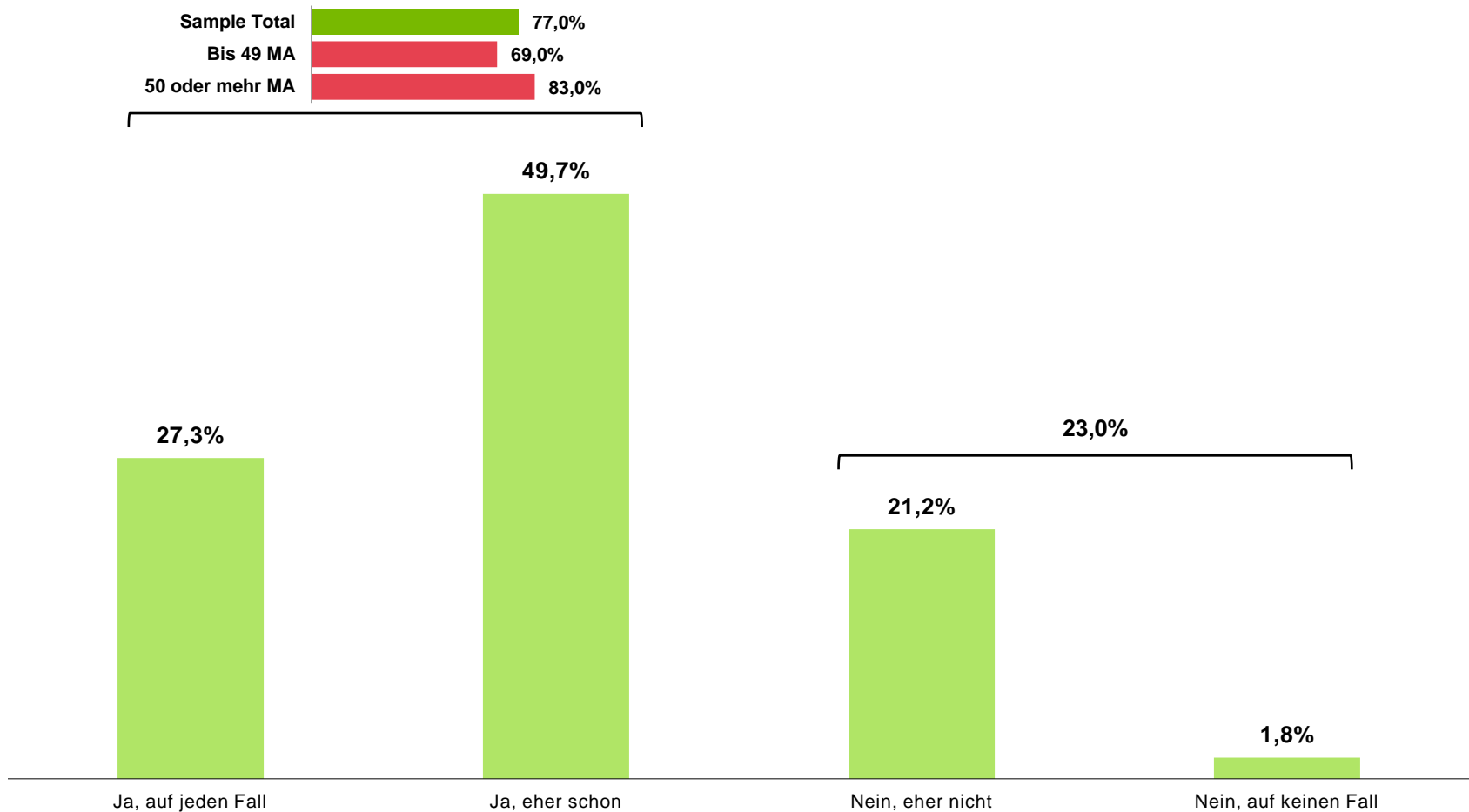
Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht für eine erfolgreiche Personalsuche eine positive Bewertung/ Darstellung des Unternehmens auf Unternehmens-Bewertungsplattformen (z.B. kununu)? || Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || MW 2,2

Künftig stärkere Nutzung digitaler Möglichkeiten bei der Personalsuche



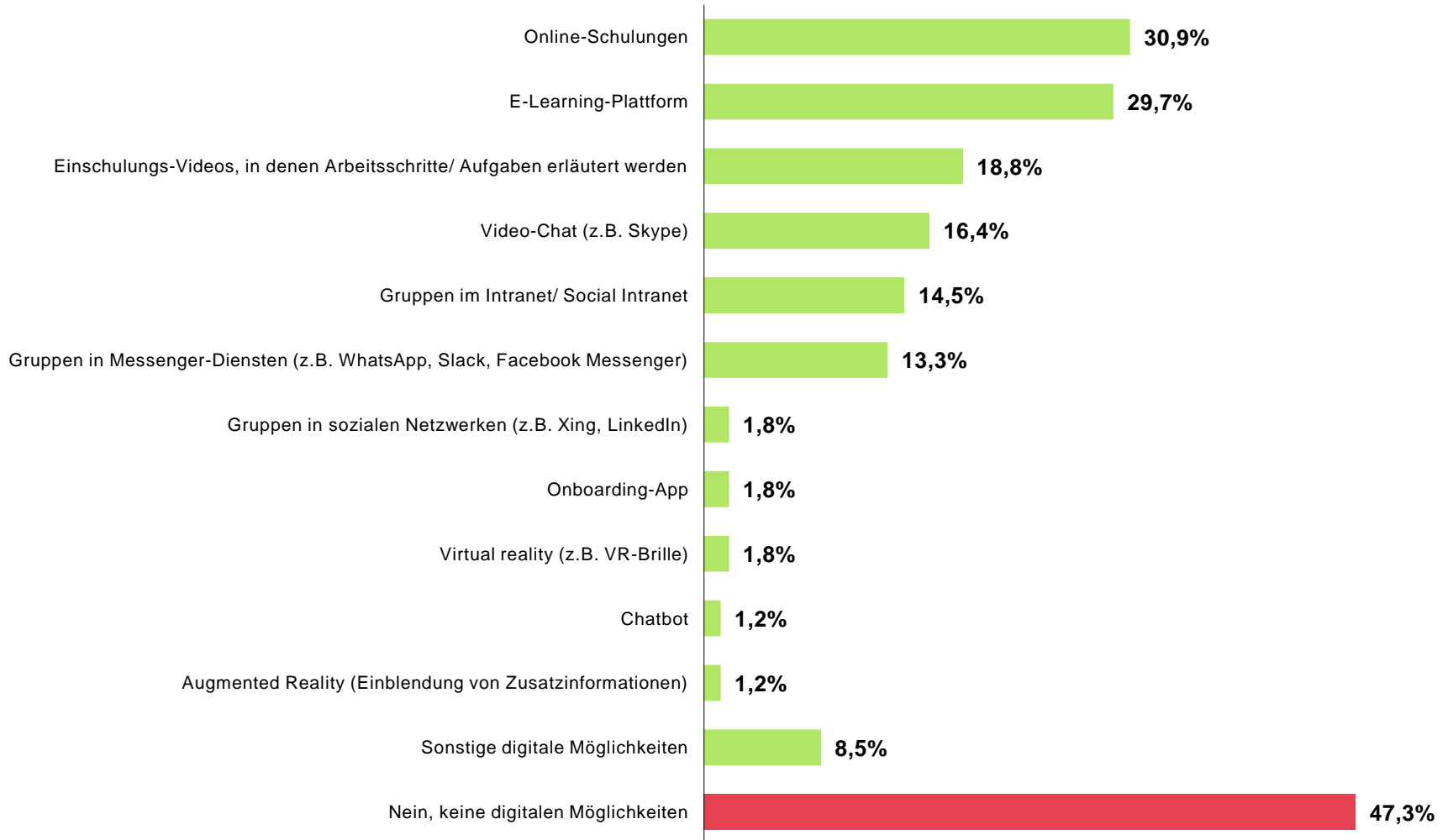
Haben Sie grundsätzlich vor, künftig für die Personalsuche stärker digitale Möglichkeiten zu nutzen als früher? ||
Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || MW 2,1

Ausreichend Zeit für den Onboarding-Prozess

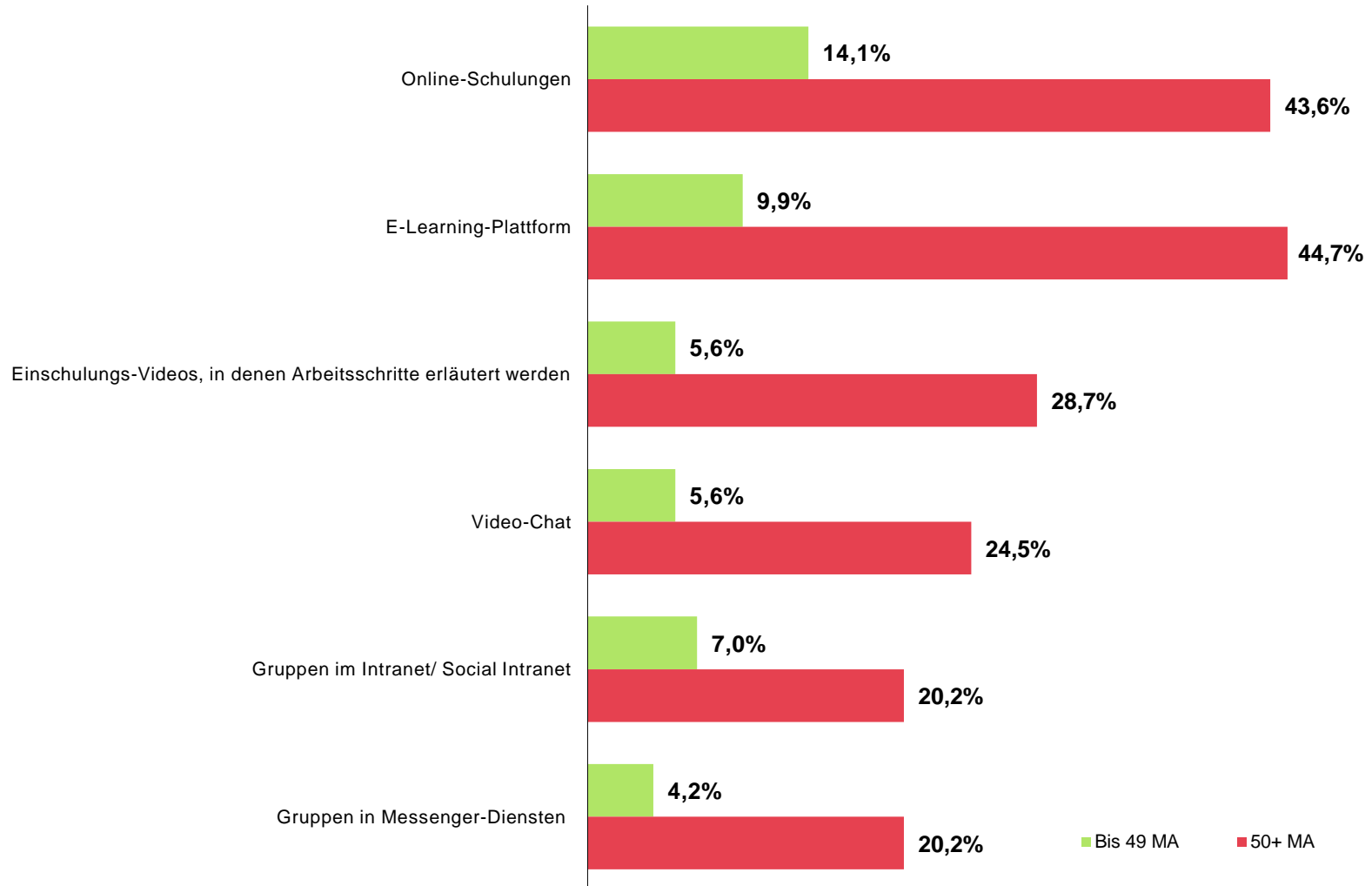


[...] Findet sich aus Ihrer Sicht bei Ihnen im Unternehmen normalerweise ausreichend Zeit für den Onboarding-Prozess, d.h. die Einschulung/ Eingewöhnung neuer Mitarbeiter? || Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || MW 2,0

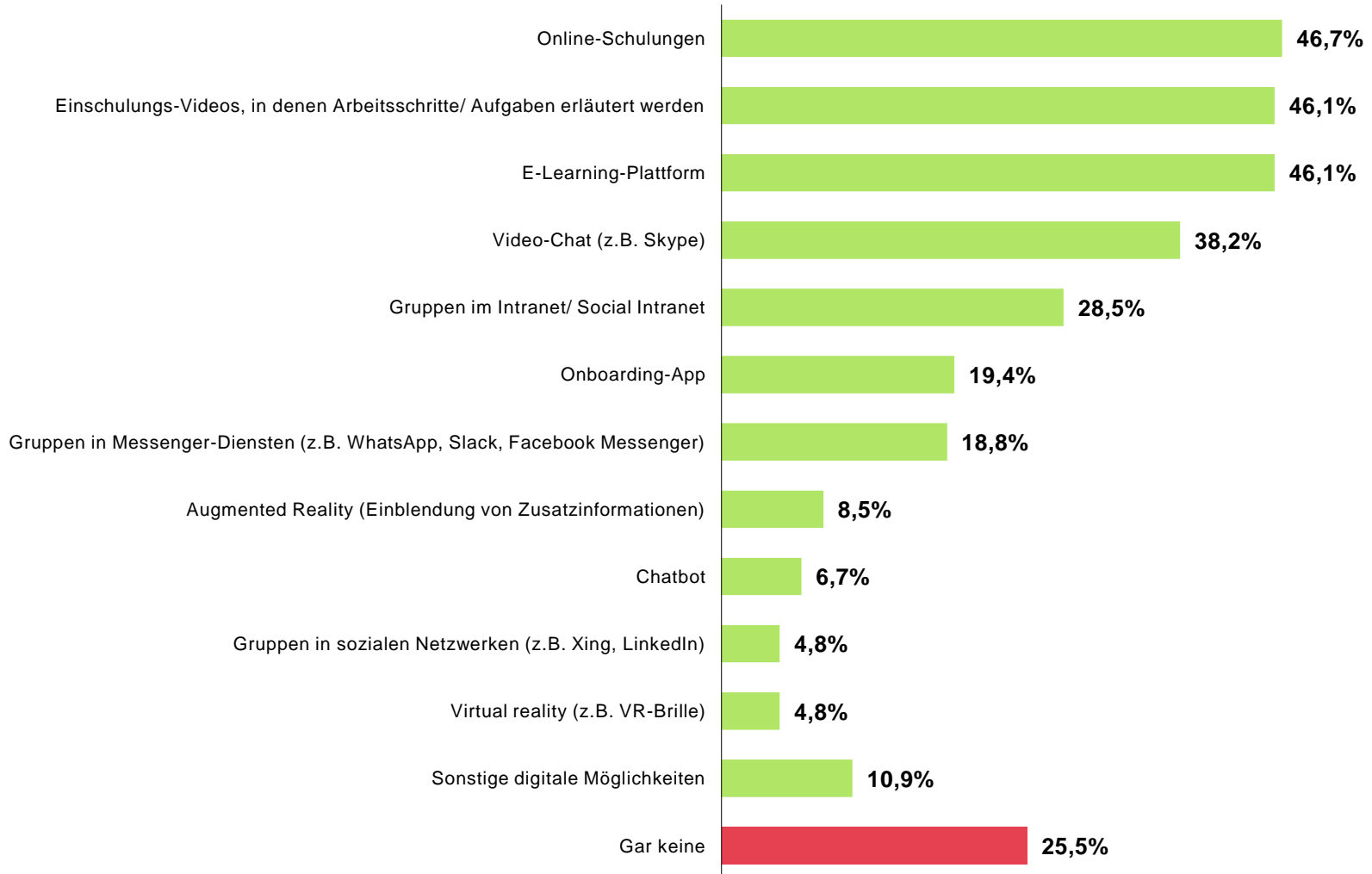
Nutzung digitaler Möglichkeiten beim Onboarding-Prozess



Nutzung digitaler Möglichkeiten beim Onboarding-Prozess

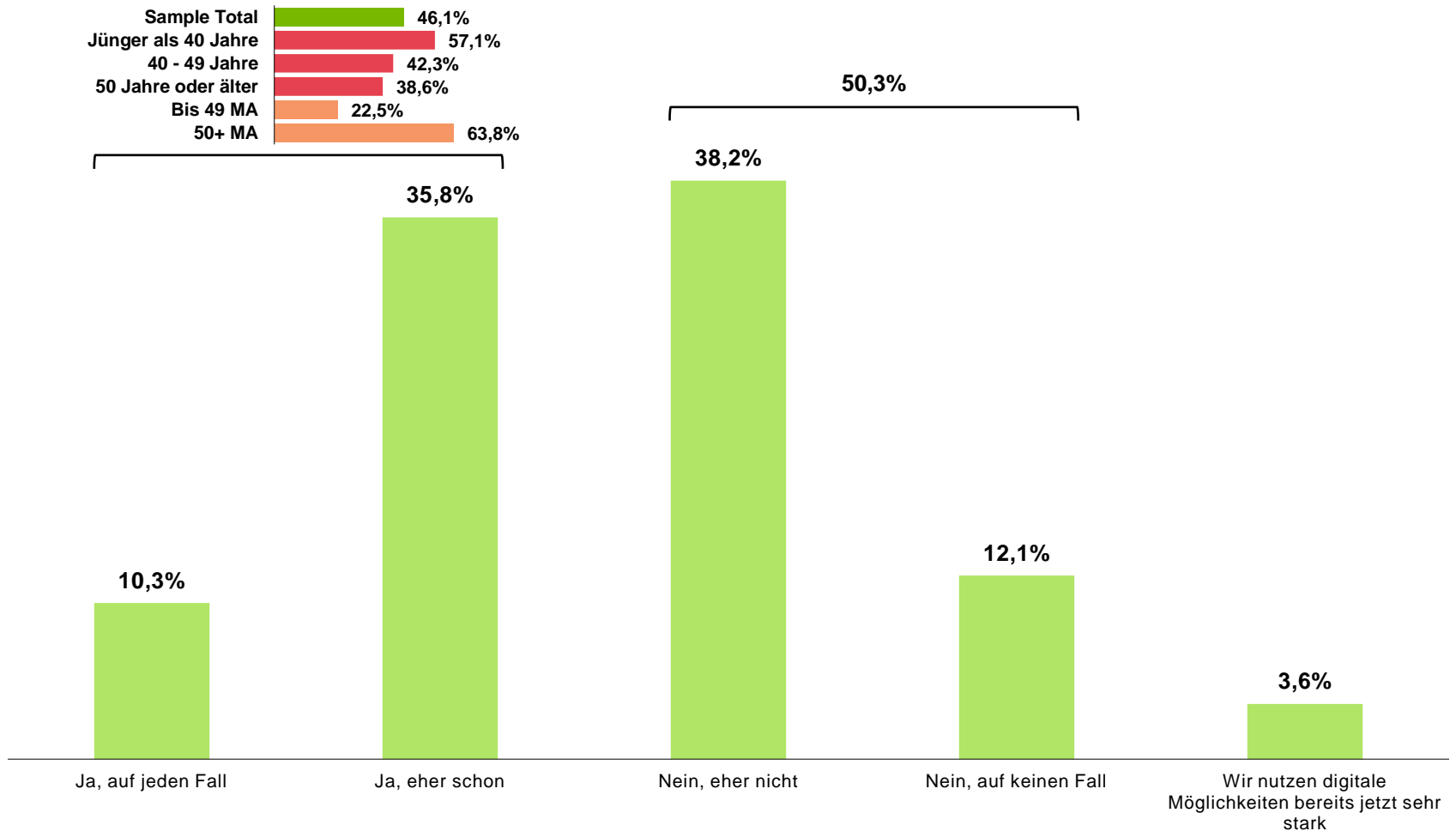


In Frage kommende digitale Möglichkeiten beim Onboarding-Prozess



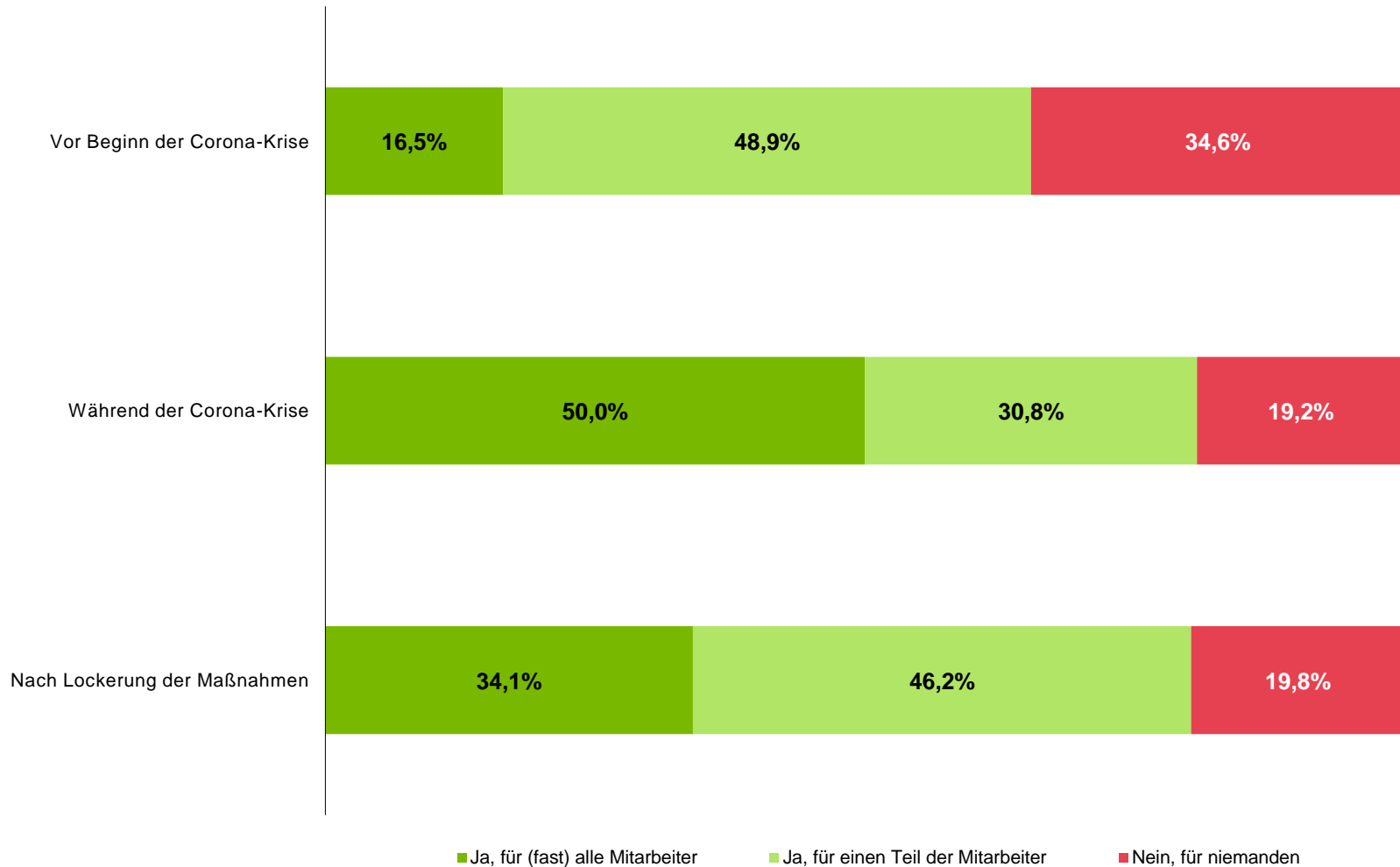
Welche digitalen Möglichkeiten für den Onboarding-Prozess, d.h. die Einschulung/ Eingewöhnung neuer Mitarbeiter, kommen für Sie grundsätzlich (wieder) in Frage? || Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || Mehrfach-Nennung möglich

Künftig stärkere Nutzung digitaler Möglichkeiten beim Onboarding-Prozess



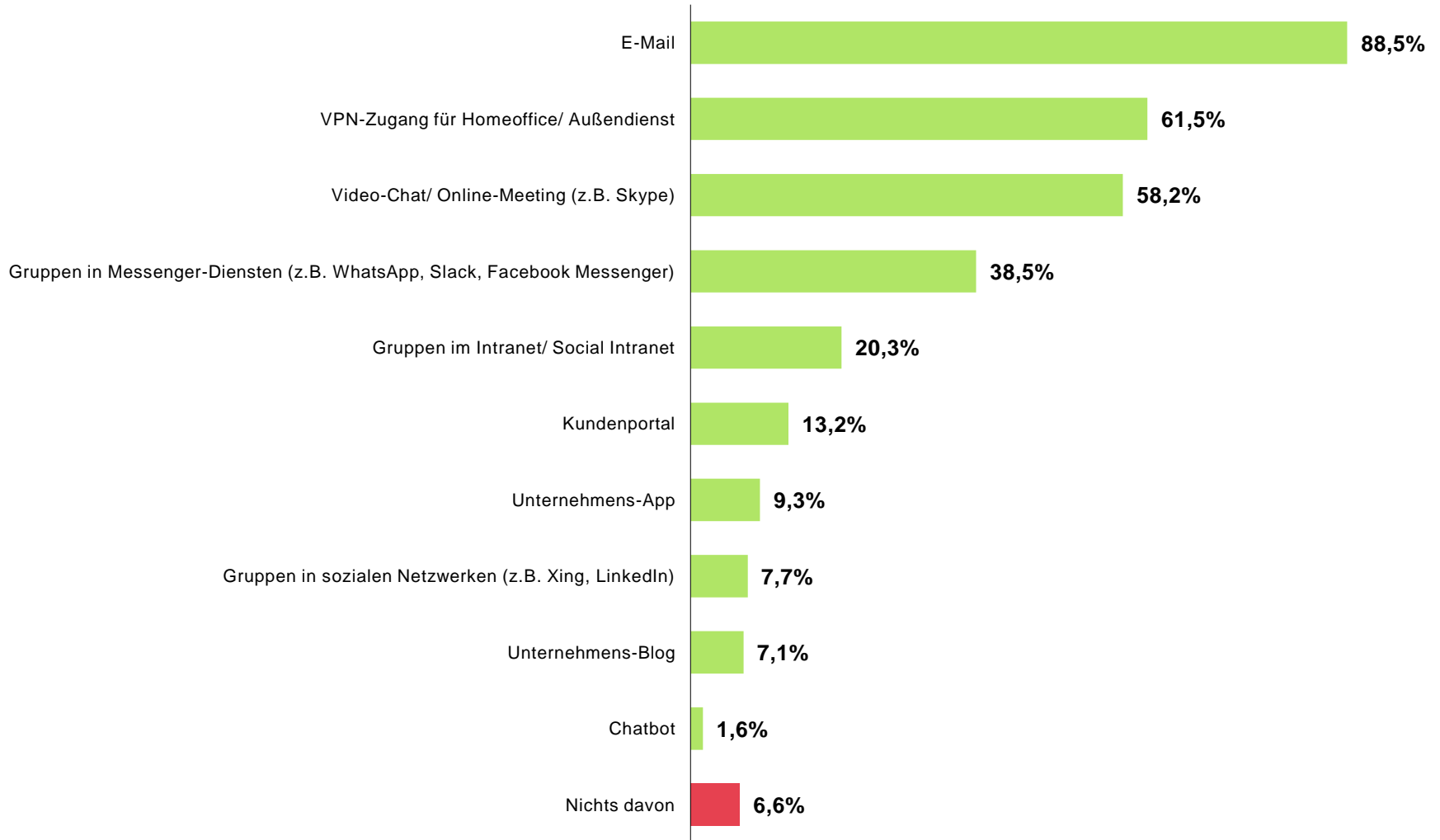
Haben Sie grundsätzlich vor, künftig für den Onboarding-Prozess, d.h. die Einschulung/ Eingewöhnung neuer Mitarbeiter, stärker digitale Möglichkeiten zu nutzen als früher? || Basis: Unternehmen war in den letzten 12 Monaten auf Personalsuche || n=165 || MW 2,5

Homeoffice vor / während / nach der Corona-Krise

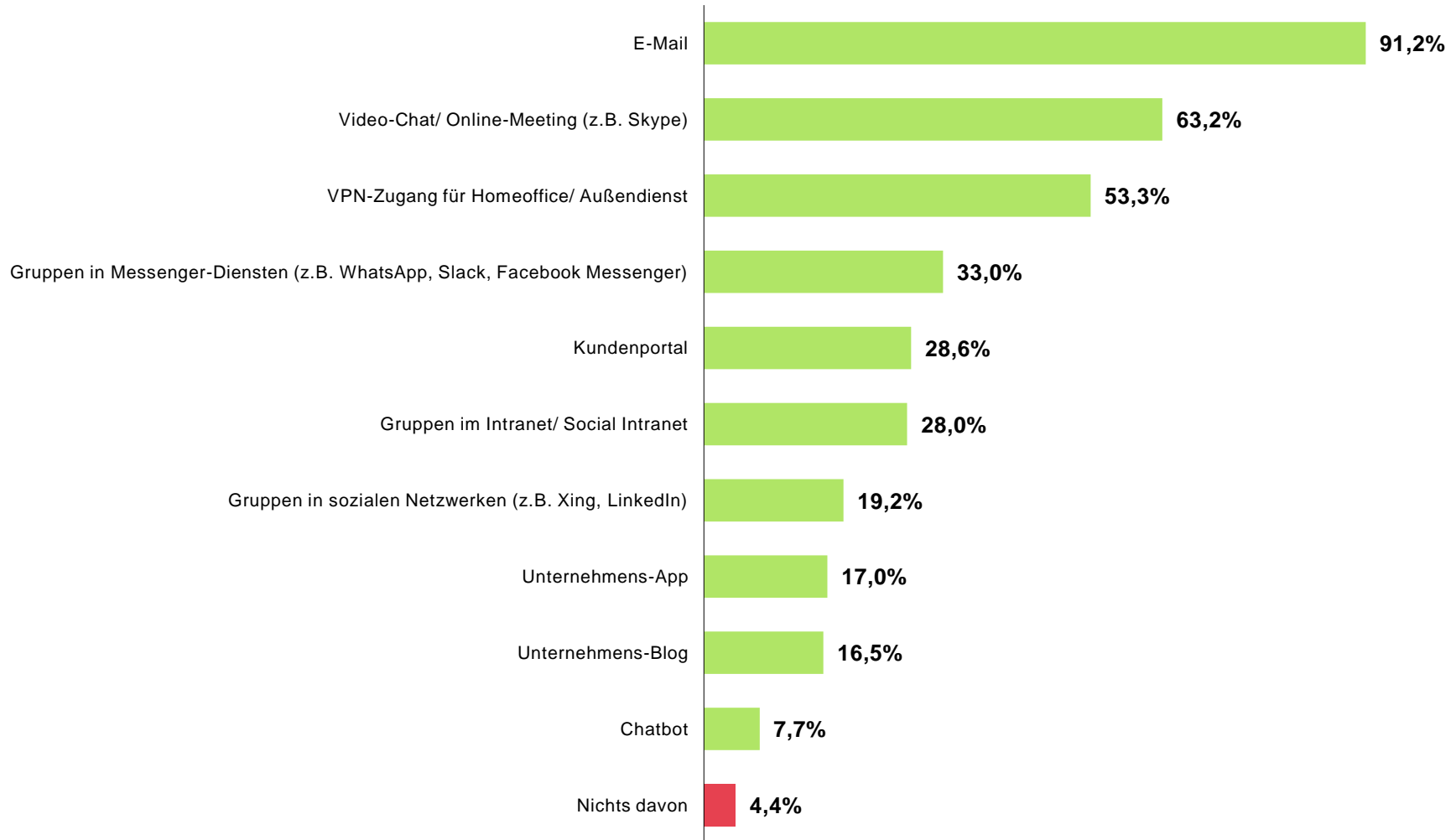


Gibt es seit den langsamen Lockerungen der Maßnahmen in Ihrem Unternehmen, zumindest für einen Teil der Mitarbeiter, die Möglichkeit für Arbeiten im Homeoffice? || Gab es während der Zeit der massiven Einschränkungen durch die Regierung (Mitte März bis Mitte Mai) zumindest für einen Teil der Mitarbeiter die Möglichkeit für Arbeiten im Homeoffice? || Gibt es seit den langsamen Lockerungen der Maßnahmen in Ihrem Unternehmen, zumindest für einen Teil der Mitarbeiter, die Möglichkeit für Arbeiten im Homeoffice? || n=182

Nutzung digitaler Infrastruktur für Arbeit & Kommunikation

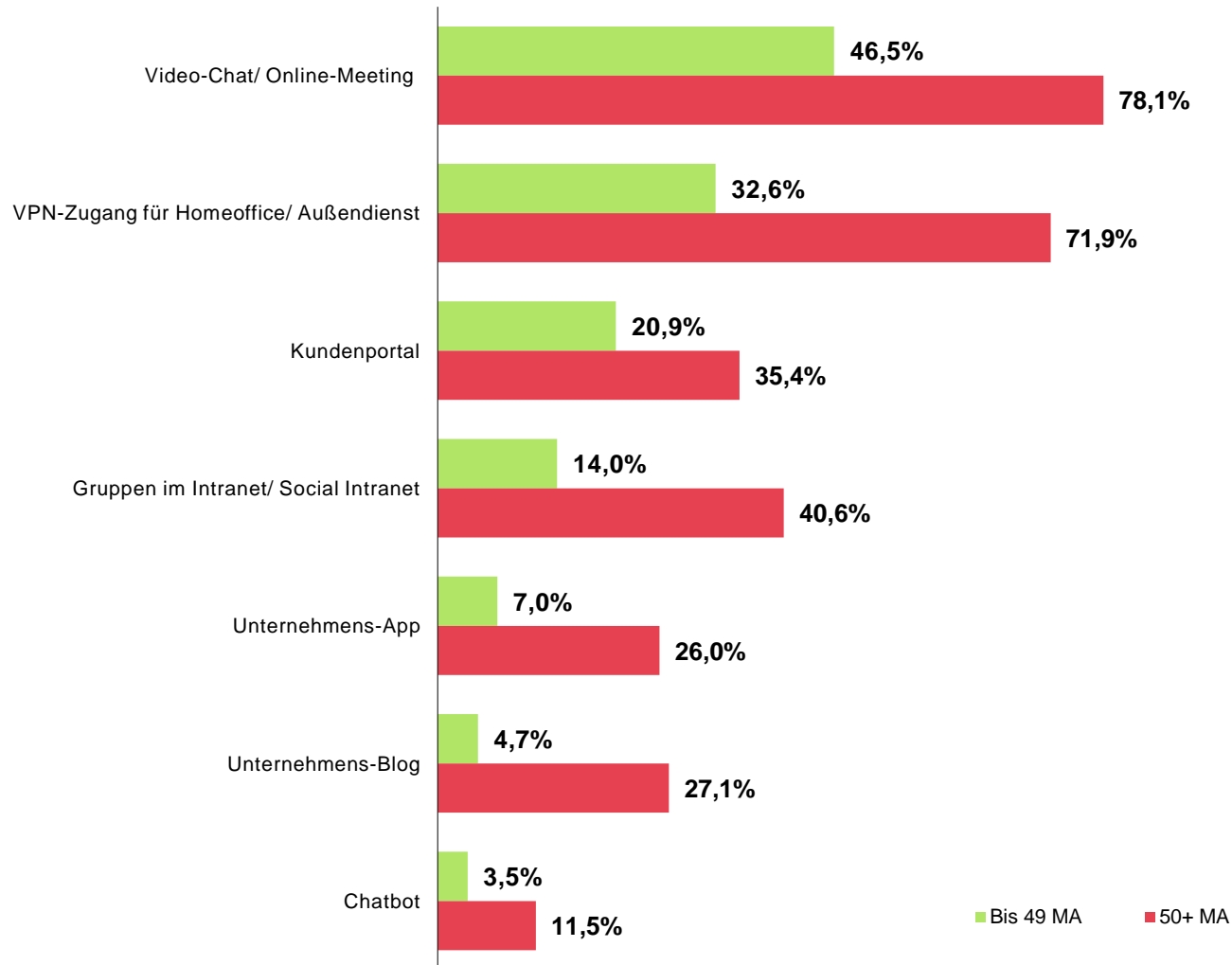


In Frage kommende digitale Infrastruktur für Arbeit und Kommunikation



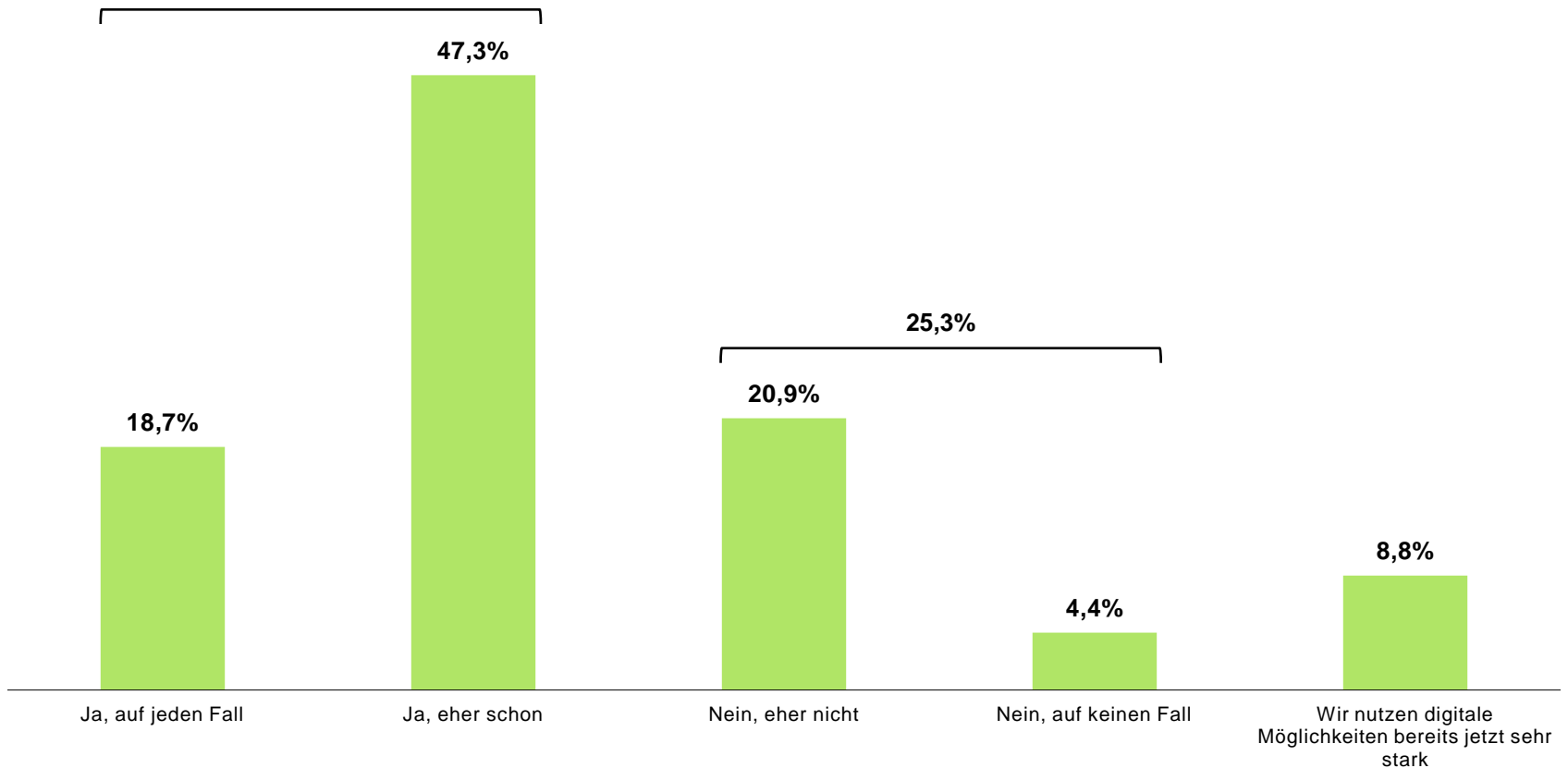
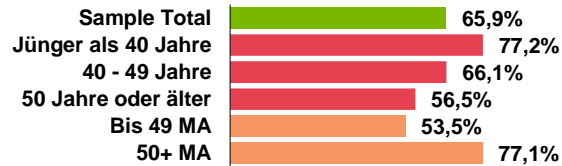
Welche digitale Infrastruktur für die Arbeit und Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Kunden/ Auftraggebern etc. kommt für Sie grundsätzlich (wieder) in Frage? || n=182 || Mehrfach-Nennung möglich

In Frage kommende digitale Infrastruktur für Arbeit und Kommunikation



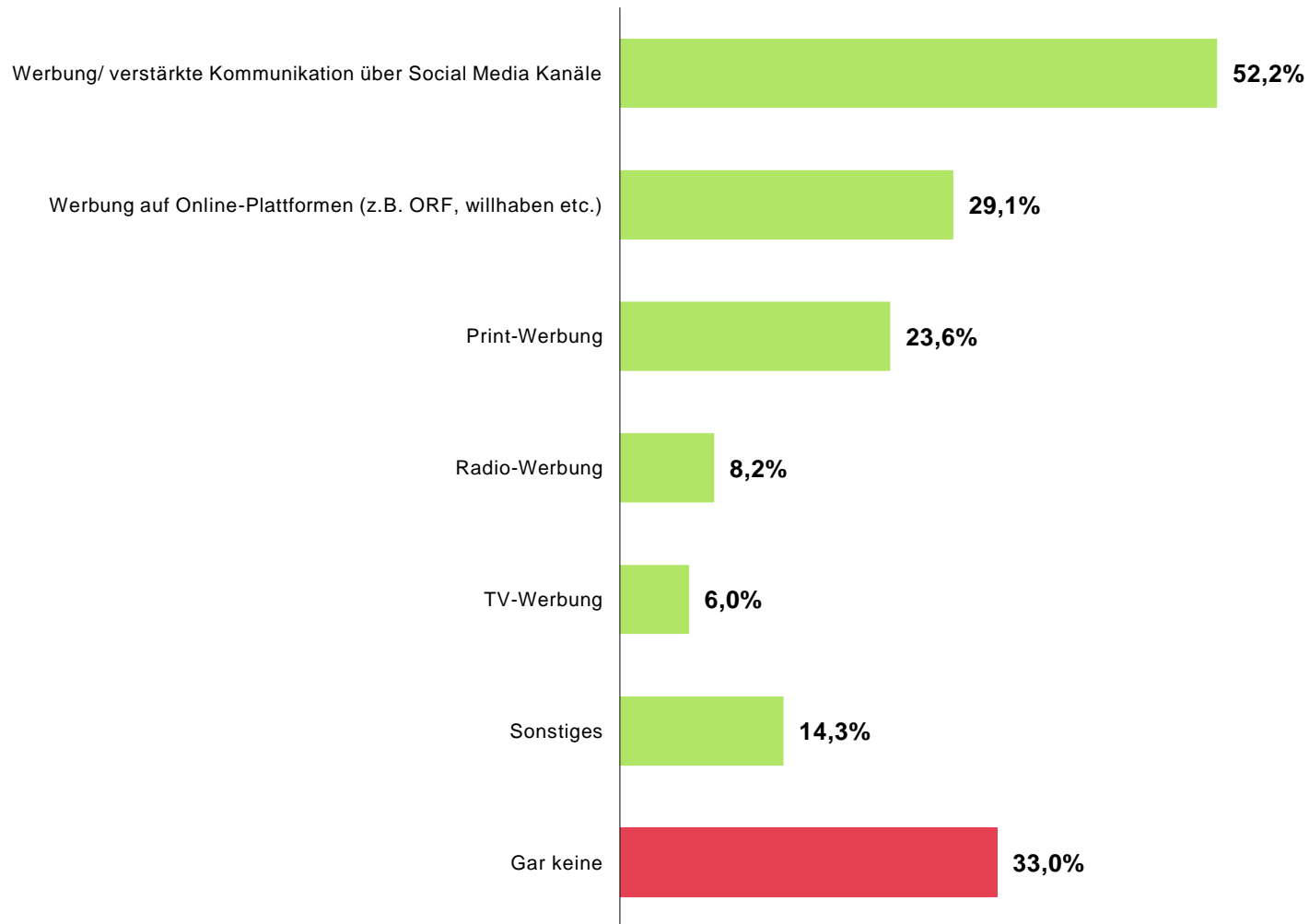
Welche digitale Infrastruktur für die Arbeit und Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Kunden/ Auftraggebern etc. kommt für Sie grundsätzlich (wieder) in Frage? || n=182 || Mehrfach-Nennung möglich

Künftig stärkere Nutzung digitaler Infrastruktur für Arbeit und Kommunikation

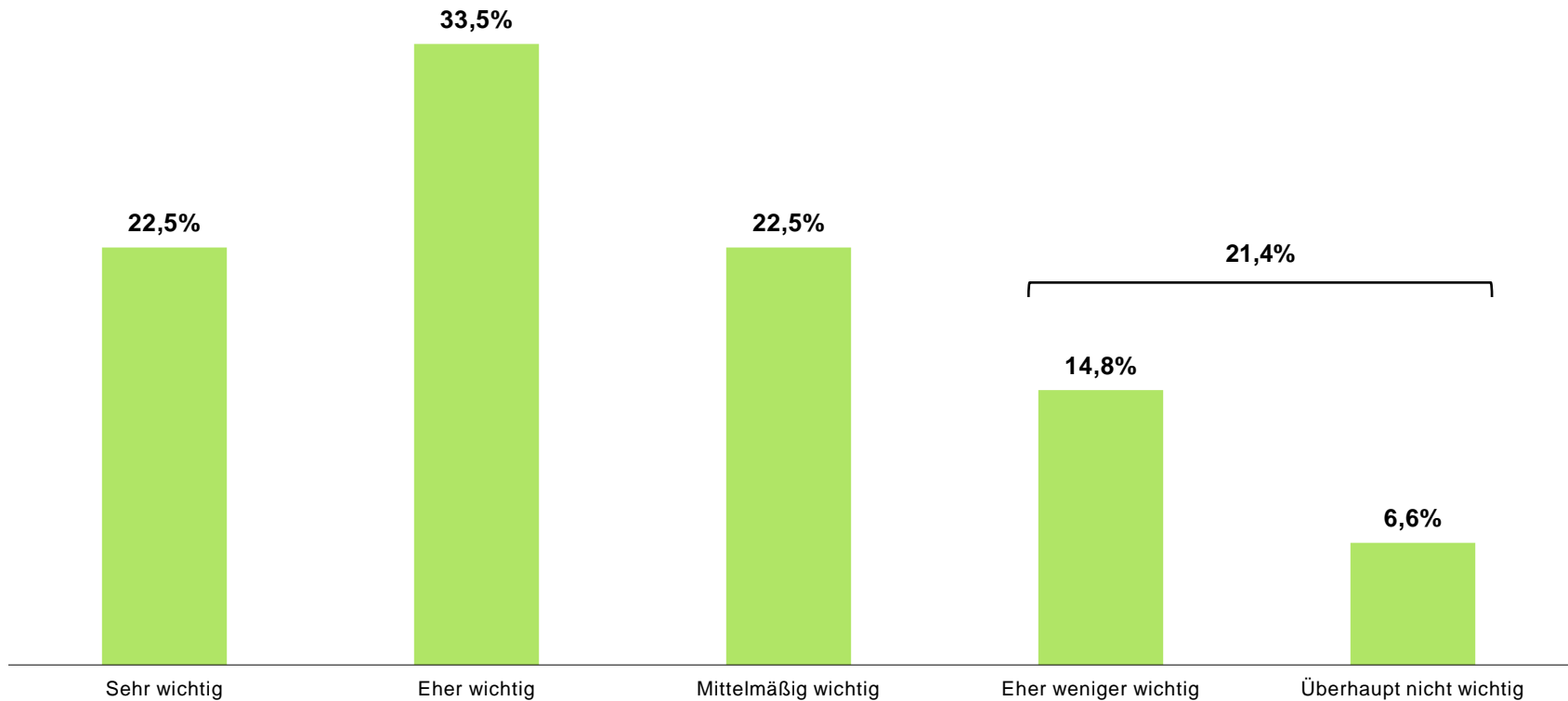
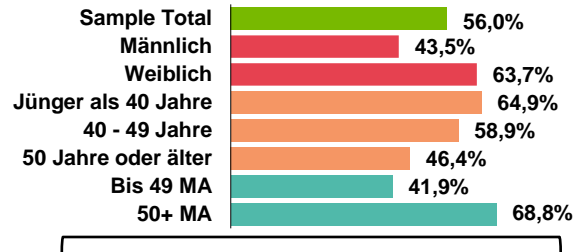


Haben Sie grundsätzlich vor, künftig für die Arbeit und Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Kunden/ Auftraggebern etc. stärker digitale Möglichkeiten zu nutzen als früher? || n=182 || MW 2,1

Nutzung von „Employer Branding“ in der Krisenzeit

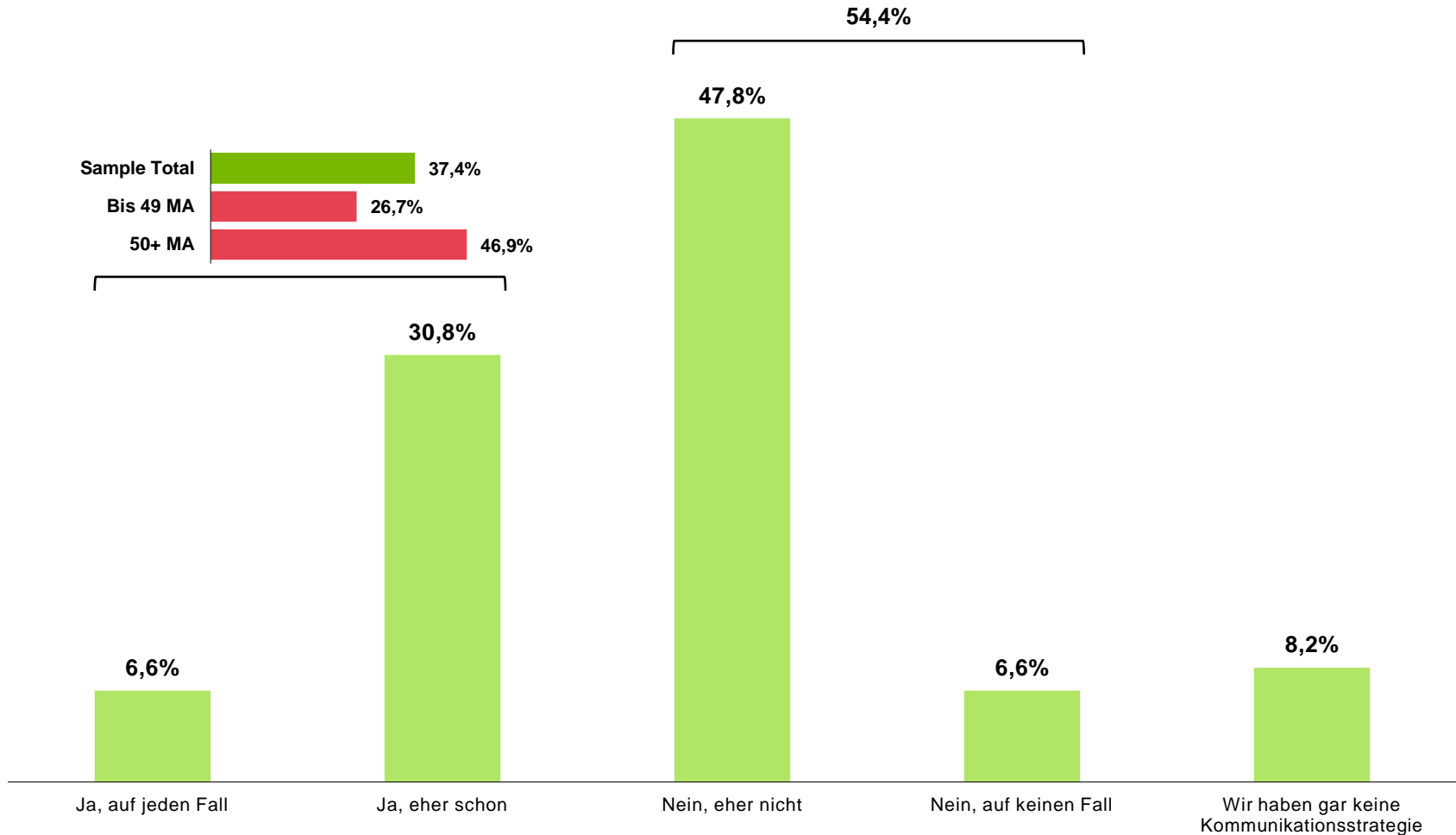


Bedeutung von „Employer Branding“ in der Krisenzeit



Wie wichtig ist Ihnen jetzt in der Krisenzeit die externe Arbeitgeberkommunikation? || n=182 || MW 2,5

Nachhaltige Veränderung der Kommunikationsstrategie durch die Corona-Krise



Wird sich Ihre Kommunikationsstrategie in Bezug auf "Employer Branding" durch die Corona-Krise nachhaltig verändern? || n=182 || MW 2,6

**einfach
schnell
fragen.**

Lisa Patek, MSc
Marketing & PR

l.patek@marketagent.com
02252 909 009 28

Mühlgasse 59
2500 Baden

www.marketagent.com



marketagent.