



Arbeitsmarktservice
Österreich

Anforderungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche

Endbericht

Projektleitung AMS:
Maria Hofstätter, Sabine Putz

Projektteam L&R Sozialforschung:
Ferdinand Lechner, Walter Reiter,
Andreas Riesenfelder, Petra Wetzel



Wien, Januar 2009

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Arbeitsmarktservice Österreich

Bundesgeschäftsstelle

ABI/Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation

Maria Hofstätter, Sabine Putz

A-1200 Wien, Treustraße 35-43

Tel: (+43 1) 331 78-0

ISBN 978-3-85495-...

Inhalt

1	Einleitende Bemerkungen	3
2	Der Zugang zu den Unternehmen	4
3	Die Stichprobe der befragten Unternehmen	5
3.1	Zur Zusammensetzung des Samples nach AMS-KundInnenstatus	5
3.2	Die Zusammensetzung des Samples nach zentralen Kriterien	6
4	Betriebliche Strategien der Personalsuche	9
4.1	Innerbetriebliche Strukturen als Rahmenbedingung	9
4.2	Inanspruchnahme des AMS generell	10
4.3	Generelle Kriterien für die Auswahl der Suchstrategie	14
4.4	Inanspruchnahme von Suchkanälen für die Referenz-Annonce nach KundInnenstatus	16
5	Die Gestaltung von Stelleninseraten	19
5.1	Die optische Gestaltung der Annoncen	19
5.2	Formulierungshilfen seitens des AMS	20
5.3	Wichtige Inhalte der Stellenanzeigen	21
5.4	Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Stellenannoncen	23
5.5	Vernachlässigbare Angaben in den Stellenannoncen	26
5.6	Optimierungsbedarf bei der Formulierung der Stellenanzeigen	27
5.7	Zwischenfazit	28
6	Anforderungen an Bewerbungsunterlagen	29
6.1	Von Unternehmen gewünschte Angaben in den Bewerbungsunterlagen	29
6.2	Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Bewerbungsunterlagen	32
6.3	Zwischenfazit	33
7	Toleranzniveau bei den Anforderungen an BewerberInnen	35
8	Nutzungsprofile bei Online-Jobbörsen	37
8.1	Nutzungsrate bei E-Jobbörsen	37
8.2	Die Nutzung verschiedener Features der E-Jobbörsen	38
9	Beurteilungen der Unterstützung durch das AMS bei der Personalauswahl	40
9.1	Vorschlag an BewerberInnen	40
9.2	Einstellung von AMS-BewerberInnen und Verbesserungswünsche	41
9.3	Beratungs- und Unterstützungsbedarf bei Stellenbesetzung	43
9.4	Zufriedenheit mit der Beratung/Unterstützung durch das AMS	44
10	Suchkanäle im Vergleich	45
10.1	Nachteil einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen	45

10.2 Vorteile einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen	46
11 Rückblickend formulierte Veränderungsmöglichkeiten in den Suchstrategien	48
12 Zusammenfassung	50
13 Empfehlungen	51
13.1 Strategische Entscheidungen	51
13.2 Optimierung operativer Prozesse	52
Literatur	57
Abbildungsverzeichnis	58
Tabellenverzeichnis	59
Anhang 1: Zur Bildung der Stichprobe der telefonisch befragten Unternehmen	63
13.3 Branchenmuster im Einschaltgrad des AMS	63
13.4 Mismatch-Analyse	64
Anhang 2: Tabellen	67
Anhang 3: Qualitative Fallbeispiele	84
Anhang 4: Fragebogen	90

1 Einleitende Bemerkungen

Im Zentrum der vorliegenden Untersuchung stehen Erfahrungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche und sich daraus ergebende Anforderungen und Erwartungen beim Prozess der Stellenbesetzung.

Die Vermittlungsaktivitäten des AMS sind bei der Besetzung offener Stellen ein zentraler Bereich in der KundInnenbeziehung zwischen AMS und betrieblichen KundInnen. Gleichzeitig stellt dieser Bereich immer wieder eine Quelle von Unzufriedenheit auf Seiten der Unternehmen dar und gilt als ein Grund für die Nicht-Inanspruchnahme des AMS. Verschiedene ältere Studien zur Qualität von AMS-Dienstleistungen bei der Personalsuche sehen hier relativ übereinstimmend die unzureichende Passgenauigkeit der Vermittlung als einen, wenn nicht *den* zentralen Schwachpunkt der AMS-Dienstleistungen.

Dabei handelt es sich jedoch auch um eine Argumentationsfigur, die sehr oft unhinterfragt übernommen und reproduziert wird. So sehr sie ihre Berechtigung haben mag, so bleiben oftmals bestimmte Umstände unberücksichtigt, die nicht immer alleine in der Verantwortung des AMS liegen. Beispielsweise können vage Stellenbeschreibungen Seitens der Unternehmen geliefert werden, was diesen aber nicht immer bewusst sein muss oder Unternehmen zeigen sich wenig einsichtig darüber, dass eine genaue Abklärung der Stellenanforderungen eine Voraussetzung für eine passgenaue Abdeckung ist. Umstände die eine passgenaue Vermittlung für das AMS wesentlich erschweren.

Um im Rahmen der Studie über eine Reproduktion dieses Stereotyps hinauszukommen, wurde ein qualitativer **vermittlungsfallzentrierter, d.h. an einem konkreten Fall einer Stellenbesetzung ausgerichteter Befragungsansatz** verfolgt.

Anhand von konkreten Suchinseraten aus Tageszeitungen, Internet Jobbörsen und des AMS eJob-Rooms, die im Frühsommer 2008 geschaltet waren, wurde für die Phasen des Besetzungsprozesses – beginnend von der Meldung der offenen Stelle, der Aufnahme des Jobprofils und der Anforderungen an BewerberInnen bis über die inhaltliche Gestaltung von BewerberInnenprofilen und die Vorauswahl von BewerberInnen durch das AMS – der Frage nachgegangen, **welche Aspekte im Vermittlungsprozess** aus Sicht der Betriebe als **förderlich** und welche als **hinderlich** gesehen werden bzw. welche Aspekte besonders wichtig sind und welche einen geringeren Stellenwert einnehmen.

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.

Dazu wurden im Oktober 2008 **telefongestützte Interviews mit Unternehmen** aus ganz Österreich durchgeführt, die wie bereits erwähnt im Frühsommer 2008 eine Stellenannonce geschaltet hatten. Die Befragung war dabei stark qualitativ ausgerichtet,

d.h. die InterviewerInnen waren angewiesen alle Bemerkungen, Erläuterungen etc. der Unternehmen in so genannten Notizfeldern festzuhalten.

Im Vorfeld der telefonischen Befragung wurden explorative **Tiefeninterviews** mit zehn Personalverantwortlichen geführt, die ebenfalls aktuell eine Stelle zu besetzen hatten. Diese Ergebnisse sind im vorliegenden Bericht als ‚Fallbeispiele‘ angeführt. Im Überblick sind wichtige Fakten zu diesen Suchprozessen den Übersichten im Anhang zu entnehmen (vgl. Anhang 3).

2 Der Zugang zu den Unternehmen

Die Rekrutierung von InterviewpartnerInnen für die **Tiefeninterviews** erwies sich als relativ schwierig. Zum einen waren viele zuständige Personen in der Erhebungsphase, die auf den Monat August fiel, in Urlaub und damit auch nicht in den Suchprozess involviert. Zum anderen aber war bei den kontaktierten Personalverantwortlichen auch eine große Skepsis gegenüber einem Interview zu spüren. Als häufiger Absagegrund wurde genannt, dass sich das Unternehmen nicht exponieren möchte und insbesondere zum sensiblen Thema Personalsuche keine Auskunft geben wolle. Erst mit der Zusage der Anonymität erklärten sich die InterviewpartnerInnen zu einem Gespräch bereit. Für die Rekrutierung von zehn InterviewpartnerInnen mussten insgesamt 93 Personalverantwortliche in Firmen kontaktiert werden. Diese verteilten sich auf die folgend genannten Suchkanäle:

- 20 Firmen, die im Kurier annonciert hatten,
- 20 Firmen, die im Standard annonciert hatten,
- 35 Firmen, die eine Anzeige im AMS eJob-Room geschaltet hatten und
- 18 Firmen, deren Anzeige im EM08-e-jobroom veröffentlicht war.

Um die anvisierten 200 **fernmündlichen Interviews** durchführen zu können, mussten 769 Stellenannoncen recherchiert werden. Hier war somit im Vergleich zu den Tiefeninterviews eine höhere Bereitschaft zur Mitwirkung gegeben. Neben dem günstigeren Durchführungszeitraum im Herbst spiegelt dies aber auch die Erfahrung aus verschiedenen anderen Projekten wieder, in denen sich immer wieder zeigte, dass die Mitwirkungsbereitschaft bei telefonischen Befragungen vergleichsweise besser ist als bei face-to-face Interviews. Die Anzahl der Verweigerungen belief sich auf insgesamt 191 Unternehmen, d.h. auf die Gesamtzahl der recherchierten Stellen bezogen, wollte knapp jede/r vierte Personalverantwortliche an der Befragung nicht teilnehmen.

Circa 45% aller 769 recherchierten Annoncen für die fernmündliche Befragung stammten aus dem AMS eJob-Room sowie dem EM08-e-jobroom. Nahezu jede fünfte Annonce wurde aus einer Tageszeitung entnommen und die restlichen 30% der Stellenausschreibungen wurden über verschiedenste Internet-Jobbörse (bspw. jobpilot.at oder willhaben.at) recherchiert.

3 Die Stichprobe der befragten Unternehmen¹

3.1 Zur Zusammensetzung des Samples nach AMS-KundInnenstatus

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Mismatch-Analyse und der Analyse des Einschaltgrades (vgl. Anhang 1) sowie unter Berücksichtigung der Struktur der AMS-BetriebskundInnen wurde gemeinsam mit den AuftraggeberInnen eine Sample-Struktur entwickelt (vgl. auch Kapitel 3.2). Diese genannten Analysen wurden im Vorfeld der Befragung durchgeführt und basieren auf der Überlegung, dass das Vermittlungsprozedere des AMS auch vom Mismatch in einzelnen Berufen bzw. in einzelnen Kombinationen von Berufen und Qualifikationen abhängt. Je niedriger beispielsweise die Stellenandrangziffer in einem Teilbereich, umso schwieriger wird es für das AMS, geeignete BewerberInnen vorschlagen zu können. Gleichzeitig wird das AMS seitens der Unternehmen in unterschiedlichem Ausmaß für die Vermittlungstätigkeit in Anspruch genommen, d.h. der Einschaltgrad differenziert nach Wirtschaftsbereichen, was wiederum Auswirkungen auf eine erfolgreiche Vermittlung hat.

Generell erfolgt im vorliegenden Bericht eine Unterscheidung nach **KundInnenstatus**, wobei sich diese Zuordnung auf die jeweils konkret dem Interview zugrunde gelegte Stellenanzeige bezieht. Unterschieden werden **AMS-KundInnen** und **Nicht-KundInnen**, somit jene Betriebe, die für die konkrete Stellenbesetzung auf das AMS zurückgegriffen haben und solche, die ausschließlich andere Suchkanäle nutzten. Davon zu unterscheiden ist der **KundInnentyp generell**, d.h. die Frage inwiefern diese Unternehmen allgemein mit dem AMS zusammenarbeiten (vgl. Kapitel 4.2).

Die folgende Abbildung 1 gibt einen Überblick über die Zusammensetzung der Struktur des Samples. Insgesamt wurden 201 Interviews durchgeführt, wovon 100 Befragungen auf Betriebe entfielen die im Rahmen der Referenz-Annonce das AMS genutzt haben. Diese Unternehmen sind hinsichtlich des KundInnenstatus als **AMS-KundIn** zu werten. Im Kontext der Frage der generellen Inanspruchnahme des AMS, d.h. der Frage nach dem KundInnentyp, zeigt sich, dass 18% auf den KundInnentyp ‚StammkundIn‘ entfallen. Diese Unternehmen nehmen generell das AMS für an- und ungelernte Kräfte, Fachkräfte sowie SpezialistInnen in Anspruch. Größtenteils – zu 82% – handelt es sich um potentielle KundInnen, welche das AMS bei der Personalsuche für bestimmte Qualifikationsebenen in Anspruch nehmen oder fallweise bei den verschiedenen Qualifikationsebenen auf das AMS zurückgreifen.

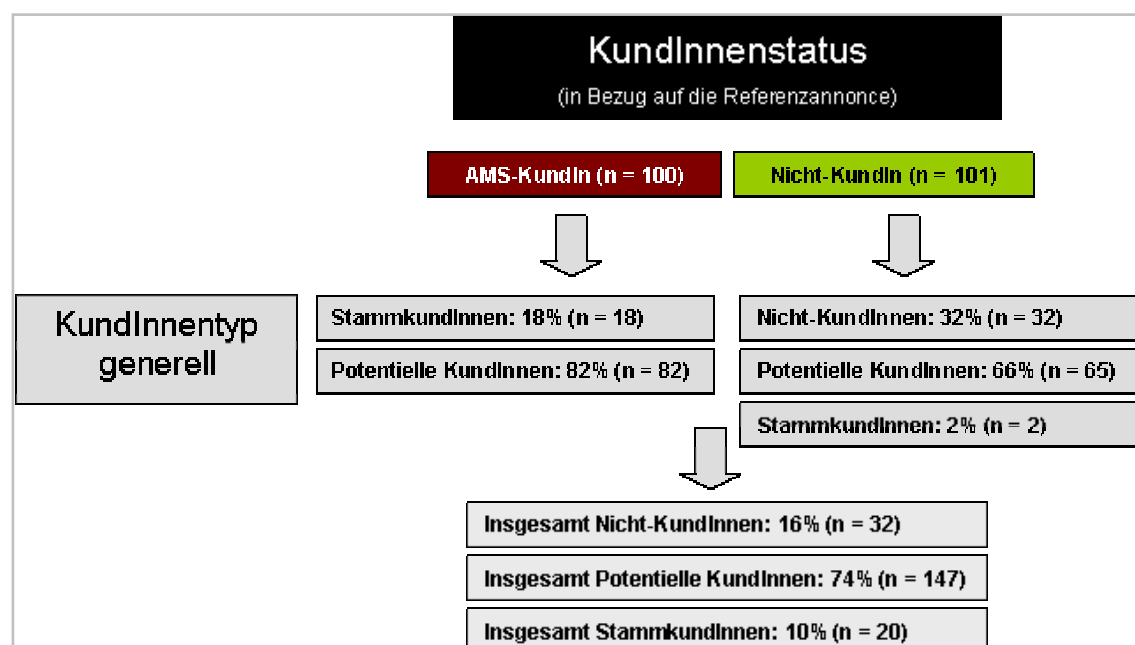
Die Verteilung der **Nicht-KundInnen** gestaltet sich divergierend zu jener der AMS-KundInnen. Hier sind 32% Unternehmen vertreten, die weder für die vorliegende Referenz-Annonce noch für sonstige Stellen das AMS in Anspruch nehmen (Nicht-KundInnen). Potentielle KundInnen sind mit einem Anteil von 66% vertreten. Dass hier

¹ Zu den qualitativen Fallbeispielen vergleiche Anhang 3.

zusätzlich auch zwei Unternehmen vertreten sind, die angeben generell das AMS für alle Qualifikationsbereiche zu nutzen, obwohl sie im Bezug auf die Referenz-Annonce nicht auf die Dienstleistungen des AMS zurückgegriffen haben, verdeutlicht, dass im Einzelfall unterschiedliche Kalküle bei der Wahl der Suchwege zur Geltung kommen können.

Im Rahmen der vorliegenden Analysen wurden alle Auswertungen jedenfalls für den KundInnenstatus durchgeführt. Jene Fragestellungen die genereller Natur waren, d.h. sich nicht (nur) auf die konkrete Referenz-Annonce bezogen, wurden auch nach dem KundInnenentyp durchgeführt.

Abbildung 1: Überblick zur Zusammensetzung des Samples nach AMS-KundInnenstatus und KundInnenentyp



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; KundInnenentyp generell n miss = 2

3.2 Die Zusammensetzung des Samples nach zentralen Kriterien

Die Gruppe der AMS-KundInnen fokussiert auf jene Branchen/Berufsgruppen, welche einen vergleichsweise überdurchschnittlichen Einschaltgrad und/oder Stellenandrang aufweisen, sowie die für die Arbeitsmarktdynamik besonders bedeutsamen Branchen ‚Handel‘, ‚Beherbergungs- und Gaststättenwesen‘ und ‚Herstellung von Waren‘. In der Gruppe der Nicht-KundInnen wurde hingegen das Augenmerk auf Branchen/Berufsgruppen mit einer eher unterdurchschnittlichen Performance gelegt.

Die folgende Tabelle 1 gibt einen Überblick über die **Branchenverteilung**. Exemplarisch sind bei den einzelnen Branchen auch jeweils in der Befragung vertretene Berufe angeführt.

Tabelle 1: Branchenverteilung des Samples

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Beherbergungs- und Gaststättenwesen z.B. Zimmermädchen/-bursch, Hotel- und Gastge- werbeassistent/in, Koch/Köchin	20	20,0%			20	10,0%
Erbringung sonst. wirtschaftl. Dienstleistungen z.B. Arbeitskräfteüberlassung (FacharbeiterInnen), Reinigungskraft, Sicherheitsorgan	21	21,0%			21	10,4%
Bauwesen z.B. BautechnikerIn, FenstermonteurIn, MaurerIn	19	19,0%			19	9,5%
Herstellung von Waren z.B. ElektrotechnikerIn, CNC-FacharbeiterIn, SchweißerIn	20	20,0%			20	10,0%
Handel z.B. VerkaufsberaterIn, AußendienstmitarbeiterIn, KassierIn	20	20,0%	25	24,8%	45	22,4%
div. Branchen (bspw. Öffentliche Verwaltung, Grundstücks- und Wohnungswesen, Erbringung von Finanz- und Versicherungs- dienstleistungen) – Büro- und Verwaltungs- berufe z.B. OrganisationsassistentIn, BuchhalterIn, SekretärIn			25	24,8%	25	12,4%
Information und Kommunikation z.B. Software EntwicklerIn, IT-TechnikerIn, Daten- bankentwicklerIn			26	25,7%	26	12,9%
Gesundheits- und Sozialwesen z.B. DGKS/DGKP, Kindergartenpädagogin/in, PsychologIn			25	24,8%	25	12,4%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Zusätzlich wird in der Zusammensetzung des Samples auch der unterschiedlichen Bedeutung der **Qualifikationsniveaus** im Kontext der jeweiligen Suchkanäle Rechnung getragen. Bei AMS-KundInnen wurden so primär Unternehmen, welche Stellen auf geringem bis mittlerem Qualifikationsniveau zu besetzen hatten, befragt. Bei den Nicht-KundInnen wurde Stellen mit höherem Qualifikationsniveau ein größerer Stellenwert beigemessen (vgl. Tabelle 2). Anzumerken ist, dass seitens der Unternehmen häufig mehrere Qualifikationsniveaus angegeben werden. Exemplarisch: ein Unternehmen suchte eine/n BuchhalterIn mit Lehrabschluss, dem Abschluss einer BMS oder AHS. Die Zuordnung des Qualifikationsniveaus der Stelle erfolgte über den niedrigsten formalen Abschluss, insofern entspricht das Qualifikationsniveau der Stelle einem geforderten Mindestniveau.

Tabelle 2: Qualifikationsniveau der Stelle nach KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
geringes bis mittleres Qualifikationsniveau	91	91,0%	65	65,0%	156	78,0%
höheres Qualifikationsniveau	9	9,0%	35	35,0%	44	22,0%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss =1

Neben Branchen und Qualifikationsniveau der zu besetzenden Stelle wurde das Sample auch regional gestreut, d.h. es sind Betriebe aus allen **Bundesländern** zu gleichen Anteilen inkludiert (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Bundesland nach KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Wien	12	12,0%	13	12,9%	25	12,4%
Niederösterreich	11	11,0%	12	11,9%	23	11,4%
Burgenland	11	11,0%	9	8,9%	20	10,0%
Oberösterreich	10	10,0%	11	10,9%	21	10,4%
Steiermark	11	11,0%	12	11,9%	23	11,4%
Kärnten	12	12,0%	10	9,9%	22	10,9%
Salzburg	11	11,0%	11	10,9%	22	10,9%
Tirol	11	11,0%	12	11,9%	23	11,4%
Vorarlberg	11	11,0%	11	10,9%	22	10,9%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Die **Unternehmensgröße**, als ein zentraler struktureller Indikator, stellte kein Definitionskriterium im Rahmen der Sample-Bildung dar. Im Ergebnis zeigt sich, dass bei Nicht-KundInnen mittlere und insbesondere große Betriebe verstärkt vertreten sind. Befragte AMS-KundInnen sind demgegenüber mehrheitlich (41%) kleine Unternehmen.

Tabelle 4: Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen nach KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Kleinstunternehmen (unter 10 Beschäftigte)	24	24,5%	6	6,1%	30	15,2%
Kleine Unternehmen (10 bis unter 50 Beschäftigte)	40	40,8%	11	11,1%	51	25,9%
Mittlere Unternehmen (50 bis unter 250 Beschäftigte)	15	15,3%	21	21,2%	36	18,3%
Große Unternehmen (250 und mehr Beschäftigte)	19	19,4%	61	61,6%	80	40,6%
Gesamt	98	100,0%	99	100,0%	197	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 4

4 Betriebliche Strategien der Personalsuche

4.1 Innerbetriebliche Strukturen als Rahmenbedingung

Innerbetriebliche Abläufe bei der Personalsuche erfolgen heute auf unterschiedlichen Wegen, oftmals unter Einbindung verschiedenster Hierarchieebenen und Abteilungen. Das Bild von der Personalabteilung – sofern vorhanden – als Recruiting-Zentrale, die die Suchaufträge aus den Abteilungen entgegen nimmt und die Personalsuche veranlasst, gehört zusehends der Vergangenheit an. Mit der Einführung flacherer Hierarchien kommt den kleineren Organisationseinheiten (wie z.B. Teamleitungen) eine immer wichtigere Rolle bei der Artikulierung des Personalbedarfs zu. Dies betrifft oft auch die Formulierung der Suchannoncen, die sich häufig an Vorlagen orientieren, die sich bereits bei früheren Suchaktivitäten bewährt haben. Vor der Weiterleitung zur Veröffentlichung wird die Annonce von den unmittelbaren Vorgesetzten oder der Personalabteilung freigegeben.

Betriebe, die Töchter internationaler Konzerne sind, haben hierbei oftmals keine freie Hand bei der Formulierung der Annonce, sondern sind an Vorlagen des Mutterkonzerns gebunden. In Konzernbetrieben mit regionalen Filialen wird die Personalsuche häufig von der Zentrale aus organisiert. Auch die Vorauswahl der BewerberInnen erfolgt teilweise hier und lediglich die Letztentscheidung bei der Personalauswahl obliegt dann den regionalen Leitungen, an die die vorausgewählten BewerberInnen weiter verwiesen werden.

Von einigen befragten AMS-KundInnen, die den nachgeordneten Landesstellen zuzurechnen sind und die Stellen im Sozial- und Gesundheitsbereich ausgeschrieben haben, wurde auch darauf hingewiesen, dass diese im Rahmen der Umsetzung der Objektivierungsgesetze dazu angehalten sind, bei den Stellenbesetzungen das AMS in Anspruch zu nehmen.

Die mitunter komplexen Strukturen bei der Personalsuche, in die unterschiedliche Ebenen, operative AkteurInnen und EntscheidungsträgerInnen – mit unter Umständen je divergierenden Vorstellungen und Erwartungen – eingebunden sind, machen es für das AMS schwer, den/die richtigen AnsprechpartnerInnen zu identifizieren. Oftmals werden unter Umständen die Personalabteilungen kontaktiert, obwohl im jeweiligen Stadium der Stellenbeschreibung andere Personen die geeigneteren AdressatInnen wären.

Im Zuge der telefonischen Befragung wurde jeweils die für die Besetzung der konkreten Stelle verantwortliche Person interviewt. Die Ergebnisse spiegeln die oben angesprochenen innerbetrieblichen Aufgabenteilungen bei der Personalsuche insofern wieder, als dass bei Betrieben mit über zehn MitarbeiterInnen die Personalverantwortung – zumindest in Form der letztendlichen Auswahl und Entscheidung – in rund einem Viertel bzw. Fünftel der Fälle für maximal bis zu zehn MitarbeiterInnen besteht.

Tabelle 5: Anzahl der MitarbeiterInnen für welche die/der InterviewpartnerIn Personalverantwortung innehat (nach Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen)

	Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen									
	Kleinstunter-nehmen (unter 10 MA)		Kleine Unter-nehmen (10-49 MA)		Mittlere Unter-nehmen (50-249 MA)		Große Unter-nehmen (250+ MA)		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Für bis zu 10 MitarbeiterInnen Personalverantwortung	29	100,0%	12	24,5%	8	24,2%	15	20,8%	64	35,0%
Für 10 bis 50 MitarbeiterInnen Personalverantwortung			37	75,5%	2	6,1%	13	18,1%	52	28,4%
Für 50 und mehr MitarbeiterInnen Personalverantwortung					23	69,7%	44	61,1%	67	36,6%
Gesamt	29	100,0%	49	100,0%	33	100,0%	72	100,0%	183	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 197; n miss = 14

4.2 Inanspruchnahme des AMS generell

Der Status AMS-KundIn oder Nicht-KundIn bezieht sich auf die ausgewählte Referenz-Annonce, nicht aber generell auf die sonstige Personalsuche. Vor diesem Hintergrund stellt sich – wie bereits weiter oben angesprochen – die Frage, ob die personalsuchenden Unternehmen bei anderen Stellenbesetzungen das AMS in Anspruch nehmen und wenn ja, ob es je nach Qualifikationsniveau der zu besetzenden Stelle bestimmte Muster der Inanspruchnahme gibt.

Es zeigt sich, dass von den befragten Unternehmen insgesamt 10% als AMS-KundInnen mit hoher KundInnenbindung anzusehen sind, da diese Unternehmen an- und ungelernte Kräfte, Fachkräfte sowie SpezialistInnen immer (auch) über das AMS suchen. Diese Gruppe stellen also die **StammkundInnen** des AMS dar. Die größte Gruppe mit 74% bilden die **potentiellen AMS-KundInnen**: sie nehmen für bestimmte Qualifikationsebenen das AMS bei der Personalsuche (fallweise) in Anspruch. **Nicht-KundInnen**, also jene Unternehmen, die das AMS in keinem Fall in Anspruch nehmen, machen 16% der befragten Betriebe aus. Verstärkt trifft dies auf mittlere und große Betriebe zu (vgl. Tabelle 30). Argumentiert wird hier im Falle von eher gering bis mittel qualifizierten Stellen in erster Linie auf qualitativer Ebene mit einem Mangel an passenden BewerberInnen; im Bereich (höher)qualifizierter Positionen wird der aus quantitativer Sicht geringe Umfang des BewerberInnenpools bemängelt.

Tabelle 6: AMS-KundInnentyp generell

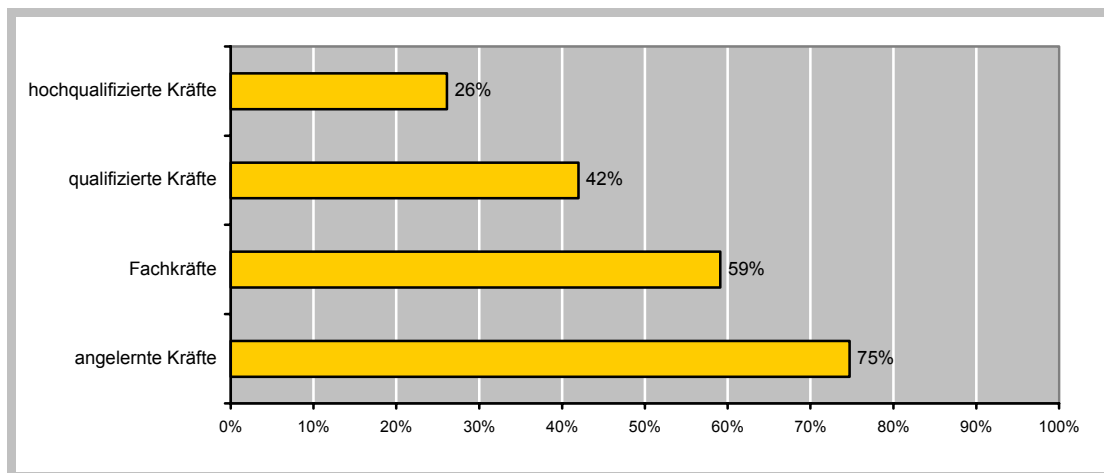
	Anzahl	Anteil
StammkundInnen	20	10,1%
Potentielle KundInnen	147	73,9%
Nicht-KundInnen	32	16,1%
Gesamt	199	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 2

Die Inanspruchnahme des AMS ist dabei in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus einer zu besetzenden Stelle höchst selektiv – bei Stellen mit höheren Qualifikationsanforderungen nimmt die Einschaltung des AMS deutlich ab (vgl. Abbildung 2). Für die

Berechnung der Inanspruchnahmequoten nach Qualifikationsebenen wurden dabei nur jene Unternehmen herangezogen, die prinzipiell einen Bedarf nach Arbeitskräften für die jeweilige Qualifikationsstufe angegeben haben.

Abbildung 2: Grad der Inanspruchnahme des AMS nach Qualifikationsstufe – alle Unternehmen



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n angelernte Kräfte = 154; n Fachkräfte = 164; n qualifizierte Kräfte = 157; n hochqualifizierte Kräfte = 133

Angelernte Kräfte

Erwartungsgemäß schalten die Unternehmen das AMS vor allem bei der Suche nach angelernten Kräften ein. Rund drei Viertel aller Befragten geben an, bei Personalbedarf auf dieser relativ niedrigen Qualifikationsebene mit dem AMS zusammenzuarbeiten, weitere 12% tun dies fallweise. In der Gruppe der potentiellen KundInnen sind es 82%, die das AMS für solche Stellen nutzen und 15,5% die teilweise auf das AMS zurückgreifen (vgl. Tabelle 31). Dies erfolgt häufig unter der Annahme, für Jobs dieser Kategorie unter den als arbeitslos gemeldeten Personen die größte Auswahl an BewerberInnen vorzufinden (44%). Damit ist implizit auch eine Generalisierung verbunden, derzufolge das AMS auf Seiten der Arbeitsuchenden vor allem von wenig qualifizierten Arbeitsuchenden in Anspruch genommen wird. In erheblich geringerem Ausmaß wird demgegenüber die Möglichkeit geschätzt, mit dem AMS über einen zentralen Suchkanal zu verfügen. Den Unternehmen geht es also vorrangig darum, ihren Bedarf an angelernten Arbeitskräften aus einem möglichst breiten Spektrum an BewerberInnen zu decken und weniger darum, mit der Suche selbst möglichst wenig belastet zu sein.

Wenn das AMS in dieser Personenkategorie nicht in Anspruch genommen wird, dann entweder, weil vermutet wird, die BewerberInnen seien unpassend oder weil prinzipiell nicht über das AMS gesucht wird. Allerdings wurde insgesamt nur von 21 Unternehmen angegeben, bei der Suche nach angelernten Kräften nicht mit dem AMS zusammenzuarbeiten.

Fachkräfte

Auch bei den Fachkräften (Lehre, Meisterprüfung) ist der Inanspruchnahmegrad des AMS mit insgesamt 59% noch vergleichsweise hoch, allerdings zeigt sich im Vergleich mit den angelernten Kräften bereits ein deutlicher Rückgang. So sinkt die Inanspruchnahmerate bei den potentiellen KundInnen von 82% bei angelernten Kräften auf 63% bei Fachkräften; im Gegenzug erhöhen sich die Anteile jener, die das AMS teilweise oder gar nicht nützen (vgl. Tabelle 32). Ebenso wie im Fall der Suche nach angelernten Kräften wird dies vor allem mit dem Umstand begründet, beim AMS die größte Anzahl an potenziellen BewerberInnen vorzufinden. Allerdings sind es hier nur mehr knapp ein Drittel der Unternehmen, die ihre Inanspruchnahme mit diesem Hinweis begründen (32%).

An zweiter Stelle der Begründungen liegt mit knapp 25% der Hinweis, dass es erforderlich ist, alle Suchkanäle auszuschöpfen, also auch das AMS in Anspruch zu nehmen, um zu den gewünschten Fachkräften zu kommen. Dies spiegelt wohl bis zu einem gewissen Grad auch das Ausmaß des Fachkräftemangels in vielen Branchen wider: die Unternehmen müssen, um zu den gesuchten Fachkräften zu kommen, alle verfügbaren Kanäle nutzen.

Allerdings zeigen die Erhebungsergebnisse auch, dass das Vertrauen in das Arbeitsmarktservice bei dieser Gruppe schon geringer entwickelt ist: der Verzicht, das AMS bei der Suche nach Fachkräften in Anspruch zu nehmen, wird im Wesentlichen mit der Annahme begründet, es biete nur eine geringe Auswahl an geeigneten BewerberInnen (32%) oder es wird erwartet, dass die Vermittlungsleistung nicht erfolgsversprechend sei (29%).

Qualifizierte Kräfte

Der sich bereits bei Fachkräften zeigende Rückgang der Inanspruchnahme des AMS verstärkt sich in der Gruppe qualifizierter Kräfte (Mittlere Schulen, Matura) weiter. Bei offenen Stellen in diesem Qualifikationsbereich wird bereits in deutlich geringerem Ausmaß auf das Arbeitsmarktservice zurückgegriffen. Seine Unterstützung wird bei dieser Kategorie von Arbeitskräften nur mehr von 42% aller befragten Unternehmen in Anspruch genommen. Allerdings nehmen weitere 18,5% der befragten Unternehmen das AMS zumindest teilweise in Anspruch. Über andere Kanäle suchen 39,5% der Unternehmen die benötigten qualifizierten Arbeitskräfte (vgl. Tabelle 33).

Die Inanspruchnahme des AMS ist bei dieser Gruppe auch weniger von der Überzeugung geleitet, aus vielen und passenden BewerberInnen auswählen zu können, sondern hängt eher damit zusammen, dass alle Suchpotenziale ausgeschöpft werden müssen, um zu geeigneten MitarbeiterInnen zu kommen (31%) oder damit, dass mit dem AMS eben ein zentraler Suchkanal zur Verfügung steht, den man nicht außer Acht lassen möchte (31%).

Wie bei den Fachkräften, aber in erheblich höherem Ausmaß, begründen jene Unternehmen, die das Arbeitsmarktservice bei der Suche nach qualifizierten Kräften nicht in Anspruch nehmen, mit der Vermutung, dass das AMS nur über eine geringe Anzahl an

BewerberInnen verfüge (54%) oder dass potenzielle BewerberInnen für die gestellten Anforderungen eher unpassend wären (18%).

Hoch qualifizierte Arbeitskräfte

Besonders gering ist die Bereitschaft der befragten Unternehmen, das Arbeitsmarktservice als Suchkanal einzuschalten, wenn es um hoch qualifizierte Arbeitskräfte (Uni, FH) geht. Nur mehr rund ein Viertel aller Unternehmen (26%) ist bei dieser Qualifikationsstufe zur Zusammenarbeit mit dem Arbeitsmarktservice bereit, weitere 11% zumindest teilweise. Knapp zwei Drittel hingegen suchen ihre hoch qualifizierten MitarbeiterInnen auf anderen Wegen. Bei den potentiellen KundInnen beläuft sich der Anteil jener die über das AMS suchen ‚nur‘ mehr auf 17% (vgl. Tabelle 34).

Wenn dennoch in Zusammenarbeit mit dem AMS nach hoch qualifizierten MitarbeiterInnen gesucht wird, dann werden ähnliche Begründungen genannt, die schon in der Kategorie der qualifizierten Arbeitskräfte angegeben wurden: man wolle alle Suchkanäle ausschöpfen (35%) und einen vorhandenen, zentralen Suchkanal nicht außer Acht lassen (44%).

Zusammenfassung

Dieser Überblick zeigt deutlich, dass die befragten Unternehmen vor allem dann Vermittlungs- und Suchkompetenz beim AMS vermuten, wenn es um eher niedrig qualifizierte Arbeitskräfte und bedingt auch um Fachkräfte geht. Es wird auch angenommen, dass es vor allem diese Personengruppen sind, die als arbeitsuchend gemeldet sind. Demgegenüber ist das Vertrauen in das Arbeitsmarktservice eher gering, wenn höher oder hoch qualifizierte MitarbeiterInnen gesucht werden. Hier werden andere Suchstrategien eingesetzt. Die Muster der AMS-Inanspruchnahme machen auch deutlich, dass es bei den meisten KundInnen doch Segmente im qualifizierten und höher qualifizierten Bereich gibt, die aus Sicht des AMS noch brach liegen und bislang noch nicht erschlossen sind.

Gleichzeitig zeigt sich auch, dass das AMS in vielen Fällen dann in Anspruch genommen wird, wenn die Anforderungen der zu besetzenden Stelle sehr genau einem Berufsbild entsprechen, wenige betriebspezifische Komponenten enthalten sind oder soft skills keinen sehr wichtigen Teil der Jobbeschreibung ausmachen. Beispiele dafür finden sich bei jenem Unternehmen aus dem Bereich des Beleuchtungssystemvertriebs, das MonteurlInnen für die Endproduktion der Beleuchtungssysteme über das AMS gesucht hat. Bei MaschinenbedienerInnen dagegen – die spezielle Maschinenkenntnisse mitbringen mussten – erwies sich die Personalsuche als aufwendig und wurde nicht über das AMS abgewickelt. Hingegen wurde bei Buchhaltungskräften auf die Vermittlungsdienste des AMS erfolgreich zurückgegriffen. Wenn Anforderungen jedoch sehr spezifisch auf den Arbeitsplatz zugeschnitten sind oder soft skills einen wichtigen Teil der Jobbeschreibung ausmachen, ist die Tendenz zur Eigensuche ohne AMS-Einschaltung zu beobachten. Letzteres zeigt sich exemplarisch am Beispiel der Personalsuche eines Unternehmens aus dem Bereich Handel und Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln. Dieses Unternehmen sucht FacharbeiterInnen wie ElektrikerInnen über das AMS, bei FilialmitarbeiterInnen aber wird nicht das AMS ein-

geschaltet. Bei dieser letztgenannten Tätigkeit, für die keine bestimmte Formalqualifikation erforderlich ist, kommt es stark auf das Auftreten und die Erscheinung an. Entscheidendes Auswahlkriterium ist das wahrnehmbare Interesse an einem Job mit KundInnenkontakt. Und dies zu überprüfen, wird als Aufgabe der Firma selbst gesehen und soll nicht dem AMS überantwortet werden.

Auf einer quantitativen Ebene wird dies etwa daran ablesbar, dass je genauer die Einhaltung der Anforderungen der Annonce erwartet wird, desto mehr Qualifikationsbereiche im Inserat angegeben werden. Unternehmen bemühen sich hier somit verstärkt ein umfassendes Bild der Anforderungen zu zeichnen. Wurde die Erfüllung einer ganz bestimmten Qualifikation oder eines ganz bestimmten Berufes erwartet, sind im Durchschnitt sieben Qualifikationsbereiche genannt. Bei möglichen Abweichungen liegt der Wert bei durchschnittlich sechs.

4.3 Generelle Kriterien für die Auswahl der Suchstrategie

Alle Unternehmen wurden gebeten, ganz generell anzugeben, welche Kriterien ihnen bei der Auswahl der Suchstrategie wichtig sind. Im folgenden Text wird die Auswertung nach KundInnenotyp generell dargestellt. Auswertungen für den KundInnenstatus in Bezug auf die Referenz-Annonce finden sich im Anhang (vgl. Tabelle 33ff).

Allen Befragten – also sowohl den AMS-KundInnen als auch den anderen – ist eine schnelle Besetzung der freien Stelle ein besonders wichtiges Kriterium. Zweitwichtigster Aspekt bei der Wahl des Suchkanals ist die Möglichkeit, auf kostengünstige Weise geeignete BewerberInnen zu suchen. Auffallend ist, dass dies von Nicht-KundInnen in etwa genauso häufig genannt wurde (72%) als von anderen Betrieben, obwohl gerade Annoncen in Tageszeitungen – und dies ist ein zentraler Suchkanal der Nicht-KundInnen – mit Kosten verbunden sind.

Drittwichtigster Aspekt ist die Vorselektion von BewerberInnen: diese ist für die AMS StammkundInnen und potentielle KundInnen (gut 40%) signifikant wichtiger als für Nicht-KundInnen (28%). Dies zeigt sich auch an den Angaben, die die Vorselektion als nicht wichtig einordnen, was bei gut der Hälfte der Nicht-KundInnen der Fall ist.

Tabelle 7: Sehr wichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnentyp (Anteil der Unternehmen, die den Aspekt als ‚sehr wichtig‘ beurteilen)

	AMS-KundInnentyp generell							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Schnelligkeit der Vermittlung von BewerberInnen	18	90,0%	114	77,6%	25	78,1%	157	78,9%
Kostengünstige Suche von BewerberInnen	14	70,0%	96	65,3%	23	71,9%	133	66,8%
Vorselektierter Vorschlag an geeigneten BewerberInnen erhalten	9	45,0%	62	42,2%	9	28,1%	80	40,2%
Angebot von Selbstbedienungstools	6	30,0%	42	28,6%	9	28,1%	57	28,6%
Sonstige Aspekte	3	15,0%	32	21,8%	7	21,9%	42	21,1%
Beratung über die Chancen für die Besetzung der Stelle	7	35,0%	23	15,6%	4	12,5%	34	17,1%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n StammkundInnen = 20; n Potentielle KundInnen = 147; n Nicht-KundInnen = 32

Tabelle 8: Unwichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnentyp (Anteil der Unternehmen, die den Aspekt als ‚nicht wichtig‘ beurteilen)

	AMS-KundInnentyp generell							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Vorselektierter Vorschlag an geeigneten BewerberInnen erhalten	5	25,0%	48	32,7%	17	53,1%	70	35,2%
Beratung über die Chancen für die Besetzung der Stelle	9	45,0%	85	57,8%	21	65,6%	115	57,8%
Angebot von Selbstbedienungstools	9	45,0%	59	40,1%	13	40,6%	81	40,7%
Schnelligkeit der Vermittlung von BewerberInnen	2	10,0%	10	6,8%	3	9,4%	15	7,5%
Kostengünstige Suche von BewerberInnen	4	20,0%	18	12,2%	5	15,6%	27	13,6%
Sonstige Aspekte	1	5,0%	15	10,2%	2	6,3%	18	9,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n StammkundInnen = 20; n Potentielle KundInnen = 147; n Nicht-KundInnen = 32

Auch im Hinblick auf die Beratung über die Chancen auf eine erfolgreiche Besetzung einer freien Stelle unterscheiden sich die Interessen der Befragungsgruppen signifikant: Es sind insbesondere StammkundInnen denen eine Beratung in hohem Maße wichtig ist. Demgegenüber sehen fast zwei Drittel der Nicht-KundInnen dies als kein wichtiges Kriterium und auch in der Gruppe der potentiellen KundInnen spielt dies für die Auswahl des Suchweges eine relativ geringe Rolle.

Das Angebot von Selbstbedienungstools ist für alle Gruppen nur bedingt wichtig, allerdings bestehen hier signifikante Unterschiede, wenn die Anzahl der MitarbeiterInnen, für die Personalverantwortung besteht als Betrachtungskriterium herangezogen wird: besonders augenscheinlich wird diese Diskrepanz daran, dass es vor allem Unternehmen mit Personalisten sind, die eher für eine geringe Anzahl von MitarbeiterInnen verantwortlich sind (bis acht Beschäftigte) und Personalisten mit der Verantwortung für eine große Anzahl von MitarbeiterInnen (über 56), die das Angebot von Selbstbedienungstools als sehr wichtig oder eher wichtig für ihre Suchstrategien bezeichnen (jeweils rund 62%). Demgegenüber sind Befragte mit einer Personalverantwortung für neun bis 55 MitarbeiterInnen nur zur Hälfte an Selbstbedienungstools interessiert.

Als sonstige wichtige Aspekte werden von den Befragten aller Gruppen im Wesentlichen die Qualität und das Renommee der AnbieterInnen angeführt.

4.4 Inanspruchnahme von Suchkanälen für die Referenz-Annonce nach KundInnenstatus

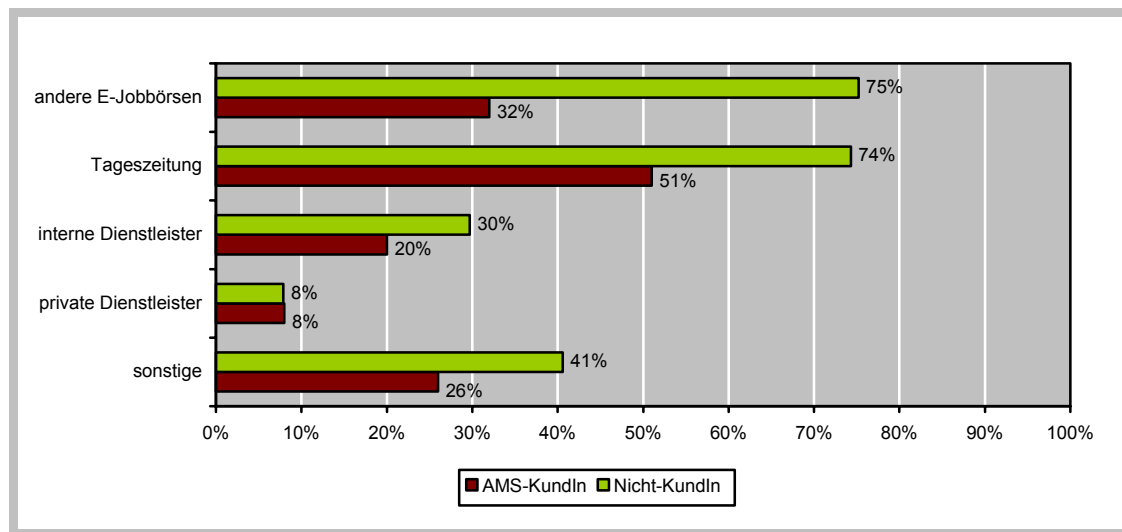
Bei der konkreten untersuchten Referenz-Annonce wurden all jene Betriebe als AMS-KundInnen klassifiziert, die im Rahmen dieser Stellenbesetzung das AMS und/oder den AMS eJob-Room genutzt haben. Die Nutzungsrate des AMS eJob-Room beträgt 81% und jene des AMS 95%. Demnach haben 5% der AMS-KundInnen ausschließlich mittels eJob-Room gesucht, nicht aber über eine/n AMS-BeraterIn.

Die Ergebnisse zu weiteren Suchkanälen zeigen, dass sich bei der Personalsuche für die Referenz-Annonce die betrieblichen KundInnen des AMS überwiegend auf dessen Angebote konzentrieren und andere Suchkanäle vergleichsweise selten heranziehen. So nützt etwa lediglich ein knappes Drittel der AMS-KundInnen auch elektronische Jobbörsen. Demgegenüber nehmen Betriebe, die bei der konkreten Stelle nicht über das AMS suchten, mehr als doppelt so häufig (75%) andere E-Jobbörsen in Anspruch, was einen signifikanten Unterschied bedeutet. Insgesamt vertraut etwa die Hälfte der befragten Unternehmen auf diese Möglichkeit, neues Personal zu suchen. Auch im Hinblick auf Annoncen in Tageszeitungen sind die AMS-KundInnen (51%) signifikant weniger aktiv als die Nicht-KundInnen (74%).

Demgegenüber werden von beiden Unternehmensgruppen private DienstleisterInnen kaum in Anspruch genommen, nämlich lediglich zu jeweils rund 8%. Mehr schon versucht man, über interne Suchkanäle zu neuen Arbeitskräften zu kommen, wobei die Unternehmen, die nicht auf das AMS zurückgreifen, hier wiederum ein stärkeres Engagement zeigen. Interne Rekrutierungsoptionen werden hier zu rund 30% angesprochen (AMS-KundInnen 20%).

Noch größer ist der Unterschied bei den sonstigen Quellen: AMS-KundInnen sprechen zu 26% auch andere als die bisher genannten Suchmöglichkeiten an, von den Unternehmen, die das AMS bei der konkreten Stelle nicht in Anspruch nehmen, suchen immerhin 40% auch über andere Kanäle. Zudem haben diese Unternehmen in rund einem Viertel der Fälle eigene Datenbanken mit BewerberInnen angelegt. Vor allem wird aber auch die unternehmenseigene Website genutzt, um freie Jobs bekannt zu geben (54%). Dies gilt in gleichem Ausmaß übrigens auch für die AMS KundInnen. Alle anderen Optionen wie Anfragen bei Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen, Mundpropaganda, Einschaltung von Kammern spielen bei beiden Gruppen nur eine untergeordnete Rolle.

Abbildung 3: Inanspruchnahme von Suchkanälen für die Referenz-Annonce nach KundInnenstatus



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; Rundungsdifferenzen möglich; n AMS-KundInnen = 100; n Nicht-KundInnen = 101

Generell lässt sich an diesen Ergebnissen ablesen, dass Unternehmen, die sich bei der Suche nach neuem Personal für die betreffende Stelle nicht an das AMS wenden, verstärkt über andere Kanäle suchen. Im Vordergrund stehen hier Internet-Jobbörsen und Annoncen, zudem wird die Suche auch über eine Reihe von anderen Quellen gestreut, bei denen allerdings nur die Suche über die eigene Website quantitativ hervorsticht. Die Konzentration auf Jobbörsen und Annoncen in Tageszeitungen gilt im Grunde genommen für alle Gruppen, die in die Untersuchung einbezogen wurden.

Wenn allerdings die Bereitschaft zur Zusammenarbeit mit dem AMS gegeben ist, werden andere Suchoptionen – wie schon gesagt – zwar nicht gänzlich vernachlässigt, aber doch in geringerem Ausmaß in Anspruch genommen. AMS-KundInnen haben im Schnitt 1,85 weitere Suchkanäle, Nicht-KundInnen 2,28 in Anspruch genommen.

Ein Blick auf die Größe der befragten Unternehmen zeigt, dass es vor allem die Kleinst- und Kleinunternehmen sind, die sich vorwiegend auf das AMS verlassen, wenn sie neue Arbeitskräfte suchen – und zwar zu rund drei Viertel. Diese KundInnen nutzen zu rund zwei Drittel auch die Jobbörse (eJob-Room) des AMS. Mittlere Unternehmen kooperieren mit dem AMS schon in wesentlich geringerem Ausmaß (42%), große Unternehmen noch weniger (21%). Sie werfen auch kaum einen Blick in den eJob-Room des AMS, sind aber bei anderen elektronischen Jobbörsen entweder gleichermaßen interessiert oder wesentlich aktivere NutzerInnen. So informieren sich beispielsweise mehr als zwei Drittel der befragten Großunternehmen bei anderen e-Jobbörsen (66%).

Auch die Schaltung von Annoncen in Tageszeitungen ist bei den Großunternehmen am weitesten verbreitet (76%). Es ist anzunehmen, dass sie hier wohl auch auf ihren öffentlichen Bekanntheitsgrad bauen und von daher eine entsprechende Attraktivität von freien Stellen für potenzielle BewerberInnen voraussetzen.

Große Unternehmen greifen bei der Suche nach neuem Personal in vielen Fällen auch auf interne Dienstleister zurück, eine Möglichkeit, die bei Kleinst-, Klein- und mittleren Unternehmen kaum gegeben ist. Ähnliches gilt auch für sonstige Informations- und Suchquellen. Die Breite der Suchaktivitäten steigt mit der Unternehmensgröße deutlich an: während nur 20% der Kleinstunternehmen abseits der üblichen Wege suchen, sind es bei den Großunternehmen schon 43%.

Tabelle 9: Inanspruchnahme von Suchkanälen nach Unternehmensgröße, Mehrfachnennungen möglich

	Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen									
	Kleinstunter- nehmen (unter 10 MA)		Kleine Unter- nehmen (10-49 MA)		Mittlere Unter- nehmen (50-249 MA)		Große Unter- nehmen (250+ MA)		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
AMS	22	73,3%	39	76,5%	15	41,7%	17	21,3%	93	47,2%
Jobbörse des AMS (eJob-Room)	20	66,7%	32	62,7%	10	27,8%	17	21,3%	79	40,1%
andere e-Jobbörse(n)	15	50,0%	18	35,3%	19	52,8%	53	66,3%	105	53,3%
Annonce Tageszeitung	14	46,7%	25	49,0%	23	63,9%	61	76,3%	123	62,4%
private Dienstleister	2	6,7%	4	7,8%	5	13,9%	5	6,3%	16	8,1%
interne Dienstleister	3	10,0%	6	11,8%	4	11,1%	34	42,5%	47	23,9%
sonstige Quelle	6	20,0%	14	27,5%	11	30,6%	34	42,5%	65	33,0%
Gesamt	30	100,0%	51	100,0%	36	100,0%	80	100,0%	197	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 4

5 Die Gestaltung von Stelleninseraten

5.1 Die optische Gestaltung der Annoncen

Stellenanzeigen unterscheiden sich in der optischen Gestaltung vor allem hinsichtlich der Textform und -anordnung. Zum einen werden Annoncen in Form eines Fließtextes formuliert, zum anderen werden die Fakten zur Beschreibung der Anforderungen an BewerberInnen häufig auch in tabellarischer Form dargestellt. Daneben finden sich aber auch Mischvarianten, bei der Fließtexte mit kurzen tabellarischen Darstellungen kombiniert werden.

Die Präferenz der befragten Unternehmen liegt bei der Darstellung in Form eines Fließtextes (48%). Daneben findet aber auch die Mischform hohe Zustimmung (43%) (vgl. Tabelle 11).

Eine rein tabellarische Darstellung in den Stellenanzeigen wird nur von 10% der Befragten bevorzugt. Dies deckt sich mit den Ergebnissen der qualitativen Interviews, in deren Rahmen den befragten Personalverantwortlichen verschiedene Muster von Suchanzeigen zur Bewertung vorgelegt wurden. Ein solches Muster stellte eine Anzeige der Bundesagentur für Arbeit dar, welche in den Segmenten geforderter Eigenschaften und Kenntnisse ein sehr ausdifferenziertes tabellarisches System vorsieht (vgl. Tabelle 10).

Tabelle 10: Auszug Stellenanzeige Bundesagentur für Arbeit am Beispiel eines Stellenangebotes „Handelsassistent/in – Einzelhandel“

Kenntnisse und Fertigkeiten		
Abrechnung: vorhanden		Einzelhandel: gut
Kassieren: gut		Kundenberatung, -betreuung: gut
Sortimentsgestaltung: vorhanden		Verkauf: vorhanden
Warenauszeichnung: gut		
Eigenschaften		
Auffassungsvermögen: gut		Denkvermögen: gut
Einsatzbereitschaft: sehr gut		Flexibilität: gut
Kommunikationsfähigkeit: gut		Kundenorientierung: sehr gut
Lernbereitschaft: sehr gut		Loyalität: sehr gut
Pünktlichkeit: sehr gut		Selbstbewusstsein: gut
Sorgfalt: sehr gut		Teamfähigkeit: gut
Verantwortungsbewusstsein: gut		Zuverlässigkeit: sehr gut

Quelle: <http://jobboerse.arbeitsagentur.de>

Diese ausdifferenzierte Beschreibung von Anforderungen an die BewerberInnen wurde von allen befragten UnternehmensvertreterInnen als zu umfassend und unübersichtlich verworfen. Die Möglichkeit zur Abstufung der Kenntnisse und Eigenschaften in „sehr gute“, „gute“ etc. stieß einhellig auf Ablehnung. Hier wurde argumentiert, dass man grundsätzlich bestrebt sei MitarbeiterInnen zu finden, welche die bestmöglichen Voraussetzungen mitbringen. Eine solche Abstufung sei daher nicht zweckdienlich und überdies wenig trennscharf.

Auffallend ist bei den Ergebnissen jedoch, dass bei Annoncen, in denen Arbeitskräfte für Stellen mit höherem Qualifikationsniveau gesucht werden, tabellarische Formen und Mischvarianten eine etwas größere Zustimmung finden als bei Positionen mit geringen bis mittleren Qualifikationsanforderungen – 51% der Befragten präferieren hier eine Textform, aber ‚nur‘ 36% jener, die eine höher qualifizierte Stelle zu besetzen hatten.

Tabelle 11: Bevorzugte optische Gestaltung einer Stellenannonce nach Qualifikationsniveau der Stelle

	Qualifikationsniveau					
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Text	65	50,8%	13	36,1%	78	47,6%
Tabelle	11	8,6%	5	13,9%	16	9,8%
Mischform	52	40,6%	18	50,0%	70	42,7%
Gesamt	128	100,0%	36	100,0%	164	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 200; n miss = 36

5.2 Formulierungshilfen seitens des AMS

Von jenen Unternehmen, die über das AMS Personal gesucht haben, erhielten knapp 55% Unterstützung bei der Formulierung des Job- und Anforderungsprofils durch den/die AMS-BeraterIn. Die überwiegende Mehrheit von ihnen – nämlich 88% – waren mit diesen Unterstützungsleistungen zufrieden bzw. sehr zufrieden. Betont wurden vor allem die umfassenden Bemühungen der BeraterInnen. Kritische Stimmen bemängeln die unzureichende Beratung, etwa wenn nur kurz am Telefon einige allgemeine Tipps zur Formulierung der Anzeige gegeben werden, die aber im konkreten Fall als wenig hilfreich empfunden werden.

Tabelle 12: Zufriedenheit mit der Unterstützung bei der Formulierung des Job- und Anforderungsprofils durch das AMS

	AMS-KundIn	
	Anzahl	Anteil
(sehr) zufrieden	43	87,8%
nicht zufrieden	4	8,2%
teilweise zufrieden	2	4,1%
Gesamt	49	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 5

Von jenen 45% AMS-KundInnen, die keine Unterstützung erhalten haben, hätten sich 19% eine solche aber gewünscht. Allerdings umfasst dies nicht nur die Formulierung der Anforderungen, sondern auch eine weitergehende Beratung, etwa darüber, wie bei erfolgloser Suche weiter zu verfahren ist.

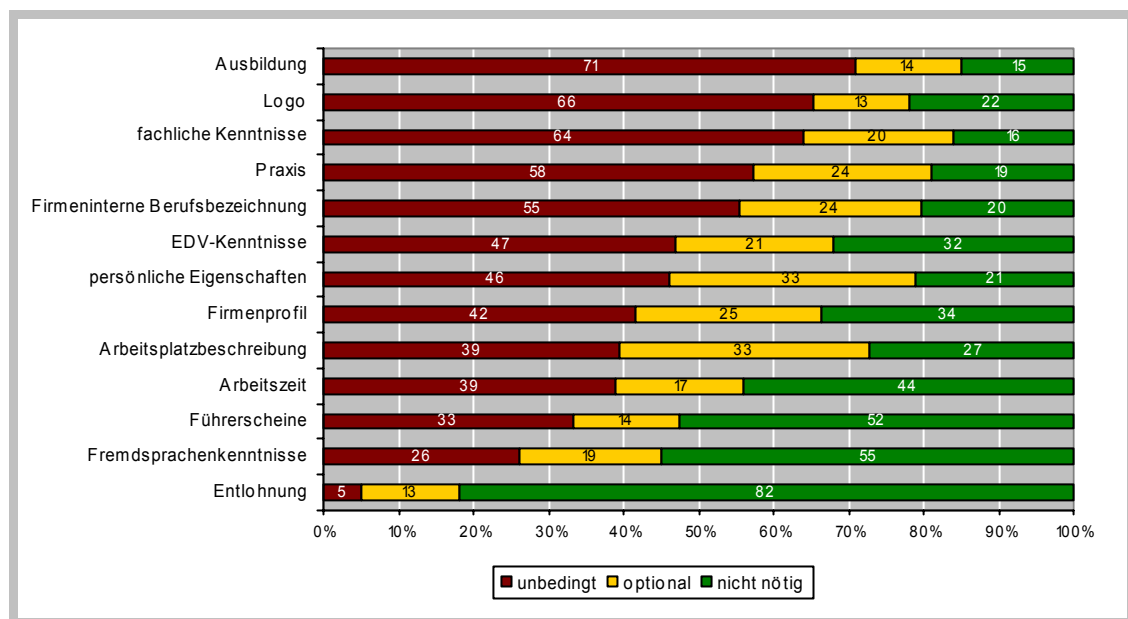
5.3 Wichtige Inhalte der Stellenanzeigen

Nachdem die befragten Unternehmen bis auf wenige Ausnahmen die ausgeschriebene Stelle zum Zeitpunkt der Befragung bereits besetzt haben, sollten sie retrospektiv beurteilen, welche Angaben in der Annonce unbedingt enthalten sein sollten. Dazu wurden folgende Items abgefragt:

- Firmeninterne Berufsbezeichnung
- Ausbildung
- Fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten
- Persönliche Eigenschaften
- Arbeitszeit
- Entlohnung
- Arbeitsplatzbeschreibung
- Praxis
- Fremdsprachenkenntnisse
- EDV-Kenntnisse
- Führerscheine
- Firmenprofil
- Firmenlogo.

Entlang dieser Liste zeigt sich ein deutliches Bedeutungsgefälle. Neben Angaben, die im Urteil der befragten Personalverantwortlichen eine hohe Priorität aufweisen, sind in dieser Liste auch solche enthalten, die von geringer Bedeutung sind (vgl. auch Tabelle 37ff im Anhang).

Abbildung 4: Angaben in Stelleninseraten nach Wichtigkeit – alle Unternehmen



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 201

Zu jenen Angaben, die von rund zwei Drittel der AMS-KundInnen sowie der Nicht-KundInnen als unbedingt nötig genannt werden, gehören die für die ausgeschriebene Stelle erforderliche Ausbildung, die notwendigen fachlichen Kenntnisse sowie das Firmenlogo. Ausbildung und fachliche Kenntnisse bilden demnach die zentralen Koordinaten der Jobanforderungen, deshalb auch die hohe Bedeutung im Urteil der Personalverantwortlichen. Darüber hinaus wird von den Firmen die Annonce auch als Tool zur Vermittlung des Erscheinungsbildes eines Unternehmens gesehen und ist demnach Bestandteil des Corporate Designs. Während Nicht-KundInnen das Firmenlogo als wichtige Erkennungsmarke in den Stellenannoncen platzieren, wäre bei AMS-KundInnen darauf zu achten, dass künftig auch in Internet-Anzeigen des AMS eJob-Rooms als auch in den vom AMS lancierten Anzeigen das Firmenlogo enthalten ist.

Tabelle 13: Wichtige Angaben in der Referenz-Annonce (Angaben, die von mindestens der Hälfte der Befragten als unbedingt notwendig gesehen werden; differenziert nach KundInnenstatus)

AMS-KundInnen		Nicht-KundInnen	
Inhalt	Anteil in %	Inhalt	Anteil in %
Geforderte Ausbildung	64,0%	Firmenlogo	78,2%
Fachliche Kenntnisse	59,0%	Geforderte Ausbildung	77,2%
Praxis	55,0%	Fachliche Kenntnisse	68,3%
Arbeitszeit	54,0%	EDV-Kenntnisse	65,3%
Firmenlogo	52,0%	Firmeninterne Berufsbezeichnung	60,4%
		Praxis	59,4%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n AMS-KundInnen = 100; n Nicht-KundInnen = 101

Die **Berufspraxis**, die von BewerberInnen erwartet wird, ist ein weiteres wichtiges Merkmal der Stellenanzeige, sowohl bei AMS-KundInnen als auch bei Nicht-KundInnen.

Bezüglich der sonstigen wichtigen Angaben unterscheiden sich AMS-KundInnen und Nicht-KundInnen. So ist bei AMS-KundInnen die **Arbeitszeit** eine wesentliche Angabe, die jedoch für Nicht-KundInnen von untergeordneter Bedeutung ist (vgl. auch Kapitel 5.5).

Bei Nicht-KundInnen werden von mehr als der Hälfte der Befragten zudem noch **EDV-Kenntnisse** sowie die **firmeninterne Berufsbezeichnung** als bedeutende Angabe gesehen. Ersteres hängt vor allem mit dem Qualifikationsniveau der ausgeschriebenen Stelle zusammen (vgl. auch Kapitel 5.4). Die firmeninterne Berufsbezeichnung ist für Nicht-KundInnen besonders wichtig, da dies oftmals dazu dient, die Tätigkeit durch entsprechendes wording attraktiv klingen zu lassen, auch wenn dies nicht immer dem tatsächlichen Aufgabenprofil entspricht (vgl. auch Kapitel 9.2). Auf diese Weise versuchen Unternehmen teilweise auch einen Konkurrenzvorteil gegenüber Firmen zu erreichen, die eher neutrale Berufsbezeichnungen gemäß der AMS-Systematik verwenden.

Angaben zu **persönlichen Eigenschaften** der BewerberInnen werden nicht als unbedingt notwendig, allerdings zu einem hohen Anteil als optionale Information gesehen. Dies zeigt, dass Unternehmen doch bestimmte Erwartungen hinsichtlich persönlicher Eigenschaften von BewerberInnen hegen, dies jedoch nicht als zwingende Angabe in

einer Stellenanzeige sehen. Begründet wird dies damit, dass wichtige persönliche Eigenschaften (bspw. Teamfähigkeit, Flexibilität, Einsatzbereitschaft) erst im Zuge der Beschäftigung beurteilt werden können. Entsprechende Angaben in Bewerbungen seien nur allzu oft – so ein Personalverantwortlicher – „leere Floskeln“.

Weitere wichtige Angaben

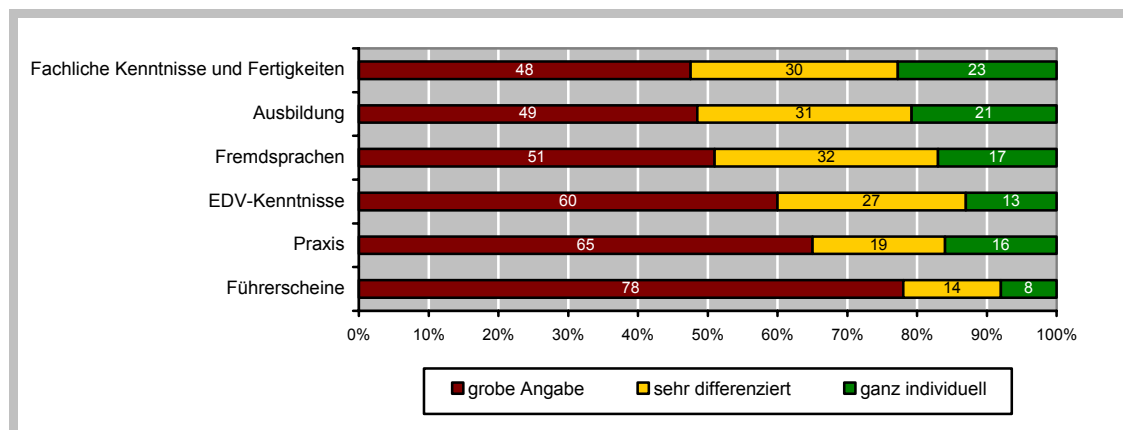
Über die abgefragten Angaben hinaus wünscht sich ein knappes Drittel (29%) der befragten PersonalistInnen noch weitere Informationen in den Stellenanzeigen. Die am häufigsten genannte Angabe, nämlich entsprechende Kontaktdaten wie Firmenadresse oder AnsprechpartnerIn (30 Nennungen) können eigentlich als selbstverständlich angesehen werden. Der gewünschte Link zur Unternehmenshomepage (fünf Nennungen) kann als Hinweis verstanden werden, dass mit der Stellenanzeige noch weitere Informationen zum Unternehmen transportiert werden können oder auf der Firmenhomepage noch Detailinformationen zur ausgeschriebenen Stelle enthalten sind. Als weitere Details der Anzeige wurden genannt:

- Bewerbungsfrist (drei Nennungen)
- Beschreibung der betrieblichen Leistungen (drei Nennungen)
- Details zum Bewerbungsprozedere (zwei Nennungen)
- Genaue Tätigkeitsbeschreibung (zwei Nennungen)

5.4 Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Stellenannoncen

Sofern bestimmte Angaben in den Stelleninseraten als unbedingt oder optional notwendig erachtet wurden, sollten die Befragten den Detaillierungsgrad dieser Angabe spezifizieren. Im Ergebnis zeigt sich, dass meist mehrheitlich grobe Angaben als ausreichend empfunden werden (vgl. Abbildung 5). Werden jedoch die jeweiligen Angaben von den Unternehmen als ‚unbedingt‘ nötig erachtet, ist ihnen eine ‚sehr differenzierte‘ Ausführung relativ wichtiger, als in jenen Fällen, in denen sie eine optionale Angabe als ausreichend erachten (vgl. zu den Detailergebnissen Tabelle 50ff im Anhang).

Abbildung 5: Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Stellenannoncen – alle Unternehmen (Basis: Angabe unbedingt/optional)



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; Rundungsdifferenzen möglich

Gleichzeitig sind auch die Vorstellungen im Hinblick auf fachliche Kenntnisse, formales Ausbildungsniveau und Fremdsprachen durchaus polarisiert. Während knapp die Hälfte der Befragten (49%) bei der **Ausbildung** nur eher grobe Angaben machen würden, – wie z.B. Lehre, Matura etc. – wollen knapp ein Drittel (31%) doch sehr spezifische Angaben wie etwa Lehrabschluss in einem bestimmten Beruf oder HTL für einen bestimmten technischen Beruf. Eher spezifisch würden es gut ein Fünftel (21%) handhaben, indem eine sehr individuelle Spezifizierung vorgenommen wird (z.B. Ausbildungsniveau sowie spezielle Zusatzqualifikation). Solch differenzierte Angaben werden dabei vor allem bei Stellen mit höherem Qualifikationsniveau verlangt (44% versus 27% bei geringem/mittlerem Qualifikationsniveau). Wenn Unternehmen Stellen im hoch qualifizierten Segment besetzen, dann haben sie offenbar klare Vorstellungen bezüglich des Ausbildungshintergrunds der BewerberInnen.

Tabelle 14: Gewünschter Grad der Detaillierung des erwarteten Ausbildungsabschlusses nach Qualifikationsniveau der Stelle (Basis: Angabe Ausbildung unbedingt/optional)

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	68	53,1%	14	34,1%
sehr differenziert	34	26,6%	18	43,9%
ganz individuell	26	20,3%	9	22,0%
Gesamt	128	100,0%	41	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 171; n miss = 2

Auch **fachliche Kenntnisse**, die in Stellenanzeigen spezifiziert werden, sollten nach Meinung von 48% eher grob angegeben werden (z.B. Schweißen, Großküche), weitere 30% würden diesbezüglich aber differenzierte Angaben vorziehen (z.B. MIG-Schweißen). Unterschiedliche Tendenzen zeigen sich wiederum je nach Qualifikationsniveau der Stelle: während bei Stellen mit höherem Qualifikationsniveau die differenzierte Angabe überwiegt (39%), so trifft dies nur bei 27% der Stellen mit geringem

bzw. mittlerem Qualifikationsniveau zu. Bei der Mehrzahl der letzteren sind grobe Angaben ausreichend.

Tabelle 15: Gewünschter Grad der Detaillierung der erwarteten fachlichen Kenntnisse nach Qualifikationsniveau der Stelle (Basis: Angabe fachliche Kenntnisse unbedingt/optional)

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	66	51,2%	14	35,9%
sehr differenziert	35	27,1%	15	38,5%
ganz individuell	28	21,7%	10	25,6%
Gesamt	129	100,0%	39	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 169; n miss = 1

Ebenfalls signifikant sind die Unterschiede beim Detaillierungsgrad der Angaben zu **EDV-Kenntnissen**. Während bei Stellen mit höherem Qualifikationsniveau zu 49% sehr differenzierte Angaben gewünscht werden, trifft dies nur mehr für 18% der Stellen mit geringem bzw. mittlerem Qualifikationsniveau zu.

Tabelle 16: Gewünschter Grad der Detaillierung der erwarteten EDV-Kenntnisse nach Qualifikationsniveau der Stelle (Basis: Angabe EDV-Kenntnisse unbedingt/optional)

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	64	67,4%	16	41,0%
sehr differenziert	17	17,9%	19	48,7%
ganz individuell	14	14,7%	4	10,3%
Gesamt	95	100,0%	39	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 136; n miss = 2

Ein vergleichbares Bild zeigt sich auch bei **Fremdsprachenkenntnissen** – auch hier werden bei höher qualifizierten Positionen differenzierte Angaben in höherem Ausmaß als wichtig erachtet (39% versus 30% bei einem geringen bis mittleren Qualifikationsniveau).

Insgesamt kann somit festgehalten werden, dass mit steigendem Qualifikationsniveau der ausgeschriebenen Stelle der gewünschte Differenzierungsgrad der Angaben in der Annonce zunimmt. Bei Stellen mit geringem bzw. mittlerem Qualifikationsniveau reicht in der Mehrzahl der Fälle eine grobe Angabe. Nicht zutreffend ist dieser Befund in Bezug auf Praxisangaben und Führerscheine. In beiden Kategorien werden sowohl bei geringerem als auch bei höherem Qualifikationsniveau mehrheitlich grobe Angaben als ausreichend angesehen.

5.5 Vernachlässigbare Angaben in den Stellenannoncen

Hinsichtlich der Bedeutung von Angaben in Stellenanzeigen ist auffallend, dass sowohl von AMS-KundInnen wie von Nicht-KundInnen Angaben zur Höhe der Entlohnung von der überwiegenden Mehrheit für nicht nötig erachtet werden (vgl. Tabelle 17). Die Entlohnung wird demnach als Bestandteil der im Vorstellungsgespräch verhandelbaren Arbeitsbedingungen gesehen. Es ist anzunehmen, dass durch entsprechende Gehaltsangaben in der Annonce bereits ein Präjudiz geschaffen würde, mit dem möglicherweise Arbeitsuchende von einer Bewerbung abgehalten werden.

Tabelle 17: Unnötige Angaben in der Referenz-Annonce (Angaben, die von mindestens der Hälfte der Befragten als nicht nötig gesehen werden; nach KundInnenstatus)

AMS-KundInnen		Nicht-KundInnen	
Inhalt	Anteil in %	Inhalt	Anteil in %
Entlohnung	80,4%	Entlohnung	86,1%
Fremdsprachenkenntnisse	57,7%	Führerscheine	67,3%
EDV-Kenntnisse	51,5%	Arbeitszeit	55,4%
		Fremdsprachenkenntnisse	53,5%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008, n = 201

Weitere für nicht nötig erachtete Angaben wie beispielsweise Fremdsprachenkenntnisse oder EDV-Kenntnisse hängen mehr mit dem Qualifikationsniveau als mit dem KundInnenstatus zusammen. Während etwa Fremdsprachenkenntnisse bei 61% der ausgeschriebenen Stellen mit geringem bis mittlerem Qualifikationsniveau als nicht nötig erachtet werden, sind dies bei jenen mit höherem Qualifikationsniveau nur 36%. Bei ersteren merkten hingegen mehrere Befragte an, dass gute Deutschkenntnisse ein zentrales Kriterium sind. Signifikante Unterschiede je nach Qualifikationsniveau der Referenz-Stelle gibt es auch bei EDV-Kenntnissen (39% bei geringem/mittleren, 11% bei höherem Qualifikationsniveau) sowie bei Führerscheinen (47% versus 73%).

Dass bei Stellen mit höherem Qualifikationsniveau die Arbeitszeit vergleichsweise öfters als nicht nötige Angabe spezifiziert wurde, hängt möglicherweise damit zusammen, dass sowohl die tageszeitliche Lage als auch der Umfang der wöchentlichen Arbeitszeit starken Schwankungen unterworfen ist und hier eine entsprechende Flexibilität der BewerberInnen erwartet wird. Eine exakte Festlegung kann vor diesem Hintergrund nur schwer erfolgen. Dass umgekehrt bei Stellen mit geringem bzw. mittlerem Qualifikationsniveau die Spezifizierung der Arbeitszeit in der Annonce als wichtig gesehen wird, kann damit zusammenhängen, dass es sich vielfach um Dienstzeiten handelt, die aufgrund ihrer tageszeitlichen Lage oder aber wöchentlichen Lage (z.B. an Sonn- und Feiertagen) eine Flexibilität der BewerberInnen erfordert.

5.6 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, in welchem Ausmaß Unternehmen nachträglich erkennen, dass zusätzliche Angaben wichtig gewesen wären.

Tabelle 18: Optimierungsbedarf bei der Formulierung der Stellenanzeigen

	Anteile mit Optimierungsbedarf *)		
	AMS-KundInnen	Nicht-KundInnen	Gesamt
Ausbildung	31,6% (n=6)	68,2% (n=30)	57,1% (n=36)
Fachliche Kenntnisse	50,0% (n=30)	64,0% (n=32)	56,4% (n=62)
Logo	47,2% (n=42)	45,5% (n=10)	46,8% (n=52)
Persönliche Eigenschaften	40,9% (n=18)	42,9% (n=6)	41,4% (n=24)
Arbeitsplatzbeschreibung	42,9% (n=21)	30,9% (n=12)	37,5% (n=33)
Praxis	34,3% (n=12)	30,8% (n=12)	32,4% (n=24)
Firmenprofil	29,2% (n=21)	33,3% (n=15)	30,8% (n=36)
EDV-Kenntnisse	19,5% (n=16)	39,6% (n=19)	26,9% (n=35)
Führerscheine	36,5% (n=27)	18,6% (n=18)	26,3% (n=45)
Arbeitszeit	37,9% (n=9)	19,3% (n=11)	24,7% (n=20)
Firmeninterne Berufsbezeichnung	33,3% (n=1)	-	16,7% (n=1)
Fremdsprachenkenntnisse	13,8% (n=12)	11,3% (n=8)	12,7% (n=20)
Entlohnung	5,4% (n=5)	2,1% (n=2)	3,7% (n=7)

Erläuterung: Anteile mit Optimierungsbedarf: Anteil jener Befragten, die in ihrer Annonce keine Angaben gemacht haben (z.B. zur Ausbildung), eine entsprechende Angabe jedoch nachträglich als unbedingt erforderlich erachten.

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Der höchste Optimierungsbedarf ergibt sich bei den Angaben zur erwarteten Ausbildung der BewerberInnen. Hier erachten 57% jener, die in ihrer Annonce dazu keine Angaben gemacht haben, eine entsprechende Angabe nachträglich als unbedingt erforderlich. Bezogen auf die Gesamtheit der befragten Unternehmen sind dies 18%.

Ein ähnlich hoher Optimierungsbedarf (56%) ist bei den Angaben zu den fachlichen Kenntnissen zu beobachten. Bei diesen Angaben haben Nicht-KundInnen einen deutlich höheren Optimierungsbedarf als AMS-KundInnen. Dies kann möglicherweise auch als Hinweis auf eine funktionierende Annoncen-Beratung der UnternehmenskundInnen durch die BeraterInnen des AMS gesehen werden.

Das Logo als zentrale Erkennungsmarke eines Unternehmens wird auch zunehmend als wichtiger Inhalt der Annoncen gesehen. So sehen 47% jener Befragten, die das Logo nicht in der Annonce platziert hatten, dies im Nachhinein als wichtig an. Auch

Angaben zu persönlichen Eigenschaften oder eine Arbeitsplatzbeschreibung werden im Nachhinein in hohem Maße als unbedingt notwendig erachtet.

Keinen Optimierungsbedarf gibt es bezüglich Angaben zur Entlohnung. Dieses Kriterium spielt im Prozess der Anzeigenformulierung nahezu keine Rolle. Wie bereits weiter oben erwähnt, wird die Gehaltsfrage in vielen Fällen als Verhandlungssache gesehen bzw. geben einige Befragte auch an, dass hier eine verlässliche Angabe auf Grund der Anrechnung von beispielsweise Vordienstzeiten etc. nicht möglich ist.

5.7 Zwischenfazit

Die vorliegenden Ergebnisse lassen sich zu einem idealtypischen Anforderungsprofil zusammenfassen (vgl. Tabelle 20). Neben den drei mehrheitlich als unbedingt nötig bezeichneten Informationen – formale Ausbildung, fachliche Kenntnisse, Praxiserfahrung – sollten weitere Aspekte optional zur Verfügung stehen, d.h. diese Anforderungen sind insbesondere in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus der Stelle unterschiedlich wichtig. Hinsichtlich des Detaillierungsgrades der Beschreibung reicht den Unternehmen meist eine grobe Angabe. Für Positionen mit geringen bis mittleren Qualifikationsanforderungen ist dies in der Regel ausreichend. Bei höher qualifizierten Stellen werden hingegen verstärkt sehr differenzierte Angaben gewünscht, so dass ein optionales System, welches grobe Angabe vorsieht und Verfeinerungen zulässt, als bedarfsorientiert gesehen werden kann.

Tabelle 19: Zusammenfassung Anforderungsprofil

ANFORDERUNGSPROFIL		
Optische Gestaltung	Fließtext (mit tabellarischen Elementen) & Firmenlogo	
Unbedingt nötige Inhalte	■ Formale Ausbildung	■ <i>Sehr differenzierte Angabe ermöglichen*</i>
	■ Fachliche Kenntnisse	
	■ Praxis	■ <i>Grobe Angabe (bspw. zwei Jahre Praxiserfahrung)</i>
Optionale Inhalte	□ Firmeninterne Berufsbezeichnung	
	□ EDV-Kenntnisse	□ <i>Sehr differenzierte Angabe ermöglichen* (bspw. TSQL für SQL Server 2005)</i>
	□ Arbeitszeit	
	□ Persönliche Eigenschaften	
	□ Arbeitsplatzbeschreibung	
	□ Führerscheine	□ <i>Grobe Angabe (bspw. FS A vorhanden)</i>
	□ Firmenprofil	
	□ Fremdsprachenkenntnisse	□ <i>Grobe Angabe (bspw. Englischkenntnisse vorhanden)</i>
Nicht nötige Inhalte	□ Entlohnung	

* = „Ermöglichen“, weil bei geringer qualifizierten Stellen idR grobe Angaben ausreichend sind.

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

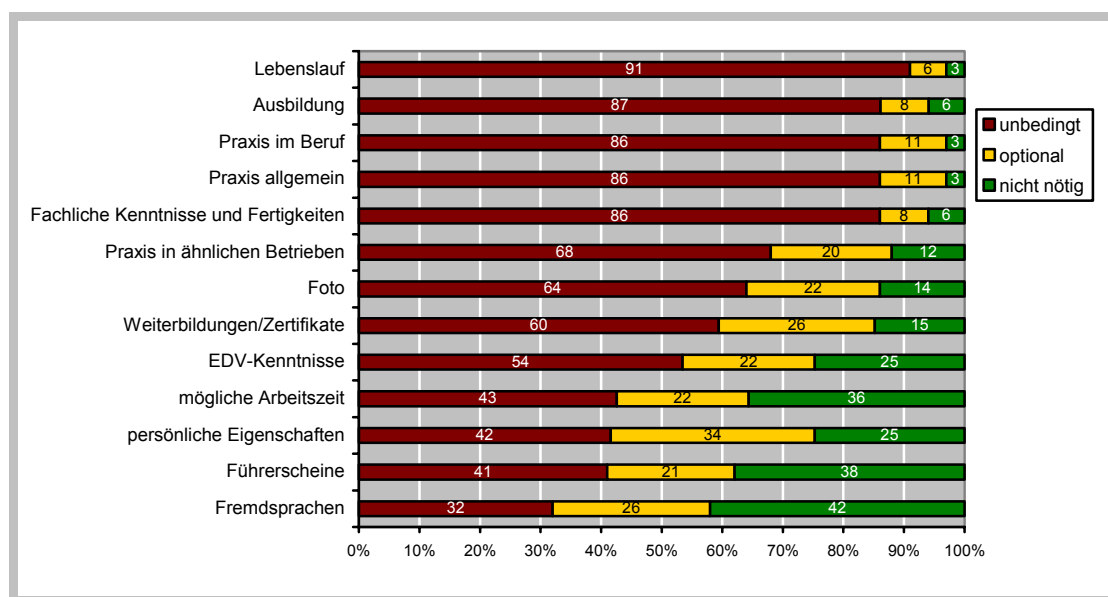
6 Anforderungen an Bewerbungsunterlagen

6.1 Von Unternehmen gewünschte Angaben in den Bewerbungsunterlagen

In Bezug auf jene Angaben, die bei einer ersten Sichtung von Bewerbungsunterlagen verfügbar sein sollten, zeigt sich ein relativ homogenes Bild. Sowohl für AMS-KundInnen als auch Nicht-KundInnen sind die Informationen ‚Lebenslauf‘, ‚Ausbildung‘, ‚Praxiserfahrung allgemein und im Beruf‘ und ‚fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten‘ eindeutig am wichtigsten, d.h. diese Informationen sollten unbedingt in Bewerbungsunterlagen verfügbar sein (vgl. Abbildung 6 und Tabelle 56ff im Anhang).

Für circa zwei Drittel der Befragten ist auch die Angabe von Praxiserfahrung in ähnlichen Betrieben sowie die Übermittlung eines Fotos ein Muss in den Bewerbungsunterlagen. Letzteres wird jedoch von den AMS-KundInnen deutlich seltener als wichtige Komponente gesehen; so meint rund jede/r fünfte Kunde/in, dass ein Foto nicht nötig sei, jedoch nur 7% der Nicht-KundInnen. Es sind insbesondere die in der Gruppe der KundInnen vergleichsweise verstärkt vertretenen Kleinst- und Kleinbetriebe, die ein Foto der BewerberInnen für nicht nötig erachten (rund 20% versus 11% bei mittelgroßen Betrieben und 6% bei Großbetrieben). Darüber hinaus spielt auch der jeweils gesuchte Beruf eine gewisse Rolle: so ist in Produktionsberufen, technischen Berufen oder Dienstleistungsberufen die Übermittlung eines Fotos weniger wichtig (je rund 20% ‚nicht nötig‘), als beispielsweise in Handels- und Verkehrsberufen, wo häufig direkter KundInnenkontakt besteht. Bei letzteren möchten 68% der Betriebe unbedingt ein Foto des/der BewerberIn und lediglich 9% meinen, dass dies nicht nötig sei.

Abbildung 6: Von Unternehmen gewünschte Angaben in den Bewerbungsunterlagen – alle Unternehmen



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; Rundungsdifferenzen möglich; n = 201

Für jeweils mehr als die Hälfte der Befragten sind auch Angaben über Weiterbildungen und Zertifikate als auch über die vorhandenen EDV-Kenntnisse eine zentrale Information in der ersten Sichtung der Bewerbungsunterlagen. Rund 40% möchten unbedingt Angaben zur möglichen Arbeitszeit, den persönlichen Eigenschaften und vorhandenen Führerscheinen erhalten. Insgesamt am seltensten werden Fremdsprachenkenntnisse als unbedingt nötige Information angeführt.

Dabei bestehen jedoch erwartungsgemäß deutliche Unterschiede in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus der Stelle. Bei höher qualifizierten Stellen ist dies für 54% der Befragten ‚unbedingt nötig‘ und für 16% ‚optional‘ wichtig (vgl. Tabelle 20). Demgegenüber wünschen sich ArbeitgeberInnen bei gering bis mittel qualifizierten Stellen lediglich zu 25% diese Information unbedingt und zu 29% optional.

Tabelle 20: Inhalt der Bewerbungsunterlagen nach Qualifikationsniveau der Stelle – Fremdsprachenkenntnisse der BewerberInnen

	Qualifikationsniveau der Stelle			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	39	25,3%	23	53,5%
optional	45	29,2%	7	16,3%
nicht nötig	70	45,5%	13	30,2%
Gesamt	154	100,0%	43	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 200, n miss = 3

Ähnliches gilt im Hinblick auf EDV-Kenntnisse. Bei knapp 80% der höher qualifizierten Stellen wünschen ArbeitgeberInnen unbedingt entsprechende Informationen in den Bewerbungsunterlagen. Bei Stellen mit geringen bis mittleren Qualifikationsanforderungen wird dies ‚nur‘ in knapp der Hälfte der Fälle als unbedingt nötige Information gesehen; für knapp jede/n dritten Personalverantwortlichen ist dies gar nicht nötig.

Tabelle 21: Inhalt der Bewerbungsunterlagen nach Qualifikationsniveau der Stelle – EDV-Kenntnisse der BewerberInnen

	Qualifikationsniveau der Stelle			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	73	46,8%	34	79,1%
optional	36	23,1%	7	16,3%
nicht nötig	47	30,1%	2	4,7%
Gesamt	156	100,0%	43	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 200, n miss = 1

In Abhängigkeit vom Qualifikationsniveau der Stelle ist auch die gewünschte Information zur möglichen Arbeitszeit von BewerberInnen zu sehen. Dies ist bei geringen bis mittleren Qualifikationsanforderungen vergleichsweise bedeutsamer als bei höheren Qualifikationsniveaus. Gleichzeitig besteht jedoch bei beiden Gruppen ein Anteil von je gut einem Drittel, für die diese Angabe in einer Erstsichtung der Bewerbungsunterlagen nicht wesentlich ist.

Tabelle 22: Inhalt der Bewerbungsunterlagen nach Qualifikationsniveau der Stelle – mögliche Arbeitszeit der BewerberInnen

	Qualifikationsniveau der Stelle			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	72	46,5%	13	30,2%
optional	28	18,1%	15	34,9%
nicht nötig	55	35,5%	15	34,9%
Gesamt	155	100,0%	43	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 200, n miss = 2

Der Nachweis von Führerscheinen und Lenkerberechtigungen ist hingegen stärker im Kontext des gewünschten Berufsbereichs bzw. des konkreten Berufes als in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus zu sehen. So wird diese Information bei circa der Hälfte der Stellen aus den Berufsbereichen ‚Produktion‘ und ‚Handel‘ als unbedingte nötige Information gesehen und somit deutlich häufiger als in anderen Berufsgruppen.

An dieser Stelle sei auch darauf hingewiesen, dass 38% der AMS-KundInnen und 59% der Nicht-KundInnen weitere Aspekte anführten, die in Bewerbungsunterlagen enthalten sein sollten. In beiden Gruppen werden von gut einem Drittel der Befragten Dienstzeugnisse angeführt. Gut jede/r fünfte Nicht-Kunde/in sieht ein Motivationsschreiben als wichtige Bewerbungsunterlage und gut 15% fordern die Beilage von Zeugnissen. Beide Aspekte sind für AMS-KundInnen von geringerer Bedeutung. Hier ist der Nachweis einer Arbeitsbewilligung (11%) neben Dienstzeugnissen am Wesentlichsten. Dies ist ein Indiz dafür, dass AMS-KundInnen vielfach ausländische Arbeitskräfte suchen, die Zugang zum österreichischen Arbeitsmarkt haben.

Jene Faktoren, die Unternehmen in einer Stellenbeschreibung nennen, können gleichzeitig auch als jene Punkte gesehen werden, die aus Bewerbungsunterlagen hervorgehen sollten (vgl. Tabelle 23). Werden Qualifikationen wie Fremdsprachen- und EDV-Kenntnisse oder Führerscheine angeführt, möchten ArbeitgeberInnen diese Informationen zum überwiegenden Teil auch in den Bewerbungsunterlagen vorfinden. Exemplarisch: 83% der AMS-KundInnen, die in ihrer Annonce EDV-Kenntnisse als Anforderung formuliert hatten, möchten in einer Sichtung der Bewerbungsunterlagen diese Information auch unbedingt vorfinden. Wurden EDV-Kenntnisse in der Annonce nicht erwähnt, liegt der korrespondierende Anteil lediglich bei 24%. Gleichzeitig bedeutet dies, dass immerhin rund jede/r vierte Personalverantwortliche unbedingt Angaben zu EDV-Kenntnissen erwartet, gleichwohl dies in der Annonce nicht angegeben wurde. So kann hier ein gewisser Optimierungsbedarf festgehalten werden, der im Rahmen einer Annoncen-Beratung aufgegriffen werden könnte.

Insbesondere für die Aspekte der formalen Ausbildung, der fachlichen Kenntnisse und der Praxiserfahrung ist eine hohe Divergenz festzustellen. Unabhängig davon, ob diese Aspekte in der Annonce angeführt wurden oder nicht, möchten die Unternehmen diese Angaben nahezu mehrheitlich unbedingt in den Bewerbungsunterlagen vorfinden. Wollen rund 90% der Betriebe, welche diese drei Aspekte in der Annonce angeführt haben auch unbedingt entsprechende Informationen in den BewerberInnenunterlagen vorfinden, trifft dies auch auf circa 80% der Befragten zu, welche in der Ausschreibung keine

Angaben hierzu gemacht haben. Für ArbeitgeberInnen scheinen somit diese Punkte eine selbstverständlich zu übermittelnde Information darzustellen, die nicht gesondert einzufordern ist. In anderen Aspekten zeigt sich hingegen ein deutlich geringerer Unterschied; so wollen beispielsweise ‚nur‘ 23% jener, die keine Angaben zu Fremdsprachenkenntnissen in der Annonce tätigen, entsprechende Informationen in den Bewerbungsunterlagen vorfinden.

Tabelle 23: Unbedingt nötige Inhalte in den Bewerbungen nach Vorhandensein des Inhaltes in der Originalannonce; nach KundInnenstatus

Inhalt in Bewerbung unbedingt nötig	Inhalte in Annonce					
	AMS-KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	ja	nein	ja	nein	ja	nein
Ausbildung	85,2%	42,1%	96,4%	95,5%	89,8%	79,4%
Fachliche Kenntnisse	95,0%	71,7%	92,0%	90,0%	93,3%	80,0%
Praxis	87,7%	82,9%	90,3%	78,9%	89,0%	80,8%
Fremdsprachen	53,8%	20,0%	70,0%	25,7%	65,1%	22,6%
EDV-Kenntnisse	83,3%	24,4%	92,3%	50,0%	90,0%	33,8%
Führerscheine	80,0%	43,2%	100,0%	27,1%	82,8%	34,1%
Persönliche Eigenschaften	33,9%	50,0%	39,5%	64,3%	37,3%	53,4%

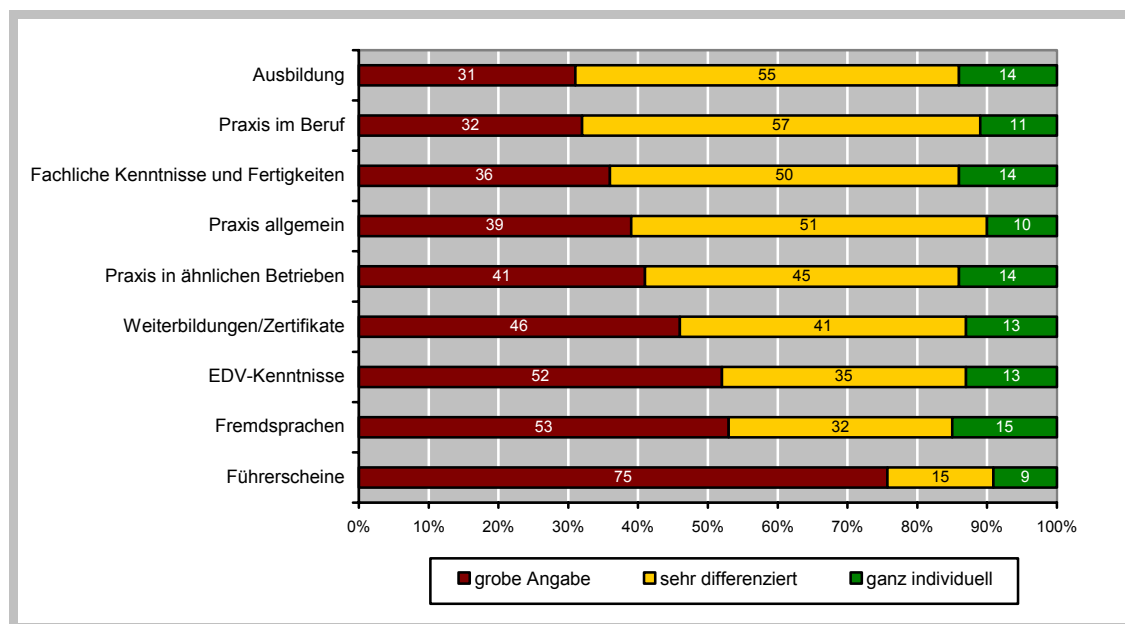
Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n AMS-KundInnen = 100; n Nicht-KundInnen = 101

Hingewiesen sei an dieser Stelle auch darauf, dass darüber hinaus seitens der Unternehmen die Erwartung besteht, dass spezifische Anforderungen an BewerberInnen, die persönlich an die/den AMS-BeraterIn kommuniziert werden, bei der Vorauswahl der BewerberInnen auch berücksichtigt werden.

6.2 Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Bewerbungsunterlagen

Der gewünschte Detaillierungsgrad der unbedingt oder optional nötigen Angaben unterscheidet sich je nach Inhalt (vgl. Abbildung 7). So werden die Angaben zur formalen Ausbildung, der beruflichen Praxis, den fachlichen Kenntnissen, der allgemeinen Praxiserfahrung und der Praxis in ähnlichen Betrieben mehrheitlich in sehr differenzierter Form gewünscht. Die anderen abgefragten Aspekte werden hingegen meist in Form einer groben Angabe als ausreichend empfunden. Generell gilt, dass wenn die einzelnen Aspekte in den Bewerbungsunterlagen als ‚unbedingt‘ nötig erachtet werden, der Anteil von Unternehmen, die sich ‚sehr differenzierte‘ Angaben wünschen höher liegt, als wenn es sich um ‚optionale‘ Angaben handelt (vgl. im Detail Tabelle 75ff im Anhang).

Abbildung 7: Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Bewerbungsunterlagen – alle Unternehmen (Basis: Angabe unbedingt/optional)



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; Rundungsdifferenzen möglich

Wie bereits bei den inhaltlichen Anforderungen für Bewerbungsschreiben weiter oben dargestellt wurde, zeigen sich auch hier teilweise unterschiedliche Präferenzen in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus der Stelle. So ist eine sehr differenzierte bis ganz individuell formulierte Angabe der formalen Ausbildung bei höher qualifizierten Stellen deutlich wichtiger als bei Arbeitsplätzen mit geringen bis mittleren Qualifikationsanforderungen (vgl. Tabelle 69). Jede/r fünfte Betrieb möchte hier individuelle Angaben erhalten und annähernd zwei Drittel wünschen sich eine sehr differenzierte Formulierung, wie beispielsweise die genaue Fachrichtung einer absolvierten HTL. Vergleichbares gilt für Fremdsprachen- und EDV-Kenntnisse (vgl. Tabelle 70 und Tabelle 71). Auch bei fachlichen Kenntnissen und Fertigkeiten bestehen entsprechende Unterschiede, wenngleich diese etwas geringer ausgeprägt sind (vgl. Tabelle 72). Letztlich zeigen die Ergebnisse, dass bei Führerscheinen AMS-KundInnen vergleichsweise häufiger eine sehr differenzierte Angabe bevorzugen (22% versus 7% der Nicht-KundInnen) (vgl. Tabelle 70ff). Dies ist jedoch im Zusammenhang mit den ganz konkret gesuchten Berufen bzw. jeweils bestehenden Anforderungen (beispielsweise Außendienstmitarbeitern) zu sehen. Auf Ebene der Berufsobergruppen liegen keine signifikanten Zusammenhänge vor.

6.3 Zwischenfazit

Insgesamt kann somit festgehalten werden, dass eine ganze Reihe von Informationen (bspw. zum Lebenslauf, zur formalen Ausbildung, zur Praxiserfahrung allgemein und spezifisch im Beruf) jedenfalls in Bewerbungsunterlagen in sehr differenzierter Form

ersichtlich sein sollten – unabhängig davon ob dies von den Unternehmen explizit in den Inseraten angeführt wird (vgl. Tabelle 24). Andere Informationen wie beispielsweise EDV-Kenntnisse oder Fremdsprachenkenntnisse sind demgegenüber stärker im Kontext des jeweiligen Qualifikationsniveaus einer Stelle zu sehen. Führen ArbeitgeberInnen solche Anforderungen explizit in einer Annonce an, so besteht zu einem hohen Anteil die Erwartung, dass entsprechende Informationen in den Bewerbungsunterlagen in differenzierter Weise inkludiert sind.

Tabelle 24: Zusammenfassung Personenprofil

PERSONENPROFIL		
Unbedingt nötige Inhalte	■ Lebenslauf	
	■ Formale Ausbildung	■ Sehr differenzierte Angabe (bspw. HTL für Maschinenbau)
	■ Praxis im Beruf	■ Sehr differenzierte Angabe (bspw. 5 Jahre)
	■ Praxis allgemein	■ Sehr differenzierte Angabe (bspw. 5 Jahre)
	■ Fachliche Kenntnisse	■ Sehr differenzierte Angabe (bspw. MIG-Schweißen)
	■ Praxis in ähnlichen Betrieben	■ Sehr differenzierte Angabe (bspw. 5 Jahre)
	■ Foto	
	■ Weiterbildungen/Zertifikate	■ Sehr differenzierte Angabe ermöglichen* (bspw. Weiterbildungen im Bereich XY)
Optionale Inhalte	□ EDV-Kenntnisse	□ Sehr differenzierte Angabe ermöglichen* (bspw. TSQL für SQL Server 2005)
	□ Führerscheine	□ Grobe Angabe (bspw. FS A vorhanden)
	□ Fremdsprachen	□ Sehr differenzierte Angabe ermöglichen* (bspw. Englisch-Kenntnisse in Wort & Schrift)
	□ Mögliche Arbeitszeit	
	□ Persönliche Eigenschaften	

* = „Ermöglichen“, weil bei geringer qualifizierten Stellen idR grobe Angaben ausreichend sind.

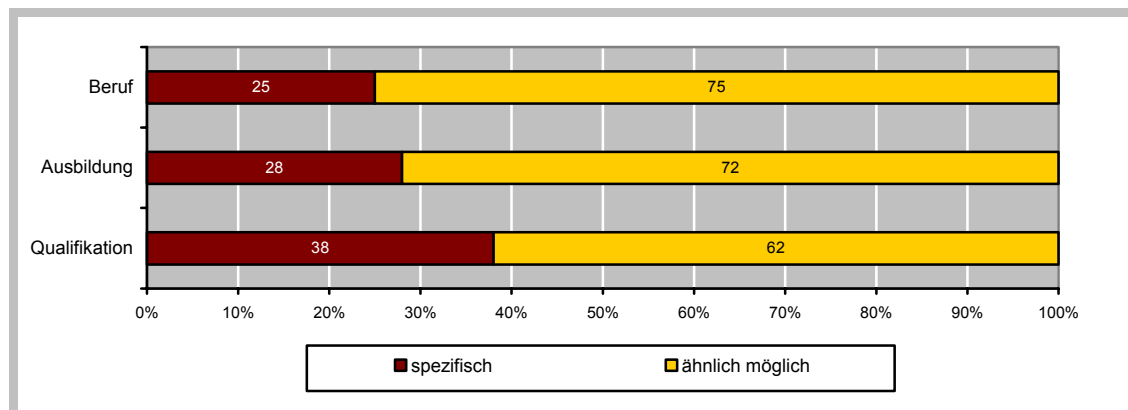
Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

7 Toleranzniveau bei den Anforderungen an BewerberInnen

Eine häufig formulierte Kritik am AMS ist, dass BewerberInnen vermittelt werden, die die vom Unternehmen spezifizierten Anforderungen nicht vollständig erfüllen. So wird beispielsweise im Falle eines Kindergartens kritisiert, dass seit Jahren LehrerInnen seitens des AMS vermittelt werden, obwohl diese rechtlich nicht befugt seien als KindergartenpädagogInnen zu arbeiten (vgl. Fallbeispiel 5). Gleichzeitig unterliegen die Anforderungsprofile jedoch einem mehr oder minder hohen Toleranzniveau auf Unternehmensseite. So zeigte ein anderes Fallbeispiel im Rahmen der qualitativen Interviews (vgl. Fallbeispiel 1), dass ein/e BewerberIn eingestellt wurde, die keine der wesentlichen formalen Anforderungen (kaufmännischer Ausbildungsabschluss, mehrjährige Berufserfahrung) erfüllte. Der/die KandidatIn stand noch in Ausbildung. Dafür konnte die Person aber den Bedarf nach EDV-Anwenderkenntnissen, welche in der Annonce ebenfalls gefordert wurden, perfekt abdecken. Mit dieser Vorgehensweise gelang es, ein lange Zeit bestehendes Kompetenzdefizit in der Abteilung zu kompensieren. Das Defizit auf Seiten des/der Bewerbers/in hinsichtlich kaufmännischer Erfahrung wurde nach Ansicht des/der Abteilungsleiters/in durch ausreichende vorhandene Kompetenzen bei den anderen MitarbeiterInnen aufgefangen. Bei der Personalauswahl verstoßen die Firmen somit durchaus auch gegen Grundsätze, deren Einhaltung sie vom AMS erwarten, nämlich die genaue Abdeckung der Anforderungen.

Die Ergebnisse der telefonischen Befragung bestätigen dies im Wesentlichen, da sie zeigen, dass insgesamt ein relativ hohes Toleranzniveau bei den Anforderungen an BewerberInnen besteht. Durchschnittlich 70% der AMS-KundInnen und Nicht-KundInnen geben an, dass hinsichtlich der Qualifikation, des Berufs und der geforderten Ausbildung Abweichungen vom formulierten Anforderungsprofil möglich sind. Insbesondere hinsichtlich der beiden letztgenannten Aspekte ist es nur für eine Minderheit der Unternehmen wichtig, dass hier eine genaue Passung vorliegt. So gab rund ein Viertel an, dass für die zu besetzende Stelle lediglich Personen mit einem ganz bestimmten Beruf (28%) bzw. einer spezifischen formalen Ausbildung (25%) in Frage kam (vgl. Abbildung 8). Allerdings mussten bei knapp 40% der zu besetzenden Stellen die BewerberInnen die geforderten Qualifikationen genau abdecken, hier besteht somit der vergleichsweise geringste Spielraum. Verstärkt trifft dies bei höher qualifizierten Stellen zu: 63% der ArbeitgeberInnen erwarten hier eine genaue Abdeckung der geforderten Qualifikationen. Bei gering bis mittel qualifizierten Stellen besteht diese Erwartung lediglich in 31% der Fälle. Auf Grund der Zusammensetzung des Samples, d.h. ein verstärkter Anteil höher qualifizierter Stellen in der Gruppe der Nicht-KundInnen, trifft dies hier auch deutlicher zu. Allerdings zeigt sich derselbe Trend auch in der relativ kleinen Gruppe der AMS-KundInnen, die höher qualifizierte Positionen zu besetzen hatten: in über der Hälfte der Fälle wurde eine Einhaltung von ganz spezifischen Qualifikationen erwartet. Bei geringeren Qualifikationsniveaus besteht diese Erwartung bei circa jedem vierten Unternehmen.

Abbildung 8: Suche nach BewerberInnen, die über eine/n ganz bestimmte/n Beruf/Ausbildung/Qualifikation verfügt – alle Unternehmen



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; Rundungsdifferenzen möglich; n = 201; n miss Qualifikation = 2, n miss Beruf = 1; n miss Ausbildung = 6

Diese Muster machen deutlich, dass der Freiheitsgrad bezüglich der wichtigsten Anforderungen an BewerberInnen von mehreren Faktoren abhängt und im Einzelfall stark variieren kann. Oftmals sehen sich Unternehmen im Verlauf des Prozesses der Stellenbesetzung dazu gezwungen, von den ursprünglichen Anforderungen abzugehen und auch BewerberInnen zu akzeptieren, die dem Anforderungsprofil nicht vollständig entsprechen, etwa weil es zu wenige passende BewerberInnen gibt.

Vor diesem Hintergrund gestaltet es sich aus Sicht des AMS als schwierig, das Toleranzniveau auf Seiten der Unternehmen in Erfahrung zu bringen. Einerseits wird erwartet, dass die Passgenauigkeit von Anforderungs- und BewerberInnenprofil möglichst hoch ist, andererseits lässt sich dies angesichts des verfügbaren Vorgemerktenpools oft nur annäherungsweise erreichen. In dieser Phase ist es wichtig, die Schwierigkeiten, geeignete BewerberInnen zu finden, den betrieblichen KundInnen zu kommunizieren und Auswege zu erörtern. Auf diese Weise ließen sich auch Irritationen auf Seiten der Betriebe vermeiden, die dann auftreten, wenn ohne dies vorher abgestimmt zu haben, einfach BewerberInnen mit einem ähnlichen Qualifikations-, Berufs- oder Ausbildungsprofil geschickt werden.

8 Nutzungsprofile bei Online-Jobbörsen

8.1 Nutzungsrate bei E-Jobbörsen

Wie bei anderen Dienstleistungen, so gewinnen auch bei der Stellen- und Personalvermittlung Selbstbedienungstools zunehmend an Bedeutung. Im Rahmen der Befragung von Personal suchenden Unternehmen wurde auch gefragt, in welchem Ausmaß generell – also nicht nur für die Referenzstelle – E-Jobbörsen in Anspruch genommen werden und wie sich die Nutzungsorientierung gestaltet.

Innerhalb der der Befragung vorangegangenen zwölf Monate haben 68% der befragten Unternehmen auch Online-Stellenbörsen als Suchkanal genutzt. Dabei weisen AMS-StammkundInnen die relativ geringste Nutzungsrate auf: Während knapp dreiviertel der Nicht-KundInnen und potentiellen KundInnen eine Online-Stellenbörse genutzt haben, waren es bei den AMS-StammkundInnen nur 47% bzw. neun von 19 befragten Unternehmen. Auffallend ist auch, dass sich in mittleren und großen Unternehmen eine stärkere Nutzung der Online-Jobbörsen beobachten lässt, wenngleich es sich dabei aber um keinen signifikanten Unterschied handelt (vgl. Tabelle 86).

Tabelle 25: Nutzung Online-Stellenbörsen im letzten Jahr nach KundInnenstatus generell

	AMS-KundInnentyp generell							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Ja	9	47,4%	100	70,4%	23	71,9%	132	68,4%
Nein	10	52,6%	42	29,6%	9	28,1%	61	31,6%
Gesamt	19	100,0%	142	100,0%	32	100,0%	193	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 199, n miss = 6

Die mit Abstand am häufigsten genutzte Börse ist *jobpilot.at* (35%), gefolgt vom AMS *eJob-Room* (16%), *monster.at* (12%) und *karriere.at* (8%). Vor allem in den westlichen Bundesländern wurden eine Reihe von regionalen Onlinebörsen (z.B. www.laendlejob.at oder www.jobs.tt.com) genutzt (vgl. Tabelle 84 Anhang). Daneben wird auch auf Anzeigenseiten der Online-Ausgaben der Tageszeitungen zugegriffen. Vereinzelt gibt es für Jobangebote auch eigene Rubriken auf den Firmenhomepages, die Stellen ausschreiben. In der Regel werden von jenen, die Onlinebörsen kontaktieren verschiedene Börsen genutzt.

Im Rahmen der Befragung gab es von einigen Befragten Beschwerden darüber, dass das AMS andere E-Jobbörsen für eine offensive KundInnenakquisition benutze. So wurden einige Unternehmen, die eine Suchannonce auf einer anderen E-Jobbörse gepostet hatten, vom AMS kontaktiert und zur Inanspruchnahme der AMS-Serviceleistungen gedrängt. Diese Vorgehensweise wurde von den betreffenden Unternehmen als zu aufdringlich empfunden, auch wenn diese Vorgehensweise aus Sicht des AMS als proaktives Handeln verstanden wird.

Umgekehrt kam aber von einem befragten Personalisten der Vorschlag, den e-Jobroom des AMS als Metasuchmaschine auszubauen, auf der Links zu allen relevanten Annoncen von anderen E-Jobbörsen abrufbar sind. Dies hätte wiederum den Vorteil, dass damit für das AMS auch ein Zugangskorridor zum Segment der höher qualifizierten Stellen eröffnet werden würde.

Bezüglich des eJob-Rooms des AMS kam von befragten Personalverantwortlichen auch die Anregung, die Handhabung zu verbessern. In diesem Zusammenhang gewinnt die Userfreundliche Gestaltung des eJob-Rooms an Bedeutung. So war eine Freitextsuche bei den Berufen eine vielfach gewünschte Option, bislang besteht nur eine Wahlmöglichkeit aus vorgegebenen Kategorien. Aber auch bei den FAQs wäre zu differenzieren zwischen getrennten Sektionen für Jobsuchende und für Unternehmen. Die jetzige einheitliche FAQ-Seite enthält Hinweise für beide Zielgruppen, was mitunter verwirrend ist, etwa wenn man als Unternehmen darauf verwiesen wird, dass man mit einem Benutzerkonto Kontakt zu anderen Unternehmen aufnehmen kann.

8.2 Die Nutzung verschiedener Features der E-Jobbörsen

Die meisten Online-Jobbörsen bieten eigene Features zum Online-Bewerbungsmanagement an. So ist es beispielsweise möglich, das Jobprofil der zu besetzenden Stelle selbstständig einzugeben oder selbst nach BewerberInnen zu suchen. Im Rahmen der Interviews mit PersonalistInnen wurde ihre Bereitschaft zur Nutzung diverser Tools befragt. Bei der Auswertung wurde neben dem KundInnen typ und dem KundInnenstatus (vgl. dazu Tabelle 87 im Anhang) insbesondere auch danach differenziert, ob Online-Jobbörsen im letzten Jahr überhaupt genutzt wurden oder nicht.

Von jenen Befragten, die eine oder mehrere Online-Jobbörsen genutzt haben, können sich neun von zehn prinzipiell vorstellen, ein Jobprofil selbstständig einzugeben. Von jenen, die in den letzten zwölf Monaten keine Online-Jobbörse genutzt haben, können sich dies zwischen knapp der Hälfte (44%) der Nicht-KundInnen und annähernd alle (90%) StammkundInnen vorstellen. Diese hohe potenzielle Nutzungsrate erscheint angesichts fehlender Erfahrungen mit E-Jobbörsen doch relativ hoch gegriffen. Hier kann angenommen werden, dass die Frage nach der potenziellen Nutzungsbereitschaft tendenziell zu einer positiven Beantwortung verleitet. Dennoch lässt sich sagen, dass von allen Features das Stelleneingabetool noch am intensivsten genutzt wird. Für 17 von jenen 30 Befragten, die kein Interesse an dessen Nutzung haben, ist dies einfach zu zeitaufwendig. Vier Befragte sehen keinen Bedarf für eine Nutzung, weitere drei ziehen die Suche über das AMS vor. Lediglich eine Person gesteht ein, dass sie nicht über die erforderlichen EDV-Kenntnisse für das Handling einer E-Jobbörse verfügt.

Das Ansehen von BewerberInnen auf der Online-Jobbörse weist die zweithöchste potenzielle Nutzungsrate auf: auch hier können sich zwischen 80% und 90% der Jobbörsen-erfahrenen Befragten vorstellen, dieses Tool zu nutzen. Bei jenen Befragten, für die eine Nutzung dieses Angebots nicht denkbar ist, überwiegt als Hauptgrund der hohe Zeitaufwand (15 Nennungen). Weitere vier Befragte sind der Ansicht, dass sich die

BewerberInnen selbst melden sollen. Weitere Gegenargumente sind die geringe Aussagekraft der vorfindbaren Unterlagen (3), der fehlende Bedarf an diesem Feature (3) oder die Zuständigkeit anderer Organisationseinheiten für die Sichtung von Bewerbungsunterlagen (3).

Tabelle 26: Raten der potenziellen Nutzung von Features der Online-Jobbörsen nach KundInnentyp

Prinzipielle Nutzung von vorstellbar	AMS-KundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen	
	Nutzung Online-Stellenbörsen	Keine Nutzung Online-Stellenbörsen	Nutzung Online-Stellenbörsen	Keine Nutzung Online-Stellenbörsen	Nutzung Online-Stellenbörsen	Keine Nutzung Online-Stellenbörsen
Jobprofil selbstständig eingeben	89% (n = 8)	90% (n = 9)	90% (n = 90)	76% (n = 31)	91% (n = 21)	44% (n = 4)
Online-Suche nach BewerberInnen	78% (n = 7)	90% (n = 9)	80% (n = 80)	74% (n = 31)	91% (n = 20)	56% (n = 5)
Ansehen von BewerberInnen	89% (n = 8)	90% (n = 9)	86% (n = 84)	79% (n = 33)	96% (n = 22)	56% (n = 5)
Rückmeldung über BewerberInnen geben	75% (n = 6)	80% (n = 8)	77% (n = 75)	73% (n = 30)	65% (n = 13)	44% (n = 4)
Dokumentationssystem der Personalsuche verwenden	88% (n = 7)	80% (n = 8)	58% (n = 57)	58% (n = 22)	60% (n = 12)	22% (n = 2)

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Von der Möglichkeit, bei Online-Börsen Rückmeldungen zu BewerberInnen zu geben, könnten sich zwischen 65% und 75% vorstellen, Gebrauch zu machen. Jene, die keine Nutzungsmöglichkeit sehen, führen wiederum den hohen Zeitaufwand an, haben aber auch Bedenken wie etwa negative Auswirkungen für den/die BewerberIn. Einigen ist diese Form der Beurteilung zu persönlich oder auch zu anmaßend. Hier wird für ein Feedback die Form des persönlichen Gesprächs bevorzugt.

Die Nutzung der Möglichkeit zur Online-BewerberInnensuche ist für rund acht von zehn E-Jobbörsen erfahrene Befragten vorstellbar. Jene, die diesbezüglich keinen Bedarf haben, führen wiederum den Zeitdruck als Begründung an (25 Nennungen). Vereinzelt wird auch angemerkt, dass die Initiative von Jobsuchenden kommen sollte (4).

Der vergleichsweise geringste Nutzungsgrad zeigt sich insgesamt hinsichtlich der Möglichkeit, die Tools zur Verwaltung und Dokumentation der Personalsuche zu verwenden. Allerdings sind auch hier sieben von acht StammkundInnen mit Online-Börsen Erfahrungen dazu bereit; in den Vergleichsgruppen ist der entsprechende Anteil niedriger. Als Gegenargumente neben dem Zeitaufwand werden noch angeführt, dass die eigenen Dokumentationssysteme ausreichen und dementsprechend kein Bedarf vorhanden ist. Außerdem werden Bedenken hinsichtlich Diskretion und Datenschutz aufgeworfen. Es besteht auch die Befürchtung, dass firmeninterne Informationen an die Öffentlichkeit kommen könnten.

Angesichts dieser Nutzungsprofile von Online-Jobbörsen zeigt sich, dass diese nur gelegentlich und nur in seltenen Fällen systematisch für die Personalsuche herangezogen werden. Ein gezieltes Online-gestütztes Bewerbungsmanagement findet so gut wie gar nicht statt. Eine stärkere Nutzungsfrequenz wäre nur durch intensiven begleitenden Support und Anleitungen zu erreichen, was allerdings wieder Ressourcen erfordern und das Rationalisierungspotenzial unter Umständen kompensieren würde.

9 Beurteilungen der Unterstützung durch das AMS bei der Personalauswahl

9.1 Vorschlag an BewerberInnen

Von den 201 befragten Unternehmen haben 100 (auch) über das AMS Personal gesucht. Bei knapp drei Viertel (74%) wurden den Betrieben seitens des AMS BewerberInnen vorgeschlagen. Bei jenen 26 Betrieben die keinen Vorschlag erhielten, finden sich alle Branchen und Berufsbereiche ebenso wie Unternehmensgrößen; anders formuliert: es lässt sich hier kein Zusammenhang zu bestimmten strukturellen Merkmalen feststellen.

Wurden seitens des/der AMS-BeraterIn BewerberInnen vorgeschlagen, erfolgte in gut 2/3 der Fälle (67%) auch eine Übermittlung einer schriftlichen Liste mit Name, Anschrift und Telefonnummer der BewerberInnen. In allen befragten Betrieben – abgesehen von einem Fall – wurde der Zeitpunkt der Übermittlung der Liste als passend eingestuft. Ein Betrieb hätte die Liste gerne zu einem früheren Zeitpunkt erhalten. Ein solcher Wunsch wurde auch im Rahmen der qualitativen Interviews geäußert. Insgesamt kann aber auf Basis der vorliegenden Ergebnisse schlussgefolgert werden, dass der Zeitpunkt der Übermittlung von BewerberInnenvorschlägen passt.

Jene Betriebe, denen keine BewerberInnen vorgeschlagen wurden oder die keine Liste erhielten, würden sich mehrheitlich (65%) eine Information über mögliche KandidatInnen wünschen.

Auch auf einer inhaltlichen Ebene zeigen sich die befragten Personalverantwortlichen überwiegend zufrieden mit der AMS-BewerberInnenliste – 62% meinen, dass die enthaltenen Informationen (Name, Anschrift, Telefonnummer) ausreichend sind. Bestehen darüber hinausgehende Wünsche betrifft dies in erster Linie folgende Bereiche:

- **Ausbildung und bisherige berufliche Tätigkeit** (43%): Hier werden verschiedenste Aspekte von den Unternehmen gewünscht, reichend von der Information ob Schul- oder LehrstellenabbrecherIn über Berufserfahrung bis hin zur Dauer der Arbeitslosigkeit.
- Kurzer prägnanter **Lebenslauf** (23%)
- **Kontaktdaten** (17%): die gewünschten Kontaktdaten sollten die email-Adresse, aber auch nach die genaue Adresse und Telefonnummer beinhalten, weil diese Information nicht immer auf der Liste zu finden sei.
- **Personenbezogene Daten** (13%): Eine kleine Gruppe von Betrieben wünscht sich die Angabe von Geschlecht, Alter und Staatsbürgerschaft der BewerberInnen. Hier ist darauf hinzuweisen, dass bei mehreren InterviewpartnerInnen Erwartungen hinsichtlich des Geschlechts und des Alters der BewerberInnen bestanden; beides Aspekte, die laut Gleichbehandlungsgesetz nicht in eine Stellenausschreibung aufgenommen werden dürfen. Begründet wird dies seitens der Betriebe beispielsweise mit dem Bemühen um gemischtgeschlechtliche Teams oder negative Erfahrungen mit dem anderen Geschlecht in der Vergangenheit. Altersspezifische Vorstellungen

wiederum werden mit körperlichen Belastungen oder einer gewünschten Homogenität der Teamstrukturen argumentiert.

- Weitere 20% nannten **sonstige Aspekte**, wie beispielsweise eine Begründung des/der AMS-BeraterIn, wieso die jeweilige Person für die Stelle vorgeschlagen wird oder eine Angabe ob tatsächlich Arbeitswilligkeit vorliegt.

Die Mehrheit der Betriebe (70%) möchte die Möglichkeit haben, aus der Liste vorab einige KandidatInnen auszusuchen. Dies wird insbesondere dort der Fall sein, wo den Betrieben Kontingente in der Größenordnung von 100 und mehr Personen vorgeschlagen werden. In solchen Fällen wurde in den qualitativen Interviews auch die seitens des AMS geforderte Rückmeldung über die BewerberInnen als unzumutbare administrative Bürde gesehen. Generell besteht jedoch, so belegen die telefonischen Interviews, eine sehr hohe Bereitschaft zur Rückmeldung: 77% der Personalverantwortlichen sind bereit, über alle seitens des AMS vorgeschlagenen BewerberInnen eine Rückmeldung zu geben. 14% sind bereit, über einen Teil eine Rückmeldung zu verfassen und lediglich 9% wollen dies überhaupt nicht tun.

9.2 Einstellung von AMS-BewerberInnen und Verbesserungswünsche

Von jenen Betrieben, die seitens des AMS BewerberInnen vorgeschlagen bekommen haben, hat die Mehrheit keine dieser Personen eingestellt. 59% der Betriebe hat eine/n BewerberIn aufgenommen, die/der über sonstige Kanäle gefunden wurde und 41% eine AMS-BewerberIn.

Kritik an unzureichender Passgenauigkeit der vermittelteten BewerberInnen, sei dies in Bezug auf fachliche Kenntnisse oder auch hinsichtlich des Auftretens oder der generellen Arbeitswilligkeit der BewerberInnen, kann hier jedoch nur eingeschränkt als Begründung angesehen werden. Sowohl bei Betrieben, die AMS-KandidatInnen eingestellt haben als auch bei den anderen Unternehmen werden solche Aspekte im Sinne von Verbesserungsvorschlägen angesprochen. Signifikante Unterschiede lassen sich hier nicht feststellen. Die Verbesserungsvorschläge richten sich auf unterschiedliche Bereiche, wobei auch zu beachten ist, dass insgesamt 42 der 100 AMS-KundInnen keinerlei Verbesserungswünsche hatten. Die nachfolgend angeführten Punkte stellen die wichtigsten Themen dar, wobei die Reihung nach der Anzahl der Nennungen erfolgt:

- **Anforderungsprofile einhalten, bessere Vorselektierung BewerberInnen und Vermittlung von arbeitswilligen BewerberInnen (42%):** Diese drei Aspekte stellen Themencluster dar, die in der Argumentation der Befragten sehr stark ineinander greifen. Die bessere Vorauswahl der BewerberInnen in fachlicher Hinsicht als auch hinsichtlich der persönlichen Eigenschaften bzw. die Bedachtnahme auf die in der Annonce formulierten Anforderungen wird relativ häufig als Verbesserungswunsch angeführt. Gleichzeitig weisen mehrere Betriebe auch darauf hin, dass die immer wieder anzutreffende mangelnde Arbeitswilligkeit der BewerberInnen ein Problem ist, das seitens des/der AMS-BeraterIn kaum gelöst werden könne. Man-

che BewerberInnen würden nur „den Stempel“ wollen. Hier regen einige Betriebe eine Verschärfung der Zumutbarkeitsbestimmungen für den Bezug des Arbeitslosengeldes bzw. der Notstandshilfe an.

- **Bessere Information über Vermittlungsprozess (19%):** Betriebe wünschen sich teilweise mehr, raschere und regelmäßige Informationen über den Status Quo und die Möglichkeiten im Rahmen einer Vermittlung. Ein/e Personalverantwortliche/r merkte dabei auch selbstkritisch an, dass hier auch mehr eigeninitiativ die Kommunikation mit dem/der AMS-BeraterIn gesucht werden müsste.
- **Betreuung/Beratung insgesamt verbessern (18%):** Manche Personalverantwortlichen äußerten unterschiedliche Wünsche, die auf eine Verbesserung der konkreten Beratung und Betreuung im Allgemeinen ausgerichtet waren. So kritisierte beispielsweise ein Betrieb, dass bei Abwesenheit oder Krankheit des/der BeraterIn keine Vertretung zur Verfügung steht. Ein/e andere InterviewpartnerIn wiederum kritisierte die mangelnde Kompetenz der Vertretungsperson. Insgesamt orteten mehrere Befragte Defizite bei der Kompetenz der BeraterInnen. In einem Fall wurde darüber hinaus auch das Erscheinungsbild mancher BeraterInnen („nicht gepflegt“) als unprofessionell empfunden.
- **Aktualisierung AMS Kategorien (12%):** Viele der befragten Firmen haben in ihren Annoncen Berufsbezeichnungen verwendet, die nicht oder nur teilweise der Begrifflichkeit der AMS-Systematiken des Berufsinformationssystems oder der 6-Steller folgen – beispielsweise ‚Internetprofi für Strategische Kooperationen‘ oder ‚Junior-Fachberater(in) im Verkaufs-Außendienst‘. Dabei zeigte sich bereits in den qualitativen Interviews, dass solche Bezeichnungen stark assoziativen Charakter haben und bestimmte spezifische Anforderungsinhalte transportieren sollen. So soll der Begriff „Jung TechnikerIn“ deutlich machen, dass eher an SchulabsolventInnen ohne Berufserfahrung gedacht ist. Zum anderen sollen mit den firmenspezifischen Stellenbegriffen auch negative Konnotationen überdeckt werden. Wenn statt einer Handelsgehilfin eine FilialmitarbeiterIn gesucht wird, dann soll eine höherwertige Tätigkeit suggeriert werden als jene, für die Personal gesucht wird. Mehrere Betriebe, die im eher geringqualifizierten Bereich gesucht haben (bspw. Reinigungskraft, KioskmitarbeiterInnen), regen hier eine Flexibilisierung und Modernisierung von Berufsbezeichnungen an. Ob damit dem teils beklagten mangelnden BewerberInneninteresse entgegengewirkt werden kann, sei hier in Frage gestellt. Zu vermuten ist, dass die jeweiligen Arbeitsbedingungen (bspw. Höhe der Entlohnung, Arbeitszeiten) maßgeblicheren Einfluss haben.

Kritik wird auch in jenen Fällen geäußert, in denen es durch die Einordnung in die AMS-Systematik zu einem Präzisionsverlust der Berufsbezeichnung kommt. So wurde beispielsweise im Falle eines/r gesuchten Kindergartenpädagog(e)in darauf verwiesen, dass der vom AMS gewählte Begriff der KindergärtnerIn eventuell auch KindergartenhelferInnen anspricht, welche aber nicht gesucht wurden. Ein anderer Betrieb wies darauf hin, dass sich bei der Suche nach einer ‚Hilfskraft im Baunebengewerbe‘ mehr nicht passende Personen melden, als bei dem vom Unternehmen gesuchten Beruf des/der FenstermonteurhelferIn. Ein Arbeitskräftevermitt-

lungs-Unternehmen wiederum kritisierte, dass das Inserat im eJob-Room meist in der falschen Rubrik zu finden sei – im konkreten Fall wurde ein/e KundInnenberaterIn für einen Versicherungskonzern gesucht; als gesuchter Beruf wurde im eJob-Room hierfür Einzelhandelskaufmann/-frau ausgewiesen.

Gleichzeitig ist jedoch auch darauf hinzuweisen, dass die Verwendung einer sehr firmenspezifischen Berufsbezeichnung auch Nachteile im Suchprozess bedeuten kann. So berichten einige Unternehmen, dass sie eine vergleichsweise schlechte Rückmeldequote hatten.

- **EJob-Room verbessern** (9%): Diesbezügliche Verbesserungswünsche richten sich auf einen allgemein offenen Zugriff auf den eJob-Room und eine einfachere und übersichtlichere Gestaltung. Ein Unternehmen regte an, die AMS-Jobbörse als Metasuchmaschine für alle Online-Jobbörsen Österreichs zu etablieren.

Darüber hinaus wurden vereinzelt unterschiedlichste Wünsche formuliert, wie beispielsweise die Vermittlung einer höheren BewerberInnenanzahl, die Vermittlung von BewerberInnen mit guten Deutschkenntnissen oder eine Intensivierung der Schulungsmaßnahmen des AMS.

Insgesamt darf die mitunter geäußerte Kritik am AMS jedoch nicht als kategorische Ablehnung interpretiert werden. Auch wenn das AMS eher kritisch bewertet wurde, so klang doch auch in vielen Interviews Verständnis für die Situation der BeraterInnen durch, da diese beispielsweise auch schwierige Vorgemerkte zu vermitteln hätten oder nur auf einen eingeschränkten Pool an vermittelbaren Personen zurückgreifen könnten.

9.3 Beratungs- und Unterstützungsbedarf bei Stellenbesetzung

Nur ein relativ kleiner Teil der KundInnen – 14% – hatte bei der Besetzung der Stelle einen konkreten Beratungs- und Unterstützungsbedarf. Etwas verstärkt trifft dies auf die im Sample vertretenen Kleinstunternehmen zu – jede/r vierte Betrieb gab hier einen Bedarf an. Demgegenüber liegt der Anteil der Betriebe mit Unterstützungsbedarf bei größeren Firmen zwischen 5% und 13%.

Inhaltlich bezieht sich der Unterstützungsbedarf in erster Linie auf Fördermöglichkeiten, entweder ganz allgemein oder in Bezug auf bestimmte Personengruppen wie beispielsweise ausländische BewerberInnen, WiedereinsteigerInnen oder Langzeitarbeitslose. Weitere Beratungsbedarfe liegen ausschließlich in Einzelfällen vor und decken ein breites Spektrum ab. So regt ein Arbeitskräfteüberlasser-Betrieb an, im AMS einen Raum für BewerberInnengespräche zur Verfügung zu stellen. Ein anderes Unternehmen wünscht sich Hilfestellungen und Tipps, wenn keine passende/r BewerberIn gefunden wird. Wiederum andere Bedarfe richten sich auf Informationen zur Einstellung von Personen mit Behinderungen oder spezifische Auflagen bei der Beschäftigung von Lehrlingen.

Auffällig ist, dass der Beratungs- und Unterstützungsbedarf nur partiell zur Zufriedenheit abgedeckt werden konnte. Sieben der 14 Betriebe mit entsprechendem Bedarf äußerten sich zufrieden. Die anderen Unternehmen kritisierten, dass die Informationen mangelhaft, zu wenig detailliert oder teils nicht korrekt waren.

9.4 Zufriedenheit mit der Beratung/Unterstützung durch das AMS

Ungeachtet der in den Interviews teilweise formulierten Verbesserungswünsche oder Kritiken zeigt sich die Mehrheit der Personalverantwortlichen mit der Unterstützung und Beratung durch den/die AMS-BeraterIn sehr zufrieden (49%) oder eher zufrieden (35%).

Unzufriedenheit mit dem Beratungsprozess besteht somit lediglich in Einzelfällen – zehn Betriebe zeigten sich weniger zufrieden und fünf Unternehmen beurteilten die Unterstützung mit ‚gar nicht zufrieden stellend‘. In dieser Gruppe sind verstärkt jene Betriebe zu finden, deren Beratungsbedarf nicht zur Zufriedenheit gedeckt werden konnte. Ebenso sind Kleinstbetriebe, die vergleichsweise häufiger einen Beratungsbedarf bei der Stellenbesetzung hatten, in der Gruppe der ‚Unzufriedenen‘ zu finden. Im Kontext der geäußerten Verbesserungsvorschläge (vgl. Kapitel 9.2) ist hier jedoch darauf hinzuweisen, dass eine generelle Verbesserung der Betreuung und Beratung dort nur von einem Kleinstbetrieb angeführt wurde. Wesentlich bedeutsamer, auch im Vergleich mit größeren KundInnen, ist der Wunsch nach einer Einhaltung von Anforderungsprofilen, besseren Vorselektierung von BewerberInnen und der Vermittlung von arbeitswilligen BewerberInnen, so dass insgesamt eine passgenaue Vermittlung hier als vorrangig zu sehen ist.

10 Suchkanäle im Vergleich

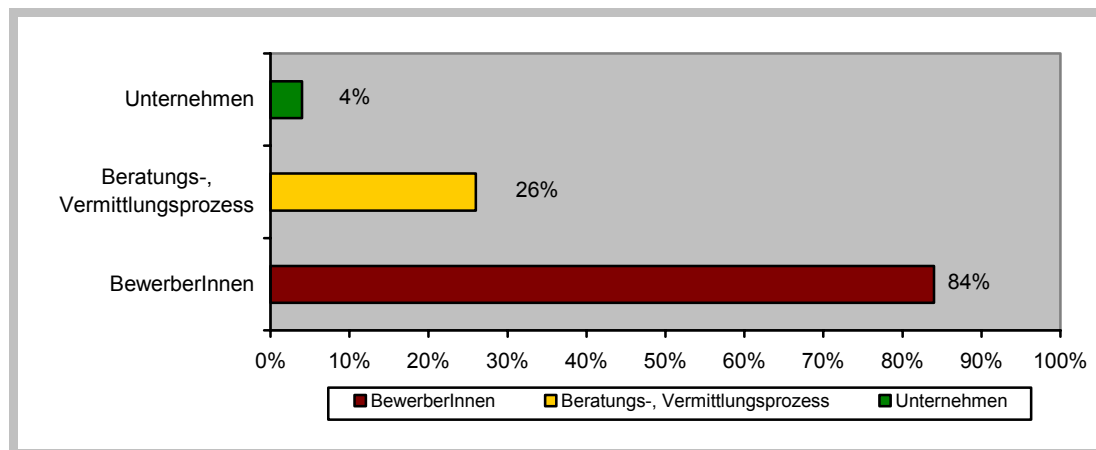
Jene Unternehmen, die bei der Besetzung der konkreten Stelle sowohl das AMS als auch sonstige Suchkanäle genutzt haben, wurden um eine Einschätzung der Vor- und Nachteile der verschiedenen Suchkanäle gebeten. Im Folgenden werden diese Erfahrungen zusammenfassend skizziert.

10.1 Nachteil einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen

Die Einschätzungen der befragten Unternehmen hinsichtlich der wahrgenommenen Nachteile der BewerberInnensuche über das AMS lassen eine ganz eindeutige Schwerpunktsetzung erkennen (vgl. Abbildung 9). Demzufolge wird die Schwierigkeit des AMS eindeutig auf Ebene der BewerberInnen gesehen. 84% der Betriebe führten diesen Aspekt an. Dabei wird unterstellt, dass die beim AMS als arbeitssuchend gemeldeten Personen entweder hinsichtlich ihrer Arbeitswilligkeit oder im Hinblick auf ihre Qualifikation nicht den Anforderungen entsprechen. Über andere Suchkanäle seien BewerberInnen zu finden, die sich hinsichtlich Arbeitswilligkeit, Eigeninitiative und Motivation positiv von der AMS-Klientel abheben. Auch seien hier leichter qualifizierte und passende Arbeitskräfte zu finden. Insbesondere gilt dies auch in Bezug auf höher qualifizierte. So überrascht es auch nicht, dass gerade jene Unternehmen, die eine Stelle im höher qualifizierten Bereich zu besetzen hatten, noch etwas verstärkt Nachteile beim AMS auf BewerberInnenebene sehen (97% versus 80% bei gering bis mittel qualifizierten Positionen).

Nicht nur das qualitative Kriterium der fehlenden fachlichen oder sozialen Kompetenz von BewerberInnen, die beim AMS vorgemerkt sind, ist für die Unternehmen problematisch und macht aus ihrer Sicht die Inanspruchnahme anderer Suchkanäle erforderlich, auch die Chance, unter einer ausreichenden Anzahl von BewerberInnen auswählen zu können, spielt eine Rolle. Aber auch der Wunsch Beschäftigte anzusprechen führt beispielsweise zu einer Nutzung anderer Suchkanäle.

Abbildung 9: Nachteil einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen liegen auf Ebene...; Mehrfachnennungen möglich



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; Rundungsdifferenzen möglich; n = 158; exklusive jener die die Frage nicht beantworteten n = 17; exklusive jener die keine Nachteile sehen n = 36

Interessant in diesem Zusammenhang ist auch, dass die Qualität der Vermittlungsarbeit des AMS vergleichsweise selten kritisiert wird und so kaum als Grund gelten kann, dass Unternehmen auf alternative Suchkanäle zurückgreifen. Solche Nachteile des AMS auf Ebene des Beratungs- und Vermittlungsprozesses (AMS macht zuviel Druck, AMS hält sich nicht ans Anforderungsprofil, Notwendigkeit zur Rechtfertigung von Ablehnungen, Selbstbestimmung im Bewerbungsverfahren, mehr Unterstützung, schnellere Suche) artikulieren 26%. Dies kann wohl dahingehend interpretiert werden, dass die umfassenden Bemühungen im österreichischen Arbeitsmarktservice, die Qualitätsstandards zu heben und die Serviceleistungen zu verbessern, auch bei den KundInnen angekommen sind und entsprechend wahrgenommen werden. Immerhin sagt auch gut jeder fünfte Personalverantwortliche, der bei der Besetzung der Stelle auf unterschiedliche Möglichkeiten zurückgegriffen hat, dass andere Suchkanäle keine Vorteile im Vergleich zur Einschaltung des AMS bieten. War eine gering bis mittel qualifizierte Stelle zu besetzen, sieht rund jeder vierte Betrieb keine Nachteile im AMS gegeben. Bei höher qualifizierten Positionen sinkt dieser Anteil auf circa 14%.

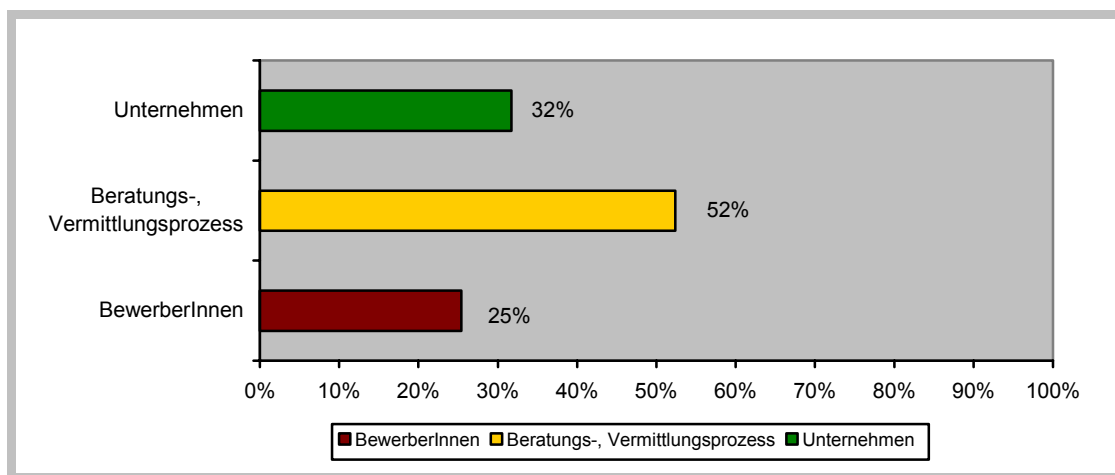
Gründe auf Unternehmensebene (etwa keine Möglichkeit, das Logo in der Annonce einzufügen oder die Firmenphilosophie in der Annonce zu vermitteln) spielen keine wesentliche Rolle.

10.2 Vorteile einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen

Unternehmen, die bei der Besetzung der Stelle sowohl das AMS als auch andere Quellen nutzten, sehen zu 60% keinerlei Nachteile bei sonstigen Quellen. Im Grunde ist also die Zufriedenheit mit den sonstigen genutzten Suchkanälen als relativ hoch einzuschätzen, was es für das AMS schwer macht, diese Konkurrenz zu durchbrechen.

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, nennen 52% 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.

Abbildung 10: Vorteile einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen liegen auf Ebene...; Mehrfachnennungen möglich



Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; Rundungsdifferenzen möglich; n = 63; exklusive jener die die Frage nicht beantworteten n = 18; exklusive jener die keine Vorteile sehen n = 94

Vorteile einer AMS-Suche werden gleichzeitig auch von knapp einem Drittel auf Ebene des Unternehmens gesehen und zwar im Umstand, dass eine Suche über das AMS nicht kostenpflichtig ist. Dies führt mitunter auch dazu, so zeigte ein Fallbeispiel, dass über das AMS eine ausführlichere Annonce geschaltet wird und bei Inseraten in Tageszeitungen aus Kostengründen eine möglichst kurze und prägnante Einschaltung erfolgt. Ein Umstand der zur Unzufriedenheit hinsichtlich der Passgenauigkeit von sich auf die Zeitungsannonce meldenden Personen führen kann.

Dass die Betriebe letztlich auch auf Ebene der BewerberInnen Vorteile sehen, kann als Beleg für eine differenzierte Beurteilung gesehen werden. Von den 16 Betrieben die hier Vorteile auf Seiten des AMS formulierten, merkten zehn parallel auch Nachteile an. Als Nachteile sonstiger Suchkanäle gegenüber dem AMS werden auf dieser Ebene vergleichsweise weniger Bewerbungen auf Annoncen, weniger passend qualifizierte BewerberInnen und – im Fall von Internet-Jobbörsen – ein eingeschränktes Zielpublikum genannt. So sprechen beispielsweise in der Beurteilung der Betriebe oftmals eingeschränkt arbeitswillige BewerberInnen gegen das AMS, was aber durch einen größeren Pool an BewerberInnen wieder wettgemacht wird.

11 Rückblickend formulierte Veränderungsmöglichkeiten in den Suchstrategien

Auf Basis der konkreten Erfahrungen mit der jeweiligen Stellenbesetzung können wichtige Erkenntnisse über wünschenswerte Veränderungsstrategien gewonnen werden. Im Ergebnis zeigt sich, dass jede/r fünfte Personalverantwortliche bei einer erneuten Besetzung derselben Stelle Veränderungen im Suchprozess vornehmen würde.

Dabei bestehen keine wesentlichen Unterschiede nach strukturellen Merkmalen wie beispielsweise dem KundInnenstatus – 77% der AMS-KundInnen und 80% der Nicht-KundInnen würden bei einer künftigen Suche alles wieder gleich machen. Wurde bei dem hier konkret analysierten Suchprozess ausschließlich das AMS genutzt, sinkt dieser Anteil geringfügig auf 73%. Allerdings steht die Summe der genutzten Suchkanäle in keinem signifikanten Zusammenhang zu Veränderungswünschen.

Bei höher qualifizierten Stellen wird im Vergleich zu geringer qualifizierten Positionen in stärkerem Ausmaß ein Optimierungspotential bei der Suche gesehen. So würden 27% der Personalverantwortlichen bei einer erneuten Suche Veränderungen vornehmen. Bei gering bis mittel qualifizierten Stellen betrifft dies 20%. Dies dürfte auch im Kontext der Dauer der Suche zu sehen sein. Personalverantwortliche, die Veränderungen vornehmen würden, haben im Durchschnitt geschätzte 23 Stunden für die Besetzung der Stelle investiert. Jene, die keinen Veränderungsbedarf sehen, benötigten durchschnittlich 19 Stunden. Diese Stundenangaben entsprechen exakt dem durchschnittlichen Aufwand für die Stellenbesetzung in Abhängigkeit des Qualifikationsniveaus der Position, d.h. durchschnittlich werden 23 Stunden für die Besetzung höher qualifizierter Positionen angegeben und 19 Stunden bei Jobs, die einem geringen bis mittleren Qualifikationsniveau entsprechen. Insgesamt liegt der durchschnittliche Aufwand bei 20 Stunden.

Veränderungen in dem bislang gewählten Suchprozess, so kann auf Basis der Ergebnisse somit festgehalten werden, würde lediglich eine relativ kleine Gruppe von Betrieben (gut 20% bzw. rund 40 Befragte) vornehmen. In erster Linie betreffen diese Änderung die genutzten Suchkanäle. Nahezu 40% der Nicht-KundInnen und gut 30% der AMS-KundInnen würden künftig auf **andere Suchkanäle** zurückgreifen (vgl. Tabelle 27), wobei bei jenen die ausschließlich über das AMS gesucht haben ebenfalls 33% auf andere Suchkanäle zurückgreifen könnten. Es kann hier somit kein Rückschluss hinsichtlich höherer Zufriedenheit oder besserer Effizienz der Vermittlung bei einer AMS-Suche gezogen werden. Mit anderen Suchkanälen ist die gesamte Bandbreite gemeint und umfasst für einige Unternehmen die Schaltung von Zeitungsannoncen, für andere wiederum den Verzicht auf ebensolche Zeitungsannoncen, ebenso wie die Nutzung des AMS oder eben auch gerade nicht die Inanspruchnahme des AMS. Schwerpunkte lassen sich hier keine feststellen; die jeweils individuellen gemachten Erfahrungen bei der konkreten Suche führen hier somit zu einer Veränderung der Suchstrategie. Dies kann als eine relativ hohe Flexibilität der Betriebe in der Nutzung von Suchkanälen interpretiert werden.

Neben der Nutzung anderer Suchkanäle sehen einige Betriebe auch in der Ausweitung der Suchstrategie eine Optimierungsmöglichkeit (15%), d.h. sie würden bei einer erneuten Stellenbesetzung auf **mehr verschiedene Suchmöglichkeiten** zurückgreifen. Ein konkretes Beispiel ist etwa die Suche eines/r Hilfskoches/-köchin. Erfolgte die Suche mittels AMS-eJob-Room und Zeitungsinserat, so würde das Unternehmen künftig auch StudentInnen durch Aushänge in StudentInnenheimen gezielt ansprechen.

Die **Formulierung eines detaillierteren Anforderungsprofils** wurde als weitere Verbesserungsmöglichkeit gesehen. Dies wurde von zwei AMS-KundInnen und vier Nicht-KundInnen angeführt. Auffällig ist, dass fünf dieser Betriebe keine Festlegung auf eine/n ganz bestimmte/n Beruf/Ausbildung/Qualifikation formulierten. Rückblickend wird eine stärkere Konkretisierung der Anforderungen als sinnvoll betrachtet. In zwei weiteren Fällen führte die Erfahrung bei der Stellenbesetzung zum umgekehrten Schluss – mangels einer ausreichend empfundenen Anzahl an BewerberInnen würden diese Unternehmen eine künftige Annonce offener halten, d.h. das **Anforderungsprofil weniger detailliert** spezifizieren.

Einen **anderen Zeitpunkt der Suche** würden drei Betriebe wählen. So wurden die Sommer- und somit Urlaubsmonate, die hier auf Grund des Untersuchungszeitraums im Wesentlichen abgedeckt wurden, als schwierig gesehen.

Das Treffen einer **Vorauswahl der BewerberInnen** nannten drei AMS-KundInnen und ein Nicht-Kunde als Verbesserungsmöglichkeit. Dabei steht insbesondere das Volumen der vermittelten Personen zur Diskussion. Liegt eine sehr hohe Zahl an BewerberInnen vor, wird hier eine intensivierte Vorauswahl gewünscht. Gleichzeitig ist aber auch darauf zu verweisen, dass bei Betrieben, wo lediglich eine geringe Zahl an möglichen Personen vermittelt werden konnte, eine weniger detaillierte Vorauswahl als mögliche Strategie erwähnt wurde, um aus einem größeren Pool auswählen zu können.

Sonstige genannte Aspekte betrafen unterschiedliche Einzelmeinungen, wie beispielsweise die Herstellung des Erstkontakts aus zeitlichen Gründen per Mail und nicht per Telefon oder eine intensivere Vernetzung mit dem/der AMS-BeraterIn am Beginn der Suche.

Tabelle 27: Veränderung der Suchstrategie; Mehrfachnennungen möglich

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
detaillierteres Anforderungsprofil	2	9,1%	4	22,2%	6	15,0%
weniger detailliertes Anforderungsprofil	1	4,5%	1	5,6%	2	5,0%
andere Zeitpunkt der Suche	1	4,5%	2	11,1%	3	7,5%
mehr verschiedene Kanäle nutzen	4	18,2%	2	11,1%	6	15,0%
andere Suchkanäle nutzen	7	31,8%	7	38,9%	14	35,0%
Vorauswahl der BewerberInnen treffen	3	13,6%	1	5,6%	4	10,0%
Sonstiges	6	27,3%	4	22,2%	10	25,0%
Gesamt	22	100,0%	18	100,0%	40	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 43, n miss = 3

12 Zusammenfassung

Die Befunde zu den Erwartungen von Unternehmen im Zusammenhang mit der Personalsuche haben gezeigt, dass es „den“ idealtypischen Vermittlungsprozess und „die“ ideale Annonce nicht gibt. Die vorgefundene Vielfalt unternehmerischer Strategien und die starke Ausdifferenzierung macht 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 sind so mitunter Anlass 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 auf die unterschiedliche Ressourcensituation kleinerer und größer Betriebe Bedacht nehmen, scheinen vor diesem Hintergrund nötig. Generell ist die seitens des AMS angebotene Beratung und Betreuung durch eine sehr hohe KundInnenzufriedenheit gekennzeichnet. Individuelle und persönliche Unterstützung wird seitens der KundInnen hoch geschätzt. Eine Intensivierung von Selbstbedienungstools, deren Nutzung partiell auf eine potentielle Bereitschaft stößt, ist in diesem Kontext zu sehen und wird einer flankierenden Unterstützung und Anleitung bedürfen, soll sich diese potentielle Bereitschaft auch in einer tatsächlichen Nutzung niederschlagen.

Insgesamt sind somit Schlussfolgerungen und Empfehlungen für Standardisierungen auf Basis der vorgelegten Ergebnisse kaum möglich, stattdessen können beim Stellenbesetzungsprozess eine Vielzahl an Ansatzpunkten ausgemacht werden, an denen eine Abstimmung zwischen AMS und Unternehmen erforderlich ist. Bei den nachfolgend formulierten Empfehlungen wird auf entsprechende Abstimmungsnotwendigkeiten Bezug genommen. In einem ersten Schritt werden vorweg auf Basis der vorliegenden Ergebnisse einige strategische Entscheidungen angesprochen.

13 Empfehlungen

13.1 Strategische Entscheidungen

Key account management Strategie versus Betreuung von Kleinst- und Kleinbetrieben

Aus Sicht des AMS ist eine Strategie des Key account managements zielführend, da über die Betreuung von Großkunden relativ viele offene Stellen akquiriert werden können. In der Befragung stellte sich jedoch heraus, dass gerade auch Kleinst- und Kleinbetriebe umfassenden Beratungs- und Unterstützungsbedarf im Prozess der Stellensuche haben. Diese KundInnen verlassen sich in hohem Maße auf die Unterstützung durch das AMS, für eigenständige Suchaktivitäten über andere Kanäle fehlen oftmals Zeit- und/oder Personalressourcen. Allerdings sind bei Kleinst- und Kleinbetrieben deutlich ungünstigere Aufwand-Nutzen-Relationen festzustellen, was die Akquisition und Besetzung offener Stellen betrifft. In diesem Zusammenhang wäre dabei aber auch die Umwegrentabilität zu berücksichtigen. Wenn es gelingt, Kleinst- und Kleinbetriebe bei der Besetzung einer offenen Stelle zufrieden zu stellen, wird die Bereitschaft steigen, das AMS bei künftigen offenen Stellen wieder in Anspruch zu nehmen oder auch bezüglich der Besetzung höher qualifizierter Stellen zu kontaktieren. Auch wenn dies quantitativ nicht so stark ins Gewicht fallen mag, so ist doch der positive Marketingeffekt nicht zu übersehen. Zufriedene KundInnen teilen ihre Erfahrung anderen potenziellen KundInnen mit, die aufgrund der positiven Mundpropaganda das AMS in Anspruch nehmen. Vor diesem Hintergrund wäre ein KundInnenmarketing zielführend, dass neben der Orientierung auf Groß- bzw. SchlüsselkundInnen auch dem KundInnensegment der Kleinst- und Kleinbetriebe hohe Bedeutung einräumt.

Selektivität der Inanspruchnahme durchbrechen

Die fallenden Inanspruchnahmeraten bei steigendem Qualifikationsniveau der offenen Stelle macht deutlich, dass das AMS im Segment der gering qualifizierten und der Fachkräfte präsent ist, jedoch bei der Besetzung von Stellen für qualifizierte und höher qualifizierte Kräfte eine markant geringere Bedeutung hat. Die Meinungsprofile zeigen, dass auf Seiten der betrieblichen KundInnen relativ starre Positionen über die Klientel des AMS und die damit verbundene eingeschränkte Unterstützungsleistung des AMS vorherrschen. Dieses Bild perpetuiert auch die anzutreffenden Inanspruchnahmehuster, denen gemäß das AMS primär bei der Suche nach geringer qualifiziertem Personal in Anspruch genommen wird.

Diese Selektivität der Inanspruchnahme gilt es in Zukunft zu durchbrechen. Ähnlich der Schwerpunktsetzung im Jahr 2007 auf die Stellenakquisition im qualifizierten Bereich (mindestens Lehrabschluss) wäre eine Impulsoffensive bei höher qualifiziertem Personal ins Auge zu fassen. Ansatzpunkte eröffnen sich auf einzelbetrieblicher Ebene insofern, als der Anteil der dezidierten Nicht-KundInnen relativ gering ist – im Befragungssample mit 16% – und die meisten befragten Betriebe, potentielle AMS-KundInnen sind, also prinzipiell das AMS als Partner akzeptieren. Im Zuge der laufen-

den Betriebskontakte des Service für Unternehmen gilt es potenzielle künftige Besetzungsfälle im höher qualifizierten Bereich zu sondieren, diese in Evidenz zu nehmen und dementsprechend vermittlungsunterstützende Angebote zu unterbreiten. In diesem Zusammenhang wäre auch zielführend, das Spektrum der vermittelbaren Klientel um Beschäftigte zu erweitern, die eine berufliche Veränderung anstreben. Bislang haftet dem AMS der Ruf an, in erster Linie arbeitslos Vorgemerkte mit zugeschriebenen Defiziten bezüglich Arbeitseinsatz und Qualifikation als BewerberInnen anbieten zu können. Diese strategische Änderung hätte jedoch markante Auswirkungen für das Service für Arbeitsuchende.

Balance von Selbstbedienung und individueller 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 aber aktuell die Nutzungsfrequenz und -breite des eJob-Rooms oder anderer E-Jobbörsen relativ begrenzt. Die Features etwa zur Sichtung von Lebensläufen von BewerberInnen oder zur Dokumentation der Personalsuche werden bislang kaum 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 doch flankierender Unterstützung und Anleitung, vergleichbar etwa bei der Einführung von Selbst-Scannerkassen in Supermärkten oder von Banküberweisungen, die von den KundInnen selbst automatisch gefertigt werden.

Die Strategie der Ausweitung des Selbstbedienungsanteils birgt die Gefahr einer Überforderung eines Großteils der KundInnen. So verlassen sich Kleinst- und KleinkundInnen in hohem Maße auf die Unterstützung des AMS, unter anderem 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. Vor diesem Hintergrund ergibt sich die Notwendigkeit, eine kombinierte Strategie aus Stärkung der Selbstbedienung und Beratung zu implementieren. Dies erfordert auch eine kundInnenorientierte Ausrichtung. Das Massengeschäft bei GroßkundInnen kann teilweise über elektronische Selbstbedienung abgewickelt werden, etwa wenn Unternehmen laufend Arbeitskräfte mit immer dem gleichen Qualifikationsprofil nachfragen. Bei der Besetzung von höher qualifizierten Stellen aber auch die Vermittlung bei Klein- und Kleinstbetrieben muss dagegen stärker beratungsbasiert erfolgen.

13.2 Optimierung operativer Prozesse

Abklärung der betrieblichen Ansprechpartner

Wie die qualitativen Interviews gezeigt haben, bestehen mittlerweile auch sehr differenzierte innerbetriebliche Abläufe und Zuständigkeiten im Prozess der Stellenbeset-

zung. Eine generalverantwortliche Person für alle Agenden der Stellenbesetzung ist eher die Ausnahme. Vielmehr ist die Zuständigkeit für die Formulierung der Stellenanzeige, die Sichtung der Bewerbungsunterlagen und die endgültige Entscheidung bei der Personalauswahl auf mehrere Personen bzw. Abteilungen verteilt. Aus Sicht des AMS, das bei allen Stadien der Stellenbesetzung involviert ist, ergibt sich die Notwendigkeit, die jeweils verantwortliche Person ausfindig zu machen und mit dieser die relevanten Aspekte abzuklären.

Optische Gestaltung der Inserate: Fließtext mit tabellarischen Elementen

Die Analyse der KundInnenwünsche bezüglich der Gestaltung von Stellenanzeigen hat deutlich gemacht, dass diese klar strukturiert, übersichtlich und nicht länger als eine Seite sein sollten. Als geeignete Form der Annonce lässt sich daraus eine Mischform aus Fließtext mit tabellarischen Elementen ableiten. Die tabellarische Form bietet sich vor allem bei den Anforderungen zu Ausbildung, fachlichen Kenntnissen und Praxiserfahrung an. Diese Angaben haben sich in der Unternehmensbefragung als zentrale Bestandteile der Stellanzeige herauskristallisiert. Die tabellarischen Spezifikationen stechen optisch heraus. Aber auch für optionale Angaben – etwa zu EDV-Kenntnissen oder Führerschein – empfiehlt sich eine tabellarische Darstellung. Diese Anforderungen in tabellarischer Form stellen eine Art Checkliste für InteressentInnen dar, die Punkt für Punkt durchgegangen werden kann. Nicht verpflichtende Angaben und allgemeine Informationen dagegen eignen sich für eine Fließtextdarstellung.

Die befragten Unternehmen wünschen sich in sehr hohem Maße, dass das Firmenlogo in der Anzeige aufscheint, insbesondere in der Annonce, die im eJob-Room erscheint.

Unterstützung und Beratung bei Formulierung der Annonce

Der im Rahmen der retrospektiven Beurteilung zu beobachtende hohe Optimierungsbedarf bei der Spezifizierung der BewerberInnenkriterien in der Stellenanzeige macht deutlich, dass es in diesem Bereich Bedarf für Unterstützung und Beratung durch das AMS gibt. Vor allem auch angesichts des Befundes, dass es „die“ Annonce schlichtweg nicht gibt und bei der Spezifizierung verschiedene Überlegungen zum Tragen kommen. Dabei ist oftmals die Expertise des/der SfU-BeraterIn gefragt, die den regionalen Arbeitsmarkt gut kennt und die Implikationen bestimmter Anforderungsspezifikationen beurteilen kann. Sie/er kann beispielsweise einschätzen, in welchen Berufen ein unterdurchschnittlicher Stellenandrang herrscht, also ein eher kleiner BewerberInnenpool vorhanden ist und eine detaillierte Spezifizierung von Anforderungen an BewerberInnen den Kreis an InteressentInnen für die ausgeschriebene Stelle zu stark eingrenzen würde. Oder umgekehrt: bei großem BewerberInnenpool gilt es, ein detailliertes Anforderungsprofil zu spezifizieren. Entsprechende Hinweise müssten von den SfU-ExpertInnen kommen.

Die Exploration der in die jeweilige Anzeige aufzunehmenden Kriterien – zusätzlich zu den obligaten Angaben zur geforderten Ausbildung und fachlichen Kenntnissen – kann nur interaktiv zwischen SfU und betrieblichem/r KundIn erfolgen und zwar individuell für die zu besetzende Stelle. Allgemeine Tipps sind nicht zielführend und werden – wie die

Befragung zeigt – von den KundInnen auch wenig geschätzt. Wesentlich ist demnach der ExpertInnenstatus des/der SfU-BeraterIn.

Transparenz schaffen bezüglich eJob-Room-Annoncen

In der Befragung stellte sich heraus, dass den Personalverantwortlichen nicht immer bewusst war, ob die Annonce im eJob-Room erscheint. Hier ist Seitens des/der SfU-BeraterIn Klarheit zu schaffen und dem Unternehmen zu kommunizieren, wenn die Annonce im eJob-Room – mit welchen Inhalten – erscheint.

Anforderungen an BewerberInnenunterlagen

Es wird von den Unternehmen eine ganze Reihe von Informationen, häufig in sehr differenzierter Form, in BewerberInnenunterlagen erwartet. Neben obligatorischen Inhalten sind einige Aspekte auch in Abhängigkeit der zu besetzenden Stelle optional zu sehen. Auffällig ist, dass sich diese gewünschten Informationen durchaus von den formulierten Anforderungen in der Annonce entkoppeln. Diverse inhaltliche Angaben – beispielsweise betreffend der formalen Ausbildung und der Praxiserfahrung – scheinen selbstverständlich erwartet zu werden, ohne dass dies aus der Stellenanzeige hervorgeht. Um diesen Erwartungen der Betriebe entsprechen zu können, erscheint es sinnvoll mit dem Unternehmen abzuklären, welche Informationen über BewerberInnen tatsächlich übermittelt werden sollen. Dies sollte dann auch an Arbeitsuchende kommuniziert werden.

Firmeninterne Berufsbezeichnungen

Firmen verwenden in ihren Annoncen häufig Berufsbezeichnungen, die nicht oder nur teilweise der Begrifflichkeit der AMS-Systematiken des Berufsinformationssystems oder der 6-Steller folgen. Um diesem KundInnenwunsch nach einer individuellen Stellenbezeichnung nachzukommen, empfiehlt sich, wie bisher im eJob-Room ausgewiesen, ein zweistufiges System (individuelle Bezeichnung plus AMS-Kategorie) zu verwenden.

Einfache Suchprozesse im eJob-Room ermöglichen

Bislang ist im eJob-Room des AMS eine Suche nach Stellen bzw. BewerberInnen entlang eines vorgegebenen Kategorienschemas zu Berufen bzw. Berufsgruppen möglich. Hier trifft die ab Mitte des Jahres 2009 vorgesehene Möglichkeit mittels Freitextsuche das Stellenangebot zu screenen einen wichtigen Bedarf.

eJob-Room des AMS als Meta-Suchmaschine

Der eJob-Room des AMS enthält bislang nur Stellenanzeigen von Unternehmen, die ihre offene Stelle dem AMS gemeldet haben und damit einverstanden sind, dass die Anzeige auch im eJob-Room geschaltet wird. Daneben bestehen eine Reihe von anderen E-Jobbörsen verschiedenster Anbieter, teilweise mit regionaler Schwerpunktsetzung oder beruflichem Fokus. Ergänzend dazu gibt es einen Diensteanbieter, der eine Metasuchmaschine anbietet, die einen Link zu Angeboten von relevanten E-Jobbörsen legt, die den Suchkriterien des/der UserIn entsprechen. Die Rolle einer Metasuchma-

schine wäre eine Erweiterungsoption für den eJob-Room des AMS. Ein Segment des eJob-Rooms würde wie bisher aus den offenen Stellen bzw. den Informationen zu BewerberInnen bestehen. Ein weiteres Segment des eJob-Rooms verweist auf Stellenanzeigen von anderen E-Jobbörsen. Auf diese Weise würde der eJob-Room des AMS zu einem zentralen Stellenportal weiterentwickelt, das das Online-Stellenangebot für ganz Österreich bündelt. Dieses Portal würde dem AMS die Möglichkeit schaffen, über entsprechende Einschaltungen wie pop-ups, Bannerwerbung oder ähnlichen Tools den Konnex zum AMS herzustellen. Auf diese Weise würde die Online-Marktpresenz des AMS erhöht. Diese Strategie könnte dem AMS auch Möglichkeiten zum Einstieg in bislang noch unterrepräsentierte Marktsegmente (z.B. Stellen für höher qualifiziertes Personal) eröffnen.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, die Fremddannoncen für das Offerieren von AMS-Serviceangeboten zu nutzen, indem personalsuchende Firmen vom SfU kontaktiert werden. Allerdings ist aufgrund der Rückmeldungen von einigen befragten Unternehmen darauf zu achten, dass dies auf eher zurückhaltende Weise erfolgt, um potenzielle KundInnen nicht durch zu offensives Auftreten abzuschrecken.

Laufendes Feedback über das Ergebnis der Vermittlungsaktivitäten

Nach der Entgegennahme der offenen Stelle des Unternehmens erfolgt ein AMS-interner Suchprozess nach geeigneten BewerberInnen. In diesem Prozess stellt sich heraus, wieviele BewerberInnen mit einem bestimmten Anforderungsprofil vorgemerkt sind. Falls für die gewünschten Anforderungen kein passende/r BewerberIn gefunden wird, ist dies dem Unternehmen mitzuteilen. In diesem Fall sind gemeinsame Alternativstrategien zu entwickeln. Zu akkordieren bleibt, welche Anforderungen gelockert werden können und ob dadurch eine Passung von Anforderungsprofil und BewerberInnenprofil erwartet werden kann. Falls auch diese Optionen erfolglos bleiben, ist eine grundsätzlich andere Vorgehensweise zu überlegen. Denkbar ist auch ein Angebot für eine Implacementstiftung (falls diese im jeweiligen Bundesland angeboten wird), bei der ein/e Second best-BewerberIn für die spezielle Stelle qualifiziert wird und das Unternehmen sich gleichzeitig zur Einstellung verpflichtet.

Die Verpflichtung zur Rückmeldung über den Stand des Vermittlungsprozesses obliegt nicht nur dem Service für Unternehmen, auch das Unternehmen selbst sollte zum Feedback angehalten werden. Dies betrifft zum einen die Rückmeldung über BewerberInnen. Hier ist prinzipiell eine hohe Bereitschaft zur Rückmeldung vorhanden. In Fällen, bei denen sich umfassende BewerberInnenkontingente ergeben, könnte ein gesondertes Rückmeldeprocedere vereinbart werden, das dem Unternehmen auch bewältigbar erscheint. Eine Verpflichtung von Unternehmen zur Informationsweitergabe an das AMS sollte auch bei erfolgter Besetzung der Stelle vorgesehen werden. Diese Information wäre wichtig, um die Vermittlungsanstrengungen einstellen zu können bzw. in Erfahrung zu bringen, welche/r BewerberIn zum Zug gekommen ist.

Flexibilisierung des Informationsumfangs auf der BewerberInnenliste

Die Liste mit aus AMS-Sicht geeigneten Vorgemerkten dient den Unternehmen als Information, wen sie als BewerberInnen zu erwarten haben. Aus Sicht der Unterneh-

men gibt es bestimmte Informationen, die sie im Zuge dieser Information zusätzlich gerne übermittelt bekommen möchten. Genannt wurden beispielsweise Angaben zum Ausbildungshintergrund etc. Da dies von Stelle zu Stelle sowie von Unternehmen zu Unternehmen variiert, wäre zwischen dem Service für Unternehmen und dem Unternehmen abzuklären, welche Informationen zusätzlich bereitgestellt werden sollen und auch übermittelt werden können.

Literatur

- Hausegger, Trude / Fuchs, Peter (2004): Das AMS als kompetenter Partner von Betrieben. Studie im Auftrag des AMS Oberösterreich. Wien: prospect
- Hausegger, Trude / Weber, Friederike (2001): Die Methode Prospect. Modellhafte Umsetzung der Methode Prospect in der Region Graz. Wien: prospect
- Hausegger, Trude / Weber, Friederike (2004): Support Pro Wien II. Studie im Auftrag des AMS Wien. Wien: prospect
- Hausegger, Trude / Weber, Friederike (2005): Support ProWien II+. Nachfrageorientierte Instrumentenentwicklung. Studie im Auftrag des AMS Wien. Wien: prospect
- Hausegger, Trude / Weber, Friederike (2008): Passgenaue Vermittlung aus Sicht von Unternehmen. Management Summary einer Literaturrecherche. Wien: prospect
- Lechner, Ferdinand / Prenner, Peter / Wetzels, Petra (2006): Ausbau der Dienstleistungen für Unternehmen zur Erhöhung des Einschaltgrades des AMS Burgenland. Studie im Auftrag des AMS Burgenland. Wien: L&R Sozialforschung
- Niederberger, Karl / Sepp, Renate (2006): Personalaufnahmeverhalten Salzburger Produktionsbetriebe. Studie im Auftrag des AMS Salzburg. Linz: IBE
- Saurug, Manfred / Seiler, Eva Christina (2002): Optimierung des Dienstleistungsangebotes des AMS Kärnten für Wirtschaftsunternehmen. Studie im Auftrag des AMS Kärnten. Graz: IFA Steiermark
- Saurug, Manfred / Stijntjes, Leonhard (2003): Optimierung des Dienstleistungsangebotes des AMS Kärnten: Kernprozesse und ServiceLine. Studie im Auftrag des AMS Kärnten. Graz: IFA

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Überblick zur Zusammensetzung des Samples nach AMS-KundInnenstatus und KundInnentyp	6
Abbildung 2:	Grad der Inanspruchnahme des AMS nach Qualifikationsstufe – alle Unternehmen	11
Abbildung 3:	Inanspruchnahme von Suchkanälen für die Referenz-Annonce nach KundInnenstatus	17
Abbildung 4:	Angaben in Stelleninseraten nach Wichtigkeit – alle Unternehmen	21
Abbildung 5:	Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Stellenannoncen – alle Unternehmen (Basis: Angabe unbedingt/optional)	24
Abbildung 6:	Von Unternehmen gewünschte Angaben in den Bewerbungsunterlagen – alle Unternehmen	29
Abbildung 7:	Gewünschter Detaillierungsgrad der Angaben in den Bewerbungsunterlagen – alle Unternehmen (Basis: Angabe unbedingt/optional)	33
Abbildung 8:	Suche nach BewerberInnen, die über eine/n ganz bestimmte/n Beruf/Ausbildung/Qualifikation verfügt – alle Unternehmen	36
Abbildung 9:	Nachteil einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen liegen auf Ebene...; Mehrfachnennungen möglich	46
Abbildung 10:	Vorteile einer AMS-Suche im Vergleich zu sonstigen Suchkanälen liegen auf Ebene...; Mehrfachnennungen möglich	47

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Branchenverteilung des Samples	7
Tabelle 2:	Qualifikationsniveau der Stelle nach KundInnenstatus	7
Tabelle 3:	Bundesland nach KundInnenstatus	8
Tabelle 4:	Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen nach KundInnenstatus	8
Tabelle 5:	Anzahl der MitarbeiterInnen für welche die/der InterviewpartnerIn Personalverantwortung innehat (nach Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen)	10
Tabelle 6:	AMS-KundInnentyp generell	10
Tabelle 7:	Sehr wichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnentyp (Anteil der Unternehmen, die den Aspekt als ‚sehr wichtig‘ beurteilen)	15
Tabelle 8:	Unwichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnentyp (Anteil der Unternehmen, die den Aspekt als ‚nicht wichtig‘ beurteilen)	15
Tabelle 9:	Inanspruchnahme von Suchkanälen nach Unternehmensgröße, Mehrfachnennungen möglich	18
Tabelle 10:	Auszug Stellenanzeige Bundesagentur für Arbeit am Beispiel eines Stellenangebotes „Handelsassistent/in – Einzelhandel“	19
Tabelle 11:	Bevorzugte optische Gestaltung einer Stellenannonce nach Qualifikationsniveau der Stelle	20
Tabelle 12:	Zufriedenheit mit der Unterstützung bei der Formulierung des Job- und Anforderungsprofils durch das AMS	20
Tabelle 13:	Wichtige Angaben in der Referenz-Annonce (Angaben, die von mindestens der Hälfte der Befragten als unbedingt notwendig gesehen werden; differenziert nach KundInnenstatus)	22
Tabelle 14:	Gewünschter Grad der Detaillierung des erwarteten Ausbildungsabschlusses nach Qualifikationsniveau der Stelle (Basis: Angabe Ausbildung unbedingt/optional)	24
Tabelle 15:	Gewünschter Grad der Detaillierung der erwarteten fachlichen Kenntnisse nach Qualifikationsniveau der Stelle (Basis: Angabe fachliche Kenntnisse unbedingt/optional)	25
Tabelle 16:	Gewünschter Grad der Detaillierung der erwarteten EDV-Kenntnisse nach Qualifikationsniveau der Stelle (Basis: Angabe EDV-Kenntnisse unbedingt/optional)	25
Tabelle 17:	Unnötige Angaben in der Referenz-Annonce (Angaben, die von mindestens der Hälfte der Befragten als nicht nötig gesehen werden; nach KundInnenstatus)	26
Tabelle 18:	Optimierungsbedarf bei der Formulierung der Stellenanzeigen	27
Tabelle 19:	Zusammenfassung Anforderungsprofil	28
Tabelle 20:	Inhalt der Bewerbungsunterlagen nach Qualifikationsniveau der Stelle – Fremdsprachenkenntnisse der BewerberInnen	30
Tabelle 21:	Inhalt der Bewerbungsunterlagen nach Qualifikationsniveau der Stelle – EDV-Kenntnisse der BewerberInnen	30
Tabelle 22:	Inhalt der Bewerbungsunterlagen nach Qualifikationsniveau der Stelle – mögliche Arbeitszeit der BewerberInnen	31
Tabelle 23:	Unbedingt nötige Inhalte in den Bewerbungen nach Vorhandensein des Inhaltes in der Originalannonce; nach KundInnenstatus	32
Tabelle 24:	Zusammenfassung Personenprofil	34
Tabelle 25:	Nutzung Online-Stellenbörsen im letzten Jahr nach KundInnenstatus generell	37

Tabelle 26:	Raten der potenziellen Nutzung von Features der Online-Jobbörsen nach KundInnentyp	39
Tabelle 27:	Veränderung der Suchstrategie; Mehrfachnennungen möglich	49
Tabelle 28:	Berufsgruppen mit unterdurchschnittlichem Stellenandrang	65
Tabelle 29:	Berufsgruppen mit überdurchschnittlichem Stellenandrang	66
Tabelle 30:	AMS-KundInnentyp generell nach Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen	67
Tabelle 31:	Grad der Inanspruchnahme des AMS bei angelernten Kräften nach AMS-KundInnentyp	67
Tabelle 32:	Grad der Inanspruchnahme des AMS bei Fachkräften nach AMS-KundInnentyp	67
Tabelle 33:	Grad der Inanspruchnahme des AMS bei qualifizierten Kräften nach AMS-KundInnentyp	67
Tabelle 34:	Grad der Inanspruchnahme des AMS bei höher qualifizierten Kräften nach AMS-KundInnentyp	68
Tabelle 35:	Sehr wichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnenstatus (Anteil der KundInnen, die den Aspekt als ‚sehr wichtig‘ beurteilen)	68
Tabelle 36:	Unwichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnenstatus (Anteil der KundInnen, die den Aspekt als ‚nicht wichtig‘ beurteilen)	68
Tabelle 37:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Firmeninterne Berufsbezeichnung nach AMS-KundInnenstatus	69
Tabelle 38:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Ausbildung nach AMS-KundInnenstatus	69
Tabelle 39:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Fachliche Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus	69
Tabelle 40:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Persönliche Eigenschaften nach AMS-KundInnenstatus	69
Tabelle 41:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Arbeitszeit nach AMS-KundInnenstatus	70
Tabelle 42:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Entlohnung nach AMS-KundInnenstatus	70
Tabelle 43:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Arbeitsplatzbeschreibung nach AMS-KundInnenstatus	70
Tabelle 44:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Praxis nach AMS-KundInnenstatus	70
Tabelle 45:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Fremdsprachenkenntnisse nach AMS-KundInnenstatus	71
Tabelle 46:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – EDV-Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus	71
Tabelle 47:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Führerscheine nach AMS-KundInnenstatus	71
Tabelle 48:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Firmenprofil nach AMS-KundInnenstatus	71
Tabelle 49:	Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Logo nach AMS-KundInnenstatus	72
Tabelle 50:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Ausbildung‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce	72
Tabelle 51:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚fachliche Kenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce	72
Tabelle 52:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce	72
Tabelle 53:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Fremdsprachenkenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce	73
Tabelle 54:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚EDV-Kenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce	73

Tabelle 55:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Führerscheine‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce	73
Tabelle 56:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Ausbildung nach AMS-KundInnenstatus	73
Tabelle 57:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – fachliche Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus	74
Tabelle 58:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Weiterbildungen/Zertifikate nach AMS-KundInnenstatus	74
Tabelle 59:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Praxis allgemein nach AMS-KundInnenstatus	74
Tabelle 60:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Praxis im Beruf nach AMS-KundInnenstatus	74
Tabelle 61:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Praxis in ähnlichen Betrieben nach AMS-KundInnenstatus	75
Tabelle 62:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Fremdsprachenkenntnisse nach AMS-KundInnenstatus	75
Tabelle 63:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Führerscheine nach AMS-KundInnenstatus	75
Tabelle 64:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – EDV-Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus	75
Tabelle 65:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Foto nach AMS-KundInnenstatus	76
Tabelle 66:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – mögliche Arbeitszeit nach AMS-KundInnenstatus	76
Tabelle 67:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – persönliche Eigenschaften nach AMS-KundInnenstatus	76
Tabelle 68:	Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Lebenslauf nach AMS-KundInnenstatus	76
Tabelle 69:	Angabe Ausbildung unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle	77
Tabelle 70:	Angabe Fremdsprachen unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle	77
Tabelle 71:	Angabe EDV-Kenntnisse unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle	77
Tabelle 72:	Angabe fachliche Kenntnisse unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle	77
Tabelle 73:	Angabe Weiterbildungen/Zertifikate unbedingt/optional in Bewerbung – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle	78
Tabelle 74:	Angabe Führerschein unbedingt/optional in Bewerbung – gewünschter Grad der Detaillierung nach KundInnenstatus	78
Tabelle 75:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Ausbildung‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	78
Tabelle 76:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	78
Tabelle 77:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Weiterbildungen/Zertifikate‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	79
Tabelle 78:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis allgemein nach Wichtigkeit‘ dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	79
Tabelle 79:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis in ähnlichen Betrieben‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	79

Tabelle 80:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Fremdsprachen‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	80
Tabelle 81:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Führerscheine‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	80
Tabelle 82:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚EDV-Kenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	80
Tabelle 83:	Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis im Beruf‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen	80
Tabelle 84:	Genutzte Online Börsen in den letzten zwölf Monaten	81
Tabelle 85:	Genutzte Online Jobbörsen in den letzten zwölf Monaten nach AMS-KundInnentyp generell	82
Tabelle 86:	Nutzung Online-Stellenbörsen im letzten Jahr Anzahl nach MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen	82
Tabelle 87:	Raten der potenziellen Nutzung von Features der Online-Jobbörsen nach KundInnenstatus	83

Anhang 1: Zur Bildung der Stichprobe der telefonisch befragten Unternehmen

Die gemeinsam mit den AuftraggeberInnen abgestimmte Sample-Struktur orientierte sich an den Ergebnissen einer Analyse zum branchenspezifischen Einschaltgrad des AMS und einer Mismatchanalyse. Im Folgenden werden die wesentlichen Befunde zusammenfassend dargestellt.

13.3 Branchenmuster im Einschaltgrad des AMS

Das AMS wird seitens der Unternehmen in unterschiedlichem Ausmaß für die Vermittlungstätigkeit in Anspruch genommen. Ein Maß für die Einbindung ist der so genannte Einschaltgrad, der angibt, welchen Anteil die Abgänge der beim AMS gemeldeten offenen Stellen (ohne Wegfall) an allen Neuanmeldungen von unselbständigen Beschäftigungsverhältnissen (also ohne Wiederanmeldung oder administrative Ummeldung) haben. Dazu stand eine Auswertung des BMWA zum Einschaltgrad des AMS für die Jahre 2004-2008 auf Basis der ÖNACE 2008-Systematik zur Verfügung. Diese Daten stellen die ‚offizielle‘ Quelle für den Einschaltgrad in einzelnen Wirtschaftsabschnitten dar.

Hinsichtlich der Aussagekraft des Einschaltgrades nach Wirtschaftsabschnitten ist zu berücksichtigen, dass zum Teil unterschiedliche Branchen zusammengefasst sind und dabei auch unterschiedliche Berufe auf verschiedenen Qualifikationsebenen erfasst werden. So ist beispielsweise in der Branche ‚Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen‘ unter anderem die Arbeitskräfteüberlassung, Sicherheitsdienste und wirtschaftliche Dienstleistungen für Unternehmen und Privatpersonen enthalten. Dies umfasst wiederum verschiedenste Berufe, von Securitykräften, über UnternehmensberaterInnen bis hin zu verschiedensten Berufen im Bereich der Arbeitskräfteüberlassung. Diese berufsmäßige Ausdifferenzierung in einzelnen Branchen erschwert die Analyse nach berufsspezifischen Schwerpunktsetzungen im AMS-Vermittlungsservice. Trotz dieser Einschränkungen lassen sich doch bestimmte Tendenzen bei der Inanspruchnahme des AMS im Prozess der Personalsuche ableiten.

So ist in den Branchen ‚Beherbergung und Gastronomie‘, ‚sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen‘ und ‚Bau‘ eine Tendenz zum überdurchschnittlichen Einschaltgrad festzustellen. Demgegenüber stehen Wirtschaftsabschnitte mit einem unterdurchschnittlichen Einschaltgrad wie ‚Information und Kommunikation‘ oder die stark von Büro- und Verwaltungsberufen geprägten Bereiche ‚Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen‘, ‚Grundstücks- und Wohnungswesen‘ und ‚Öffentliche Verwaltung‘.

13.4 Mismatch-Analyse

13.4.1 Überblick zur Methode der Mismatchanalysen

Das Vermittlungsprozedere hängt – so eine Ausgangsthese der Untersuchung – auch stark vom Mismatch in einzelnen Berufen bzw. in einzelnen Kombinationen von Berufen und Qualifikationen ab. Je niedriger die Stellenandrangziffer in einem Teilbereich ist, umso schwieriger wird es für das AMS, geeignete BewerberInnen vorschlagen zu können.

Eine Mismatch-Analyse beschreibt solche Probleme der Anpassung zwischen einzelnen Bereichen oder Segmenten des Arbeitsmarktes und versucht damit auch Lösungsansätze für die Fragestellung zu bieten, warum trotz teils hoher Arbeitslosigkeit in einzelnen Bereichen unbesetzte Vakanzen bestehen.²

Als Grundlage für die Mismatch-Analysen wurde ein Indikator von Jackman/Roper (1987)³ gewählt. Ein geringer Mismatch tritt auf, wenn die Differenz zwischen Vakanz- und Arbeitslosenquoten in den einzelnen Sektoren minimiert ist. Ziel ist also, ein gleiches Verhältnis zwischen offenen Stellen und Arbeitsuchenden in allen Teilbereichen zu erreichen.

Der Mismatch-Indikator nach Jackman/Roper existiert in einigen Varianten. Für das gegenständliche Forschungsprojekt wird folgende Methode eingesetzt:

$$MM = \frac{1}{2} \sum \left| \frac{U_i}{U} - \frac{V_i}{V} \right|$$

V_i die Anzahl der Vakanzen im Sektor/Bereich i

U_i die Anzahl der Arbeitslosen im Sektor/ Bereich i

U und V sind die Gesamtzahl der Arbeitslosen bzw. Vakanzen über alle Sektoren/Bereiche

Eine Analyse der einzelnen Mismatchkomponentenwerte gibt somit wertvollen Aufschluss über die Zusammensetzung des Mismatch:

- **Positive Komponenten** deuten auf eine aus Sicht der Arbeitsuchenden vergleichsweise ungünstige Matching-Situation im Sinne einer überdurchschnittlich hohen Stellenandrangziffer hin.
- **Negative Komponentenwerte** deuten dagegen auf eine unterdurchschnittliche Stellenandrangziffer hin. Aus Sicht der Arbeitsuchenden ist dies freilich begrüßenswert, im Sinne einer Optimierung des Matching allerdings besteht in beiden Fällen Optimierungsbedarf.

² siehe hierzu auch Leitner, A./Wagner, E./Prenner, P. (2007): Mismatch-Arbeitslosigkeit in Oberösterreich, Studie im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte Oberösterreich, Wien.

³ Jackman, R./Roper, S. (1987), "Structural Unemployment", Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 49, 1.

13.4.1.1 Qualifikationsmismatch

Analysen zum Qualifikationsmismatch setzen auf der Formalqualifikation auf, die hier zu einem fünfstufigen Schema verdichtet (Pflichtschule, mittleres Niveau, AHS; BHS, Universität) wurden. Insgesamt beläuft sich der Qualifikationsmismatch österreichweit im Jahr 2006 auf 0,04, d.h. um eine Gleichverteilung der Qualifikationsstruktur von Angebot und Nachfrage herzustellen, müssten im Jahr 2006 4% der Arbeitsuchenden ihre Qualifikation wechseln oder 4% der vakanten Stellen andere Qualifikationsanforderungen aufweisen.

Welche Qualifikations-Mismatchkomponenten sind im Detail für diese Entwicklung prägend? Grundsätzlich gilt, dass die wichtigsten Kategorien diesbezüglich die Pflichtschulausbildung und der Facharbeiterbereich (Lehre, Meisterprüfung, Mittlere Schulen) sind. Hier besteht ein unterdurchschnittlicher Stellenandrang (-0,02 Pflichtschule; -0,02 mittleres Niveau). Demgegenüber besteht bei höheren Ausbildungen ein überdurchschnittlicher Stellenandrang (0,02 AHS; 0,01 BHS; 0,02 Uni/FH/Akademien).

13.4.1.2 Berufsmismatch

Analysen zum Berufsmismatch basieren auf einem eigens codierten Berufsschema. Zusammengefasst auf 31 Berufskategorien ergibt der Berufsmismatch im Jahr 2006 österreichweit einen Wert von 0,23. Diesem Ergebnis zufolge müssten rund 23% der Arbeitsuchenden oder offenen Stellen ihr berufliches Profil ändern, um eine Gleichverteilung zwischen Angebot und Nachfrage zu erzielen.

Nach Berufsgruppen differenziert zeigt sich, dass – aus Sicht der Arbeitssuchenden – eine vergleichsweise positive Situation, d.h. ein unterdurchschnittlicher Stellenandrang, insbesondere in Metall- und Elektroberufen wie auch in Fremdenverkehrsberufen vorzufinden ist (vgl. Tabelle 28). Dies deutet darauf hin, dass in diesen Bereichen vergleichsweise weniger Arbeitsuchende zu offenen Stellen zugewiesen werden können. Ein Umstand der aus Sicht der AMS-BetriebskundInnen unter Umständen zu einer geringeren Zufriedenheit führen kann, falls die Auswahl unter den Arbeitsuchenden zu klein ausfällt und die Wahlmöglichkeiten eingeschränkt sind.

Tabelle 28: Berufsgruppen mit unterdurchschnittlichem Stellenandrang

Berufsgruppen	Mismatch-komponente
Metall - Elektroberufe	-0,091
Fremdenverkehr	-0,069
TechnikerInnen	-0,016
Gesundheit	-0,015
Handel	-0,010
Holz	-0,009
Verwaltung	-0,007
Friseur/FriseurInnen	-0,003
Land- und Forstwirtschaft	-0,003
Chemie	-0,001
Nahrung	-0,001

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Mismatch', 2008

Auf Ebene einzelner Berufe findet sich ein unterdurchschnittlicher Stellenandrang beispielsweise in Metallberufe wie Konstruktionsschlosser, Betriebsschlosser oder auch in technischen Berufen sowie Berufen des Gesundheitswesens.

Demgegenüber ergibt sich in den in Tabelle 29 dargestellten Berufsgruppen ein hoher Stellenandrang. Im Detail sind es insbesondere die Berufe MaurerInnen, BauhilfsarbeiterInnen, HilfsarbeiterInnen, Reinigungskräfte, Industrie- und Gewerbekaufleute und Büro- und Verwaltungshilfsberufe die einen überdurchschnittlich hohen Stellenandrang vorfinden.

Tabelle 29: Berufsgruppen mit überdurchschnittlichem Stellenandrang

Berufsgruppen	Mismatch-komponente
Büroberufe	0,057
Hilfsberufe	0,050
Reinigung	0,033
Bau	0,032
Verkehr	0,017
Lehr- und Kulturberufe	0,014
Grafik	0,004
Bekleidung	0,003
Textil	0,003
Steine - Erden	0,003
Sonstige Dienste	0,002
Hausgehilfen	0,002
Wirtschaftsberufe, Jurist	0,002
Boten, DienerInnen	0,001
Papier	0,001
Bergbau	0,001

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Mismatch', 2008

Anhang 2: Tabellen

Tabelle 30: AMS-KundInnentyp generell nach Anzahl MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen

	Anzahl MitarbeiterInnen gesamtes Unternehmen									
	Kleinstunterneh-men		Kleine Unterneh-men		Mittlere Unter-nehmen		Große Unterneh-men		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
StammkundInnen	4	13,3%	7	13,7%	3	8,3%	6	7,7%	20	10,3%
Potentielle KundInnen	23	76,7%	39	76,5%	25	69,4%	57	73,1%	144	73,8%
Nicht-KundInnen	3	10,0%	5	9,8%	8	22,2%	15	19,2%	31	15,9%
Gesamt	30	100,0%	51	100,0%	36	100,0%	78	100,0%	195	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 2

Tabelle 31: Grad der Inanspruchnahme des AMS bei angelernten Kräften nach AMS-KundInnentyp

	AMS-KundInnentyp generell							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Ja	20	100,0%	95	81,9%			115	74,7%
Nein			3	2,6%	18	100,0%	21	13,6%
Teilweise			18	15,5%			18	11,7%
Gesamt	20	100,0%	116	100,0%	18	100,0%	154	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 4

Tabelle 32: Grad der Inanspruchnahme des AMS bei Fachkräften nach AMS-KundInnentyp

	AMS-KundInnentyp generell							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Ja	20	100,0%	77	63,1%			97	59,1%
Nein			20	16,4%	22	100,0%	42	25,6%
Teilweise			25	20,5%			25	15,2%
Gesamt	20	100,0%	122	100,0%	22	100,0%	164	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 3

Tabelle 33: Grad der Inanspruchnahme des AMS bei qualifizierten Kräften nach AMS-KundInnentyp

	AMS-KundInnentyp generell							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Ja	20	100,0%	46	40,4%			66	42,0%
Nein			39	34,2%	23	100,0%	62	39,5%
Teilweise			29	25,4%			29	18,5%
Gesamt	20	100,0%	114	100,0%	23	100,0%	157	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 5

Tabelle 34: Grad der Inanspruchnahme des AMS bei höher qualifizierten Kräften nach AMS-KundInnenentyp

	AMS-KundInnenentyp generell							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Ja	20	100,0%	15	16,7%			35	26,1%
Nein			60	66,7%	23	95,8%	83	61,9%
Teilweise			15	16,7%			15	11,2%
Gesamt	20	100,0%	90	100,0%	23	100,0%	133	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 4

Tabelle 35: Sehr wichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnenstatus (Anteil der KundInnen, die den Aspekt als ‚sehr wichtig‘ beurteilen)

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Vorselektierter Vorschlag an geeigneten BewerberInnen erhalten	53	53,0%	27	26,7%	80	39,8%
Beratung über die Chancen für die Besetzung der Stelle	23	23,0%	11	10,9%	34	16,9%
Angebot von Selbstbedienungstools	31	31,0%	26	25,7%	57	28,4%
Schnelligkeit der Vermittlung von BewerberInnen	83	83,0%	76	75,2%	159	79,1%
Kostengünstige Suche von BewerberInnen	62	62,0%	72	71,3%	134	66,7%
Sonstige Aspekte	22	22,0%	20	19,8%	42	20,9%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 36: Unwichtige Aspekte in der Auswahl der Suchstrategie nach KundInnenstatus (Anteil der KundInnen, die den Aspekt als ‚nicht wichtig‘ beurteilen)

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Vorselektierter Vorschlag an geeigneten BewerberInnen erhalten	20	20,0%	50	49,5%	70	34,8%
Beratung über die Chancen für die Besetzung der Stelle	51	51,0%	66	65,3%	117	58,2%
Angebot von Selbstbedienungstools	45	45,0%	38	37,6%	83	41,3%
Schnelligkeit der Vermittlung von BewerberInnen	4	4,0%	11	10,9%	15	7,5%
Kostengünstige Suche von BewerberInnen	14	14,0%	13	12,9%	27	13,4%
Sonstige Aspekte	3	3,0%	15	14,9%	18	9,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 37: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Firmeninterne Berufsbezeichnung nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	50	50,0%	61	60,4%	111	55,2%
optional	27	27,0%	22	21,8%	49	24,4%
nicht nötig	23	23,0%	18	17,8%	41	20,4%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 38: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Ausbildung nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	64	64,0%	78	77,2%	142	70,6%
optional	13	13,0%	16	15,8%	29	14,4%
nicht nötig	23	23,0%	7	6,9%	30	14,9%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 39: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Fachliche Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	59	59,0%	69	68,3%	128	63,7%
optional	20	20,0%	21	20,8%	41	20,4%
nicht nötig	21	21,0%	11	10,9%	32	15,9%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 40: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Persönliche Eigenschaften nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	44	44,0%	49	48,5%	93	46,3%
optional	27	27,0%	39	38,6%	66	32,8%
nicht nötig	29	29,0%	13	12,9%	42	20,9%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 41: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Arbeitszeit nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	54	54,0%	24	23,8%	78	38,8%
optional	13	13,0%	21	20,8%	34	16,9%
nicht nötig	33	33,0%	56	55,4%	89	44,3%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 42: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Entlohnung nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	7	7,0%	3	3,0%	10	5,0%
optional	15	15,0%	11	10,9%	26	12,9%
nicht nötig	78	78,0%	87	86,1%	165	82,1%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 43: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Arbeitsplatzbeschreibung nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	43	43,0%	36	35,6%	79	39,3%
optional	28	28,0%	39	38,6%	67	33,3%
nicht nötig	29	29,0%	26	25,7%	55	27,4%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 44: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Praxis nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	55	55,0%	60	60,0%	115	57,5%
optional	20	20,0%	27	27,0%	47	23,5%
nicht nötig	25	25,0%	13	13,0%	38	19,0%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 45: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Fremdsprachenkenntnisse nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	21	21,0%	32	31,7%	53	26,4%
optional	23	23,0%	15	14,9%	38	18,9%
nicht nötig	56	56,0%	54	53,5%	110	54,7%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 46: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – EDV-Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	28	28,0%	66	65,3%	94	46,8%
optional	22	22,0%	20	19,8%	42	20,9%
nicht nötig	50	50,0%	15	14,9%	65	32,3%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 47: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Führerscheine nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	46	46,0%	21	20,8%	67	33,3%
optional	17	17,0%	12	11,9%	29	14,4%
nicht nötig	37	37,0%	68	67,3%	105	52,2%
Gesamt	100	100,0%	101	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 48: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Firmenprofil nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	34	34,3%	49	48,5%	83	41,5%
optional	26	26,3%	24	23,8%	50	25,0%
nicht nötig	39	39,4%	28	27,7%	67	33,5%
Gesamt	99	100,0%	101	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 49: Angabe in Stelleninserat nach Wichtigkeit – Logo nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	52	52,5%	79	78,2%	131	65,5%
optional	13	13,1%	13	12,9%	26	13,0%
nicht nötig	34	34,3%	9	8,9%	43	21,5%
Gesamt	99	100,0%	101	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 50: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Ausbildung‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonnce

	Ausbildung							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	63	44,4%	20	69,0%			83	41,3%
sehr differenziert	49	34,5%	3	10,3%			52	25,9%
ganz individuell	29	20,4%	6	20,7%			35	17,4%
weiß nicht/keine Angabe	1	,7%			30	100,0%	31	15,4%
Gesamt	142	100,0%	29	100,0%	30	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 51: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚fachliche Kenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonnce

	Fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	55	43,0%	26	63,4%			81	40,3%
sehr differenziert	45	35,2%	5	12,2%			50	24,9%
ganz individuell	28	21,9%	10	24,4%			38	18,9%
weiß nicht/keine Angabe					32	100,0%	32	15,9%
Gesamt	128	100,0%	41	100,0%	32	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 52: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonnce

	Praxis							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	73	63,5%	33	70,2%			106	53,0%
sehr differenziert	24	20,9%	6	12,8%			30	15,0%
ganz individuell	18	15,7%	8	17,0%			26	13,0%
weiß nicht/keine Angabe					38	100,0%	38	19,0%
Gesamt	115	100,0%	47	100,0%	38	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 53: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Fremdsprachenkenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce

	Fremdsprachenkenntnisse							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	19	35,8%	27	71,1%			46	22,9%
sehr differenziert	25	47,2%	4	10,5%			29	14,4%
ganz individuell	9	17,0%	6	15,8%			15	7,5%
weiß nicht/keine Angabe			1	2,6%	110	100,0%	111	55,2%
Gesamt	53	100,0%	38	100,0%	110	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 54: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚EDV-Kenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce

	EDV-Kenntnisse							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	49	52,1%	32	76,2%			81	40,3%
sehr differenziert	35	37,2%	1	2,4%			36	17,9%
ganz individuell	10	10,6%	8	19,0%			18	9,0%
weiß nicht/keine Angabe			1	2,4%	65	100,0%	66	32,8%
Gesamt	94	100,0%	42	100,0%	65	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 55: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Führerscheine‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in der Stellenannonce

	Führerscheine							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	51	76,1%	23	79,3%			74	36,8%
sehr differenziert	10	14,9%	3	10,3%			13	6,5%
ganz individuell	5	7,5%	3	10,3%			8	4,0%
weiß nicht/keine Angabe	1	1,5%			105	100,0%	106	52,7%
Gesamt	67	100,0%	29	100,0%	105	100,0%	201	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 56: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Ausbildung nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	77	77,0%	96	96,0%	173	86,5%
optional	12	12,0%	4	4,0%	16	8,0%
nicht nötig	11	11,0%			11	5,5%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 57: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – fachliche Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	81	81,0%	91	91,0%	172	86,0%
optional	9	9,0%	7	7,0%	16	8,0%
nicht nötig	10	10,0%	2	2,0%	12	6,0%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 58: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Weiterbildungen/Zertifikate nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	59	59,0%	60	60,6%	119	59,8%
optional	20	20,0%	31	31,3%	51	25,6%
nicht nötig	21	21,0%	8	8,1%	29	14,6%
Gesamt	100	100,0%	99	100,0%	199	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 2

Tabelle 59: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Praxis allgemein nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	86	86,0%	86	86,0%	172	86,0%
optional	8	8,0%	14	14,0%	22	11,0%
nicht nötig	6	6,0%			6	3,0%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 60: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Praxis im Beruf nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	83	83,0%	89	89,0%	172	86,0%
optional	11	11,0%	11	11,0%	22	11,0%
nicht nötig	6	6,0%			6	3,0%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 61: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Praxis in ähnlichen Betrieben nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	64	64,6%	71	71,0%	135	67,8%
optional	21	21,2%	19	19,0%	40	20,1%
nicht nötig	14	14,1%	10	10,0%	24	12,1%
Gesamt	99	100,0%	100	100,0%	199	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 2

Tabelle 62: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Fremdsprachenkenntnisse nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	24	24,5%	39	39,0%	63	31,8%
optional	21	21,4%	31	31,0%	52	26,3%
nicht nötig	53	54,1%	30	30,0%	83	41,9%
Gesamt	98	100,0%	100	100,0%	198	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 3

Tabelle 63: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Führerscheine nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	52	52,5%	30	30,0%	82	41,2%
optional	17	17,2%	25	25,0%	42	21,1%
nicht nötig	30	30,3%	45	45,0%	75	37,7%
Gesamt	99	100,0%	100	100,0%	199	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 2

Tabelle 64: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – EDV-Kenntnisse nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	35	35,0%	72	72,0%	107	53,5%
optional	24	24,0%	20	20,0%	44	22,0%
nicht nötig	41	41,0%	8	8,0%	49	24,5%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 65: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Foto nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	57	57,0%	71	71,0%	128	64,0%
optional	22	22,0%	22	22,0%	44	22,0%
nicht nötig	21	21,0%	7	7,0%	28	14,0%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 66: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – mögliche Arbeitszeit nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	45	45,5%	40	40,0%	85	42,7%
optional	17	17,2%	26	26,0%	43	21,6%
nicht nötig	37	37,4%	34	34,0%	71	35,7%
Gesamt	99	100,0%	100	100,0%	199	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 2

Tabelle 67: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – persönliche Eigenschaften nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	41	41,0%	43	43,0%	84	42,0%
optional	30	30,0%	37	37,0%	67	33,5%
nicht nötig	29	29,0%	20	20,0%	49	24,5%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 68: Angabe in Bewerbungsunterlagen nach Wichtigkeit – Lebenslauf nach AMS-KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
unbedingt	86	86,0%	96	96,0%	182	91,0%
optional	8	8,0%	4	4,0%	12	6,0%
nicht nötig	6	6,0%			6	3,0%
Gesamt	100	100,0%	100	100,0%	200	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 1

Tabelle 69: Angabe Ausbildung unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	51	35,2%	6	14,0%
sehr differenziert	76	52,4%	28	65,1%
ganz individuell	18	12,4%	9	20,9%
Gesamt	145	100,0%	43	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 189, n miss = 1

Tabelle 70: Angabe Fremdsprachen unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	52	61,9%	9	30,0%
sehr differenziert	23	27,4%	13	43,3%
ganz individuell	9	10,7%	8	26,7%
Gesamt	84	100,0%	30	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 115, n miss = 1

Tabelle 71: Angabe EDV-Kenntnisse unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	63	58,3%	14	34,1%
sehr differenziert	31	28,7%	21	51,2%
ganz individuell	14	13,0%	6	14,6%
Gesamt	108	100,0%	41	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 151, n miss = 2

Tabelle 72: Angabe fachliche Kenntnisse unbedingt/optional in Bewerbungsunterlagen – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	58	40,0%	10	23,8%
sehr differenziert	68	46,9%	24	57,1%
ganz individuell	19	13,1%	8	19,0%
Gesamt	145	100,0%	42	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 188, n miss = 1

Tabelle 73: Angabe Weiterbildungen/Zertifikate unbedingt/optional in Bewerbung – gewünschter Grad der Detaillierung nach Qualifikationsniveau der Stelle

	Qualifikationsniveau			
	geringes bis mittleres Qualifikationsniveau		höheres Qualifikationsniveau	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	60	46,9%	18	43,9%
sehr differenziert	50	39,1%	19	46,3%
ganz individuell	18	14,1%	4	9,8%
Gesamt	128	100,0%	41	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 170, n miss = 1

Tabelle 74: Angabe Führerschein unbedingt/optional in Bewerbung – gewünschter Grad der Detaillierung nach KundInnenstatus

	KundInnenstatus					
	AMS-KundIn		Nicht-KundIn		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	50	72,5%	44	80,0%	94	75,8%
sehr differenziert	15	21,7%	4	7,3%	19	15,3%
ganz individuell	4	5,8%	7	12,7%	11	8,9%
Gesamt	69	100,0%	55	100,0%	124	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Tabelle 75: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Ausbildung‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Ausbildung							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	49	28,3%	9	56,3%			58	29,0%
sehr differenziert	101	58,4%	3	18,8%			104	52,0%
ganz individuell	23	13,3%	4	25,0%			27	13,5%
weiß nicht/keine Angabe					11	100,0%	11	5,5%
Gesamt	173	100,0%	16	100,0%	11	100,0%	200	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 1

Tabelle 76: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	56	32,6%	12	75,0%			68	34,0%
sehr differenziert	93	54,1%					93	46,5%
ganz individuell	23	13,4%	4	25,0%			27	13,5%
weiß nicht/keine Angabe					12	100,0%	12	6,0%
Gesamt	172	100,0%	16	100,0%	12	100,0%	200	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 1

Tabelle 77: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Weiterbildungen/Zertifikate‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Weiterbildungen/Zertifikate							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	40	33,6%	38	74,5%			78	39,2%
sehr differenziert	63	52,9%	7	13,7%			70	35,2%
ganz individuell	16	13,4%	6	11,8%			22	11,1%
weiß nicht/keine Angabe					29	100,0%	29	14,6%
Gesamt	119	100,0%	51	100,0%	29	100,0%	199	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 2

Tabelle 78: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis allgemein nach Wichtigkeit‘ dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Praxis allgemein							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	60	34,9%	16	72,7%			76	38,0%
sehr differenziert	96	55,8%	2	9,1%			98	49,0%
ganz individuell	16	9,3%	3	13,6%			19	9,5%
weiß nicht/keine Angabe			1	4,5%	6	100,0%	7	3,5%
Gesamt	172	100,0%	22	100,0%	6	100,0%	200	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 1

Tabelle 79: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis in ähnlichen Betrieben‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Praxis in ähnlichen Betrieben							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	42	31,1%	30	75,0%			72	36,2%
sehr differenziert	76	56,3%	3	7,5%			79	39,7%
ganz individuell	17	12,6%	7	17,5%			24	12,1%
weiß nicht/keine Angabe					24	100,0%	24	12,1%
Gesamt	135	100,0%	40	100,0%	24	100,0%	199	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 2

Tabelle 80: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Fremdsprachen‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Fremdsprachen							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	24	38,1%	37	71,2%			61	30,8%
sehr differenziert	31	49,2%	6	11,5%			37	18,7%
ganz individuell	8	12,7%	9	17,3%			17	8,6%
weiß nicht/keine Angabe					83	100,0%	83	41,9%
Gesamt	63	100,0%	52	100,0%	83	100,0%	198	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 3

Tabelle 81: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Führerscheine‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Führerscheine							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	60	73,2%	34	81,0%			94	47,2%
sehr differenziert	17	20,7%	2	4,8%			19	9,5%
ganz individuell	5	6,1%	6	14,3%			11	5,5%
weiß nicht/keine Angabe					75	100,0%	75	37,7%
Gesamt	82	100,0%	42	100,0%	75	100,0%	199	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 2

Tabelle 82: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚EDV-Kenntnisse‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	EDV-Kenntnisse							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	45	42,1%	33	75,0%			78	39,0%
sehr differenziert	51	47,7%	1	2,3%			52	26,0%
ganz individuell	10	9,3%	10	22,7%			20	10,0%
weiß nicht/keine Angabe	1	,9%			49	100,0%	50	25,0%
Gesamt	107	100,0%	44	100,0%	49	100,0%	200	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 1

Tabelle 83: Gewünschter Grad der Detaillierung der Angabe ‚Praxis im Beruf‘ nach Wichtigkeit dieser Angabe in Bewerbungsunterlagen

	Praxis im Beruf							
	unbedingt		optional		nicht nötig		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
grobe Angabe	46	26,7%	16	72,7%			62	31,0%
sehr differenziert	109	63,4%	1	4,5%			110	55,0%
ganz individuell	17	9,9%	5	22,7%			22	11,0%
weiß nicht/keine Angabe					6	100,0%	6	3,0%
Gesamt	172	100,0%	22	100,0%	6	100,0%	200	100,0%

Quelle: L&R Datafile 'Datafilename', 2006; n miss = 1

Tabelle 84: Genutzte Online Börsen in den letzten zwölf Monaten

	Anzahl	Anteil
jobpilot.at	45	35,20%
AMS eJob-Room	21	16,40%
unterschiedliche Jobbörsen	17	13,30%
monster.at	15	11,70%
Organisations- und firmenspezifische websites	10	7,80%
karriere.at	10	7,80%
laendlejob.at	8	6,30%
Universitäten, Fachhochschulen	7	5,50%
derstandard.at	7	5,50%
stepstone.at	6	4,70%
willhaben.at	5	3,90%
hotelcareer.com	4	3,10%
karisma.at	4	3,10%
gigajob.com	3	2,30%
jobfinder.at	3	2,30%
Salzburger Nachrichten	3	2,30%
hoteljob.at	2	1,60%
jobmedia.at	2	1,60%
jobs.tirol.com	2	1,60%
jobwald.at	2	1,60%
eurojobs4you.com	1	0,80%
holzjob.at	1	0,80%
job.at	1	0,80%
jobmonitor.com	1	0,80%
jobs.tt.com	1	0,80%
jobscout.de	1	0,80%
jobzero.at	1	0,80%
kleine zeitung	1	0,80%
myjob.at	1	0,80%
werhatwen.at	1	0,80%
westjob.at	1	0,80%
Gesamt	128	100,00%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n miss = 6

Tabelle 85: Genutzte Online Jobbörsen in den letzten zwölf Monaten nach AMS-KundInnentyp generell

	AMS-KundInnentyp							
	StammkundInnen		Potentielle KundInnen		Nicht-KundInnen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
AMS e-jobroom	3	33,3%	18	18,9%			21	16,7%
Organisations- und firmenspezifische websites	1	11,1%	7	7,4%	2	9,1%	10	7,9%
Universitäten, Fachhochschulen			6	6,3%	1	4,5%	7	5,6%
derstandard.at	1	11,1%	3	3,2%	3	13,6%	7	5,6%
eurojobs4you.com			1	1,1%			1	,8%
gigajob.com	1	11,1%	2	2,1%			3	2,4%
holzjob.at	1	11,1%					1	,8%
hotelcareer.com			4	4,2%			4	3,2%
hoteljob.at	1	11,1%	1	1,1%			2	1,6%
job.at	1	11,1%					1	,8%
jobfinder.at			3	3,2%			3	2,4%
jobmedia.at			1	1,1%	1	4,5%	2	1,6%
jobmonitor.com					1	4,5%	1	,8%
jobpilot.at	3	33,3%	31	32,6%	10	45,5%	44	34,9%
jobs.tt.com			1	1,1%			1	,8%
jobscout.de					1	4,5%	1	,8%
jobs.tirol.com			1	1,1%	1	4,5%	2	1,6%
jobwald.at			1	1,1%	1	4,5%	2	1,6%
jobzero.at			1	1,1%			1	,8%
karisma.at	1	11,1%	3	3,2%			4	3,2%
karriere.at	1	11,1%	7	7,4%	2	9,1%	10	7,9%
kleine zeitung			1	1,1%			1	,8%
laendlejob.at			8	8,4%			8	6,3%
monster.at			11	11,6%	4	18,2%	15	11,9%
myjob.at			1	1,1%			1	,8%
Salzburger Nachrichten			2	2,1%	1	4,5%	3	2,4%
stepstone.at			5	5,3%	1	4,5%	6	4,8%
unterschiedliche Jobbörsen			15	15,8%	1	4,5%	16	12,7%
werhatwen.at			1	1,1%			1	,8%
westjob.at			1	1,1%			1	,8%
willhaben.at			3	3,2%	2	9,1%	5	4,0%
Gesamt	9	100,0%	95	100,0%	22	100,0%	126	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 132, n miss = 6

Tabelle 86: Nutzung Online-Stellenbörsen im letzten Jahr Anzahl nach MitarbeiterInnen im gesamten Unternehmen

	Anzahl MitarbeiterInnen gesamtes Unternehmen									
	Kleinstunternehmen		Kleine Unternehmen		Mittlere Unternehmen		Große Unternehmen		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Ja	19	65,5%	27	55,1%	26	74,3%	59	75,6%	131	68,6%
Nein	10	34,5%	22	44,9%	9	25,7%	19	24,4%	60	31,4%
Gesamt	29	100,0%	49	100,0%	35	100,0%	78	100,0%	191	100,0%

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008; n = 197, n miss = 6

Tabelle 87: Raten der potenziellen Nutzung von Features der Online-Jobbörsen nach KundInnenstatus

Prinzipielle Nutzung von vorstellbar	AMS-KundInnen		Nicht-KundInnen	
	Nutzung Online-Stellenbörsen	Keine Nutzung Online-Stellenbörsen	Nutzung Online-Stellenbörsen	Keine Nutzung Online-Stellenbörsen
Jobprofil selbstständig eingeben	91% (n = 49)	78% (n = 32)	89% (n = 71)	63% (n = 12)
Online-Suche nach BewerberInnen	80% (n = 43)	78% (n = 32)	82% (n = 65)	65% (n = 13)
Ansehen von BewerberInnen	85% (n = 45)	81% (n = 33)	90% (n = 71)	70% (n = 14)
Rückmeldung über BewerberInnen geben	85% (n = 44)	73% (n = 30)	66% (n = 50)	63% (n = 12)
Dokumentationssystem der Personalsuche verwenden	61% (n = 33)	71% (n = 27)	59% (n = 44)	26% (n = 5)

Quelle: AMS Studie; L&R Datafile 'Personalsuche', 2008

Anhang 3: Qualitative Fallbeispiele

In den folgenden Übersichten sind die Suchannoncen und die wichtigsten Fakten zum Suchprozess der qualitativen Fallbeispiele zusammenfassend dargestellt

Die KundInnentypisierung wurde in Bezug auf die konkret vorliegende Stellensuche vorgenommen. Dabei werden folgende Kategorien unterschieden:

- AMS KundInnen, die bei der konkreten Stellensuche das AMS in Anspruch genommen haben,
- Potenzielle AMS KundInnen, die angeben, sie könnten sich unter bestimmten Bedingungen vorstellen, das AMS in Anspruch zu nehmen,
- Nicht-KundInnen, die angeben, das AMS bewusst nicht eingeschaltet zu haben.

Falls beispielsweise für die besagte Stelle das AMS nicht in Anspruch genommen wurde, für andere Stellen, die zu einem anderen Zeitpunkt besetzt wurden aber schon, so fällt dieser Fall ebenfalls in die Kategorie: Nicht-KundIn.

Fallbeispiel 1

Geschäftsfeld Unternehmen	Soziale Dienste
Zu besetzende Stelle	MitarbeiterIn Verrechnung
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ Formalanforderungen: HAK-Abschluss und Berufserfahrung ■ sonstige Anforderungen: sehr gute PC-Anwenderkenntnisse und soft skills (Belastbarkeit, Flexibilität, Teamfähigkeit, selbständiges Arbeiten)
Suchkanäle	■ Printmedium
AMS-KundInnen-Typ	■ Potenzielle KundIn: hätte zumindest den AMS eJob-Room in Anspruch genommen, wenn sie von dessen Existenz gewusst hätte
Gründe für AMS-Nichtinanspruchnahme	■ teilweise Unkenntnis des AMS eJob-Room ■ negative Erfahrungen mit PraktikantInnen aus AMS-Kursen (zu langsam, zu unsicher)
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ negative Erfahrungen mit PraktikantInnen aus AMS-Kursen
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ AbteilungsleiterInnen entscheiden über Personalaufnahme ■ Annonce wird von Abteilungsleiterin formuliert, die an Personalabteilung weitergeleitet wird und von dieser an die Printmedien
Suchergebnis	■ etwa 80 BewerberInnen ■ Auswahltool: Abschneiden in einem EDV-Test. Aufgenommen wurde ein Bewerber, der keine der genannten Formalanforderungen erfüllte, aber als EDV-Fachmann für die Abteilung eine wichtige Schlüsselfunktion hat.
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ keine Nutzung

Fallbeispiel 2

Geschäftsfeld Unternehmen	Handel, Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln
Zu besetzende Stelle	FilialmitarbeiterIn
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ Erfahrung im Einzelhandel oder Gastwirtschaft ■ persönliche Eigenschaften: Einsatzbereitschaft, gepflegtes Äußeres
Suchkanäle	■ Printmedium ■ Firmenwebsite ■ e-Jobbörse
AMS-KundInnen-Typ	■ Nicht-KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	■ AMS-Inanspruchnahme bei FacharbeiterInnen (v.a. ElektrikerInnen) ■ Keine Inanspruchnahme bei FilialmitarbeiterInnen, da schlechte Erfahrungen bei Besetzung von Stellen in drei neugegründeten Shops: ■ AMS-Vorgemerkte kamen ohne Anmeldung ■ Aufforderung zur Rückmeldung über 120 vom AMS geschickte BewerberInnen (administrative Belastung)
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ frühere Erfahrungen: zu viele und ungeeignete BewerberInnen seitens des AMS geschickt (schlechte Vorauswahl)
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ Personalbüro in der Zentrale organisiert Personalsuche (Annonce etc), Vorauswahl an geeigneten KandidatInnen; Weiterleiten der Geeigneten an GebietsverkaufsleiterInnen zur Auswahl für Filialen
Suchergebnis	■ etwa 120 BewerberInnen; Bislang einige ausgewählt, die zur Endauswahl an GebietsverkaufsleiterInnen verwiesen werden. ■ Aufnahmekriterien: Eindruck von BewerberIn (freundliches Wesen), Beständigkeit in der früheren Berufslaufbahn
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ passive Nutzung: Annonce wird an Betreuer bei Jobpilot weitergereicht

Fallbeispiel 3

Geschäftsfeld Unternehmen	Autoersatzteilverhandlung/ Werkstatt
Zu besetzende Stelle	Kfz-Mechaniker
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ abgeschlossen Berufsausbildung ■ Berufserfahrung
Suchkanäle	■ AMS ■ AMS eJob-Room ■ Printmedium
AMS-KundInnen-Typ	■ AMS KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	■ Kooperation mit AMS funktioniert gut
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ Es wurde oft nur eine Anforderung erfüllt: relativ hohe Zahl an Überqualifizierten bezüglich formalem Abschluss und gleichzeitig aber fehlende Erfahrung: wie z.B. Flugzeugtechniker mit Universitätsabschluss aber ohne Erfahrung ■ Vorauswahl sollte Stellenanforderungen genau berücksichtigen
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ Personalauswahl erfolgt durch Werkstättenleiter bzw. seine Vertreterin
Suchergebnis	■ 10 BewerberInnen
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ keine Nutzung

Fallbeispiel 4

Geschäftsfeld Unternehmens	Gemeinnützige Arbeitskräfteüberlassung
Zu besetzende Stelle	SozialberaterIn
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ einschlägige Berufsausbildung (DSA), ■ Berufserfahrung ■ soziale und persönliche Kompetenz
Suchkanäle	■ AMS ■ AMS eJob-Room ■ Printmedium
AMS-KundInnen-Typ	■ AMS-KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	■ AMS ist Kooperationspartner im Überlassungsgeschäft, ■ Es kommen immer wieder geeignete BewerberInnen vom AMS. ■ sehr gute Arbeitsbeziehung mit AMS-BeraterIn
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ Langzeitarbeitslose aus Produktionsberufen, die Interesse an einer Arbeit im Sozialbereich haben (z.B. LZA Maschinenschlosser, der sich als Sozialberater bewirbt); ■ Hoher Anteil an AMS-BewerberInnen, die die geforderten Kompetenzen nicht aufweisen (bei AMS 60-70%, bei Printmedien 1/3).
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ Annonce wird von Teamleitung verfasst, von ProkuristIn genehmigt → Weiterleitung an AMS und Printmedien ■ Vorauswahl erfolgt durch Teamleitung, bei Endauswahl ist Prokuristin eingebunden
Suchergebnis	■ Etwa 50 BewerberInnen (50% über AMS, 50% über Zeitungsannonce) → 10 Personen kommen in die engere Auswahl ■ Beim AMS vorgemerkte Person wurde ausgewählt, weil sie als TrainerIn in AMS-Kursen Erfahrung mit der Zielgruppe der GAKÜ hat.
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ keine Nutzung

Fallbeispiel 5

Geschäftsfeld Unternehmen	Kindergarten
Zu besetzende Stelle	Kindergartenpädagog(e)in
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ abgeschlossene Ausbildung ■ einige Soft skills (Teamfähigkeit, Einsatzfreude etc.) ■ Spezialqualifikation (interkulturelle Pädagogik) optional
Suchkanäle	■ AMS ■ AMS eJob-Room ■ Jobbörse spezifische Kindergarten-website
AMS-KundInnen-Typ	■ AMS-KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	■ AMS wird in Anspruch genommen, weil geringes Angebot an Fachkräften
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ Hoher Anteil an AMS-BewerberInnen, welche die geforderte berufliche Kompetenz nicht aufweisen.
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ Verfassen der Annonce, organisatorische Abwicklung der Personalsuche und Auswahl durch LeiterIn
Suchergebnis	■ 10 Bewerbungen, fast ausschließlich über AMS ■ Aufnahmekriterien: Berufliche Qualifikation und persönlicher Gesamteindruck
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ passive Nutzung (Platzieren der Annonce auf website)

Fallbeispiel 6

Geschäftsfeld Unternehmen	Vertrieb von Beleuchtungssystemen
Zu besetzende Stelle	(Jung)TechnikerIn
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	- facheinschlägige Berufsausbildung (BHS, FH) - Soft skills (Service- und KundInnenorientierung)
Suchkanäle	- Printmedium - Firmenwebsite - e-Jobbörse
AMS-KundInnen-Typ	Nicht-KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	Personalrekrutierung läuft in der Branche in hohem Maß über Abwerbung bei den wenigen Konkurrenten. Für die Verbreitung der Information eignen sich nur über Printmedien oder e-Jobbörsen
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	- Frühere Erfahrungen (über AMS Personal für Hilfskräfte in der Produktion und in der Verwaltung (Buchhaltungskraft) gesucht): - lange Dauer bis sich BewerberInnen melden - viele unpassende BewerberInnen
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	- Annonce wird von Marketingabteilung nach Vorgaben der deutschen Konzernmutter formuliert → Personalabteilung gibt OK → Weiterleitung an Werbeagentur, die die Schaltung in den Medien veranlasst; - Bewerbungen gehen an Personalabteilung → Vorauswahl → Weiterleitung an Geschäftsführung, die die Personalauswahl trifft
Suchergebnis	etwa 20 BewerberInnen, 4 kommen in die engere Auswahl, geeigneter Schulabgänger wurde ausgewählt
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	passive Nutzung (Platzieren der Printannonce bei e-Jobbörse durch Werbeagentur)

Fallbeispiel 7

Geschäftsfeld Unternehmen	Ingenieur- und Architekturbüro
Zu besetzende Stelle	Bauleiter(innen)
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	mehrjährige Berufspraxis
Suchkanäle	- Printmedien (In- und Ausland) - Privater Dienstleister
AMS-KundInnen-Typ	Nicht-KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	- Personen mit der gesuchten Qualifikation sind nicht über das AMS zu finden. - frühere negative Erfahrungen mit dem AMS bei der Besetzung anderer Stellen (BotInnen, Reinigungskräfte)
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	frühere Erfahrungen: ungeeignete BewerberInnen seitens des AMS geschickt (schlechte Vorauswahl)
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	Verfassen der Annonce, organisatorische Abwicklung der Personalsuche und Auswahl durch Geschäftsführung
Suchergebnis	- keine BewerberInnen in Österreich gefunden - drei BewerberInnen in Deutschland gefunden
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	in Abhängigkeit der zu besetzenden Stelle - bei EDV-Personal werden e-Jobportale genutzt.

Fallbeispiel 8

Geschäftsfeld Unternehmen	Beschäftigungsinitiative
Zu besetzende Stelle	Koch/köchin
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ abgeschlossene Lehre ■ Berufserfahrung ■ Erfahrung in Lehrlingsausbildung
Suchkanäle	■ Printmedium ■ firmeninterner email-Verteiler ■ Ansprechen von freien MitarbeiterInnen, PraktikantInnen ■ AMS ■ AMS eJob-Room
AMS-KundInnen-Typ	■ AMS-KundIn (Neu-KundIn)
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	■ Herkömmliche Suche führte nur zu wenigen Bewerbungen. Erstmals wurde auf das AMS zurückgegriffen.
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ keine Einschätzung auf Grund mangelnder Erfahrungen möglich
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ Verfassen der Annonce und Auswahl durch LeiterIn ■ Organisatorische Abwicklung mit AMS, Printmedien durch Sekretariat
Suchergebnis	■ ca. 12 Bewerbungen und Erstgespräche. 2 bis 3 Personen kommen in die engere Auswahl. ■ Berufliche Qualifikation und persönlicher Gesamteindruck sind entscheidend.
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ keine Nutzung

Fallbeispiel 9

Geschäftsfeld Unternehmen	Gaststätte
Zu besetzende Stelle	AbwäscherIn
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ Praxis ■ Deutschkenntnisse ■ gepflegtes Auftreten
Suchkanäle	■ AMS ■ AMS EMJobs08 ■ Printmedien ■ Aushang Betrieb
AMS-KundInnen-Typ	■ AMS-KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	■ Kooperation mit AMS seit vielen Jahren
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ Hoher Anteil an AMS-BewerberInnen, welche die geforderten beruflichen und persönlichen Kompetenzen nicht aufweisen. ■ Hoher Anteil von BewerberInnen die nicht arbeitswillig sind.
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ Verfassen der Annonce, organisatorische Abwicklung der Personalsuche und Auswahl durch InhaberIn
Suchergebnis	■ Rund 20 vom AMS vermittelte Personen, von denen ca. 5 Personen zu einem Vorstellungsgespräch erschienen. ■ keine BewerberIn passend, laufende Suche.
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ keine Nutzung.

Fallbeispiel 10

Geschäftsfeld Unternehmen	Sicherheitsdienste
Zu besetzende Stelle	Sicherheitsorgan; insgesamt 15 Stellen zu besetzen
Zentrale Anforderungen an BewerberInnen	■ fachliche Qualifikationen ■ einwandfreier Leumund ■ körperliche Belastbarkeit
Suchkanäle	■ AMS EMJobs08
AMS-KundInnen-Typ (bei dieser Stelle)	■ AMS-KundIn
Gründe für AMS-(Nicht)Inanspruchnahme	■ gute Erfahrungen mit AMS
Probleme bei der Passgenauigkeit von BewerberInnen	■ Gewisser Anteil an AMS-BewerberInnen, welche die geforderten Kompetenzen nicht aufweisen. Insgesamt aber zufrieden mit AMS-BewerberInnen.
Innerbetriebliche Kompetenzstruktur bei Personalsuche	■ Meldung des Personalbedarfs an Zentrale, welche Weiterleitung an AMS vornimmt.
Suchergebnis	■ gut 100 BewerberInnen ■ Erfüllung der formulierten Anforderungen Zusätzlich: gute Deutschkenntnisse
Nutzung von e-Jobportalen (außer eJob-Room)	■ keine Nutzung

Anhang 4: Fragebogen

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Datengänge Extras Fenster ?

Formular1 öffnen Formular2 öffnen Formular3 öffnen Terminübersicht öffnen Recodierung der dynamischen Kombifelder DBSecurityAdmin

MS Sans Serif 8

0 Start Ein1 Ein2 Stell Stell1 Stell2 Stell3 Bew1 Bew2

Interview ist fertig (IF)	Loser Termin vereinbart am ... (TLOS)	16.10.10:58 Pw-IGU
Interview (von ZP) verweigert (IV)	Fix-Termin vereinbart am ... (TFD)	16.10.11:06 Pw-IAB
Zielperson nicht verfügbar (ZNV)	Ist besetzt (BES)	16.10.13:30 Pw-IV
Interview wurde abgebrochen (IAB)	Hebt nicht ab / Anrufr. (HNA)	16.10.13:32 Pw-IGU
Falsche / doppelte Tel.Nr (FNR)	Auf 'Eis' legen (EIS)	16.10.13:34 Pw-FNR
Quote bereits erfüllt (QUQ)		16.10.16:02 Pw-IGU
		16.10.16:05 Pw-QUQ

Ansprechperson: Fr. TEST
Firma: TESTFIRMA
Tel.Nr.: 0699/0000000000000000

gesuchter Beruf: test
Anzeige gefunden in: Job-Room
Anzeige vom: ...
Bundesland: BGLD

Branche: Information und Kommunikation

Bemerkungen:

Lfd.Nr.: 1 Interview-Status: Zielperson nicht verfügbar SOLL-IST: User: FW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (test)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start Posteingang - Micros... Petra Endbericht_Personals... Formular1 : Formular DE 18:33

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Datengänge Extras Fenster ?

Formular1 öffnen Formular2 öffnen Formular3 öffnen Terminübersicht öffnen Recodierung der dynamischen Kombifelder D6SecurityAdmin

MS Sans Serif 12

0 Start Ein1 Ein2 Stell Stell1 Stell2 Stell3 Bew1 Bew2

Guten Tag, mein Name ist ... von I&R Sozialforschung Wien.
Wir führen derzeit eine telefonische Befragung im Auftrag des Arbeitsmarktservice Österreich durch.

Das AMS ist bemüht, das Service und die Dienstleistungen für Personal suchende Unternehmen laufend zu verbessern.

Zu diesem Zweck führen wir eine Befragung bei Unternehmen durch, die in den vergangenen Wochen Personal gesucht haben.

Es sollen Unternehmen befragt werden, die über das AMS Personal gesucht haben, aber auch Firmen, die ausschließlich auf eigene Initiative gesucht haben.

Dies würden wir gerne auch anhand Ihrer konkreten Stellenanzeige tun -> **ANZEIGE VORLESEN !!!!!** <..

Ziel der Befragung ist es, Ihre Erfahrungen bei dieser Personalsuche zu erheben und möglichen Unterstützungsbedarf in Erfahrung zu bringen.

Selbstverständlich werden Ihre Angaben vertraulich behandelt - Ihnen wird im Rahmen dieser Befragung volle Anonymität und umfassender Datenschutz zugesichert. Es werden keine Einzelauswertungen durchgeführt, die einen Rückschluss auf bestimmte Personen oder Unternehmen zulassen würden.

Interview beginnen (BEG)

Lfd Nr: 1 Interview-Status Zielperson nicht verfügbar SOLL-IST User PW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (liest)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start Posteingang - Micros... Petra Endbericht_Personals... Formular1 : Formular DE 18:33

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Datengänge Extras Fenster ?

Formular1 öffnen Formular2 öffnen Formular3 öffnen Terminübersicht öffnen Recodierung der dynamischen Kombifelder D6SecurityAdmin

MS Sans Serif 12

0 Start Ein1 Ein2 Stell Stell1 Stell2 Stell3 Bew1 Bew2

ALLE

Über welche Kanäle haben Sie Personal für die konkrete Stelle des/der **test** gesucht?

Alles abfragen, Mehrfachantworten möglich

AMS	☐	andere e-Jobbörse(n)	☐
Jobbörse des AMS (e-Job-Room)	☐	Annonce Tageszeitung	☐
	☐	private Dienstleister	☐
	☐	interne Dienstleister (Personalabteilung hat die Hauptarbeit gehabt)	☐
	☐	sonstiges	☐

Wenn "SONSTIGES" Welche Kanäle?

Ganz generell: Welche der folgend genannten Aspekte sind für Sie bei der Auswahl der Suchstrategie wichtig?

Vorselektierter Vorschlag an geeigneten Bewerberinnen erhalten	☐ sehr wichtig	☐ eher wichtig	☐ nicht wichtig	☐ weiß nicht / k.A.
Beratung über die Chancen für die Besetzung der Stelle	☐ sehr wichtig	☐ eher wichtig	☐ nicht wichtig	☐ weiß nicht / k.A.
Angebot von Selbstbedienungstools (Jobbörse, Verwaltung, Bewerbungsprozesse)	☐ sehr wichtig	☐ eher wichtig	☐ nicht wichtig	☐ weiß nicht / k.A.
Schnelligkeit der Vermittlung von BewerberInnen	☐ sehr wichtig	☐ eher wichtig	☐ nicht wichtig	☐ weiß nicht / k.A.
Kostengünstige Suche von BewerberInnen	☐ sehr wichtig	☐ eher wichtig	☐ nicht wichtig	☐ weiß nicht / k.A.
Sonstiges	☐ sehr wichtig	☐ eher wichtig	☐ nicht wichtig	☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "SONSTIGES" Was?

Lfd Nr: 1 Interview-Status Zielperson nicht verfügbar SOLL-IST User PW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (liest)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start Posteingang - Micros... Petra Endbericht_Personals... Formular1 : Formular DE 18:33

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Konfigfelder | DBSecurityAdmin

Start | Ein1 | Ein2 | Stell | Stell1 | Stell2 | Stell3 | Bew1 | Bew2

Generell: Für welche Stellen nehmen Sie das AMS in Anspruch? Für ...
Welche Gründe sind dafür ausschlaggebend

Ungelernte bzw. angelernte Kräfte ☐ ja ☐ nein ☐ teilweise ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Ja, weil ...

Wenn "NEIN" Nein, weil ...

Wenn "TEILWEISE" Teilweise, weil ...

Fachkräfte (Lehre, Meisterprüfung) ☐ ja ☐ nein ☐ teilweise ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Ja, weil ...

Wenn "NEIN" Nein, weil ...

Wenn "TEILWEISE" Teilweise, weil ...

Qualifizierte Fachkräfte (BHS, Matura) ☐ ja ☐ nein ☐ teilweise ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Ja, weil ...

Wenn "NEIN" Nein, weil ...

Wenn "TEILWEISE" Teilweise, weil ...

Hochqualifizierte Fachkräfte (Uni, FH) ☐ ja ☐ nein ☐ teilweise ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Ja, weil ...

Wenn "NEIN" Nein, weil ...

Wenn "TEILWEISE" Teilweise, weil ...

Lfd Nr: 1 Interview-Status Zielperson nicht verfügbar SOLL-IST User PW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (test)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular1 : Formular

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Konfigfelder | DBSecurityAdmin

Start | Ein1 | Ein2 | Stell | Stell1 | Stell2 | Stell3 | Bew1 | Bew2

Ich möchte Ihnen im Folgenden einige Fragen zur Stellenbeschreibung und zur Bewerberinnensuche stellen.

Welche optische Gestaltung eines Stelleninserates bevorzugen Sie? ☐ Text ☐ Tabelle ☐ Mischform ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn Suche für diese konkrete Stelle (auch) über das AMS:
Erfolgte bei der Formulierung des Job- und Anforderungsprofils für die Stelle des/der test eine Unterstützung durch das AMS? ☐ ja ☐ nein ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Wie zufrieden waren Sie damit?

Wenn "NEIN" Hätten Sie eine Unterstützung gewünscht? ☐ ja ☐ nein ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Welche?

ALLE

Bitte denken Sie jetzt an die konkrete Stellenausschreibung für Ihre Stelle des/der test und das Inserat oder die Inserate dazu.

Was sollte Ihrer Meinung nach aus heutiger Sicht in einer Stellenbeschreibung für eine solche Stelle enthalten sein?

[Anmerkung: a) Bezug nehmen auf "im Inserat (nicht) vorhanden"; b) wenn Befragter wichtige Hinweise gibt, bitte im Notizfeld notieren]

Firmeninterne Berufsbezeichnung (zB. Filialmitarbeiterin) ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A. im Inserat vorhanden ☒

Lfd Nr: 1 Interview-Status Zielperson nicht verfügbar SOLL-IST User PW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (test)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular1 : Formular

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Konfigfelder | DBSecurityAdmin

0 | Start | Ein1 | Ein2 | Stell | Stell1 | Stell2 | Stell3 | Bew1 | Bew2

Ausbildung (Formalqualifikation) (zB. Lehre, Matura)

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☒ im Inserat vorhanden

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Wie genau würden Sie das gerne tun/hätten Sie das gerne getan?**

☐ grobe Angabe (zB. Lehre, Matura) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB. Lehre für den Beruf xy, HTL für xy) ☐ weiß nicht / k.A.

Gesuchte Ausbildung (Formalqualifikation) laut Inserat:

keine abgeschlossene Ausbildung nötig ☒ **Matura** ☐
Pflichtschule ☒ **Universität / Fachhochschule** ☐
Lehre ☐ **Sonstiges** ☐
Berufsbildende Mittlere Schule ☐

Wenn keine Angabe enthalten ist - ABFRAGEN!
Personen mit welcher Ausbildung (Formalqualifikation) haben Sie für diese Stelle gesucht?
Mehrfachantworten möglich!

Sollten fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten (zB. Schweißen, Küchenführung, SAP) in der Stellenbeschreibung enthalten sein?

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserat vorhanden

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Wie genau würden Sie das gerne tun/hätten Sie das gerne getan?**

☐ grobe Angabe (zB. zB Schweißen, Großküche) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB. MIG-Schweißen, Betriebsküchenführung) ☐ weiß nicht / k.A.

persönliche Eigenschaften (zB. teamfähig, fleißig, verhandlungssicher)

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserat vorhanden

Arbeitszeit (zB. Teilzeit, Vormittags, Schichtarbeit)

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☒ im Inserat vorhanden

Lfd Nr: **1** Interview-Status: Zielperson nicht verfügbar User: **PW**

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (liest)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular1 : Formular | DE | 18:34

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Konfigfelder | DBSecurityAdmin

0 | Start | Ein1 | Ein2 | Stell | Stell1 | Stell2 | Stell3 | Bew1 | Bew2

Entlohnung

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserat vorhanden

Arbeitsplatzbeschreibung (zB. Arbeiten im Team, Außendienst...)

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserat vorhanden

Praxis

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☒ im Inserat vorhanden

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Wie genau würden Sie das gerne tun/hätten Sie das gerne getan?**

☐ grobe Angabe (zB. 2 Jahre Praxiserfahrung) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB. 2 Jahre Erfahrung in bestimmter Tätigkeit) ☐ weiß nicht / k.A.

Fremdsprachenkenntnisse

☐ unbedingt ☐ optional ☐ [nicht nötig] ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserat vorhande

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Wie genau würden Sie das gerne tun/hätten Sie das gerne getan?**

☐ grobe Angabe (zB. Englisch vorhanden) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB. Englisch Kenntnisse in Wort und Schrift) ☐ weiß nicht / k.A.

Lfd Nr: **1** Interview-Status: Zielperson nicht verfügbar User: **PW**

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (liest)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular1 : Formular | DE | 18:34

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Kombifelder | DBSecurityAdmin

0 | Start | Ein1 | Ein2 | Stell | Stell1 | Stell2 | Stell3 | Bew1 | Bew2

EDV-Kenntnisse ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserver vorhanden

Wenn unbedingt oder optional enthalten: Wie genau würden Sie das gerne tun/hätten Sie das gerne getan?

☐ grobe Angabe (zB Office-Paket oder Programmierung SQL) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB Powerpoint 2007, TSQL für SQL-Server 2005) ☐ weiß nicht / k.A.

Führerschein ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserver vorhanden

Wenn unbedingt oder optional enthalten: Wie genau würden Sie das gerne tun/hätten Sie das gerne getan?

☐ grobe Angabe (zB FS A vorhanden) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB FS A mit mindestens 3 Jahren Praxis) ☐ weiß nicht / k.A.

Firmenprofil (zB: internationales Unternehmen, x Zweigstellen,...) ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserver vorhanden

Firmen-Logo ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A. ☐ im Inserver vorhanden

Sonstiges ☐ Wenn "JA" Was?

Lfd Nr: 1 Interview-Status: Zielperson nicht verfügbar SOLL-IST User: FW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (liest)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular1 : Formular

DE 18:34

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Kombifelder | DBSecurityAdmin

0 | Start | Ein1 | Ein2 | Stell | Stell1 | Stell2 | Stell3 | Bew1 | Bew2

ALLE Wenn Sie nun an die Suche der BewerberInnen für Ihre offene Stelle eines/einer denken. Welche der folgenden Informationen hätten Sie gerne bei der ersten Sichtung der Bewerbungsunterlagen? [Anmerkung: a) wenn BefragteR wichtige Hinweise gibt, bitte im Notizfeld notieren]

Ausbildung (Formalqualifikation (zB: Lehre, Matura)) ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?

☐ grobe Angabe (zB Lehre, Matura) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB Lehre in Beruf xy, HTL für sowieso) ☐ weiß nicht / k.A.

Fachliche Kenntnisse und Fertigkeiten (zB: Schweißen, Küchenführung, SAP) ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?

☐ grobe Angabe (zB Schweißen, Großküche) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB MIG-Schweißen, Betriebsküchenführung) ☐ weiß nicht / k.A.

Weiterbildungen/Zertifikate ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?

☐ grobe Angabe (zB vorhanden) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB Weiterbildungen im Bereich XY) ☐ weiß nicht / k.A.

Praxis allgemein ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?

☐ grobe Angabe (zB vorhanden) ☐ ganz individuell
☐ sehr differenziert (zB 3 Jahre) ☐ weiß nicht / k.A.

Lfd Nr: 1 Interview-Status: Zielperson nicht verfügbar SOLL-IST User: FW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (liest)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular1 : Formular

DE 18:34

Personalsuche - [Formular1 : Formular]

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Datengänge Extras Fenster ?

Formular1 öffnen Formular2 öffnen Formular3 öffnen Terminübersicht öffnen Recodierung der dynamischen Konfigfelder DBSecurityAdmin

0 Start Ein1 Ein2 Stell Stell1 Stell2 Stell3 Bew1 Bew2 Rechtsbündig

Praxis im Beruf ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?**

☐ grobe Angabe (zB vorhanden) ☐ ganz individuell

☐ sehr differenziert (zB 3 Jahre) ☐ weiß nicht / k.A.

Praxis in ähnlichen Betrieben ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?**

☐ grobe Angabe (zB vorhanden) ☐ ganz individuell

☐ sehr differenziert (zB 3 Jahre) ☐ weiß nicht / k.A.

Fremdsprachen ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?**

☐ grobe Angabe (zB Englisch vorhanden) ☐ ganz individuell

☐ sehr differenziert (zB Englisch Kenntnisse in Wort u. Schrift) ☐ weiß nicht / k.A.

Führerscheine ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?**

☐ grobe Angabe (zB FS A vorhanden) ☐ ganz individuell

☐ sehr differenziert (zB FS A mit 3 Jahren Praxis) ☐ weiß nicht / k.A.

WEITER MIT FORMULAR 2!

Lfd Nr: 1 Interview-Status Zielperson nicht verfügbar SOLLIST User PW

ANDERE GREIFEN AUF DIESEN DS ZU: AR (test)

Datensatz: 1 von 829

Formularansicht

Start Posteingang - Micros... Petra Endbericht_Personals... Formular1 : Formular DE 18:34

Personalsuche - [Formular2 : Formular]

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Datengänge Extras Fenster ?

Formular1 öffnen Formular2 öffnen Formular3 öffnen Terminübersicht öffnen Recodierung der dynamischen Konfigfelder DBSecurityAdmin

BEW3 Online Such1 Such2 Schriftart.de

EDV-Kenntnisse ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn unbedingt oder optional enthalten: **Und wie genau benötigen Sie dabei diese Information?**

☐ grobe Angabe (zB Office Paket oder Programmierung SQL) ☐ ganz individuell

☐ sehr differenziert (zB Powerpoint 2007 oder TSQL für SQL-Server 2005) ☐ weiß nicht / k.A.

persönliche Eigenschaften (zB. teamfähig, fleißig, verhandlungssicher) ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

mögliche Arbeitszeit (zB. Teilzeit, Vormittags, Schichtarbeit) ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Foto ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Lebenslauf ☐ unbedingt ☐ optional ☐ nicht nötig ☐ weiß nicht / k.A.

Sonstiges ☐ Wenn "JA" Was?

Haben Sie bei dieser Stelle eine Person gesucht, die einen ganz bestimmten Beruf erlernt hat, oder kamen da auch ähnliche Berufe in Frage? ☐ genau einen bestimmten Beruf ☐ auch ähnliche Berufe ☐ weiß nicht / k.A.

Und musste die Person eine ganz bestimmte Qualifikation mitbringen, oder kamen da auch ähnliche Qualifikationen in Frage? ☐ genau eine bestimmte Qualifikation (zB. MIG-Schweißen, Betriebskürchenführung, TSQL für SQL-Server) ☐ auch ähnliche Qualifikationen ☐ weiß nicht / k.A.

Und musste die Person eine ganz spezielle formale Ausbildung mitbringen, oder kamen da mehrere Ausbildungen oder Bildungsebenen in Frage? ☐ genau eine spezielle Ausbildung (zB. Lehrausbildung, HTL-Absolventin) ☐ mehrere Ausbildungen möglich (zB. Lehre oder Fachschule für Bereich sowieso; HTL, Uni oder FH aus dem Bereich sowieso) ☐ weiß nicht / k.A.

Lfd Nr: 1

Formularansicht

Start Posteingang - Micros... Petra Endbericht_Personals... Formular2 : Formular DE 18:34

Personalsuche - [Formular2 : Formular]

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Datengänge Extras Fenster 2

Formular1 öffnen Formular2 öffnen Formular3 öffnen Terminübersicht öffnen Recodierung der dynamischen Konfigfelder DBSecurityAdmin

BEW3 Online Such1 Such2 Vor Ende

Schrift/Vordergrundfarbe

ALLE

Haben Sie im letzten Jahr Online-Stellenbörsen genutzt?

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Welche?

Können Sie sich vorstellen in einer Online-Jobbörse folgende Angebote selbst zu nutzen?

Ihr Jobprofil selbstständig eingeben

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" Warum nicht?

Die Suche nach BewerberInnen durchführen

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" Warum nicht?

Die BewerberInnen ansehen

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" Warum nicht?

Eine Rückmeldung über die BewerberInnen geben

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" Warum nicht?

Das System als Dokumentation der Personalsuche verwenden

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" Warum nicht?

Lfd Nr: 1

Formularansicht

Start Posteingang - Micros... Petra Endbericht_Personals... Formular2 : Formular DE 18:34

Personalsuche - [Formular2 : Formular]

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Datengänge Extras Fenster 2

Formular1 öffnen Formular2 öffnen Formular3 öffnen Terminübersicht öffnen Recodierung der dynamischen Konfigfelder DBSecurityAdmin

BEW3 Online Such1 Such2 Vor Ende

Wenn Suche für diese konkrete Stelle (auch) über das AMS:

Wurden seitens des AMS bei der Suche nach dem der BewerberInnen vorgeschlagen?

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" -> WEITER mit Frage "Würden Sie bei der Suche gerne eine Liste..."

Hat Ihnen das AMS eine Liste von BewerberInnen mit Name, Anschrift und Telefonnummer zur Verfügung gestellt?

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Ist Ihnen diese Liste zeitgerecht zur Verfügung gestellt worden?

ja, Zeitpunkt war passend nein, ich hätte die Liste gerne früher gehabt weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" Würden Sie bei der Suche gerne eine Liste von BewerberInnen mit Name, Anschrift und Telefonnummer durch das AMS erhalten?

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" -> WEITER mit Frage "Haben Sie eine Person..." oder "Hatten Sie im..."

Gibt es über Name, Anschrift und Telefonnummer hinausgehende Informationen, die Sie gerne auf einer solchen Liste hätten?

ja nein weiß nicht / k.A.

Wenn "JA" Welche?

Sollten alle BewerberInnen der Liste bei Ihnen vorsprechen oder suchen Sie lieber einige vorab selber aus?

Es sollen alle vorsprechen Ich möchte vorab einige selbst aussuchen weiß nicht / k.A.

Wären Sie bereit, dem AMS Rückmeldung über alle vorgeschlagenen BewerberInnen zu geben?

Ja, über al Ja, über einen Teil Nein, gar nicht weiß nicht / k.A.

Haben Sie eine Person eingestellt, die vom AMS vermittelt wurde?

ja nein weiß nicht / k.A.

Lfd Nr: 1

Formularansicht

Start Posteingang - Micros... Petra Endbericht_Personals... Formular2 : Formular DE 18:34

Personalsuche - [Formular2 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Konfigfelder | DBSecurityAdmin

BEW3 | Online | Such1 | Such2 | Vor | Ende

▼ **Hätten Sie im Zusammenhang mit der zu besetzenden Stelle des/der einen konkreten Beratungs- und Unterstützungsbedarf?** (zB. bezüglich Förderungen, europaweite Suche, Verfahren zur AusländerInnenbeschäftigung)

☐ ja ☐ weiß nicht / k.A. ☐ nein

Wenn "JA" Um welchen Bedarf handelte es sich?

Wenn "JA" Wurde dieser Bedarf zu Ihrer Zufriedenheit seitens des/der AMS-BeraterIn gedeckt?

☐ ja ☐ nein ☐ weiß nicht / k.A.

Wenn "NEIN" Was hat Ihnen gefehlt?

▼ **Insgesamt: Wie zufrieden stellend war die Unterstützung und Beratung durch die/den AMS-BeraterIn bei der Besetzung der Stelle?**

☐ sehr zufrieden stellend ☐ eher zufrieden stellend ☐ weniger zufrieden stellend ☐ gar nicht zufrieden stellend ☐ weiß nicht / k.A.

▼ **Welche Verbesserungswünsche bzw. -ideen haben Sie?**

Lfd Nr:

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular2 : Formular | DE | 18:34

Personalsuche - [Formular2 : Formular]

Frage hier eingeben

Formular1 öffnen | Formular2 öffnen | Formular3 öffnen | Terminübersicht öffnen | Recodierung der dynamischen Konfigfelder | DBSecurityAdmin

BEW3 | Online | Such1 | Such2 | Vor | Ende

▼ **Wenn Suche für diese konkrete Stelle (auch) über andere Kanäle**

Welche Vorteile bestanden bei der konkreten Stellenbesetzung des/der im Vergleich zu einer AMS-Suche?

Welche Nachteile bestanden bei der konkreten Stellenbesetzung des/der im Vergleich zu einer AMS-Suche?

▶ **ALLE**

Wie viel Zeit hat der Bewerbungsprozess für diese Stelle in etwa in Anspruch genommen? in Stunden
(Falls andere Stellen innerhalb des Unternehmens die Hauptarbeit hatten, dann wie externe Berater behandeln und nur eigenen Aufwand rechnen)

Was würden Sie rückblickend bei der Besetzung dieser Stelle bzw. einer gleichen Stelle anders machen?

Lfd Nr:

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular2 : Formular | DE | 18:35

Personalsuche - [Formular2 : Formular]

Frage hier eingeben

BEW3 | Online | Such1 | Such2 | Vor | Ende

ALLE --- Abschließend:

Für wieviele MitarbeiterInnen haben Sie Personalverantwortung?

Wieviele MitarbeiterInnen sind in Ihrem Unternehmen insgesamt beschäftigt?

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

Suchbegriff eingeben → Suchergebnis

Wirtschaftsklassen nach Namen Wirtschaftsklassen nach Systematik

ENDE INTERVIEW
 Im Formular 1 auf "Interview ist fertig" klicken!!
 VERABSCHIEDUNG (Name, L&R, Anonymität)
 Vielen Dank für das Interview!

Bemerkungen Interviewerin
 Bitte hier alles eintragen,
 was an interessanten
 Dingen geäußert wurde, im
 Frageleitfaden aber nicht
 zuordenbar war!

Lfd Nr:

Formularansicht

Start | Posteingang - Micros... | Petra | Endbericht_Personals... | Formular2 : Formular | DE | 18:35