Potenzielle UnternehmenskundInnen des AMS

Ergebnisbericht

Projektleitung AMS:

Frau Mag.[a] Auer

Projektleitung marketmind:

Herr Mag. Erik Stadler

Frau Dipl. Math. Dipl. Psych. Klara Kögerler

Wien, November 2019

Impressum

Arbeitsmarktservice

Dienstleistungsunternehmen des öffentlichen Rechts

Treustraße 35-43

1200 Wien

Telefon: +43 50 904 199

Durchführendes Unternehmen:

marketmind GmbH

Arbeitsmarktservice

marketmind

Potenzielle UnternehmenskundInnen des AMS



Qualitative sowie quantitative Befragung
von potenziellen ErstkundInnen und inaktiven KundInnen

AMS Arbeitsmarktservice Österreich

WKO WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

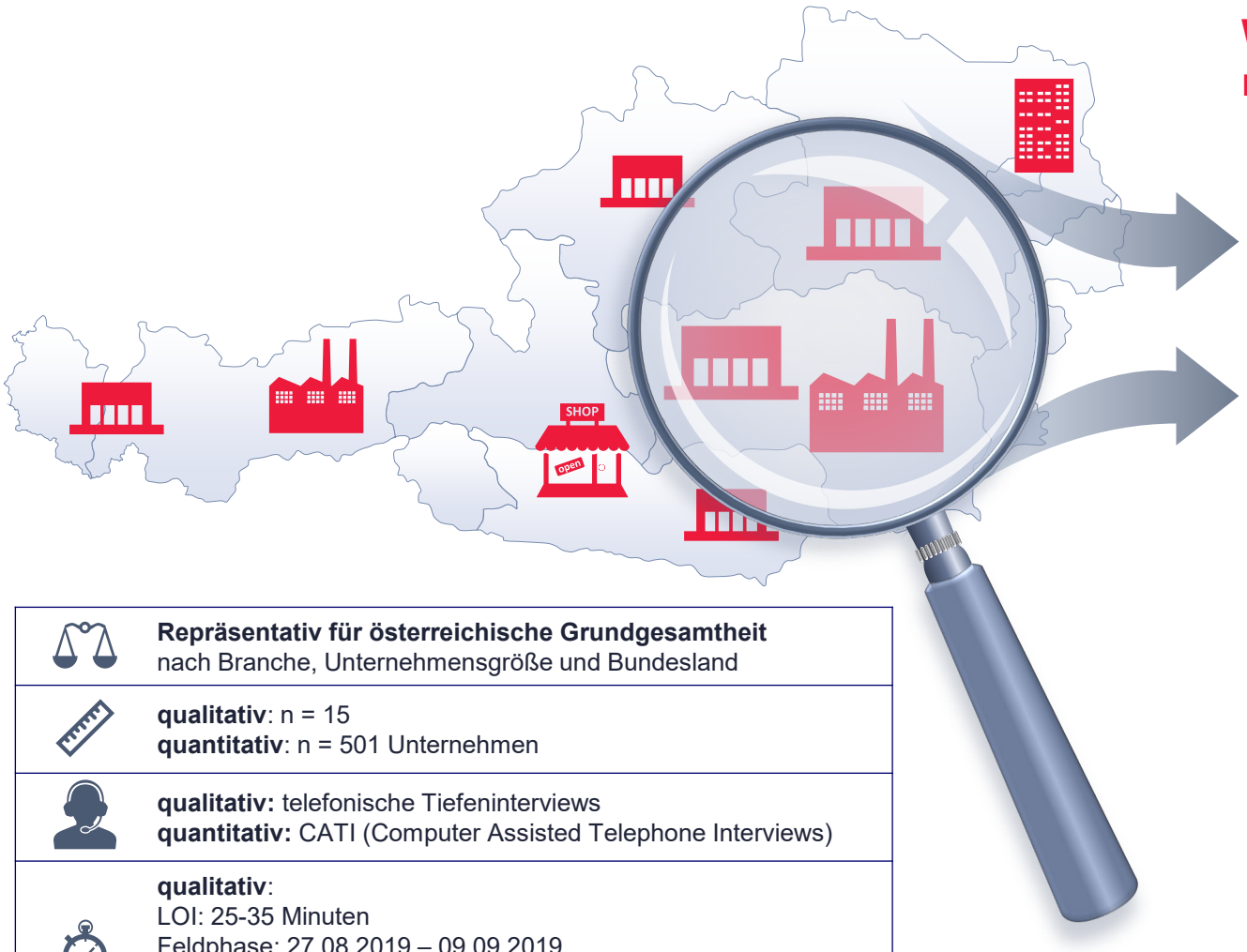
November 2019

Inhaltsverzeichnis

01	Einleitung	5
02	Bekanntheit der Angebote	15
03	Barrieren für die Kooperation	24
04	Herausforderungen und Wünsche für eine Zusammenarbeit	42
05	Stellenbesetzung in der Vergangenheit	53
06	Key Findings	68

01 Einleitung

Studiendesign | Potenzielle UnternehmenskundInnen



Unternehmen in Österreich, die WKO-Mitglieder sind und aktuell nicht mit dem AMS kooperieren

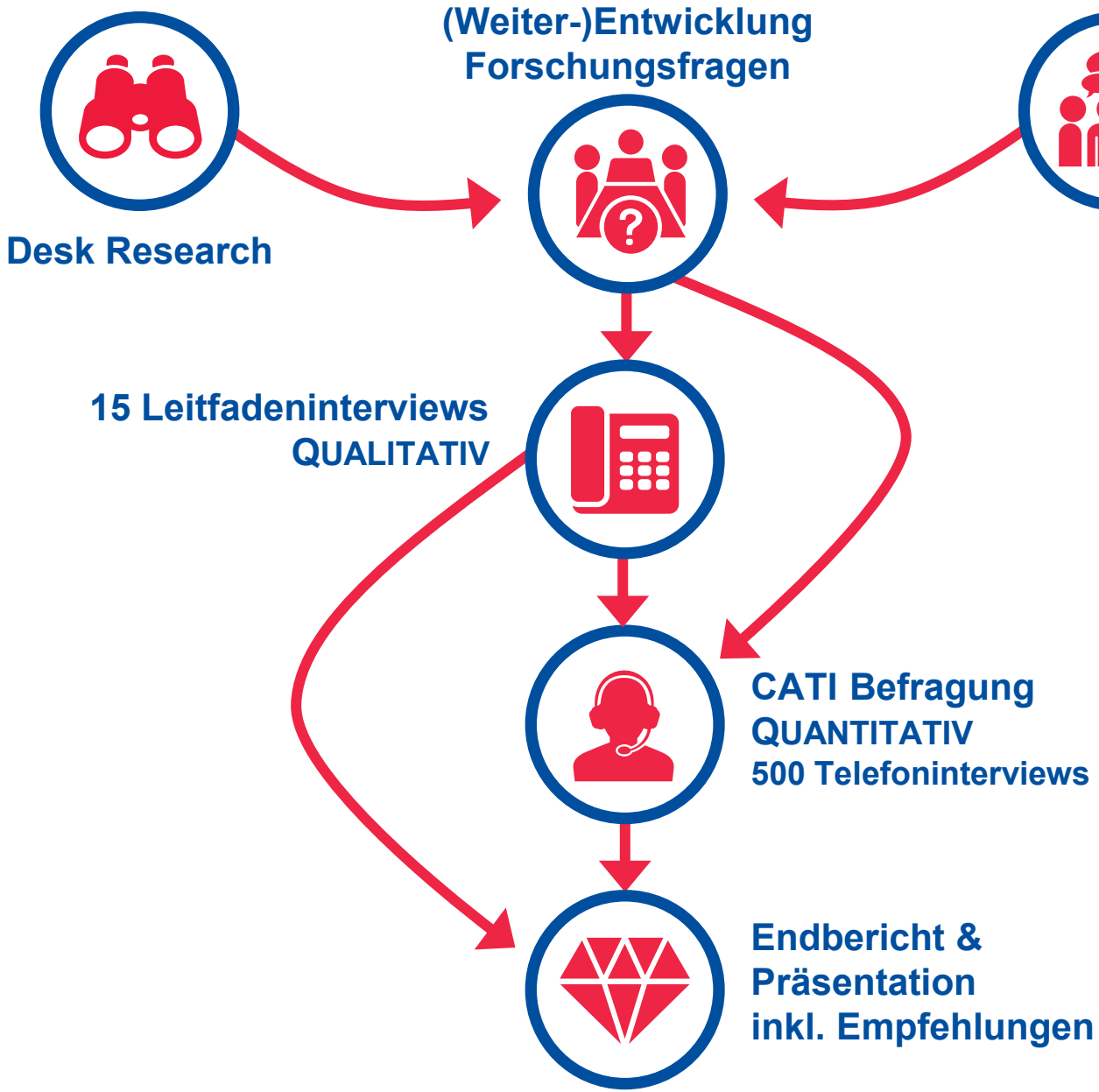
Potenzielle ErstkundInnen haben noch nie mit dem AMS zusammengearbeitet

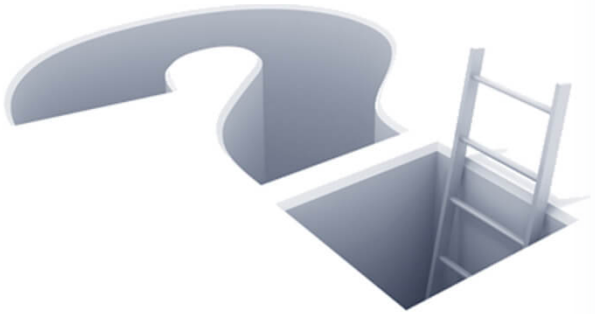
Inaktive KundInnen haben dem AMS seit dem 1.1.2018 keine Stellen mehr gemeldet

	Repräsentativ für österreichische Grundgesamtheit nach Branche, Unternehmensgröße und Bundesland
	qualitativ: n = 15 **quantitativ**: n = 501 Unternehmen
	qualitativ: telefonische Tiefeninterviews **quantitativ:** CATI (Computer Assisted Telephone Interviews)
	qualitativ: LOI: 25-35 Minuten Feldphase: 27.08.2019 – 09.09.2019 **quantitativ**: LOI: 10 Minuten Feldphase: 16.10.2019 - 15.11.2019

AMS Arbeitsmarktservice Österreich

WKO WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH


(Weiter-)Entwicklung
Forschungsfragen
Unterstützung von
AMS-ExpertInnen
3 Interviews
Desk Research
15 Leitfadeninterviews
QUALITATIV
CATI Befragung
QUANTITATIV
500 Telefoninterviews
Endbericht &
Präsentation
inkl. Empfehlungen



1. Bekanntheit Angebote/Dienstleistungen

In wie weit hat die (Nicht)Bekanntheit der **Angebote des AMS** einen Einfluss auf die Bereitschaft, mit dem AMS zusammenzuarbeiten?

2. Barrieren für die Kooperation mit dem AMS

Was verhindert die Zusammenarbeit mit dem AMS? Welche **Vorurteile** sind relevant, und **woher** kommen sie?

3. Wünsche bei einer potenziellen Zusammenarbeit

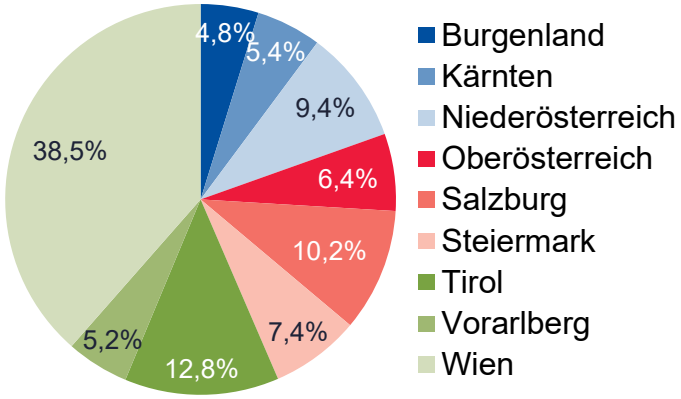
Mit **welchen Angeboten** könnte das AMS eine **Zusammenarbeit** forcieren?

4. Informationen zu Erfahrungen und Vorgehen bei Stellenbesetzungen in der Vergangenheit

Welchen Bedarf hat das Unternehmen? Mit **welchen Angeboten** könnte das AMS das Unternehmen bei der Stellenbesetzung ideal unterstützen – und damit auch für eine Zusammenarbeit überzeugen?

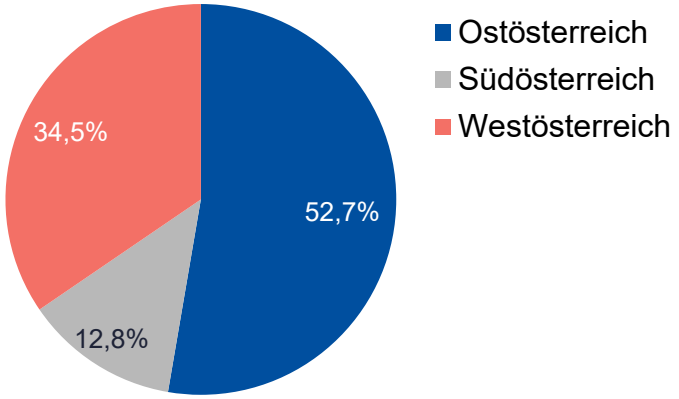
Bundesland

Prozent der Auskunftspersonen



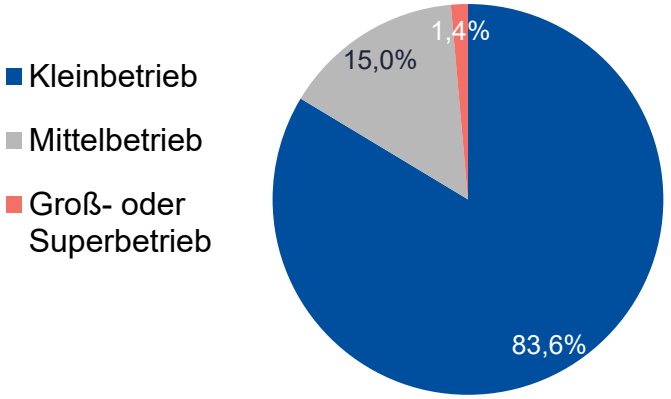
Region

Prozent der Auskunftspersonen



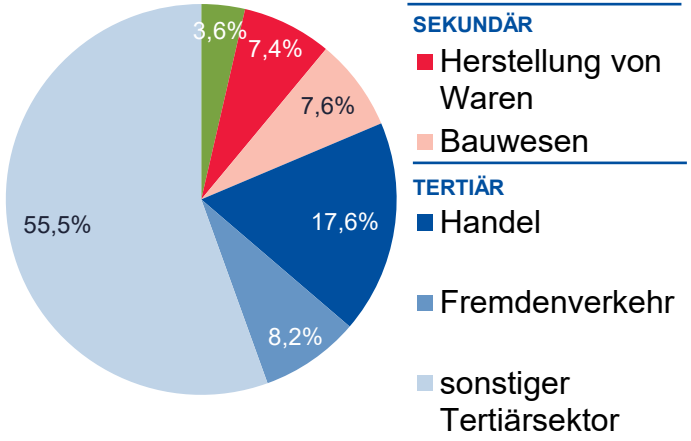
Unternehmensgröße

Prozent der Auskunftspersonen



Wirtschaftssektor

Prozent der Auskunftspersonen

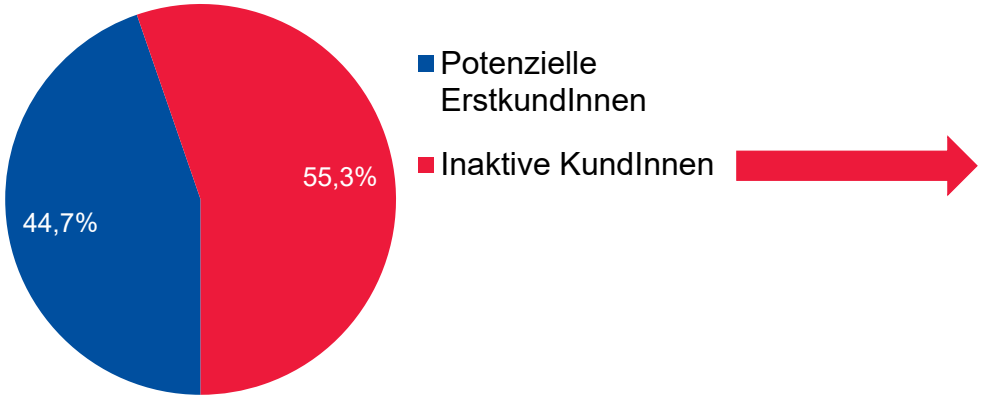


n = 501

Auskunftspersonen quantitative Studie | Personalverantwortliche

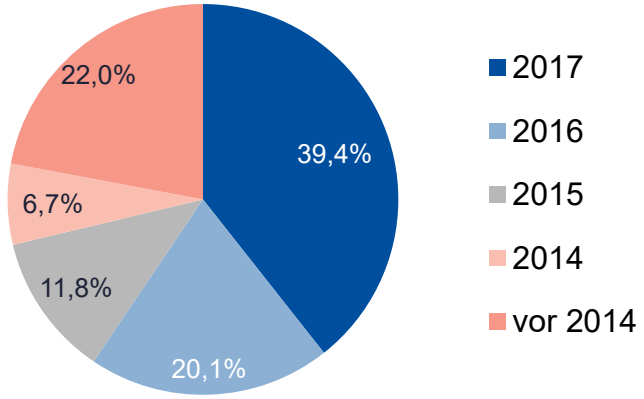
Zielgruppe

Prozent der Auskunftspersonen



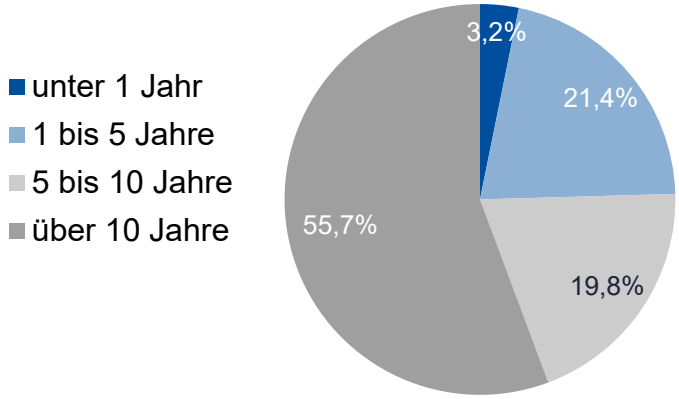
Zeitpunkt der letzten Meldung einer Stelle durch inaktive KundInnen

Prozent der Auskunftspersonen



Erfahrung im aktuellen Unternehmen

Prozent der Auskunftspersonen



i Potenzielle ErstkundInnen haben dem AMS noch nie eine Stelle gemeldet.

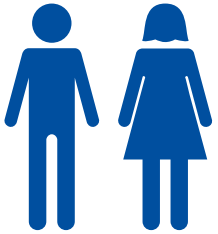
i Inaktive KundInnen haben dem AMS seit dem 01.01.2018 keine Stelle mehr gemeldet.

n = 501; 277; 501

Auskunftspersonen qualitative Studie



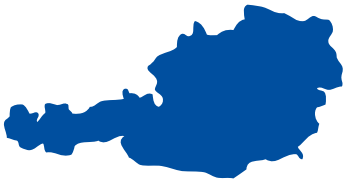
15 Personalverantwortliche



8 Männer
7 Frauen



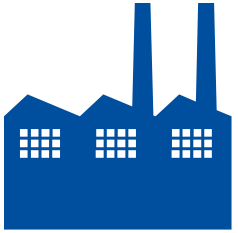
6 Potenzielle ErstkundInnen
9 Inaktive KundInnen



6 Ostösterreich
3 Südösterreich
6 Westösterreich



6 Mittelbetriebe
7 Großbetriebe
2 Superbetriebe



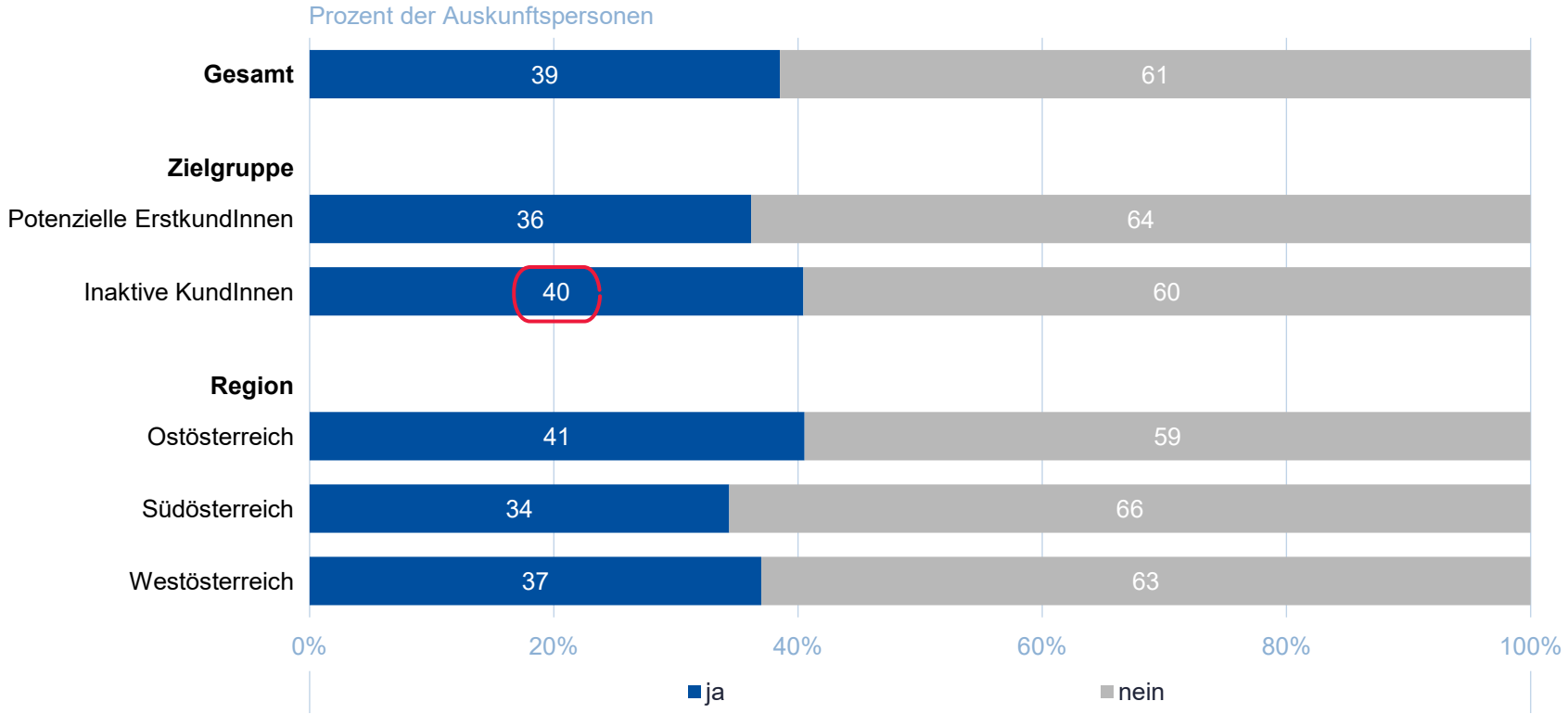
PRIMÄR	1 Primärsektor
SEKUNDÄR	3 Herstellung von Waren
	1 Bauwesen
TERTIÄR	2 Handel
	1 Fremdenverkehr
	7 sonstiger Tertiärsektor

n = 501

Frühere Zusammenarbeit mit AMS | nach Zielgruppe und Region

marketmind
QUANTITATIV

Alle befragten Unternehmen haben zumindest seit 1.1.2018 keine offene Stelle beim AMS gemeldet. Allerdings haben ca. **4 von 10 dieser Unternehmen** früher schon einmal auf andere Weise mit dem **AMS zusammengearbeitet**. Naturgemäß kommt dies unter **inaktiven KundInnen häufiger** vor. Auch in **Ostösterreich** arbeiten Unternehmen **häufiger** in anderer Weise mit dem AMS zusammen.



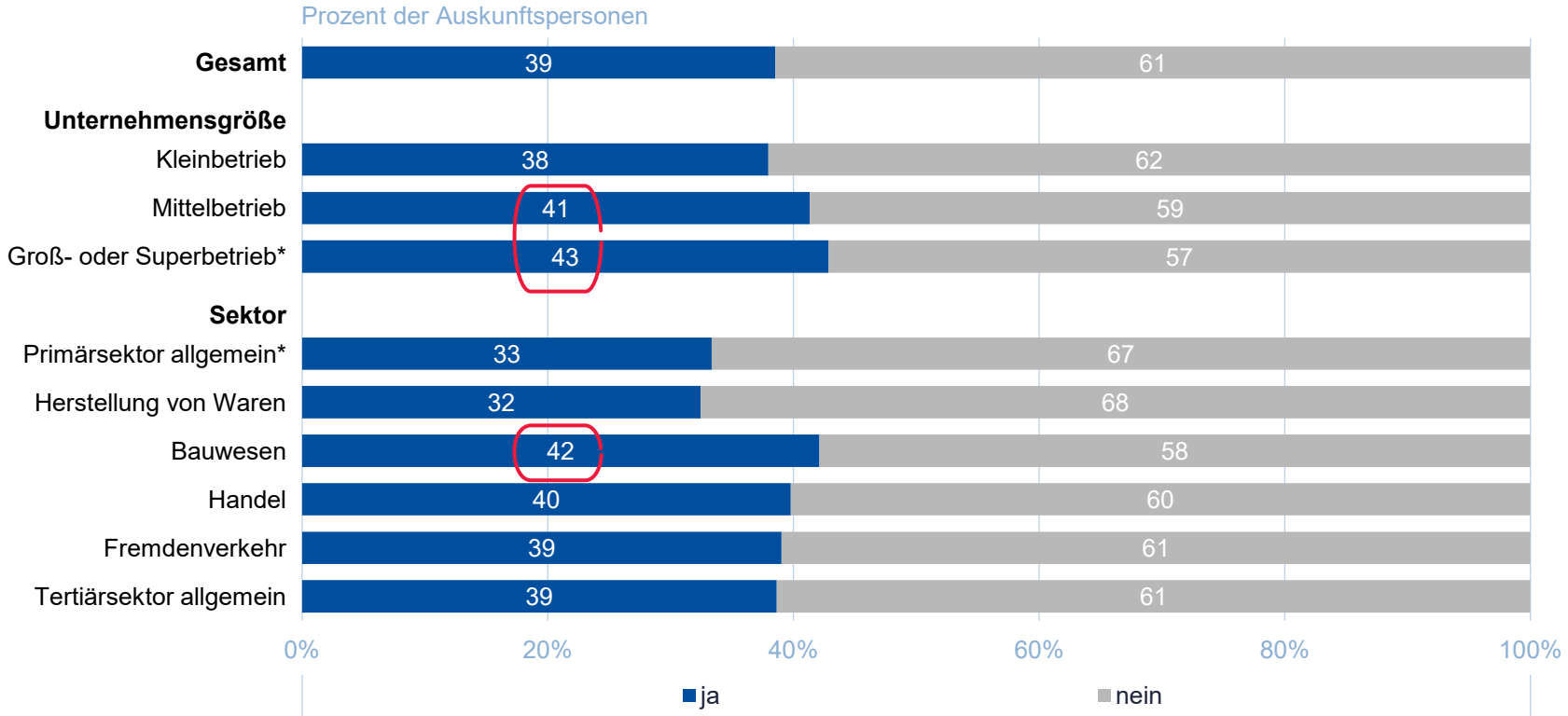
"Haben Sie bei Ihrer Tätigkeit für ein früheres oder Ihr aktuelles Unternehmen schon einmal in einer anderen Weise mit dem AMS zusammengearbeitet?"

n = 501 (224/277/264/64/173)

Frühere Zusammenarbeit mit AMS | nach Größe und Sektor

marketmind
QUANTITATIV

Größere Betriebe haben öfter **andere Angebote** des AMS angenommen.
Das ist vor allem im **Bauwesen** der Fall.



"Haben Sie bei Ihrer Tätigkeit für ein früheres oder Ihr aktuelles Unternehmen schon einmal in einer anderen Weise mit dem AMS zusammengearbeitet?"

n = 501 (419/75/7/18/37/38/88/41/277) | *kleine Stichprobe

Art der früheren Zusammenarbeit

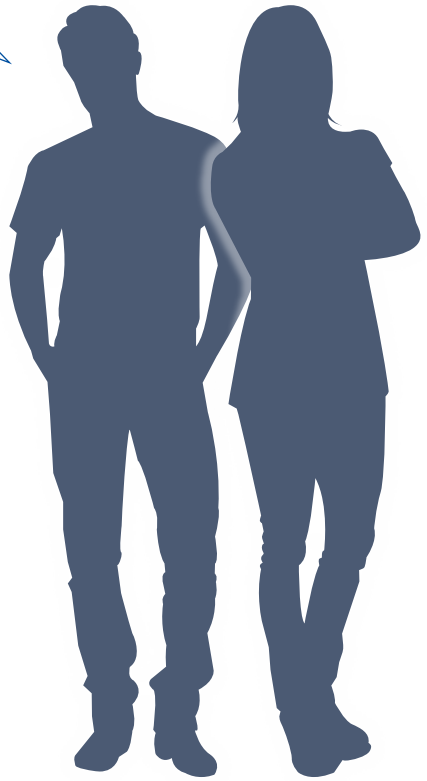


7/15 Personalverantwortliche mit früherer Zusammenarbeit

eJob-Room früher genutzt

Impulsberatung

FiT – Frauen in Technik



Zusammenarbeit mit dem AMS im Zusammenhang mit Altersteilzeit

Stellenabbau, Altersteilzeit, Förderung für ältere ArbeitnehmerInnen

2 Personen im Unternehmen machen die Ausbildung zum Personal Trainer - um im Fitnessstudio persönliche Einzeltrainings anbieten zu können

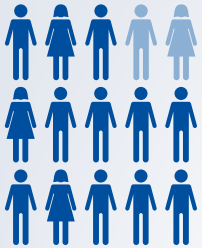
überregionale Vermittlung

wurde von der Jobwirtschaft kontaktiert

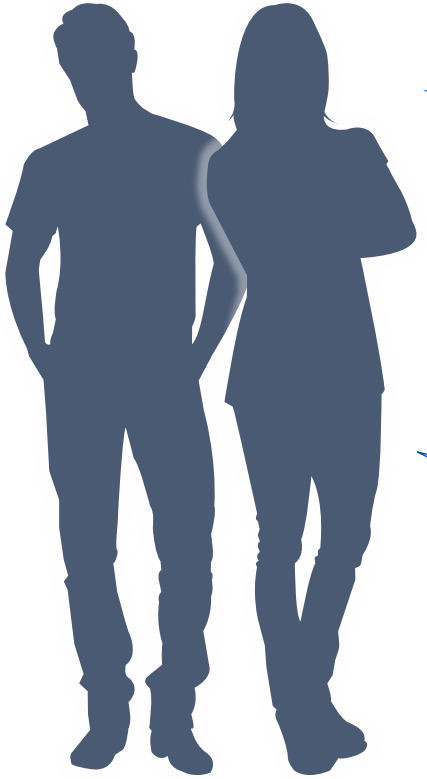
02 Bekanntheit der Angebote

Forschungsfrage: In wie weit hat die (Nicht-) Bekanntheit der Angebote des AMS einen Einfluss auf die Bereitschaft, mit dem AMS zusammenzuarbeiten?

Ungestützte Bekanntheit der AMS-Angebote



13/15 Personalverantwortliche kennen mindestens ein Angebot



Altersteilzeit, Fit to Work

Förderung älterer MitarbeiterInnen

Förderungen für Wiedereinsteigerinnen und Arbeitslose

ältere ArbeitnehmerInnen, Lehrlinge

Förderungen für Praktika, Förderungen für Leute, die neu aufgenommen werden, Lohnnebenkosten zurückerstattet bekommen, Förderungen für 50+

Bonus 20000 (wurde aber wieder eingestellt), Förderung bezüglich dem Aufbau der MitarbeiterInnen, Förderungen für Ausbildung ab 50+

Bildungskarenz, Lehrstellenförderung

Förderung der Altersteilzeit

Comeback für ältere ArbeitnehmerInnen, Integration von Älteren, Qualifizierung von MitarbeiterInnen, eJob-Room

Umschulungen, z.B. für Bäcker mit Mehlallergie

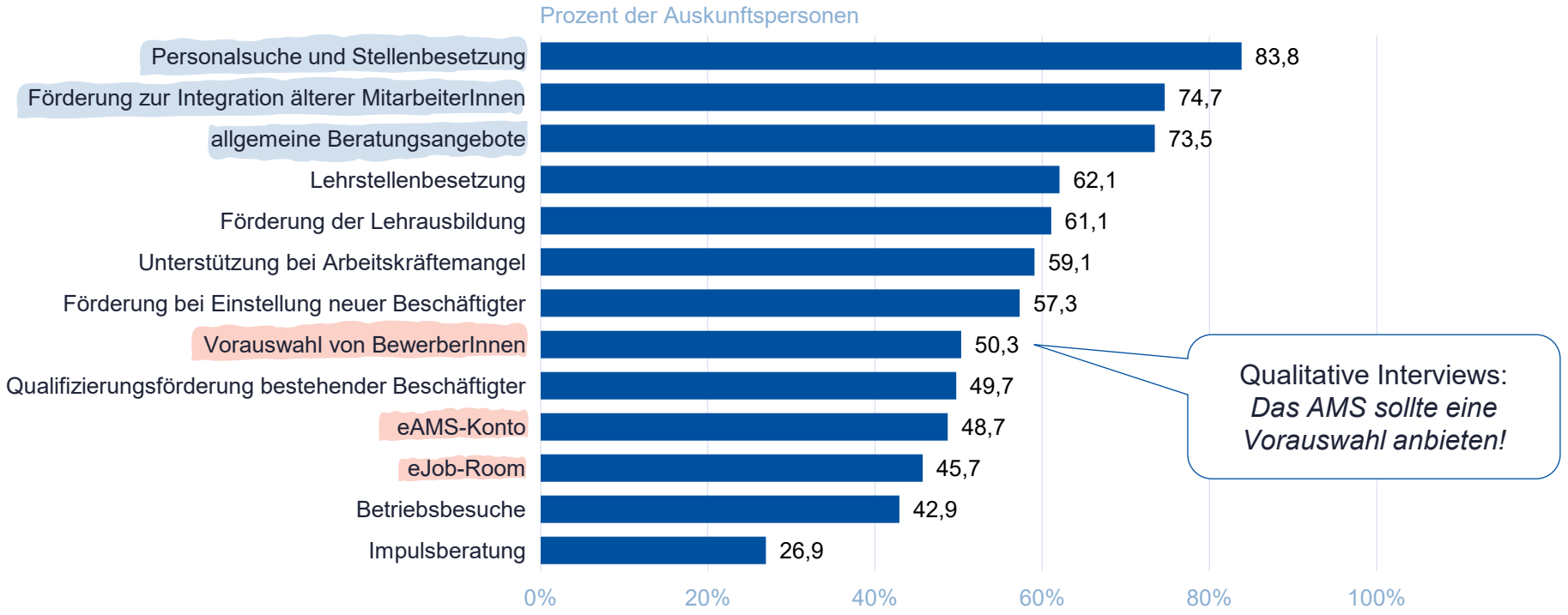
Förderungen für 50+, Förderungen wenn Angestellte noch eine Ausbildung brauchen, überregionale Vermittlung

Stellenabbau, Altersteilzeit, Förderung für ältere ArbeitnehmerInnen

Förderungen für ältere DienstnehmerInnen, an Stellenausschreibungen mit tätig sein

Gestützte Bekanntheit AMS-Angebote

8/10 ist das **Kerngeschäft** des AMS bekannt. Interessant ist, dass **über 70%** die **spezielle Förderung** für **ältere Arbeitsuchende** kennen. **Nur die Hälfte** kennt die **Vorauswahl** – dabei würden sich Unternehmen eine solche Leistung des AMS **wünschen**! Die **eServices** sind **weniger bekannt**.

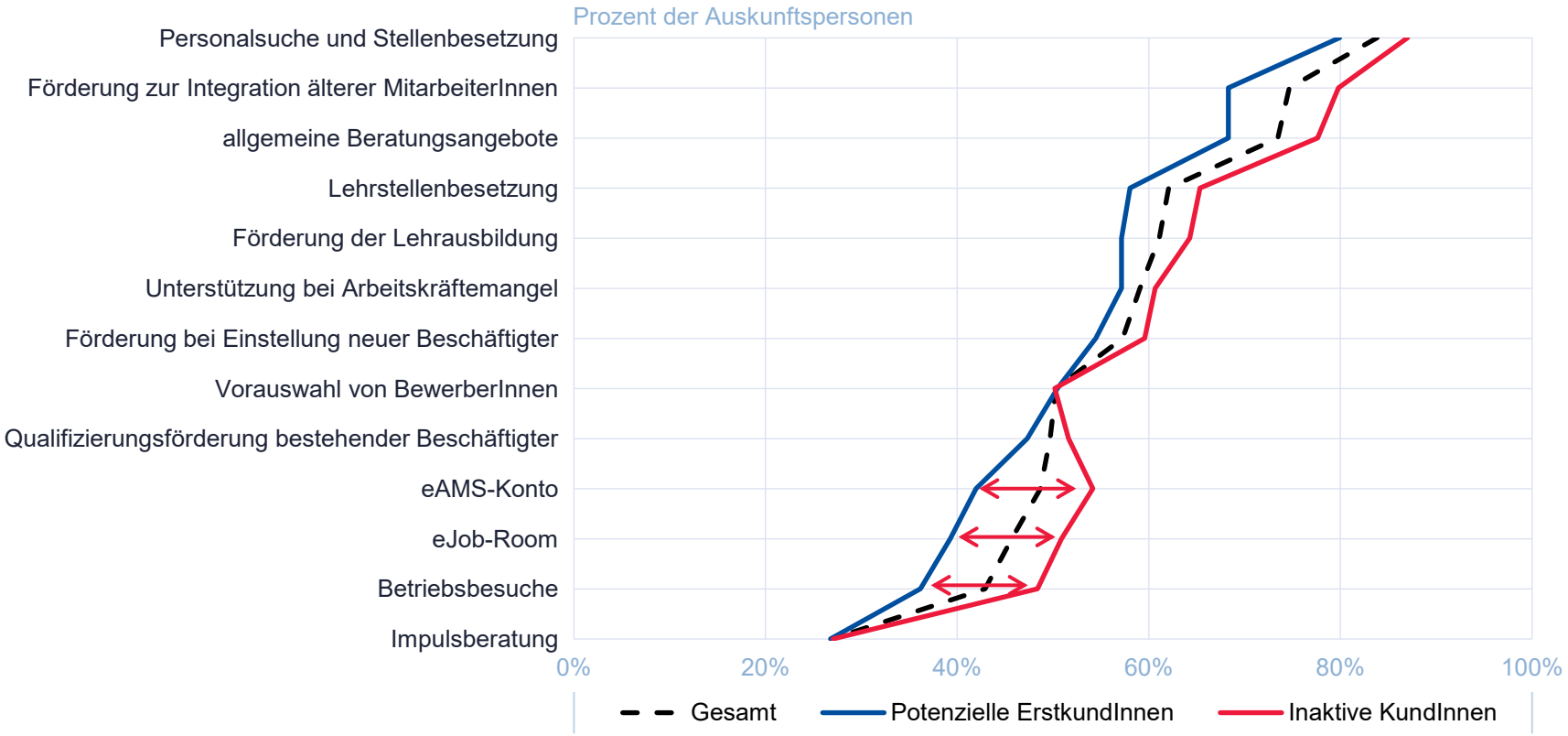


"Das Arbeitsmarktservice Österreich bietet Unternehmen zahlreiche Angebote und Dienstleistungen sowie Förderungen. Ich lese Ihnen jetzt einige davon vor. Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Ihnen diese bekannt sind."

n = 501

Gestützte Bekanntheit AMS-Angebote | nach Zielgruppe

Inaktive KundInnen – welche dem AMS früher Stellen meldeten – **kennen die Angebote** und Dienstleistungen des AMS erwartungsgemäß **besser** (Ausnahme **Vorauswahl**!). Vor allem **eServices** und **Betriebsbesuche** ist jenen eher bekannt, die schon einmal dem AMS Stellen meldeten.

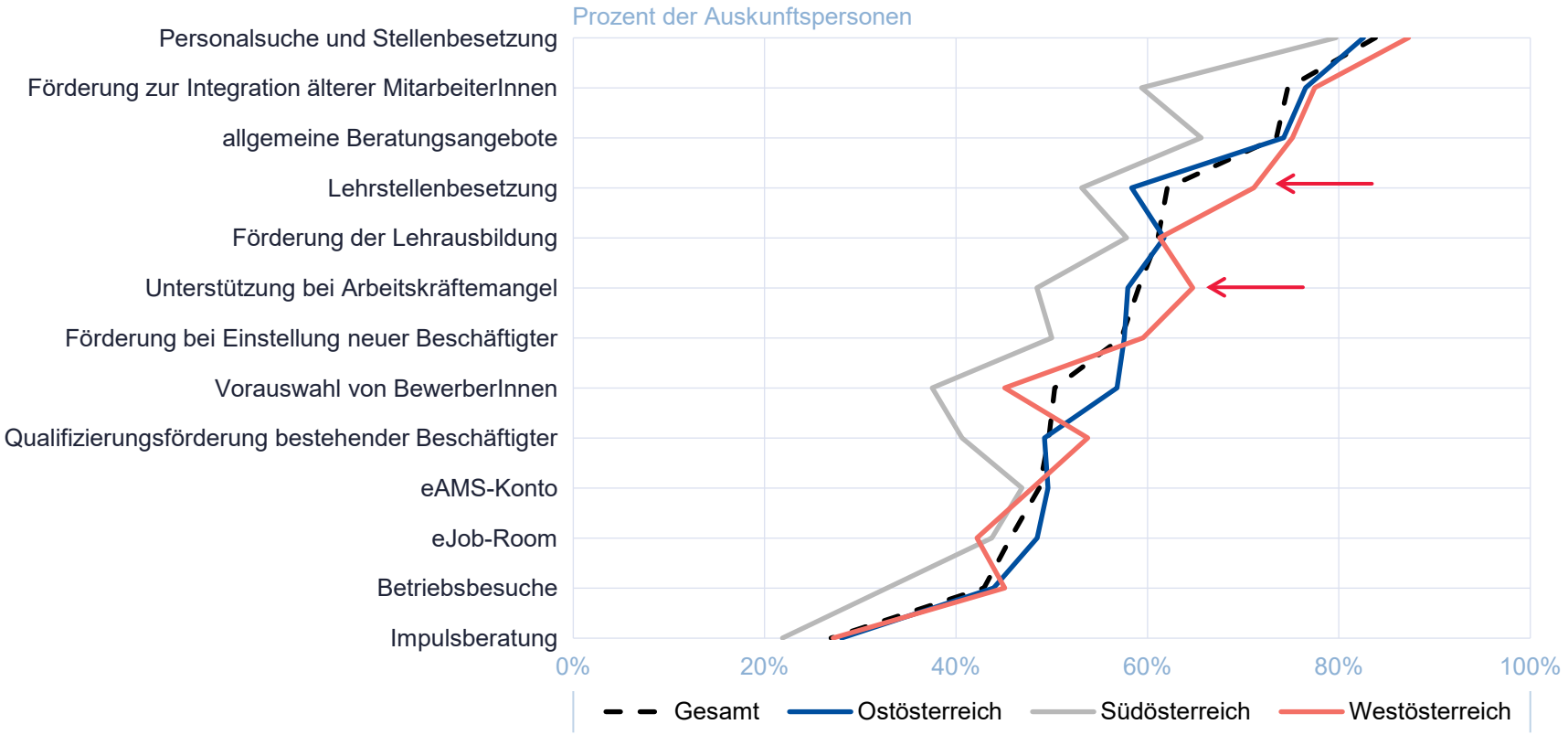


"Das Arbeitsmarktservice Österreich bietet Unternehmen zahlreiche Angebote und Dienstleistungen sowie Förderungen. Ich lese Ihnen jetzt einige davon vor. Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Ihnen diese bekannt sind."

n = 501 (224/277)

Gestützte Bekanntheit AMS-Angebote | nach Region

In **Südösterreich** sind die Angebote und Dienstleistungen des AMS **weniger bekannt**.
In **Westösterreich** ist **häufiger bekannt**, dass das AMS **Lehrstellenbesetzung** bzw. Unterstützung bei **Arbeitskräftemangel** anbietet.



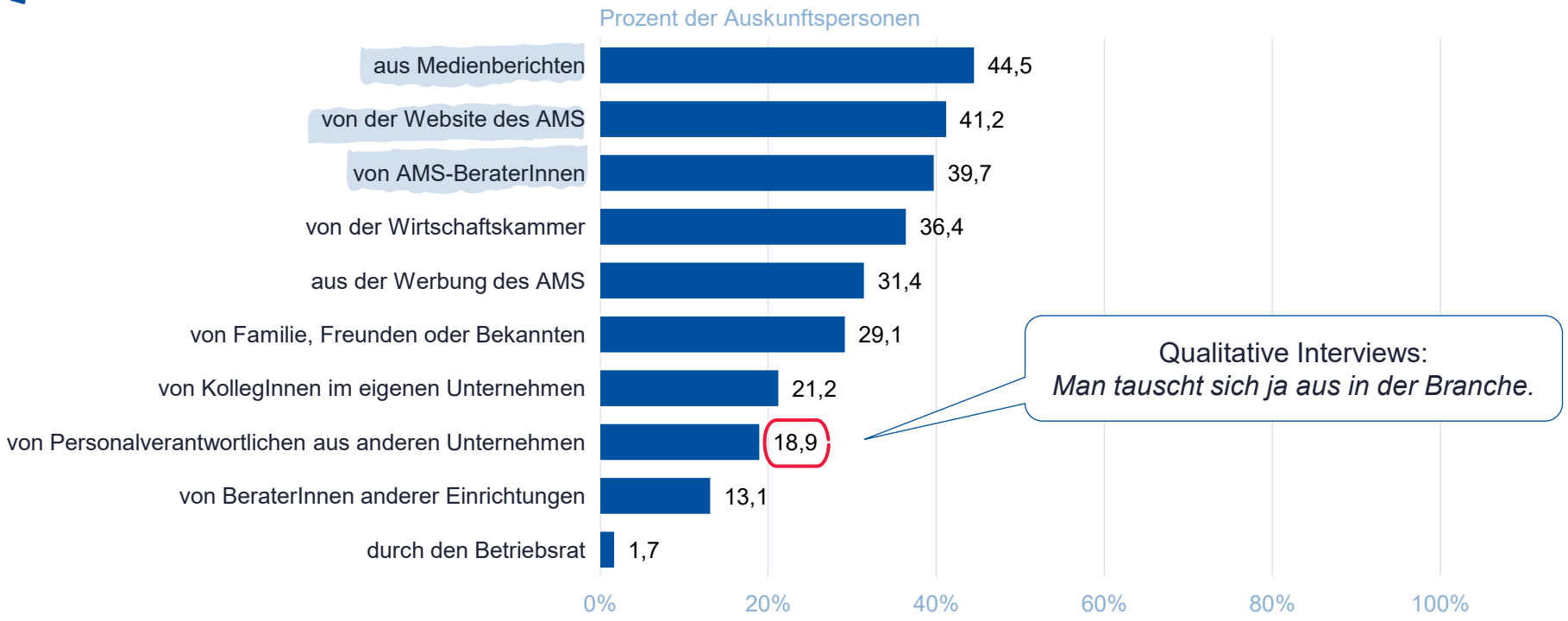
"Das Arbeitsmarktservice Österreich bietet Unternehmen zahlreiche Angebote und Dienstleistungen sowie Förderungen. Ich lese Ihnen jetzt einige davon vor. Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Ihnen diese bekannt sind."

n = 501 (264/64/173)

Quelle der Information

Am häufigsten haben Personalverantwortliche aus **Medienberichten** von AMS-Angeboten gehört. Ca. **4/10** lernten auch von der **Website** bzw. durch **AMS-BeraterInnen** von den Angeboten. **Mundpropaganda** war für immerhin **19%** eine Infoquelle.

mindestens ein Angebot bekannt



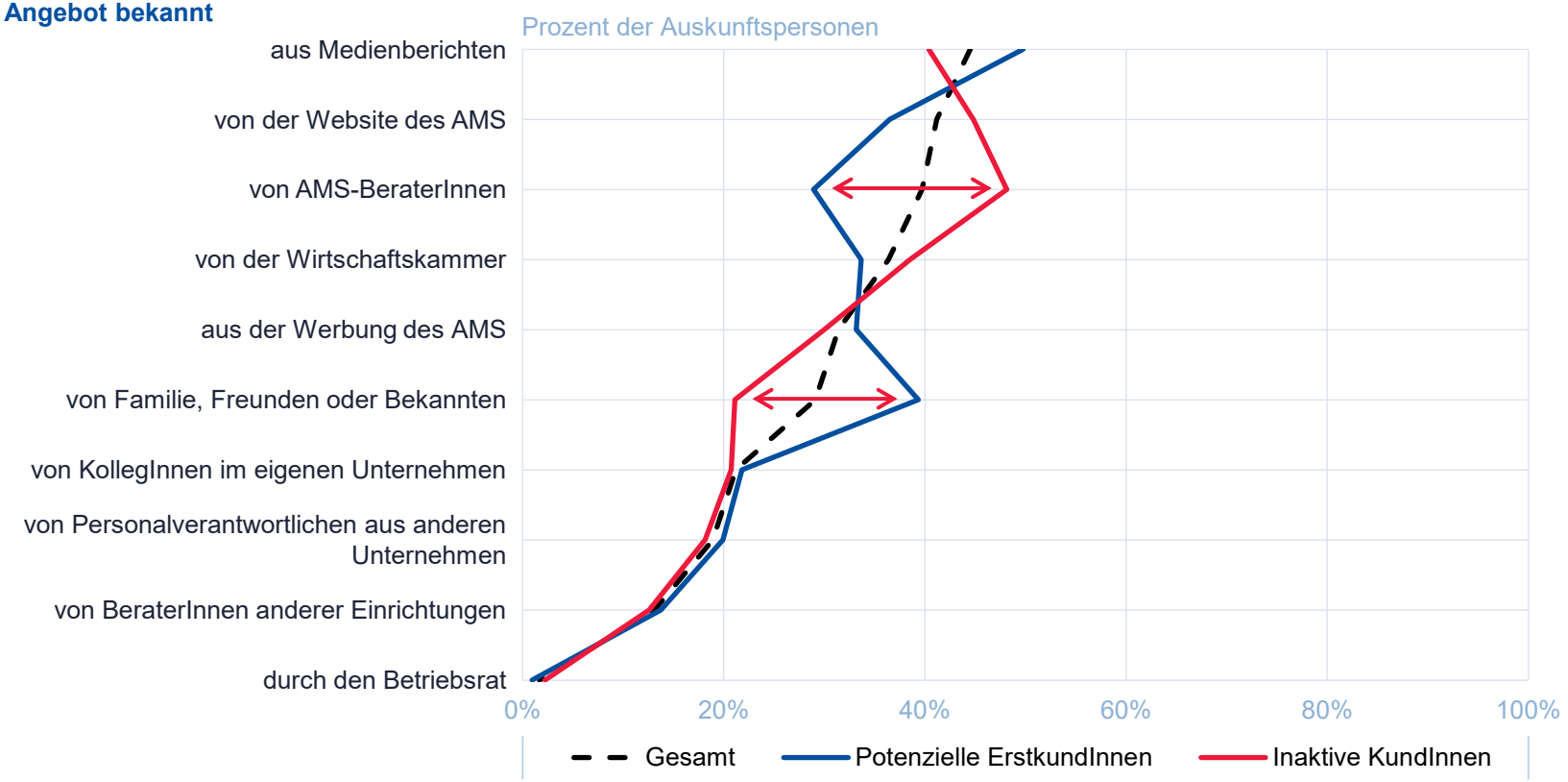
"Und wie haben Sie von diesen Angeboten erfahren? Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Sie aus den folgenden Quellen von Angeboten des AMS erfahren haben."

n = 481

Quelle der Information | nach Zielgruppe

Inaktive KundInnen mit früherer AMS-Erfahrung haben bei Weitem **häufiger durch AMS-BeraterInnen** von Angeboten erfahren. **Potenzielle ErstkundInnen** hingegen haben viel öfter von **Bekannten und/oder Verwandten** von AMS-Angeboten gehört.

mindestens ein Angebot bekannt



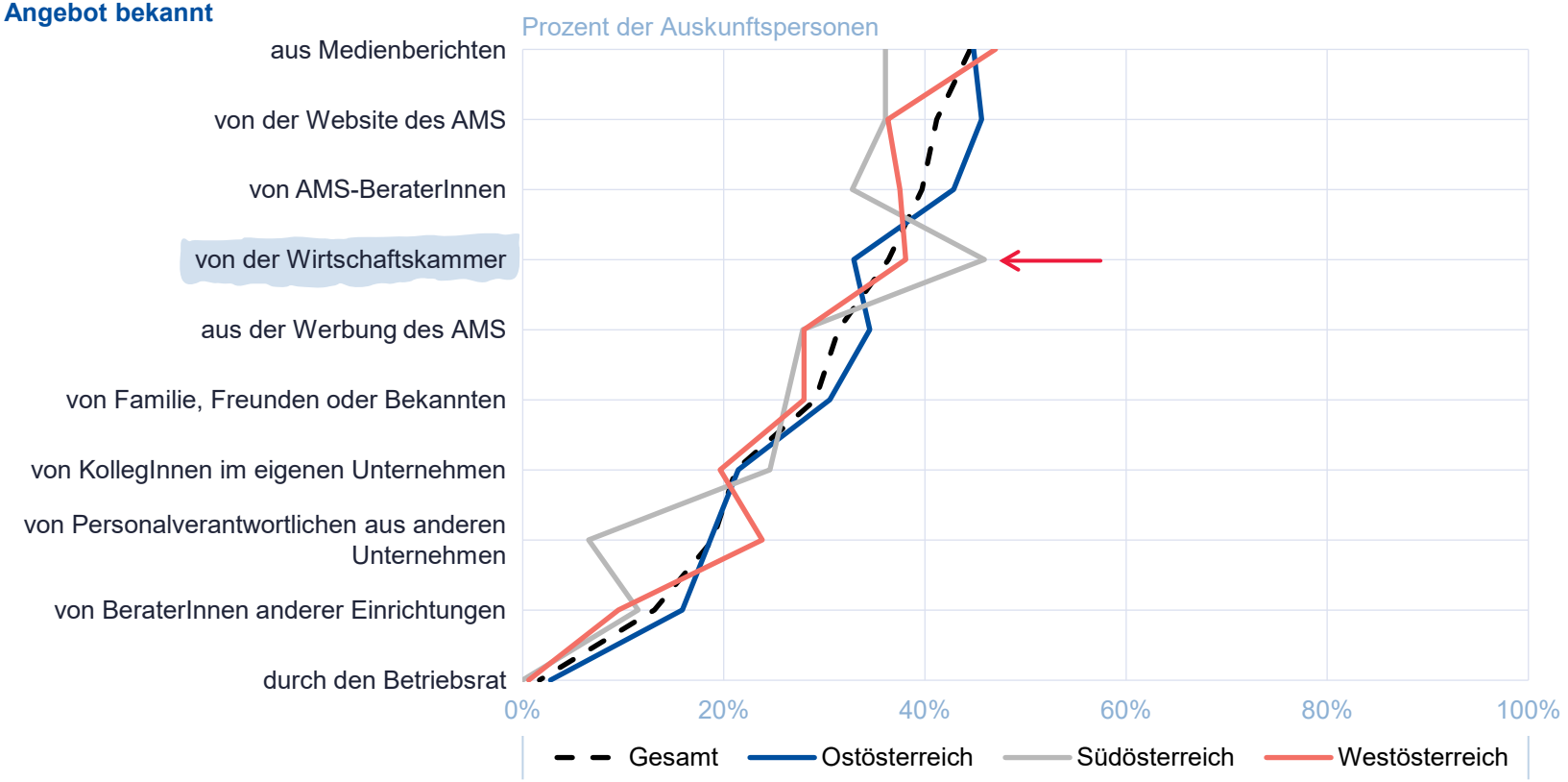
"Und wie haben Sie von diesen Angeboten erfahren? Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Sie aus den folgenden Quellen von Angeboten des AMS erfahren haben."

n = 481 (211/270)

Quelle der Information | nach Region

In **Südösterreich** spielt die **Wirtschaftskammer** eine viel größere Rolle bei der Information über AMS-Angebote im Vergleich zum restlichen Österreich.

mindestens ein Angebot bekannt



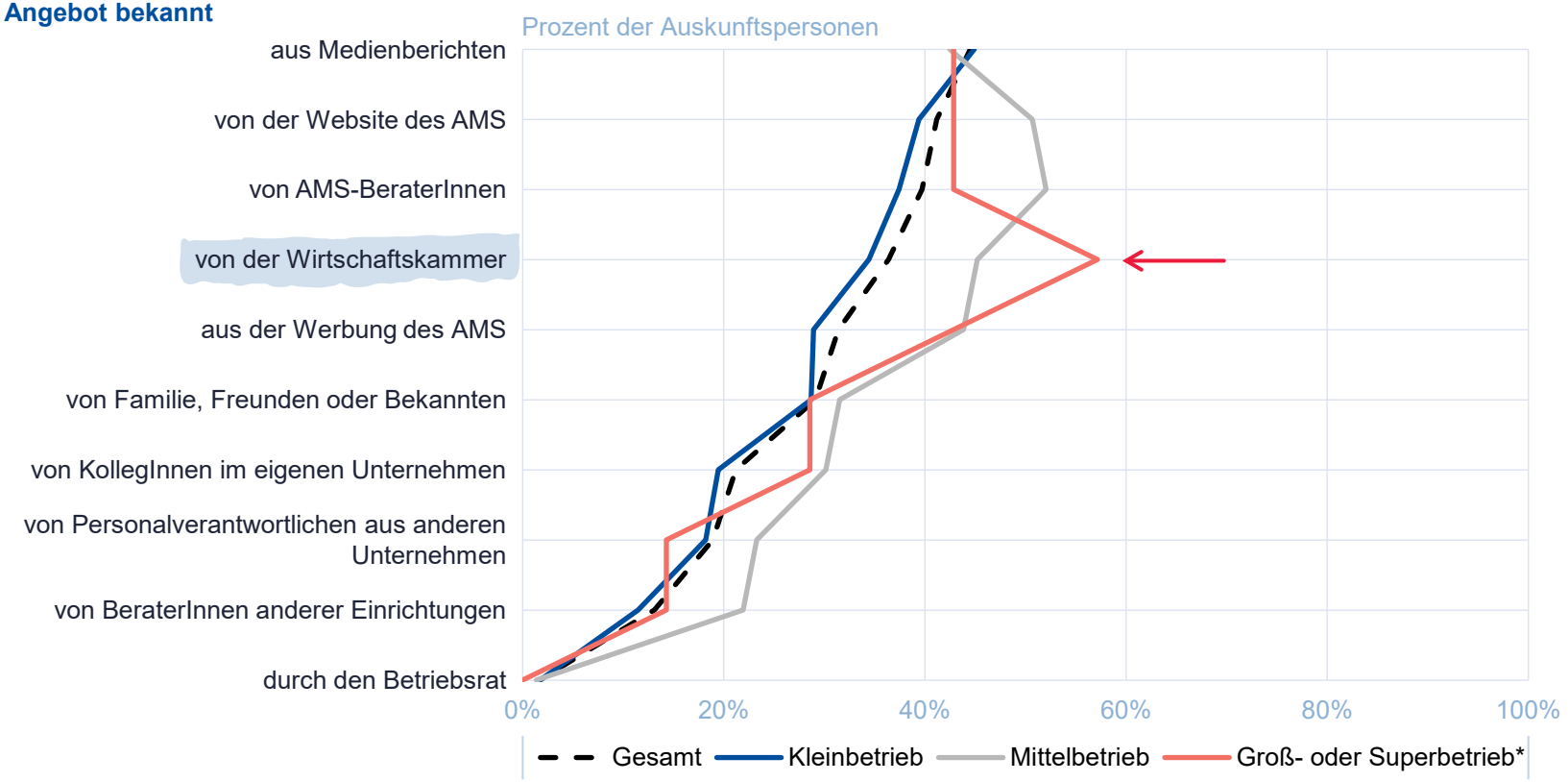
"Und wie haben Sie von diesen Angeboten erfahren? Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Sie aus den folgenden Quellen von Angeboten des AMS erfahren haben."

n = 481 (252/61/168)

Quelle der Information | nach Größe

Größere Unternehmen werden ebenfalls **häufiger** durch die **Wirtschaftskammer** über Angebote informiert. Für **Groß- und Superbetriebe** (kleine Stichprobe) ist die **Wirtschaftskammer** sogar die **wichtigste Informationsquelle!**

mindestens ein Angebot bekannt



"Und wie haben Sie von diesen Angeboten erfahren? Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Sie aus den folgenden Quellen von Angeboten des AMS erfahren haben."

n = 481 (401/73/7) | *kleine Stichprobe

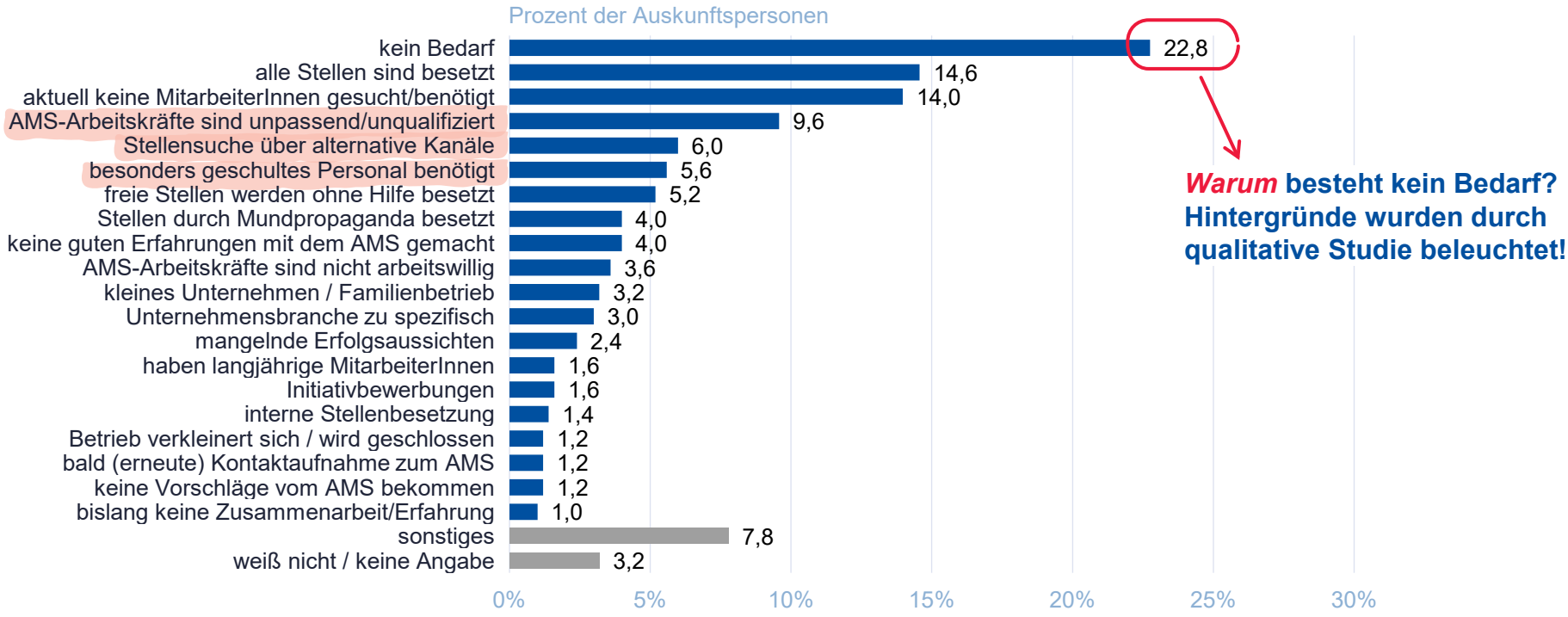
03

Barrieren für die Kooperation

Forschungsfragen: Was verhindert die Zusammenarbeit mit dem AMS? Welche Vorurteile sind relevant, und woher kommen sie?

Ungestützte Gründe für die mangelnde Stellenmeldung

Das AMS wird nicht genutzt, wenn **keine Stellen zu besetzen** sind – aber häufige Gründe sind auch **unqualifizierte BewerberInnen**, **Konkurrenzangebote** und **Bedarf an speziellem Personal**. Die häufigste Nennung – „kein Bedarf“ – hat in der qualitativen Studie oft **spezifische Hintergründe**.



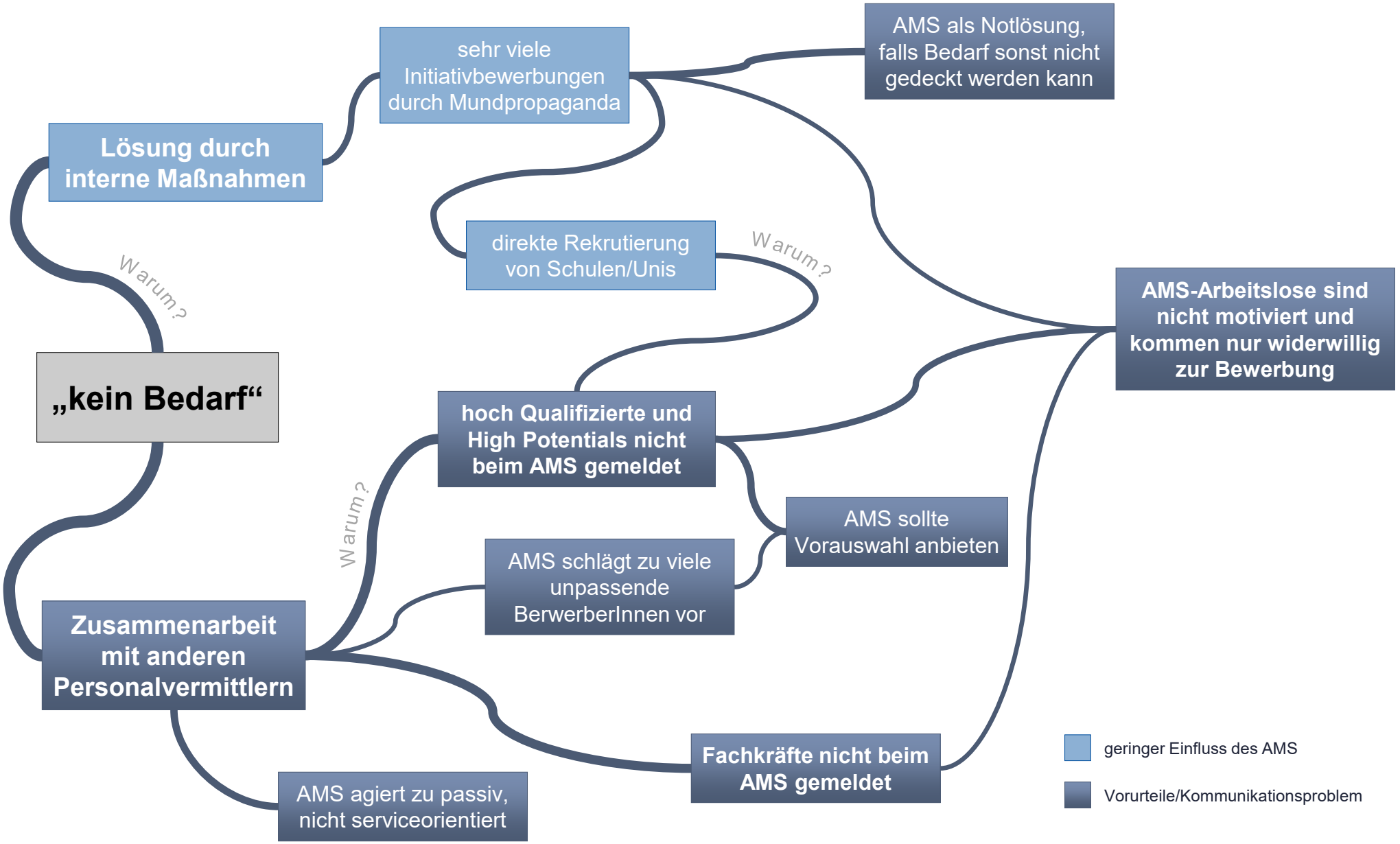
"Warum haben Sie dem AMS noch nie eine Stelle gemeldet? / Warum melden Sie dem AMS aktuell keine Stellen mehr?"

n = 501

Warum haben Unternehmen „keinen Bedarf“? Was sind die **wirklichen Gründe**?

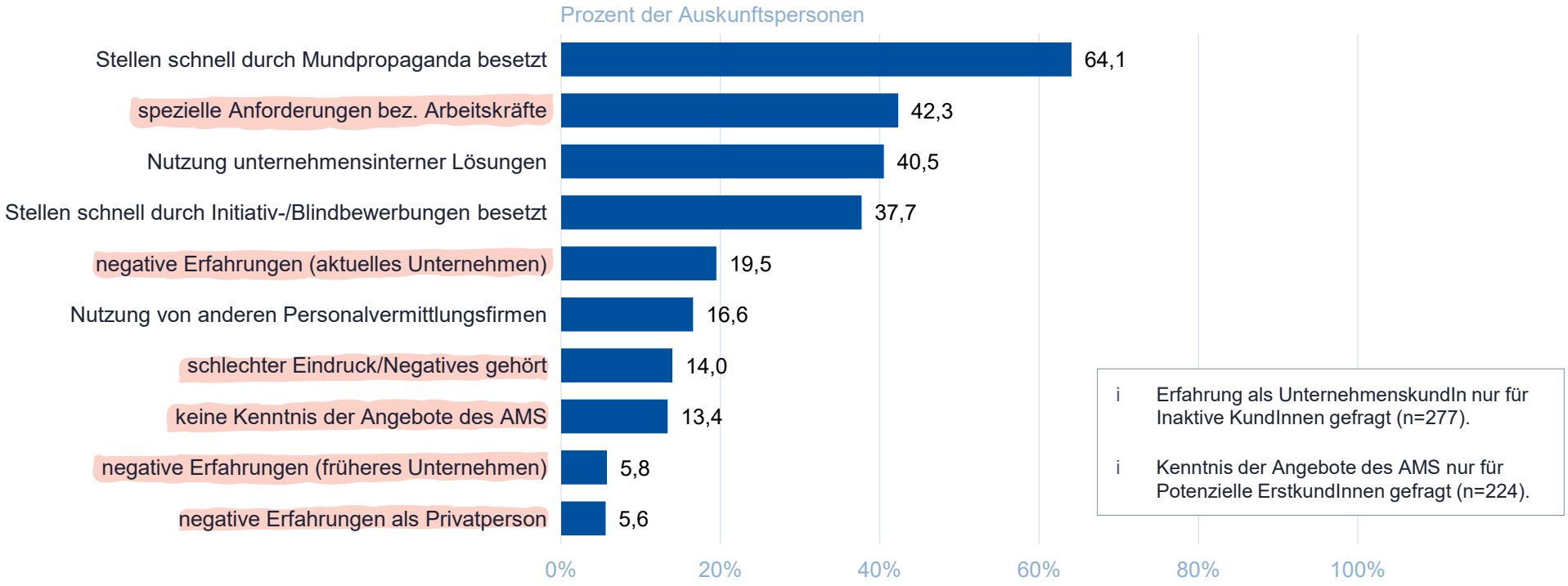
marketmind

QUALITATIV



Gestützte Gründe für mangelnde Stellenmeldung

Unternehmen melden dem AMS häufig keine Stellen, wenn diese **schnell ohne Aufwand** oder durch **interne Lösungen** besetzt werden – hier kann das AMS nicht gegenwirken. **Aber**: über **4/10** suchen nicht über das AMS, weil sie **spezielle Arbeitskräfte** benötigen – die das **AMS nicht bieten kann?**

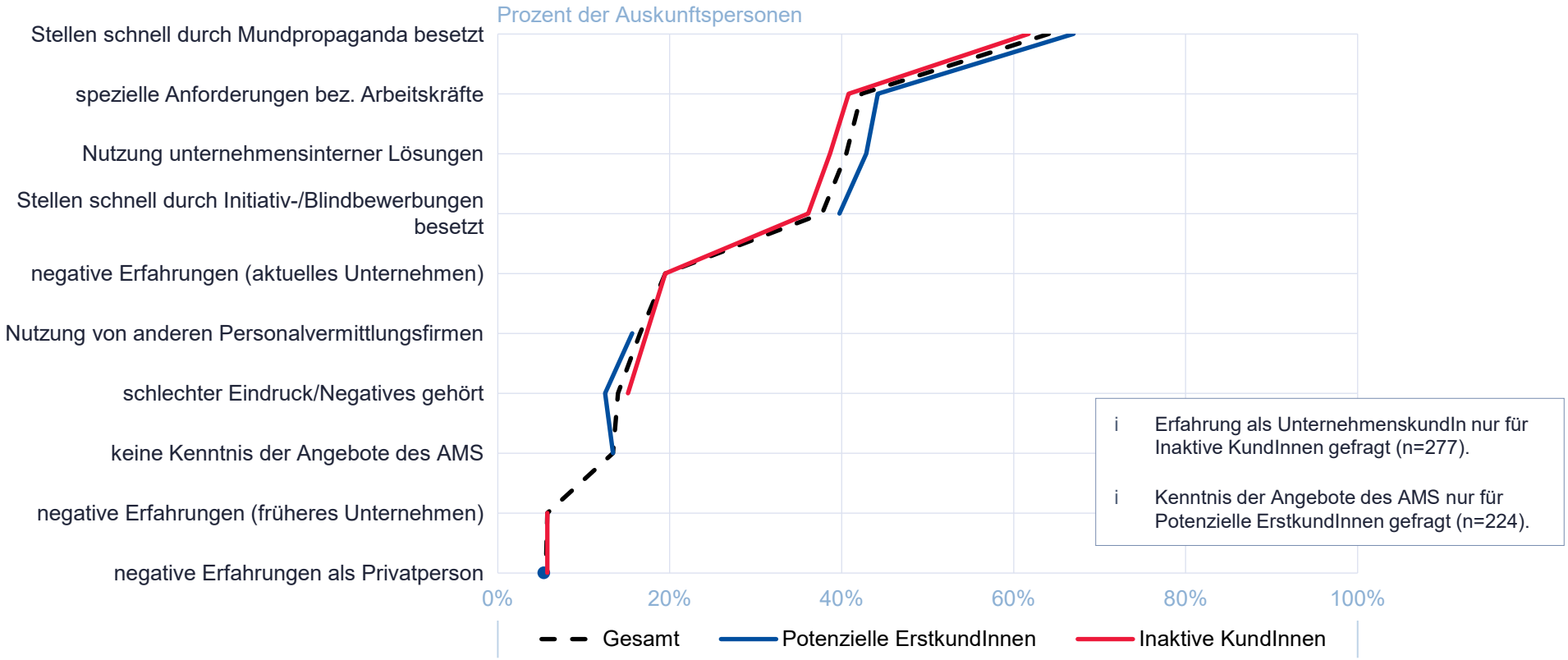


"Ich lese Ihnen jetzt Gründe vor, warum Unternehmen dem AMS möglicherweise keine Stellen melden. Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob das auch auf Sie oder Ihr Unternehmen zutrifft."

n = 501

Gestützte Gründe für mangelnde Stellenmeldung | nach Zielgruppe

Potenzielle ErstkundInnen haben weitgehend die gleichen Gründe wie **inaktive KundInnen**, keine Stellen an das AMS zu melden.



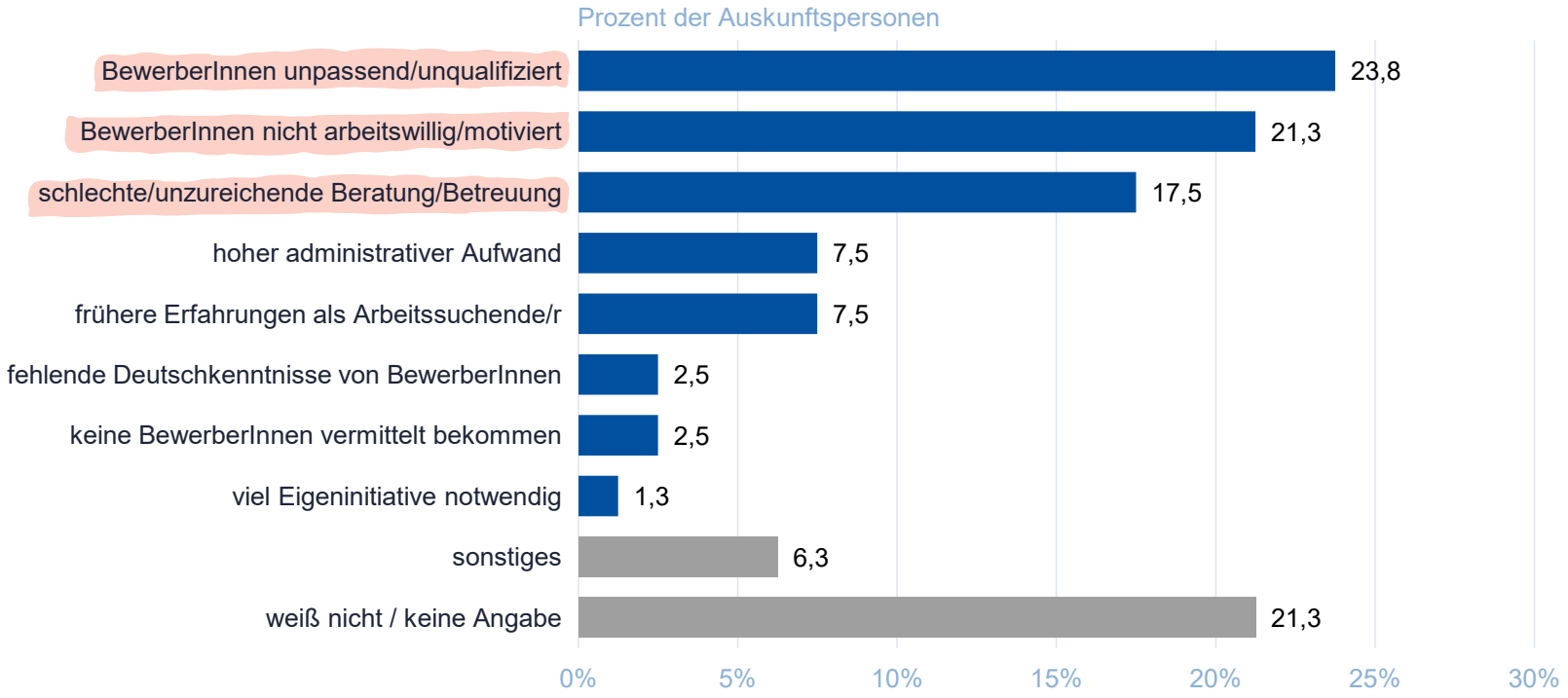
"Ich lese Ihnen jetzt Gründe vor, warum Unternehmen dem AMS möglicherweise keine Stellen melden. Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob das auch auf Sie oder Ihr Unternehmen zutrifft."

n = 501 (224/277)

Art der negativen Erfahrungen

Negative Erfahrungen mit dem AMS beziehen sich vor allem auf die **BewerberInnen**: einige Personalverantwortliche erlebten **unpassende**, **unqualifizierte** oder **unmotivierte** Arbeitsuchende. Zum Teil werden auch die **Beratung bzw. Betreuung** durch das AMS kritisiert.

negative Erfahrungen als Grund angegeben



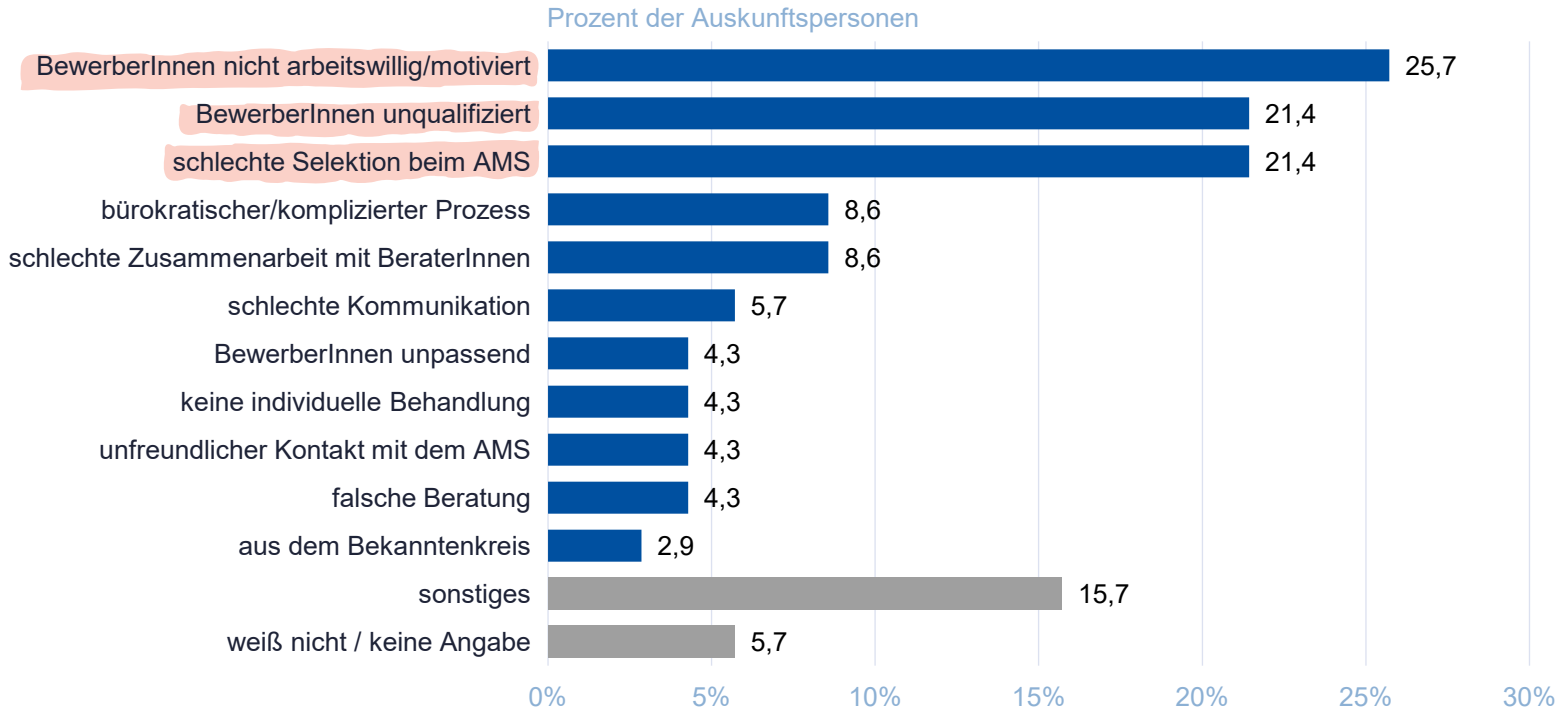
"Welche negativen Erfahrungen haben Sie mit dem AMS gemacht?"

n = 80

Art des schlechten Eindrucks

Sofern Personalverantwortliche einen schlechten Eindruck des AMS haben, werden vor allem die vermeintlich **nicht arbeitswilligen BewerberInnen** genannt. Auch von deren **Qualifikation** sowie **Auswahl** durch das AMS haben Personalverantwortliche einen schlechten Eindruck.

schlechter Eindruck als Grund angegeben



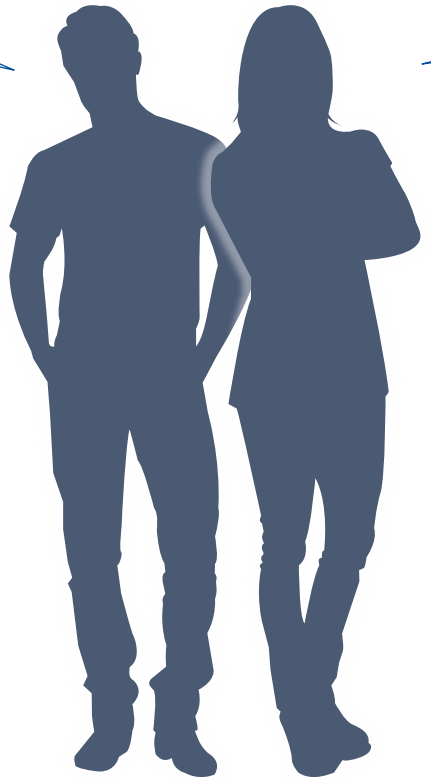
"In welcher Hinsicht haben Sie einen schlechten Eindruck des AMS bzw. welche negativen Punkte über das AMS haben Sie erfahren, gehört oder gelesen?"

n = 70

Art des schlechten Eindrucks



8/15 Personalverantwortliche hatten einen schlechten Eindruck



unsere Anforderungen an die Stelle (TechnikerIn) wurden nicht erfüllt

Qualifikation der BewerberInnen des AMS ist nicht sonderlich hoch

Arbeitsuchende werden nicht in ihrem Bereich vermittelt, sondern für alles mögliche, Handel, etc.

keine gute persönliche Betreuung durch das AMS erhalten

wurde als Unternehmenskundin für Arbeitsuchende gehalten und barsch behandelt

Arbeitsuchende sind nicht gerne beim AMS, aber die, die wollen, schauen, dass sie sich selber etwas finden – die, die nicht wollen, machen nichts

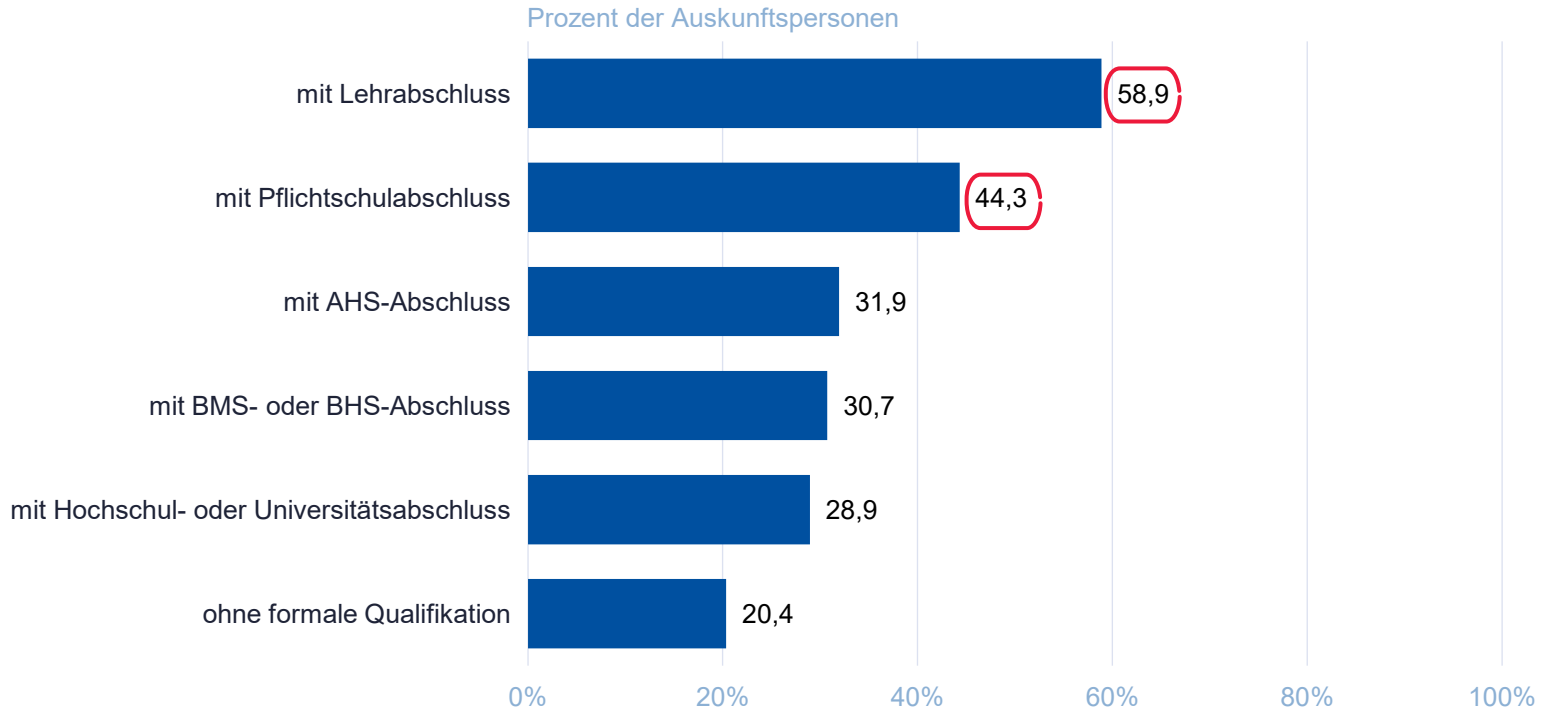
nicht arbeitswillige Personen stellen sich nur vor, um einen Nachweis zu haben

arbeiten langsam, sehr bürokratisch, da bei unterschiedlichen Wünschen andere Zuständigkeiten

Erfahrung (eigene und auch von KollegInnen): wenn man höher qualifizierte Leute sucht, bekommt man diese nicht über das AMS, weil höher Qualifizierte sich nicht beim AMS um Arbeitsplätze bewerben, sondern selbst aktiv werden

Gesuchte Qualifikationen

Am häufigsten werden Personen mit **Lehrabschluss** gesucht, fast **6 von 10 befragten Unternehmen** österreichweit benötigen Arbeitsuchende mit dieser Qualifikation. Über **4 von 10 Unternehmen** möchten (auch) Stellen für **Arbeitsuchende mit Pflichtschulabschluss** besetzen.

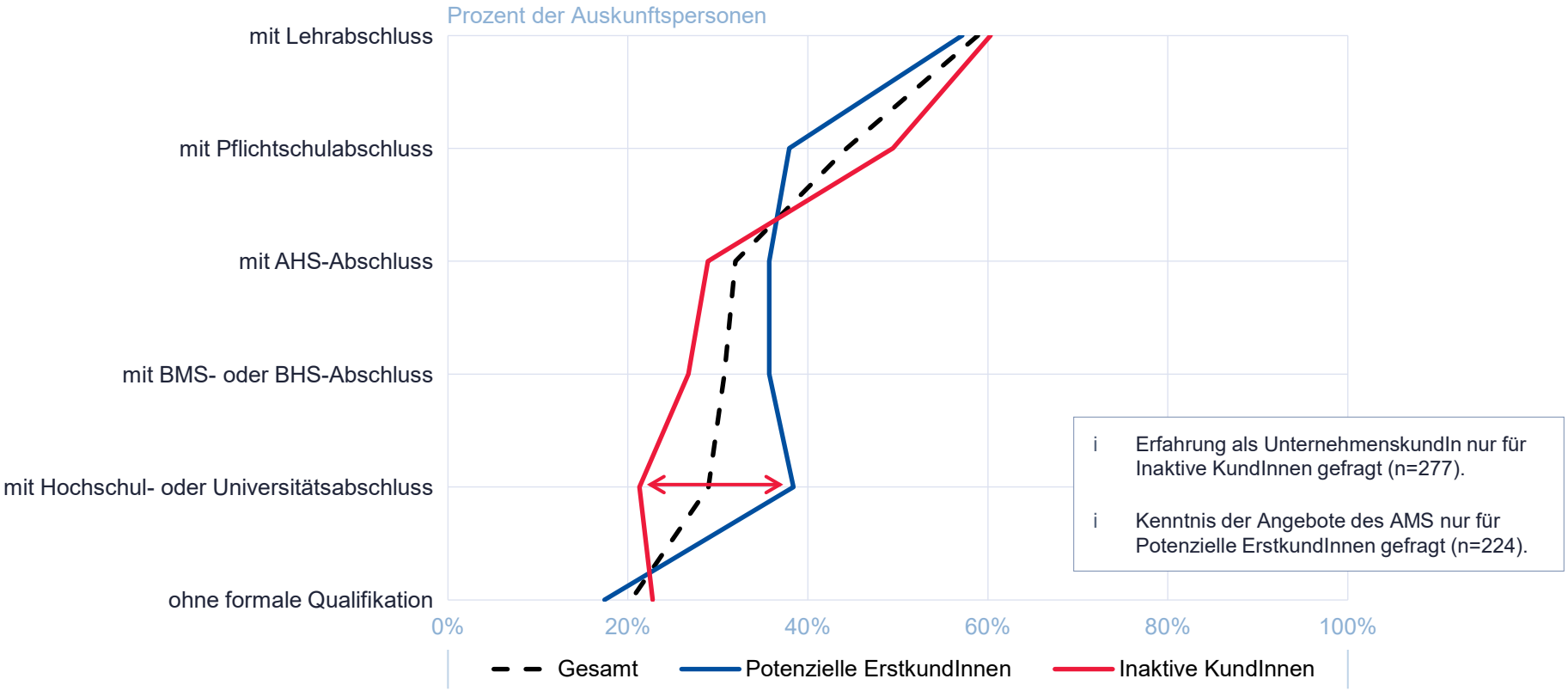


"Welche MitarbeiterInnen suchen Sie? Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Sie MitarbeiterInnen mit der jeweiligen Qualifikation suchen. Suchen Sie MitarbeiterInnen…"

n = 501

Gesuchte Qualifikationen | nach Zielgruppe

Potenzielle ErstkundInnen – die dem AMS noch nie Stellen meldeten – suchen viel häufiger nach **AkademikerInnen**. Auch sonstige höhere **formale Qualifikationen** sind für diese Zielgruppe **wichtiger** als für inaktive KundInnen.



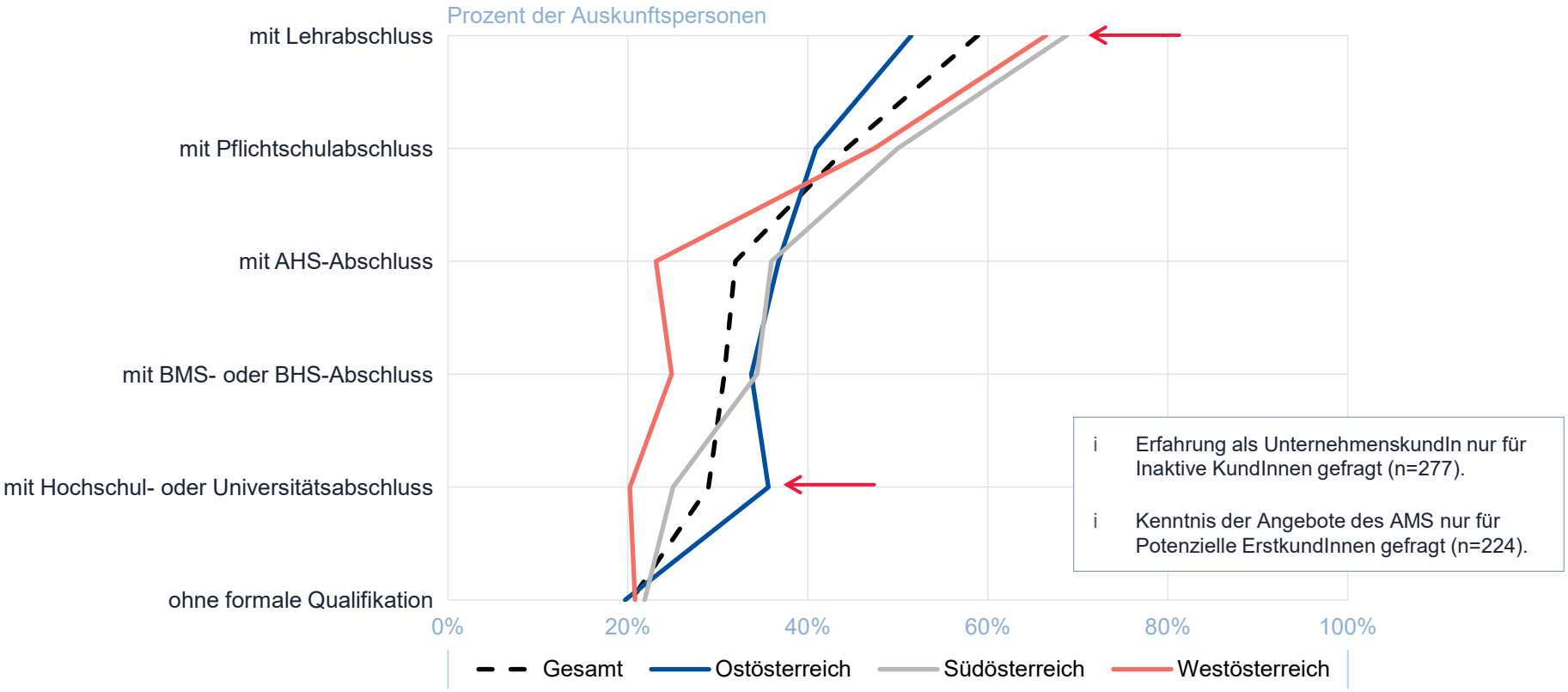
"Welche MitarbeiterInnen suchen Sie? Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Sie MitarbeiterInnen mit der jeweiligen Qualifikation suchen. Suchen Sie MitarbeiterInnen…"

n = 501 (224/277)

Gesuchte Qualifikationen | nach Region

marketmind
QUANTITATIV

In **Süd- und Westösterreich** werden häufiger Arbeitskräfte mit **Lehrabschluss** gesucht. In **Ostösterreich** hingegen werden häufiger **AkademikerInnen** benötigt, vor allem im Vergleich zu Westösterreich.



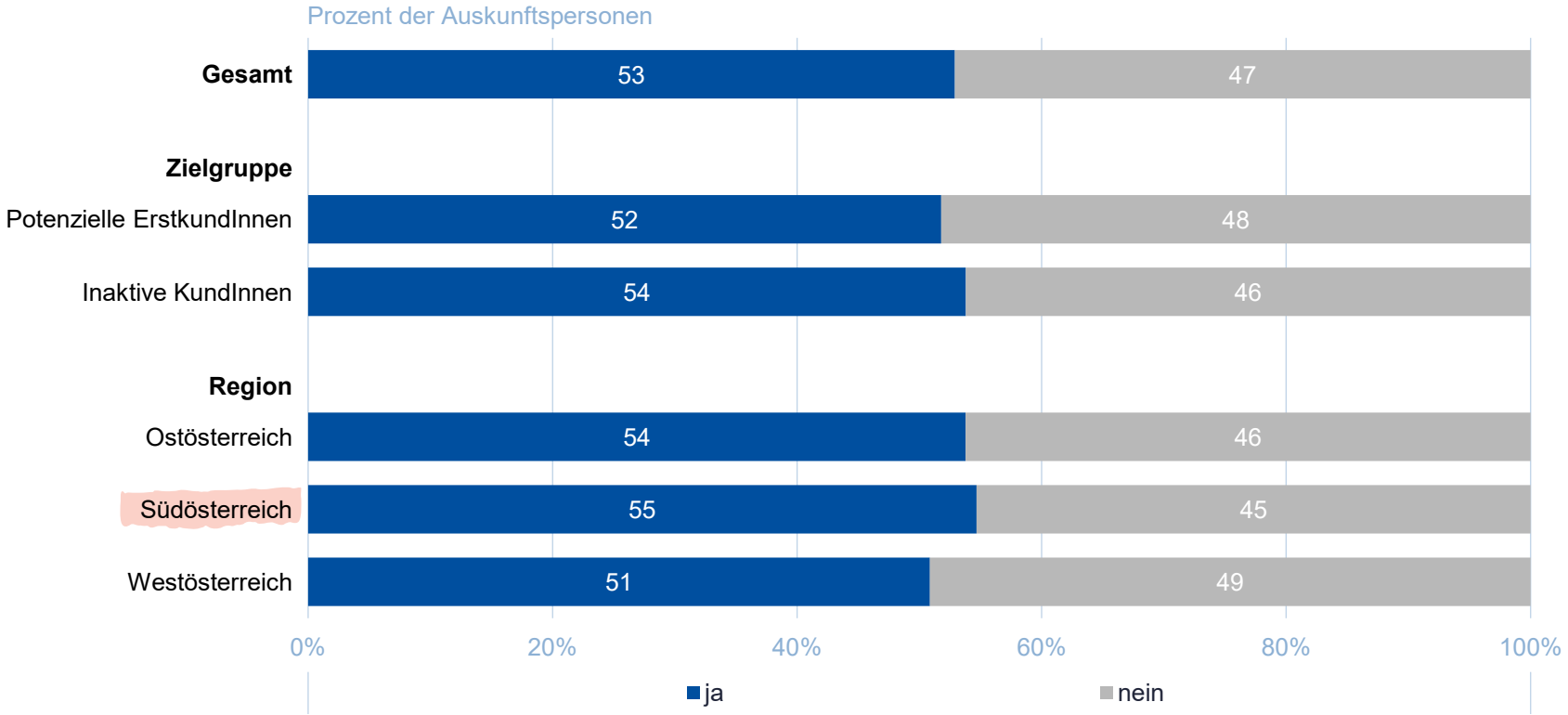
"Welche MitarbeiterInnen suchen Sie? Bitte antworten Sie mit 'ja' oder 'nein', ob Sie MitarbeiterInnen mit der jeweiligen Qualifikation suchen. Suchen Sie MitarbeiterInnen…"

n = 501 (264/64/173)

Suche nach speziellen Fachkräften | nach Zielgruppe und Region

marketmind
QUANTITATIV

Die Suche nach **speziellen Fachkräften** ist für **über die Hälfte der Unternehmen relevant**. **Beide Zielgruppen** sind **gleichermaßen betroffen**. In **Südösterreich** wird leicht **häufiger** nach speziellen Fachkräften gesucht, in **Westösterreich** etwas **weniger häufig**.



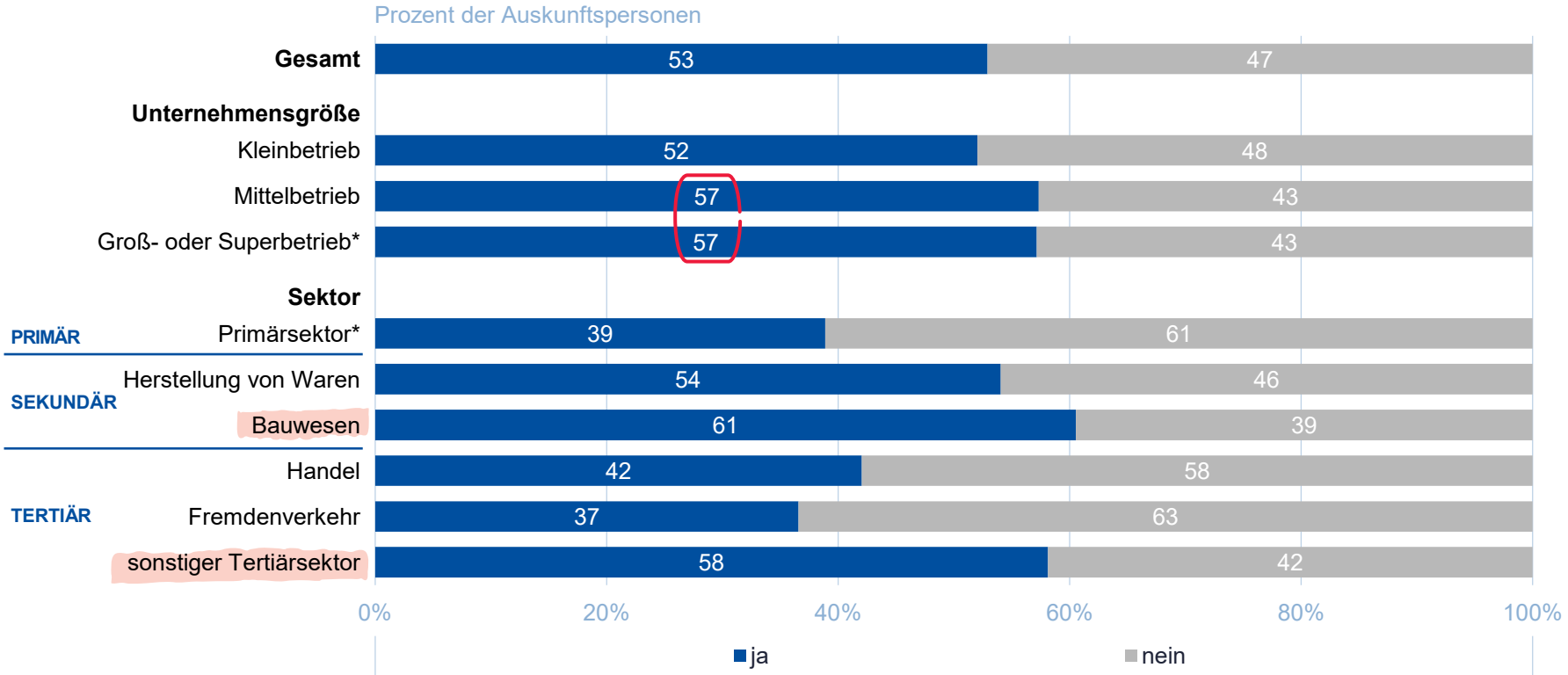
"Suchen Sie für Ihren Betrieb auch spezielle Fachkräfte?"

n = 501 (224/277/264/64/173)

Suche nach speziellen Fachkräften | nach Größe und Sektor

marketmind
QUANTITATIV

Größere Unternehmen suchen eher (auch) **spezielle Fachkräfte**. Vor allem in **Produktion** und **Bauwesen**, sowie im **Tertiärsektor** allgemein sind **Fachkräfte** gesucht.



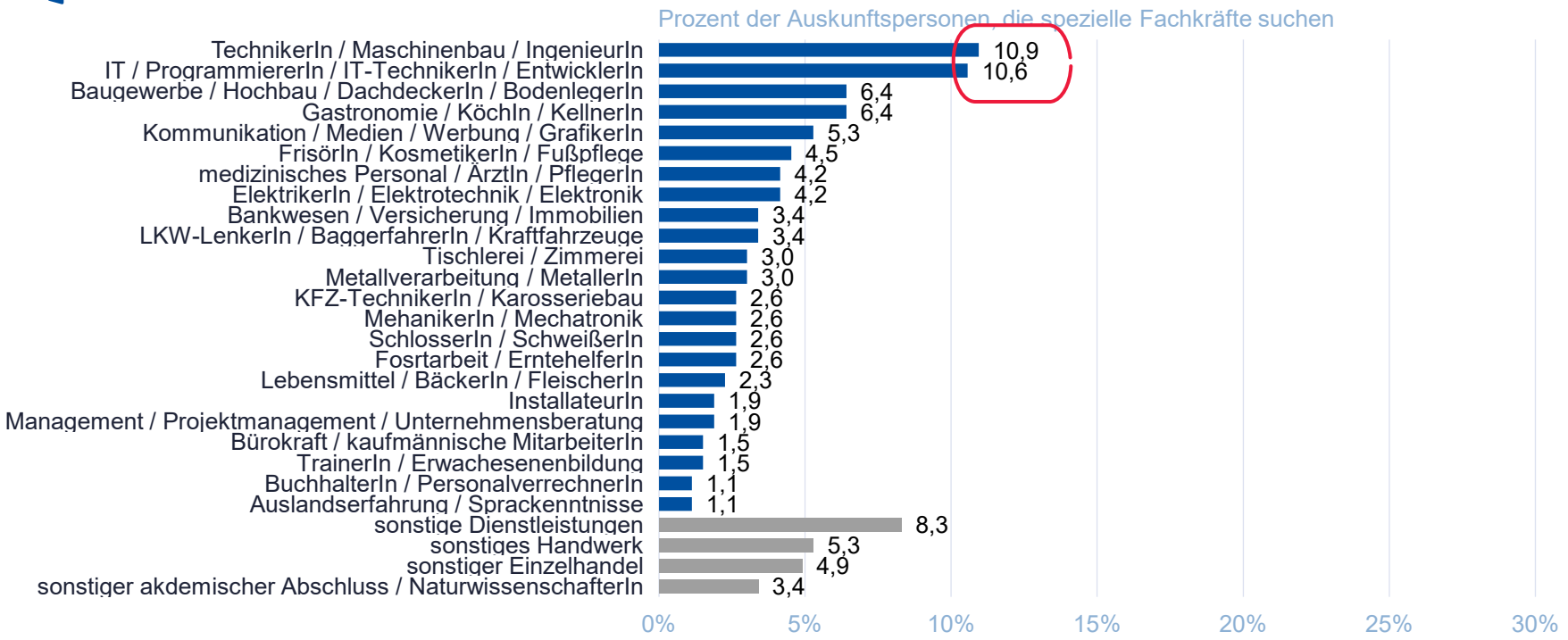
"Suchen Sie für Ihren Betrieb auch spezielle Fachkräfte?"

n = 501 (419/75/7/18/37/38/88/41/277) | *kleine Stichprobe

Art der gesuchten speziellen Fachkräfte

Am **häufigsten** nennen Personalverantwortliche **TechnikerInnen** und **IngenieurInnen** sowie **IT-Fachkräfte**, **ProgrammiererInnen** und **Software-EntwicklerInnen** als „spezielle Fachkräfte“, die vom Betrieb **gesucht** werden.

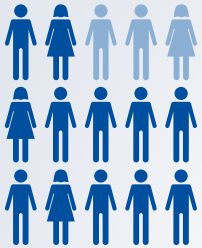
sofern spezielle Fachkräfte gesucht



"Suchen Sie für Ihren Betrieb auch spezielle Fachkräfte?"

n = 265

Art der gesuchten speziellen Fachkräfte

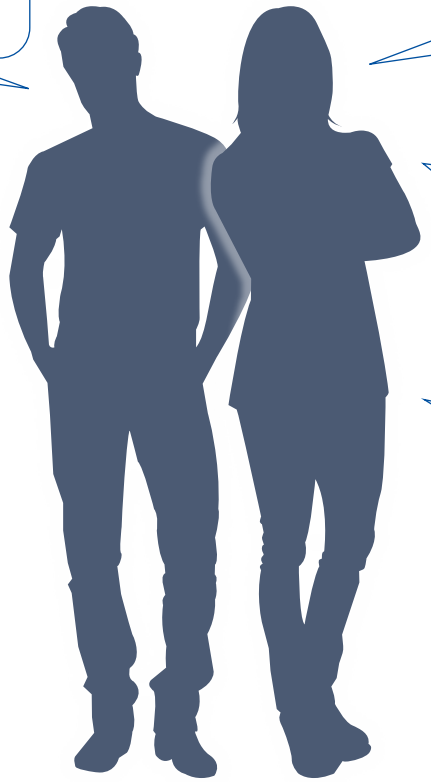


12/15 Personalverantwortliche suchen spezielle Fachkräfte

BautechnikerInnen mit abgeschlossener HTL-Ausbildung und einschlägiger Erfahrungen als Voraussetzung

verschiedene Berufsbilder mit unterschiedlichen Anforderungsprofilen, dazu suchen wir KandidatInnen mit Potenzial

High Potentials, die nicht beim AMS gemeldet sind



für Floristik ist Fachpersonal notwendig, im Gartenbau gibt es geringere Anforderungen, für fachspezifisches Wissen ist dann der Meister verantwortlich

stark unterschiedliche Anforderungen an offene Stellen (KindergartenpädagogIn, Reinigungskräfte, SekretärInnen, etc.)

wegen Finanzmarktaufsicht ganz besondere Voraussetzungen erforderlich, der KandidatInnenpool ist sehr eingeschränkt

Großteils AkademikerInnen, BetriebswirtInnen, auch TechnikerInnen mit schwierigeren Anforderungen, die Kombination aus Soft Skills, Social Skills und technischem Know-How ist sehr schwer zu finden

SchweißerInnen, aber nicht alle SchweißerInnen sind gleich, sie müssen für den Rohrleitungsbau speziell ausgebildet sein

Unterschiedliche Anforderungen im Fitnessstudio: für Personal Trainer gibt es spezielle Anforderungen, für Rezeption/Verkauf sind keine speziellen Anforderungen notwendig

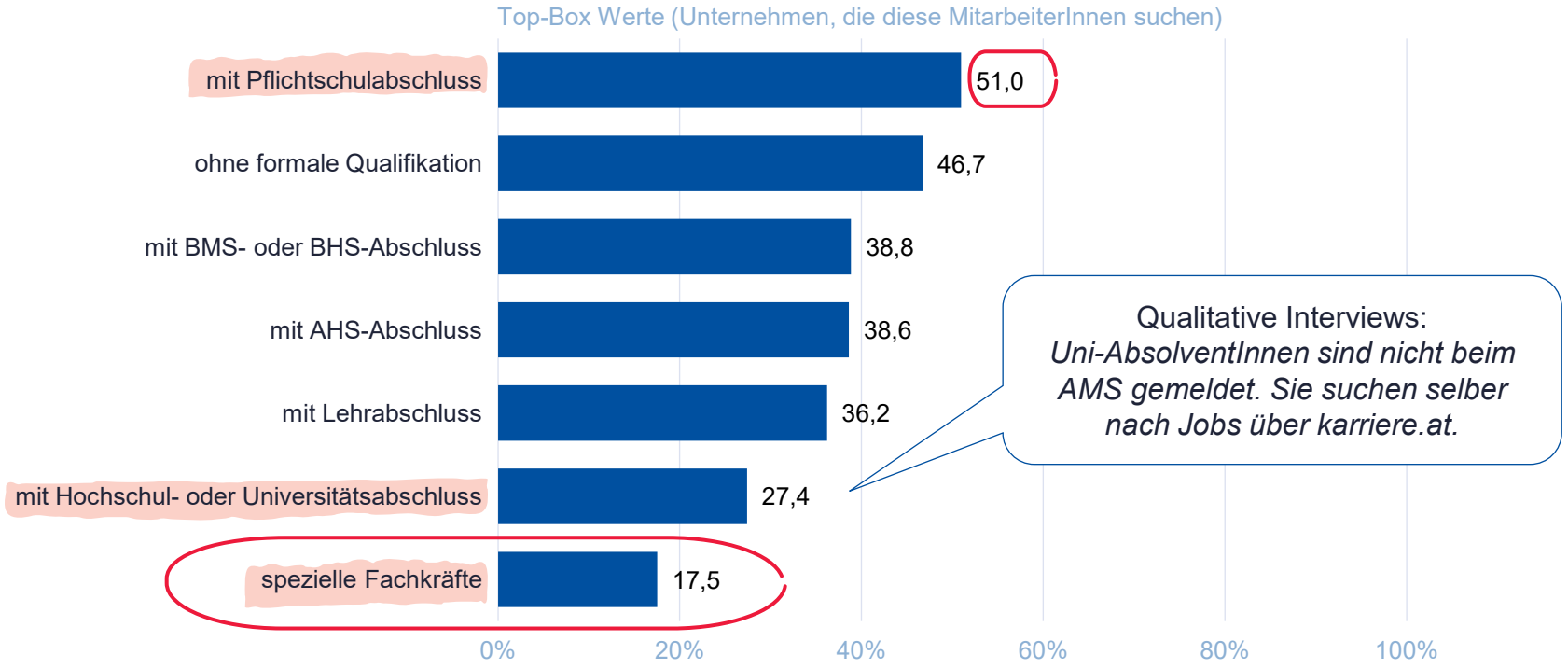
z.B. typische Schalter-MitarbeiterInnen im Bankbereich mit direktem Kundenkontakt, Kommunikationsfähigkeit ist eine ganz besonders wichtige Voraussetzung

höhere Qualifikationen, Sondermaschinenbau, IT- und Softwareentwicklung mit sehr speziellen Kenntnissen, KandidatInnen müssen im Unternehmen noch jahrelang ausgebildet werden, damit sie produktiv arbeiten können; das AMS ist nicht Plattform, die solche Leute bieten kann

Vermittlungsvermögen des AMS

Nur 18% der Unternehmen, die **Fachkräfte suchen**, glauben, dass das **AMS diese vermitteln kann!** Auch **UniabsolventInnen** werden **eher nicht beim AMS** vermutet – **nur 27%** glauben, dass das AMS diese (sehr) wahrscheinlich **vermitteln kann**.

sofern diese Qualifikation gesucht



Anmerkung:
1 = sehr wahrscheinlich/
6 = überhaupt nicht wahrscheinlich

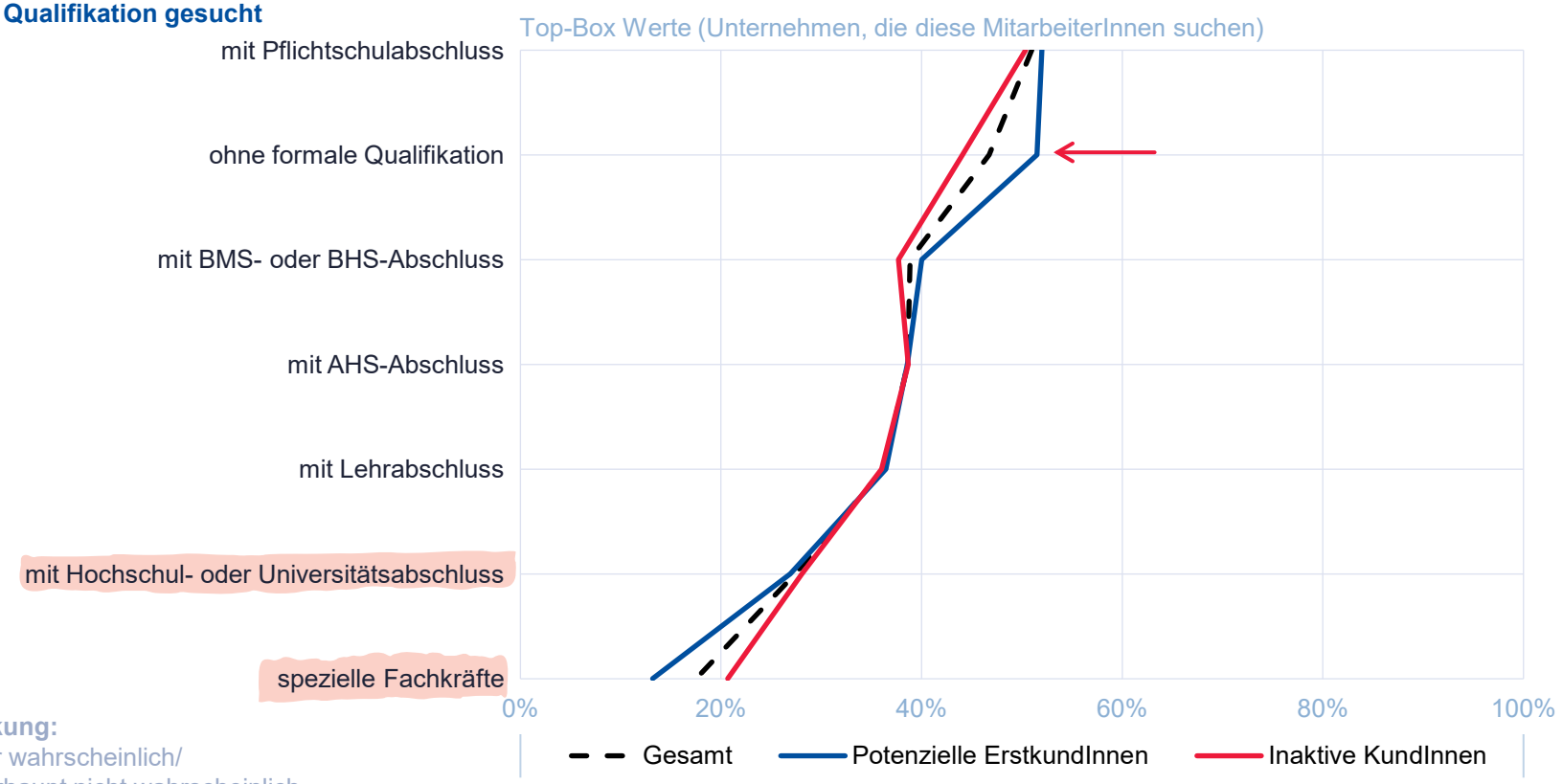
"Inwiefern glauben Sie, dass das AMS Ihnen MitarbeiterInnen mit diesen gesuchten Qualifikationen vermitteln könnte?"

n = 206/92/139/145/279/135/251

Vermittlungsvermögen des AMS | nach Zielgruppe

Potenzielle ErstkundInnen ohne AMS-Erfahrung haben den Eindruck, dass das AMS etwas leichter Personen **ohne formale Qualifikation** vermitteln kann.

sofern diese Qualifikation gesucht



Anmerkung:
1 = sehr wahrscheinlich/
6 = überhaupt nicht wahrscheinlich

"Inwiefern glauben Sie, dass das AMS Ihnen MitarbeiterInnen mit diesen gesuchten Qualifikationen vermitteln könnte?"

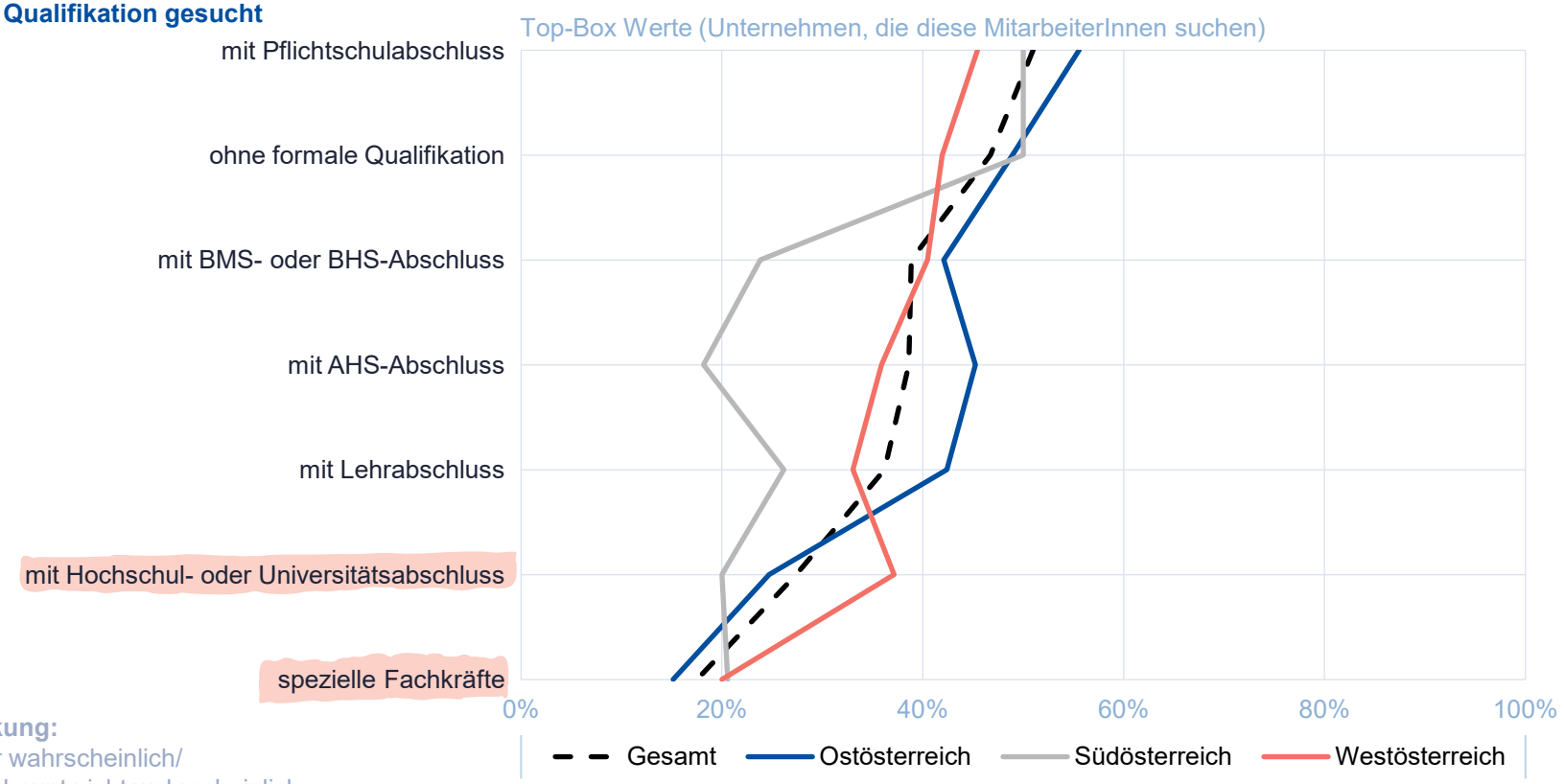
n = 501 (224/277)

Vermittlungsvermögen des AMS | nach Region

marketmind
QUANTITATIV

Personalverantwortliche in **Südösterreich** glauben **weniger** an das **Vermittlungsvermögen des AMS**, vor allem bei **BMS-**, **BHS-**, **AHS-** und **Lehrabschluss.**

sofern diese Qualifikation gesucht



Anmerkung:
1 = sehr wahrscheinlich/
6 = überhaupt nicht wahrscheinlich

"Inwiefern glauben Sie, dass das AMS Ihnen MitarbeiterInnen mit diesen gesuchten Qualifikationen vermitteln könnte?"

n = 501 (264/64/173)

04 Herausforderungen & Wünsche für Zusammenarbeit

Forschungsfrage: Mit welchen Angeboten könnte das AMS eine Zusammenarbeit forcieren?

Herausforderungen am Arbeitsmarkt

Österreichische Unternehmen leiden vor allem unter dem **Mangel an Fachkräften – 4 von 10** Unternehmen sind davon **betroffen**. Der **allgemeine Arbeitskräftemangel** ist für **3 von 10** Unternehmen eine **Herausforderung**.

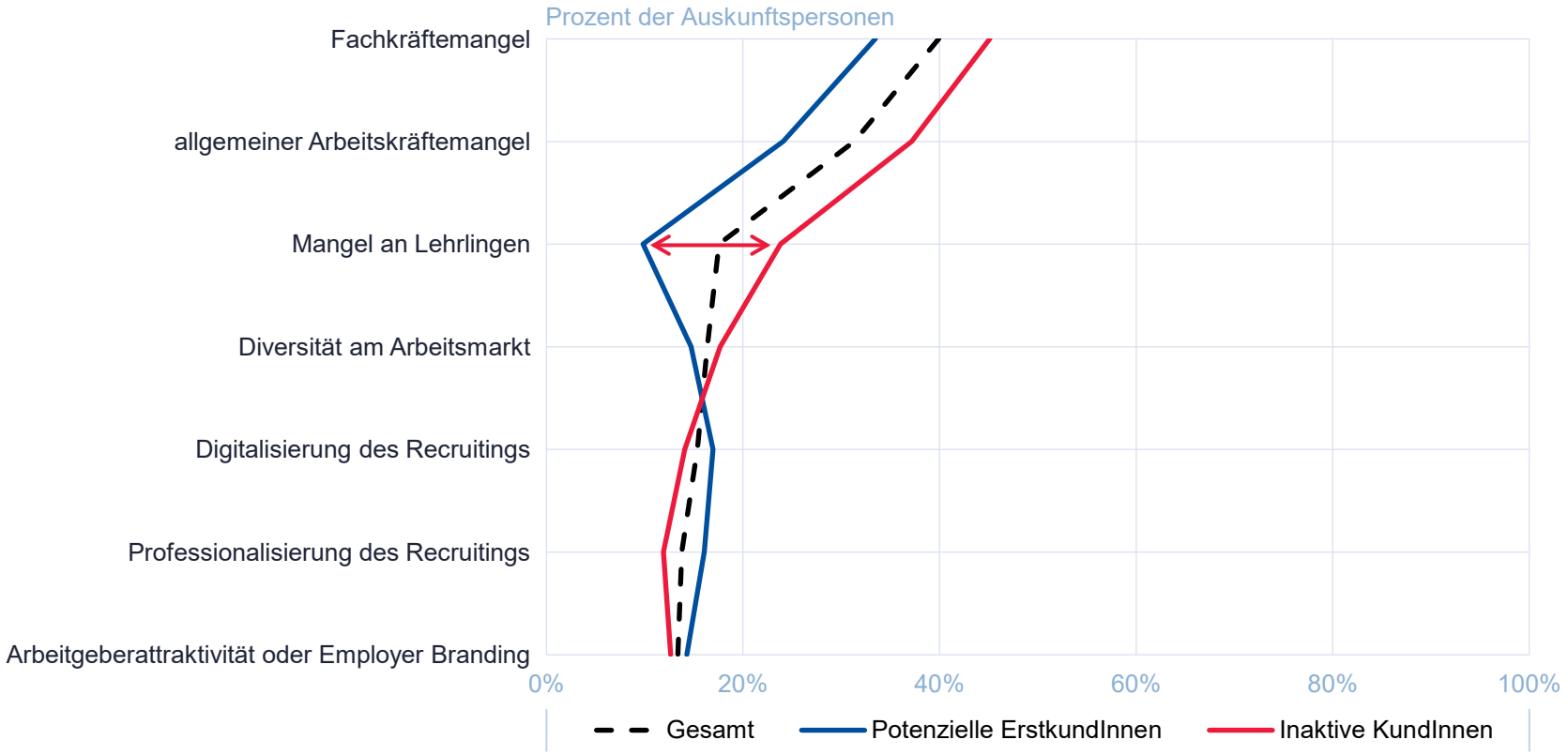


"Ist Ihr Unternehmen aktuell von den folgenden Herausforderungen am Arbeitsmarkt betroffen?"

n = 501

Herausforderungen am Arbeitsmarkt | nach Zielgruppe

Inaktive KundInnen spüren eher **Fach- und Arbeitskräftemangel** – und vor allem den Mangel an **Lehrlingen** – noch **stärker** als potenzielle ErstkundInnen.

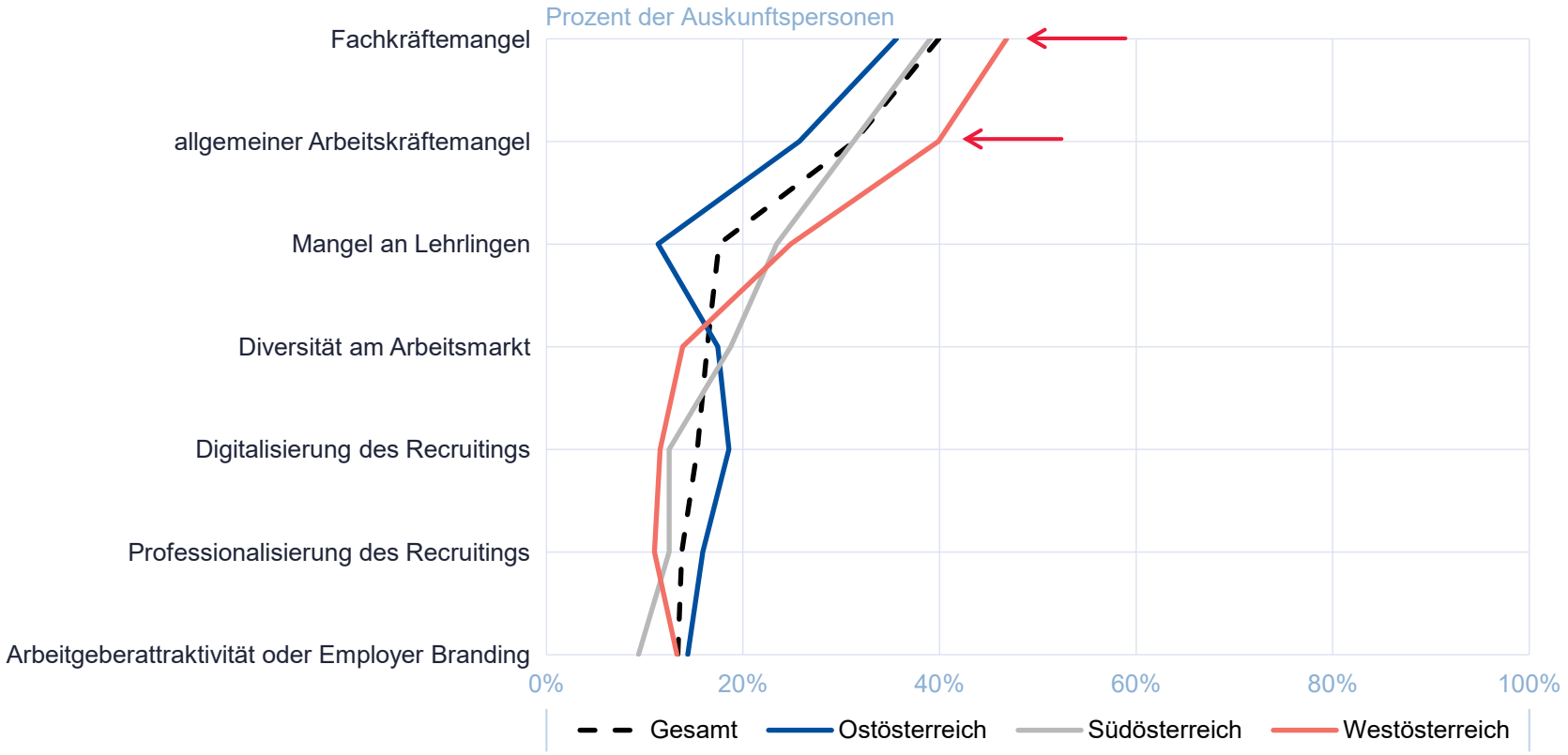


"Ist Ihr Unternehmen aktuell von den folgenden Herausforderungen am Arbeitsmarkt betroffen?"

n = 501 (224/277)

Herausforderungen am Arbeitsmarkt | nach Region

Fach- und allgemeiner Arbeitskräftemangel sind in Westösterreich ein größeres Thema, in **Ostösterreich** ist dies **etwas seltener** eine Herausforderung.



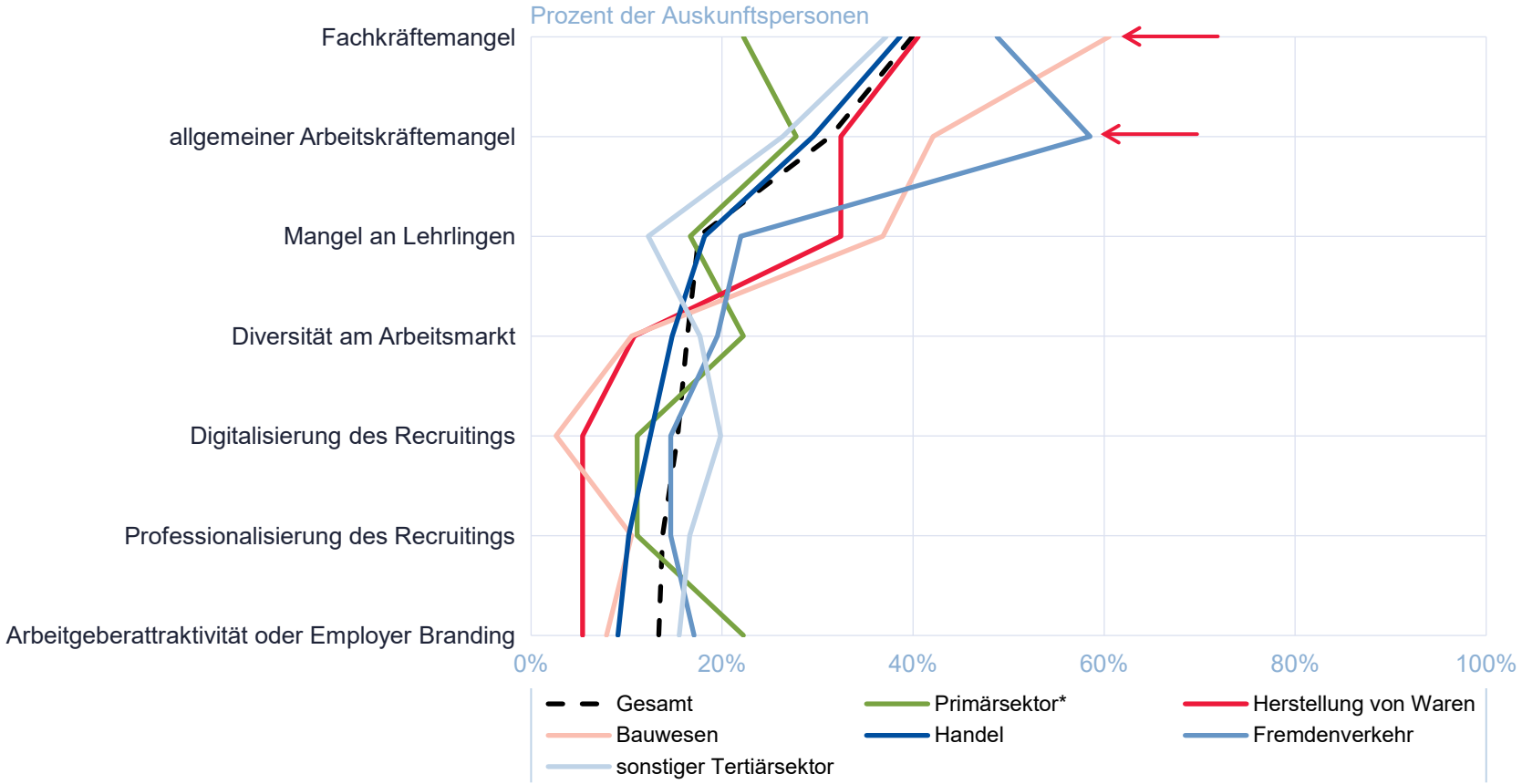
"Ist Ihr Unternehmen aktuell von den folgenden Herausforderungen am Arbeitsmarkt betroffen?"

n = 501 (264/64/173)

Herausforderungen am Arbeitsmarkt | nach Sektor

marketmind
QUANTITATIV

Vor allem im **Bauwesen** und im **Fremdenverkehr** spüren Personalverantwortliche den **Fachkräftemangel** bzw. den **allgemeinen Mangel an Arbeitskräften**.



"Ist Ihr Unternehmen aktuell von den folgenden Herausforderungen am Arbeitsmarkt betroffen?"

n = 501 (18/37/38/88/41/277) | *kleine Stichprobe

Erwartete Unterstützung durch AMS

Ein Drittel der Personalverantwortlichen glaubt, das AMS könne sie **bei Lehrlingsmangel unterstützen**. Beim wichtigsten Problem der Unternehmen, dem **Fachkräftemangel**, würden **nur 17%** Unterstützung des AMS erwarten.

sofern Herausforderung relevant



Anmerkung:
1 = sehr stark/
6 = überhaupt nicht stark

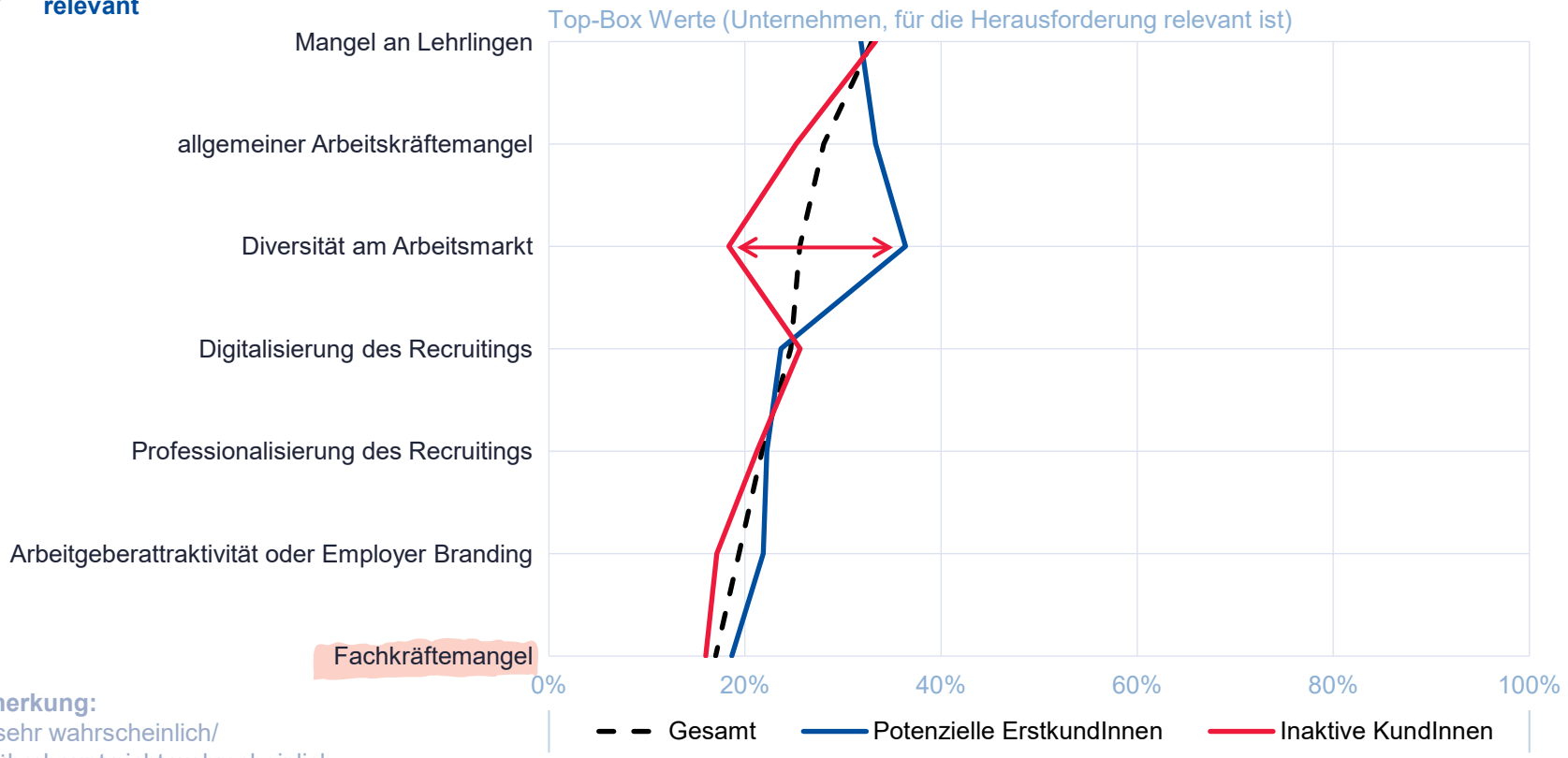
"In welchem Ausmaß wäre Ihrer Meinung nach das AMS in der Lage, Ihr Unternehmen bei diesen Herausforderungen am Arbeitsmarkt zu unterstützen?"

n = 501

Erwartete Unterstützung durch AMS | nach Zielgruppe

Potenzielle ErstkundInnen glauben viel stärker, dass das AMS Unternehmen im Bereich **Diversität am Arbeitsmarkt unterstützen** kann.

sofern Herausforderung relevant



Anmerkung:
1 = sehr wahrscheinlich/
6 = überhaupt nicht wahrscheinlich

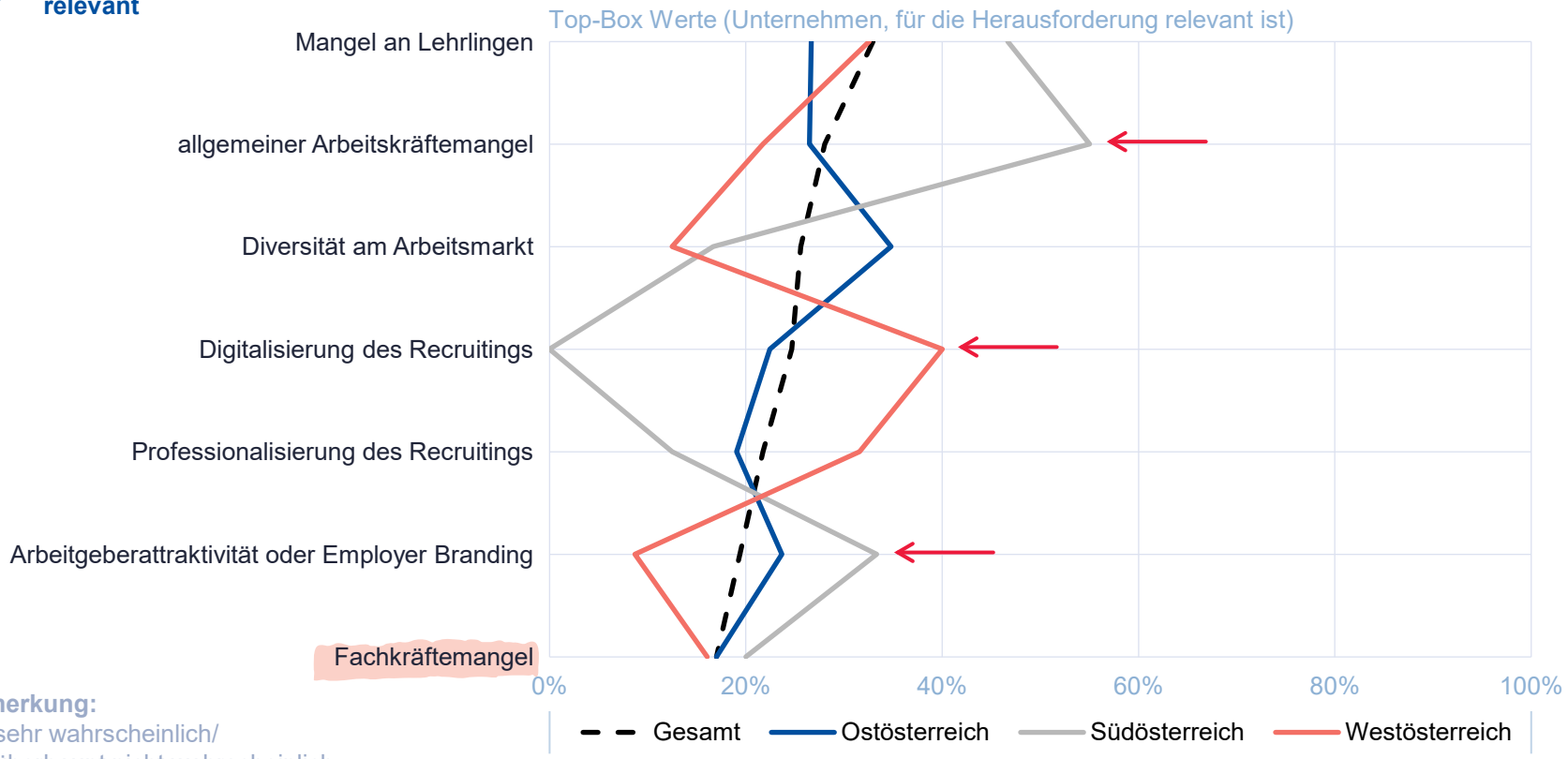
"In welchem Ausmaß wäre Ihrer Meinung nach das AMS in der Lage, Ihr Unternehmen bei diesen Herausforderungen am Arbeitsmarkt zu unterstützen?"

n = 501 (224/277)

Erwartete Unterstützung durch AMS | nach Region

Personalverantwortliche in **Südösterreich** glauben stärker an die Fähigkeiten des AMS bei **Arbeitskräftemangel** und **Employer Branding**. Hilfe bei der **Digitalisierung im Recruiting** trauen Unternehmen in **Westösterreich** dem AMS **eher** zu.

sofern Herausforderung relevant



Anmerkung:
1 = sehr wahrscheinlich/
6 = überhaupt nicht wahrscheinlich

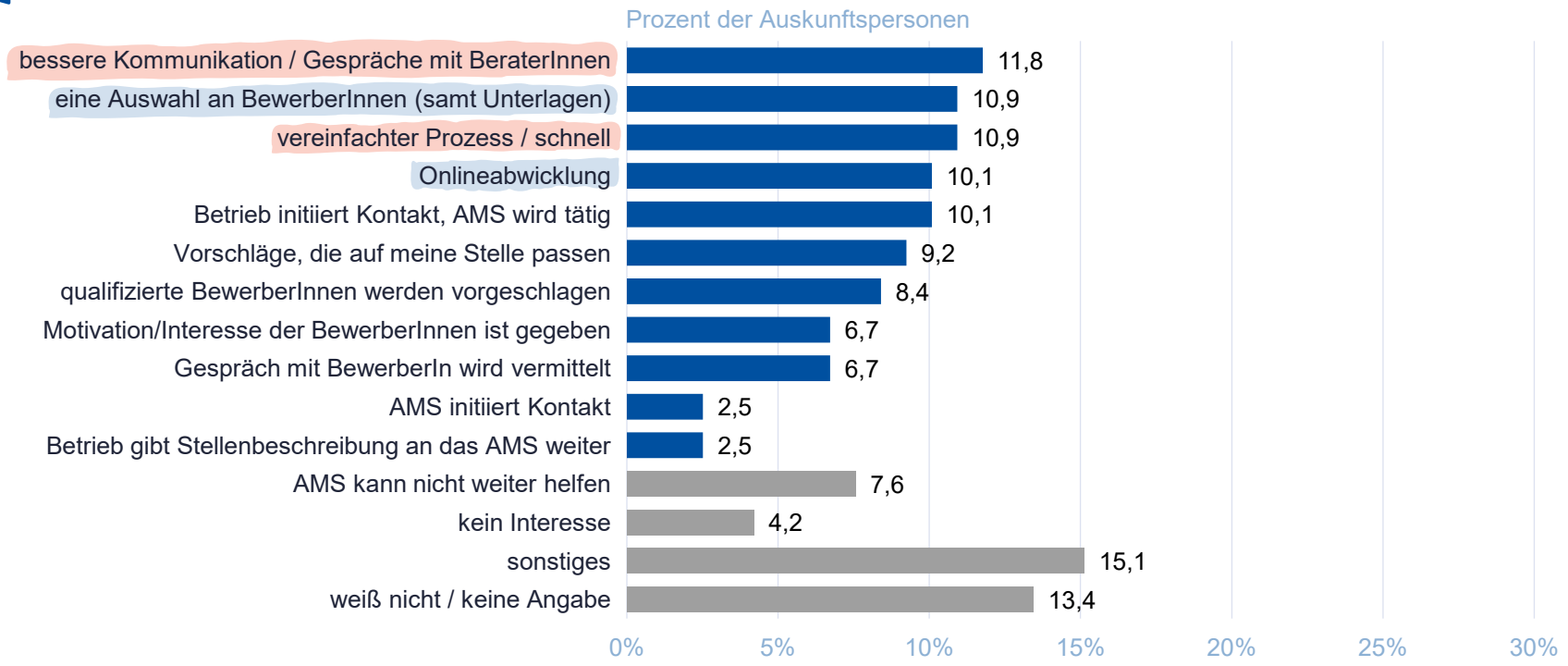
"In welchem Ausmaß wäre Ihrer Meinung nach das AMS in der Lage, Ihr Unternehmen bei diesen Herausforderungen am Arbeitsmarkt zu unterstützen?"

n = 501 (264/64/173)

Wünsche für den Ablauf der Zusammenarbeit

Betrieben wäre bei einer potenziellen Zusammenarbeit vor allem die **Kommunikation** wichtig, der Prozess sollte auch **schnell und einfach** verlaufen. Zwei häufig genannte Punkte – die **Vorauswahl** mit **Übermittlung der Unterlagen**, sowie die **Onlineabwicklung** – **bietet das AMS bereits an!**

zufällig jede 4. Auskunftsperson befragt



"Bitte stellen Sie sich vor, dass Sie doch in die Situation kommen, eine offene Stelle an das AMS zu melden. Wie sollte dieser Prozess der Stellenbesetzung beim AMS idealerweise ablaufen?"

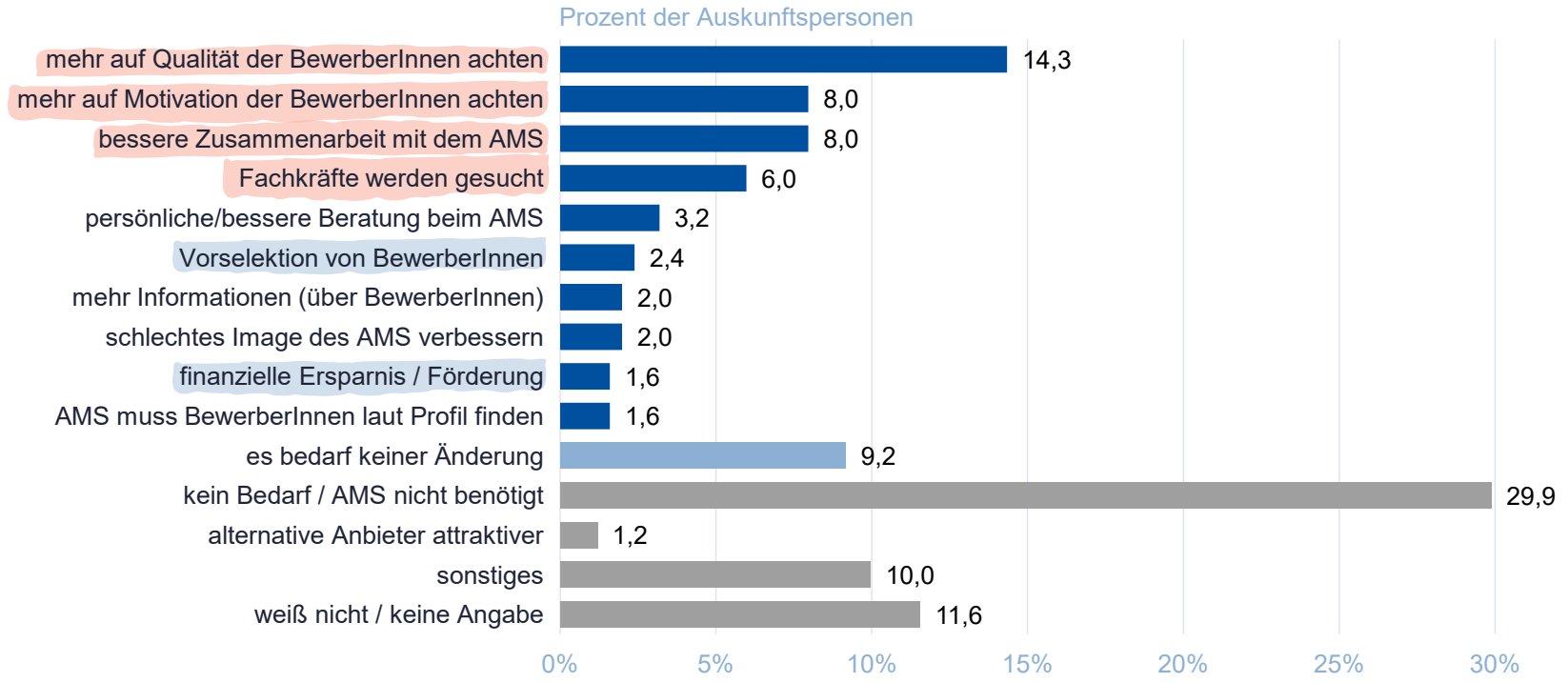
n = 119

Nötige Leistung des AMS für Zusammenarbeit

marketmind
QUANTITATIV

Um Personalverantwortliche zu überzeugen, müssten sich **Qualität** und **Motivation** der BewerberInnen verbessern. Auch **Zusammenarbeit** und **Fachkräftesuche** werden häufig genannt. Die gewünschte **Vorselektion** der BewerberInnen sowie **finanzielle Vorteile** bietet das AMS bereits!

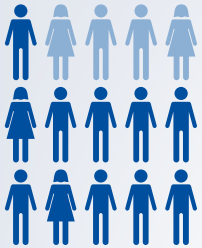
zufällig jede 2. Auskunftsperson befragt



"Was müsste das AMS Ihnen bieten, damit Sie (wieder) dem AMS offene Stellen melden?"

n = 251

Nötige Leistung des AMS für Zusammenarbeit



11/15 Personalverantwortliche konnten eine Aussage machen

Junior-Positionen werden direkt von der Uni weg rekrutiert, nicht vom AMS

das AMS soll nur solche BewerberInnen schicken, die zum Unternehmen passen, gute Vorselektion

das AMS sollte sich die Zeit nehmen, sich mit dem jeweiligen Unternehmen auseinanderzusetzen

Serviceorientierung, Personalvermittler leisten durch monetäre Anreize eine bessere Arbeit

Rekrutierung von qualifiziertem Personal

es wäre sinnvoll, wenn sich nur eine Person beim AMS wie ein persönlicher Key Account Manager mit den Stellen des Unternehmens beschäftigt, die Person hat dadurch einen besseren Überblick über die Anforderungen des Unternehmens

Vorselektion von den geeignetsten Kandidaten durch das AMS, damit wir nur Leute bekommen, die zu unserem Unternehmen passen

das AMS müsste meine Branche sehr gut kennen

wir suchen High Potentials und wenden uns nur an Personen mit Fixanstellung, die nicht arbeitslos gemeldet sind

es müsste erst ein Bedarf entstehen, der nicht durch interne Lösungen oder Blindbewerbungen gedeckt werden kann

je höher qualifiziert die Personen sind, die man sucht, umso schwieriger ist es über das AMS

AMS müsste Vorselektion der Kandidaten, die weitergeleitet werden, so gestalten, dass so weit selektiert wird, dass wirklich Personen dabei sind, die in Frage kommen und Interesse haben

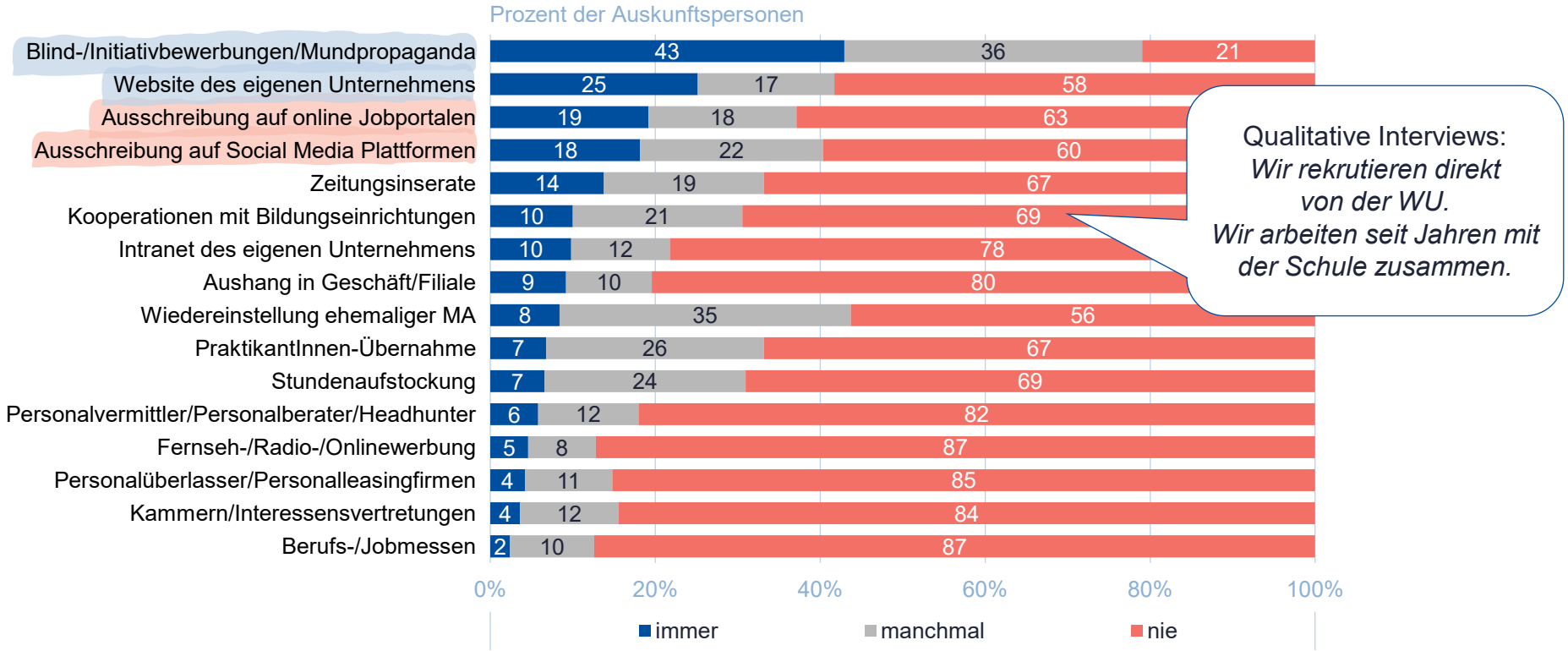
rasche und unbürokratische Ausschreibung, unkomplizierte Gesprächsführung (und dass das AMS auch Gespräche führt), gute Vorselektion durch das AMS

05 Stellenbesetzung in der Vergangenheit

Forschungsfragen: Welchen Bedarf hat das Unternehmen? Mit welchen Angeboten könnte das AMS das Unternehmen bei der Stellenbesetzung ideal unterstützen – und damit auch für eine Zusammenarbeit überzeugen?

Genutzte Möglichkeiten der Stellenbesetzung

Unternehmen nutzen vor allem **interne Möglichkeiten**. Unter den **konkurrierenden Angeboten** werden **online Jobportale** sowie **Social Media Plattformen** dem AMS am häufigsten **vorgezogen**. Andere **Personalvermittler** bzw. **Personalüberlasser** werden nur von **18%** bzw. **15%** genutzt.



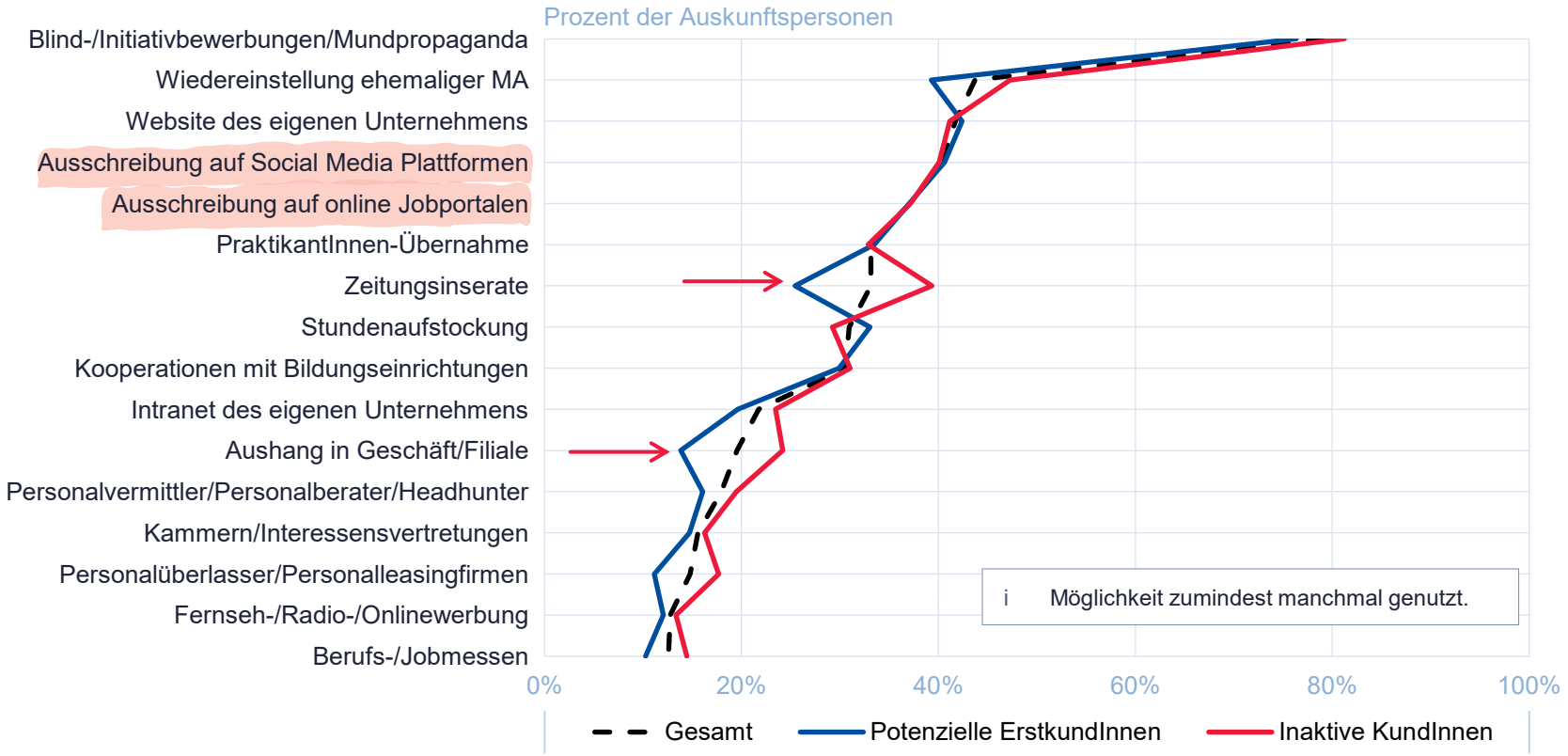
Qualitative Interviews:
Wir rekrutieren direkt von der WU.
Wir arbeiten seit Jahren mit der Schule zusammen.

"Ich lese Ihnen jetzt einige Möglichkeiten der Stellenbesetzung durch interne und externe Quellen vor. Bitte geben Sie an, ob in Ihrem Unternehmen in der Vergangenheit oder aktuell bei der Stellenbesetzung diese Möglichkeiten 'immer', 'manchmal' oder 'nie' genutzt wurden oder werden."

n = 501

Genutzte Möglichkeiten der Stellenbesetzung | nach Zielgruppe

Potenzielle ErstkundInnen nutzen bei der Rekrutierung **seltener Zeitungsinserate** bzw. **Aushänge in Geschäften**.

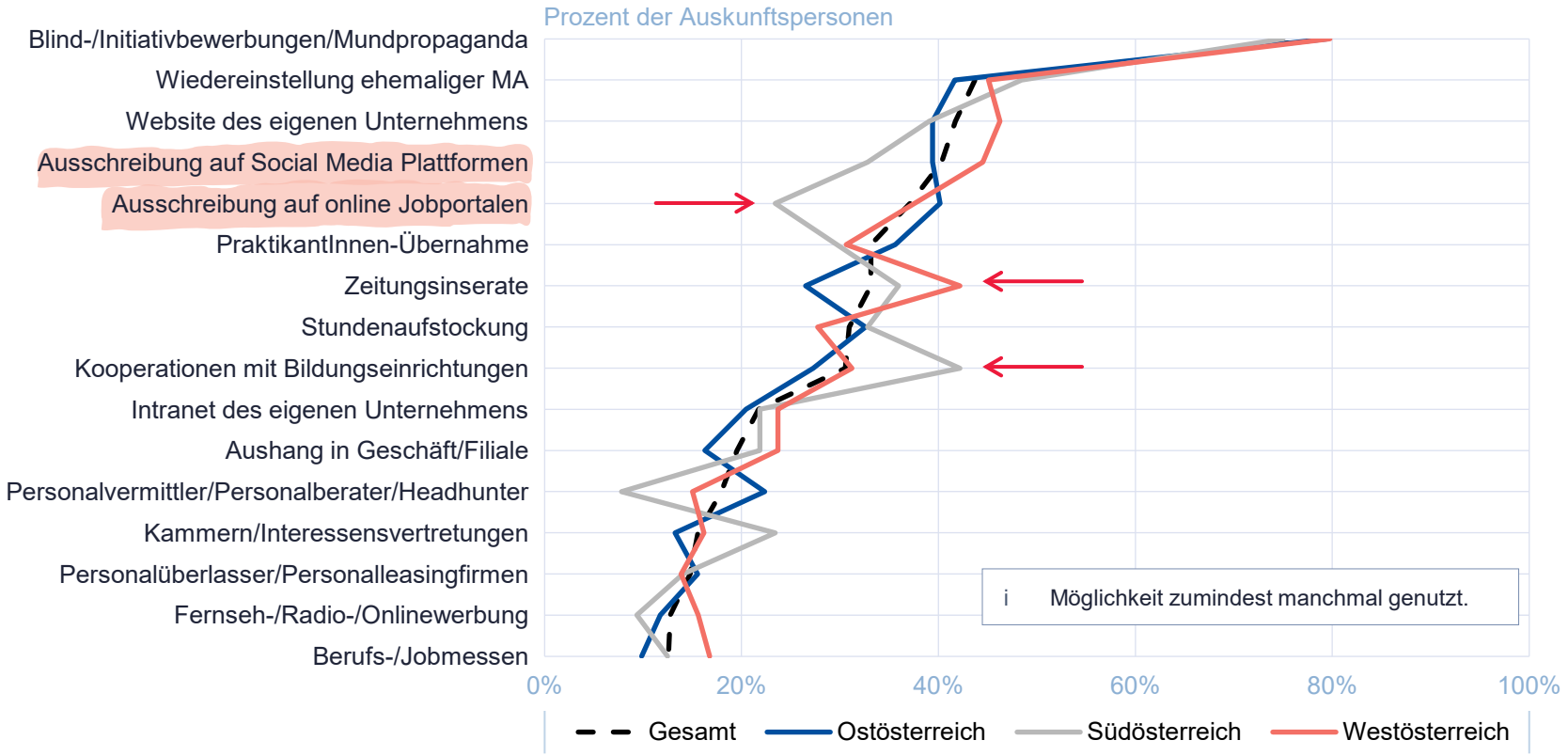


"Ich lese Ihnen jetzt einige Möglichkeiten der Stellenbesetzung durch interne und externe Quellen vor. Bitte geben Sie an, ob in Ihrem Unternehmen in der Vergangenheit oder aktuell bei der Stellenbesetzung diese Möglichkeiten 'immer', 'manchmal' oder 'nie' genutzt wurden oder werden."

n = 501 (224/277)

Genutzte Möglichkeiten der Stellenbesetzung | nach Zielgruppe

In **Westösterreich** werden **Zeitungsinserate häufiger** eingesetzt. Personalvermittler in **Südösterreich** nutzen **seltener online Jobportale**, dafür spielen **Kooperationen mit Bildungseinrichtungen** eine **größere Rolle**.



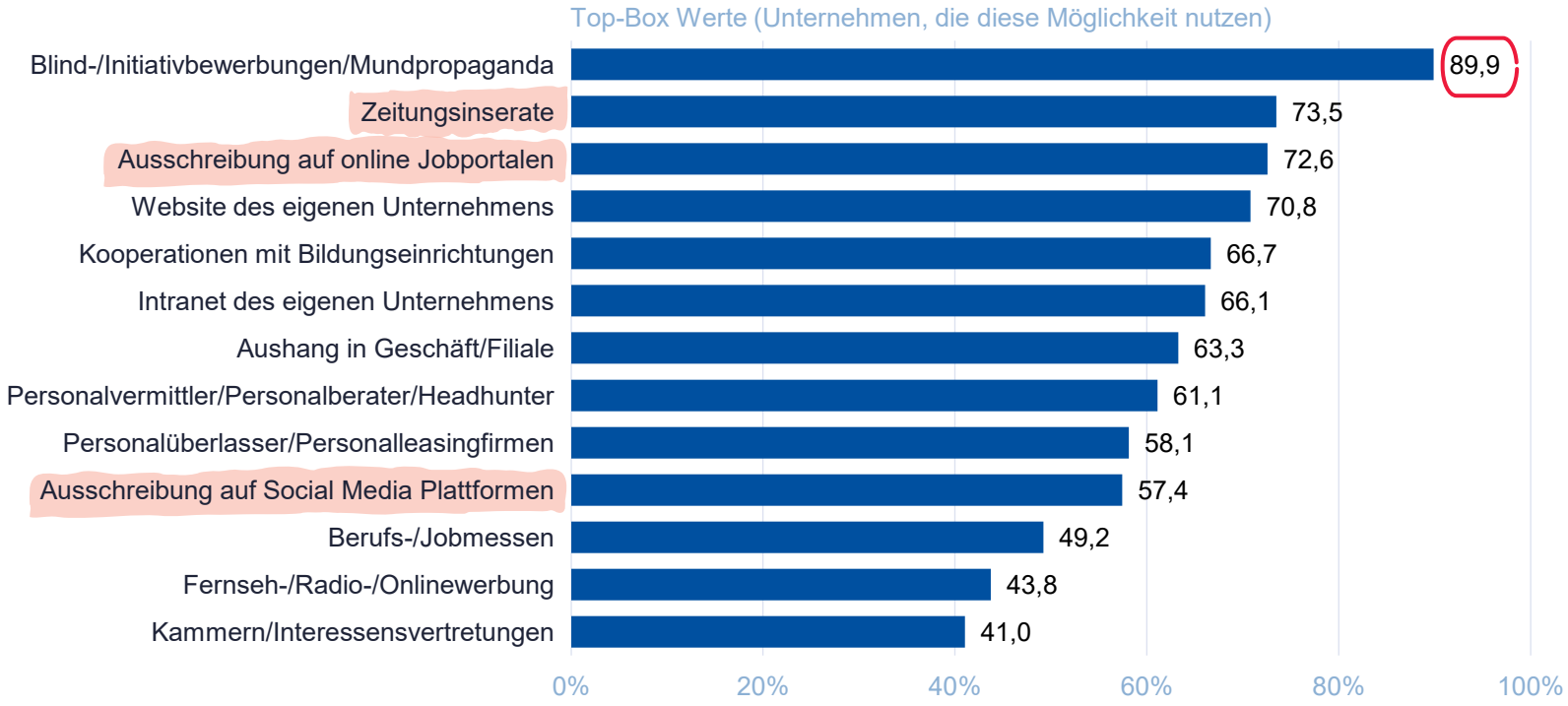
"Ich lese Ihnen jetzt einige Möglichkeiten der Stellenbesetzung durch interne und externe Quellen vor. Bitte geben Sie an, ob in Ihrem Unternehmen in der Vergangenheit oder aktuell bei der Stellenbesetzung diese Möglichkeiten 'immer', 'manchmal' oder 'nie' genutzt wurden oder werden."

n = 501 (264/64/173)

Erfolgreich genutzte Möglichkeiten der Stellenbesetzung

Blindbewerbungen und **Mundpropaganda** führen für **90%** der Unternehmen auch zur **Stellenbesetzung**. Ebenfalls **häufig und erfolgreich** genutzt sind **Zeitungsinserate** und **Onlineportale**. Obwohl ebenfalls **häufig genutzt**, führt **Social Media** etwas **seltener zur Besetzung**.

sofern Möglichkeit genutzt



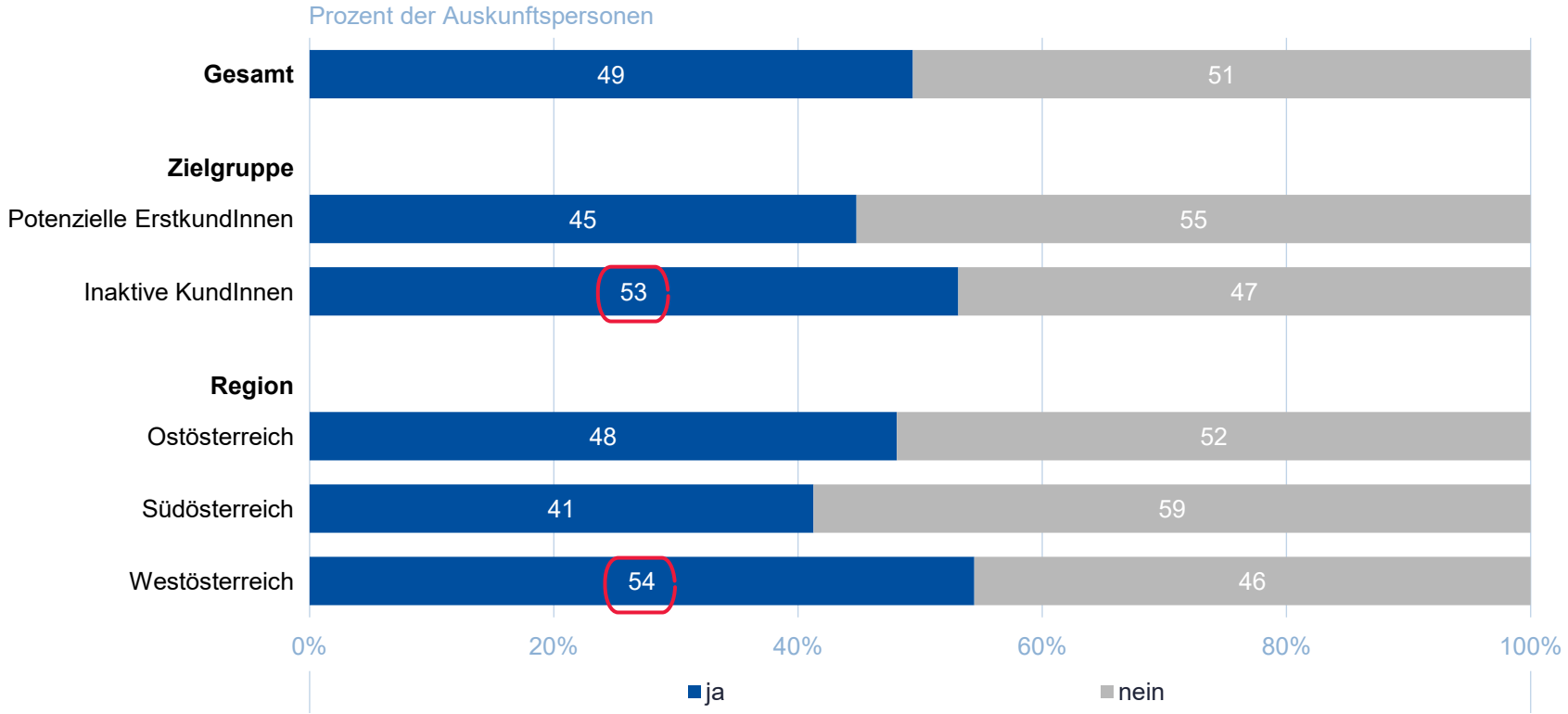
"Über welche der genutzten Möglichkeiten haben Sie auch erfolgreich Stellen besetzt?"

n = min. 63, max. 396

Nutzung kostenpflichtiger Angebote | nach Zielgruppe und Region

marketmind
QUANTITATIV

Die Hälfte der österreichischen Unternehmen haben in der Vergangenheit auch **kostenpflichtige Angebote zur Stellenbesetzung** in Anspruch genommen. **Inaktive UnternehmenskundInnen**, sowie Personalverantwortliche in **Westösterreich** waren **eher dazu bereit**, Geld auszugeben.



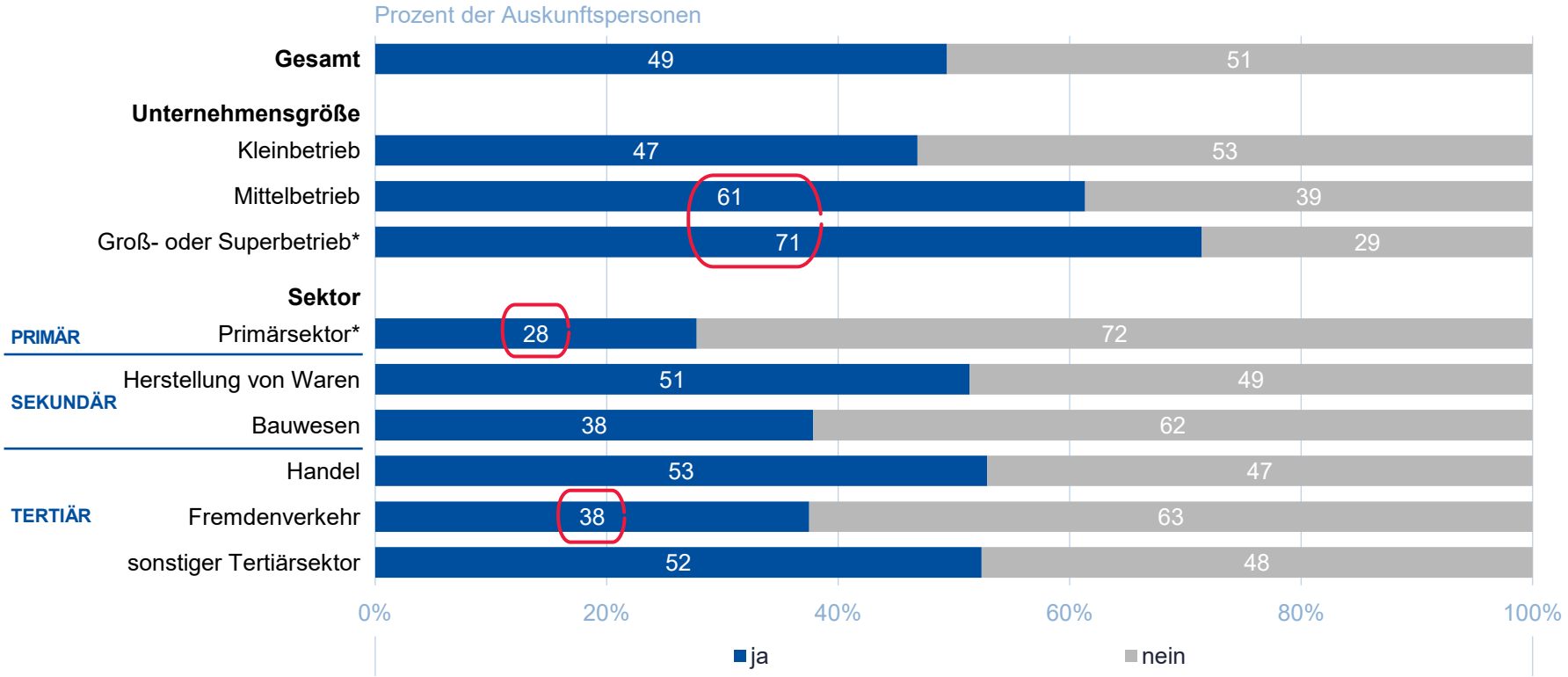
"Waren Sie in der Vergangenheit bereit, für Angebote und Dienstleistungen zur Stellenbesetzung Geld auszugeben?"

n = 501 (224/277/264/64/173)

Nutzung kostenpflichtiger Angebote | nach Größe und Sektor

marketmind
QUANTITATIV

Vor allem **größere Unternehmen** haben **kostenpflichtige Angebote** genutzt.
Personalverantwortliche im **Primärsektor** sowie im **Fremdenverkehr** waren dazu **weniger bereit**.



"Waren Sie in der Vergangenheit bereit, für Angebote und Dienstleistungen zur Stellenbesetzung Geld auszugeben?"

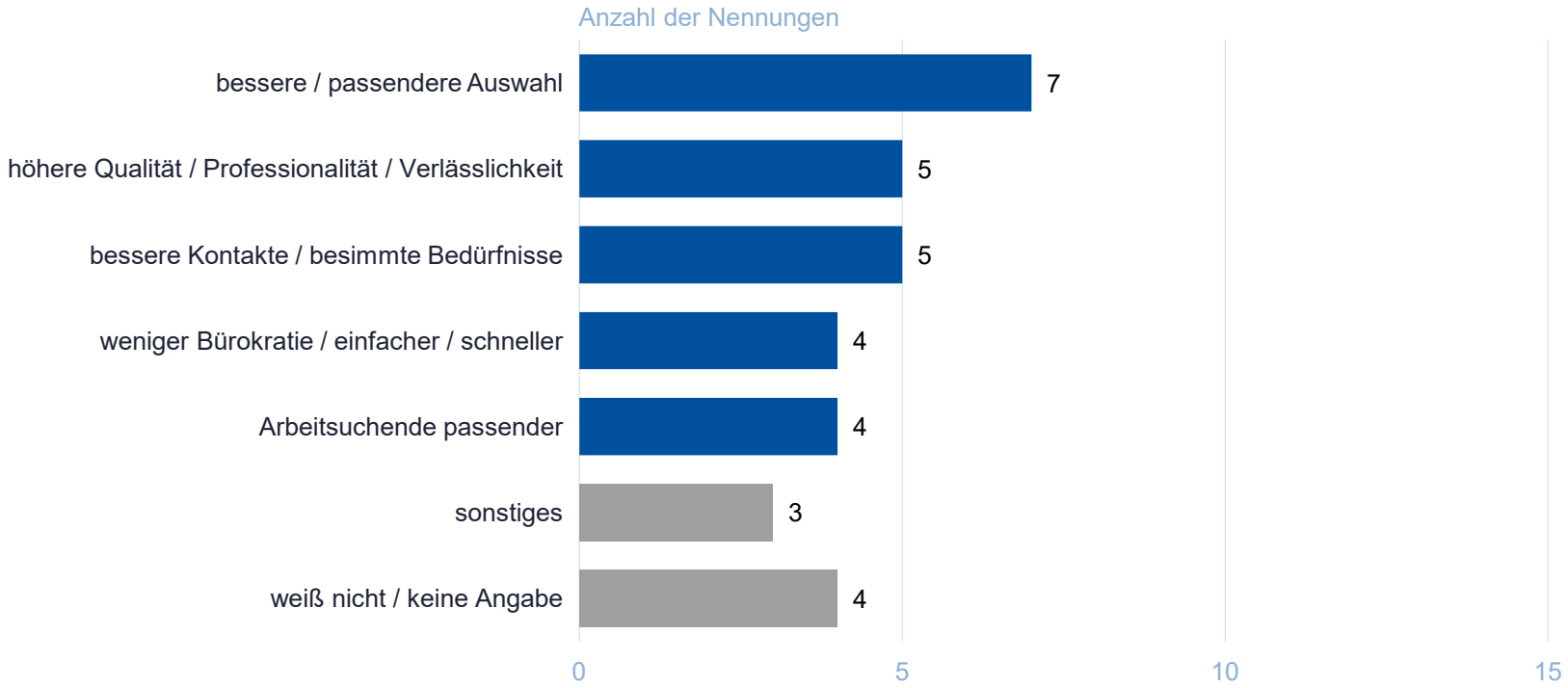
n = 501 (419/75/7/18/37/38/88/41/277) | *kleine Stichprobe

Mehrwert von anderen Personalvermittlern gegenüber dem AMS

marketmind
QUANTITATIV

KundInnen anderer Personalvermittler erlebten eine (gefühlt) **bessere** und **passendere Auswahl** der BewerberInnen im Vergleich zum AMS. Personalverantwortliche sehen auch die **höhere Qualität** und **Professionalität** sowie das **Eingehen auf ihre Bedürfnisse** als Mehrwert fremder Anbieter.

sofern andere Personalvermittler genutzt



"Welchen Mehrwert bieten Angebote anderer Personalvermittler, Personalberater oder Headhunter gegenüber jenen des AMS?"

n = 29

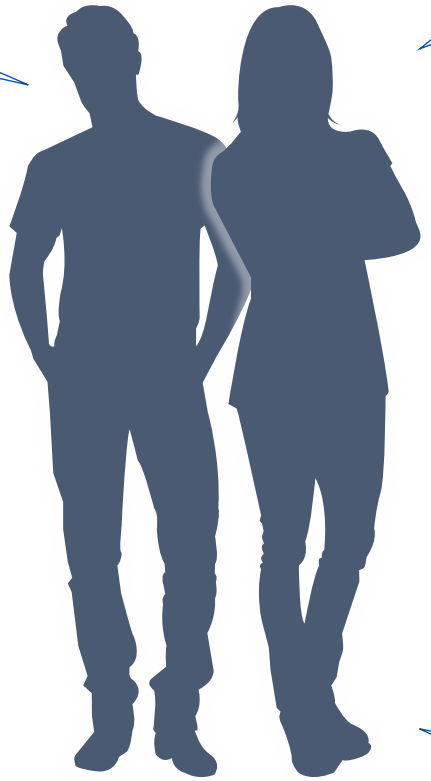
Mehrwert von anderen Personalvermittlern gegenüber dem AMS



8/15 Personalverantwortliche konnten eine Aussage machen

Personalüberlasser sind auch nicht kostenpflichtig

spart Zeit, weil KandidatInnen gefiltert sind



professioneller aufgesetzt, Imageproblem des AMS und Image des Klientels beim AMS

Serviceorientierung, Personalvermittler leisten durch monetäre Anreize eine bessere Arbeit

Rekrutierung von qualifiziertem Personal

bieten Jobbesetzung, die das AMS nicht abdecken kann, ganze Breite

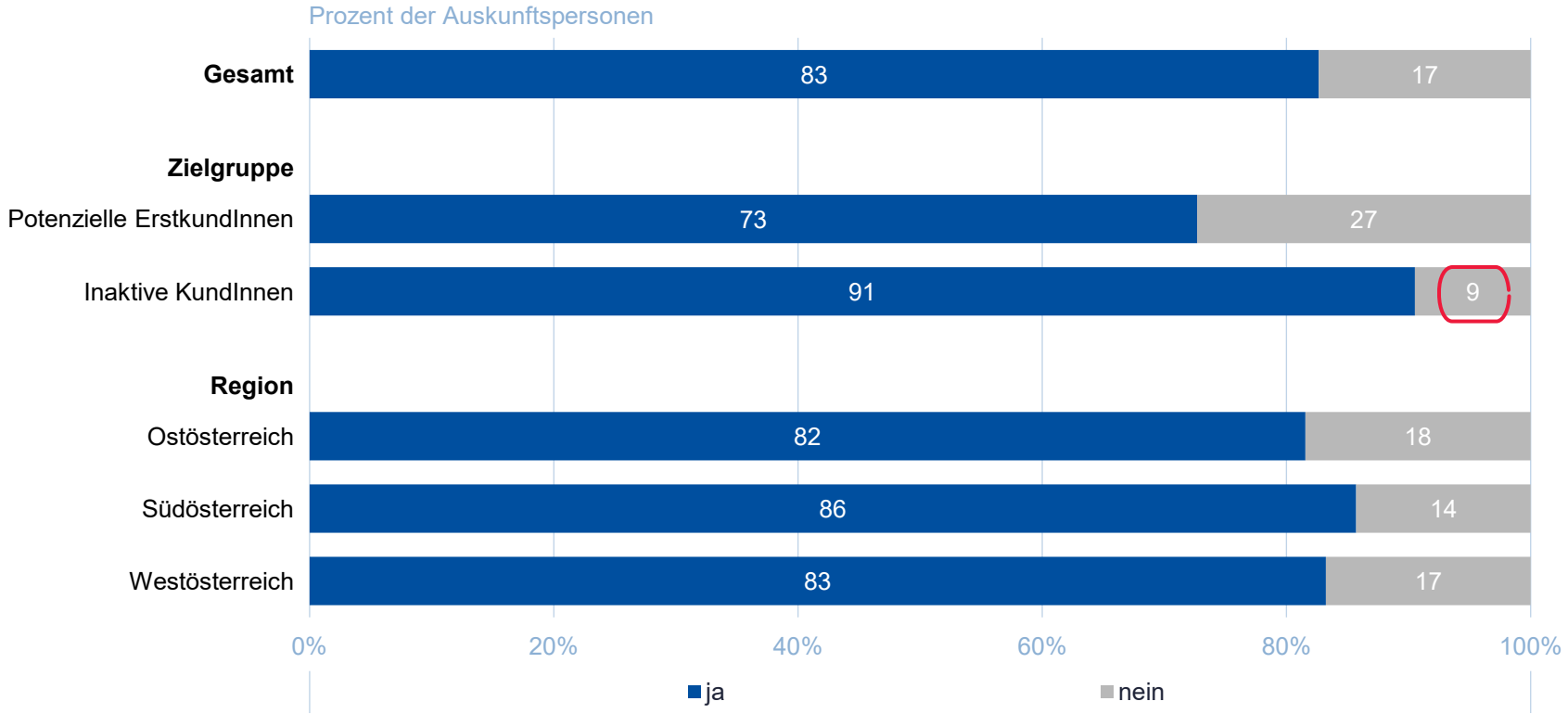
man glaubt, wenn man etwas dafür bezahlt, auch eine bessere Leistung zu bekommen

ein Personalberater kann gezielt suchen, vorselektieren, kompletten Bericht übermitteln, wie man sich die Person vorstellen kann, nicht nur fachlich sondern auch menschlich – das macht den qualitativen Unterschied

Bekanntheit kostenloser Angebote | nach Zielgruppe und Region

marketmind
QUANTITATIV

Insgesamt wissen **über 8/10 Personalverantwortliche**, dass die **Angebote des AMS kostenlos** sind. Trotz AMS-Erfahrung ist **inaktiven KundInnen** zu **9%** dieser Umstand **nicht bekannt**.

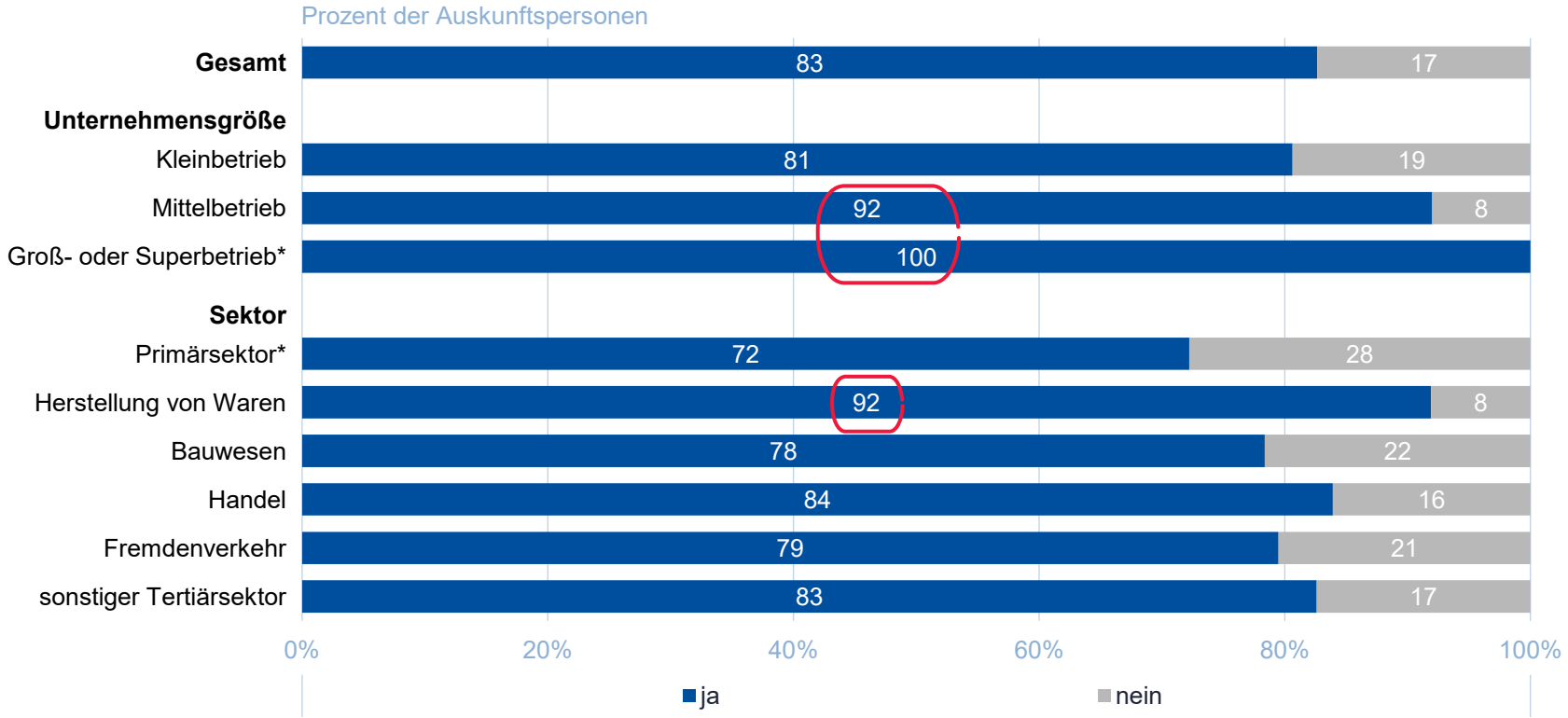


"Ist Ihnen bekannt, dass die Angebote und Dienstleistungen des AMS zu Stellenausschreibung und Stellenbesetzung, sowie die Beratung für Unternehmen alle kostenlos sind?"

n = 501 (224/277/264/64/173)

Bekanntheit kostenloser Angebote | nach Größe und Sektor

Größere Unternehmen und vor allem **produzierende Betriebe** wissen eher, dass die Angebote des AMS **kostenlos** sind.

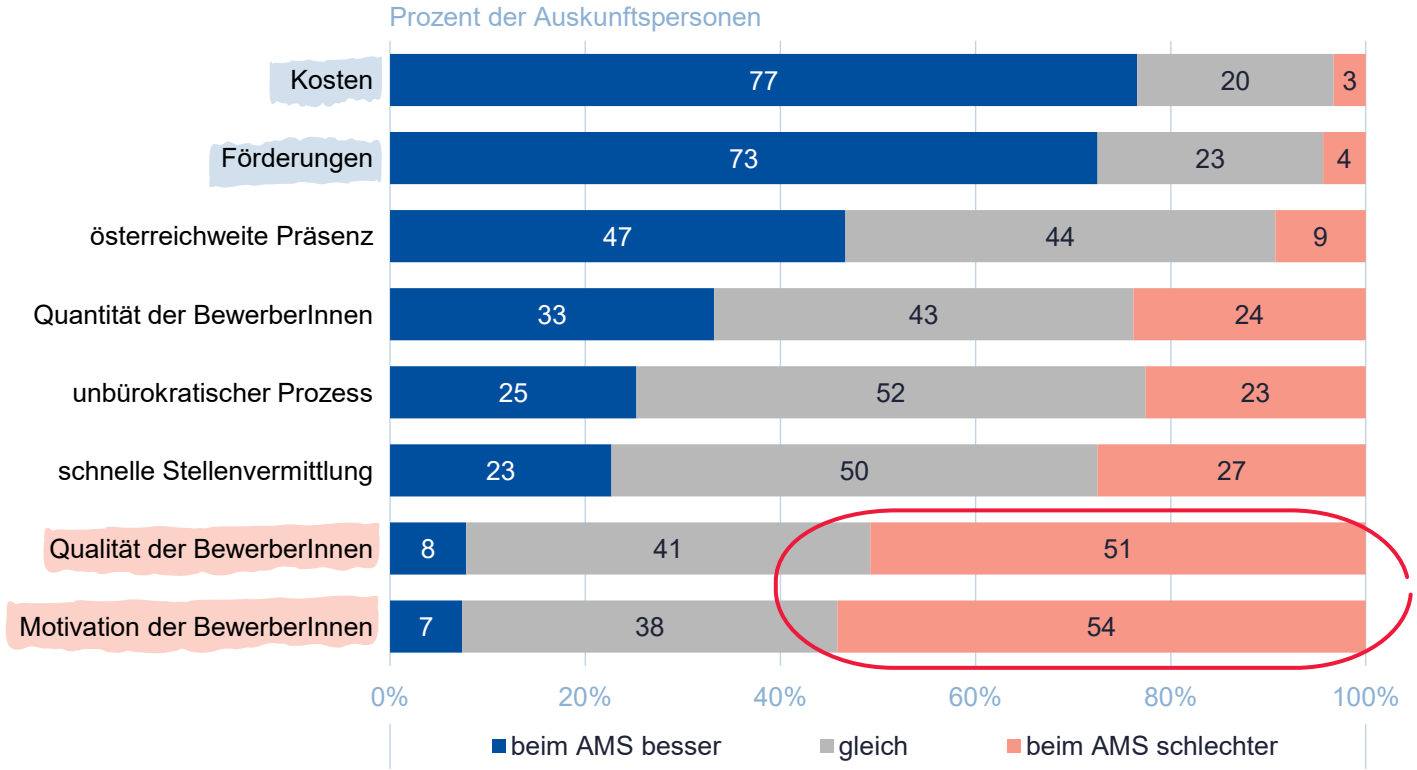


"Ist Ihnen bekannt, dass die Angebote und Dienstleistungen des AMS zu Stellenausschreibung und Stellenbesetzung, sowie die Beratung für Unternehmen alle kostenlos sind?"

n = 501 (419/75/7/18/37/38/88/41/277) | *kleine Stichprobe

Image | AMS im Vergleich

Bei **Kosten** und **Förderungen** bietet das AMS für den Großteil **Vorteile** gegenüber anderen Personalvermittlungsfirmen. Allerdings glauben **über 50%** dass **Motivation und Qualität der BewerberInnen** beim AMS **schlechter** sind!

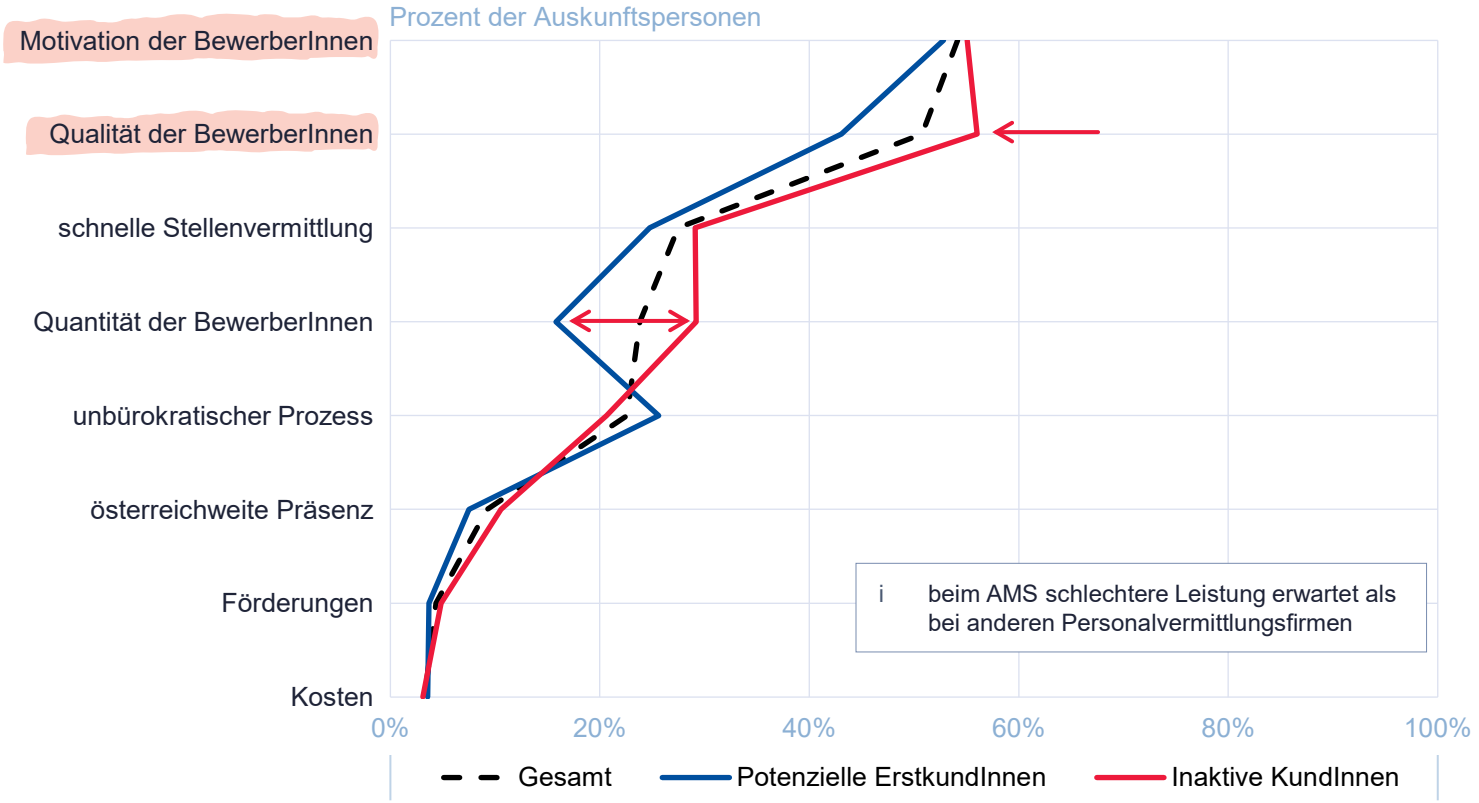


"Ich lese Ihnen nun einige Kriterien vor, und Sie sagen mir bitte, ob der jeweilige Punkt Ihrer Meinung nach beim AMS besser, gleich oder schlechter ist als bei anderen Personalvermittlungsfirmen."

n = 501

Negative Erwartungen | nach Zielgruppe

Inaktive KundInnen – mit früherer AMS-Erfahrung – haben in Bezug auf die BewerberInnen und die Schnelligkeit eine etwas **kritischere Sicht** als potenzielle ErstkundInnen.

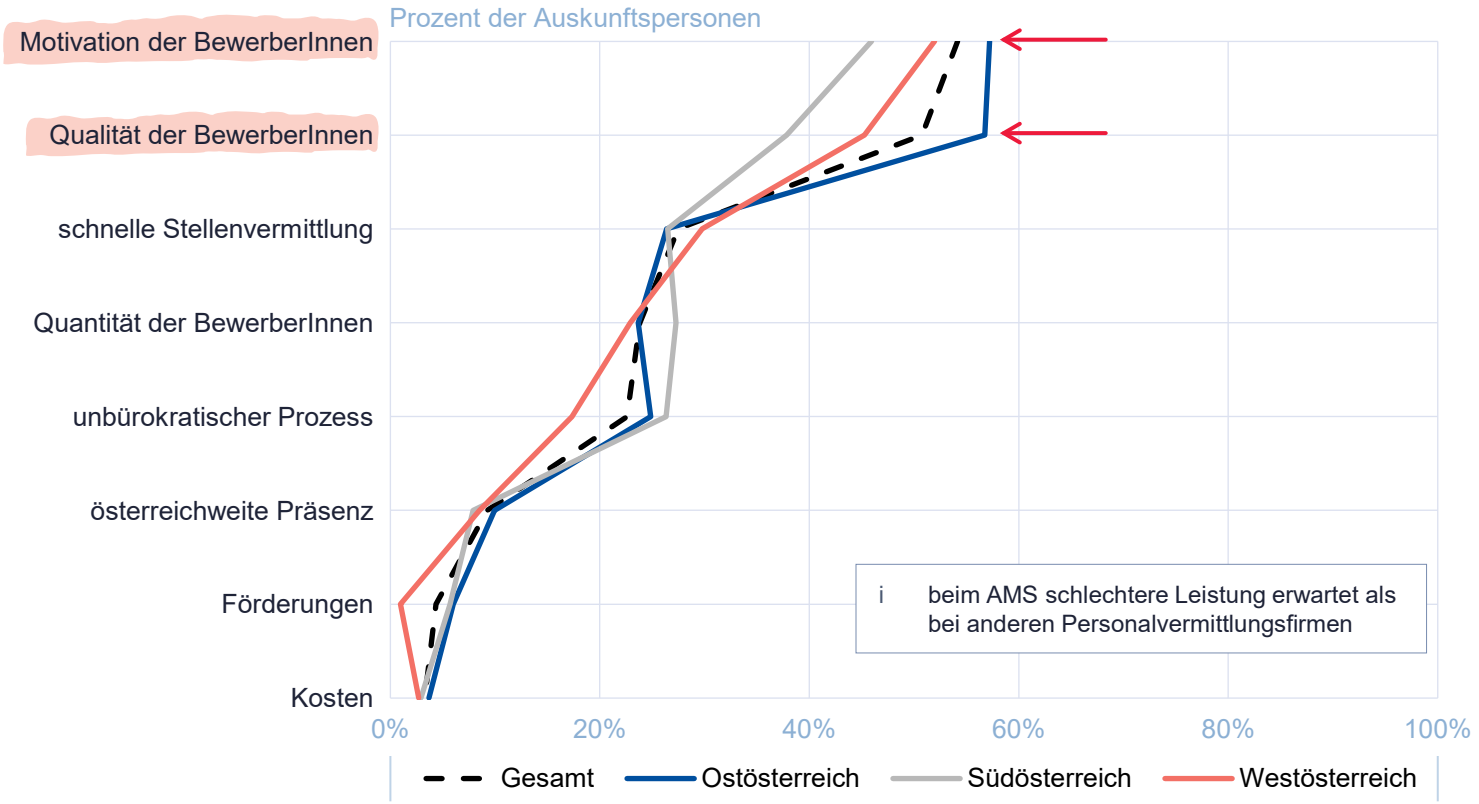


"Ich lese Ihnen nun einige Kriterien vor, und Sie sagen mir bitte, ob der jeweilige Punkt Ihrer Meinung nach beim AMS besser, gleich oder schlechter ist als bei anderen Personalvermittlungsfirmen."

n = 501 (224/277)

Negative Erwartungen | nach Region

Personalverantwortliche in **Ostösterreich** sind etwas **kritischer** in Bezug auf **BewerberInnen**.

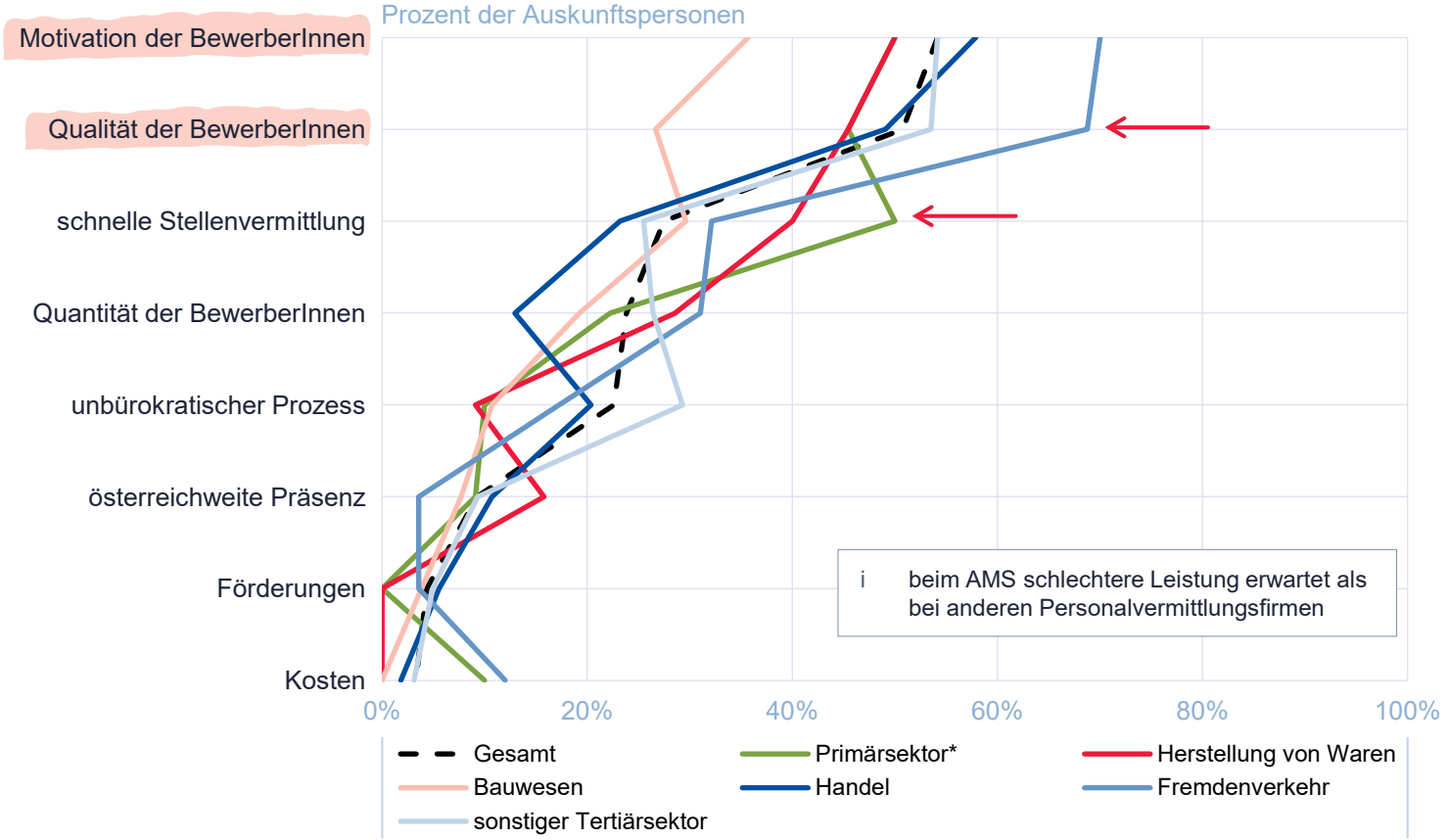


"Ich lese Ihnen nun einige Kriterien vor, und Sie sagen mir bitte, ob der jeweilige Punkt Ihrer Meinung nach beim AMS besser, gleich oder schlechter ist als bei anderen Personalvermittlungsfirmen."

n = 501 (264/64/173)

Negative Erwartungen | nach Region

Unternehmen im **Fremdenverkehr** erwarten beim AMS häufiger eine **niedrigere Qualität** der BewerberInnen. Personalverantwortliche aus dem **Primärsektor** sind bezüglich der **schnellen Stellenvermittlung** besonders **kritisch**.



"Ich lese Ihnen nun einige Kriterien vor, und Sie sagen mir bitte, ob der jeweilige Punkt Ihrer Meinung nach beim AMS besser, gleich oder schlechter ist als bei anderen Personalvermittlungsfirmen."

n = 501 (18/37/38/88/41/277) | *kleine Stichprobe

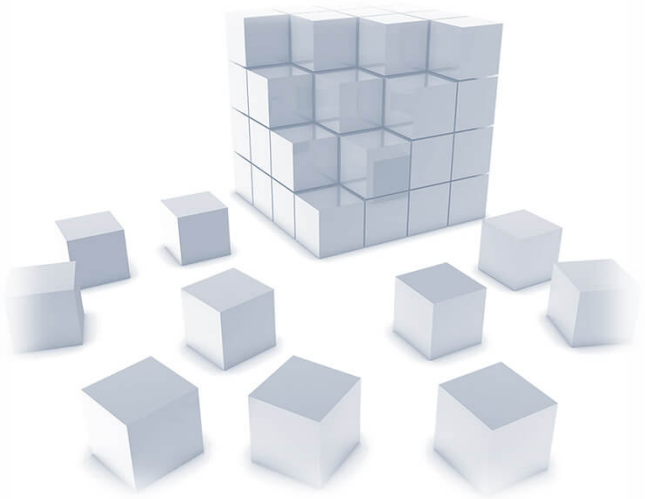
06 Key Findings

Key Findings | Bekanntheit der Angebote und Dienstleistungen



- Die Angebote und Dienstleistungen des AMS sind den befragten Personalverantwortlichen **nur zum Teil bekannt**. Die **Kernkompetenzen** des AMS kennt zwar der Großteil, aber immerhin 17% kennen sie nicht. Die **Zusatzleistungen des AMS sind weniger bekannt**, ein Viertel der potenziellen KundInnen weiß außerdem nicht, dass die Leistungen des AMS **kostenlos** sind!
- **Potenzielle ErstkundInnen**, die noch nie mit dem AMS zusammengearbeitet haben, kennen die Angebote des AMS **noch weniger** als inaktive KundInnen.
- **Nur die Hälfte** der Unternehmen kennt die **Vorauswahl** als Serviceleistung. Dabei ist dies ein besonders **wichtiges Angebot**, welches sich viele Personalverantwortliche vom AMS wünschen würden. Ebenfalls **nur die Hälfte** kennt die **eServices** des AMS, darunter auch den **eJob-Room**.
- Personalverantwortliche wurden am häufigsten durch **Medienberichte** über AMS-Angebote informiert. Aber auch die **AMS-Website** und **AMS-BeraterInnen** spielen eine Rolle.
- Die **Nicht-Bekanntheit** der Angebote **schadet** dem AMS, da einige **gewünschte Leistungen** aus diesem Grund nicht **genutzt werden**, bzw. **Konkurrenzangebote** in Anspruch genommen werden.

Key Findings | Barrieren für die Kooperation



- Unternehmen arbeiten häufig nicht mit dem AMS zusammen, weil ihr Bedarf **schnell und ohne Aufwand** durch unternehmensinterne Lösungen oder durch **Initiativ-bewerbungen** und **Mundpropaganda** gedeckt werden kann.
- Eine **wesentliche Barriere** ist auch die **Suche nach speziellen Fachkräften**. Dies betrifft **über die Hälfte** der Unternehmen, von denen **nur 17%** glauben, das AMS könne diese Personen **vermitteln**.
- **Spezielle Fachkräfte**, die gesucht, aber nicht beim AMS vermutet werden, betreffen vor allem die Bereiche **Technik und IT**. Aber auch **AkademikerInnen** werden unter AMS-Gemeldeten nicht erwartet.
- Für **ein Fünftel** der Personalverantwortlichen sind auch **negative Erfahrungen** relevant, die bei einer früheren Zusammenarbeit mit dem AMS gemacht wurden.
- Das **Hauptvorurteil** der Personalverantwortlichen betrifft die **Qualität und Motivation der BewerberInnen**. Bei **Kosten** und **Förderungen** ist das Image des AMS hingegen besser, auch bezüglich der **österreichweiten Präsenz** und **Quantität** der BewerberInnen wird dem **AMS mehr zugetraut**.

Key Findings | Wünsche für die Zusammenarbeit



- Österreichische Unternehmen leiden vor allem unter **Fachkräftemangel** sowie dem **allgemeinen Mangel an Arbeitskräften**. 40% bzw. 30% sind aktuell von diesen Problemen betroffen. Das AMS kann mit **Lösungen** zu diesen Problemen bei vielen Unternehmen punkten.
- Zahlreiche **Wünsche** der Unternehmen – wie beispielsweise **feste Ansprechpersonen**, Sichtung der **BewerberInnen-unterlagen**, **Vorauswahl** – **bietet das AMS bereits an**. Diese Dienstleistungen müssen **stärker kommuniziert** werden, um mehr Personalverantwortliche erreichen zu können.
- Unternehmen wünschen sich auch eine **bessere Zusammenarbeit** mit dem AMS bzw. eine **bessere Betreuung** durch die BeraterInnen. Der Prozess bei der Stellenbesetzung sollte idealerweise **schnell und einfach** verlaufen. Der negative Eindruck, das AMS sei **bürokratisch und langsam**, beruht nur teils auf Erfahrungen, teils handelt es sich um **Vorurteile** der Personalverantwortlichen.

Key Findings | Bedarf & Vorgehen in der Vergangenheit



- 60% der österreichischen Unternehmen suchen Personen mit **Lehrabschluss**, 40% bieten Stellen für BewerberInnen mit **Pflichtschulabschluss**. Die Hälfte der Befragten suchen außerdem **spezielle Fachkräfte** – besonders aus IT und Technik – die sie aber eher **nicht beim AMS erwarten** würden.
- In der Vergangenheit haben Personalverantwortliche sehr häufig **Blind- und Initiativbewerbungen**, die **eigene Website**, sowie weitere **unternehmensinterne Lösungen** für die Stellenbesetzung genutzt.
- Konkurrenz zum AMS sind vor allem **online Jobportale und Social Media Plattformen**, sowie **Zeitungsinserate**. Andere Personalvermittler oder –überlasser werden seltener genutzt.
- Die **direkte Kooperation mit Schulen und Universitäten** spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, vor allem bei jenen Unternehmen, die **hoch qualifizierte HTL-AbsolventInnen** oder **AkademikerInnen** suchen und nicht erwarten, dass das AMS diese vermitteln kann.

Zusammenfassung
Was sind die Hauptursachen für die Nicht-Zusammenarbeit mit dem AMS?



1. Vorurteile in Bezug auf BewerberInnen des AMS

> **Spezielle Anforderungen an die Arbeitskraft** werden von 42% der Befragten als **Barriere** genannt. **Qualität und Motivation der BewerberInnen** sind außerdem Image-aspekte, die beim AMS kritischer beurteilt werden als bei der Konkurrenz – bei **alle anderen Aspekten** ist die Beurteilung ausgeglichener (Schnelligkeit, Bürokratie) bzw. besser (Kosten, Förderungen, Präsenz, Quantität)!

> Bei **inaktiven KundInnen** können negative Vorerfahrungen diese **Vorurteile vergrößern**, z.B. kein Vertrauen ins AMS insbesondere bei **Fachkräften** und **AkademikerInnen** - in Bezug auf den Fachkräftemangel als größte Herausforderung, ist das Zutrauen ins AMS ist am geringsten. Mehr als 50% suchen **spezielle Fachkräfte**, aber nur 17% glauben, dass das AMS helfen kann. Ähnlich **gering** ist die **Erwartungshaltung** bezüglich **AkademikerInnen**.

! Gerade bei den **Fachkräften** (der wichtigsten Heraus-forderung der Unternehmen – ein großes Zukunftsthema) kann das AMS sich **positiver positionieren**, indem **alternative Hilfe** geboten wird (Qualifizierungen). Die **Kommunikation** des AMS sollte weniger Fokus auf konkrete Vermittlungen und Vorschläge legen. Stattdessen sollte mehr auf **das Plus beim AMS** hingewiesen werden: „Das AMS bietet ein **Gesamtpaket** und unterstützt Sie im gesamten **Prozess der Personalsuche**!“

Zusammenfassung
Was sind die Hauptursachen für die Nicht-Zusammenarbeit mit dem AMS?



2. Mangelnder Bedarf durch interne Stellenbesetzung

> Die am häufigsten genannten Gründe, keine Stellen zu melden, ist die **Nutzung von unternehmensinternen Maßnahmen** zur Stellenbesetzung, wie **Initiativ-bewerbungen**, **Mundpropaganda**, die **unternehmens-eigene Website**, etc.

> Diese Möglichkeiten wurden auch bei der Besetzung **häufig** und **erfolgreich genutzt**.

> Die **weiteren Angebote** und Dienstleistungen des AMS sind **zu wenig bekannt**. Das AMS steht „nur“ für Personalsuche, der **Mehrwert** für das Unternehmen wird als gering erachtet.

> Wünsche der Personalverantwortlichen in Bezug auf die Zusammenarbeit könnten beim AMS **zum Großteil schon erfüllt werden** – dies wird allerdings von potenziellen KundInnen **nicht** beim AMS **erwartet**.

! Auch hier gilt: Punkten kann das AMS mit dem **Gesamtpaket**, das **über die reine Besetzung** konkreter Stellen **hinausgeht** und deutlich kommuniziert werden sollte – mit einem **konkreten Mehrwert** für UnternehmenskundInnen (z.B. Hilfe bei Planung des Personalbedarfs). Wenn der Kontakt mit dem AMS **bereits besteht**, ist eine Nutzung des AMS bei der Besetzung von Stellen parallel **wahrscheinlicher**.

Zusammenfassung
Was sind die Hauptursachen für die Nicht-Zusammenarbeit mit dem AMS?



3. Geringe Bekanntheit der Onlineangebote

> Fast 40% der Personalverantwortlichen nutzen **Onlineplattformen** bei der Stellenbesetzung. Sie sind das am **stärksten genutzte Konkurrenzangebot** zum AMS.

> Die **Onlineabwicklung** ist zudem für einige Personal-verantwortlichen ein **Wunsch** für eine **potenzielle Zusammenarbeit**.

> Der **eJob-Room des AMS** ist allerdings **nur 47%** der Befragten bekannt.

! Die **Bereitschaft**, online-Plattformen zu nutzen, ist **vorhanden**. Das schon **bestehende Angebot** beim AMS – als ein Teil der **Gesamtbetreuung**, inklusive **Unterstützung** – muss stärker und **positiv kommuniziert** werden.

! Personalverantwortliche erhielten ihr **Wissen** über Angebote des AMS vor allem aus **Medienberichten**, aber ähnlich oft auch durch die **Website des AMS** und **AMS-BeraterInnen**. Diese Kanäle sind durch das AMS **steuerbar** und sollten genutzt werden, um diese Informationen **gezielt** an **potenzielle KundInnen** zu kommunizieren.

Zusammenfassung | Chancen für das AMS



- Sofern interne Quellen genutzt werden und den Bedarf zur Gänze decken, bestehen für das AMS aktuell wenige Möglichkeiten. Daher sollte das AMS **Unterstützung bieten** und **Themen stärker kommunizieren**, die Unternehmen weiterhelfen, wenn Stellen **nicht intern und einfach** besetzt werden können – das AMS muss als **kompetenter Partner** in solchen Fällen wahrgenommen werden.
- Der Kontakt mit dem AMS sollte idealerweise schon bestehen, **bevor** die Stelle offen ist. Dann kann das AMS eventuell **parallel mit internen Besetzungsvorgängen** arbeiten. Dafür muss das AMS mit den **Zusatzangeboten** neben der reinen Stellenbesetzung wahrgenommen werden, auch bei der **Begleitung der Personalsuche** (z.B. Hilfe bei Inseraten), und damit bei KundInnen punkten!
- Die **Onlineservices** des AMS sind noch sehr wenig bekannt. Der Online-Kanal ist aber für viele Personalverantwortliche sehr **wichtig und wünschenswert**. Eine bessere **Kommunikation** dieser Angebote kann dem AMS **Wettbewerbsvorteile** bieten.

Ihre persönlichen Ansprechpartner

marketmind

Mag. Erik Stadler
Research Director

T +43-1-369 46 26-13, e.stadler@marketmind.at
Porzellangasse 32, A-1090 Vienna, Austria
www.marketmind.at

marketmind

Dipl. Math. Dipl. Psych.
Klara Kögerler
Senior Research Consultant

T +43-1-369 46 26-56, k.koegerler@marketmind.at
Porzellangasse 32, A-1090 Vienna, Austria
www.marketmind.at

marketmind

Marie Paiker, MSc (WU)
Research Consultant

T +43-1-369 46 26-708, m.paiker@marketmind.at
Porzellangasse 32, A-1090 Vienna, Austria
www.marketmind.at