



GESCHLECHTERSPEZIFISCHES E-RECRUITING

KLISCHEE ODER FAKT?

Einleitung

Die Frauenquote in Unternehmen gehört zu den viel diskutierten Themen in unserem Land. Dabei beschränkt sich der geringe Frauenanteil nicht nur auf Managementpositionen – auch im Fachkräftebereich beklagen viele Unternehmen zu wenige Bewerberinnen. Diesen Mangel stellen wir auch in unserem technischen Bereich fest: Bei 400 Bewerbungen liegt die Frauenquote bei gerade mal 0,5%! Woran liegt das?

Frauen sind heute genauso gut ausgebildet wie Männer, die Anzahl der Absolventinnen technischer Studiengänge steigt stetig, doch scheinbar gelingt es uns nicht, Frauen im Online-Recruiting richtig anzusprechen. Worauf legen Männer und Frauen in Stellenausschreibungen also wert? Fühlen sich weibliche Absolventinnen von technischen Hochschulen vielleicht von anderen Komponenten in Stellenausschreibungen angesprochen als männliche Absolventen?



Mit Marktforschung die Grundlagen schaffen!

Im Rahmen der Zusammenarbeit zwischen anyMOTION und der FONTYS International Business School hat sich eine Studierendengruppe intensiv mit dem Thema „**Geschlechterspezifisches E-Recruiting**“ auseinandergesetzt. In einer breit angelegten Marktforschungskampagne wurde ein Einblick gewonnen, wie unterschiedlich Stellenausschreibungen auf Männer und Frauen wirken und welche Maßnahmen eine Anzeige für eine höhere Quote an Bewerberinnen erfüllen muss.

Insgesamt wurden 400 männliche und weibliche HochschulabsolventInnen an vier großen deutschen Universitäten zwischen 21 und 35 Jahren befragt.

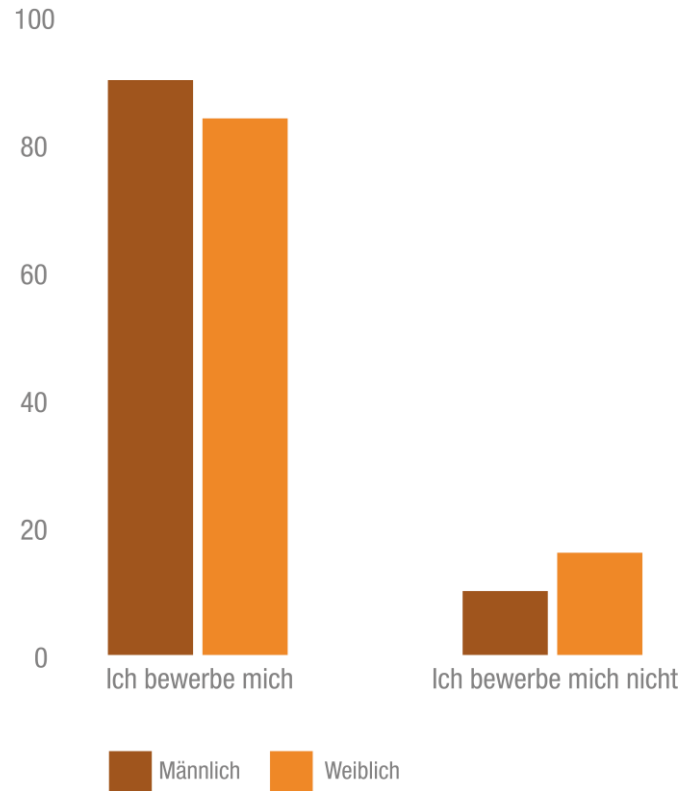
Einige der Ergebnisse haben wir für Sie in diesem Whitepaper aufbereitet. Wenn Sie weitere Informationen wünschen, kommen Sie einfach auf uns zu: anfrage@anymotion.de



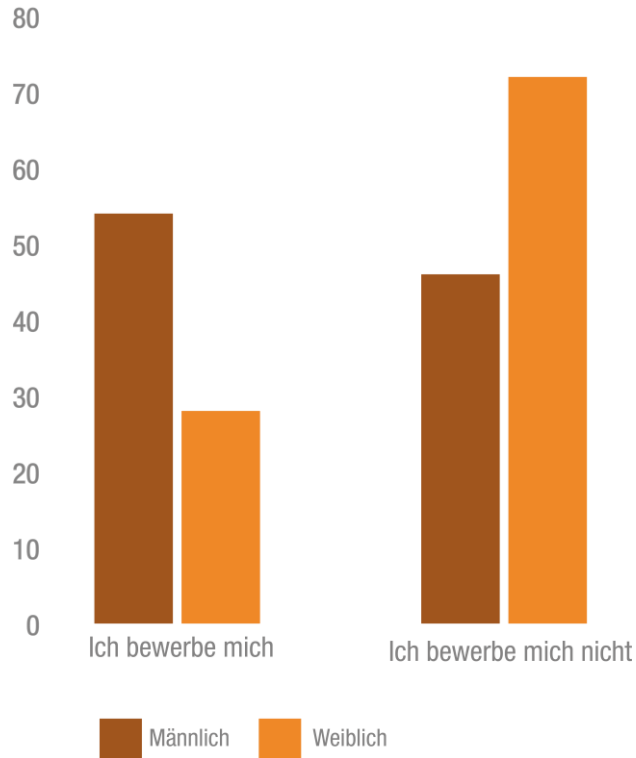
Wie reagieren BewerberInnen,
wenn aufgeführte Qualifikationen
in einer Stellenausschreibung
nicht auf sie zutreffen?



Reaktion auf **eine** nicht passende Qualifikation:



Reaktion auf **zwei oder mehr** nicht passende Qualifikationen:



Während eine unpassende Qualifikation kaum jemanden von der Bewerbung abhält, sieht die Verteilung bei mehreren nicht passenden Attributen schon ganz anders aus.

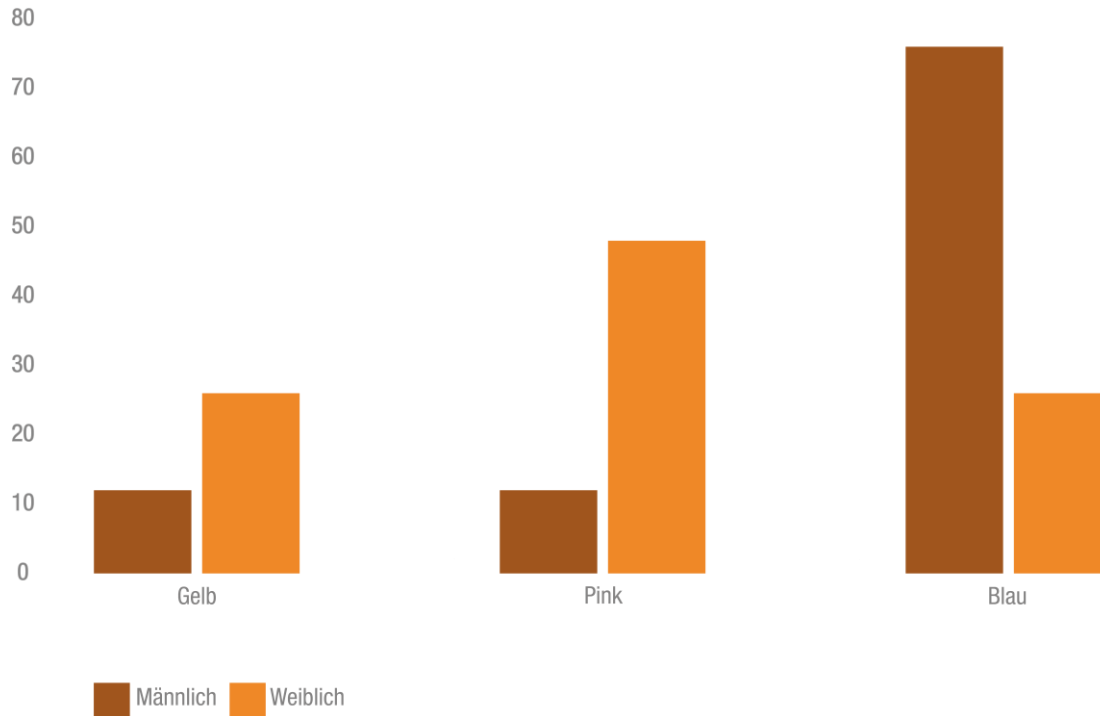
Versuchen Sie daher die Stellenanzeigen auf die relevantesten Qualifikationen zu reduzieren. Raten Sie außerdem dazu, sich auch zu bewerben, wenn nicht alles passt. Sehr wahrscheinlich finden sich genau bei diesen BewerberInnen Fähigkeiten, die Ihr Unternehmen ebenfalls benötigt.



Welche Farbe in Stellenanzeigen
spricht BewerberInnen am
meisten an?



Auch wenn es überrascht: Farben wirken!



Es scheint wie ein Klischee, aber Farben sind nicht unerheblich für den Erfolg von Stellenanzeigen.

Über den Grund lässt sich sicherlich streiten, doch unsere Studie zeigt, dass gerade Anzeigen mit einem farblichen Fokus auf pink/ rosa bei Frauen deutlich besser ankommen. Männer reagieren tatsächlich positiv auf die Farbe Blau.

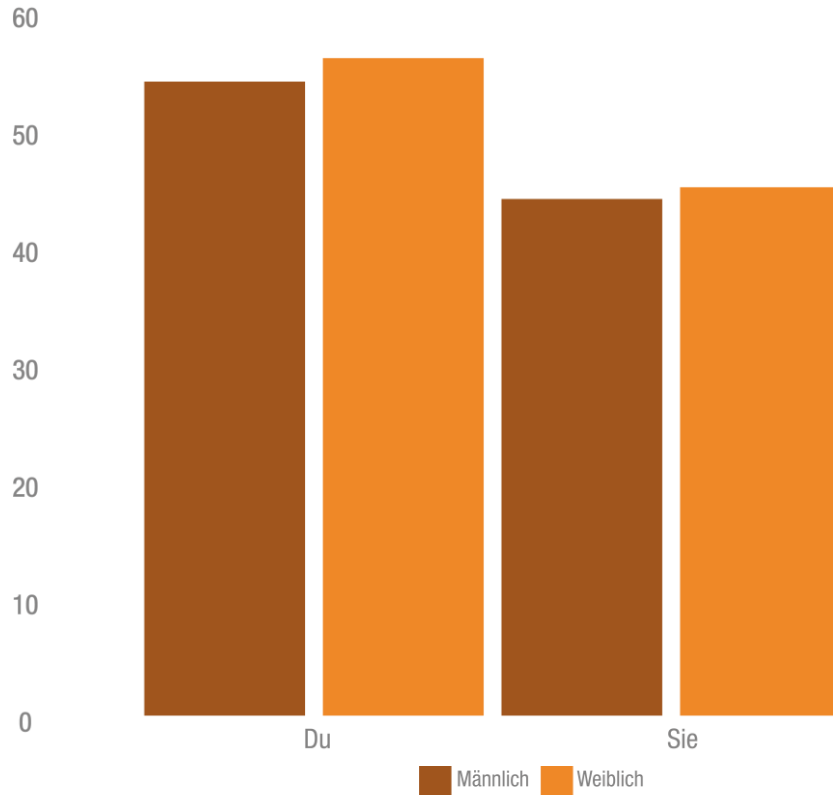
Seien Sie also mutig und experimentieren Sie mit verschiedenen farbigen Anzeigen.



Welche Ansprache in
Stellenanzeigen spricht
BewerberInnen am meisten an?



Förmlich oder entspannt? Die richtige Anrede:



Sie oder Du? Förmlich oder persönlicher? Sicher liegt die richtige Art der Ansprache immer auch in der Unternehmensform. Aber gerade jüngere BewerberInnen sind offener für die entspanntere Anrede.

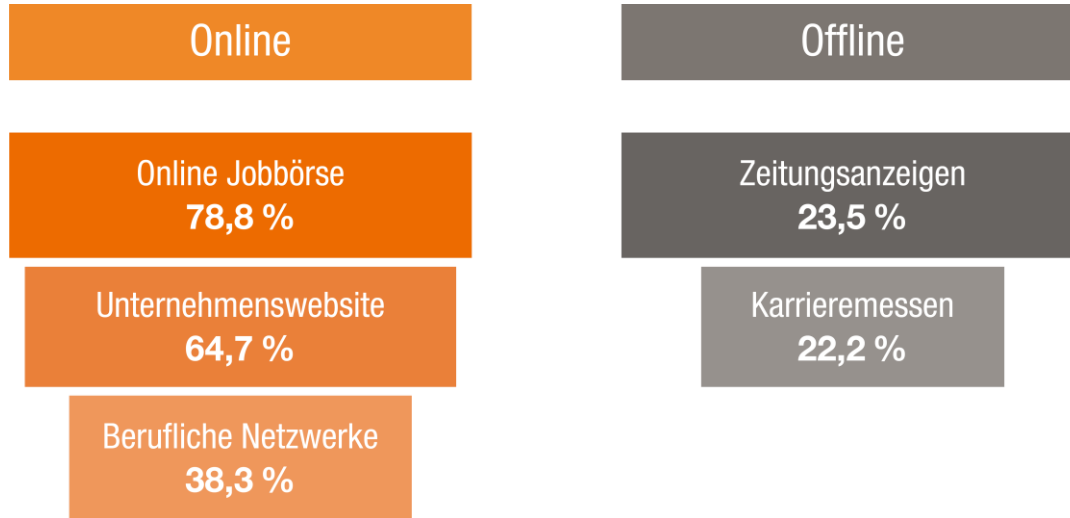
Sie sind sich unsicher was für Sie besser funktioniert? Probieren Sie ein aus dem Web erprobtes Mittel: „**A/B – Testing**“. Lassen Sie ihre Stellenanzeige in beiden Varianten gegeneinander antreten und vergleichen Sie nach einer bestimmten Zeit die Ergebnisse. So finden Sie Ihren Gewinner.



Wo suchen BewerberInnen nach neuen Jobs?



Online oder offline – Wo werden Sie gefunden?



Sie schalten noch Printanzeigen und halten nichts von Onlineplattformen? Das könnte sich gerade bei der Suche nach Fachkräftenachwuchs als fataler Fehler herausstellen.

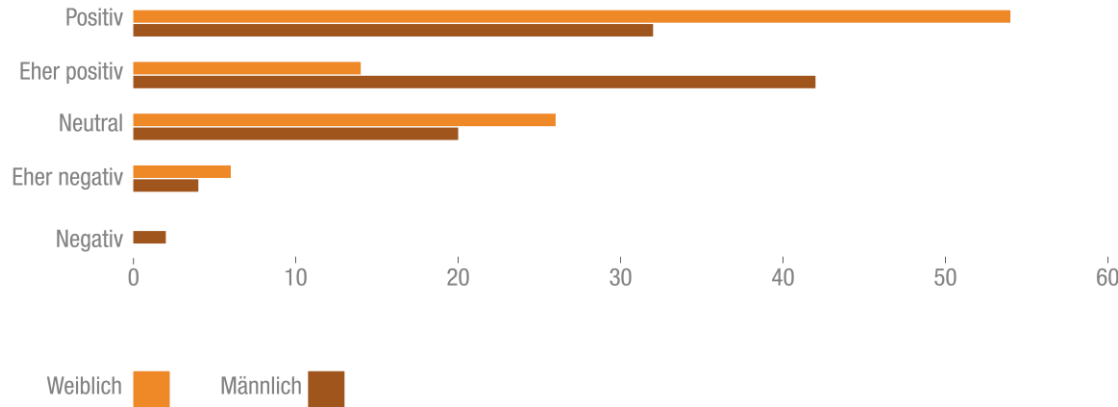
Denn der Großteil der jungen Erwachsenen sucht nach seinem Studienabschluss gezielt digital nach seinem nächsten Job.



Kreativ oder nicht? Wer reagiert
wie?



Auswirkung auf Stellenausschreibungen mit dem Attribut der Kreativität



Neben anderen Attributen, die abgefragt wurden, ist die Kreativität eines der meist diskutierten. Wer kreativ arbeitet, muss, anders als oft angenommen, nicht unbedingt künstlerisch tätig sein. Auch in Entwicklung, Projektmanagement und Personalverwaltung kann (mal mehr, mal weniger) die kreative Ader der Beschäftigten gefragt sein.

Vor allem wenn Sie weibliche Fachkräfte erreichen möchten, ist es hilfreich diesen Aspekt hervorzuheben.



Fazit

Ja, es gibt Unterschiede!



Das hilft:

Ja, es gibt Unterschiede zwischen Männern und Frauen in der Art und Weise Jobs zu suchen und sich für eine Stelle zu bewerben. Die Aussagen unserer Studie können Ihnen dabei helfen, die passenden BewerberInnen für Ihr Unternehmen zu erreichen.

- Gehen Sie auch einmal ungewöhnliche Wege und probieren Sie verschiedene Varianten einer Stellenanzeige. Experimentieren Sie mit Farben und verschiedenen Ansprachen.
- Welche kreativen Aufgaben hat Ihre Stelle zu bieten? Wollen Sie Frauen für Ihr Unternehmen gewinnen, stellen Sie diese Aspekte in den Vordergrund.
- Seien Sie da, wo Sie gefunden bzw. gesucht werden! Dabei gewinnen digitale Touchpoints wie Ihre Unternehmenswebsite, aber auch Jobplattformen eine zunehmende Bedeutung.



Noch Fragen?

anyMOTION GRAPHICS GmbH

Malkastenstr. 2 - 40211 Düsseldorf

Tel: +49 (0) 211 - 44 33 43 / Fax: 44 33 94

Spichernstr. 44 - 50672 Köln

Tel: +49 (0) 221 - 222 820 0 / Fax: 222 820 15

<http://www.anyMOTION.de>

anfrage@anyMOTION.de

Sämtliche Urheber- und Nutzungsrechte an den in dieser Publikation enthaltenen Arbeiten, Bild- und Schriftwerken einschließlich der zugrunde liegenden Ideen, Schöpfungen und Konzeptionen liegen bei der anyMOTION Graphics GmbH (Düsseldorf). Jede vollumfängliche oder teilweise Reproduktion, Weitergabe oder sonstige Nutzung bedarf unserer vorherigen Zustimmung und ist gesondert honorarpflichtig.

