

## Pressemitteilung

Frei zur sofortigen Veröffentlichung

### Generation Y: Medienwechsel in der Jobsuche

Aktuelle Studie von ABSOLVENTA und LMU München: Jüngste Arbeitsmarkt-Generation sucht ihre Jobs verstärkt über das Smartphone und ist tendenziell sogar offen für mobile Bewerbung

**Berlin – April 2014.** Während die GenY als jüngste Generation auf dem Arbeitsmarkt verstärkt mobil nach neuen Jobs sucht, sind viele Arbeitgeber noch nicht auf diesen Trend eingestellt. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie, die von der Spezialisten-Jobbörse ABSOLVENTA Jobnet und der Ludwig Maximilian Universität München (LMU) durchgeführt wurde. Die Studie kommt dabei zu dem Ergebnis, dass mittlerweile genau so viele Kandidaten ihre Jobsuche über das Smartphone ausführen (43 Prozent) wie über ihren stationären PC. 20 Prozent nutzen ihr Tablet dazu. Insgesamt sind 97 Prozent der Studien-Teilnehmer davon überzeugt, dass die mobile Jobsuche zukünftig noch wichtiger wird. Gleichzeitig sind die befragten Jobsucher aber unzufrieden mit dem Angebot der Arbeitgeber in diesem Kontext – fast die Hälfte (48 Prozent) von ihnen finden, dass die Karriere-Webseiten modernen mobilen Anforderungen nicht entsprechen.

#### Mobile Bewerbung in den Startlöchern

Ein überraschendes Ergebnis beinhaltet die Studie beim Thema „Mobile Bewerbung“. Denn: Young Professionals zeigen sich überwiegend offen dafür. Zwar haben sich bisher erst 13 Prozent der Befragten mobil auf eine Position beworben, mehr als die Hälfte (53 Prozent) würde dies aber tun, wenn die Möglichkeiten dafür auf Karriere-Webseiten oder Online-Jobbörsen geeigneter wären. Die Argumente für eine mobile Bewerbung liegen in den Augen der GenY vor allem in der damit verbundenen Zeit- und Ortsunabhängigkeit sowie in der Möglichkeit, sich schnell auf eine offene Stelle bewerben zu können.

Prof. Dr. Ingo Weller, Leiter des Instituts für Personalwirtschaft an der LMU München, ist erstaunt über die große Nachfrage der Studienteilnehmer, mobile Endgeräte ortsungebunden für eine Bewerbung nutzen zu wollen: „Ganz offensichtlich treten im zukünftigen Bewerbungsverhalten ‚alte Werte‘ wie Sorgfalt und das Einhalten von Formalien in den Hintergrund und werden durch ‚neue Werte‘ wie Geschwindigkeit und Flexibilität ersetzt.“ Seine Kritik: „Das Nutzerverhalten, so wie es in der Studie dokumentiert ist, ist noch sehr durch

Wunschdenken geprägt. Was sich durchsetzen lässt und wird, aus beiden Arbeitsmarktperspektiven, wird sich erst noch zeigen müssen,“ so Prof. Dr. Weller.

### **Mobile Jobsuche beeinflusst Arbeitgeberimage**

Für die überwiegende Zahl der nachstrebenden Kandidatengeneration sind Arbeitgeber, die sich auf den mobilen Trend in der Jobsuche einstellen, attraktiver und moderner. Hintergrund: 60 Prozent der Teilnehmer nehmen Unternehmen, die sich nicht optimal mobil präsentieren, als unattraktiven Arbeitgeber wahr, bei dem sie sich eher ungern bewerben würden. Im Gegenzug werden „mobilen Arbeitgebern“ positive Markenwerte zugeschrieben. Sie gelten als modern, zukunftsfähig, dynamisch und erreichbar. Unbedingte „Must Haves“ aus Sicht der Kandidaten sind mobil optimierte Unternehmensinformationen (85 Prozent), mobil optimierte Stellenanzeigen (79 Prozent) sowie auch die Möglichkeit sich über ein Profil aus einem Business-Netzwerk bewerben zu können (40 Prozent). Besonders in der Pflicht, was mobil optimierte Inhalte betrifft, sind nach Meinung der GenY Arbeitgeber aus den Berufsfeldern IT, Marketing und Vertrieb.

### **Nachholbedarf auch bei Online-Jobbörsen**

Neben den Arbeitgebern stellen die jungen Kandidaten derweil auch den meisten Online-Jobbörsen kein gutes Zeugnis aus, was deren mobile Optimierung betrifft. Denn während 92 Prozent der Kandidaten erwarten, dass das Angebot hier den mobilen Anforderungen entsprechen sollte, sind immerhin noch 43 Prozent der befragten Kandidaten unzufrieden damit. So bemängeln die Kandidaten in erster Linie unübersichtliche Stellenanzeigen auf einem kleinen Bildschirm, schwere Lesbarkeit durch falsche Textgrößen sowie lange Ladezeiten.

„Unsere Studie gibt wichtige Hinweise auf die Zukunft der Mitarbeitersuche, denn sie zeigt das Meinungsbild der kommenden Generation auf dem deutschen Arbeitsmarkt. Und dieses ist geprägt von einer sich stark verändernden Internet-Nutzung hin zu mobilen Endgeräten. Für Arbeitgeber bedeutet das: Sie werden nur dann konkurrenzfähig im Kampf um die besten jungen Talente bleiben, wenn sie sich auf deren Nutzungsverhalten einstellen. Momentan sind viele Unternehmen hier noch nicht optimal aufgestellt“, so Christoph Jost, Geschäftsführer bei ABSOLVENTA Jobnet in Berlin.

### **Über ABSOLVENTA Jobnet**

Die ABSOLVENTA GmbH beschäftigt rund 60 Mitarbeiter und hat ihre Büros im Herzen von Berlin. Mit dem



ABSOLVENTA Jobnet bietet das Unternehmen ein Karrierenetzwerk mit der Zielgruppe Studenten, Absolventen und Young Professionals. Es besteht aus der Jobbörse ABSOLVENTA, dem Traineeportal Trainee-Geflüster, der Praktikumsbörse Praktikum.info und dem Jobmesseportal Jobmesse-Radar. Komplettiert wird das Netzwerk durch die Auszeichnung für karrierefördernde und faire Trainee-Programme.

**Pressekontakt:**

Absolventa Jobnet

[www.Absolventa.de](http://www.Absolventa.de)

Daniel Furth

Tel: 030 – 240 483 295

E-Mail: [presse@Absolventa.de](mailto:presse@Absolventa.de)

Sascha Theisen

STAMMPLATZ Kommunikation

[www.stammpfad-kommunikation.de](http://www.stammpfad-kommunikation.de)

Fon +49 (0)2234 9 33 65 26

E-Mail: [theisen@stammpfad-kommunikation.de](mailto:theisen@stammpfad-kommunikation.de)