CENTRE OF HUMAN RESOURCES INFORMATION SYSTEMS
Prof. Dr. Tim Weitzel
Kontakt: Katharina Pflügner
Tel.: 0951 / 863-2873 E-Mail: katharina.pfluegner@uni-bamberg.de

CHRIS UNIVERSITY OF BAMBERG

Fragebogen - Recruiting Trends 2020

Ihre Antworten werden streng vertraulich behandelt und dienen ausschließlich Forschungszwecken.

1. Fragen zur Personalbeschaffung und zu Ihrem Personalbedarf für das Jahr 2020

1 a) Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Wir werden Ende 2020 mehr Mitarbeiter beschäftigen als Anfang 2020.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir werden Ende 2030 mehr Mitarbeiter beschäftigen als Ende 2020.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1 b) Bitte schätzen Sie die Anzahl Ihrer Vakanzen für das Jahr 2020 und das Jahr 2030.	**2020**		**2030**		
Von diesen Vakanzen denken wir, einfach besetzen zu können.		%		%	**Summe aus den drei**
Von diesen Vakanzen denken wir, werden schwer zu besetzen sein.		%		%	**Feldern = 100 %**
Von diesen Vakanzen denken wir, nicht besetzen zu können.		%		%	
1 c) Unsere Fluktuationsrate wird ... betragen.		%		%	

2. Recruiting und Active Sourcing

2 a) Bitte beantworten Sie folgende Fragen.	
Was würden Sie als Recruiter anders machen, wenn Sie 1 Million Euro Budget zur Verfügung hätten?	
Was würden Sie als Recruiter machen, wenn Sie pro Tag auf der Arbeit eine Stunde mehr Arbeitszeit zur Verfügung hätten?	

2 b) Bitte beurteilen Sie folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
In unserem Unternehmen werden zunehmend mehr Recruitingaufgaben von den Fachabteilungen ausgeführt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In unserem Unternehmen werden zunehmend mehr Recruitingaufgaben von externen Dienstleistern ausgeführt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2 c) Es sollten zunehmend mehr Recruitingaufgaben ... ausgeführt werden.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... in der Fachabteilung ...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... von externen Dienstleistern ...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... von künstlicher Intelligenz ... (d.h. mit Hilfe von maschinellem Lernen.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... in der internen Recruitingabteilung ...	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2 d) Welchen Anteil der Vakanzen in Ihrem Unternehmen melden/ veröffentlichen Sie in den folgenden **passiven Kanälen** (passive Suche)?	**Passive Kanäle** **Kommunikation**: Anteil der gemeldeten/ veröffentlichten, offenen Stellen	**Passive und aktive Kanäle** **Tatsächliche Einstellungen**: Anteil der über diesen Kanal generierten Einstellungen (**Summe der Spalte = 100 %**)
Eigene Unternehmenswebsites	%	%
Internet-Stellenbörsen	%	%
Printmedien	%	%
Arbeitsagentur	%	%
Karrierenetzwerke (z.B. XING, LinkedIn)	%	%
soziale Netzwerkplattformen (z.B. Facebook)	%	%
weitere Social-Media-Kanäle (z.B. Twitter, YouTube, Instagram, SnapChat)	%	%
Mitarbeiterempfehlungen	%	%
andere	%	%

2 e) In wie viel Prozent Ihrer Vakanzen suchen Sie aktiv nach geeigneten Kandidaten in den folgenden **aktiven Kanälen** (aktive Suche)?	**Aktive Kanäle** **Aktive Suche** : Anteil der aktiv gesuchten Kandidaten für offene Stellen	**Summe aus den passiven und aktiven Kanälen = 100 %**
Talent-Pools	%	%
externe Lebenslaufdatenbanken (z.B. Monster)	%	%
Karrierenetzwerke (z.B. XING, LinkedIn)	%	%
soziale Netzwerkplattformen (z.B. Facebook)	%	%
weitere Social-Media-Kanäle (z.B. Twitter, Instagram, SnapChat)	%	%
Spezialistenforen und Blogs (eigene Suche)	%	%
Spezialistenforen und Blogs durch die Nutzung von Tools zur aggregierten Suche (z.B. TalentBin)	%	%
Karriere-Events für Studierende und/oder Absolventen	%	%
Personalmessen	%	%
eigene Netzwerke der Recruiter	%	%
andere	%	%

3. Fragen zu Freelancern

	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Die genaue Anzahl an Freelancern, die bei uns im Unternehmen arbeiten, ist uns bekannt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Das Profil der Personen, die für unser Unternehmen als Freelancer arbeiten, ist uns bekannt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn sich ein Freelancer, der schon einmal bei uns im Unternehmen gearbeitet hat, auf eine reguläre Stelle bewirbt, so wird das im Bewerbungsprozess von uns bemerkt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Erwartungen und Herausforderungen der Digitalisierung im Personalwesen

4 a) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Für die Effektivität und Effizienz der Rekrutierung ist es gut, dass Aufgaben zunehmend digitalisiert werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die digitale Transformation des Personalwesens ist für unsere Organisation überlebenswichtig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unsere Mitarbeiter sind auf die digitale Transformation vorbereitet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich habe Angst, dass ich durch die zunehmende Digitalisierung in der Rekrutierung meinen Arbeitsplatz verlieren werde.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4 b) Durch die Digitalisierung des Bewerbungsprozesses können offene Stellen ...	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... schneller besetzt werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... besser besetzt werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... fairer besetzt werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4 c) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen und beantworten Sie die Fragen.	
Anteil an Jobprofilen in Ihrem Unternehmen, der sich in den nächsten **10 Jahren** durch die Digitalisierung ändern wird.	%
Wir werden ... neue Jobprofile in den nächsten **10 Jahren** durch die Digitalisierung in unserem Unternehmen brauchen.	%
Welcher Anteil Ihrer Neueinstellungen im letzten Jahr erfolgte ohne das Ziel eine bestimmte offene Stelle zu besetzen, da unklar ist, wie Jobprofile in Zukunft aussehen werden?	%
Was würden Sie mit Ihrer zurückgewonnenen Zeit machen, wenn ein Großteil der operativen Aufgaben von intelligenten Maschinen übernommen werden würde?	

5. Digitalisierungsscore - und strategie

5 a) Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Wir haben eine unternehmensweite explizite Digitalisierungsstrategie formuliert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir verfügen über eine Kostenplanung für unsere digitalen Transformationsvorhaben im Personalwesen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben unsere Unternehmenskultur an die zunehmende Digitalisierung angepasst.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir stellen unsere bestehenden Prozesse in Frage und suchen kontinuierlich nach neuen Lösungen, die durch die digitalen Entwicklungen möglich werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Für unsere digitale Transformation im Personalwesen wissen wir genau, welche Kompetenzen und Ressourcen erforderlich sind.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5 b) Im Rahmen der Digitalisierung verfolgen wir eher einen ...	
... IT-getriebenen Ansatz, bei dem wir schnell nach vielversprechenden neuen Technologien suchen.	◯
... prozessgetriebenen Ansatz, bei dem wir unsere Prozesse analysieren und dann Technologien suchen, die diese Prozesse unterstützen können.	◯

5 c) Zu wie viel Prozent sind die folgenden Aktivitäten in Ihrem Unternehmen automatisiert?	**heute**	**2030**
Ad / Stellenanzeigen Posting	%	%
Active Sourcing	%	%
Vorauswahl	%	%
Auswahl	%	%

6. Fragen zur zukünftigen Entwicklung von mobilen Endgeräten und Mobile Recruiting.

6 a) Mobile Endgeräte, die zur Jobsuche und Bewerbung verwendet werden, sind in 10 Jahren ...	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... unverändert/ähnlich zu heute.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... im Nutzer implantiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... größer im Vergleich zu heute.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... mobile Begleiter (z.B. Drohne, Roboter) der Nutzer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... in andere Gegenstände (z.B. Auto, Kleidung) integriert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... schwerer zu bedienen als heute.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6 b) Kandidaten steuern mobile Endgeräte in 10 Jahren mittels ...	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... Tastatur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Touch-Display.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Sprache.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Gestik.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Mimik.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Augenbewegung.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Gedanken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6 c) Was sind die größten Herausforderungen für die Weiterentwicklung von Mobile Recruiting in den nächsten 10 Jahren?	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Ängste (z.B. Datensicherheit) der Nutzer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
fehlende Standards seitens der Anbieter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
fehlende Akzeptanz von Kandidaten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
fehlende technologische Voraussetzungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
fehlende Akzeptanz von Unternehmen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
geringer wirtschaftlicher Nutzen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

7. Fragen zum Employer Branding

7 a) Bitte bewerten Sie Ihre Aussagen nach dem Schulnotensystem.	1=sehr gut	2=gut	3=befriedigend	4=ausreichend	5 =mangelhaft	6=ungenügend	nicht relevant
Unsere Arbeitgebermarke (Employer Brand) ist	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Arbeitgeberrankings schneiden wir ... ab.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Im Allgemeinen sind wir bei der Rekrutierung von Kandidaten aus der Generation Z ... aufgestellt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wir beauftragen Influencer, um unsere Employer Brand zu stärken.	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
Unsere wichtigsten Konkurrenten schneiden im Employer Branding … ab.	☐ besser	☐ schlechter	☐ gleich

8. Human Resources (HR)-ChatBots

8 a) Wir bieten Kandidaten einen HR-ChatBot an, sodass diese sich über offene Stellen, Karrieremöglichkeiten oder unser Unternehmen informieren können. ☐ ja ☐ nein ☐ geplant

8 b) HR-ChatBots ...	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... sind eine gute Möglichkeit, um Standardfragen von Kandidaten zu beantworten.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... sind eine gute Möglichkeit, um Kandidaten hinsichtlich offener Stellen zu beraten.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... sind eine gute Möglichkeit, um Kandidaten hinsichtlich möglicher Karriereschritte zu beraten.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... sind eine gute Möglichkeit, um die Bewerbung von Kandidaten abzuwickeln.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... werden in Zukunft immer häufiger zum Einsatz kommen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9. Empfehlungs- und Auswahlsysteme

9 a) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen.

Wir nutzen automatisierte Empfehlungssysteme, sodass freie Stellen in unserem Unternehmen potenziell geeigneten Stellensuchenden vorgeschlagen werden. ☐ ja ☐ nein ☐ geplant

Wir nutzen automatisierte Empfehlungssysteme, sodass uns potenziell geeignete Kandidaten für freie Stellen vorgeschlagen werden. ☐ ja ☐ nein ☐ geplant

9 b) Automatisierte Empfehlungssysteme ...	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... schlagen qualifizierte Kandidaten vor.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... vereinfachen das Active Sourcing.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... werden in Zukunft immer häufiger eingesetzt, um Kandidaten geeignete freie Stellen vorzuschlagen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... werden in Zukunft immer häufiger eingesetzt, um Unternehmen geeignete Kandidaten vorzuschlagen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... fördern eine diskriminierungsärmere Gestaltung des Active Sourcings.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9 c) Bitte beurteilen Sie die folgende Aussage.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Wir nutzen Systeme zur automatisierten Vorauswahl von Bewerbungen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9 d) Systeme zur automatisierten Vorauswahl von Bewerbungen ...	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... finde ich gut.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... fördern eine diskriminierungsärmere Bewerbervorauswahl.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... vereinfachen die Bewerbervorauswahl.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... werden in Zukunft immer häufiger zum Einsatz kommen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... beschleunigen die Bewerbervorauswahl.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9 e) Wir nutzen künstliche Intelligenz im Personalwesen. ☐ ja ☐ nein ☐ geplant

9 f) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Generell steht unser Unternehmen dem Thema künstliche Intelligenz eher ablehnend gegenüber.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich glaube, dass wir aktuell nicht genug Daten haben, um eine künstliche Intelligenz trainieren zu können.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich habe Angst, dass künstliche Intelligenz ein Verhalten entwickelt, das nicht auf die Unternehmensziele und -werte ausgerichtet ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir müssen das Vorgehen einer künstlichen Intelligenz erst kontrollieren und verstehen können, bevor wir es produktiv einsetzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich vertraue den Entscheidungen einer künstlichen Intelligenz **nicht**.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fehler einer künstlichen Intelligenz im Bewerbungsprozess können dem Image des Unternehmens schaden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

10. Mitarbeiterfähigkeiten

10 a) Wie wichtig sind die folgenden Mitarbeiterfähigkeiten, um den Jobanforderungen in Ihrem Unternehmen gerecht zu werden?

	heute					**in 10 Jahren**				
	sehr wichtig	wichtig	teils-teils	unwichtig	sehr unwichtig	sehr wichtig	wichtig	teils-teils	unwichtig	sehr unwichtig
Lernfähigkeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
unternehmerisches Denken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Selbstmanagement	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kommunikationsfähigkeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lernbereitschaft	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Teamfähigkeit in unterschiedlichen Teamformen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kreativität	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Prozessverständnis	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Datenbankverständnis	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Programmierkenntnisse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

10 b) Wie wichtig ist die Rekrutierung von Kandidaten aus der Generation Z für Ihr Unternehmen? ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

11. Fragen zu Weiterbildung	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Weiterbildung ist für die zukünftige Arbeitsfähigkeit unserer Mitarbeiter entscheidend.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Weiterbildung ist für die zukünftige Karriere unserer Mitarbeiter entscheidend.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Weiterbildung ist wichtig, um die Mitarbeiterbindung zu stärken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wir haben ein internes oder externes Weiterbildungsprogramm implementiert. ☐ ja ☐ nein ☐ geplant

12. Zukunft der Arbeit

12 a) Welches Stichwort verbinden Sie mit "Zukunft der Arbeit"?

12 b) Der Anteil an festangestellten Mitarbeitern wird in 10 Jahren ... sein. ☐ größer als heute ☐ gleich ☐ kleiner als heute

12 c) Wie lange werden Mitarbeiter in 10 Jahren durchschnittlich in Ihrem Unternehmen arbeiten? ☐ länger als heute ☐ gleich ☐ kürzer als heute

13. Fragen zum Einsatz von IT-Systemen

	13 a) Wie bewerten Sie unter Einbezug aller aufgewendeten Kosten, Anstrengungen und Ressourcen ... heute?							**13 b) Was erwarten Sie unter Einbezug aller aufgewendeten Kosten, Anstrengungen und Ressourcen wie ... in 10 Jahren sein wird?**						
	<- effektiv			ineffektiv ->		nicht vorhanden		<- effektiv			ineffektiv ->		nicht vorhanden	
... die Effektivität Ihres Bewerbermanagementsystems ...	☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐		☐
... die Effektivität Ihrer Karriere-Website ...	☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐		☐
... die Effektivität der genutzten Internet-Stellenanzeigen ...	☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐		☐
... die Effektivität der gesamten IT im Personalmarketing ...	☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐		☐

14. Social Media

14 a) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Der Einsatz von Social Media ist mit anderen Personalbeschaffungsaktivitäten abgestimmt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben Maßnahmen etabliert, um den Erfolg unserer Aktivitäten in Social Media nachweisen zu können.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Relevanz von Social Media in der Personalbeschaffung ist geringer als früher.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

14 b) Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen.			
Wurde Ihr Unternehmen bereits auf Unternehmensbewertungsplattformen (z. B. Kununu) bewertet?	☐ ja	☐ nein	☐ weiß nicht
Gibt es Diskussionsgruppen zu Ihrem Unternehmen als Arbeitsgeber (z. B. Freundlichkeit der Kollegen, Arbeitsatmosphäre, Bezahlung) in Plattformen wie Facebook oder XING?	☐ ja	☐ nein	☐ weiß nicht
Beteiligen sich Mitarbeiter aus dem Recruiting an Diskussionsgruppen auf Plattformen (z. B. XING)?	☐ ja	☐ nein	☐ weiß nicht
Bietet Ihr Unternehmen Podcasts über Karrierethemen auf der Unternehmens-Website an?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
Bietet Ihr Unternehmen Videos über das Unternehmen auf der Karriere-Website an?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
Bietet Ihr Unternehmen einen virtuellen Unternehmensrundgang auf der Karriere-Website an?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
Bietet Ihr Unternehmen Bewerbern die Möglichkeit, in einem Self-Assessment online die persönliche Eignung auf eine Stelle vor dem Absenden der Bewerbung zu testen?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant

14 c) Bitte beantworten Sie die folgende Frage.	<- wichtig		teils-teils		unwichtig ->
Wie wichtig sind nach Ihrer Meinung Informationen über Unternehmen in Plattformen wie Kununu für Bewerber?	☐	☐	☐	☐	☐

14 d) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Wir haben spezielle Mitarbeiter, die unsere Social-Media-Kanäle pflegen und Inhalte platzieren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben eine explizite Strategie für den Einsatz von Social Media in der Personalbeschaffung.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben einen Redaktionsplan für unsere Aktivitäten in Social Media definiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

14 e) Wie häufig nutzen Sie die folgenden Applikationen zu den angegebenen Zwecken?

	Image-Werbung (Employer Branding)					**Suche nach Informationen über bereits identifizierte Kandidaten**				
	sehr häufig	häufig	regelmäßig	selten	nie	sehr häufig	häufig	regelmäßig	selten	nie
Facebook	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
XING	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Spezialistenforen und Blogs	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
SnapChat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
WhatsApp	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

15. Bedeutung und Funktionen von Apps

15 a) Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen.				
Wir nutzen Virtual-Reality-Anwendungen im Personalwesen.	☐ ja	☐ nein	☐ geplant	☐ unbekannt
Wir nutzen Augmented-Reality-Anwendungen im Personalwesen.	☐ ja	☐ nein	☐ geplant	☐ unbekannt

15 b) Bitte beurteilen Sie folgende Aussage.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Durch den Einsatz von Virtual- bzw. Augmented-Reality-Anwendungen in Apps ist es möglich, Kandidaten für unser Unternehmen zu begeistern.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

15 c) Durch Virtual Reality- bzw. Augmented Reality-Anwendungen können wir uns gegenüber Kandidaten … darstellen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->	weiß nicht
… authentischer …	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
… nahbarer …	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
… realistischer …	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
… umfassender …	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
… ehrlicher …	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

16. Mitarbeiterempfehlung

16 a) Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen.

Haben Sie ein Mitarbeiterempfehlungsprogramm implementiert?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
Werden in Ihrem Unternehmen Mitarbeiterempfehlungen, die zu Einstellungen führen, entlohnt (Geld- oder Sachwerte)?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
Halten Sie Ihre Mitarbeiter dazu an, im Unternehmen bestehende freie Stellen weiterzuempfehlen?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
Halten Sie Ihre Mitarbeiter dazu an, konkrete Kandidaten für im Unternehmen freie Stellen vorzuschlagen?	☐ ja	☐ nein	☐ geplant

16 b) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Mitarbeiter, die über persönliche Empfehlungen eingestellt wurden, sind loyaler.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mitarbeiter, die über persönliche Empfehlungen eingestellt wurden, passen besser zu unserer Unternehmenskultur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Persönliche Mitarbeiterempfehlungen haben ein starkes Gewicht bei der Kandidatenauswahl.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Schlechte Leistungen von empfohlenen Kandidaten fallen auf jene Mitarbeiter zurück, welche den Kandidaten empfohlen haben.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn wir eine Empfehlung nicht berücksichtigen, wirkt sich das auf die Motivation jener Mitarbeiter aus, welche den Kandidaten empfohlen haben.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir stellen lieber einen Kandidaten mit Empfehlung von einem unserer Mitarbeiter ein als einen ohne.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Qualifikationen der vorgeschlagenen Kandidaten passen häufig nicht zu den Qualifikationen der offenen Stellen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17. Active Sourcing

17 a) Wie viele der aktiv angesprochenen Kandidaten melden sich … zurück? (Summe = 100%).	positiv	%	negativ	%	gar nicht	%

17 b) Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen.

Wie viele Kandidaten spricht Ihr Unternehmen im Durchschnitt pro Tag aktiv an?			
Wie viele HR-Mitarbeiter befassen sich in Ihrem Unternehmen hauptsächlich mit der Direktansprache von Kandidaten?			
Haben Sie schon mal einen Kandidaten im Rahmen der Direktansprache persönlich zuhause besucht?	☐ ja	☐ nein	☐ weiß nicht

18. Fragen zu Kennzahlen

Den Erfolg unserer Employer-Branding-Maßnahmen messen wir überwiegend objektiv (z.B. Kennzahlen-basiert).	☐ ja	☐ nein	☐ geplant

Bitte nennen Sie die drei wichtigsten Kennzahlen, die bei Ihnen im HR-Kontext erhoben werden:

Kennzahl A | Kennzahl B | Kennzahl C

In unserem **HR-Bereich** besteht ... Verständnis darüber, wie die Kennzahl "A /B /C" **interpretiert** werden soll.			In unserem **HR-Bereich** besteht ... Verständnis darüber, welche **Maßnahmen** aus Kennzahl "A /B /C" **abgeleitet** werden sollen.		
Kennzahl A	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend	Kennzahl A	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend
Kennzahl B	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend	Kennzahl B	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend
Kennzahl C	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend	Kennzahl C	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend
Ich glaube, im **Fachbereich** besteht ... Verständnis darüber, wie die Kennzahl "A /B /C" **interpretiert** werden soll.			Ich glaube, im **Fachbereich** besteht ... Verständnis darüber, welche **Maßnahmen** aus Kennzahl "A /B /C" **abgeleitet** werden sollen.		
Kennzahl A	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend	Kennzahl A	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend
Kennzahl B	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend	Kennzahl B	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend
Kennzahl C	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend	Kennzahl C	☐ ausreichend	☐ nicht ausreichend

18 a) Wir erheben die folgenden Kennzahlen:	**Bereits heute**	**In 10 Jahren**
Die durchschnittlichen Kosten einzelner Prozessschritte (z. B. Schaltung von Anzeigen oder Vorselektion von Bewerbungen).	☐ ja ☐ nein	☐ ja ☐ nein
Die durchschnittliche Zeit zwischen der Identifikation einer Vakanz und der tatsächlichen Einstellung (Time-to-Hire).	☐ ja ☐ nein	☐ ja ☐ nein
Die Effektivität von Employer-Branding-Kampagnen.	☐ ja ☐ nein	☐ ja ☐ nein
Kosten je Einstellung (Costs-per-Hire).	☐ ja ☐ nein	☐ ja ☐ nein
Die durchschnittlichen Kosten je bearbeiteter Bewerbung.	☐ ja ☐ nein	☐ ja ☐ nein
Die durchschnittliche Dauer einzelner Prozessschritte (z. B. Schaltung von Anzeigen oder Vorselektion von Bewerbungen).	☐ ja ☐ nein	☐ ja ☐ nein
Die Qualität unserer Bewerber.	☐ ja ☐ nein	☐ ja ☐ nein

19. Fragen zum Vorstellungsgespräch

	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Kandidaten, die sich nach einem Vorstellungsgespräch bei der jeweiligen Kontaktperson per E-Mail für das Gespräch bedanken, haben im Bewerbungsprozess bessere Chancen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

19 a) Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen.	sehr häufig	häufig	regelmäßig	selten	nie
Wie häufig recherchieren Sie nach dem Vorstellungsgespräch, ob Kandidaten über das Gespräch in Social Media berichten?	☐	☐	☐	☐	☐
Wie häufig googeln Sie nach dem Vorstellungsgespräch, ob Kandidaten-Geschichten stimmen?	☐	☐	☐	☐	☐

19 b) Aus welchen Gründen lehnen Sie eine Bewerbung nach einem Bewerbungsgespräch doch ab?	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
zu wenige oder unpassende Hard Skills	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
zu wenige oder unpassende Soft Skills	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
nicht passend zur Unternehmenskultur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
zu hohe Gehaltsforderung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unehrlichkeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
"Chemie zwischen Kandidat und Unternehmen stimmte nicht"	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Datum für Arbeitsbeginn passte nicht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
sonstiges							

20. Fragen zu Arbeitszeiten	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Bei uns müssen sich Mitarbeiter zwischen Home-Office und einem festen Büroarbeitsplatz entscheiden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Immer mehr Kandidaten kommen nur zu uns, wenn wir ihnen Home-Office ermöglichen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unserem Unternehmen ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit besitzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In unserem Unternehmen wird viel Wert auf ein gutes Arbeitsklima gelegt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter hat für unser Unternehmen einen hohen Stellenwert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Das Arbeitsklima in unserem Unternehmen ist gut.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zur Attraktivitätssteigerung werben wir aktiv mit dem Angebot einer betrieblichen Gesundheitsförderung.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

21. Fragen zum Bewerbungseingang

Wie hoch ist der Anteil der folgenden Kanäle an den eingehenden Bewerbungen (a) heute und wie hoch schätzen Sie ihn (b) in 10 Jahren?	(a) Bewerbungseingang heute (Anteil an allen Bewerbungen, **Summe = 100 %**)	(b) Bewerbungseingang in 10 Jahren (Anteil an allen Bewerbungen, **Summe = 100 %**)	Welche Bewerbungsarten lassen Sie zu?	Welche Bewerbungsart präferieren Sie unabhängig vom Bewerbungseingang?
per Post	☐ %	☐ %	☐	☐
per E-Mail	☐ %	☐ %	☐	☐
per (Online-)Bewerbungsformular	☐ %	☐ %	☐	☐
über die eigene Unternehmens-App	☐ %	☐ %	☐	☐
über die App einer Internet-Stellenbörse	☐ %	☐ %	☐	☐
andere ☐	☐ %	☐ %	☐	☐

22. Fragen zu Mobile Recruiting

22 a) Im Vergleich zu unseren Wettbewerbern sind wir in Bezug auf Mobile Recruiting ... aufgestellt.	viel besser					viel schlechter
	☐	☐	☐	☐	☐	☐

22 b) Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Mobile Recruiting wird zukünftig immer wichtiger.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mobile Recruiting ist in unserem Tagesgeschäft angekommen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

22 c) Wir haben die Darstellung unserer ... für mobile Endgeräte optimiert.			
... Online-Stellenanzeigen ...	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
... Karriere-Website ...	☐ ja	☐ nein	☐ geplant
... Online-Bewerbungsformulare ...	☐ ja	☐ nein	☐ geplant

22 d) Können sich Kandidaten auch über die Apps der genutzten Internet-Stellenbörsen bei Ihrem Unternehmen bewerben? ☐ ja ☐ nein ☐ weiß nicht

22 e) Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Mobile Recruiting hat schon heute einen hohen Stellenwert für **Kandidaten**.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mobile Recruiting hat schon heute einen hohen Stellenwert für **Unternehmen**.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mobile Recruiting hat einen hohen Stellenwert für **Kandidaten** in 10 Jahren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mobile Recruiting hat einen hohen Stellenwert für **Unternehmen** in 10 Jahren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte hat einen großen Einfluss auf die Rekrutierung.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bereits heute bewerben sich Kandidaten verstärkt über mobile Endgeräte bei unserem Unternehmen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Generell sind wir gegenüber Mobile Recruiting aufgeschlossen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir verfügen über ein Grundverständnis bzgl. der technischen Einsatzmöglichkeiten von Mobile Recruiting.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn wir kein Mobile Recruiting anbieten, riskieren wir, potenzielle Kandidaten zu verlieren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die mobile Bewerbung bringt Datensicherheitsprobleme mit sich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

22 f) Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Unterschiedliche Standards der Anbieter am Markt erschweren den Einsatz von Mobile Recruiting.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mobile Recruiting stärkt unsere Employer Brand.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kandidaten erwarten eine professionelle mobile Präsenz unseres Unternehmens.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Durch mobile Endgeräte erhalten wir mehr Bewerbungen als früher.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Insgesamt betrachtet, wirkt sich Mobile Recruiting positiv auf die Rekrutierung in unserem Unternehmen aus.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kandidaten wollen über mobile Endgeräte nach offenen Stellen suchen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kandidaten wollen sich über mobile Endgeräte auf offene Stellen bewerben.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir müssen Mobile Recruiting anbieten, da die nachfolgenden Generationen (z.B. Generation Z) nur noch mobile Endgeräte besitzen werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

23. Business Process Management

23 a) Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen.	<- vollständig			teils-teils			gar nicht ->
Wir haben die Prozesse im Personalwesen explizit definiert und dokumentiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben im Personalwesen im Rahmen der Prozessdefinition auch verschiedene Rollen und Rechte der Mitarbeiter definiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben die Prozessergebnisse klar definiert und an den Unternehmenszielen ausgerichtet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir überwachen und verbessern die Geschäftsprozesse im Personalwesen kontinuierlich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben Schnittstellen zwischen den einzelnen Prozessen definiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wir haben Kennzahlen zu Kosten, Zeit und Qualität der Teil- und Gesamtprozesse im Recruiting.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

24. Generation Z (Jahrgänge 1994 - 2002)							
24 a) Wie viel Prozent Ihrer aktuellen Mitarbeiter sind jünger als 24 Jahre und gehören somit der Generation Z an?							
24 b) Wir versuchen vermehrt Kandidaten aus der Generation Z einzustellen.	☐ ja		☐ nein		☐ geplant		
24 c) Die folgenden Maßnahmen sind dafür geeignet, um für Kandidaten der Generation Z attraktiver zu wirken.	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
Einsatz von neuen Technologien (z.B. Virtual-Reality und Augmented-Reality)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
örtlich und zeitlich flexible Arbeitsgestaltung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
höhere Gehälter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Weiterbildungsmöglichkeiten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
gute Karrieremöglichkeiten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
flache Hierarchien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
gute Work-Life-Balance	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
schnelle und effiziente Kommunikation	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
sonstiges							
24 d) Um Kandidaten aus der Generation Z rekrutieren zu können, müssen wir …	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... uns als Unternehmen vermehrt bei den Kandidaten bewerben.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... uns vermehrt auf den Kanälen, welche diese Generation nutzt, präsentieren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... unsere Stellenanzeigen anders formulieren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... mehr Zeit und Geld investieren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... diese vermehrt direkt ansprechen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... andere Maßnahmen implementieren.							
24 e) Um Kandidaten aus der Generation Z in unserem Unternehmen langfristig halten zu können, müssen wir...	<- stimme zu			teils-teils			stimme nicht zu ->
... unsere Unternehmenskultur anpassen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... die Work-Life-Balance stärken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... die Autonomie der Mitarbeiter erhöhen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Mentorenprogramme einführen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... eine modere Arbeitsumgebung schaffen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Weiterenwicklungsmöglichkeiten anbieten.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... sonstiges							
24 f) Was hat Ihr Unternehmen im letzten Jahr gemacht, um die Kandidaten aus der Generation Z einzustellen?							

Fragen zur Abwicklung der Studie "Recruiting Trends 2020"

Abschlussbericht der Studie

Möchten Sie den Abschlussbericht der neuen Studie "Recruiting Trends 2020" nach seiner Fertigstellung kostenfrei in digitaler Form erhalten? Dann geben Sie bitte hier Ihre E-Mail-Adresse an.

Ihre E-Mail-Adresse: _____

Fallstudie in Ihrem Unternehmen

Unser Institut besucht alljährlich ausgewählte Unternehmen, um im Rahmen von Fallstudien innovative Rekrutierungskonzepte aus der Praxis vorzustellen. Bitte teilen Sie uns mit, ob Sie an einer solchen Fallstudie teilnehmen möchten.

☐ Ja, bitte nehmen Sie über die oben angegebene E-Mail-Adresse Kontakt zu mir auf.

☐ Nein.

Sie können uns den ausgefüllten Fragebogen einfach per E-Mail-Anhang senden.
Alternativ können Sie den Fragebogen über einen Klick auf die folgende Schaltfläche ausdrucken und uns per Fax oder Post an die folgende Adresse schicken:

Katharina Pflügner
Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Postfach 1549
96045 Bamberg
Fax: +49 (0)951 - 863-2873
katharina.pfluegner@uni-bamberg.de

Formular drucken

Formular per E-Mail senden