

# Arbeitgeberbewertung aus Kandidatensicht

## Eine gemeinsame Umfrage der softgarden e-recruiting GmbH und des Personalmagazins

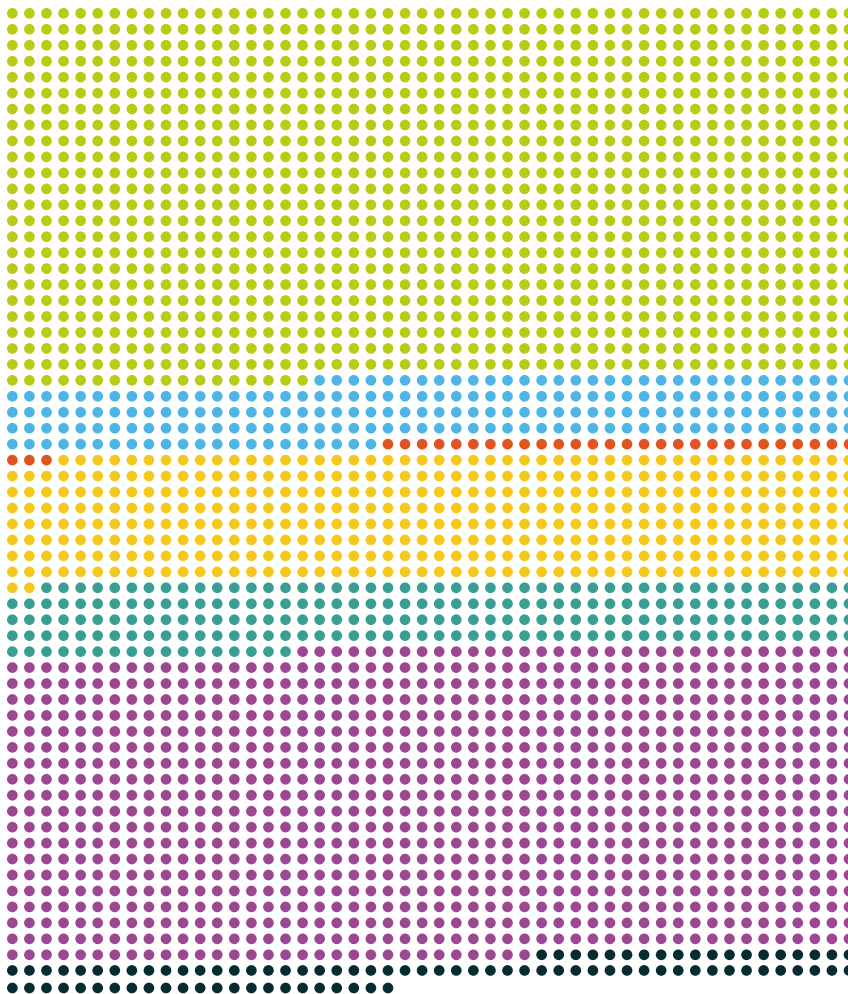
Aktuell gibt es über 200 Angebote zur Bewertung von Arbeitgebern in Deutschland. Neben den Arbeitgeberbewertungsplattformen (kununu, Glassdoor, Jobvoting) konkurrieren zahlreiche Anbieter von Gütesiegeln und Benchmarkingverfahren (Great Place to Work, Top Job) sowie Arbeitgeber-Rankings (Trendence, Potentialpark) um die Aufmerksamkeit der Recruiter. Doch wie denken Bewerber darüber?

### Inhalt

<b>1. Teilnehmerdaten</b> . . . . .	2
<b>2. Welche Rolle spielt die Arbeitgeberbewertungen bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber?</b> . . . . .	3
<b>3. Wichtigste Anbieter für Bewertung der die Qualität von Arbeitgebern</b> . . . . .	4
<b>4. Wichtigkeit der Anbieter für die Entscheidung nach Kategorien</b> . . . . .	6
<b>5. Transparenz und Seriosität</b> . . . . .	7
<b>6. Kommentare und Erfahrungsberichte</b> . . . . .	9
<b>7. Empfehlungen an Arbeitgeber</b> . . . . .	11
<b>8. Fazit: Natürliche Schönheit kommt von innen</b> . . . . .	15

# 1. Teilnehmerdaten

Teilnahme über das softgarden E-Recruitingsystem. Es handelt sich also durchweg um echte Bewerber, die sich aktuell auf eine neue Position beworben haben. Bei den Detailfragen stieg ein Großteil der Teilnehmer aus, wobei die Gesamtzahl der Beantwortungen durchgehend über 1.000 lag.



## Teilnehmer

**3 073**

## Davon

**38%**

Berufstätige(r)

**5%**

Schüler(in)

**1%**

Auszubildende(r)

**13%**

Studierende(r)

**7%**

Selbstständige(r)

**33%**

Arbeitssuchende(r)

**3%**

Sonstige

## Geschlecht



**45%\***

weiblich

**55%**

männlich

## Laufzeit

**Januar/Februar 2016**

## Durchschnittsalter

**33**  
Jahre

\* Zahlen sind jeweils auf- oder abgerundet – auch im Folgenden.

## 2. Welche Rolle spielt die Arbeitgeberbewertungen bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber?

Welche Rolle spielen Bewertungsplattformen, Gütesiegel und Rankings für die Entscheidung für oder gegen einen Arbeitgeber?

**37%**

*stimmten folgender  
Aussage zu:*

- » Bei meiner letzten Bewerbung haben Arbeitgeber-Bewertungsplattformen, -Rankings oder -Gütesiegel eine Rolle gespielt.  
(In aktuellen Bewerbungsverfahren)

**31%**

*stimmten folgender  
Aussage zu:*

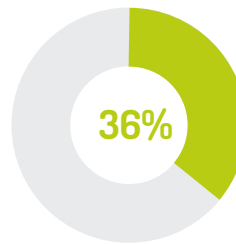
- » Ich habe mich aufgrund einer Bewertung/ eines Siegels oder der Position des Zielarbeitgebers in einem Ranking schon einmal für oder gegen einen Arbeitgeber entschieden.

**FAZIT** Eine gewisse Rolle im aktuellen Bewerbungsverfahren spielen Bewertungsplattformen, Rankings und Gütesiegel für rund 37 %. Lediglich bei 31 % haben diese Bewertungsformate schon einmal konkret die Wahl eines Arbeitgebers entschieden. Für eine große Mehrheit der Umfrageteilnehmer spielen diese Angebote jedoch keine Rolle.

### 3. Wichtigste Anbieter für Bewertung der die Qualität von Arbeitgebern

#### Ungestützte Abfrage

„Wer sind aus Ihrer Sicht in Deutschland die drei wichtigsten Anbieter für die Bewertung der Qualität von Arbeitgebern?“ Die Teilnehmer konnten hier ungestützt Unternehmen nennen, die sich mit der Bewertung von Arbeitgebern beschäftigen.

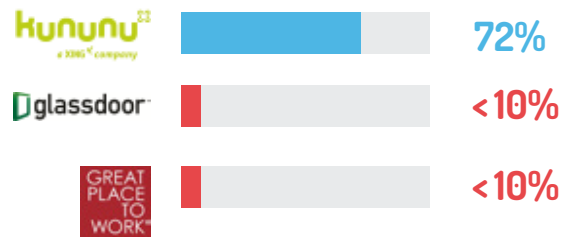


Nur rund 36 % der Teilnehmer waren hier in der Lage, einen konkreten Anbieter zu nennen.

#### Nennung an erster Stelle

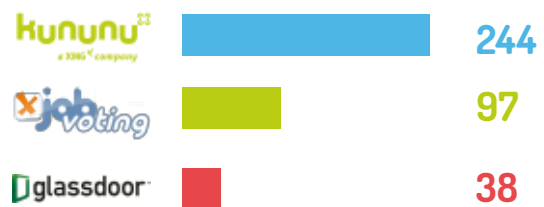
Die Arbeitgeberbewertungsplattform **kununu** ist nach ungestützter Abfrage mit Abstand am bekanntesten: 689 Teilnehmer haben sie genannt. Nimmt man noch die Nennung des Karrierenetzwerks **Xing** hinzu, dem die Plattform gehört, sowie die Mischnennung **Xing/kununu**, so waren es insgesamt 789 oder 72 % der Nennungen.

Danach folgen mit sehr großem Abstand weitere Anbieter wie **Glassdoor**, oder **Great Place to Work**, die alle weit unter 100 Nennungen erhielten.



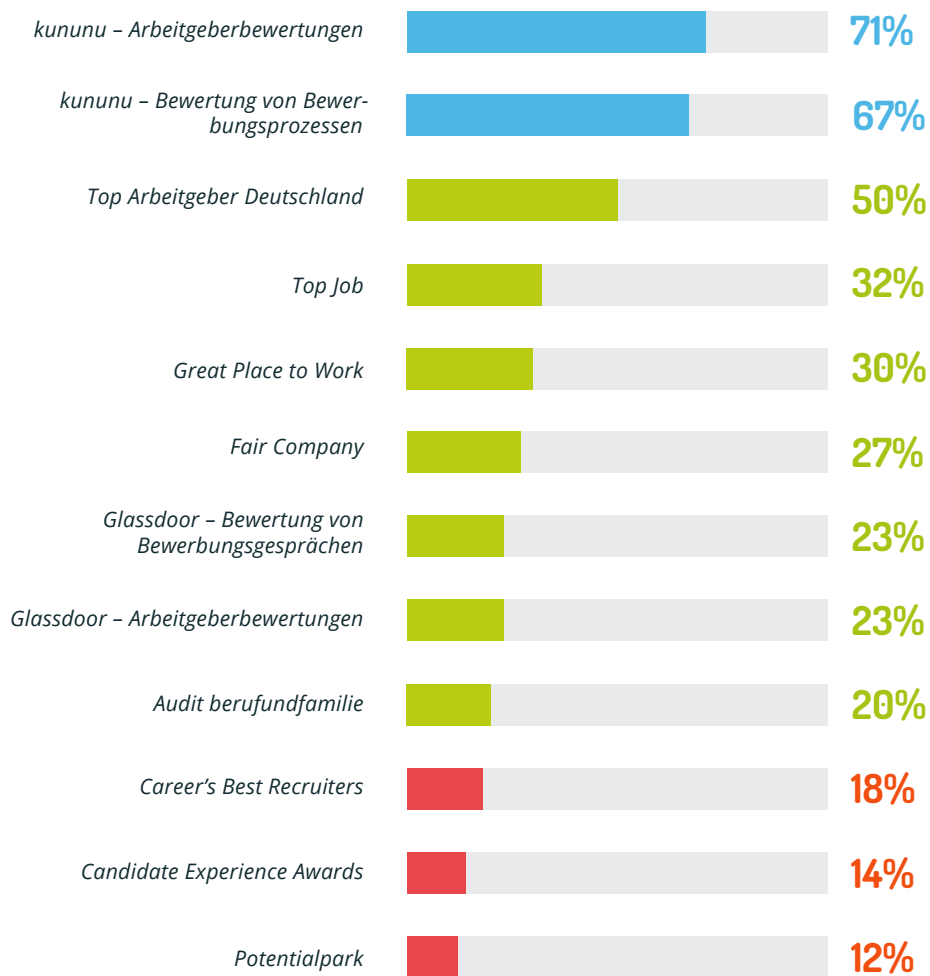
#### Nennung an zweiter und dritter Stelle

Bei den Zweit- und Drittplatzierten ändert sich dieser Befund kaum. Bei den Zweitplatzierten zum Beispiel sticht wiederum **kununu** hervor – mit 105 Nennungen. Nimmt man die **Xing**-Nennungen dazu (139), so kommt die Arbeitgeberbewertungsplattform auf 244 Nennungen und hängt die Verfolger ab. Fast zweistellig ist immerhin noch das Ergebnis für **Jobvoting.de** mit 97 Nennungen, der kununu-Wettbewerber **Glassdoor** kommt lediglich auf 38 Nennungen.



## Gestützte Abfrage

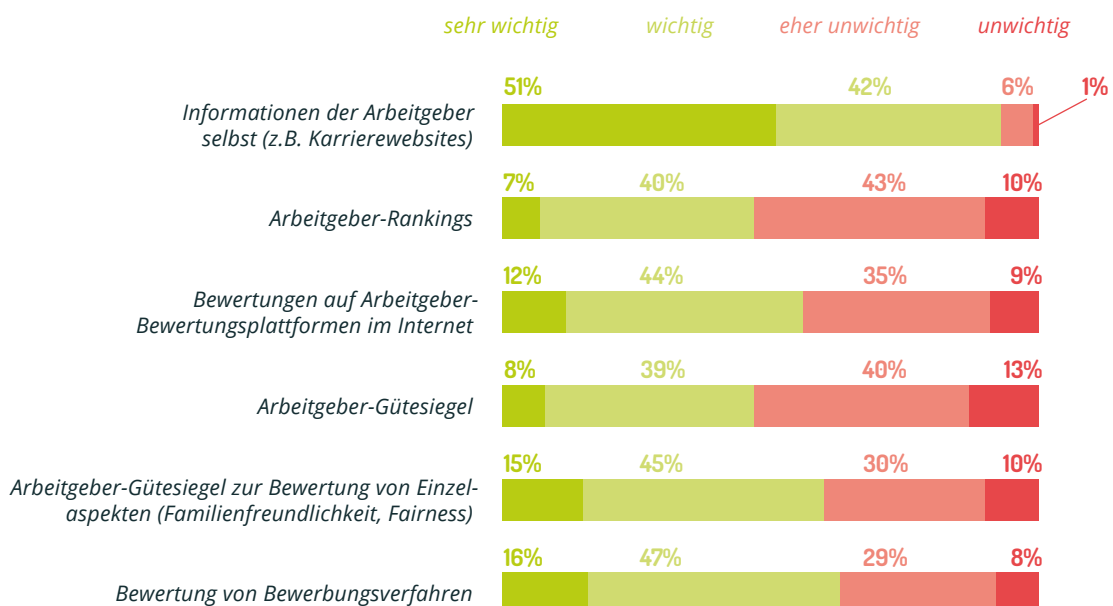
Wir haben die Bekanntheit zu einem späteren Zeitpunkt in der Abfolge der Fragen noch einmal gestützt (nach einer Liste wichtiger Anbieter) und indirekt abgefragt. Die Teilnehmer sollten die Anbieter nach einzelnen Kriterien bewerten und konnten alternativ die Option „Der Anbieter ist mir nicht bekannt“ ankreuzen. Hier die jeweiligen Bekanntheitsquoten, die aus der Unbekanntheitsquote abgeleitet ist („Der Anbieter ist mir nicht bekannt“):



**FAZIT** **kununu** ist als einziger Anbieter einer größeren Mehrheit der Bewerber bekannt. **Top Arbeitgeber Deutschland** erreicht bei der gestützten Abfrage einen sehr guten Wert. Der Vergleich mit der ungestützten Abfrage gibt allerdings einen Hinweis darauf, dass dies vermutlich eher dem sprechenden Namen des Anbieters als echter Markenbekanntheit zu verdanken ist. Es gibt zudem eine Reihe von Anbietern, die einer größeren Minderheit der Bewerber bekannt sind (einem Viertel und mehr). Da sich die Angebote zum Teil nur an bestimmte Bewerbergruppen richten, würde hier ein gezielter Blick auf Teilzielgruppen lohnen.

## 4. Wichtigkeit der Anbieter für die Entscheidung nach Kategorien

Wie wichtig ist das Phänomen der Arbeitgeberbewertung aus Sicht der Kandidaten – etwa im Vergleich zu den Informationen, die Arbeitgeber direkt auf der Karrierewebsite bieten? Welche Formen der Arbeitgeberbewertung beeinflussen die Bewerbungsentscheidung besonders stark? Die Teilnehmer bewerten die folgenden Kategorien von Angeboten nach ihrer Wichtigkeit für Ihre persönliche Entscheidung für oder gegen einen Arbeitgeber so:



**FAZIT** Die Eigen-Informationen von Arbeitgebern bewerten 93% als „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Im Vergleich dazu fallen sämtliche Formen der Arbeitgeberbewertung deutlich ab:

- Die größte Relevanz hat aus Bewerbersicht mit 63% die Bewertung von Bewerbungsverfahren.
- Auch die Bewertung von Einzelaspekten wie Familienfreundlichkeit oder Fairness erzielt mit 60% eine relativ große Relevanz.
- Etwas schwächer schneiden Bewertungsplattformen (56%) sowie allgemeine Gütesiegel und Rankings ab (jeweils 47%).

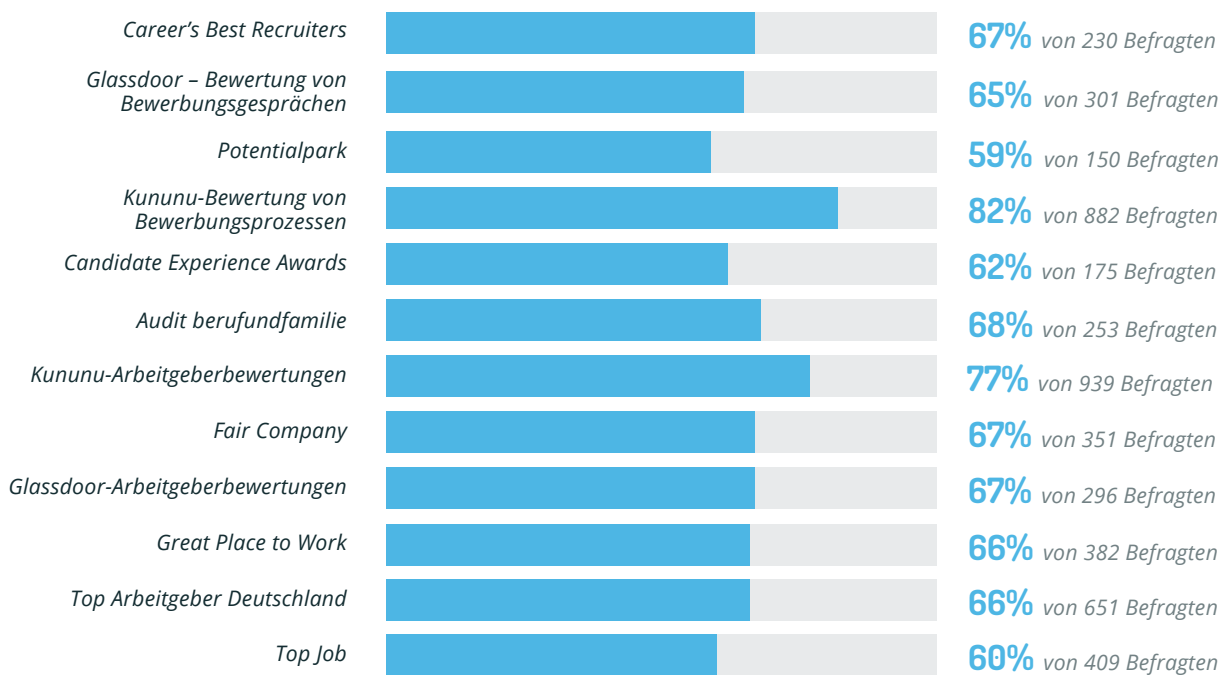
Konkret schlägt hier also abstrakt- und auch hier liegen die Bewertungsplattformen vor den Gütesiegeln und Rankings. Da die Umfrage im direkten Anschluss an eine Online-Bewerbung stattfand, dürfte diese Tatsache auf der einen Seite auf die Bewertung der Relevanz der Bewertung von Bewerbungsverfahren Einfluss genommen haben. Aus zahlreichen Studien (vgl. die Candidate Experience-Studie von softgarden/ESCH. The Brand Consultants 2015) ist jedoch auf der anderen Seite bekannt: Die Qualität von Bewerbungsverfahren nehmen Kandidaten als Indikator der Arbeitgeberattraktivität wahr.

## 5. Transparenz und Seriosität

Verlässliche Feinbetrachtungen sind bei diesem Thema aufgrund der Befragung zumindest bei einzelnen Anbietern kaum möglich, denn hier schwankt die Anzahl der Einzelbewertungen (je nach Bekanntheit) zwischen einer niedrigen und hohen Dreistelligkeit, je nachdem wie bekannt die einzelnen Anbieter den Teilnehmern sind. Die Anzahl der bewertenden Teilnehmer ist der Spalte „N“ zu entnehmen.

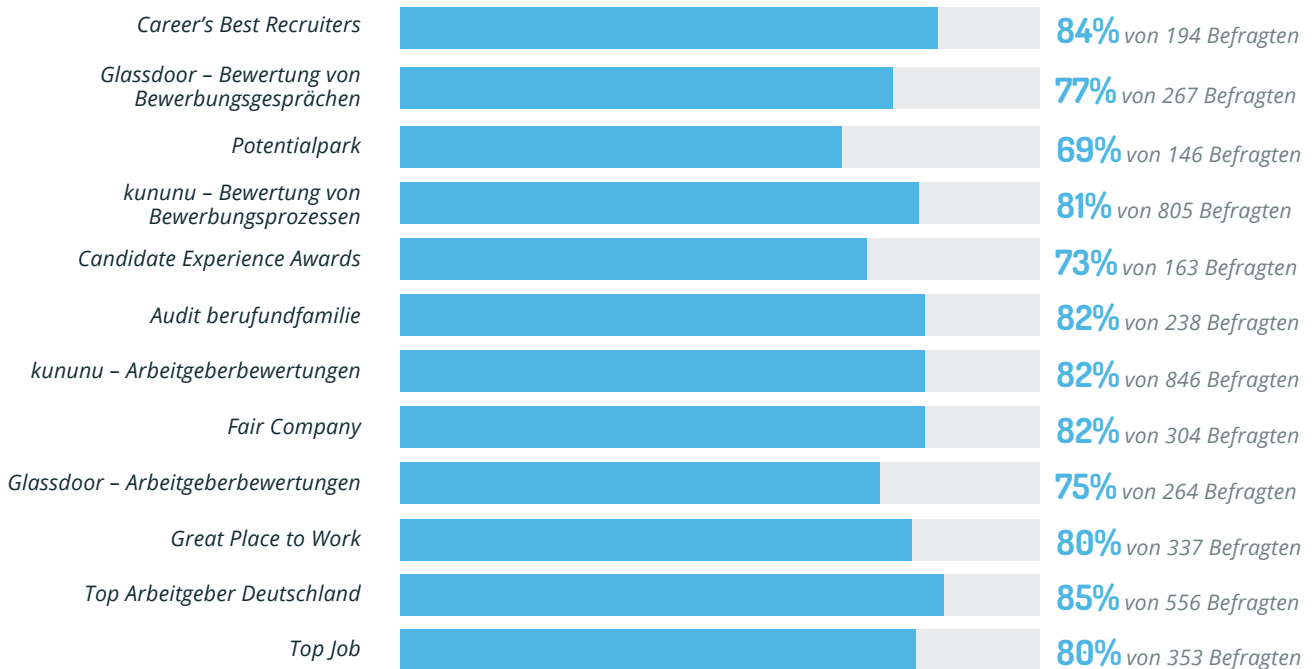
### Transparenz

Anteil der Bewertungen als „sehr transparent“ oder „transparent“ in Prozent



## Seriosität

Anteil der Bewertungen als „sehr seriös“ oder „seriös“ in Prozent.



**FAZIT** Haben es Anbieter einmal geschafft, sich bei Bewerbern bekannt zu machen, so werden einzelne Aspekte wie „Seriosität“ und „Transparenz“ mehrheitlich positiv gesehen. Mit anderen Worten: Wer die Anbieter kennt und sich eine Bewertung zutraut, beurteilt sie meist positiv. Die Diskussion in der HR-Fachwelt um die Sinnhaftigkeit von Arbeitgeberbewertungsportalen und die Verlässlichkeit der einzelnen Verfahren ist vermutlich an den meisten Bewerbern vorbeigegangen. **kununu** erzielt hier in punkto Seriosität tendenziell ähnlich gute Bewertungen wie **Great Place to Work**.



## 6. Kommentare und Erfahrungsberichte

„Möchten Sie einen Kommentar zum Thema loswerden oder uns eine Beobachtung mitteilen?“ Dazu gab es in einem Freitextfeld rund 231 Beiträge.

### Fremdheit des Themas

Nicht nur im quantitativen Teil der Umfrage, sondern auch bei den Kommentaren wird deutlich, dass für viele Bewerber das Phänomen der Arbeitgeberbewertung bislang keine Rolle spielt:

- » *Ich habe mich bisher nicht mit dem Thema auseinandergesetzt. Von den aufgeführten Unternehmen ist mir das Siegel „Top Arbeitgeber“ bekannt.*
- » *Wie „schlimm“ ist es, wenn man nicht alle Bewertungsplattformen und Gütesiegel kennt?*
- » *Diese Rankings waren mir bisher nicht bekannt.*
- » *Die meisten Unternehmen waren mir unter Ihrem Namen kein Begriff bzw. sind mir nie effektiv aufgefallen.*

### Positive Kommentare

Nur wenige Nutzer äußern sich ausdrücklich positiv zu Arbeitgeberbewertungsportalen, -gütesiegeln oder -rankings. Hier einige Beispiele:

- » *Es ist gut und sehr wichtig, dass demokratische Plattformen existieren, die Arbeitnehmern die Möglichkeiten geben, ihre Erfahrungen zu teilen. Somit liegt die Macht der Beurteilung und Gestaltung nicht mehr nur bei den Arbeitgebern.*
- » *Bisher spielten diese Siegel, Bewertungen keine ausschlaggebende Rolle für eine Bewerbung. Hat der Arbeitgeber entsprechendes Siegel, ist das einfach ein zusätzliches Plus.*
- » *Jeder Arbeitgeber sollte eine große Aufmerksamkeit auf seine Bewertungen legen. Fachkräfte werden knapper, somit muss das eigene Unternehmensbild positiv sein.*
- » *Arbeitgeberbewertungen sollten als Standard eingeführt werden.*

## Kritik

Die größte Gruppe der Kommentare besteht mit 79 Beispielen in kritischen Äußerungen – vor allem wird die Verlässlichkeit/Glaubwürdigkeit der Verfahren aus unterschiedlichen Gründen angezweifelt:

- » *Ich verlasse mich ungerne auf die Beurteilung anderer und treffe meine Bewertungen gerne selbst.*
- » *Mir ist unverständlich, wie Ingenieur- bzw. Personaldienstleister trotz der offensichtlich schlechteren Arbeitsbedingungen (Sozialleistungen) häufig zu „Top Arbeitsgebern“ gewählt werden.*
- » *Eine gesunde Skepsis vor „eingekauften“ MA-Befragungen und Gütesiegeln scheint mir angebracht.*
- » *Was soll dieses Ranking und Hop oder Top?*
- » *Ich vermute, dass diese Plattformen überwiegend von sehr unzufriedenen bzw. sehr zufriedenen Personen genutzt werden. Diese Informationen spiegeln dementsprechend die Extreme der tatsächlichen Arbeitszufriedenheit oder Arbeitssituation. Jede Ansicht ist sehr subjektiv.*
- » *Durch die zahlreichen Gütesiegel der verschiedenen Anbieter ist eine Wertigkeit selbiger kaum greifbar.*

## 7. Empfehlungen an Arbeitgeber

„Was würden Sie Arbeitgebern im Hinblick auf ihren Umgang mit Arbeitgeber-Bewertungsplattformen, -Rankings und -Gütesiegeln empfehlen?“ Die Umfrageteilnehmer hinterließen dazu insgesamt 344 Anregungen.

### Nur nicht überbewerten?

Ein Teil der Umfrageteilnehmer empfiehlt Arbeitgebern, das Phänomen nicht zu ernst zu nehmen:

- » *Muss man nicht überbewerten*
- » *Ignorieren, gute und zufriedene Mitarbeiter tun das auch.*
- » *Ich würde das nicht überbewerten. Meiner Erfahrung nach sind vor allem die eigene Web-Präsenz, Erfahrungsberichte im Netz, Medienberichte und das eigene Bewerbermanagement (Kontakt- und Kommunikationsqualität, Schnelligkeit, Verbindlichkeit, Transparenz) entscheidend.*
- » *Nicht zu ernst nehmen. Die eigenen MA sollten für Anliegen, Nöte, Kritik etc. geeignete interne Plattformen zur Verfügung gestellt bekommen.*

Die meisten Autoren von Kommentaren raten Arbeitgebern jedoch dazu, Arbeitgeber-Bewertungsplattformen, -rankings und -gütesiegel grundsätzlich ernst zu nehmen:

- » *Die Arbeitgeber sollten sich definitiv um einen guten Auftritt bei Bewertungsplattformen bemühen.*
- » *Diese ernst zu nehmen, denn diese stellen auch ein Gewisses Company-branding dar.*
- » *Sie auf jeden Fall ernst nehmen, da diese meiner Meinung nach an Bedeutung gewinnen. Es findet ja gerade eine Art Verlagerung der Macht statt; durch das Internet kann nun auch der Bewerber sich einen Arbeitgeber aussuchen und sich vorher gründlich objektiv informieren und nicht nur aus der subjektiven Selbstdarstellung eines Unternehmens Informationen beziehen, um Entscheidungen zu treffen.*
- » *Mit Rankings und Gütesiegeln zu werben, ist (leider) unabdingbar, um mit den Wettbewerbern mithalten zu können – auch wenn diese in meinen Augen inflationär verwendet, unter zweifelhaften statistischen Erhebungen ermittelt werden und daher häufig wertlos sind.*

Das bedeutet nicht, unbedingt überall mitmachen zu müssen:

- » *Weniger ist mehr, also ein Siegel ist o.k., wer überall dabei ist, macht sich unglaubwürdig.*
- » *Zurückhaltung bei Rankings. Gütesiegel ja, wenn seriöses Zertifizierungsverfahren und seriöser Zertifikatanbieter.*
- » *Fokussierung auf eine max. zwei Plattformen.*

Die Empfehlung, das Ganze „ernst zu nehmen“, geht meist mit Ratschlägen einher, wie Arbeitgeber den Umgang Arbeitgeberbewertungsplattformen, -gütesiegeln und -rankings verbessern können.

## Authentisch bleiben

Häufiger geben Teilnehmer Arbeitgebern den Ratschlag, im Auftreten authentisch zu bleiben und ihre Qualitäten nicht künstlich hochzuspielen:

- » *Manchmal kriegt man das Gefühl, dass die Arbeitgeber sich viel besser sehen, als die Arbeitnehmer sie bewerten und die Verleihung von Gütesiegeln nur erfolgt, wenn gewisse Kriterien erfüllt sind, aber es trotzdem mangelhafte Unternehmen sind, die nur die Kriterien erfüllen, die für Siegel wichtig sind, aber einfach nur sch...e sind (schon mal erlebt, war sehr enttäuschend).*
- » *Es nützen keine Gütesiegel, wenn die Wirklichkeit sich anders darstellt.*
- » *Auch Defizite gestehen.*
- » *Authentizität und Transparenz sind wichtig. Nur der Schein wird meist durchschaut und sorgt für Missmut.*
- » *Viele Arbeitgeber versuchen auf Bewertungsplattformen durch „falsche“ Angaben die Durchschnittsbewertung hochzustufen. Jedoch bringt das meistens nichts, denn wer aufmerksam liest der entlarvt diese Dummies sehr schnell.*

## Angemessen reagieren

Wie gehen Arbeitgeber mit Kritik auf Bewertungsplattformen um? Dazu bieten die Autoren der Kommentare sehr viele Anregungen. Zunächst wird dazu geraten, auch bei negativer Kritik am Ball zu bleiben und in den Dialog mit den Bewertern zu treten:

- » *Alle Bewertungen auch zu kommentieren, gerade die negativen, aber auch für die positiven sich bedanken.*
- » *Kommentarfunktion nutzen, um Image-schaden durch enttäuschte Mitarbeiter zu vermeiden.*
- » *Offener Umgang, öffentliche Stellungnahme, direkte Kontaktaufnahme bei Kritik.*
- » *Öffentlich Stellung beziehen und transparent antworten, keine „Fake-Meinungen“ erstellen (das merkt und liest man).*
- » *Kommentare und Bewertungen genau prüfen und auf kritische Kommentare reagieren. Manche Kommentare sind richtig und wichtig; dennoch sind viele undifferenziert und einseitig. Das könnten meines Erachtens Arbeitgeber durchaus hin und wieder auch klarstellen.*
- » *Zu Bewertungen Stellung beziehen, aber nicht krampfhaft rechtfertigen oder gar behaupten, die Aussagen wären falsch.*

Die Frage, ob Unternehmen Angestellte zur Bewertung auf Bewertungsplattformen aufrufen sollen, ist unter den Autoren der Kommentare durchaus umstritten:

- » *Ihre Angestellten intern und anonym zu Bewertungen auffordern mit dem Hinweis auf mögliche Veröffentlichung, anschließend gegebenenfalls veröffentlichen.*
- » *Man sollte die Mitarbeiter nicht darauf drängen eine Bewertung abzugeben.*
- » *Alle Mitarbeiter motivieren, eine anonyme Bewertung dort abzugeben. Damit ein flächendeckendes Bild entstehen kann.*
- » *[Was Arbeitgeber tun sollten?] Tendenziell nichts, da aktive Arbeit hier das Ergebnis verfälschen könnte. Die Arbeitnehmer sorgen für gute Ergebnisse und dafür gilt es sich zu engagieren.*

## Arbeit an der Substanz

Rund 50 Kommentare kreisten im Zusammenhang mit der „angemessenen Reaktion“ um den Gedanken, dass Arbeitgeber die im Rahmen von Gütesiegelverleihungen oder auf Arbeitgeberplattformen entstehenden Informationen nutzen sollen, um das Angebot an Mitarbeiter und die Bewerbungsprozesse zu verbessern:

- » *Kritische Reflexion mit den Kommentaren und interne Prüfung, ob evtl. bspw. ein Überdenken des Bewerbungsprozesses erforderlich ist.*
- » *Sich sowohl die positiven als auch die negativen Bewertungen zu Herzen nehmen und handeln. Beide Arten der Bewertung beinhalten wertvolle Informationen über die wirkliche Situation im Unternehmen.*
- » *Ernst nehmen und Verbesserungsvorschläge umsetzen, anstatt Gefälligkeitsbewertungen abhängig Beschäftigter abgeben zu lassen.*
- » *Ich empfehle jedem Arbeitgeber, Bewertungen (vor allem Kritik) zu hinterfragen, vor allem, wenn es im Unternehmen eine hohe Fluktuation gibt. Vielen Unternehmen fehlt es an Soft Skills. Das betrifft die Managementebene genauso wie jede andere. Jede Firma sollte daran arbeiten, als Resultat gibt es mit Sicherheit mehr gute Bewertungen und damit mehr und qualitativ hochwertigere Bewerbungen potentieller Mitarbeiter.*
- » *An den Problemen arbeiten, die von Mitarbeitern / Bewerbern häufiger genannt werden. Wenn mehrere Leute so empfinden, muss ja was dran sein...*

## 8. Fazit: Natürliche Schönheit kommt von innen ...

» Consumers simply care less about oral care than do the people working in oral care companies.

- Christian Madsbjerg/Mikkel R. Rasmussen,  
The Moment of Clarity, Boston 2014

### Verloren im Siegelwald?

Das von **kununu/Xing** verliehene Top-Company Siegel prangt neben der von **Great Place to Work** verliehenen Plakette, der zufolge das Unternehmen 2015 zu „*Deutschlands besten Arbeitgebern*“ gehört. Hinzu kommen themenbezogene Auszeichnungen wie das „*Fair Company*“-Siegel, das als Sicherheitssignal für Praktikanten fungieren soll, sowie verschiedene Ausweise für die Qualitäten des Bewerbungsverfahrens: Mittlerweile sehen einige Karrierewebsites aus wie Spazierstöcke in den Siebzigerjahren des 20. Jahrhunderts, die mit Schmuckplaketten aus Metall („*Schönen Gruß aus Oberammergau*“) zugepflastert waren. Unsere Umfrage zeigt zunächst: Beim Thema Gütesiegel, Arbeitgeberankings & Co. greift die oben zitierte Erkenntnis, der zufolge sich die Kunden vieler Angebote weitaus weniger damit beschäftigen als diejenigen, die damit beruflich umgehen. Für Kandidaten sind diese Angebote nicht ganz so relevant wie für die Personalabteilungen oder gar die Anbieter. Unsere Umfrage zeigt, dass für einen Großteil der Kandidaten Gütesiegel, Rankings und Arbeitgeberbewertungen nicht von Bedeutung sind. Der immer undurchdringlicher werdende Angebotsdschungel wuchert munter an ihnen vorbei. Über die Relevanz für die Recruiter und Employer Branding-Verantwortlichen aber sollte allein die Relevanz aus Sicht der Kandidaten entscheiden.

### Markenbekanntheit oder klingende Namen?

Die ersten Fragen der Umfrage wurden noch von über 3.000 Teilnehmern beantwortet. Knapp die Hälfte von Ihnen stieg wieder aus, wenn es um Detailfragen der Arbeitgeberbewertung ging. Offensichtlich ist ein großer Teil der Teilnehmer mit dem Thema so wenig vertraut, dass sie sich nicht an eine Bewertung von Einzelaspekten oder einzelnen Angeboten heranwagen konnten. Der breiten Bewerbermasse sind die meisten Angebote unbekannt, sie wirken dementsprechend häufig nicht aufgrund ihrer tatsächlichen Bekanntheit, sondern wegen ihres klingenden Namens. Nicht von ungefähr sind Leistungsversprechen und Markenname bei vielen Gütesiegelanbietern kaum voneinander zu trennen. Die Rechnung der Arbeitgeber, sich mit einem Siegel echte „Markenbekanntheit“ einzukaufen, geht in vielen Fällen nicht auf. Zugegebenermaßen funktionieren zum Beispiel die Siegel für nachhaltige Fischerei auf der Thunfischdose bis zu einem gewissen Grad, ohne dass die meisten Konsumenten genau wissen, was hinter den Bewertungsverfahren steckt. Frei nach dem Motto: Ein Siegel ist besser als kein Siegel. Doch bleibt trotz dieses Mechanismus ein großer Teil der Bewerber skeptisch: Solche, die sich auskennen, und erst recht die, die sich nicht auskennen. Es existiert eben nach wie vor kein allgemein anerkannter und über Zweifel erhabener „TÜV“ für die Qualität von Arbeitgebern und Bewerbungsverfahren. Arbeitgeber sollten mit der Skepsis von Bewerbern rechnen und offen darüber sprechen, wofür so ein Siegel überhaupt steht: „*Wer prüft?*“, „*Wie kommt die Bewertung zustande?*“, „*Wie gehen wir mit den Ergebnissen um?*“.

## Natürliche Schönheit kommt von innen

Als Fazit der Umfrage lassen sich die wichtigsten Empfehlungen der Bewerber an Arbeitgeber zusammenfassen:

1. Eine Auswahl treffen
2. Ehrlich bleiben
3. Auf Kritik angemessen reagieren und diese zum Anlass nehmen, weiter an sich zu arbeiten.

„Natürliche Schönheit kommt von innen“, könnte man das Ergebnis nennen. Arbeitgeber müssen Bewertungsverfahren als Teil eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses verstehen – und auch so kommunizieren. Am zu oft noch praktizierten Hochjazzen der eigenen Qualitäten dürften sie dagegen nicht lange Freude haben, denn schließlich geht es im Employer Branding und Recruiting darum, „Passung“ zwischen Kandidaten und Unternehmen herzustellen. *„Das wahre Gesicht eines Arbeitgebers zeigt sich erst nach Jahren!“*, schreibt ein Umfrageteilnehmer.

## Kommunikation der Player im Markt

Und die Anbieter? Einige Autoren der Bewerberkommentare rufen diese dazu auf, „mehr Werbung“ für sich zu machen. Gütesiegel, Rankings etc. funktionieren erst dann richtig gut, wenn sie in den relevanten Zielgruppen bekannt sind. Denn bekannten Angeboten bringen Bewerber tendenziell ein großes Vertrauen entgegen. Die HR-Fachwelt weiß längst: Es gibt deutliche Qualitätsunterschiede im Hinblick auf Gütesiegel, von denen einige erst nach einem weitgehend aufwändigen Benchmarkingverfahren verliehen werden und andere zum Beispiel lediglich auf der ungeprüften Selbstausskunft von Arbeitgebern beruhen. Kandidaten haben hier längst den Überblick verloren. Das ist für einige Anbieter gut, für andere aber schlecht. Bei vielen Anbietern rächt sich die Tatsache, dass sie ihre Kommunikationsaktivitäten in der Vergangenheit einseitig auf ihre zahlenden Kunden in den HR-Abteilungen konzentriert haben. Es gibt also auch hier viel zu tun.

## Über softgarden e-recruiting GmbH

Die E-Recruitingplattform **softgarden** bietet technisch zeitgemäße Lösungen im E-Recruiting, die Mediengewohnheiten und Perspektiven von Kandidaten integrieren. Online-Bewerbungen sollen dadurch so einfach werden wie Online-Shopping. HR-Manager bearbeiten mit **softgarden** effizient Vakanzen und Bewerbungen und bieten Fachbereichen eine bequeme Möglichkeit, sich im Prozess zu engagieren. Große wie kleine Arbeitgeber optimieren mit softgarden ihre Bewerbungsprozesse und gewinnen bessere Bewerber. Denn die Qualität von Recruitingprozessen ist ein wichtiger Aspekt der Arbeitgebermarke. softgarden bietet einen möglichst umfassenden Service im Recruiting und macht relevante Angebote aus einer Hand und auf einer Plattform für Kunden zugänglich.  
[www.softgarden.de](http://www.softgarden.de)

## Kontakt

softgarden e-recruiting GmbH  
Geschäftsführung  
Dominik Faber  
Telefon: +49 (0) 30 884 940 400  
E-Mail: [d.faber@softgarden.de](mailto:d.faber@softgarden.de)