

Bewerber ansprechen: In Stellenanzeigen wird häufiger geduzt, Ausschreibungen auf Englisch stagnieren

Joblift analysiert das Kommunikationsverhalten in Stellenausschreibungen

Hamburg / Berlin, 23. November 2017 – Um für Bewerber attraktiv zu bleiben, formulieren Unternehmen ihre Ausschreibungen zunehmend persönlicher: 2017 wurden die Interessenten in 36 % mehr Stellenanzeigen von potentiellen Arbeitgebern geduzt als noch im Vorjahr. Das fand die Metajobsuchmaschine **Joblift** in einer Analyse von neun Millionen Vakanzen der letzten 24 Monaten heraus. Jedes dritte Gesuch ohne förmliche Ansprache richtet sich dabei an Akademiker, was einem Zuwachs von 60 % im Vergleich zu 2016 in dieser Zielgruppe entspricht. Währenddessen liegt der Anteil an englischsprachigen Stellenanzeigen konstant bei 5 %, allerdings werden auch hier zwei von drei Mal Hochschulabsolventen adressiert.

In jedem siebten Inserat werden die Bewerber geduzt

In den letzten 24 Monaten etablierte sich das *Du* bereits in jeder siebten Stellenanzeige. Im laufenden Jahr entspricht dies einem Zuwachs von 36 % im Vergleich zum selben Zeitraum 2016. Zwar richten sich ein Viertel dieser Gesuche an Auszubildende, Praktikanten oder Trainees, also explizit an besonders junge Bewerber und Berufseinsteiger, jedoch stieg auch der Anteil der Stellenausschreibungen im lockeren Ton für Akademiker im letzten Jahr von 26 % auf 31 % an. Unter Umständen ist dies auf den sich zuspitzenden Kampf um junge Nachwuchstalente zurückzuführen: Unternehmen versuchen zusehends, sich als locker und modern zu präsentieren, um attraktiver für begehrte Hochschulabsolventen zu erscheinen.

In Berlin wird jeder fünfte Bewerber geduzt – mehr als in allen anderen Bundesländern

Die sich wandelnde Strategie in der Kandidatenansprache betrifft vor allem Großkonzerne mit mehr als 5.000 Mitarbeitern, die 2017 bisher in rund 10.000 mehr Vakanzen auf das förmliche Sie verzichteten als in der vergleichbaren Vorjahresperiode. Dies entspricht einem Zuwachs von 22 % und einem mehr als doppelt so starken Wachstum wie bei Unternehmen mit unter 200 Mitarbeitern. Bundesweit betrachtet führt Berlin beim Duzen in Jobanzeigen, wenn man den Anteil der Stellenanzeigen per *Du* an allen Inseraten betrachtet. Dieser beträgt in Berlin 20 %, darauf folgen Hamburg mit 17 % und Nordrhein-Westfalen mit 12 %. Insbesondere die vielen in Berlin und Hamburg ansässigen Start-ups dürften sowohl intern als auch extern ein lockeres Kommunikationsverhalten pflegen und somit das Ergebnis beeinflussen.

Mehr als zwei Drittel der englischsprachigen Stellenanzeigen richten sich an Akademiker

Ein ähnliches Bild offenbart sich, wenn man die auf Englisch formulierten Vakanzen untersucht. Zwar wurden in den letzten 24 Monaten lediglich 5 % aller Inserate deutschlandweit in englischer Sprache veröffentlicht, aber 60 % davon richten sich an Bewerber mit Hochschulabschluss. Auch hier führt Berlin mit 10 % der Stellenanzeigen in der Hauptstadt auf Englisch vor Hamburg und Hessen mit jeweils 5 %. Zum einen bieten englische Gesuche den Unternehmen die Möglichkeit, ihren Bewerberpool um ausländische Interessenten zu erweitern – dieser Beweggrund dürfte beispielsweise für die florierende Start-up Szene in Berlin von Bedeutung sein, zum anderen signalisiert die Ansprache auf Englisch eine internationale und offene Unternehmenskultur.

Über Joblift

Joblift ist eine Metasuchmaschine für aktuell mehr als 1.000.000 Jobs aus über 100 Partnerjobbörsen. Ein klarer User-Fokus sowie eine ausgereifte Technologie stehen im Zentrum der Produktentwicklung. Gegründet wurde das Unternehmen 2015 von Lukas Erlebach und Malte Widenka. An den beiden Standorten Hamburg und Berlin beschäftigt Joblift zurzeit ein Team von rund 50 Mitarbeitern.

Pressekontakt

Laura Jentsch

PR & Content Marketing Manager

laura.jentsch@joblift.de

Joblift GmbH

Leuschnerdamm 31

10999 Berlin

+49 (0)30 - 36 42 84 533

www.Joblift.de/Presse