



„Speed-Dating auf dem Schlachtfeld der Kompetenzen“ softgarden-Umfrage leuchtet erstmals die Bewerbung als Erlebnisraum aus.

**Berlin, 21.11.2016 – Für Personalabteilungen sind sie ein Massenprozess, für
Jobsucher ein elementares Ereignis: Bewerbungen lösen bei Kandidaten
starke, zum Teil widersprüchliche Gefühle aus. Das zeigt eine aktuelle Online-
Umfrage der Recruitingplattform softgarden, an der im Sommer und Herbst
2016 rund 3.500 Bewerber teilgenommen haben.**

Als „Speed-Dating auf dem Schlachtfeld der Kompetenzen“ bezeichnet ein
Umfrageteilnehmer die Bewerbung. Die Auswertung zeigt: Emotional ist bei dem Thema
tatsächlich eine Menge drin: Gefühle einer elementaren Lebensentscheidung, des
Wettbewerbs, des Glückspiels, der Sehnsucht nach Anerkennung ebenso wie das
Erleben als Prüfungssituation und schmerzhaftes Infragestellen des eigenen (Markt-)
Werts.

Starke Gefühle

Bewerbungen nehmen die meisten Kandidaten emotional stark mit. Für 84,3% der
Teilnehmer sind sie „mit starken Gefühlen“ verbunden. Ganz kalt lässt das
Bewerbungsverfahren nur 1,1%. Die Gefühle sind nicht nur positiv: Uneingeschränkt
stimmen dem Statement „Bewerbungen machen gute Laune“ nur 10,6% zu, für 47,2%
trifft die Aussage nur teilweise zu. Für die meisten Bewerber ist die Bewerbung nur mit
Einschränkungen ein Vergnügen.

Ambivalenz gegenüber Arbeitgebern

In den Augen der Mehrheit (79,8%) steht eben „viel auf dem Spiel“. Die Bewerbung ist
eine ernste Angelegenheit, bei der sich die Kandidaten „keine Fehler erlauben“ können
(87,9%). Stressfrei geht es deshalb bei der Bewerbung nur für eine Minderheit von 26,4%
zu. 46,0% stimmen der Aussage zu, dass Bewerbungen sie „Kraft kosten“. Bewerber
hegen ambivalente Gefühle gegenüber den Arbeitgebern in spe. Zwar stimmt eine
Mehrheit von 63,1% angesichts der veränderten Verhältnisse auf den Talentmärkten der
These zu, dass sich Arbeitgeber „ebenso bei mir wie ich mich bei ihnen bewerben
müssen“. Aber Gefühle traditioneller Bewerber-Ohnmacht laufen dem neuen
Selbstbewusstsein zuwider: 73,6% glauben, dass Bewerbungen sie dem „Urteil anderer
ausliefern“. 82,8% haben den Eindruck, dass „Unternehmen am längeren Hebel sitzen“.

Wie ein erstes Date

„Mit welcher Lebenssituation würden Sie Bewerbungen am ehesten vergleichen?“ Über
1.700 Teilnehmerinnen und Teilnehmer teilten hierzu in einem Freitextfeld ihre
individuelle Sicht der Dinge mit. Partnerschaft und Partnersuche ist mit über 300
Nennungen die von den Teilnehmern am häufigsten hinzugezogene, konkrete Analogie.
Teilnehmer vergleichen die Bewerbung mit einer „Brautschau“, einem „Heiratsantrag“
oder einem „ersten Date“, das schließlich in einer langfristigen Beziehung münden soll:
Die Anbahnungsphase wird von der Anspannung beherrscht, sich von seiner guten Seite
zu zeigen und dabei doch authentisch zu bleiben: „Man bereitet sich darauf vor, möchte
aber man selbst sein. Sich einfach zeigen wie man ist und trotzdem muss die
Schokoladenseite zur Geltung kommen“, schreibt ein Teilnehmer.



Wie eine Matheklausur

Das Moment der Anstrengung und der Bewertung bestimmt auch die am zweithäufigsten gewählte Analogie mit einer anderen Lebenssituation. Über 250 Teilnehmer fühlen sich beim Thema „Bewerbung“ an die Schule, Hochschule oder an andere Prüfungssituationen erinnert. Das Spektrum der Vergleiche ist hier breit und reicht von einer „Mathematik-Leistungskursklausur“ über die „mündliche und schriftliche Diplomprüfung“ oder der „Examensphase an der Universität“ bis zur „Führerscheinprüfung“.

Potenzial für Imageschäden

„Das Wahrnehmungsgefälle zwischen Recruitern und Bewerbern birgt Potenzial für Imageschäden bei den Arbeitgebern,“ sagt Dominik Faber, Gründer und Geschäftsführer von softgarden. „Deswegen geht softgarden in einer zweiteiligen Serie der Kandidatenseite auf den Grund.“ Eine ausführliche Auswertung der aktuellen Umfrageergebnisse steht für Personalverantwortliche auf der Website von softgarden zum Download bereit: <http://go.softgarden.de/umfrage-bewerbungserlebnis>. Im Frühjahr 2017 folgt auf die Auswertung der quantitativen Umfrage die Publikation einer qualitativen Studie.

Ethnologische Studie in Vorbereitung

Die qualitative Untersuchung zum Thema „Bewerbung als Erlebnis: Mentalitäten, Wahrnehmungen, Umbrüche“ wird von Prof. Dr. Manfred Seifert in Zusammenarbeit mit softgarden durchgeführt. Seifert ist Professor am Institut für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaft der Philipps-Universität Marburg und Sprecher der Kommission „Arbeitskulturen“ in der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde. Für die Studie wertet der Ethnologe und Kulturwissenschaftler 100 Tiefeninterviews mit Bewerberinnen und Bewerbern aus, die sein Team durchgeführt hat. „Der von der Kulturwissenschaft bevorzugte Weg der direkten Kommunikation bietet die Chance, die Interviewpartner genauer in ihren Erfahrungen und Sichtweisen kennen zu lernen und damit Lebenshaltungen und Weltansichten im Kontext von biografischen und gesellschaftlichen Prägungen untersuchen zu können,“ sagt Seifert.

Über softgarden e-recruiting GmbH

Die E-Recruitingplattform softgarden bietet technisch zeitgemäße Lösungen im E-Recruiting, die Mediengewohnheiten und Perspektiven von Kandidaten integrieren. Als größter Spezialist für E-Recruitinglösungen in Europa entwickelt softgarden permanent innovative Angebote zur Candidate Experience und zum Active Sourcing: Im softgarden Network sammeln sich hoch qualifizierte Bewerber, die aktuell aktiv nach einem neuen Job suchen und von Unternehmen aller Größen und Branchen zum Bewerben aufgefordert werden. Mit dem softgarden Bewerbermanagementsystem wickeln HR-Abteilungen ihre Recruitingprozesse professionell ab. Als Cloudlösung kombiniert softgarden Multiposting auf Jobbörsen und in sozialen Netzwerken, Bewerbermanagement und einen aktiven Kandidatenpool.

www.softgarden.de

Kontakt

HR-PR Consult
Dr. Manfred Böcker GmbH
Dr. Manfred Böcker
Lindenstraße 14
50674 Köln
Telefon: 0221 92428 – 515
E-Mail: manfred.boecker@hr-pr.de
Internet: www.hr-pr.de