



Du oder Sie? Jobs.de hat Arbeitnehmer zum Thema Duzkultur befragt. (Bildquelle: © Prathan Chorrungsak, Shutterstock.com)

17.05.2017 09:00 CEST

Wir suchen Dich! Auf ein Drittel der Bewerber wirkt das „Du“ in der Stellenanzeige abschreckend.

- *35,2 Prozent der Kandidaten bewerten das Duzen in der Stellenanzeige als negativ und wenig wertschätzend.*
- *Für 38,6 Prozent ist es hingegen kein Entscheidungskriterium für die Bewerbung.*
- *Im Arbeitsleben bevorzugen 71,5 Prozent eine „Du“-Kultur unter Kollegen.*

MÜNCHEN – 17. Mai 2017 – „Hast Du Lust, in einem dynamischen Team zu arbeiten? Dann bewirb Dich bei uns!“. Immer häufiger werden Bewerber von

Unternehmen in den Stellenanzeigen geduzt. Vor allem junge, unerfahrene Bewerber und Kandidaten mit Führungserfahrung dürfte der lockere Umgangston verunsichern. In einer aktuellen CareerBuilder-Umfrage gaben 35,2 Prozent der Befragten an, dass das „Du“ in der Stellenanzeige abschreckend auf sie wirke. Nur 26,2 Prozent werden bereits hier gerne geduzt. Für 38,6 Prozent ist dieser Aspekt gar kein Entscheidungskriterium für die Bewerbung.

Duzen in der Stellenanzeige als Zeichen für eine gute Firmenkultur?

Gerade junge Unternehmen und Start-Ups pflegen heute – ganz nach amerikanischem Vorbild – sowohl in der Belegschaft als auch hierarchieübergreifend eine „Du“-Kultur. In Stellenanzeigen soll dieses „Du“ potentielle Bewerber von der angenehmen und offenen Arbeitsatmosphäre überzeugen. Das „Du“ ist also eine Einladung, sich zugehörig zu fühlen. Ein Blick auf den Berufsalltag bestätigt: 71,5 Prozent der Arbeitnehmer duzen ihre Kollegen (und bewerten das positiv), 22,1 Prozent davon sogar über alle Hierarchieebenen hinweg. 49,4 Prozent siezen aber zumindest ihre Vorgesetzten. 9,3 Prozent sehen hier Optimierungspotential: Sie würden gerne mit der gesamten Belegschaft per „Du“ sein.

Die Kunst der richtigen Kandidatenansprache

Nicht immer mag das zum Trend gewordene Duzen aller Kollegen auch die beste Lösung sein. In 11,7 Prozent der Fälle herrscht im Unternehmen eine einheitliche „Sie“-Kultur vor, welche von den Mitarbeitern als positiv bewertet wird. 4,8 Prozent, die nur ihre Vorgesetzten siezen, wünschen sich ein einheitliches „Sie“-Modell. Weitere 2,6 Prozent der Befragten, die angaben, die gesamte Belegschaft zu duzen, würden ebenfalls lieber gesiezt werden. So besteht die Gefahr, dass auch das „Du“ in der Stellenanzeige auf erfahrene Kandidaten möglicherweise befremdlich wirkt. Denn diese sind in einer Siezkultur aufgewachsen, in der ungefragt zu Duzen als respektlos gilt und die nötige Wertschätzung vermissen lässt. Erfahrene Kandidaten könnten sich also schon beim Lesen der Stellenanzeigen „unwohl“ fühlen und daher weiter nach Alternativen suchen. Gibt es davon reichlich, so kann das Duzen in der Stellenanzeige für den Recruiting-Erfolg auch negative Effekte haben.

Die Stellenanzeige als Werbeanzeige

Unternehmen sollten nicht vergessen, dass sie sich mit ihrer Stellenanzeige

in gewisser Weise ebenfalls bei potentiellen Kandidaten bewerben. Während sich der kreative Webdesigner von einer kleinen Agentur womöglich durch die lockere Tonalität „auf Augenhöhe“ angesprochen fühlt, wirkt das freundschaftliche „Du“ in der Stellenanzeige auf den berufserfahrenen Manager, der sich für eine Führungsposition bewirbt, eher befremdlich und respektlos. „Die richtige Kandidatenansprache setzt deshalb immer auch eine detaillierte Zielgruppenanalyse voraus“, so Karsten Borgmann, Geschäftsführer der CareerBuilder Germany GmbH. Damit gelinge es der Personalabteilung, potentielle Kandidaten möglichst passgenau und authentisch anzusprechen und wirklich zu ermutigen, sich zu bewerben.

Über die CareerBuilder Germany GmbH

Als international tätiger Anbieter von Human-Resources-Lösungen kennt CareerBuilder den gesamten Recruiting-Prozess von der Ausschreibung bis zur Einstellung. Die Online-Jobbörse www.careerbuilder.com ist Marktführer in den USA mit mehr als 24 Mio. Unique Visitors und 1 Mio. Stellenangeboten. In Deutschland vereint CareerBuilder seit Oktober 2011 die Marken JobScout24, Jobs.de und CareerBuilder unter einem Dach und blickt als ehemalige JobSout24 GmbH auf langjährige Expertise im deutschen Markt zurück. Das Kerngeschäft in Deutschland konzentriert sich auf Jobs.de, die Online-Stellenbörse der CareerBuilder CareerBuilder Germany GmbH, und Broadbean, die Lösung für zentral gesteuerte, professionelle Anzeigenverteilung.

Eigner sind TEGNA Inc. (NYSE:TGNA), Tribune Media (NYSE:TRCO) und The McClatchy Company (NYSE:MNI). CareerBuilder und seine Tochterunternehmen sind in den USA, Europa, Südamerika, Canada und Asien tätig.

Weitere Informationen unter www.arbeitgeber.careerbuilder.de

Pressekontakt:

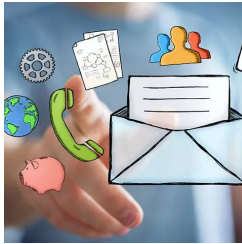
Alexandra Schiekofer

CareerBuilder Germany GmbH

alexandra.schiekofer@careerbuilder.com

089/3803-8413

Kontaktpersonen



Karsten Borgmann

Pressekontakt

Managing Director

Geschäftsleitung, PR

karsten.borgmann@careerbuilder.com

089-38038412