

HR-Agentur Atlas

2013



**TIPPS VOM
EXPERTEN!**

 **ONLINE-RECRUITING.NET**



KÖNIGSTEINER AGENTUR



GANZHEITLICHES PERSONALMARKETING, MIT DEM SIE DEN HEBEL IN BEWEGUNG SETZEN!

Erfolgreiches Personalmarketing – ein sensibles Thema, das ein unverwechselbares, authentisches Gesicht benötigt. Wir navigieren Sie ohne Umwege ans Ziel. **Das kreative Layout, die ungewöhnliche Rekrutierungs-idee, das integrierte Kommunikationskonzept** – lokal und international stehen wir als Partner an Ihrer Seite. Mit maßgeschneiderten Lösungen. Unser Weg zu Ihnen ist nie sehr weit. Sie können sicher sein: Ihre Umgebung kennen wir. Ihre Mitarbeiter von Morgen finden wir. Sprechen Sie mit uns. Wir sind ganz in Ihrer Nähe.

www.koenigsteiner-agentur.de

Inhaltsverzeichnis

I.	Einleitung.....	3
	Die ersten Online-Stellenportale	3
	Jobbörsen versus Print-Stellenmärkte.....	3
	Entstehung der „klassischen“ und „neueren“ HR-Agenturen.....	4
	Traditionsbrüche in den Agenturmodellen	4
	Noch ein Trend: Social Media Recruiting.....	5
	HR-Agenturen im stetigen Wandel.....	5
II.	Über Online-Recruiting.net	7
	Der HR-Blog.....	7
	Die Weiterentwicklung.....	7
	Kompetenzen und Services.....	7
	Kontakt	8
III.	Der HR-Agentur Atlas	9
	Wozu und wem dient der Atlas?.....	9
	Vorgehensweise	9
	Ergebnisse	10
	Fazit.....	11
IV.	HR-Agenturprofile (in alphabetischer Reihenfolge).....	12
	1. Aktor Interactive S.A.....	13
	2. delphi HR-Marketing + Media GmbH	18
	3. Dr. Schmidt & Partner Group (drsp)	22
	4. DS Media Team GmbH.....	25
	5. HR New Media GmbH / 1000jobboersen.de.....	29
	6. Iventa Personalanzeigen GmbH.....	32
	7. Köhler Kommunikation Werbeagentur GmbH.....	35
	8. Königsteiner Agentur GmbH.....	39
	9. mediaintown GmbH & Co. KG	43
	10. Medienfabrik Gütersloh GmbH.....	47
	11. milch & zucker – THE MARKETING & SOFTWARE COMPANY AG.....	50
	12. Prospective Media Services.....	54
	13. softgarden GmbH.....	58
V.	Übersichtstabelle	62
VI.	Linkverzeichnis.....	63

I. Einleitung

Die ersten Online-Stellenportale

In Deutschland gibt es aktuell mehr als 2.000 Online-Jobbörsen. In der Datenbank des HR-Informationalsportals Crosswater-Systems, <http://www.crosswater-job-guide.com>, sind aktuell 2.398 Jobbörsen gelistet.

Der erste Online-Stellenmarkt entsteht 1992 in den USA, als der „Vater des Online Recruiting“, Bill Warren, das „Online Career Center“ – kurz OCC – startet. 1994 geht Jeff Taylor's Monsterboard an den Start. 1995 wird OCC von TMP Worldwide (heute Monster Worldwide) gekauft. Zu dieser Zeit heißt Monster noch „The Monster Board“. 1998, als OCC mit „The Monster Board“ verschmilzt, werden beide in Monster umbenannt.

Die europäischen Unternehmer sehen sehr frühzeitig das Potenzial, welches im Online-Medium Stellenbörse steckt und starten eigene Jobportale. In Deutschland beispielsweise tauchen die ersten Jobbörsen bereits 1995 auf.

Jobbörsen versus Print-Stellenmärkte

Es wird ganze acht Jahre dauern, bis sich Online-Jobportale einen festen Platz in der Personalwerbung sichern können. Ab 2003 sinken die Zahlen der verkauften Print-Stelleninserate in den großen Blättern. Heutzutage füllen Print-Inserate gerade noch knapp zwölf Seiten des FAZ-Stellenmarktteils. Im Jahre 2001 machte dieser Teil 260 Seiten aus.

Zeitungen und Fachblätter sehen sich im Zugzwang und versuchen – leider oftmals zu spät – eigene Online-Stellenmärkte aufzubauen. Inzwischen befindet sich ein Großteil dieser Jobbörsen-Zeitungsableger in Kooperationen mit namhaften Jobbörsen. Letztere brüsten sich zwar mit einigen großen Zeitungsnamen in ihrem „Reichweitenprogramm“, aber die meisten Zugriffe auf Jobs werden tatsächlich eher selten durch die Presse-Stellenportale erzielt.

Entstehung der „klassischen“ und „neueren“ HR-Agenturen

„Klassische“ Personalwerbung und -kommunikation Agenturen (von den heute „hippen“ Begriffen wie „Personalmarketing“ und „Employer Branding“ sprach man damals noch kaum) sind in vielen Fällen, wie Sie im weiteren Verlauf des HR-Agentur Atlas sehen werden, in den 1980ern und 1990ern aus Personalberatungen hervorgegangen. Die Personalsuche über Printinserate stellt die typische Strategie dar.

Um die Jahrtausendwende, kurz vor der „Dotcom-Blase“, entsteht ein neuer Typus an Personalwerbung-Agenturen. Diese richten sich anfangs konsequent an Online-Stellenausschreibungen aus. Die Geschäftsidee besteht darin, bei Jobbörsen große Mengen an Anzeigen zu günstigen Kontingentpreisen zu kaufen, um diese mit einem Gewinn an Personal suchende Firmen weiter zu verkaufen.

Die Anzeigenplätze werden in Bündeln, so genannten Paketen, angeboten. Jedes Paket enthält mehrere Jobbörsen auf einmal, da festgestellt worden war, dass Bewerber häufig in einem einzigen Online-Stellenmarkt nach einem neuen Job suchten. Dank der Präsenz einer Anzeige in mehreren Jobbörsen gleichzeitig werden somit mehr potenzielle Kandidaten angesprochen.

Traditionsbrüche in den Agenturmodellen

Auch in der Agenturlandschaft, ähnlich wie beim Aufblühen der Online-Stellenbörsen im Vergleich zu Print Stellenmärkten, findet ein Traditionsbruch statt: Die „klassischen“ Agenturen müssen sich dem Trend des Online Recruiting beugen und nehmen Jobbörsen und Paketprodukte in ihr Service-Portfolio auf. Die Gewinnmargen sind natürlich im Vergleich zu lukrativen Presseschaltungen geringer.

Jedoch entdecken die „neueren“ Online-Agenturen nach und nach das Medium Presse auch für sich. Während die Umsätze durch Stellenausschreibungen in überregionalen Blättern generell sinken, können durch regionale und spezialisierte Fachmagazine wiederum Zielgruppen angesprochen werden, die sich nicht zwingend auf Online-Jobbörsen bewegen. Die interessanten Margen im Printbereich veranlassen die zwischenzeitlich groß gewordenen Online-HR-Agenturen, ihr Angebot auszuweiten.

Noch ein Trend: Social Media Recruiting

Diese Entwicklung wird durch das Aufkommen und die Beliebtheit der sozialen Netzwerke verstärkt. Dazu kommt, dass just in diesem Moment die in den USA ausgelöste Finanzkrise auf Europa trifft. Ab Mitte 2008 und vor allem 2009 müssen Unternehmen Personal entlassen und Kurzarbeit verhängen. Ein um sich greifender Einstellungsstopp treibt einige HR-Agenturen sogar in den Ruin.

Social Media Recruiting wird das neue Zauberwort, denn eine Präsenz in Social Media ist nicht nur arbeitgeberimage-technisch gesehen „cool“, sondern auch erst einmal kostenlos. Die sozialen Netze passen darüber hinaus sehr gut zu dem neuen Trend des „Employer Branding“, der aufgrund hoher Planungs-, Medien- und Umsetzungskosten meist ausschließlich bei größeren Firmen Anklang findet.

So entstehen bald wiederum neue Agenturen und Berateransätze, die sich um das Social Media Recruiting ranken. Die bereits bestehenden HR- und Media-Agenturen sind auch dieses Mal wieder gefordert, ihr Know-how und ihr Leistungsspektrum zu erweitern. Die „klassischen“ Agenturen liegen mit ihrer Erfahrung im kreativ-visuellen Bereich sowie im Personalmarketing und Employer Branding bereits gut im Rennen. Die Online-Agenturen verfügen über langjährige Web-Expertise.

HR-Agenturen im stetigen Wandel

Nach und nach wachsen also die „klassischen“ und „neueren“ Agenturmodelle zu einem so genannten „Full-Service-Agentur“-Modell zusammen. Alle möchten und müssen das gesamte Spektrum bedienen können. Und während dieser Prozess stattfindet, hält schon wieder ein neuer technischer Trend Einzug in das Personalwerbung-Repertoire: mobile Recruiting.

EINFACH MIT DER ZEIT GEHEN.

Unsere neuesten HR Marketing- und eRecruiting-Lösungen.





THE MARKETING SOFTWARE COMPANY

milch & zucker AG
 Küchlerstr. 1, 61231 Bad Nauheim
www.milchundzucker.de

Welche Agentur kann und macht also was? Laut der jeweiligen Aussagen beherrscht beinahe jede der befragten HR-Agenturen die komplette Klaviatur der Personalwerbung.

Der vorliegende HR-Agentur Atlas soll Ihnen, liebe/r Personaler/in, Aufschluss über einige der wichtigsten Agenturen im Personalumfeld geben. Neben Stammdaten zu Rechtsform, Mitarbeiteranzahl, Gründungsjahr oder Standorten haben wir ebenfalls Informationen zu Kommunikationsmöglichkeiten, Marketingaktivitäten, Service-Versprechen, einigen operativen Daten und dem Leistungsspektrum erfragt.

Die Ergebnisse haben wir in detaillierten Agenturprofilen festgehalten. Diese geben einen ersten Überblick. Selbstverständlich stehen wir bei der letztendlichen Auswahl der für Sie am ehesten geeigneten Agentur(en) beratend zur Seite. Nehmen Sie dazu gerne Kontakt auf:

<http://www.online-recruiting.net/contacts/>

II. Über Online-Recruiting.net

Der HR-Blog

Das Unternehmen Online-Recruiting.net wurde im Juli 2007 von Eva Zils zunächst als internationaler E-Recruiting-Trends Blog gegründet.

Im Laufe der Zeit hat sich www.online-recruiting.net zu einem der führenden deutschsprachigen HR-Blogs entwickelt und dient sowohl Unternehmen, die Personal über Internet suchen, als auch Jobbörsen-Betreibern und -Mitarbeitern, Agenturen, Personalberatern und Recruitern als Informations- und Diskussionsplattform.

Die Weiterentwicklung

Seit 2012 liegt der Fokus der Geschäftsführerin und Blog-Gründerin Eva Zils darin, aus dem bekannten Branchenblog ein umfassendes Service-, Informations- und Beratungsportal entstehen zu lassen, um ihre Expertise einem breiteren Kundenkreis zugänglich zu machen.

Kompetenzen und Services

Eva Zils berät und unterstützt seit April 2004 Personal suchende Unternehmen bei der Auswahl, der Planung und beim Einsatz der für sie geeigneten nationalen und internationalen Internetmedien, um qualifizierte Bewerber anzusprechen. Seit 2008 interessiert sie sich immer stärker für die Analyse und Strategieplanung von Personalmarketing Kampagnen, integriert Elemente des Social Media und mobile Recruiting in ihre Arbeit und entwickelt diese weiter.

Weitere Schwerpunkte ihrer Arbeit liegen in der Recherche und der Ausarbeitung von Marktstudien über Jobbörsen in verschiedenen Ländern sowie in der Beratung von Firmen, die ihre Online-Recruiting-Strategie optimieren möchten. Als Kennerin der deutschsprachigen HR-Agenturlandschaft ist sie darüber hinaus in der Lage, Unternehmen bei der Auswahl einer geeigneten Jobbörsen-Schaltagentur zur Seite zu stehen.

Schließlich können auf den Blogs www.online-recruiting.net und www.socialmedia-recruiting.com Werbebanner gebucht werden.

Ein monatlicher Newsletter, www.online-recruiting.net/newsletter, bietet den Abonnenten schließlich Premium Content und attraktive Sonderangebote.

Kontakt

Online-Recruiting.net
Eva Zils
4, rue de Vendenheim
F – 67000 Strasbourg

E-Mail: eva.zils@online-recruiting.net
Tel.: +33 (0) 684 88 98 33

Newsletter Abonnement: <http://www.online-recruiting.net/newsletter/>
Facebook Seite: <https://www.facebook.com/onlinerecruiting.net>
Twitter: http://twitter.com/eva_zils
XING-Profil: https://www.xing.com/profile/Eva_Zils
LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/evazils/de>

III. Der HR-Agentur Atlas

Wozu und wem dient der Atlas?

Neben einer Vielzahl an Online Jobbörsen, HR-Software-Anbietern und Jobsuchmaschinen haben sich in den vergangenen 12-15 Jahren eine Reihe von Dienstleistern und Agenturen entwickelt, die Personaler bei der Personalgewinnung unterstützen.

Die Service-Schwerpunkte können sich je nach Agentur unterscheiden, das „Auftragshandling“ gestaltet sich je nach Anbieter anders.

Der HR-Agentur Atlas präsentiert die wichtigsten Player im deutschsprachigen Online Recruiting und gibt Aufschluss über deren Services, Kundenversprechen, Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte sowie weitere relevante Informationen.

Personaler und Recruiter erhalten dadurch ein Werkzeug, das es Ihnen ermöglicht, eine für seine oder ihre Zwecke am besten passende Agentur zu finden.

Vorgehensweise

Zwischen Januar und Februar 2013 versendete Online-Recruiting.net Fragebögen an 22 deutschsprachige Agenturen versendet.

Die im HR-Agentur Atlas aufgeführten Daten stammen von den teilnehmenden Agenturen, die den Fragebogen ausgefüllt haben.

Insgesamt haben sich 13 Agenturen an der Erhebung beteiligt.

Die Antworten werden in einzelnen Profilen pro Agentur präsentiert und sind in alphabetischer Reihenfolge angeordnet.

Ergebnisse

Vom Spezialist zum „Full-Service-Provider“

Bis vor einigen Jahren waren die Spezialisierungen der HR-Agenturen klar ausgeprägt: Es gab zum Beispiel Anbieter mit starkem Fokus auf Gestaltung von visuellem und inhaltlichem Recruiting-Material, Organisatoren von Recruiting-Events, Multi-Job-Poster und Paketanbieter, HR-Software-Häuser, anzeigengestützte Personalberater, etc.

Heute verschmelzen diese Schwerpunkte zusehends in einem Gesamt-Leistungsportfolio einer jeden Agentur. Daher beschreiben sich die meisten Agenturen als „Full-Service-Provider“ im Recruiting-Umfeld. Falls bestimmte Disziplinen nicht mit eigenen Bordmitteln bestritten werden können, werden sie dank Kooperationen angeboten oder extern hinzugekauft.

Das Ziel ist, Unternehmen in ALLEN Fragen der Personalgewinnung fachlich zur Seite zu stehen. Firmen erwarten von der Agentur ihres Vertrauens, dass alle Bereiche professionell abgedeckt werden. Das spart den viel beschäftigten Personalverantwortlichen Zeit. Sie wünschen sich einen Ansprechpartner, der sie kompetent unterstützt.

Expertise und Kernkompetenzen

Aus dem vorab genannten Punkt ist zu erkennen, wie wichtig die richtige Auswahl der HR-Agentur ist. Die Anbieter stehen unter dem Wettbewerbsdruck, ein möglichst komplettes Leistungsportfolio abzubilden. Welche Expertise bringen die Agenturen im jeweiligen Fach mit? Gibt es Referenzen? Wie wird die inhouse-Expertise vorangetrieben?

Für HR-Verantwortliche stellt sich die Frage, ob die Auswahl verschiedener Agenturen mit distinktiven Service-Schwerpunkten nicht sinnvoller ist als ein alleiniger Allround-Anbieter. Informieren Sie sich daher vorab im Detail, welche die ausgeprägten Kernkompetenzen sind.

Print versus Online

Die Agenturen, die Stellenanzeigen in Print und online veröffentlichen – selbst die „klassischen“ HR-Agenturen – schalten deutlich häufiger Anzeigen in Online- als in Print-Stellenmärkten. Die prozentuale Aufteilung zwischen Print/Online beträgt häufig $\frac{1}{4}$ Print zu $\frac{3}{4}$ Online.

Auch aus diesem Grund überdenken und erweitern HR-Agenturen ihr Leistungsportfolio: Die einst lukrativen Gewinnmargen aus überregionalen Printsaltungen fallen bei den „klassischen“ Agenturen zunehmend weg. Die „neueren“ Dienstleister entdecken den regionalen und spezialisierten Zeitungsmarkt für sich, da hier noch wie vor gute Gewinne und Recruitingserfolge zu erzielen sind.

HR-Agentur-Gesundheit

Den HR-Agenturen geht es im Allgemeinen gut. Anhand der Gründungsdaten ist abzulesen, dass die wichtigen Agenturen seit mindestens 10 Jahren bestehen und durchschnittlich knapp über 50 Mitarbeiter beschäftigen.

Die meisten sind inhabergeführt und operieren weitgehend unabhängig.

Fazit

Nicht nur die (Online-) Recruiting-Medien-Auswahl will wohl überlegt sein, auch die Agentur des Vertrauens muss zu den Vorhaben der Unternehmen passen und mit Bedacht ausgewählt werden.

Auf den nachfolgenden Seiten werden die 13 wichtigsten HR-Agenturen präsentiert, die an der Online-Recruiting.net-Umfrage teilgenommen haben. Online-Recruiting.net bedankt sich bei allen Teilnehmern.

Wir wünschen den Recruitern und Personalern eine aufschlussreiche Lektüre und bieten mit dem Atlas eine optimale Entscheidungsgrundlage.

Bei Rückfragen stehen wir selbstverständlich unter info@online-recruiting.net zur Verfügung.

**IV. HR-Agenturprofile
(in alphabetischer Reihenfolge)**

1. Aktor Interactive S.A.
www.aktor-interactive.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	Aktor Interactive S.A.
Gründungsjahr:	1999
Standort/e:	Zentrale in Lyon, Filiale in Paris
Geschichte und Entwicklung:	<p>1999 - Gründung im französischen Aix en Provence. Aktor gewinnt den vom Forschungsministerium verliehenen Innovationspreis</p> <p>2000 - Aktor wird mit dem Label ANVAR für innovative Unternehmen ausgezeichnet</p> <p>2004 - Umzug der Büros nach Lyon</p> <p>2008 - Aktor erhält den Preis Classe Export für den erfolgreichen Export seiner Serviceleistungen</p> <p>2009 - Zukauf der Kommunikationsagentur „Sang Neuf“</p> <p>2010 - Kauf des Software-Herstellers „Kiosk-emploi“. Damit erweitert die Agentur ihre Services um Software-Lösungen im Recruiting und Bewerbermanagement</p>
Inhaber und Geschäftsführer:	François de Boutray
Anzahl Mitarbeiter:	35
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	Aktor hält eine 100%ige Beteiligung am HR-Software-Hersteller „Kioskemploi“

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	internationales Personalmarketing (internationales Employer Branding sowie Mediaplanung -und Anzeigenmanagement), individuelle Bewerbermanagement-Software
Länder, in denen Services angeboten werden	Die Services beschränken sich nicht nur auf den deutschen Markt, sondern sind international.
Credo / Unternehmensphilosophie:	“Thinking globally but acting locally”
Alleinstellungsmerkmal	In einer Zeit von Globalisierung und Fachkräftemangel verbindet Aktor Interactive internationale Erfahrung und ein weltweites Partnernetzwerk mit digitaler und technischer Web-Expertise. Damit unsere Kunden die besten Talente rekrutieren – weltweit!

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Präsenz auf Personalmessen, Anzeigenkampagnen, Mailings, Newsletter, SEO/SEM Optimierung, Weiterentwicklung der Produkte und Services
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Vierteljährlich

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Kundenservice
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Die Rechnungsstellung findet am Ende des Buchungsmonats statt. Zahlungsziel i.d.R. 15 Tage.
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	Messebesuch, E-Mail, Kontaktformular, Rückrufservice, Telefonnummer
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Newsletter / Mailing, Kundenbesuche, Live-Demos (Webex)

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Ja
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja
Recruiting Services / Personalberatung	Nein
Weitere	Individuelle Marktstudien für Kunden, z.B. über internationale Recruiting Märkte oder Besonderheiten von Stellenanzeigen in verschiedenen Ländern

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	mehrere hundert
Schaltvolumen pro Monat	1.480 (Monatsdurchschnitt)
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	5% / 95%
Wichtigste Jobbörsen Partner	a/ nationale Generalisten Jobbörsen 45% b/ Nischen- und regionale Jobbörsen 45% c/ Social Media, international 5% d/ internationale Printmedien 5%
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	Kann pauschal nicht gesagt werden, da sowohl mit deutschen als auch mit vielen internationalen Printmedien zusammengearbeitet wird.

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Sowohl als auch

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

- 1/ Wir analysieren den individuellen Recruiting Bedarf unseres Kunden und erstellen auf dieser Basis innerhalb eines Tages einen passgenauen Mediaplan.
- 2/ Nachdem der Kunde seine Zustimmung zu diesem erteilt hat, sendet er uns den Anzeigentext. Daraufhin erstellen wir innerhalb von 24 Std. die Anzeige.
- 3/ Diese senden wir dem Kunden zur finalen Bestätigung.
- 4/ Nach Bestätigung veröffentlichen wir die Anzeige in den ausgewählten Medien. Je nach Medium kann dies zwischen 1 – 72 Stunden dauern.
- 5/ Am Ende der Anzeigenlaufzeit bekommt der Kunde von uns eine statistische Auswertung des Anzeigenerfolgs (Reporting).

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Während der Anzeigenlaufzeit gibt es ein permanentes Monitoring der veröffentlichten Anzeigen. Bei Handlungs- bzw. Optimierungsbedarf setzt sich unser Kundenservice sofort direkt mit der Jobbörse in Verbindung, um das Problem schnellstmöglich zu beheben.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Es werden 3 Reportings geboten:

1. Reporting: enthält den Namen der Jobbörse, Veröffentlichungsdatum, Veröffentlichungsende und Links zur Anzeige auf den jeweiligen Jobbörsen
2. Reporting: am Ende der Laufzeit einer jeden Anzeige, enthält Statistiken zu Anzeigenaufrufen und Klicks auf den Link (Homepage und/oder Bewerbungsformulare)
3. Kunden mit großem Anzeigenvolumen bekommen alle 6 Monate eine umfangreiche Auswertung der Anzeigen

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Siehe vorherige Antwort, Punkt 2: Wir liefern Statistiken zu Klicks und Views jeder Anzeige. Zusätzlich haben Kunden über unsere Homepage auch kostenfreien Zugriff auf unser Statistiktool JobTools. Dort finden sie umfangreiche Statistiken zum Anzeigenerfolg in Echtzeit und können ihre Recruitingkampagnen gezielt auswerten.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Ja, JobTools

2. delphi HR-Marketing + Media GmbH

www.dvinci.de/erecruitment



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	delphi HR-Marketing + Media GmbH
Gründungsjahr:	1987
Standort:	Rosengarten (PLZ 21224)
Geschichte und Entwicklung:	1987 als Mediaagentur von Herrn Heinzlmann gegründet und über die Jahre weiterentwickelt
Inhaber und Geschäftsführer:	Johannes Heinzlmann und Wolfgang Tomek
Anzahl Mitarbeiter:	11
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	keine

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Ganzheitliches Personalmarketing durch die Schwesterunternehmen delphi HR-Systems (Bewerbermanagementsystem d.vinci) und delphi HR-Management Consulting (Personalberatung)
Länder, in denen Services angeboten werden	Deutschland / international
Credo / Unternehmensphilosophie:	The easy way to recruit.
Alleinstellungsmerkmal	Komplettbetreuung der Kunden vom Bewerbermanagement, Personalberatung bis hin zum Personalmarketing aus einer Hand „One-Stop-Agency“

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Eigene Homepage, Facebook-Auftritt, Auftritte bei kleineren Personalveranstaltungen oder Mittelstandstreffen
Newsletter- / Mailingversand	Nein
Falls ja: Versandhäufigkeit	Nicht zutreffend

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Account Manager oder Account Supporter
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Nach ordnungsgemäßer Insertion / in der Regel 10 Tage
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	E-Mail und Telefonnummer
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Kundenbesuche und Telefon-Konferenzen

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Wenn gewünscht, eigene Pakete; kein Multi-Posting über Drittanbieter
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	In Zusammenarbeit mit einem Kooperationsdienstleister
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Inhouse und mit einem Kooperationsdienstleister
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Umsetzung ja, Community Management und Monitoring in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Ja, über das Schwesterunternehmen delphi HR-Systems GmbH
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja, über das Schwesterunternehmen delphi HR-Systems GmbH
Recruiting Services / Personalberatung	Ja, über das Schwesterunternehmen delphi HR-Management Consulting GmbH
Weitere	Employer Branding Konzepte, Konzeption und Gestaltung von HR-Events sowie Messeauftritten, Erstellung von Inhouse Dokumenten für den HR-Bereich (z.B. Flyer, Broschüren,...) Hochschul- und Ausbildungsmarketing

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	durchschnittlich 150 Anzeigen
Schaltvolumen pro Monat	durchschnittlich 220 Schaltungen
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	75% Online und 25% Print
Wichtigste Jobbörsen Partner	Stepstone.de, Monster.de, placement24.de, ingenieurkarriere.de, bauingenieur24.de, kimeta.de, experteer.de, XING
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	Stuttgarter Zeitung, Südwest Presse, Weser Kurier, Hamburger Abendblatt, FAZ, Süddeutsche Zeitung, ...

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Anzeigen werden manuell bearbeitet sowie jeder Kunde mit seinen Aufträgen individuell behandelt. Durch den optimierten Workflow und die Nutzung von zum Beispiel Schnittstellen, können wir sehr schnell, effektiv sowie stets kunden- und serviceorientiert arbeiten

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Trotz des optimierten Workflows können wir hier keine genauen Angaben machen. Wir legen sehr viel Wert auf Beratung und Kundennähe mit dem Verzicht auf das oftmals praktizierte „Durchreichen“ von Anzeigen. Trotzdem sind wir pragmatisch, schnell und effektiv. Online- sowie Print-Anzeigen können bei Bedarf innerhalb einer Stunde komplett erstellt, abgewickelt und in Auftrag gegeben bzw. online gestellt werden.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Wir haben interne Kontrollinstanzen und sind jederzeit möglichst proaktiv. Der Kunde hat zudem jederzeit die Möglichkeit, in den Prozess einzugreifen.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Reportings werden nach den individuellen Bedürfnissen des Kunden erstellt und sind daher auch durchaus unterschiedlich umfangreich

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Statistiken werden nach den individuellen Bedürfnissen des Kunden erstellt und sind daher auch durchaus unterschiedlich umfangreich

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Nein

3. Dr. Schmidt & Partner Group (drsp)

www.drsp-group.com



DR. SCHMIDT & PARTNER
Executive Search • HR Media • Employer Branding

Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	Dr. Schmidt & Partner Group (drsp)
Gründungsjahr:	1986
Standorte:	Hamburg, Frankfurt am Main, Luzern
Geschichte und Entwicklung:	drsp hat seine Wurzeln im Executive Search und hat sich im Laufe der vergangenen 25 Jahre zur Full-Service-Agentur für Recruiting und Retention entwickelt.
Inhaber und Geschäftsführer:	Dr. Lothar Schmidt
Anzahl Mitarbeiter:	40
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	Dr. Schmidt & Partner Personalwerbung GmbH, Dr. Schmidt & Partner Personalberatung GmbH, Dr. Schmidt & Partner GmbH (Schweiz)

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Executive Search, HR Media, Employer Branding
Länder, in denen Services angeboten werden	International (Schwerpunkt auf DACH-Raum)
Credo / Unternehmensphilosophie:	Wissen, wer passt – wissen, was wirkt.
Alleinstellungsmerkmal	drsp ist ein Full-Service-Dienstleister, der die Kompetenzen von Personalberatung, Media-Agentur, HR-Textdienstleister und Kreativschmiede unter einem Dach vereint.

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Messestand auf der Personal Swiss, Website, Werbeanzeigen
Newsletter- / Mailingversand	Herausgabe des Personalfachmagazins „HRinform“
Falls ja: Versandhäufigkeit	Zweimal jährlich an Kunden und Interessierte

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Account Manager in Zusammenarbeit mit Back-Office
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Individuell nach Absprache mit Kunden
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	Website
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Individuell nach Absprache mit Kunden

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja, über Drittanbieter
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Nein
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja, über Kooperationspartner
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Ja, über Kooperationspartner
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja, (Kunden-Plattform „AdQuality“)
Recruiting Services / Personalberatung	jj
Weitere	<ul style="list-style-type: none"> - Ausrichtung „advanceING – Ingenieurgeist trifft Karriere“ (Schweizer Karrieremesse für Ingenieure und Techniker) - Produktion von Recruiting- und Arbeitgeberfilmen

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	> 800
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	25 % Print / 75 % Online
Wichtigste Jobbörsen Partner	k. A.
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	Verlagsvertretung CH für Süddeutsche Zeitung und VDI-nachrichten

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Die Schaltung und Verwaltung von Personalanzeigen ist für unsere Kunden komfortabel über die Agenturplattform „AdQuality“ möglich.

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

- Mediaberatung durch persönlichen Account Manager
- optional Evaluation der Ausschreibung durch erfahrenen Headhunter
- Texterstellung, Textoptimierung und/oder Übersetzung durch HR-Fachlektorat
- Anzeigensatz (PDF und/oder HTML)
- Abstimmung mit dem Kunden
- Anzeigendisposition
- Erscheinungskontrolle

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Ja (Erscheinungskontrolle durch Account Manager und HR-Fachlektorat)

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Ja, individuell nach Absprache mit Kunden

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Ja, individuell je nach Kunde, Maßnahme und belegter Plattform

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

In Planung

4. DS Media Team GmbH

www.ds-media-team.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	DS Media Team GmbH
Gründungsjahr:	2003
Standort:	Norderstedt bei Hamburg
Geschichte und Entwicklung:	k. A.
Inhaber und Geschäftsführer:	Edeltraud Dietz-Stang
Anzahl Mitarbeiter:	22
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	DS KompetenzKontor

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Unternehmenskommunikation, Anzeigenservice, Mediastrategie, Bewerbermanagement, Employer Branding
Länder, in denen Services angeboten werden	Weltweit
Credo / Unternehmensphilosophie:	Fragen Sie uns nach <i>Mehr!</i>
Alleinstellungsmerkmal	Das <i>Mehr</i> an Service (Qualität, Erreichbarkeit, Sicherheit, Schnelligkeit, Persönlichkeit)

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Messestand auf PERSONAL Nord, mehrfache Prämierung bei „Hamburgs beste Arbeitgeber“
Newsletter- / Mailingversand	Wein
Falls ja: Versandhäufigkeit	n. zutreffend

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Kundenservice / Account Manager
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Nach Erscheinen bzw. nach Abschluss des Projekts / Sofort
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	Messebesuch, E-Mail, Telefon, Kontaktformular auf der Website
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Kundenbesuche, Business-Frühstücke mit Kunden, gemeinsame Workshops mit Kunden und Medien

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Nein
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Nein
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Nein
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Nein
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Nein
Recruiting Services / Personalberatung	Ja
Weitere	-

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	k. A.
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	k. A.
Wichtigste Jobbörsen Partner	Stepstone, Monster, Jobware, Stellenanzeigen
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	Hamburger Abendblatt, Süddeutsche Zeitung, FAZ, Neue Westfälische

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Manuelle Schaltung, Übermittlung erfolgt jedoch bei den wichtigsten Portalen automatisiert via Schnittstelle

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Nach Auftragseingang wird das Projekt zur Textbearbeitung in das Lektorat gegeben und von dort in die Grafik, wo die Anzeige gestaltet wird. (Bei Wiederholungsanzeigen mit keinen oder nur geringen Änderungen entfällt der erste Lektoratsdurchgang, der Kundenbetreuer gibt das Projekt direkt in die Grafik).

Anschließend gibt die Grafik den Anzeigenentwurf zur Prüfung von Rechtschreibung, Layout-Vorgaben und Preisangaben wieder ins Lektorat. Gibt es keinen Korrekturbedarf, leitet der Lektor das Projekt an den Kundenbetreuer weiter, der das Angebot an den Auftraggeber schickt. Bei Korrekturbedarf durch Lektorat oder auch Kundenbetreuer ist eine zusätzliche Schleife über die Grafik erforderlich.

Dieser gesamte Prozess soll nie mehr als 24 Stunden dauern (Wochenende nicht mitgerechnet), im Regelfall ist er wesentlich kürzer.

Nach der Abstimmung zwischen Agentur und Kunden und erfolgter Freigabe geht die Anzeige zum Freilesen wieder ins Lektorat, danach wird in der Grafik die Endversion erstellt und abgespeichert, woraufhin der Kundenbetreuer dann die Anzeige schaltet. Die Anzeigendaten werden abschließend an das Medium übermittelt bzw. für den Serverabgleich auf die Schnittstelle gelegt.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

- 1.) Laufende Kontrolle der automatischen Statusmeldung aller Schaltungen bei Portalen mit Schnittstellenverbindung, wodurch das unverzügliche Beheben eventueller Übermittlungsfehler gewährleistet ist.
- 2.) Täglich mehrmalige Kontrolle auf den Portalen bzgl. korrekter Veröffentlichung neuer Anzeigen. Ggf. notwendige oder vom Kunden gewünschte Korrekturen technischer oder inhaltlicher Art werden schnellstmöglich durchgeführt, bei Bedarf unter Einbeziehung der Ansprechpartner bei den Portalen.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Kunden können per Kunden-Login über die Agentur-Website selber jederzeit Einblick in ihre Schaltungsdokumentation nehmen. Diese enthält Schaltungsdatum, Position, Medium, Kosten, Name des Auftraggebers, Kostenstelle sowie eine PDF-Datei der Anzeige.

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Schaltungsdokumentationen von Stepstone und Monster (inkl. Views / Impressions) werden regelmäßig als Excel-Tabellen an Volumenkunden weitergegeben. Dies beinhaltet kein Tracking der Klicks auf Kunden-Website und / oder Bewerbungsformulare. Bei Bedarf werden Kunden darüber hinaus individuelle Statistiken zur Verfügung gestellt.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Nein

5. HR New Media GmbH / 1000jobboersen.de

www.1000jobboersen.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	HR New Media GmbH – 1000jobboersen.de
Gründungsjahr:	2008
Standort:	Berlin
Geschichte und Entwicklung:	<p>2007 – Gründung von „Careerme.com“ als Plattform, über welche Nischen-Jobbörsen bedient werden konnten.</p> <p>2009 – das Portal 1000jobboersen.de wird gelauncht. Unternehmen können alle Jobbörsen erreichen und ihre Anzeigen dort posten.</p> <p>2011 – 1000jobboersen wächst schnell: neue Büroräume werden für die inzwischen 130 Mitarbeiter angemietet.</p>
Inhaber und Geschäftsführer:	Florian Behn
Anzahl Mitarbeiter:	48
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	Neuhaus Partners, CIPIO Partners, High-Tech Gründerfonds, Hamburg FOR Mobile

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Full-Service-Agentur für Personalmarketing: Performance-optimierte Mediaplanung cross-medial, Personalmarketingkampagnen, Design- und Kreativ-Leistungen, Karriereseiten, Jobbörsen, Bewerbermanagementsoftware
Länder, in denen Services angeboten werden	International mit Fokus auf die DACH Region
Credo / Unternehmensphilosophie:	Einfach mehr Bewerber
Alleinstellungsmerkmal	Wir holen die Bewerber dort ab, wo Sie sich aufhalten und bringen somit die Anzeige zu dem Kandidaten, nicht umgekehrt. Damit erreichen wir die größtmögliche Menge an qualifizierten aktiv- und passivsuchenden Bewerbern.

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Messen, Events, Podiumsdiskussionen, Fachbeiträge, Gastautorenbeiträge, PR, Twitter, Blogs
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Quartalsweise

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Interner Kundenservice
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Individuell nach Vereinbarung
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	Messebesuch, Hotline, persönliche Ansprechpartner mit direkter Durchwahl und E-Mail-Adresse, Kontaktformular
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Kundenbesuche, Telefon, WebEx

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja, individuelle Anpassung
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Nein
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Ja
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja
Recruiting Services / Personalberatung	Ja
Weitere	Mediaplanung, jegliche Form von Werbemöglichkeiten

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	400
Schaltvolumen pro Monat	2.000
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	10 / 90 Prozent
Wichtigste Jobbörsen Partner	k. A.
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	k. A.

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Ja

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Individuelle Mediaplanung, Buchung, Lektorat, AGG, HTML, Verschlagwortung, Kundenvorschau, Schaltung der Anzeige

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Ja, proaktiv nach Kundenrücksprache

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Ja, Stamm- und Performancedaten

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

TrackingPixel (Views + Clicks + Performance Index, CPC), bei ATS alles bis zu Kosten pro qualifiziertem Bewerber

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Nein

6. Iventa Personalanzeigen GmbH

<http://www.iventaeu/>



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	Iventa Personalanzeigen GmbH
Gründungsjahr:	1991
Standorte:	Wien, Linz, Salzburg, Innsbruck, Graz, Prag, Bratislava, Budapest, Bukarest, Zagreb; Member of the Bernard Hodes Global Network
Geschichte und Entwicklung:	siehe unter http://www.iventaeu/AT_DE/Company/Facts---Figures/
Inhaber und Geschäftsführer:	Mag. Martin Mayer
Anzahl Mitarbeiter:	80
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	k. A.

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Personalanzeigen/Personalwerbung/Personalkommunikation, Personalmarketing, Employer Branding, Social Media Recruiting, Multipost, E-Recruiting-Solutions, Media Services
Länder, in denen Services angeboten werden	DACH-Region
Credo / Unternehmensphilosophie:	s.u. http://www.iventaeu/AT_DE/Company/Mission/
Alleinstellungsmerkmal	integrierter Full-Service-HR-Dienstleister, der neben Media Services und Employer Branding auch Personalberatung (Executive Search, Search & Selection) sowie Personalentwicklung (Assessment & Development) in Zentral- und Osteuropa anbietet

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Events, Workshops, Newsletter
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Monatlich

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Kundenservice = Media Consultant
Rechnungstellung / Zahlungsziel	wöchentlich
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	Messebesuch, E-Mail, Kontaktformular, Rückrufservice, Telefonnummer, E-Mail, Kontaktformular, Rückrufservice, Fax, Telefon, Social Media Kanäle, Blog
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Newsletter, Mailings, Kundenbesuche, Live-Demos, Video-Konferenzen, Social Media Kanäle

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Nein
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja
Recruiting Services / Personalberatung	Ja, Personalberatung (Executive Search, Search & Selection); verdeckte Schaltungen mit Vorauswahl (=Postbox)
Weitere	Personalentwicklung (Assessment & Development)

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	k. A.
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	70 / 30
Wichtigste Jobbörsen Partner	Monster, Karriere.at, standard.at/Karriere, StepStone
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	Kurier, Der Standard, Oberösterreichische Nachrichten, Kleine Zeitung

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Ja

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Kunde erhält in der Regel spätestens innerhalb von 24 Stunden Antwort, je nach Medium (Anzeigenschluss!) kann ein Auftrag zur Anzeigenveröffentlichung binnen 30 min bis 5 Tage umgesetzt werden (von Anfrage bis Anzeigenveröffentlichung).

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-Optimierungsbedarf besteht?

Individuell

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Individuell auf Anfrage

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Bei Kampagnen ja, bei Einzelinseraten nicht bzw. bei individueller Anfrage.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

In Entwicklung

7. Köhler Kommunikation Werbeagentur GmbH

www.koehlerkommunikation.de

KÖHLER

Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	Köhler Kommunikation Werbeagentur GmbH
Gründungsjahr:	1990
Standort:	Düsseldorf
Geschichte und Entwicklung:	Köhler Kommunikation begann als klassische Werbeagentur mit Schwerpunkt Unternehmenskommunikation. Bereits 1994 betreute die Agentur ein Unternehmen, das sich mit Recruiting-Events an Hochschulabsolventen richtete. Das Engagement wuchs auf branchenspezifische und globale Events in Deutschland, Europa bis in die USA an. Es kamen Events namhafter Konzerne in Deutschland hinzu. Seit Anfang der 2000er Jahre konnten die Tätigkeiten und Erfahrungen in der Kandidatenansprache erweitert werden. Heute zählen die Employer Branding Kommunikation sowie das HR-Marketing zum festen Repertoire der Agentur.
Inhaber und Geschäftsführer:	Jan Köhler
Anzahl Mitarbeiter:	ca. 20
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	keine, das Unternehmen ist inhabergeführt und unabhängig

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Employer Branding
Länder, in denen Services angeboten werden	Deutschland, Großbritannien, Österreich, Schweiz
Credo / Unternehmensphilosophie:	k. A.
Alleinstellungsmerkmal	Die Kombination aus klassischer Werbeagentur mit starkem Bezug zu Image- und Marken-Kommunikation in Kombination mit viel praktischer Erfahrung in der Zielgruppenansprache und die hohe Spezialisierung zeichnet die Denk- und Arbeitsweise bei Köhler Kommunikation aus.

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Direkt-Marketing, persönliche Empfehlung
Newsletter- / Mailingversand	Mailingversand
Falls ja: Versandhäufigkeit	Mediaspotlight -> quartalsweise

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Project Manager
Wer schaltet die Anzeige /n	Project Manager
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Nach Leistungserbringung/kundenabhängig
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	E-Mail, Kontaktformular, Telefonnummer
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Mailing, Kundenbesuche, Live-Demos (Webex)

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Nein
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Nein
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Nein
Recruiting Services / Personalberatung	Ja
Weitere	Ja

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	ca. 40
Schaltvolumen pro Monat	ca. 20
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	30 % Print / 70% Online
Wichtigste Jobbörsen Partner	Jobware, Stepstone
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	Rheinische Post, Badische Zeitung

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Manuell

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Es gibt einen fest mit dem Kunden abgestimmten Workflow von der Beauftragung bis zur Schaltung sowie feste Honorarsätze für die unterschiedlichen Bearbeitungsaufwände von der einfachen Formatanpassung bis zu Sonderlösungen. Die Beauftragung kann je nach Kunde durch Online-Formulare oder andere Wege entstehen. Die Zeitvorgaben und Freigabeprozesse werden vorab abgestimmt.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Köhler Kommunikation bietet hier keine eigenen Lösungen an, kooperiert aber ggf. mit dem Kunden direkt, wenn es um Monitoring-Reports geht.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

k. A.

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Wir nutzen kein globales System für alle Kunden sondern passen Lösungen individuell an den konkreten Bedarf der einzelnen Unternehmen an. So gibt es Kunden bei denen in die Karriere-Website Analyse-Funktionen aus Piwik integriert werden. Diese werden in Abstimmung gesichtet und ausgewertet.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

In der oben genannten Lösung kann unser Kunde die Zugriffswerte auf die Karriereseiten selbst über das Piwik-Dashboard einsehen. Zudem wurde speziell zur Auswertung der Stellenausschreibungen eine Backend-Umgebung eingerichtet, in der es möglich ist, die konkreten Bewerberzahlen auszuwerten.

8. KÖNIGSTEINER AGENTUR GmbH

www.koenigsteiner-agentur.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	KÖNIGSTEINER AGENTUR GmbH
Gründungsjahr:	1967
Standort/e:	Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Dresden, Frankfurt / Main, Stuttgart, Karlsruhe, Nürnberg, München

Geschichte und Entwicklung: 1967 Gründung der KÖNIGSTEINER AGENTUR in der Stadt Königstein im Taunus, die auch Namensgeber der Agentur ist. Der heutige Gesellschafter Dr. Peter Schulz hat im Jahre 1967 die Personalberatung Dr. Peter Schulz & Partner für die direkte Kandidatenansprache gegründet und in diesem Zuge auch die KÖNIGSTEINER AGENTUR für die anzeigengestützte Personalsuche ins Leben gerufen. In den folgenden Jahren wurden weitere Niederlassungen gegründet, die es bis heute gibt und die eine direkte Vor-Ort-Betreuung ermöglichen.

1979 Düsseldorf, 1979 München, 1981 Karlsruhe, 1986 Stuttgart, 1990 Berlin, 1992 Dresden, 1992 Hamburg, 1995 Nürnberg

1994 - deutschlandweit die erste bundesweite Lizenz für die damals neu zugelassene Private Arbeitsvermittlung

1995 - TÜV-Zertifizierung nach DIN EN ISO 9002

1998 - die KÖNIGSTEINER AGENTUR bringt als erste Agentur die Online-Kombis (Multi-Posting) auf den Markt, welche die gleichzeitige Veröffentlichung einer Stellenausschreibung bei mehreren Online-Jobbörsen ermöglichen

2005 - das erste Media-Handbuch erscheint, damals noch als Kompendium mit reinen Print- und Online-Informationen – heute enthält der „KÖNIGSTEINER“ eine Vielzahl an weiteren Informationen und Themen rund um das HR & Recruiting; Auflage 10.000 Exemplare; wird zu Beginn eines jeden Jahres an alle Personalverantwortlichen in Deutschland verteilt

2006 - Gründung des ersten Personalmarketing-Standortes in Stuttgart, in den Folgejahren kommen Hamburg, Nürnberg und Berlin hinzu

2012 - 45-jähriges Jubiläum der KÖNIGSTEINER AGENTUR

Inhaber und Geschäftsführer: Inhaber: Dr. Peter Schulz, Fridolin Höfele, Klaus Efinger
 Geschäftsführer: Fridolin Höfele, Gisela Tscharf

Anzahl Mitarbeiter: 150 (gesamte Gruppe)

Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.): k. A.

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Personalmarketing, Anzeigenmanagement, Personalserviceleistungen
Länder, in denen Services angeboten werden	Deutschland, Europa, weltweit
Credo / Unternehmensphilosophie:	Lösungsanbieter für alle HR-Themen
Alleinstellungsmerkmal	Einzige Personalmarketing-Agentur mit 9 Standorten in Deutschland und direkter Vor-Ort-Betreuung

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	k. A.
Newsletter- / Mailingversand	in Planung
Falls ja: Versandhäufigkeit	voraussichtlich monatlich

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Kundenservice
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Nach Erbringung der Leistung; Zahlungsziel individuell
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	E-Mail, Kontaktformular, Rückrufservice, Telefonnummer, Kundenveranstaltungen, Homepage
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Newsletter / Mailing, Kundenbesuche, Live-Demos (Webex), Video-Konferenzen

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Nein
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja
Recruiting Services / Personalberatung	Ja
Weitere	k. A.

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	k. A.
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	k. A.
Wichtigste Jobbörsen Partner	alle relevanten Jobbörsen und erfolgreichen Zielgruppenbörsen
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	alle relevanten Tages- und Fachzeitschriften für den Stellenmarkt (siehe Handbuch KÖNIGSTEINER 2013)

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

k. A.

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Anfrage; Beratung hinsichtlich Media-Auswahl, Text, Layout etc.; Lektorat, Angebot, Freigabe, Bestellung, Qualitätskontrolle

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Ja, es gibt ein Monitoring in Absprache mit dem Kunden.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Ja, es gibt ein Reporting.

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Ja, über Klicks pro Anzeige.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

k. A.

9. **mediatown GmbH & Co. KG**
www.mediatown.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform: mediatown GmbH & Co. KG
 Gründungsjahr: 2001
 Standorte: Karben, Deutschland; St. Martin am Tennengebirge, Österreich

Geschichte und Entwicklung:

- 2001 - Gründung als Research-Agentur für Unternehmensberatung
- 2002 - Übernahme der Internet-Stellenbörse jobsintown.de
- 2003 - Erweiterung des Produktportfolios um die Schaltung von Online- und Print-Anzeigen sowie Ausbau zur Fachagentur für Personalwerbung
- 2005 - Ausbau zur Personalmarketing-Agentur mit ersten Projekten und Hochschulkampagnen
- 2006 - Kampagne „Das Leben ist zu kurz für den falschen Job.“ gewinnt internationale Preise
- 2007 - Aufteilung der Unternehmensgruppe in die Internet-Stellenbörse jobsintown.de GmbH und Fachagentur mediatown GmbH & Co. KG unter dem Dach der jobs-deutschland Verwaltungsgesellschaft mbH
- 2008 - Unternehmensgruppe schaltet erstmals mehr als 50.000 Stellenanzeigen im Jahr sowie Internationalisierung der Dienstleistungen und Aufbau des weltweiten Produktportfolios
- 2009 - Ausbau der Branchenportale von jobsintown.de; Umzug in firmeneigene Immobilie in Karben
- 2010 - Einführung eines unternehmensweiten Qualitätsmanagements. Überprüfung der Service-Qualität durch den TÜV-Hessen und erstmalige Zertifizierung nach ISO 9001:2008
- 2011 - Expansion nach Österreich mit mediatown.at und Start der Stellenbörse jobsintown.at
- 2012 - Gründung der Kraft von Wantoch Personalberatung, Relaunch von jobsintown.de, Erweiterung der Branchen- und Regionen-Portale sowie Ausbau der Social-Media-Präsenz

Inhaber und Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Stefan Kraft
 Anzahl Mitarbeiter: 58
 Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.): k. A.

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Anzeigenschaltung in Online- und Printmedien, Stellenbörsensoftware, Personalmarketing und -beratung
Länder, in denen Services angeboten werden	Die Anzeigenschaltung erfolgt weltweit, Schwerpunkte liegen in Deutschland und Österreich
Credo / Unternehmensphilosophie:	Wir nehmen unsere Verantwortung als Dienstleister ernst: Professionelle Beratung und guter Service bei voller Transparenz und Kostenkontrolle sind unser Credo. Unsere Ziele sind eine hohe Kundenzufriedenheit und eine langjährige Zusammenarbeit.
Alleinstellungsmerkmal	Stellenbörse jobsintown.de, über 100 regionale Stellenbörsen für Deutschland und Österreich, 14 berufsgruppenspezifische Stellenbörsen, TÜV zertifizierter Workflow nach DIN 9001:2008, Starke Markttransparenz und Einkaufskonditionen durch Größeneffekte

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Personalmessen, Vorträge, Durchführung von Studien, Veröffentlichung von Ratgebern zu Anzeigenschaltungen, Sonderaktionen mit Stellenbörsen, Affiliate-Programm
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Monatlich

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Account Manager (Kunde hat einen Ansprechpartner)
Rechnungstellung / Zahlungsziel	10 Tage netto, verhandelbar
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	E-Mail, Newsletter Anforderung, Messe-besuch, Telefon, Fax, Kontaktformular mit Rückrufservice
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	E-Mail, Telefon, Fax, Kundenbesuche, Messetermin, Newsletter

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Bewerbermanagement mit Steuerung der Zu- und Absagen sowie Posting-Funktionalität
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Talent-Management Software derzeit in der Erprobungsphase
Recruiting Services / Personalberatung	Ja
Weitere	Datenbank-gestützte Medien- und Wettbewerbsanalyse

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	> 7.000
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	30 / 70
Wichtigste Jobbörsen Partner	k. A.
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	k. A.

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Wir nutzen ein eigenes Anzeigen-Management-System: Hierüber werden die Anzeigen des Kunden gestaltet, verwaltet und schlussendlich über Schnittstellen fertig kategorisiert an die Stellenbörsen ausgeliefert. Die Veröffentlichung erfolgt sofort ohne weiteren manuellen Aufwand. Auf Wunsch arbeitet das System auch in Eigenverwaltung für den Kunden. Features mit Vorschlagswesen für die Verschlagwortung und Kategorisierung sowie Statistiktools sind inklusive.

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Maximal innerhalb einer Stunde erhält der Kunde von uns ein passendes Angebot. Die Erstellung des internen Auftrags dauert nicht länger als 30 Minuten. Anschließend wird die Anzeige gestaltet und innerhalb eines Arbeitstages – i. d. R. noch am gleichen Tag – an den Kunden zur Freigabe gesendet. Die Veröffentlichung auf allen gebuchten Börsen erfolgt innerhalb eines Arbeitstages.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Wir überwachen die Anzeigenzugriffe durch Echtzeit-Monitoring und fragen innerhalb der Anzeigenlaufzeit die Resonanz beim Kunden nach. Sollte es einmal notwendig sein, noch nachzjustieren, beraten wir das weitere Vorgehen gemeinsam mit dem Kunden. Je nach Fall stehen verschiedene Möglichkeiten zur Auswahl, darunter Refresh, Laufzeitverlängerung, Reichweiten- bzw. Traffic-Verstärker, zusätzliche Veröffentlichungsmöglichkeiten und Medien.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Den Schaltreport nehmen wir in Echtzeit vor. Der Vorgang wird über den ersten Aufruf einer Anzeige auf der jeweiligen Stellenbörse realisiert. Der Kunde kann den Bericht jederzeit online einsehen und dabei die vollständige Anzeige sowie alle wichtigen Parameter zur Anzeigenschaltung – wie Status, Zeitpunkt der Veröffentlichung, Laufzeit, Keywords, Rubrizierung, Ortsangaben, Stellenbörsen inkl. der jeweiligen Restlaufzeit und des direkten Links zur Anzeige sowie Zugriffsstatistik – erneut überprüfen.

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Mit einer Realtime-Zugriffsstatistik über die Anzeigenaufrufe bieten wir eine effektive Erfolgskontrolle. Spideraufrufe werden erkannt und gefiltert.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Selbstverständlich

10. Medienfabrik Gütersloh GmbH

www.medienfabrik.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	Medienfabrik Gütersloh GmbH
Gründungsjahr:	1988
Standorte:	Gütersloh, Berlin, Bonn, Leverkusen, München
Geschichte und Entwicklung:	Entstanden als Marketing- und Kommunikations-agentur des Bertelsmann Konzerns; inzwischen bis zu 80 % externe Kunden
Inhaber und Geschäftsführer:	Bertelsmann (90%), Geschäftsführer Stefan Postler (10%)
Anzahl Mitarbeiter:	415
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	keine

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Mit dem Geschäftsbereich Medienfabrik I embrace Fokus auf Employer Branding, Personalmarketing, Recruiting. Initiator, Inhaber und Betreiber des Karriere-Netzwerkes „careerloft“
Länder, in denen Services angeboten werden	Deutschland sowie International (Kunden in UK, Frankreich, Spanien, USA)
Credo / Unternehmensphilosophie:	Wir bieten unsere Leistungen vollstufig an, d.h., es gibt keine Subdienstleister. Wir machen alles selbst: Beratung, Konzeption, Grafik, Redaktion, Film, Social Media, Events und vieles mehr.
Alleinstellungsmerkmal	Es gibt keine andere Agentur, die einerseits Kunden berät und gleichzeitig auch selbst direkt ein Netzwerk mit über 10.000 Mitgliedern aus der Generation Y betreut.

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Die gesamte Bandbreite. Auf allen Social Media Kanälen.
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Vierteljährlich

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Kundenservice oder Account Manager
Rechnungstellung / Zahlungsziel	bestimmt der Kunde
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	Messebesuch, E-Mail, Kontaktformular, Rückrufservice, Telefonnummer
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Newsletter / Mailing, Kundenbesuche, Live-Demos (Webex), Video-Konferenzen

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Ja
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja
Recruiting Services / Personalberatung	Ja
Weitere	Betrieb des Karriere-Netzwerkes careerloft für talentierte Studenten und Absolventen.

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	k. A.
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	k. A.
Wichtigste Jobbörsen Partner	k. A.
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	k. A.

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Automatisches Tool vorhanden.

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Keine Auskunft: hängt vom Kunden ab.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Ja

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

k. A.

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Ja, über Referrer-Links

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Ja

11. milch & zucker – THE MARKETING & SOFTWARE COMPANY AG

www.milchundzucker.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	milch & zucker – THE MARKETING & SOFTWARE COMPANY AG
Gründungsjahr:	1999
Standorte:	Bad Nauheim, Hamburg, Osnabrück
Geschichte und Entwicklung:	Gegründet am 26. Oktober 1998 in Bad Nauheim von den jetzigen Vorständen. Seit 2000 spezialisiert auf „Recruiting aus einem Guss“ mit Dienstleistungen und Produkten in den Leistungsbereichen Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting-Software. Seit 2002 Betreiber der Stellenbörse JobStairs.de im Auftrag von aktuell 58 Großunternehmen.
Inhaber und Geschäftsführer:	<p>Carsten Franke: CEO, Sprecher des Vorstandes</p> <p>Michael Palmen: CHO, CDO, Vorstand, Leiter der Niederlassung Hamburg, Personalleitung, Creative Director</p> <p>Kai Pawlik: COO, Vorstand des Agenturgeschäfts und Bereichs „Marketing Solutions“</p> <p>Ingolf Teetz: CTO, CIO, COO, Vorstand des Software-Hauses und Bereichs „eRecruiting Solutions“, zusätzlich verantwortlich für die Software-Entwicklung, Qualitätssicherung</p>
Anzahl Mitarbeiter:	97
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	Nein

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	„HR Marketing Solutions“ und „eRecruiting Solutions“
Länder, in denen Services angeboten werden	Kernmarkt ist die D-A-CH-Region, in Kooperation mit internationalen Kunden und Partnern auch in anderen Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens.
Credo / Unternehmensphilosophie:	Wir bringen Unternehmen mit Talenten und Talente mit Unternehmen zusammen! Mit diesem doppelten Zielgruppenverständnis, profundem Marken-Know-how, kreativem Marketing und effektiven Software-Angeboten unterstützen wir die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden und die Zufriedenheit der Bewerber und Talente.
Alleinstellungsmerkmal	Auf die richtige Mischung der Zutaten kommt es an: Wir bieten Employer Branding, Personalmarketing und E-Recruiting aus einem Guss! Beratung, Konzeption, Kommunikationsmittel, -medien und -maßnahmen sowie passende Recruitingsysteme und Schnittstellen.

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Empfehlungsmanagement, Publikationen, Event-Speaking
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Sporadisch

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Projektmanagement Inhouse
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Je nach Verhandlung
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	E-Mail, Telefon, Website. Erstkontakt Agentur/Marketing Solutions: Carsten Franke; Erstkontakt Software-Haus/ eRecruiting Solutions: Tania Teetz
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Anwesenheit des Account Managers beim Kunden, Jour Fixes, Live-Demos (Webex), Video-Konferenzen, Telefon-Konferenzen

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja, spezifisch im Rahmen von Vereinbarungen mit Kunden
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Ja
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja
Recruiting Services / Personalberatung	Nein
Weitere	Talent Relationship Management

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	k. A.
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	k. A.
Wichtigste Jobbörsen Partner	Monster, Stepstone, Jobware, Jobstairs
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	k. A.

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Ja, Job-Posting-Tool, Eigenentwicklung von milch & zucker, BeeJobHub.

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Je nach Prozessanbindung, Service-Level-Agreement und Medium (Online, Offline): Am gleichen Arbeitstag (SLA mit Kunden, Online-Anzeige) bis zu 10 Tagen (Ersterstellung, Print-Anzeige). Grundsätzlich gilt: Je nach Bedarf, Anspruch, dem vereinbarten Service Level und den zu schaffenden technischen Voraussetzungen ist alles vereinbar.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Mögliche Fehlermeldungen werden über die Schnittstelle ausgegeben und dann individuell behandelt.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Veröffentlichungskanäle, verfügbares Rest-Kontingent, Anzahl eingehender Bewerbungen (sofern der Kandidat sich direkt bewirbt)

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Kundenindividuelle Umsetzung der Statistikwünsche

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Ja, Backend für Kunden vorhanden, kundenindividuelle Umsetzungen der Statistikwünsche

12. Prospective Media Services

www.prospective.ch



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:

Prospective Media Services PMS GmbH (Berlin) und Prospective Media Services PMS AG (Zürich)

Gründungsjahr:

2000

Standort/e:

Berlin (DE) und Zürich (CH)

Geschichte und Entwicklung:

Finden Sie sich in komplexen Rekrutierungen zurecht. Einfach mit Prospective als Partner.

Alle Lösungen von Aboverwaltung bis Xing auf www.prospective.ch / www.blog.prospective.ch

Prospective ist Ihr Spezialist für umfassende Recruiting-Solutions, greift neuste Trends in der Rekrutierung auf und setzt diese kundenspezifisch um. Wir unterstützen Sie nicht nur tatkräftig beim Multiposting von Stelleninseraten (Print- und Onlinemedien, Social Media, Website und Mobile), sondern bieten Ihnen auch kompetente Betreuung in allen Rekrutierungsprozessen und im Personalmarketing.

Prospective optimiert Ihre Rekrutierung!

www.facebook.com/ProspectiveMedia

Im Jahr 2000 wurde Prospective von Thomas Sterchi und Matthias Zimmermann gegründet und konnte bereits nach dem ersten Geschäftsjahr die seit 1974 bestehende ER-EN Reklame AG in das Unternehmen eingliedern.

Als eine der ersten Schweizer Agenturen begann Prospective, die Vorteile des Internets für die Abwicklung von Stelleninseraten zu nutzen. Applikationen und Tools wurden entwickelt, die dem Unternehmen schnell den Ruf eines Schweizer Pioniers einbrachten.

Heute ist Prospective führend in den Bereichen webbasiertes Multiposting von Stelleninseraten und das Bereitstellen von individuellen Firmen-Stellenmärkten, HR-Prozessberatung, sowie in der Entwicklung von modernsten kundenspezifischen Lösungen für die Rekrutierung. Schon früh wurden auch Social Media-Plattformen an das Multiposting-Tool angebunden. Seit 2012 können auch mobile-optimierte Stelleninserate über das Multiposting-Tool generiert werden.

Inhaber und Geschäftsführer:

Inhaber: Thomas Sterchi, Matthias Zimmermann, Geschäftsführer: Matthias Mäder

Anzahl Mitarbeiter:

46

Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):

Keine - unabhängig

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	Multiposting für alle 5 Medienkanäle (Print- und Onlinemedien, Social Media, Website und Mobile), Personalmarketing und Prozess-optimierung
Länder, in denen Services angeboten werden	DACH-Region
Credo / Unternehmensphilosophie:	Im Mittelpunkt stehen exzellente Dienstleistungen rund um Stellenausschreibungen für ambitionierte Unternehmen. Diesem Anspruch ordnen wir alle Werte unter, die wir in unserer Arbeit von A bis Z pflegen wollen.
Alleinstellungsmerkmal	Wir bieten nicht nur Multiposting an, sondern auch die Beratungsleistungen einer klassischen Agentur. Über eine einmalige Texterfassung im Multiposting-Tool können die eigene Karriere-website, Onlinestellenbörsen, Social Media, Print und Mobile mit Stelleninseraten beliefert werden.

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	Veranstalter der recruitingconvention in Zürich (www.recruitingconvention.ch), Herausgeber des Trend Report Online-Recruiting Schweiz (www.trendreport.prospective.ch), HR-Blog
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Monatlich

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Automatisiert über das Multiposting-Tool mit zusätzlicher Veredelung des Kunden-services
Rechnungstellung / Zahlungsziel	Rechnungsstellung nach Erscheinung der Inserate, Zahlungsziel 30 Tage
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	Website, E-Mail, Facebook-Seite, Telefon, HR-Messen und -Events
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	Newsletter, Kundenbesuche, Live-Demos, Webinare, Blog

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Nein
Print Stellenanzeigen Kreation	Ja
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Ja
HR-Kreativagentur	Ja
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Ja
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Ja
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Ja (ausschließlich Umsetzung)
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Nein
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja (Multiposting für Karriere Website)
Recruiting Services / Personalberatung	Nein
Weitere	k. A.

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	3.600
Schaltvolumen pro Monat	8.500
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	20 / 80
Wichtigste Jobbörsen Partner	Jobs.ch, Monster, Jobup, jobs.nzz.ch, efinancial-careers, xing
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	ALPHA, 20 Minuten, Espace Media, 24heures, Stellen-Anzeiger, NLZ, AZ, FAZ, Süddeutsche Zeitung

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Das JobCenter ist unser automatisches Multiposting-Tool und wickelt die Inserate für alle 5 Kanäle (Print- und Onlinemedien, Social Media, Website und Mobile) automatisch ab. Mit einem durchgängigen Workflow und Rollenmodell kann individuell auf die Bedürfnisse des Kunden eingegangen werden. Zahlreiche zusätzliche Module helfen, den Ausschreibungsprozess noch effizienter oder den Auftritt als Arbeitgeber noch attraktiver zu gestalten.

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

Preisberechnung, Mediaplanung, Gut-zum-Druck, Gut-zum-Online sowie Schaltung - läuft alles innerhalb eines definierten Prozesses über das Multiposting-Tool. Ein kompletter Ausschreibungsprozess dauert nicht mehr als 5 Minuten.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Ja, steht dem Kunden als zusätzliches Tool (proAnalytics) im Multiposting-Tool zur Verfügung.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Innerhalb des Multiposting-Tools können zu jeder Ausschreibung statistische Daten angeschaut werden.

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Ja, bei Plattformen die unseren DirectLink verwenden, können wir alle Klicks auswerten.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Ja, dieses steht im Multiposting-Tool zur Verfügung.

13. softgarden GmbH

www.softgarden.de



Unternehmensdaten

Agenturname & Rechtsform:	softgarden GmbH
Gründungsjahr:	2000
Standorte:	Berlin und Saarbrücken
Geschichte und Entwicklung:	k. A.
Inhaber und Geschäftsführer:	Dominik Faber (CEO), Stefan Schüffler (CTO)
Anzahl Mitarbeiter:	20
Beteiligungen (Firmen, Private Equity, etc.):	k. A.

Ausrichtung, Geographie und Fokus

Agentur-Schwerpunkt	E-Recruiting- und Bewerbermanagement-software
Länder, in denen Services angeboten werden	Die Software ist mehrsprachig und somit nicht auf einzelne Länder begrenzt.
Credo / Unternehmensphilosophie:	“..won't believe it's eRecruiting“ - softgarden hat sich als innovativer Anbieter für E-Recruiting am Markt etabliert und bietet seinen Kunden stets neue Lösungsansätze für das Recruiting, gerade auch im Social Media Bereich.
Alleinstellungsmerkmal	Die E-Recruitingsoftware ist vollständig über die softgarden-Cloud verfügbar. Für jede Unternehmensgröße ist ein entsprechendes Paket verfügbar, das sofort ohne Setup-Gebühr genutzt werden kann.

Unternehmensstrategie

Marketingaktivitäten	k. A.
Newsletter- / Mailingversand	Ja
Falls ja: Versandhäufigkeit	Monatlich

Kundenservice / Serviceversprechen / interne Organisation

Dedizierter Ansprechpartner (Account Manager) pro Kunde vorhanden	Ja
Wer schaltet die Anzeige /n	Anzeigen werden direkt vom Kunden aus der Bewerbermanagementsoftware taloom auf den unterschiedlichen Online-Stellenbörsen geschaltet.
Rechnungstellung / Zahlungsziel	k. A.
Kontaktaufnahme Möglichkeiten des Kunden	E-Mail, Telefon
Kommunikationsmöglichkeiten für/mit den Kunden	kostenloser Telefon- und E-Mail Technik-Support, Newsletter

Serviceangebot

Online Job-Posting	Ja
Stellenbörsen Pakete (Bundles)	Ja
Print Stellenanzeigen Kreation	Nein
Print Stellenanzeigen Veröffentlichung	Nein
HR-Kreativagentur	Nein
Personalmarketing (Beratung und Konzepte)	Nein
mobile Recruiting I: Strategie und Beratung	Ja
mobile Recruiting II: Optimierung von Webinhalten für mobile, Abwicklung	Ja
Social Media Recruiting I: Beratung und Konzepte	Nein
Social Media Recruiting II: Umsetzung, Community Management, Monitoring	Nein
HR-IT-Solutions I: Karriereseiten (Kreation, Planung und Programmierung, SEM, SEO)	Ja
HR-IT-Solutions II: Bewerbermanagement Software	Ja
HR-IT-Solutions III: automatisches Job-Posting-Tool - für Karriereseite oder Bewerbermanagement-Software	Ja
Recruiting Services / Personalberatung	Nein
Weitere	Keine

Operative Daten

Anzeigenaufträge pro Monat	k. A.
Schaltvolumen pro Monat	k. A.
Verhältnis Print-/Online-Schaltungen (in Prozent)	k. A.
Wichtigste Jobbörsen Partner	k. A.
Wichtigste Print Partner / Zeitungen	k. A.

Umsetzung / Abwicklung

Ist ein automatisches Job-Posting-Tool vorhanden? Oder werden Anzeigen manuell geschaltet?

Ein Job-Posting-Tool ist fester Bestandteil unserer Software.

Kurzbeschreibung des „Service-Weges“ von dem Moment der Kunden-Angebotsanfrage bis hin zur Anzeigenveröffentlichung

k. A.

Gibt es ein Monitoring während der Anzeigenlaufzeit? Wie wird reagiert, wenn Handlungs-, Optimierungsbedarf besteht?

Da die Anzeigenschaltung fest in die Bewerbermanagementsoftware integriert ist, wird die Anzeige während der gesamten Laufzeit überwacht. Über die Stellenbörsen erhalten wir Rückmeldungen zu der Anzeige, die wir über unsere Kundenberater an unsere Kunden weitergeben.

Gibt es ein Reporting nach Veröffentlichung der Anzeigen? Was beinhaltet dieses?

Ja. Das Reporting kann jederzeit – auch während der Laufzeit schon – über die Bewerbermanagementsoftware abgerufen werden. Es enthält Daten zu Klicks and Views sowie weiterführende Daten, die auswerten, ob die Anzeige der erste Kontakt des Kandidaten mit dem Unternehmen oder der Punkt, an dem sich der Kandidat für eine Online-Bewerbung (also der letzte Kontakt) entschieden hat, war.

Werden Klickstatistiken erhoben und ausgewertet?

Es werden sowohl Views als auch Klicks der einzelnen Anzeigen ausgewertet. Als Klicks wird der Klick auf den „Online bewerben“-Button ausgewertet. Mit Hilfe einer Cookie-Tracking Methode kann zudem die „Candidate Journey“ ausgewertet werden, das heißt die einzelnen Stationen, die der Bewerber macht, bevor er sich bei einem Unternehmen bewirbt. Er wird z.B. über eine Stellenanzeige auf einem bestimmten Stellenportal auf das Unternehmen aufmerksam, informiert sich dann noch auf dem Facebook-Profil über das Unternehmen und bewirbt sich anschließend über die Karriereseite auf der Homepage des Unternehmens. All diese Stationen können ausgewertet werden.

Falls ja, gibt es ein „Backend“ für Kunden, um Statistiken in Echtzeit abrufen zu können?

Ja, über das Bewerbermanagementsystem.

V. Übersichtstabelle

	Gründung	Mitarbeiter	Job-Posting	Jobbörsen Pakete	Presse	Kreativ	Pers. Marketing	Social Media	mobile	HR-Sites	ATS	Personalberatung
Aktor Interactive	1999	35	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein
Delphi / d.vinci	1987	11	ja	auf Wunsch	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Dr. Schmidt & Partner	1986	40	ja	über Drittanbieter	ja	ja	ja	ja	teils	ja	in Kooperation	ja
DS Media Team	2003	22	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	nein	nein	ja
HR New Media GmbH	2008	48	ja	ja	ja	ja	ja	ja	teils	ja	ja	ja
IVENTA	1991	80	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja
Köhler	1990	20	ja	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja
Königsteiner	1967	150	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja
mediaintown	2001	58	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Medienfabrik	1988	415	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
milch & zucker	1999	97	ja	spezifisch	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein
Prospective	2000	46	ja	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	nein
Softgarden	2000	20	ja	nein	nein	nein	nein	nein	ja	ja	ja	nein

VI. Linkverzeichnis

Bibliographie

- # <http://www.online-recruiting.net>
- # http://www.crosswater-job-guide.com/jobboersen_verzeichnis_001_whoiswho/jboards_list.php
- # <http://arbeitgeber.monster.de/hr/personal-tipps/markte-analysen/studien/recruitingtrends-2011-QA081687.aspx>
- # <http://www.reif.org/blog/print-stellenmarkt-2012-der-faz-am-samstag-erodiert-weiter/>
- # <http://www.reif.org/blog/print-stellenmarkt-der-f-a-z-am-samstag-in-der-ubersicht/>
- # <http://de.wikipedia.org/wiki/Dotcom-Blase>

Weiterführende Links zum Thema Online Recruiting

- # <http://www.secretsites.de/joblog>
- # <http://karrierebibel.de/>
- # <http://www.karriereblog.net/>
- # <http://personalmarketing2null.wordpress.com/>
- # <http://blog.recruitment.de/>
- # <http://www.socialmedia-recruiting.com/>
- # <http://www.wollmilchsau.de/>
- # <http://blog.buckmannGewinnt.ch/>
- # <http://www.jobboarddoctor.com/>
- # <http://aimgroup.com/>
- # <http://www.ere.net/>