ONLINE-RECRUITING.NET

Der internationale E-Recruiting Trends Blog

präsentiert aus der Reihe: Praxiswissen Online Recruiting

# Woran erkenne ich eine gute Jobbörse?

Stand: Juli 2012

Kontakt:
Eva Zils
www.online-recruiting.net

kostenfreie Praxisinformation – eine kostenpflichtige Verbreitung ist ausgeschlossen, Inhalte dürfen nicht zur Wiederverwendung kopiert werden
© Online-Recruiting.net 2012

# I – Einleitung

Seit 2004 berate ich tagtäglich Unternehmen bei der Auswahl der am besten geeigneten Internetmedien für ihre Personalsuche. In vielen Fällen kann die Anfrage nach den passenden Medien mit Hilfe der „üblichen Verdächtigen“ der jeweils lokalen, nationalen und internationalen Jobbörsen beantwortet und abgedeckt werden.

Jedoch gibt es Firmen, die spezielle Recruiting-Anliegen haben, die sich beispielsweise auf eine bestimmte Nische oder ein besonderes Land beschränken.

Hier ist es sinnvoll, eine tiefgründigere Online-Recherche zu betreiben, um (weitere) Stellenmärkte und/oder Anbieter ausfindig zu machen.

Sehr schnell wird die Liste der über Suchmaschinen wie Google gefundenen Jobbörsen ellenlang. Jede Plattform beschwört darüber hinaus, die marktführende zu sein und garantiert (beinahe) den unmittelbaren Recruiting-Erfolg (allerdings ohne Geldrückgabe-Garantie, sollte sich der Erfolg wider Erwarten doch nicht einstellen).

Woran erkennt man denn nun eine gute Jobbörse bzw. einen guten Anbieter?
Welche Techniken gibt es im Internet, um die Spreu vom Weizen zu trennen?

Diese kurze Übersicht gibt Ihnen eine erste Hilfestellung, um in ein paar Schritten festzustellen, ob die vermeintliche Jobbörse Nr. 1 tatsächlich das halten kann und wird, was sie verspricht.

Dennoch: Eine gut ausgewählte Jobbörse ist immer nur die halbe Miete – eine gut, klar und verständlich geschriebene Stellenanzeige ist unabdingbar für den tatsächlichen Erfolg!

# II – Über Online-Recruiting.net und seine Autorin

Der internationale E-Recruiting Trends Blog besteht seit Juli 2007 in der deutsch-sprachigen HR-Bloggerwelt.
Im Laufe der Zeit hat sich www.online-recruiting.net zu einem der führenden HR-Blogs entwickelt und dient sowohl Unternehmen, die Personal über Internet suchen, als auch Jobbörsen Betreibern, Agenturen, Personalberatern und Recruitern als Informations- und Diskussionsplattform.

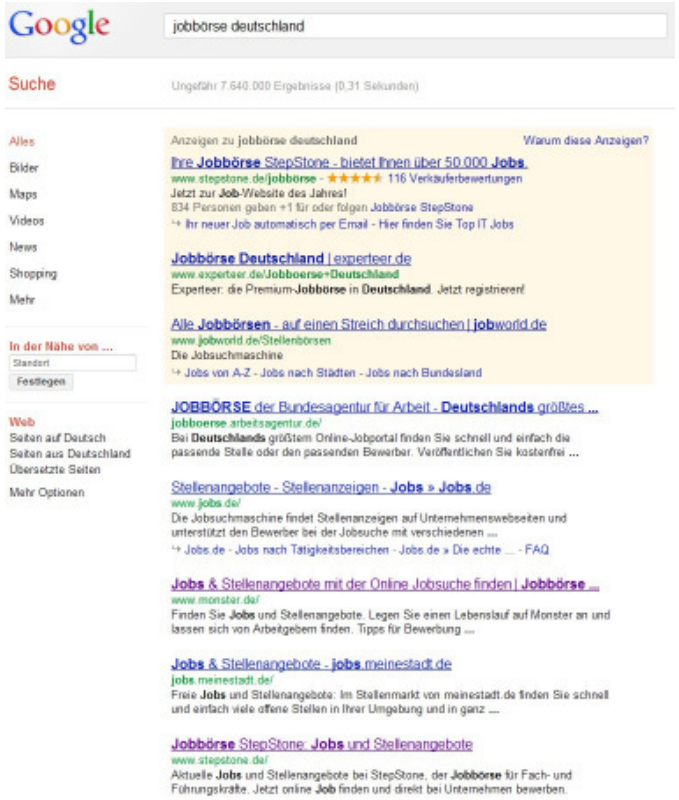
Der Fokus der Autorin Eva Zils liegt seit April 2004 auf der Beratung von Personal suchenden Unternehmen bei der Auswahl, der Planung und beim Einsatz der für sie geeigneten nationalen und internationalen Internetmedien, um qualifizierte Bewerber anzusprechen. Seit 2008 interessiert sie sich immer stärker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

Weitere Informationen und Kontaktmöglichkeiten über Social Media finden Sie auf www.online-recruiting.net

Besuchen Sie ebenfalls ihren zweiten Branchenblog zum Thema www.socialmedia-recruiting.com.

# III – Die Internetrecherche: Google & Co.

Eine Google Recherche mit den Suchworten „Jobbörse Deutschland“ liefert aktuell mehr als 7,6 Millionen Suchergebnisse. Laut HR-Pressemeldungs- und Informationsportal Crosswater Systems gibt es alleine in Deutschland mehr als 2.000 Stellenportale und über 60 Jobsuchmaschinen.




**Tipp**: Geben Sie spezifische Begriffe ein, die zu der gesuchten Nische und Branche passen. Versetzen Sie sich in die Lage des Bewerbers: Wie würden Sie an seiner Stelle nach genau Ihrem Job suchen?

Wenn Sie eine Jobbörse in einem bestimmten Land suchen, geben Sie ebenfalls die Übersetzungen für die Schlagworte „Job“, „Arbeit“, „Karriere“ und „Stellenbörse“ in der jeweiligen Landessprache ein.

Ein Online Wörterbuch wie http://dict.leo.org oder Google Translate kann bei der Übersetzung dienlich sein.

# IV – Das Jobbörsen Layout

Eine erfolgreiche Jobbörse wird sich in einem modernen und attraktiven Layout präsentieren – das zeugt von verfügbarem Marketing Budget, das nur ein wirtschaftlich gut gestelltes Unternehmen hat. Die Jobbörse investiert, um Nutzer (Bewerber und Unternehmen) zufrieden stellen zu können.




**Tipp**: Ein gutes Layout ist ein erster Indikator, ein erster guter oder schlechter Eindruck.

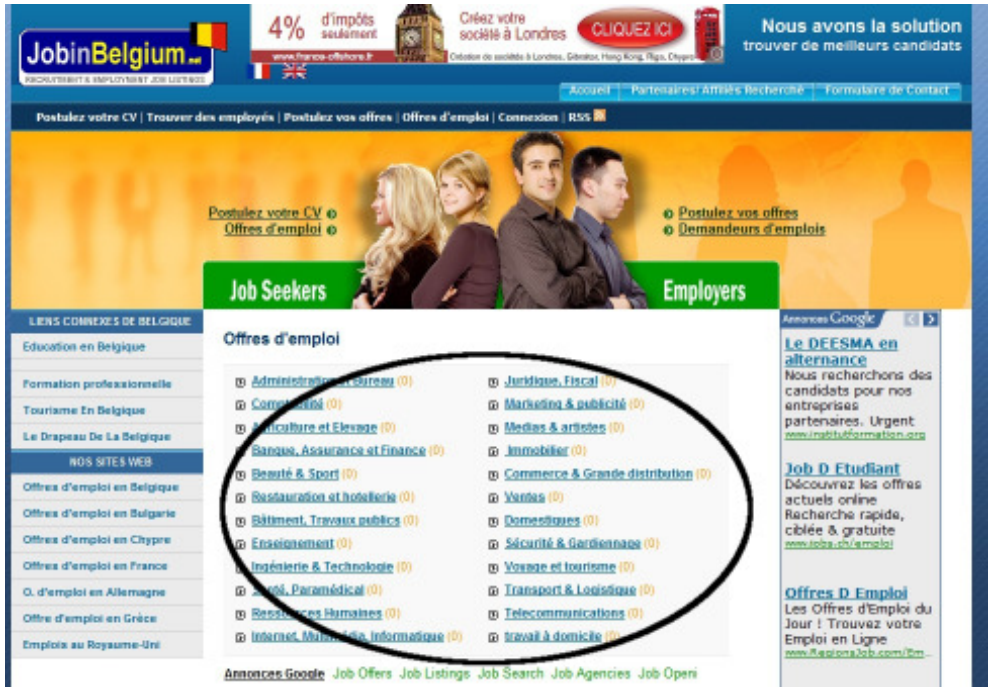
Jedoch ist auch hier nicht alles Gold, was glänzt. Umgekehrt gibt es Beispiele von optisch wenig ansprechenden Jobbörsen, die in ihrem Segment unschlagbar sind.

Je nach Land scheiden sich darüber hinaus die Geister, wenn es um „optisch ansprechende“ Layouts geht. Suchen Sie z.B. einmal nach asiatischen Jobbörsen!

Links: Beispiel einer wichtigen spanischen Jobbörse – ein gutes Layout? Auch hier gilt: Geschmacks- und Ländersache!

# V – Anzahl der Jobs

Eine erfolgreiche Jobbörse hat als Generalist und je nach Land eine sehr hohe Anzahl an Jobs. Nischenbörsen und Spezialisten müssen in ihren verschiedenen Kategorien eine ansprechende Anzahl an Stellenangeboten aufweisen. Diese Zahlen müssen in Relation mit den jeweiligen (Arbeits-) Markt Gegebenheiten gesetzt und dann interpretiert werden.



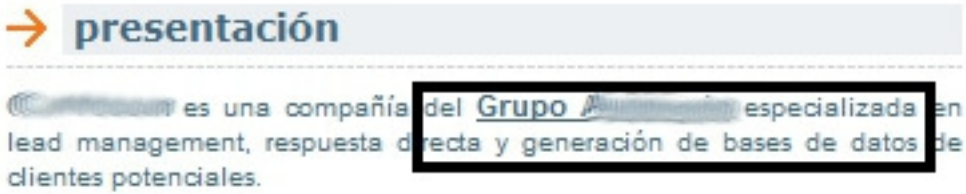

**In der linken Grafik zu beobachten**:

- Eine leere Jobbörse in einem Land wie Belgien ist undenkbar.
- Das Layout ist für westeuropäische Standards stark veraltet
- Die Seite weist hauptsächlich Google Annoncen auf
- Schlechte Übersetzung

-> nicht zu empfehlende Jobbörse

# VI – Anzahl der Inserenten + Seriosität

Stellen Sie beim näheren Analysieren einer Stellenbörse fest, dass die eventuell sehr zahlreichen Stellenangebote lediglich von insgesamt 4-5 verschiedenen Inserenten stammen, ist Vorsicht geboten! Hier wurden unter Umständen große Personaldienstleister als Kunden geködert, oder deren Anzeigen wurden unerlaubterweise in die Jobbörse integriert, um namhafte Referenzen vorzutäuschen.




**Grafik oben**: Auch ohne Spanischkenntnisse wird deutlich, dass es bei dieser „Jobbörse“ nur um das Aggregieren von Unternehmensdaten geht! Vorsicht!

**Wichtig**:

- Eine gute Jobbörse veröffentlicht Stellenanzeigen von vielen verschiedenen Unternehmen.
- Werden Sie misstrauisch, wenn Sie ausschließlich Anzeigen von Personaldienstleistern oder Personalberatungen finden (außer evtl. in England, wo „agency recruiter“ sehr häufig sind, aber auch hier sollten viele verschiedene Firmennamen auftauchen)
- Werfen Sie ebenfalls einen Blick in das (hoffentlich vorhandene) Impressum / Disclaimer – hinter so manch einer „kostenfreien“ Jobbörse verbergen sich Datensammler!

# VII – Online Analysetools

Nach dem On-Site Check der recherchierten Jobbörsen lohnt es sich, einen Blick auf die gängigen Online Analysetools wie z.B. das Alexa-Ranking oder auch Google Trends für Websites zu werfen, um festzustellen, ob die Stellenmärkte in ihren Heimatländern gut besucht werden.




**Grafik oben**: Aufschlussreiche Datenmengen dank Google und Alexa als Reichweitenindikator.

**Tipp**:

- Mit Hilfe der Online Analysetools erhalten Sie Einblick in die monatlichen Besucherzahlen der Jobbörsen
- Damit lassen sich sehr gut Jobbörsen der gleichen Kategorie (Generalisten, Nischenseiten) miteinander vergleichen
- Verwenden Sie mehrere Online Analysetools (Alexa, Google, ComScore, etc.) gleichzeitig -> weisen allesamt ähnliche Zahlen auf, stellen diese eine gute Basis dar
- Achten Sie auf die Auswahl des Ziellandes in den Tools

# VIII – Unabhängige Medienforschung zur Internet Reichweite

In Deutschland zählen der IVW oder die AGOF als wichtige Anbieter zur Erhebung der Verbreitung von (Online) Werbeträgern und Online-Werbestandards. In der Schweiz gibt es die Organisation WEMF. In Ländern wie Großbritannien erhebt das ABC-Audit Daten von seriösen Webanbietern, und NORAS ist wiederum das spezialisierte Research Projekt für die britische Online-Recruiting Industrie. Dort erhalten Sie in der Regel kostenfrei Aufschluss zur Reichweite der jeweiligen Teilnehmer.

Darüber hinaus gibt es so genannte Website-Gütesiegel und Jobbörsenverbände, in denen sich ernst zu nehmende Stellenbörsen finden.




**Tipp**:

- Decken Sie sich mit den frei verfügbaren Informationen ein.
- Bleiben Sie auf dem Laufenden über Veränderungen
- Folgen Sie einschlägigen Blogs, um das schnelllebige Geschehen zu verfolgen

**Grafik oben**: Diverse Anbieter von Jobbörsen- und Website-Audits; der internationale Branchenverband der HR-Sites

# IX – Fazit

Recruiter, die neben den internationalen Generalisten nach Nischen-, regionalen und branchenspezifischen Seiten in einem bestimmten Land auf der Suche sind, müssen sich dessen bewusst sein, dass nicht jede Jobbörse, die beispielsweise den Namen (in der jeweiligen landeseigenen Sprache) „ingenieurbörse“ trägt, automatisch das online-recruiting-technische Nonplusultra darstellt. Eine tiefergehende Recherche und Analysen sind notwendig, um herauszufinden, ob sich die gefundene Jobbörse zur Personalsuche eignet.

Im Internet ist nicht alles Gold, was glänzt. Das gilt auch für die Jobbörsenbranche. Eine gut aussehende Stellenbörse mag zwar einladend erscheinen, und ein Gespräch mit dem dort zuständigen Account Manager mag Sie überzeugen, die richtige Wahl getroffen zu haben.

Eine objektive Betrachtung der Stellenbörse ist jedoch immer vorzuziehen, bevor Sie Ihr wertvolles Budget einsetzen. Gerne helfe ich Ihnen bei Fragen weiter oder führe für Sie ein detailliertes Jobbörsen Audit durch.

Viel Erfolg!
Eva Zils

**Bei Rückfragen**:
- Stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung
- Nehmen Sie bitte hier Kontakt mit mir auf: http://www.online-recruiting.net/contacts/

Vielen Dank für Ihr Interesse!