



Stellenanzeigen Print oder Internet?

Wie hat sich doch die Situation geändert: Vielleicht kennen Sie noch die Zeiten, in denen die Stellenmärkte bei der Süddeutschen Zeitung oder der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am Wochenende 100 Seiten und mehr umfassten. Damals gab es eine regelrechte Jagd, um den erhofften Platz für die Stellenanzeige am kommenden Wochenende zu erhalten.

Situation auf dem Markt der Tageszeitungen heute

Doch diese Situation hat sich in den letzten Jahren gravierend verändert. Welche Möglichkeit ist denn derzeit die beste, um eine Stelle sinnvoll auszuschreiben? Sollte man sich für eine Printschaltung entscheiden? Macht dies überhaupt noch Sinn?

Ja, es gibt sie noch, die großen Tageszeitungen mit ihren Stellenmärkten am Samstag. Die überzogene Preisentwicklung der überregionalen Tageszeitungen in Deutschland hat sich zwar weiter fortgesetzt, doch das Anzeigenvolumen der Stellenmärkte wird immer "überschaubarer". Dagegen behaupten sich regionale Blätter mit einer moderaten Preispolitik, wie z. B. die Nürnberger Nachrichten, Allgäuer Zeitung oder die Mittelbayerische Zeitung im Gegensatz zu "den Großen" wesentlich besser - auch aufgrund ihrer starken regionalen Präsenz und Akzeptanz.

Lohnt sich jetzt noch eine Printschaltung?

Die Antwort auf diese Frage ist abhängig von der vakanten Stelle. Besonders gewerbliche Stellenanzeigen oder kaufmännische Teilzeitstellen sind sicher sinnvoll, in der entsprechenden regionalen Tageszeitung am Unternehmenssitz auszuschreiben. Oft sind potenzielle Bewerber gut in ihrem regionalen Umfeld verwurzelt und schrecken vor einem Umzug zurück.

Kombination Print-/Online-Schaltung

Neben der Printschaltung (an einem festen Termin) ist es oft auch möglich, die Stellenanzeige durch einen kleinen Aufpreis oder teilweise auch ohne weitere Kosten zusätzlich für 4 Wochen online zu platzieren. Beinahe jede Tageszeitung hat heute einen professionellen Internetauftritt mit Stellenmarkt. So profitieren die Kunden neben dem einmaligen Erscheinungstermin auch noch von der Onlineschaltung ihrer Anzeige.

Sinnvolle und kostengünstige Alternative zur Printschaltung

Ab und an kommt man aber an den überregionalen Tageszeitungen doch nicht vorbei - gerade bei Fach- und Führungspositionen ist eine Schaltung hier sicher

denkbar. Anstatt dabei den Preis eines Kleinwagens für eine Printschaltung auszugeben, gibt es hier auch die eine oder andere Leistung, die erwähnenswert ist, um kostengünstiger die überregionalen Tageszeitungen nutzen zu können:

a) Teaseranzeigen

- eine kleine Anzeige etwa in Visitenkartengröße erscheint mit Positionsbezeichnung und Firmenname/-logo im Stellenmarkt der Samstagsausgabe mit einer Job-ID und/oder einem Verweis auf den Karriereteil der Unternehmens-Homepage
- über die Job-ID kann die "ausführliche" Stellenanzeige dann auch im Online-Stellenmarkt der Tageszeitung von potenziellen Bewerbern "gefunden" werden

b) Die reine Onlineschaltung bei der Tagespresse

Eine weitere Alternative ist sicher, die Anzeige nur Online zu schalten. So können gerade bei den überregionalen Tageszeitungen auch ausschließliche Onlineschaltungen, z. B. unter sueddeutsche.de belegt werden. Gelegentlich gibt es auch Sonderaktionen mit einer doppelten Anzeigenlaufzeit, Preisnachlässen usw.

Die Alternative - Online-Jobbörsen

Gerade bei Spezialisten-, Fach- oder Management-Positionen ist es sicher sinnvoll, Stellenanzeigen ausschließlich online in den bekanntesten Jobbörsen auszuschreiben, um hierbei eine breite Zielgruppe anzusprechen. Die zwei größten und bekanntesten in Deutschland sind monster.de/jobpilot.de und stepstone.de, die in diesem Zusammenhang zu nennen sind.

Um die Auffindbarkeit der Anzeige zu verbessern und das Matching mit den Suchanfragen der gewünschten Zielgruppe zu erhöhen, reicht die reine Schaltung in der Jobbörse nicht aus. Um ein positives Ergebnis zu erzielen, sind ein paar sehr wesentliche Vorgaben wichtig, wie z. B.

- optimale Verschlagwortung und Rubrizierung der Anzeige
- Verwendung von Keywords (z. B. Funktionsbezeichnung, Branchen-Stichwörter)

Darüber hinaus sind auch Kriterien, wie Anzeigenlaufzeit oder Datumsaktualisierung wichtige Themen, die den Erfolg einer Stellenanzeige im Internet beeinflussen.

Der Markt der Jobbörsen

Neben den o. e. bekannten Stellenbörsen gibt es natürlich noch eine Vielzahl von weiteren kleineren Jobbörsen, z. B. jobware.de, stellenanzeigen.de, die sich in Deutschland eine gute Präsenz erarbeitet haben und sicher eine weitere sinnvolle Alternative darstellen.

Darüber hinaus findet man auch noch spezialisierte Jobbörsen hinsichtlich Branchen, Regionen usw., die durchaus interessant sein können. Der Markt der Jobbörsen verändert sich fast täglich. Durch geringe Einstiegsbarrieren kommen laufend "Neue" hinzu und bieten preisgünstige Einstiegsangebote. Aber auch wenig Geld für eine Anzeigenschaltung auszugeben - ohne einen wirklichen Nutzen zu erzielen - bringt Sie nicht zum erhofften Erfolg.

Wenn man sich für eine Schaltung in einer Jobbörse entschieden hat, sollte hinterfragt werden, ob alle dort angebotenen Leistungen wirklich sinnvoll sind. Durch einen harten Verdrängungswettbewerb werden die Produktportfolios der Jobbörsen ständig erweitert - neben "klassischen Anzeigen" werden verschiedene Zusatzleistungen angeboten. So können beispielsweise potenzielle Bewerber bei Monster durch sogenannte CAN-Units auch außerhalb der Jobbörsen-Seiten auf vakante Positionen z. B. über gmx.de, web.de oder diverse Nachrichten-Portale aufmerksam gemacht werden.

Ein gutes Angebot seitens der Jobbörsen sind sicher Rahmenverträge, die bei der Schaltung von mehreren Stellenanzeigen abgeschlossen werden können. Damit können z. B. Anzeigenlaufzeiten verlängert, regelmäßige Aktualisierungen der Anzeigen gebucht und zudem noch günstige Preise erzielt werden.

Stellenanzeige auf eigener Homepage hinterlegen

Aber vergessen Sie nicht die einfachste Möglichkeit. Richten Sie auf Ihrer Homepage eine Karriere-Seite mit aktuellen Anzeigen ein und (und das ist sehr wichtig) aktualisieren Sie diese in regelmäßigen Abständen.

Fazit

Man kann heute viele neue und verschiedene Wege gehen, um Mitarbeiter zu gewinnen. Es kann durchaus sinnvoll sein, Printmedien zu belegen, bei anderen Positionen ist eine Schaltung in spezifischen Online-Stellenmärkten möglich. Darum stellen Sie sich vorher u. a. folgende Fragen: Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen? Handelt es sich um ein problematisches Anforderungsprofil? Regional oder überregional? Wie ist der definierte Zeit- und Budgetrahmen?

Nachdem der Markt der Print- und Online-medien sehr schnelllebig und unübersichtlich ist, stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne als zuverlässiger und kompetenter, neutraler Partner bei diesen und anderen Personalthemen zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Ivonne Pechmann
Projektleitung/Medialeitung

Branchen-Dialog 2014

Als langjähriger Karriere-Partner der Messe Stuttgart sind wir auch in diesem Jahr wieder auf der Fachmesse VISION 2014, die vom 04. bis 06. November 2014 in Stuttgart stattfindet, mit Jobboard und Career Center vertreten.

Unternehmen haben hier die Möglichkeit, direkt und diskret erste Kontakte zu potenziellen berufserfahrenen Bewerbern aufzunehmen. Zudem können Sie bei uns Ihre Stellenanzeigen auf dem Jobboard präsentieren. Gerne unterstützen wir Sie auch in allen Personalangelegenheiten. Profitieren Sie von unserem Fach- und Branchen Know-How.



Die Vision ist die internationale Leitmesse für Bildverarbeitung, die über Innovationen und Produktneuheiten aus der Welt der Bildverarbeitungskomponenten informiert.

Erwartet werden alle Key-Player der Branche gemeinsam mit vielen kleinen, hoch spezialisierten Unternehmen, um einen lückenlosen Überblick über ein Produkt- und Dienstleistungsspektrum zu bieten: vom Sensor bis zum Prozessor, vom Kabel bis zur Kamera, von der Software bis zum Beleuchtungssystem, bis hin zu kompletten Bildverarbeitungssystemen und ganz konkreten Anwendungen für die unterschiedlichsten Branchen.

Wir - Inside

Heute stellen wir Ihnen

Stefan Wirth

vor, der - wie es der Name richtig vermuten lässt - mit dem Unternehmen praktisch aufgewachsen ist.

Nach Abschluss seines Studiums zum Diplom-Betriebswirt (FH) mit Schwerpunkt Personalmanagement/Organisation sowie praktischen Erfahrungen bei OMV Deutschland GmbH und Jungheinrich Moosburg GmbH ist Stefan Wirth seit Anfang 2007 bei uns tätig. Schrittweise übernimmt er im Laufe der Zeit



bei uns geschäftsführende Aufgaben, damit die positive Entwicklung der beratungsgruppe wirth + partner auch bei dem in den nächsten Jahren anstehenden Generationswechsel gesichert ist.