

Jeder sucht auf seine Weise

Vor einigen Jahren war im Recruiting noch alles klar: Stellenanzeigen wurden in Printmedien geschaltet. Man wartete die Resonanzen ab, lud die interessantesten Kandidaten zu einem Gespräch ein und legte dem Endkandidaten den Arbeitsvertrag vor. Doch diese Zeiten sind lange vorbei.

Von der Medienlandschaft über die Bewerberresonanz bis hin zum Suchverhalten der Bewerber haben sich viele Faktoren in den vergangenen Jahren extrem verändert. Diese Themen sind jedes für sich in ihrer Art sehr vielschichtig und komplex und würden den Rahmen dieses Artikels sprengen. Deshalb an dieser Stelle ein kurzer Blick auf die sich veränderte Medienlandschaft und das damit eng verbundene Suchverhalten der Bewerber.

Seit Einzug des Internets hat die Bedeutung der Online-Jobbörsen kontinuierlich zugenommen. Und so wie sich die Medienlandschaft zugunsten dieser Medien verändert hat, hat sich auch das Suchverhalten von Bewerbern im High-Tech-Bereich verändert.

Aber wie und wo suchen nun eigentlich die potenziellen Kandidaten?

Die Antwort auf diese Frage liegt im Wesentlichen in der Motivation, die einer Stellensuche zugrunde liegt:

- aktive (notwendige) Suche: Berufseinstieg, persönliche Gründe, Umorientierung aufgrund von diversen Gründen (zum Beispiel: Umstrukturierung oder wirtschaftliche Schwierigkeiten)

- latente Suche: neue berufliche Herausforderung oder Weiterentwicklung
- Informationsbeschaffung oder Neugier

Für Unternehmen schwer nachvollziehbar

Da schon die Beweggründe der Kandidaten sich sehr voneinander unterscheiden, kann man auch beim Suchverhalten nicht von einem allgemeingültigen Muster sprechen. So nutzen Stellensuchende unter anderem folgende Möglichkeiten:

- Sie googeln Anzeigen und werden darüber auf Jobbörsen und/oder Unternehmenshomepages gelenkt.
- Sie suchen bewusst und regelmäßig in Jobbörsen. Dabei nutzen sie Ergebnislisten, richten sich Suchagenten ein und lassen sich täglich oder wöchentlich über Ergebnisse informieren oder sie registrierten sich in Bewerberdatenbanken.
- Sie besuchen regelmäßig soziale Netzwerke, checken deren Stellenmärkte beziehungsweise werden dabei auf Anzeigen über die News-Seite oder speziell an sie gerichtete Anzeigen aufmerksam gemacht.

- Sie besuchen gezielt Homepages von für sie interessanten Unternehmen und suchen auf den Karriere-Seiten nach offenen Positionen.

Die Wege sind dabei sehr vielfältig und damit für ein ausschreibendes Unternehmen nur schwer nachvollziehbar. Diese Punkte machen es deshalb Firmen nicht leicht, sich für ein bestimmtes Vorgehen zu entscheiden, das auch die Aspekte Aufwand und Kosten berücksichtigen muss. Dem gegenüber gibt es einen Jobbörsen-Markt, der aufgrund der niedrigen Einstiegsbarrieren ständigen Veränderungen unterliegt und der intensiv beobachtet werden muss.

Breite Präsenz im Netz

Was muss nun ein Unternehmen tun, um auf das schwer kalkulierbare Suchverhalten zu reagieren? Es sollte versuchen eine möglichst breite Präsenz im Netz erreichen, so dass die Anzeigen auch von vielen potenziellen Kandidaten gefunden werden können. Das heißt:

- Stellenanzeigen sollten bei passenden Jobbörsen veröffentlicht werden. Die Auffindbarkeit der Anzeige für Bewerber wird dabei durch eine optimale Verschlagwortung beziehungsweise Rubrizierung auf der Plattform erhöht. Zu beachten ist auch, ob die Jobbörse mit möglichen Partnern zusammenarbeitet. Dadurch wird die Anzeige zusätzlich auf einschlägigen regionalen und/oder fachlichen Medien verbreitet.
- Anzeigen sollten auch auf der Unternehmens-Homepage veröffentlicht werden und dabei sollte gewährleistet sein, dass die Karriereseite für Bewerber leicht zu finden ist. Durch Homepage-Anzeigen wird auch erreicht, dass die Anzeige durch so genannte Meta-Suchmaschinen weitläufig im Internet verteilt wird.
- Hilfreich sind auch Anzeigen auf Internetseiten der Branchenverbände, in Onlinemärkten von Fachmessen oder Weiterbildungseinrichtungen.

Wichtig ist, dass Anzeigen vielfältig auf unterschiedlichen Wegen im Netz verteilt und dadurch leichter gefunden werden. Darüber hinaus besteht die Notwendigkeit, die ständigen Veränderungen auf dem Jobbörsenmarkt zu beobachten, zu bewerten und bei den Entscheidungen zu berücksichtigen. Um möglichst viele Suchpfade von Bewerbern abzudecken, ist es wichtig, eine hohe Reichweite und Verbreitung zu erreichen – und das mit vertretbaren Kosten. ■

Personal & Karriere



Die Beratungsgruppe
wirth + partner informiert regelmäßig über Personal und Karriere,
www.wirth-partner.com
Die Autorin:
Ivonne Pechmann