



Andere Länder, andere Sitten

Internationales E-Recruiting setzt voraus, dass Unternehmen die verschiedenen E-Recruitingmärkte in Europa kennen und deren Eigenheiten berücksichtigen. Die individuelle, länderspezifische Anpassung der Stellenausschreibung ist für den Rekrutierungserfolg entscheidend. Ein Überblick über andere Länder und andere Sitten.

Die Nutzung des Internets in Deutschland ist im Europavergleich nach den skandinavischen Ländern, den Niederlanden und der Schweiz die Höchste: Im September 2007 gab es mehr als 50 Millionen deutsche Internetnutzer. Dies bedeutet, dass etwa 61 Prozent der gesamten Bevölkerung in Deutschland online sind. Die Mehrzahl der deutschen Unternehmen benutzt daher heute auch das Internet zur Personalrekrutierung. Im Bereich der Jobbörsen dominieren in Deutschland nach wie vor die großen internationalen Internet-Stellenmärkte (Monster/Jobpilot, StepStone), dicht gefolgt von nationalen Anbietern wie Jobware.de oder Stellenanzeigen.de. Darüber hinaus gibt es Nischenmärkte, beispielsweise im Ingenieur- und Gesundheitswesen, sowie das Marktsegment der regional spezialisierten Jobboards (meinestadt.de, kalaydo.de etc.). Im Vergleich zum kontinentalen Europa ist das Preisniveau generell sehr hoch und die Rücklaufquote auf Stellenausschreibungen vergleichsweise niedrig. Da der Wettbewerb unter den rekrutierenden Unternehmen um die bes-

ten Bewerber stark zugenommen hat, werden oftmals weitere Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen des Employer Branding eingesetzt, um sich von anderen Firmen abzuheben. Deutsche Unternehmen legen beispielsweise bei der Anzeigenveröffentlichung viel Wert darauf, die Corporate Identity der Firma mit Hilfe von gestalteten Anzeigen und umfassenden Informationen zum Unternehmen zu transportieren.

Ohne Gehaltsangabe läuft nichts

Deutschland gehört mit Großbritannien und Frankreich zu den größten E-Recruitingmärkten in Europa. Der höchste Umsatz im Sektor E-Recruiting wird allerdings in Großbritannien erzielt. Die Flexibilität des britischen Arbeitsmarktes erzeugt eine Dynamik, die sich sowohl in der Vielfalt der Jobbörsen als auch in den erzielten Umsätzen niederschlägt. Allerdings sind, bis auf Monster, die großen internationalen Jobbörsen nur sehr schwach vertreten. Der Markt wird von britischen Jobbörsen, wie beispielsweise Totaljobs.com, Workthing.com,

Jobsite.co.uk oder Fish4Jobs.co.uk dominiert. Darüber hinaus gibt es viele spezialisierte, sehr gut funktionierende Seiten. Wollen Sie einen Briten von seiner Insel auf das europäische Festland locken, ist die Angabe des zukünftigen Gehaltes in der ausgeschriebenen Vakanz notwendig, um eine ansprechende Resonanz ernstzunehmender Bewerbungen zu erhalten. Während in Deutschland, wie bereits eingangs erwähnt, Stellenausschreibungen im Corporate Design üblich sind, werden im Vereinigten Königreich weitgehend Standardanzeigen veröffentlicht.

Der französische Markt zeichnet sich durch starke Wachstumsraten im E-Recruiting aus. Bei einer von Aktor Interactive durchgeführten Befragung von mehr als 1000 Franzosen im August dieses Jahres gaben 76 Prozent an, häufig Internet-Stellenmärkte bei ihrer Arbeitssuche zu nutzen. Die branchenübergreifenden Jobbörsen verzeichneten im letzten Jahr eine Steigerung von 19 Prozent bei der Anzahl der veröffentlichten Stellenausschreibungen und die spezialisierten Seiten dokumentierten einen Anstieg von 13 Prozent.

Die Landschaft der Jobbörsen in Frankreich ist sehr vielfältig. Der Marktführer bei den kommerziellen Karriereportalen ist Monster, gefolgt von Cadremploi.fr und Keljob.com. Auf dem französischen E-Recruitingmarkt können kleine spezialisierte Seiten wie Fashionjobs.com, Super-secretaire.com oder Batiactu.fr mit großem Erfolg bei der Personalsuche eingesetzt werden. Diese erzielen oftmals sogar bessere und qualitativ hochwertigere Rücklaufergebnisse als Generalisten. Für die Suche nach hoch qualifizierten Fach- und Führungskräften („Cadre“) empfiehlt sich die nationale Seite Cadremploi.fr oder die institutionelle Seite Apec.fr. Neben einem im Vergleich zu Deutschland niedrigen Preisniveau, ist ein wesentlicher Punkt die französische Gesetzgebung, die Unternehmen vorschreibt, ihre Stellenanzeige auf französisch beziehungsweise mit einer französischen Übersetzung des Anzeigentextes zu veröffentlichen. Ein

Übersetzungsservice wird von den Jobbörsen allerdings nicht angeboten.

Quantitativ gut, qualitativ schlecht

In Italien herrscht traditionsgemäß die so genannte „Conoscenza Diretta“, bei der Mitarbeiter durch „Vitamin B“ und gute Bekannte in ein Unternehmen gelangen. Dadurch konnten Positionen bislang schnell und kostengünstig besetzt werden. Dennoch ist die Personalbeschaffung per Internet sehr stark auf dem Vormarsch. Monster und StepStone haben eine starke Position auf dem italienischen Jobbörsenmarkt, jedoch werden mit den beiden führenden nationalen Portalen Trovolavoro.it und Jobonline.it sogar noch bessere Resultate erzielt. Ein wesentliches Merkmal bei der Veröffentlichung von Stellenanzeigen in Italien ist, dass der Anzeigentext in der dritten Person verfasst sein sollte. Spanien gehört zu den boomenden Wirtschaftsregionen in Europa und dies schlägt

sich in einem wachsenden Arbeitsmarkt nieder. Der spanische Jobbörsenmarkt stellt in Europa aber eine deutliche Ausnahme dar. Zum einen gibt es keine nennenswerte Vielfalt in der Landschaft der Jobbörsen. Zum anderen sind die großen, internationalen Karriereportale hier nicht unter den Marktführern vertreten. Die Marktführer sind die nationalen Jobboards Infoempleo.com und Infojobs.net. Eine Besonderheit spanischer Jobbörsen ist, dass E-Mail-Bewerbungen der Kandidaten nicht an die Unternehmen geschickt werden, sondern sie müssen von diesen auf der jeweiligen Seite selbst abgerufen werden. Das Preisniveau für eine Anzeigenschaltung auf der iberischen Halbinsel ist sehr niedrig und die quantitative Rücklaufquote auf die ausgeschriebenen Vakanzen äußerst hoch. Erfahrungsgemäß erhalten Unternehmen bei Veröffentlichungen von Stellenanzeigen im Raum Südeuropa über-

auf kalaydo.de macht ihre stellenanzeige einen richtig guten job.



kalaydo.de ist der führende regionale Online-Stellenmarkt mit monatlich rund 30 Mio.* Seitenabrufen (IVW geprüft). Und es werden immer mehr Nutzer, die unseren Stellenmarkt besuchen. Profitieren Sie mit Ihrer Stellenanzeige auf kalaydo.de von dieser großen Reichweite und finden Sie gezielt Ihre passenden Bewerber. Gerne beraten wir Sie auch zu unseren crossmedialen Tools zur Bewerbersuche:
Tel: 0221 88823-135 oder stellen@kalaydo.de

* IVW August 2007

Der Stellenmarkt auf kalaydo.de:
die führende regionale
Online-Jobbörse.

kalaydo.de

das regionale Findernet

durchschnittlich viele Bewerbungen, die jedoch häufig große Differenzen zum gesuchten Stellenprofil aufweisen.

Osteuropa punktet mit IT-Fachkräften

Auch in den osteuropäischen Ländern nehmen Internetnutzung und -rekrutierung rasant zu. So gut wie alle osteuropäischen Staaten werden durch zwei Anbieter abgedeckt, zum einen Monster/Jobpilot, zum anderen CV-Online. Eine Besonderheit des osteuropäischen Markts ist, dass er vor allem von nationalen Angeboten dominiert wird. Dazu gehören beispielsweise Sprace.cz in Tschechien und Jobs.pl in Polen. Die beiden neuen EU-Beitrittsländer Bulgarien und Rumänien gelten als Zukunftsmärkte, wenn es sich um Rekrutierungsvorhaben im Bereich der Informationstechnologie handelt. Der E-Recruitingmarkt in Skandinavien wird vornehmlich von StepStone und Monster dominiert. Die skandinavischen Arbeitskräfte zeichnen sich im europäischen Vergleich durch eine hohe Bereit-

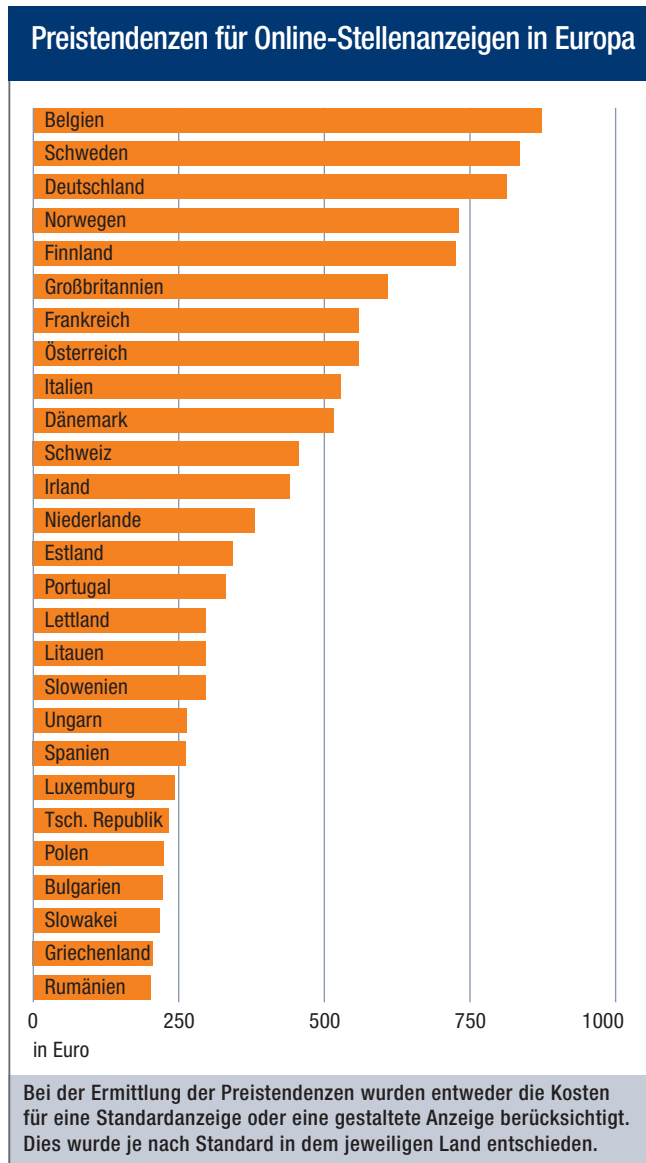
schaft zur Mobilität innerhalb des Landes aus. Das Preisniveau für eine Anzeigenschaltung ist das höchste in Europa und die Rücklaufquoten sind leicht schwächer als in Deutschland. Selbstverständlich können die Anzeigentexte in englischer Sprache veröffentlicht werden. Für ausländische Unternehmen ist es jedoch aufgrund der hohen Beschäftigungsquote in diesen Ländern schwierig, Kandidaten zu rekrutieren.

Besonders kleine Recruitingmärkte in Europa sind beispielsweise Belgien, Luxemburg oder die Schweiz. Daher empfiehlt es sich hier auch in angrenzenden Ländern nach geeigneten Kandidaten zu suchen. Beispielsweise ist es für die Schweiz, als auch für Luxemburg ratsam, die Ausschreibung auf Nachbarländer wie Deutschland und Frankreich auszudehnen. Die Auswahl auf dem belgischen Jobbörsenmarkt ist beschränkt auf Monster, StepStone oder den nationalen Anbieter Vacature/References/Jobscareer, einem Zusammenschluss von drei Karriereportalen. Bei dem Dritten der Benelux-Staaten, den Niederlanden, hingegen trifft man auf eine überraschende Jobbörsenvielfalt im Verhältnis zur Landesgröße. Unter den vielen nennenswerten Jobseiten haben Totoaljobs.nl, Nationalevacaturebank.nl oder Intermediar.nl eine besonders starke Position am Markt. Zu den E-Recruitingmärkten, die in Europa nur wenig entwickelt sind, gehören Griechenland, Portugal, Malta, Zypern, Kroatien und Serbien-Montenegro.

Vielfalt der Jobbörsen nutzen

Die soeben geschilderten Eigenheiten einzelner europäischer Märkte sind nur die Spitze des Eisbergs, zeigen jedoch eindrucksvoll, dass internationales E-Recruiting ein komplexes Fachwissen voraussetzt. Rik Hülser, seit fünf Jahren Manager des internationalen Marktes bei Akto Interactive, spricht aus Erfahrung, wenn er Unternehmen von einer vorschnellen Abnahme größerer Kontingente bei den ein oder zwei Jobbörsen, die auf den ersten Blick international omnipräsent erscheinen, abrät. Denn nicht für jedes Stellenprofil ist ein und dieselbe Jobbörse am besten geeignet, um einen optimalen Kandidatenrücklauf in verschiedenen Ländern zu generieren.

Die Besonderheiten jedes Marktes müssen bei internationalen Rekrutierungsvorhaben unbedingt berücksichtigt werden, um zufriedenstellende Resultate bei den Kampagnen zu erzielen. Deutsche Unternehmen dehnen die Personalbeschaffung heute immer häufiger über die eigenen Ländergrenzen hinaus aus, als noch vor ein paar Jahren. Zurückzuführen ist dies auf den wirtschaftlichen Aufschwung und die somit steigende Exportaktivität deutscher Unternehmen und den herrschenden Fachkräftemangel. Daher ist ein erfolgreiches internationales E-Recruiting heute ein wichtiges Schlüsselement.



Autorin
Dana Zieris,
 International Communication
 Manager, Akto Interactive,
 Saint Priest,
 dana.zieris@akto.fr