



Wegweiser im Dickicht der Jobbörsen

Um eine Orientierung über die Effektivität verschiedener Jobbörsen zu bieten, erstellt die Agentur Aktor Interactive SA einmal jährlich eine Studie zu den Leistungsmerkmalen deutscher Internet-Stellenmärkte. Die Robopost-Marktstudie stellt 40 deutsche Jobbörsenprofile vor. Sie bietet dem Leser einen Überblick über die wichtigsten Jobbörsen am Markt sowie über spezialisierte Seiten in Deutschland.

Jobbörsen bieten Unternehmen eine Plattform, um Stellenausschreibungen zu veröffentlichen und sich einer breiten Masse an potenziellen Kandidaten als interessanter Arbeitgeber zu präsentieren. Wichtig ist es, die richtigen Internet-Stellenmärkte für die gesuchten Stellenprofile auszuwählen. Wie bei der klassischen Stellenanzeige in den Printmedien entscheiden die Größe und das Profil der Leserschaft, das heißt in dem Fall der User-Gemeinde, ob die jeweilige Jobbörse als Medium zur Veröffentlichung des betreffenden Jobangebots geeignet ist oder nicht. Die Vielfalt und Dynamik auf dem Jobbörsenmarkt machen es für Recruiter zeitaufwendig und mühsam, sich einen Gesamtüberblick mit allen aktuellen Marktdaten zu verschaffen.

Die Schaltung von Anzeigen im World Wide Web ist heutzutage für viele Unternehmen eine kostengünstige, zeitsparende und effektive Lösung für die Personalsuche. Mit der aktuellen Marktstudie 2007 zum deutschen Jobbörsenmarkt sind Schlüsselinformationen zu den wichtigsten deutschen Jobboards für jeden erschließbar. Anhand von aktuellem Zahlenmaterial können Personaler eine E-Recruitingkampagne und das dazugehörige Budget sorgfältig planen. Die HR-Kommunikationsagentur Aktor Interactive ist seit über acht Jahren auf dem

europäischen E-Recruitingmarkt tätig und berät Unternehmen im E-Personalmarketing. Die gewonnene Erfahrung und die Marktnähe durch eine tägliche Zusammenarbeit mit den verschiedenen internationalen Jobbörsen erlaubt eine objektive Betrachtung und Bewertung der unterschiedlichen Seiten. Aktor Interactive hat sich auf das E-Recruiting und die Marktanalyse verschiedener europäischer Jobbörsenmärkte (Frankreich, Deutschland oder ganz Europa) spezialisiert. Die jährlich veröffentlichte Marktanalyse dient rekrutierenden Unternehmen als Jobbörsen-Wegweiser, um deren Online-Personalbeschaffung zu optimieren. Unnötige Streuverluste können durch eine zielgruppengerechte Auswahl von einem oder mehreren Jobboards vermieden werden.

Um die Studie zu realisieren, wurde an jede zu analysierende Jobbörse ein Fragebogen verschickt. Auf diese Weise wurden unter anderem Informationen über ihre Geschichte, ihre Dienste und ihre Mediadaten zusammengetragen. Die Daten der abgefragten Rubriken stammen also von den Jobbörsen selbst, wurden jedoch von Aktors Beratern kritisch geprüft. François de Boutray, Geschäftsführer von Aktor Interactive unterstreicht, dass „die Agentur unabhängig von allen analysierten Jobbörsen arbeitet und weder gemeinsame Interessen mit einer der

Seiten verfolgt, noch an einer der Seiten in irgendeiner Form beteiligt ist“. Als Orientierung für den Leser besonders wertvoll, ist Aktors Empfehlung zu jedem einzelnen Jobboard gemäß den Erfahrungen, die die Agentur mit dem jeweiligen Stellenmarkt gemacht hat. In dieses Urteil fließen nicht nur die gelieferten Zahlen ein, sondern auch Erfahrungswerte, Marktkenntnis aber auch die Servicequalität im Rahmen der Zusammenarbeit mit den Jobbörsen.

Jobbörsen-Portfolio im Überblick

Die Studie bietet dem Leser einen Überblick über die wichtigsten Jobbörsen, Generalisten sowie spezialisierten Seiten am Markt (siehe Tabelle). Im Bereich der Jobbörsen dominieren in Deutschland heute die großen internationalen Stellenmärkte (Monster/Jobpilot, StepStone). Ihnen folgen mehrere, meist auf den deutschsprachigen Raum spezialisierte Anbieter, wie stellenanzeigen.de, Jobware.de oder JobScout24.de. Die Mediadata vieler spezialisierter Jobbörsen zeigen einen Aufwärtstrend im Vergleich zum Vorjahr. Obwohl spezialisierte Stellenmärkte in Deutschland stärker genutzt werden als früher, ist ihre Bedeutung weiterhin geringer als in anderen europäischen Ländern wie Frankreich oder Großbritannien.

Jedes Jobbörsenprofil beginnt mit einer Kurzinformation zur Unternehmensgeschichte. Die Jobbörsen machen Angaben zu ihrer strategischen Positionierung und Marketingpolitik, ihren fünf größten Anzeigenkunden, bestehenden Kooperationen sowie den letzten Innovationen auf ihrem Karriereportal. Anhand dieser leicht überschaubaren Informationen können Recruiter bereits die Entwicklung und Marktpositionierung der Jobbörse erkennen und sie im Hinblick auf ein gesuchtes Stellenprofil in die engere Wahl beziehungsweise ausschließen. Ergänzt wird das Profil eines Jobboards durch harte Fakten in Form von Mediadata, Kosten für Einzel- und Mehrfachschaltungen von Anzeigen, Preisen für den Zugang zur Lebenslaufdatenbank und Angaben zu angebotenen Sonderwerbformen. Hinzu kommen Angaben zur Aufteilung der Stellenanzeigen nach Berufsfeldern und die Darstellung der Kandidatenprofile der Bewerberdatenbank nach Ausbildungsabschluss.

„Employer Branding“ ist in der deutschen HR-Branche in aller Munde. Dem trägt auch die aktuelle Marktstudie Rechnung, indem Preise für zusätzliche Kommunikationsmöglichkeiten wie Banner, Button oder Firmenprofile bei allen Jobbörsen erfragt wurden. Auf diese Weise kann das Budget einer Imagekampagne im Rahmen des Employer Brandings unkompliziert kalkuliert werden. Um eine bessere Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Seiten während einer Recruitingkampagne zu gewährleisten, sind am Ende der Studie die wesentlichen Merkmale aller Jobbörsen in einer Tabelle auf einen Blick zusammengefasst.

Unabhängige Zugriffsstatistiken

Von besonderem Interesse für die Bewertung einzelner Jobbörsen sind Aktor Interactives eigene, unabhängige Statistiken. Die Daten sind auf der Basis einer repräsentativen Anzahl von Stellenausschreibungen, die im Betrachtungszeitraum veröffentlicht wurden,

Wichtigste Jobbörsen am Markt

Tabelle

| | Visits pro Monat 2006/2007 | Visits pro Monat 2005/2006 |
|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Top 5 Stellenmärkte | | |
| jobscout24.de | 1,05 Mio | k.A. |
| jobware.de | 1,7 Mio | 1,7 Mio |
| monster/ jobpilot.de | 5,5 Mio | 2,3 Mio |
| stellenanzeigen.de | 1,0 Mio | 1,0 Mio |
| stepstone.de | 3,8 Mio | 2,6 Mio |
| Weitere Generalisten | | |
| job-consult.com | 130 000 | 130 000 |
| jobkurier.de | 850 000 | 850 000 |
| jobstintown.de | 475 000 | 480 000 |
| kalaydo.de | 1,23 Mio | 1,2 Mio |
| meinstadt.de | 5,33 Mio | 5,0 Mio |
| sueddeutsche.de /stellenmarkt | k.A. | k.A. |
| top-jobs.de | 210 000 | 180 000 |
| Neuvorstellungen | | |
| ad-hunter.de | 16 000 | — |
| arbeiten.de | 120 000 | — |
| jobs.de | 620 000 | — |
| Spezialisierte Seiten | | |
| bauingenieur24.de | 107 885 | 91 700 |
| biokarriere.net /chemiekarriere.net | 75 000 | 71 000 |
| dv-treff.de | 1,0 Mio | 471 000 |
| efinancialcareers.de | 120 000 | 120 000 |
| gastronomiecareer.de | 80 000 | — |
| healthjob.net | 50 000 | 30 000 |
| heisejobs.de | k.A. | k.A. |
| hotel-career.de | 404 000 | 294 000 |
| hoteljob-deutschland.de | 120 000 | 72 000 |
| ingenieur1.de | 400 000 | 265 000 |
| ingenieurkarriere.de | 152 235 | 124 000 |
| ingenieurweb.de | 500 000 | 500 000 |
| it-jobkontakt.de | 20 000 | 15 000 |
| itsteps.de | 58 300 | 64 000 |
| jobcafe.de | k.A. | k.A. |
| jobvector.com | 130 000 | 120 000 |
| karriereundjob.de | k.A. | k.A. |
| karriere-jura.de | 64 000 | — |
| kliniken.de/medizinischeberufe.de | 620 000 | — |
| logistikjobs.de | 27 000 | 12 200 |
| newjob.de | 41 299 | 31 300 |
| pharmajobs.com /lifesciencejobs.com | k.A. | 170 000 |
| plasticker.de | 150 000 | 10 000 |
| plusjobs.eu | 2400 | 2600 |
| sekretaerin.de | 225 000 | 215 400 |

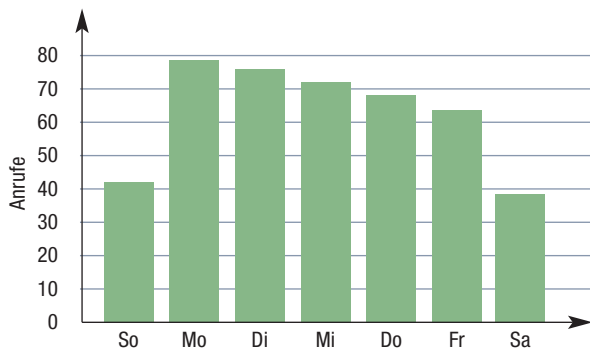
Die Studie bietet dem Leser einen Überblick über die wichtigsten Jobbörsen, Generalisten sowie spezialisierten Seiten am Markt. Hier ein Überblick über die Visits pro Monat.

Quelle: Aktor Interactive, November 2007

errechnet. Möglich ist dies durch das unternehmenseigene Tracking-Tool „JobStats“, das auch Unternehmen nutzen können, um Echtzeitstatistiken über ihre veröffentlichten Stellenanzeigen zu bekommen. Da sich die Nutzungsgewohnheiten des Internets von denen der Zeitung unterscheiden, gibt es für die Stellenmärkte auch andere Regeln. Mit Hilfe der oben genannten Tracking Software wird in der Studie

Wochentagsstatistik

Abbildung



Der Zeitpunkt der Schaltung einer Stellenanzeige im Netz ist immens wichtig. Mit der Wochentagsstatistik pro Jobbörse, sieht der Recruiter, an welchen Wochentagen eine Veröffentlichung optimal ist.

zu jedem Jobboard eine Wochentagsstatistik veröffentlicht. Erfahrungsgemäß ist der Wochenanfang der beste Zeitpunkt zur Anzeigenveröffentlichung. Nicht – wie oft fälschlicherweise angenommen – der Freitag vor dem Wochenende wie beim Stellenmarkt der Tageszeitungen. Stellenanzeigen auf Jobbörsen mit großem Anzeigenvolumen verlieren schnell an Aktualität, da sie bei der Auflistung schnell in den unteren Bereich abrutschen und dann schlechter zu finden sind. Aus diesen Gründen ist der richtige Zeitpunkt der Veröffentlichung des Jobangebots sehr wichtig. Mit der Wochentagsstatistik pro Jobbörse (siehe Abbildung) sieht der Recruiter, an welchen Wochentagen eine Veröffentlichung optimal ist.

Die Veröffentlichungsdauer einer Stellenanzeige variiert von Jobbörse zu Jobbörse zwischen sieben Tagen bis maximal einem Jahr. Die Standardlaufzeit auf dem deutschen Jobbörsenmarkt beträgt jedoch vier Wochen beziehungsweise 30 Tage. An welchen Tagen während der gesamten Veröffentlichungsdauer einer Anzeige durchschnittlich die meisten Anzeigenaufrufe registriert werden, zeigt die Darstellung der Views nach Veröffentlichungstag pro Jobbörse. Die hier ermittelten Unterschiede zwischen den einzelnen Karriereportalen sind unter anderem auf Anzeigenaktualisierungen, das Anzeigenvolumen

auf dem Jobboard oder die Qualität der Suchmaschinenfunktion zurückzuführen. Die durchschnittliche Anzahl von Stellenanzeigenaufrufen in den letzten zwölf Monaten wird als Indikator ermittelt, um ein direktes Preis-Leistungs-Verhältnis herzustellen. Allerdings handelt es sich dabei um einen rein quantitativen Indikator, der qualitative Kriterien unberücksichtigt lässt. Wenige Anzeigenaufrufe auf einer spezialisierten Jobbörse können genauso wertvoll sein, wie eine große Anzahl von Page Impressions auf einem branchenübergreifenden Jobboard, weil sie qualitativ hochwertige Bewerbungen generieren.

Bei den „Top 5 Stellenmärkten“ kann durch die bestehende Datenfülle sogar ein Verlauf der durchschnittlichen Seitenaufrufe in den letzten zwölf Monaten dargestellt werden. Somit werden ebenfalls saisonale Einflüsse und Änderungen in den Marketingaktivitäten der analysierten Seiten dargestellt.

Marktentwicklung

Rik Hülser, Manager des internationalen Markts bei Aktor Interactive, beschreibt das Jahr 2007 als „verhältnismäßig ruhig, da es nur wenige Veränderungen am deutschen Jobbörsenmarkt gab“. Im Zentrum des strategischen Interesses aller Jobbörsen steht der Ausbau von Reichweiten. Um dieses Vorhaben

zu verwirklichen, nutzen die Marktakteure zwei Strategien: Zum einen gibt es zahlreiche Kooperationen, das heißt die Jobbörsen platzieren sich als Service-Anbieter auf Content-Seiten. Zum anderen wird der Reichweitenausbau durch den Einkauf von Traffic betrieben. Hierbei werden Stellenanzeigen gleichzeitig auf anderen Jobbörsen oder Suchmaschinen veröffentlicht.

Transparenz schaffen

Ziel der Studie ist es, den Personalverantwortlichen in kleinen, mittleren und großen Unternehmungen oder Organisationen einen Jobbörsen-Guide zur Verfügung zu stellen, der ein Vergleichen zwischen den verschiedenen Karriereportalen erleichtert. Die Unterschiede zwischen den Jobbörsen und deren jeweilige Qualitäten werden im direkten Nebeneinander schnell klar und können dementsprechend bei der Entscheidung berücksichtigt werden. Darüber hinaus präsentiert die Studie auch weniger bekannte, spezialisierte Stellenmärkte und gibt Recruitern die Möglichkeit, Stellenmärkte kennenzulernen, die Nischen besetzen. Die sechste Auflage der Marktstudie zum deutschen Jobbörsenmarkt sorgt für mehr Transparenz auf dem deutschen Jobbörsenmarkt und ist ein nützliches Instrument zur Entscheidungsfindung im Rahmen von Recruiting- und Imagekampagnen.

Info

Die „Studie über deutsche Jobbörsen 2007“ kann ab dem 1. November 2007 bei Aktor Interactive für 200 Euro zzgl. Mehrwertsteuer erworben werden per E-Mail an studie@robopost.de oder unter Telefon +33 (0)4 37 60 25 59.



Autorin
Dana Zieris,
International Communication
Manager, Aktor Interactive,
Saint Priest,
dana.zieris@aktor.fr