

## Vielfalt und Innovation auf den E-Recruitingmärkten in Europa

Aufgrund des Fachkräftemangels schauen sich Recruiter inzwischen auch vermehrt im europäischen Ausland um. Doch welche Jobbörsen sind für welche Länder geeignet und welche Leistungen bieten sie? Der „International Market Report on European Job Sites 2008“ von Aktor Interactive betrachtet die wichtigsten Akteure des europäischen Jobbörsenmarkts, diskutiert aktuelle Trends und fasst Schlüsselinformation für Unternehmen und Personaldienstleister zusammen.



Hier bestellen: [„International Market Report on European Job Sites 2008“](#)

**Autor(en):**

\$storyAuthors

### Märkte & Marktakteure in Europa

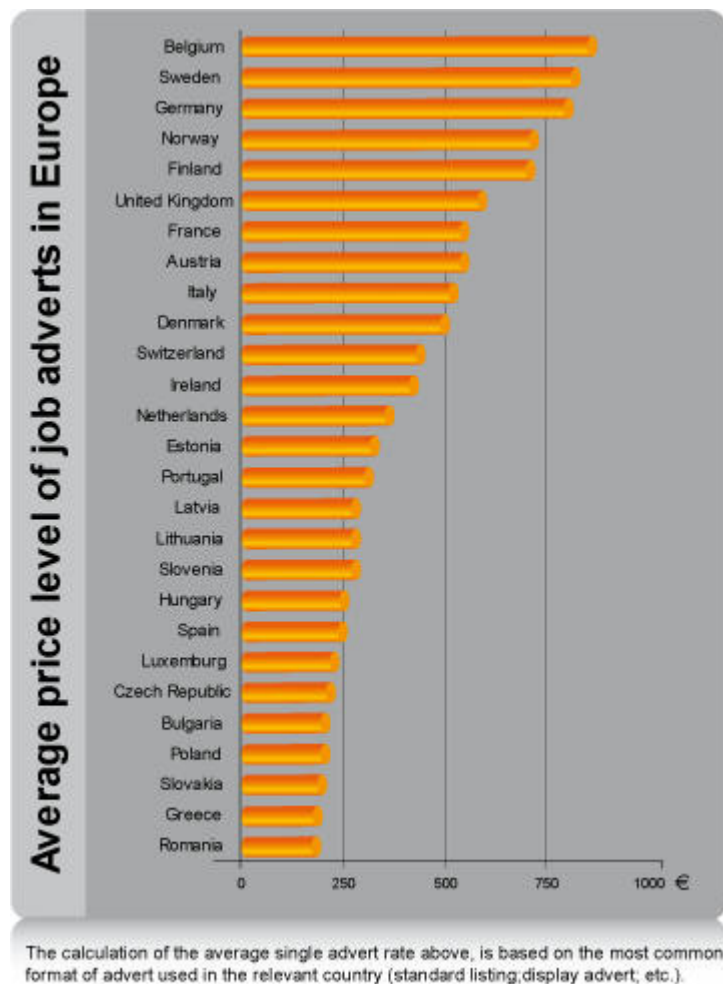
Deutschland gehört neben Frankreich und Großbritannien zu den wichtigsten und größten E-Recruitingmärkten in Europa - sowohl im Hinblick auf die Anzahl von Jobbörsen und Kandidaten als auch in Bezug auf das Umsatzvolumen in diesem Marktsegment.

Auf allen europäischen Online-Recruitingmärkten gibt es grundsätzlich drei verschiedene Typen von Jobbörsen: Generalisten, Spezialisten und regionale Online-Stellenmärkte. Wesentliche Unterschiede gibt es allerdings in der Vielfalt, die sich den Rekrutierern in den einzelnen Ländern bietet. Die Auswahl an Jobbörsen hängt nicht zwingend von der Landesgröße oder Bevölkerungszahl ab. Beispielsweise gibt es in Spanien und Portugal nur eine sehr begrenzte Anzahl von professionellen Jobbörsen, wohingegen der niederländische Markt eine interessante Bandbreite aufweist. Polen und die Tschechische Republik gehören zu den aufsteigenden Sternen am E-Recruiting-Himmel: Jobbörsenvielfalt und Servicequalität nehmen zu und verhelfen zu einer steigenden Bedeutung dieser Märkte. In kleinen Märkten wie Belgien oder der Schweiz ist es empfehlenswert, die Suche auch auf die Nachbarländer auszudehnen.

Insgesamt haben sich sechs bedeutende Jobbörsennetzwerke in Europa herausgebildet: Monster, The Network (StepStone), CVO-Group, ONREA (Online Recruitment Accelerator), ERA (European Recruitment Alliance) und Careerbuilder. CVO-Group und ONREA repräsentieren den Verbund von osteuropäischen Jobbörsen, wohingegen Monster, Careerbuilder und The Network weltweit aktiv sind. Das ERA-Netzwerk ist in ganz Europa vertreten, ist jedoch von allen genannten Zusammenschlüssen das am wenigsten bekannte.

### Keine stabile Preispolitik in Osteuropa

Preisunterschiede in Europa äußern sich unter anderem in einem Preisgefälle von Nord nach Süd und West nach Ost. Zwar sind die Anzeigenpreise in Nord- und Westeuropa am höchsten, doch gab es hier im letzten Jahr keine signifikanten Preisänderungen, da die psychologische Preisgrenze von 1.000 EUR pro Anzeige bereits in greifbarer Nähe ist (siehe Grafik). In diesen Ländern setzen die Jobbörsen vor allem auf den Verkauf von Zusatzprodukten (Employer Branding, Top-Anzeigenplatzierung und Lebenslaufdatenbank). In den wachsenden Märkten in Osteuropa, wie Polen, ist hingegen mit weiteren Preissteigerungen zu rechnen. Problematisch sind in Osteuropa die unstetigen Preisangaben der Jobbörsen. Oft weisen diese keine offiziellen Listenpreise aus, um im Wettbewerb und harten Preiskampf „flexibel“ auf die Preispolitik der Konkurrenz zu reagieren. Ein auffällig niedriges Preisniveau gibt es nach wie vor in den neuen EU-Beitrittsländern Rumänien und Bulgarien. In Südeuropa herrschen extreme Preisdifferenzen zwischen den Ländern. Während sich Italien im oberen Preissegment befindet, gehört Griechenland zu den Märkten mit dem niedrigsten Preisniveau im europäischen Vergleich (siehe Grafik).



## Europaweite Trends

In der Befragung zum Market Report 2008 erkundigte sich Actor Interaktive auch nach aktuellen Innovationen der Karriereseiten. Aus den Angaben der Teilnehmer lassen sich europaweite Trends ableiten. Nicht nur in Deutschland, sondern in ganz Europa wächst das Anzeigenvolumen auf den Online-Jobbörsen. Im Gegensatz zu den Vorjahren, als die Stellenmärkte sich noch verstärkt um Kooperationen zur Reichweitenerhöhung bemühten, steht jetzt die Erhöhung des Traffics im Vordergrund. So arbeiten viele Anbieter verstärkt an den Lebenslaufdatenbanken, um attraktiver für Bewerber zu werden.

Alle Generalisten in Europa bieten Produkte zur Top-Anzeigenplatzierung an, was mit dem steigenden Anzeigenvolumen auf den europäischen Stellenmärkten zu erklären ist. Dieses führt dazu, dass erst kürzlich veröffentlichte Anzeigen bald auf die unteren Plätze in den Listings rutschen und damit zu schnell aus dem Blickfeld der Kandidaten verschwinden. Mit Hilfe neuer Zusatzprodukte und einer höheren Zielgruppengenauigkeit bemühen sich die Stellenmärkte, den Markterfordernissen und ihrem Qualitätsversprechen nachzukommen.

Employer Branding ist ein europaweites Thema. Das schlägt sich in zusätzlichen Online-Werbeformen nieder. Den Trend zur aktiven Bewerbung des Arbeitgeberimages spiegeln beispielsweise jüngste Innovationen wie Firmen- oder Arbeitgebervideos wider.

Im Zuge des Fachkräftemangels wird die Ansprache passiver Kandidaten immer wichtiger. Zusätzliche redaktionelle Inhalte wie Gehaltsvergleiche, Karrierehinweise und interaktive Web-2.0-Anwendungen sollen zusätzlichen Traffic bringen sowie nicht aktiv Suchende animieren, die Jobbörse regelmäßig zu besuchen. Um junge Talente anzusprechen, organisieren einige Jobbörsen gezielte Aktionen oder gehen strategische Kooperationen mit etablierten Anbietern dieser Zielgruppe ein.

## Unterschiede zwischen Europa und Amerika

Gerade für internationale Konzerne mit Niederlassungen in Europa und den USA ist es wichtig zu wissen, dass es wesentliche Kulturunterschiede zwischen den beiden Märkten gibt. Der amerikanische E-Recruitingexperte Bruce Dorskind liefert in seinem Gastbeitrag einen gelungenen Überblick über den US-Markt. Rückrad der amerikanischen E-Recruitingindustrie sind Yahoo, Careerbuilder and Monster, die mehr als 50 Prozent des Umsatzvolumens auf sich vereinen. Monster ist bereits seit Jahren erfolgreich in Europa etabliert und Careerbuilder hat einen Fuß in der Tür. Nur Yahoo zeigt keine europäische Initiative. Nordamerika bleibt der E-Recruitingmarkt, der Trends vorgibt, vor allem bei technischen Entwicklungen wie HR-XML, Posting-Tools und Kandidatenmanagementsystemen. Zudem hat die USA die aktivste Blogger-Szene für das Thema Online-Recruiting. In einem Gastartikel zur internationalen HR-Blogger-Szene

dokumentiert Eva Zils die vielfältigen Ausprägungen und Einsatzmöglichkeiten der HR-Blogs im Kontext der Personalbeschaffung.

### **Kontinuierliche Entwicklung neuer Geschäftsmodelle**

Neben den klassischen Jobbörsen gibt es in den großen E-Recruitingmärkten wie Großbritannien, Frankreich oder Deutschland immer mehr Meta-Jobsuchmaschinen. Dabei handelt es sich um Spezialsuchmaschinen, deren Mehrwert in der hohen Relevanz der Treffer im Bereich der Jobsuche besteht.

Die Business Network Sites sind nach wie vor auf dem Vormarsch. Auch hier treten Generalisten und spezialisierte Anbieter auf. Die drei erfolgreichsten Generalisten in Europa sind Xing im deutschsprachigen Raum, Viadeo dominierend im französischen Sprachraum sowie der amerikanische Marktführer LinkedIn. Das Potenzial spezialisierter Business-Netzwerke verdeutlicht Gastautorin Stefanie Hornung (HRM.de) in ihrem Artikel.

Mehr Informationen zu diesen E-Recruitingthemen und aktuelle Daten von 67 Jobbörsen in ganz Europa finden Sie im Market Report 2008, der ab sofort im Papierformat bei Aktor Interactive (<http://www.robopost.de/market-research/european-market-report.html>) erhältlich ist (€ 250,00 ohne MwSt). Alle Premium-Mitglieder von HRM.de können diese Marktstudie zum halben Preis erwerben.

---

© by HRM.de

---