

STUDIE

Online-Karriereportale 2010

ITK Branche

Mai 2010





Kooperationspartner:

- Berufsstart Aktuell, Klaus Resch Verlag KG

Analysierte Online-Karriereportale: 105

Offizielle Teilnehmer der Studie: 44

2

Microsoft®

alTRAN

AVAYA

INTELLIGENTE KOMMUNIKATION

**WINCOR
NIXDORF**

MATERNA
Information & Communications

BTB

ConSol 
Consulting & Solutions

DATA GROUP
IT Solutions & Services

DB Mobility
Networks
Logistics

**DIMENSION
DATA** 

INFO AG

LM
IT Services

logica
be brilliant together

msg
systems

NEMETSCHEK

O₂

PSI 

SAMSUNG



3





cerit

sage

zeb/

UNISYS
imagine it. done.

MR Datentechnik



Vertriebs- und Service GmbH



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	6
1. Einführung	8
2. Ziel, Aufbau und Methodik der Studie	13
3. Nutzerumfrage	17
3.1 Auswertungen	18
3.1.1 Übersicht und Demografika der Teilnehmer	18
3.1.2 Meinungen der User über Online-Karriereportale	22
4. Untersuchung der Karriereportale von Unternehmen	39
4.1 Marktumfeld von IT-Karriereportalen	40
4.2 Erzielte Ergebnisse nach Modulen	40
4.2.1 Ergebnisse im Modul ACCESS	40
4.2.1.1 Zugang zum Karriereportal	42
4.2.1.2 Aufbau und Struktur	43
4.2.1.3 Startseite	45
4.2.2 Ergebnisse im Modul COMPANY	47
4.2.2.1 Das Unternehmen stellt sich vor	48
4.2.2.2 Das Unternehmen als Arbeitgeber	50
4.2.2.3 Mediale Darstellung	53
4.2.3 Ergebnisse im Modul CAREERS	59
4.2.3.1 Individuelle Karrieremöglichkeiten	60
4.2.3.2 Stellenanzeigen	61
4.2.3.3 Bewerbersupport	63
4.2.4 Ergebnisse im Modul APPLICATION	66
4.2.4.1 Möglichkeiten der Bewerbung	68
4.2.4.2 Prozessmanagement	69
4.2.4.3 Onlinesicherheit	70
5. Die Top-3 Unternehmen als Best-Practice-Beispiele	71
5.1 Ergebnisse im Modul ACCESS	74
5.2 Ergebnisse im Modul COMPANY	76
5.3 Ergebnisse im Modul CAREERS	77
5.4 Ergebnisse im Modul APPLICATION	81
6. Fazit	84
Quellenverzeichnis	86
Impressum	87



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Hauptkriterienpunkte des Prüfkonzpts	15
Abbildung 2: Vorgehensweise der Studie IT-Karriereportale	16
Abbildung 3: Altersstufen der Teilnehmer	19
Abbildung 4: Beruf	19
Abbildung 5: Geschlecht	20
Abbildung 6: Studienrichtung	21
Abbildung 7: Angestrebter Abschluss	22
Abbildung 8: Genutzte Informationsquellen (mehrere Antworten möglich)	23
Abbildung 9: Meinung zur Wichtigkeit von Online-Karriereportalen	23
Abbildung 10: Besuchsfrequenz auf Online-Karriereportalen	24
Abbildung 11: Nutzung des Online-Karriereportals bei der Bewerbung	24
Abbildung 12: Beeinflussung eines attraktiven Online-Karriereportals bei Bewerbung	25
Abbildung 13: Wichtigkeit von Erfahrungsberichten auf dem Online-Karriereportal	26
Abbildung 14: Bedeutung der Unternehmensphilosophie des Arbeitgebers auf Online-Karriereportalen	26
Abbildung 15: Wichtigkeit der Nennung der Leistungen des Arbeitgebers auf Online-Karriereportalen	27
Abbildung 16: Bedeutung der Produktinformationen und Dienstleistungsbeschreibung des Arbeitgebers auf dem Online-Karriereportal	27
Abbildung 17: Meinung, welche Zusatzfunktionen auf der Internetseite ein Unternehmen attraktiv machen (mehrere Antworten möglich)	28
Abbildung 18: Wichtigkeit der Stellen-Selektion auf Online-Karriereportalen nach Qualifikation	29
Abbildung 19: Wichtigkeit der Beschreibung der Weiterbildungsmöglichkeiten des Arbeitgeber auf dem Online-Karriereportal	30
Abbildung 20: Wichtigkeit der Beschreibung der Karrieremöglichkeiten auf dem Online-Karriereportal	30
Abbildung 21: Häufig genutzte Bewerbungswege (vorgegeben durch Arbeitgeber) (mehrere Antworten möglich)	32
Abbildung 22: Bevorzugt genutzter Bewerbungsweg (nur eine Antwortmöglichkeit gegeben)	33
Abbildung 23: Möglichkeit der Einsicht des Status des Bewerbungsprozesses auf Online-Karriereportalen	34
Abbildung 24: Nutzung von Initiativbewerbungen	34
Abbildung 25: Wichtigkeit von Inhalten in einem Online-Bewerbungsbogen (mehrere Antworten möglich)	35
Abbildung 26: Wichtigkeit der Informationen zur Datensicherheit auf Online-Karriereportalen	36
Abbildung 27: Bedenken über die Sicherheit der Daten auf Online-Karriereportalen	37
Abbildung 28: Meinung über Assessment-Center auf Online-Karriereportalen	37
Abbildung 29: Meinung zur Möglichkeit Daten zu pflegen und zu aktualisieren	38
Abbildung 30: Meinung zur Möglichkeit Daten zu löschen	38
Abbildung 31: Durchschnitte Modul ACCESS	41
Abbildung 32: Durchschnitt & Best-Practice Modul ACCESS	42
Abbildung 33: Suchfunktion im Karriereportal	44
Abbildung 34: "Mehr-Funktion", Hauptnavigationslinks, Sprachfunktion	45
Abbildung 35: Aufhänger Startseite	46



Abbildung 36: Durchschnitte Modul COMPANY	47
Abbildung 37: Durchschnitt & Best-Practice Modul COMPANY	48
Abbildung 38: Unternehmensprofil	49
Abbildung 39: Das Unternehmen als Arbeitgeber	51
Abbildung 40: Weiterbildung & Karrieremodell	52
Abbildung 41: Mediale Darstellung	54
Abbildung 42: Multimedia - Features: Social Bookmarks	55
Abbildung 43: Mitarbeitererfahrungsberichte	56
Abbildung 44: Virtueller Unternehmensrundgang	57
Abbildung 45: Imagefilm	58
Abbildung 46: Durchschnitte Modul CAREERS	59
Abbildung 47: Durchschnitt & Best-Practice Modul CAREERS	60
Abbildung 48: Individuelle Karrieremöglichkeiten	61
Abbildung 49: Jobsuche	62
Abbildung 50: Bewerbersupport	64
Abbildung 51: HR - Kontaktdaten	65
Abbildung 52: Durchschnitte Modul APPLICATION	67
Abbildung 53: Durchschnitt & Best-Practice Modul APPLICATION	68
Abbildung 54: Durchschnitte Top-3	72
Abbildung 55: Top-3 Ranking	73
Abbildung 56: Best-Practice Modul ACCESS: Startseite	75
Abbildung 57: Best-Practice Modul COMPANY: Startseite Teil 1	76
Abbildung 58: Best-Practice Modul COMPANY: Startseite Teil 2	77
Abbildung 59: Best-Practice Modul CAREERS: Individuelle Karrieremöglichkeiten	78
Abbildung 60: Best-Practice Modul CAREERS: Stellensuche	79
Abbildung 61: Best-Practice Modul CAREERS: Personalentwicklung	80
Abbildung 62: Best-Practice Modul CAREERS: Bewerbersupport	81
Abbildung 63: Datei-Anlagen bei der Onlinebewerbung	82
Abbildung 64: Onlinebewerbungsbogen	83



Kapitel 1

Einführung



1. Einführung

Das Personalmanagement hat im Bereich der betriebswirtschaftlichen Forschung, aber auch als Funktionsbereich innerhalb der Unternehmen, in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Eine der Hauptursachen dafür ist, dass das betriebliche Personalmanagement in zunehmend komplexe wirtschaftliche Rahmenbedingungen eingebunden ist.

So hat beispielsweise die Verkürzung der Produktlebenszyklen zu einer geringeren „Halbwertszeit des Wissens“¹ geführt, was für den Bereich der Personalentwicklung eine Herausforderung darstellt. Weitere veränderte Rahmenbedingungen für das Personalwesen ergeben sich aus der Globalisierung, welche durch die Erweiterung von Märkten und eine verstärkte Internationalisierung gekennzeichnet ist. In diesem Zusammenhang nimmt das Thema „Diversity“ einen besonderen Stellenwert ein. Auch der Wertewandel innerhalb der Gesellschaft wirkt sich auf personalrelevante Themen wie die Gleichstellung der Frau und Work-Life-Balance aus. Ein weiterer Faktor ist der durch eine zunehmende Computerisierung hervorgerufene technologische Fortschritt.

Der vielleicht wichtigste Einfluss auf betriebliche Personalbelange ergibt sich jedoch aus der prekären demografischen Entwicklung, die sich nach neueren Berechnungen gravierend auf die Schüler- und Auszubildendenzahlen sowie auf den Anteil der Bevölkerung mit Lehr- und Fachschulabschluss ausgewirkt hat. Berechnungen der Kultusministerkonferenz von 2003 zeigen, dass durch die eben genannte Tendenz gut ausgebildete Altersjahrgänge zunehmend von den weniger qualifizierten abgelöst werden, während sich die Nachfrage der Wirtschaft nach besseren Qualifikationen stetig erhöht. So wird 2015 die Nachfrage nach Fachkräften weit über dem zur Verfügung stehendem Angebot liegen.² Dies gilt auch und im Besonderen für den Mangel an hoch qualifizierten Spezialisten in der deutschen IT-Branche.

Der Präsident des *Bundesverbands Informationswirtschaft*, Willi Berchthold, macht schon jetzt den Fachkräftemangel als eine der Hauptursachen für geringes

¹ Schmitz, Marcus, Familienfreundlichkeit als Unternehmensstrategie, Düsseldorf 2006 (Symposion Publishing)

² HIBA GmbH, Fachkräftemangel 2015: Eine Bildungsoffensive ist gefordert, S. 2, http://www.hiba.de/download-center/fachbeitrag/durchblick4_2003-4_1999/Seiten%2024%20-%2026%20aus%20DB_02_03.pdf



Unternehmenswachstum verantwortlich.³ Dies führt im Segment der Fachkräfte und High Potentials dazu, dass Unternehmen bei der Anwerbung guter Nachwuchskräfte mit höheren Anforderungen von Top-Arbeitnehmern rechnen müssen. In dieser Hinsicht hat sich der Personalbeschaffungsmarkt zunehmend von einem „Käufermarkt“ zu einem „Verkäufermarkt“ gewandelt, was die Bedeutung des Employer Branding und Personalmarketings signifikant verstärkt.

Die weitreichenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Tendenzen haben einen erheblichen Einfluss auf die Situation auf den Arbeitsmärkten. Das Resultat ist, dass Unternehmen Recruiting-Prozesse, Personalmarketing-Strategien und Employer Branding flexibel auf die individuellen Bedingungen des Arbeitsmarktes abstimmen müssen.

Beeinflusst durch diese Aspekte erlangen unternehmenseigene Karriereportale einen zunehmenden Stellenwert, da diese ein immens hohes Potenzial für E-Recruiting-Instrumente, Employer Branding und Personalmarketing beinhalten. In einer Studie der Johann Wolfgang Goethe-Universität und Monster Worldwide haben 55% der befragten Personen angegeben, Unternehmenswebseiten für die Bewerbungsrecherche zu nutzen.⁴ Für Personalmarketing und Employer Branding haben unternehmenseigene Karriereportale somit einen großen Stellenwert: Sie bieten potenziellen Bewerbern einen ersten Einblick in das Unternehmen, in dessen Leistungen und Anforderungen als Arbeitgeber und ermöglichen einen Überblick über Bewerbungsmodalitäten und Jobangebote.

Besonders für die Personalbeschaffung mittels computer- und webbasierter Medien sind Karriereportale von großer Bedeutung. E-Recruiting-Lösungen beschleunigen Abläufe, bringen Wettbewerbsvorteile und verringern Prozesskosten. Die kosten- und nutzeneffizienten E-Recruiting-Möglichkeiten werden von immer mehr Unternehmen genutzt. Gleichzeitig steigt auch die Zahl der Bewerber über das Internet: Zwei Drittel aller Bewerbungen bei deutschen Großunternehmen gehen bereits auf elektronischem Weg ein.⁵ Diese Entwicklungen machen unternehmenseigene Karriereportale zu einem hoch

³ Netzeitung.de: Fachkräftemangel bremst IT-Branche aus,
<http://www.netzeitung.de/arbeitundberuf/542552.html>

⁴ Studie der Johann Wolfgang Goethe-Universität und Monster Worldwide: Bewerbungspraxis 2007,
<http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/key.2360/secid.7/secid2.60/schrift.3>

⁵ ATZ Online, Studie: Online zum neuen Job liegt im Trend,
<http://www.atzonline.de/Aktuell/Nachrichten/1/9473/Studie-Online-zum-neuen-Job-liegt-im-Trend.html>



relevanten Forschungsgegenstand. Das Ziel dabei ist, die Personalrekrutierungspotenziale unternehmenseigener Karriereseiten auf den verschiedensten Ebenen zu analysieren. Die Karriereseiten der Unternehmen spielen nicht nur im Sinne eines prozessoptimierenden E-Recruiting, z.B. über ein Bewerber-Management-System eine Rolle, sondern vor allem auch hinsichtlich des Personalmarketings und Employer Branding. So erweist sich gerade die Darstellung des Employer Branding auf dem Karriereportal der Unternehmenshomepage im Wettbewerb um die Top-Arbeitskräfte auf dem Markt als besonders wichtig. Durch eine attraktiv gestaltete, sich deutlich von anderen Unternehmen abhebende Arbeitgebermarke kann das Interesse bei potenziellen Arbeitnehmern gesteigert und eine Bewerbung begünstigt werden.

Um für potenzielle Mitarbeiter auch hinsichtlich des Personalmarketings eine attraktive Arbeitgebermarke darzustellen und von effektiven Rekrutierungsprozessen zu profitieren ist es wichtig, den aktuellen Anforderungen und Trends des Recruiting-Marktes zu entsprechen. Dies ist aus technischer Sicht besonders mit der Implementierung von Software-Lösungen wie z.B. Bewerber-Management-Systemen im Sinne einer effizienten und kostengünstigen Rekrutierung verknüpft. Ein Bewerber-Management-System unterstützt bei Stellenausschreibungen und erleichtert das Einpflegen sowie die Handhabung von Bewerbungen. In einer von der Perbit Software GmbH durchgeführten Studie hat sich die Zahl der Unternehmen, die Online-Bewerbungsformulare anbieten, seit 2006 annähernd verdoppelt.⁶

Daneben spielt aber auch ein Angebot an aktuellen Tools wie Blogs, Charts oder Webcats auf den Karriereseiten eine wichtige Rolle. Neben der Orientierung an insbesondere technischen Trends und Entwicklungen, gibt es grundlegende Anforderungen an die Handhabung und die Aufmachung von Karriereportalen.

Nach neuesten Untersuchungen zum Thema Job- und Karriereportale sind neben dem Inhalt der Karriereseiten eine gute Navigation, ein schneller Seitenaufbau und die Auffindbarkeit von Kontaktmöglichkeiten von entscheidender Bedeutung.⁷ Dabei werden besonders der Aufbau, die Gestaltung und der Inhalt der Startseite des Karriereportals

⁶ Studie der Perbit Software GmbH 2008, aufbauend auf den Ergebnissen der Untersuchung von 2006: „E-Recruiting auf dem Vormarsch“,

http://www.perbit.com/de/global/newsmeldung.php?id=279&art=news_deutsch

⁷ Siehe dazu die Untersuchung von Potentialpark Communications, Zusammenfassung in Computerwoche.de, Karriereportale: Einfach ist besser, <http://www.computerwoche.de/nachrichtenarchiv/574226/>



hervorgehoben, da diese für einen ersten positiven Eindruck des Nutzers maßgeblich sind und damit eine mögliche Bewerbung beeinflussen.

Die APRIORI - business solutions AG hat die Seiten von 105 IT-Unternehmen untersucht, um interessierten Unternehmen einen Überblick über die zeitgemäßen Anforderungen an Karriereportale zu bieten. Verdeutlicht werden diese Ansprüche anhand ausgewählter Best-Practice-Beispiele namenhafter Unternehmen.

Um die Anforderungen der Nutzer an Karriereportale marktgerecht zu ermitteln hat die APRIORI - business solutions AG eine aktuelle Nutzerbefragung zum Thema Karriereportale durchgeführt. Darüber hinaus wurden die Einflüsse eines wissenschaftlichen Beirats geltend gemacht. Die Befragung bildet Standpunkte und Urteile von 1098 Nutzern aller Altersklassen zum Thema Karriereportale ab. Angelehnt an die empirischen Ergebnisse der Befragung und des wissenschaftlichen Beirats ist ein Bewertungskonzept erstellt worden, das die Nutzerfreundlichkeit von Karriereportalen bestimmt und klare Handlungsperspektiven schafft.



KAPITEL 2

Ziel, Aufbau und Methodik der Studie



2. Ziel, Aufbau und Methodik der Studie

Auf Basis der Erkenntnisse über die Bedeutung von Karriereportalen als Instrument der Personalbeschaffung und des Personalmarketings, sowie als strategisches Tool für das Employer Branding, hat die APRIORI - business solutions AG (im Folgenden APRIORI) einen Kriterienkatalog erarbeitet, der auf die zeitgemäßen Anforderungen an unternehmenseigene Karriereportale zugeschnitten ist. Die Auswahl der Kriterien stützt sich auf eine speziell konzipierte Onlinebefragung, die als valide empirische Basis zur Bestimmung der Präferenzen der Nutzer von Karriereportalen dient. Auf dieser Grundlage wurden die Gewichtungen der 170 Einzelkriterien bestimmt, die den vier Hauptkriterienpunkten Access, Company, Careers und Application untergeordnet sind (s. Abbildung 1). Die Kriterien lassen sich grob in zwei Prüfbereiche einteilen. Im ersten Prüfbereich gruppieren sich die Kriterien um Fragen des Employer-Branding und Personalmarketing. Dazu gehören u.a. personalrelevante Neuigkeiten, Publikationen, sowie der inhaltliche und funktionale Aufbau der Startseite, die zielgruppenspezifische Stellensuche und das Unternehmensprofil. Der zweite Prüfbereich enthält Themen rund um E-Recruitingprozesse. Das E-Recruiting bildet den gesamten Recruiting-Workflow von der Stellenbeschreibung, der Kommunikation zwischen Unternehmen und Bewerber bis hin zu Abschluss der Bewerbung ab. Weitere Prüfpunkte umfassen Sicherheitsfunktionalitäten und Datenschutzinformationen.

Die Auswertung der Kriterien wurde nach Usability-Gesichtspunkten vorgenommen. Dies schließt die Güte der Navigation zu den im Karriereportal auffindbaren Karrierelinks und -informationen ein. Sind die abgefragten Punkte zwar erfüllt, aber äußerst umständlich oder unter einem anderen Link nur zufällig auffindbar, wurden lediglich Teilpunkte vergeben. Die Punktvergabe wurde nicht wie in anderen Studien von 1 bis zu 10 Punkten pro Einzelkriterium ausgestaltet. Um Objektivität bei der Auswertung zu gewährleisten, hat die APRIORI-Studie die Auswertung der Kriterien nach dem Konzept „vorhanden oder nicht vorhanden“ vorgenommen. Nur hinsichtlich des Usability-Aspekts sind Teilpunkte vorgesehen, die nach klaren Vorgaben der Auffindbarkeit vergeben wurden.

Die Studie untersucht die Karriereportale von 105 Unternehmen aus der IT-Branche entsprechend den aufgestellten Kriterien. Im Verlauf werden vereinzelt Ergebnisse



beispielhaft als Best-Practice-Ausschnitte dargestellt. Als besonderes Highlight der Auswertung werden die Top-3 Unternehmen aus den einzelnen Modulen prämiert (alle Ergebnisse werden zum besseren Verständnis grafisch veranschaulicht).

Die Kriterien sind so aufgebaut, dass sie nicht nur die Güte der untersuchten Karriereportale, sondern auch Trends und Entwicklungen abbilden, die dem interessierten Personaler ermöglichen das eigene Karriereportal kritisch zu hinterfragen. Der Leser bekommt einen Einblick in den Aufbau anderer Karriereportale; so werden Defizite, Probleme und Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt und klare Handlungsperspektiven formuliert.

In jedem Modul ist für den Gesamtbereich des Moduls, für die 3 Teilmodule und deren jeweilige untergeordnete Kriterien ein Durchschnitt aus allen untersuchten Unternehmen ermittelt worden. Die Prozentwerte in den jeweils ersten beiden Abbildungen eines Moduls spiegeln die im Durchschnitt erzielten Anteile aller Unternehmen an den maximal zu erreichenden Punktzahlen (100%) wider.

Ziel der Studie ist es, transparente Maßstäbe in Bezug auf Karriereportale zu verdeutlichen, die den Anforderungen einer modernen und effizienten Personalarbeit gerecht werden.

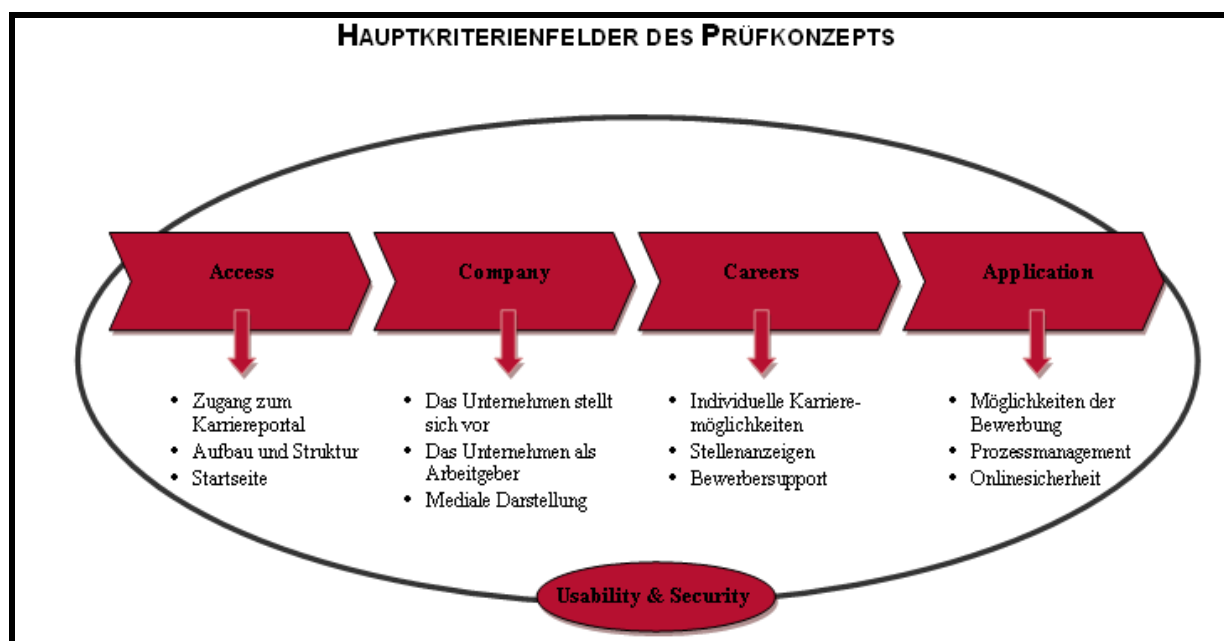


Abbildung 1: Hauptkriterienpunkte des Prüfkonzpts

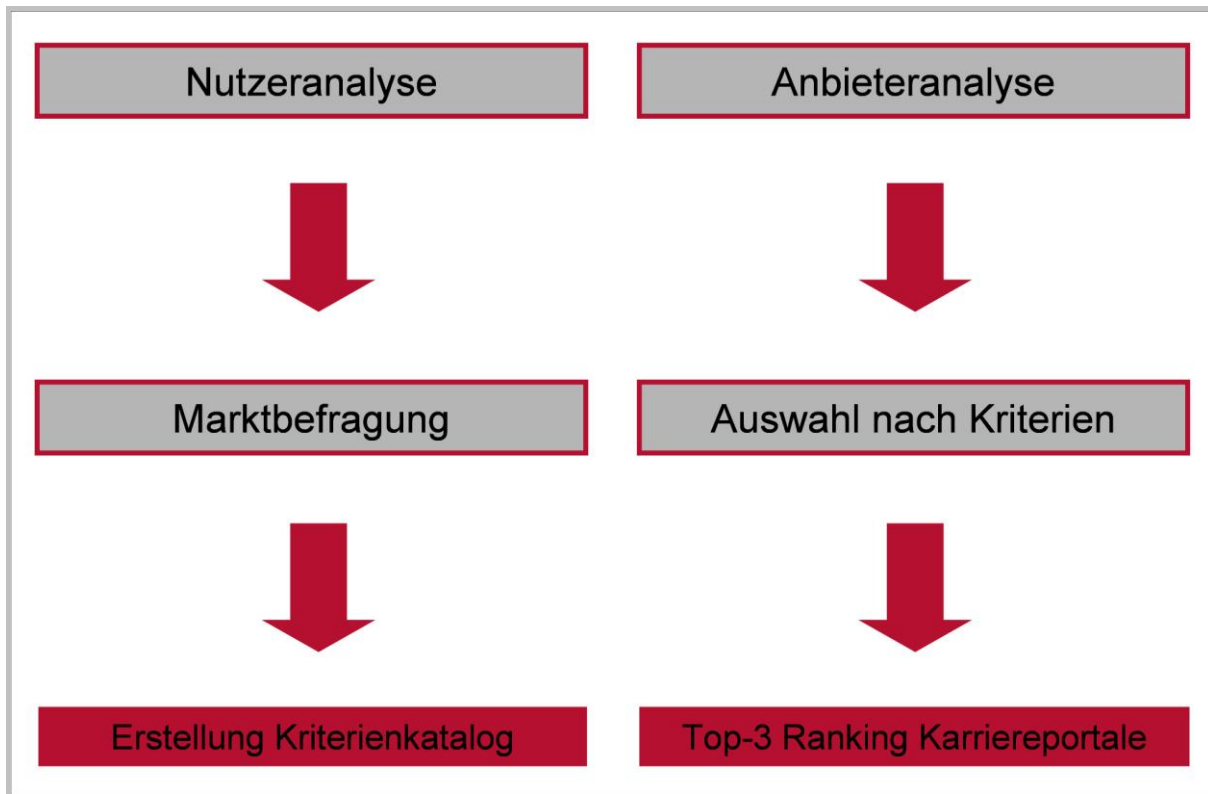


Abbildung 2: Vorgehensweise der Studie IT-Karriereportale



KAPITEL 3

Nutzerumfrage



3. Nutzerumfrage

Die APRIORI Online-Nutzerumfrage bildet einen Teil der empirischen Grundlage für die Festlegung und die Gewichtung der Kriterien in den 4 Modulen.

Um die Relevanz der Umfrage für die spätere Untersuchung der Unternehmens-Karriereportale transparent zu machen, wird die Konzeption des onlinebasierten Fragebogens kurz zusammengefasst:

Der Fragebogen umfasst eine offene und 32 geschlossene Fragen, die von Nutzern priorisierte Inhalte, Anwendungen und Leistungen von unternehmenseigenen Karriereportalen erfassen sollen. Im Zuge der Studie wurde eine online-basierte Umfrage bezüglich der Karriereportale durchgeführt. Über verschiedene Medien, wie Newsletter, soziale Netzwerke oder Internetseiten wurden Studierende und Berufstätige angesprochen und auf die Studie aufmerksam gemacht. Der Zeitraum erstreckte sich über zwei Monate. Ziel war es die Präferenzen der User zu evaluieren, und somit die Gewichtung der Kriterien der Studie zu entwickeln. Dabei wurden aktuelle Trends und Entwicklungen aufgegriffen und auf ihre Verwendung und Attraktivität untersucht.

3.1 Auswertung

3.1.1 Übersicht und Demografika der Teilnehmer

Insgesamt nahmen 1098 Personen an der Studie teil. Um eine Übersichtlichkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, werden im Folgenden die Anteile an den Gesamtantworten in relativen Häufigkeiten ausgedrückt.

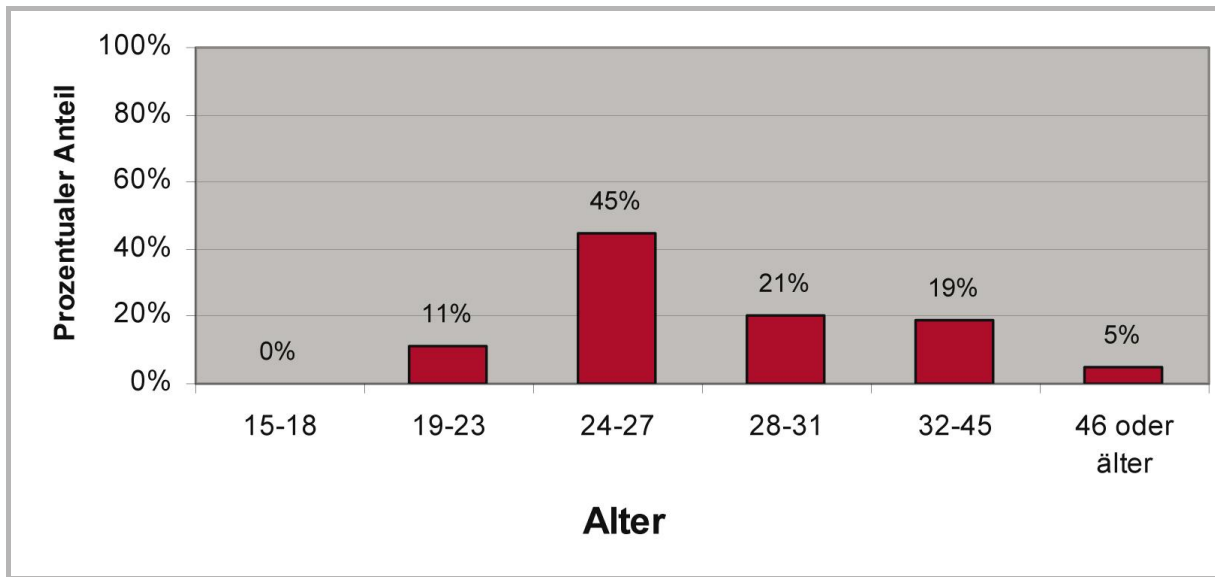


Abbildung 3: Altersstufen der Teilnehmer

Ein Großteil der Teilnehmer der Studie bewegte sich in der Altersstufe zwischen 24-27 Jahren und entspricht somit dem Alter von Studierenden und Absolventen (s. Abbildung 3 und 4). Zudem haben auch viele Berufseinsteiger und Berufstätige mit mehr als drei Jahren Berufserfahrung an der Umfrage partizipiert (s. Abbildung 4).

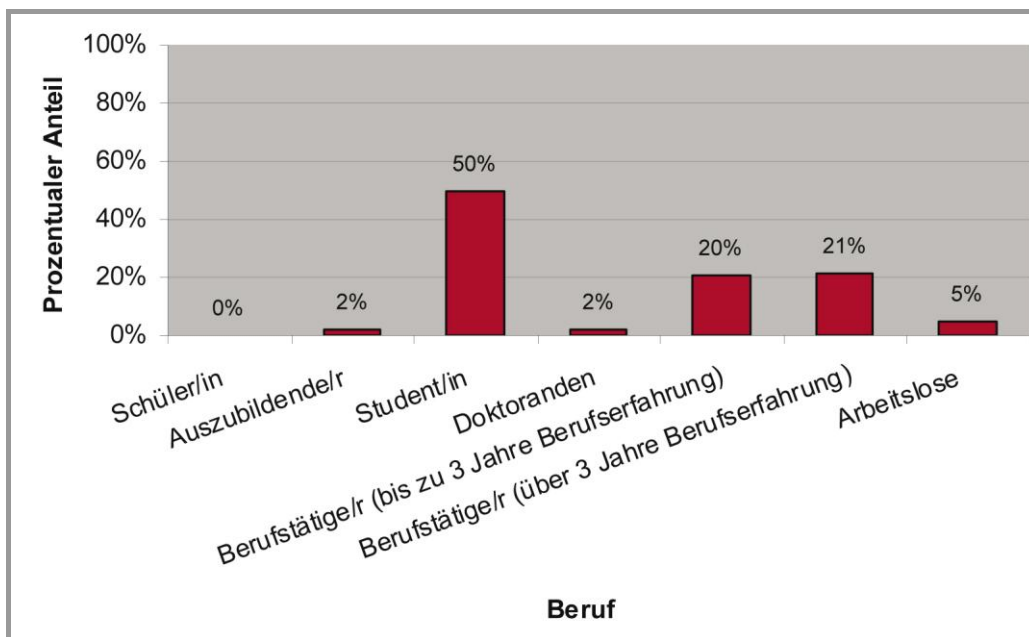


Abbildung 4: Beruf

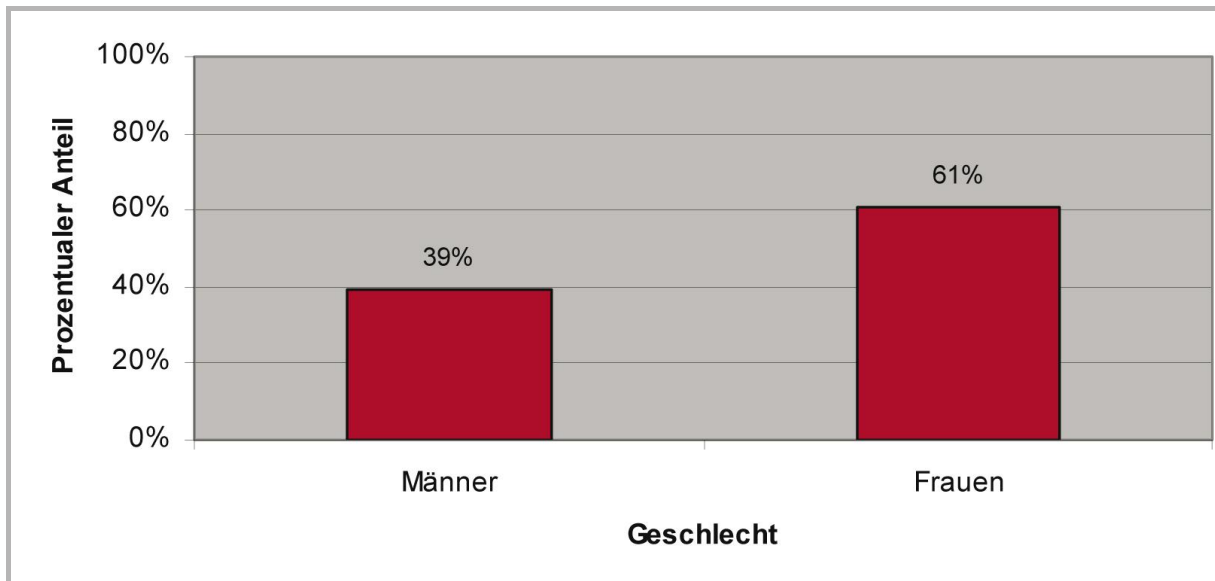


Abbildung 5: Geschlecht

Ein interessanter Aspekt ergibt sich aus der geschlechtlichen Verteilung. Insgesamt haben 61% Frauen und nur 39% Männer die Fragen beantwortet.

Die Zielgruppe der Informatiker und Ingenieure ist mit 34% der Teilnehmer vertreten, 37% haben einen wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund. Naturwissenschaftler machten hingegen nur 16% aus. (s. Abbildung 6).

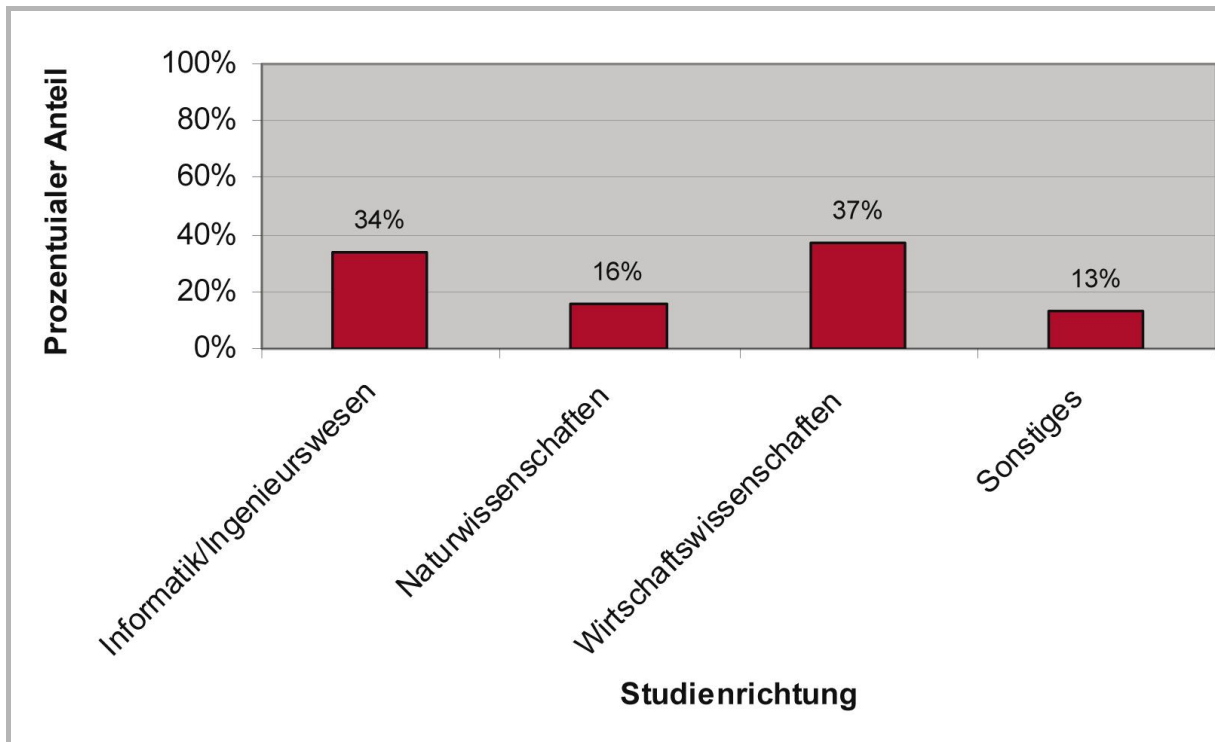


Abbildung 6: Studienrichtung

Im Bereich der angestrebten Abschlüsse der Studierenden ist immer noch das Diplom am häufigsten vertreten (36%), wohingegen die Degrees Bachelor (17%) und Master (19%) gerade nachziehen (s. Abbildung 7).

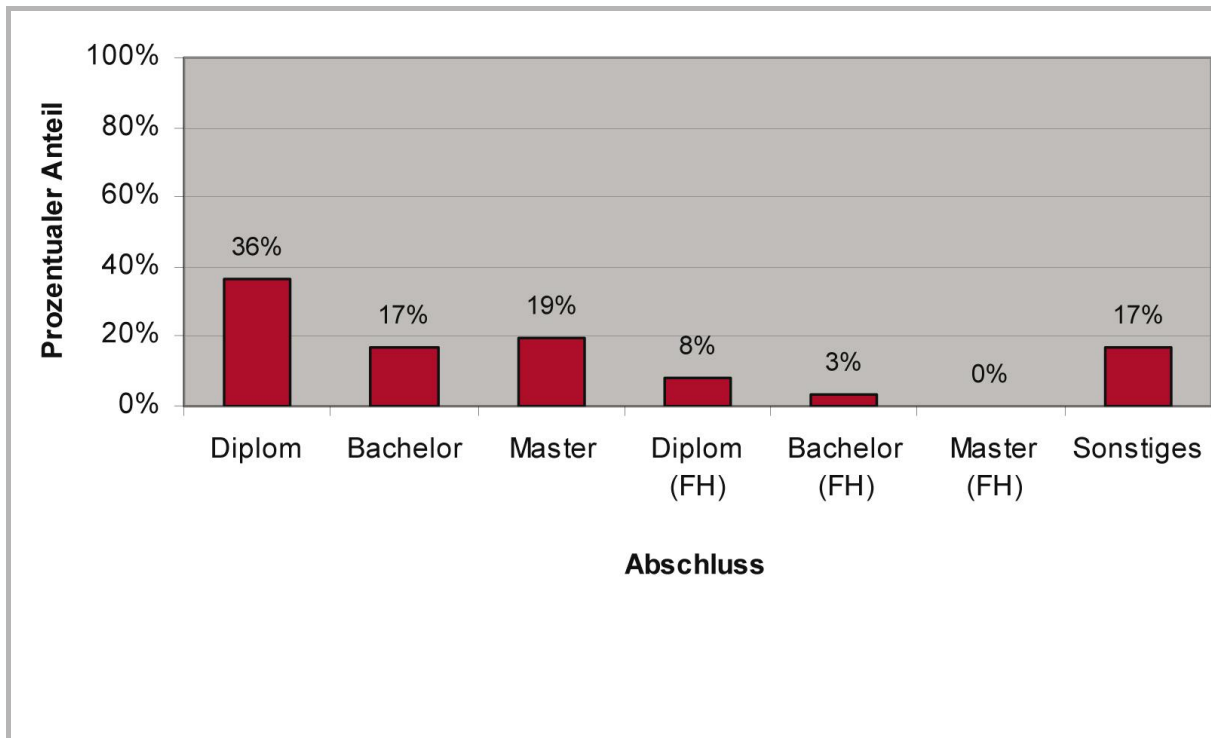


Abbildung 7: Angestrebter Abschluss

3.1.2 Meinungen der User über Online-Karriereportale

In verschiedenen Fragen konnten die Nutzer von Online-Karriereportalen ihre Meinung zur Nutzung, Besuchshäufigkeit und Einstellung wiedergeben.

Dabei beschäftigte sich eine der Fragen mit den Medien, mit Hilfe derer sich die Teilnehmer über potenzielle Arbeitgeber informieren. Hierbei wurde vermehrt die Website des Unternehmens gewählt (87%) sowie Stellenanzeigen (83%), die online zu finden sind (s. Abbildung 8). Interessant ist zudem, dass auch die sozialen Netzwerke, wie Freunde und Bekannte (56%), aber auch die webbasierten Netzwerke (40%) genutzt werden. Recruiting-Events (42%) und Job-Messen (30%) werden weiterhin als eine Möglichkeit angesehen tiefere Einblicke in ein Unternehmen zu bekommen. Presse im Print-Bereich wird hingegen weniger genutzt (24%), genauso wie Arbeitgeber-Rankings (9%) keine allzu große Bedeutung beigemessen wird. Hier ist bereits zu erkennen, welch hohen Stellenwert vor allem das Online-Karriereportal für Bewerber hat.

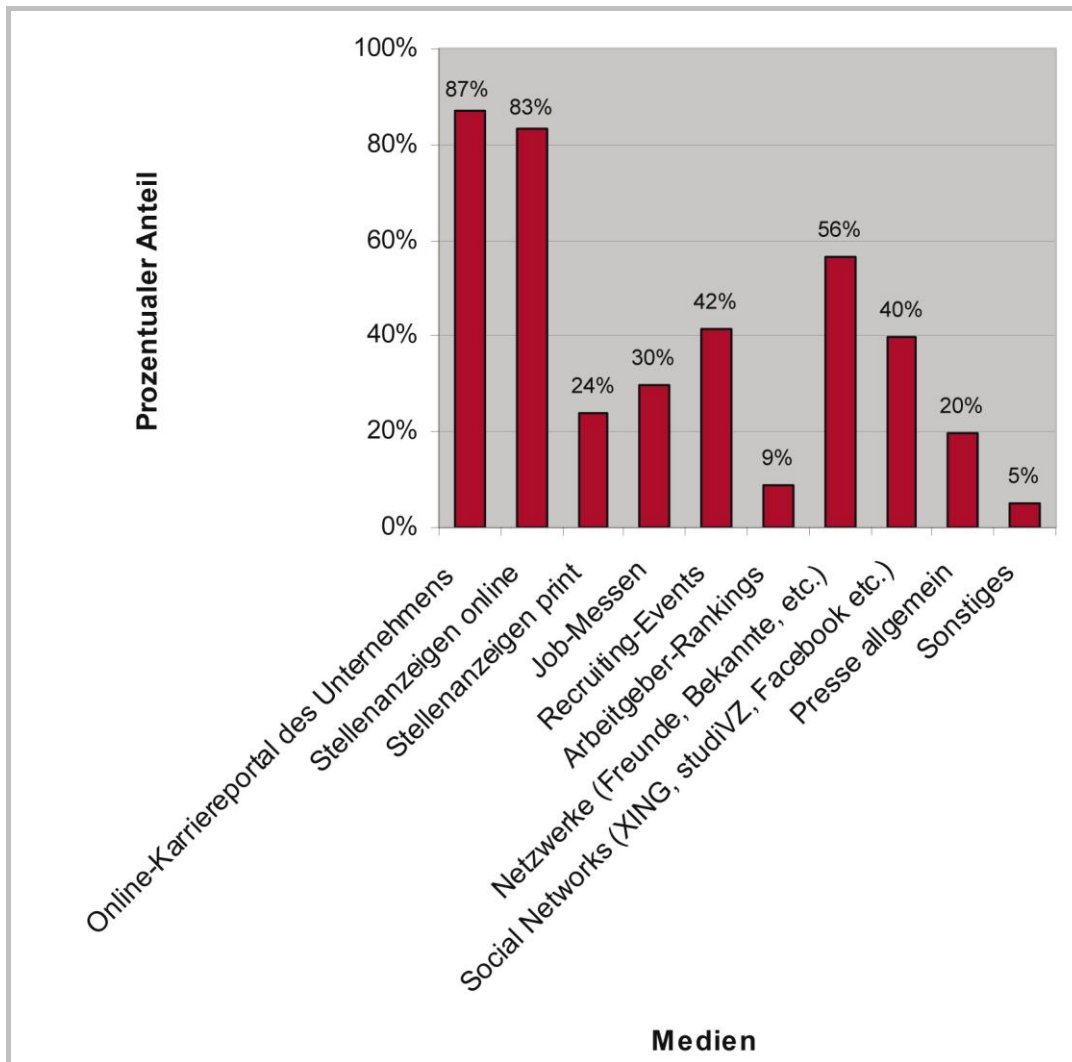


Abbildung 8: Genutzte Informationsquellen (mehrere Antworten möglich)

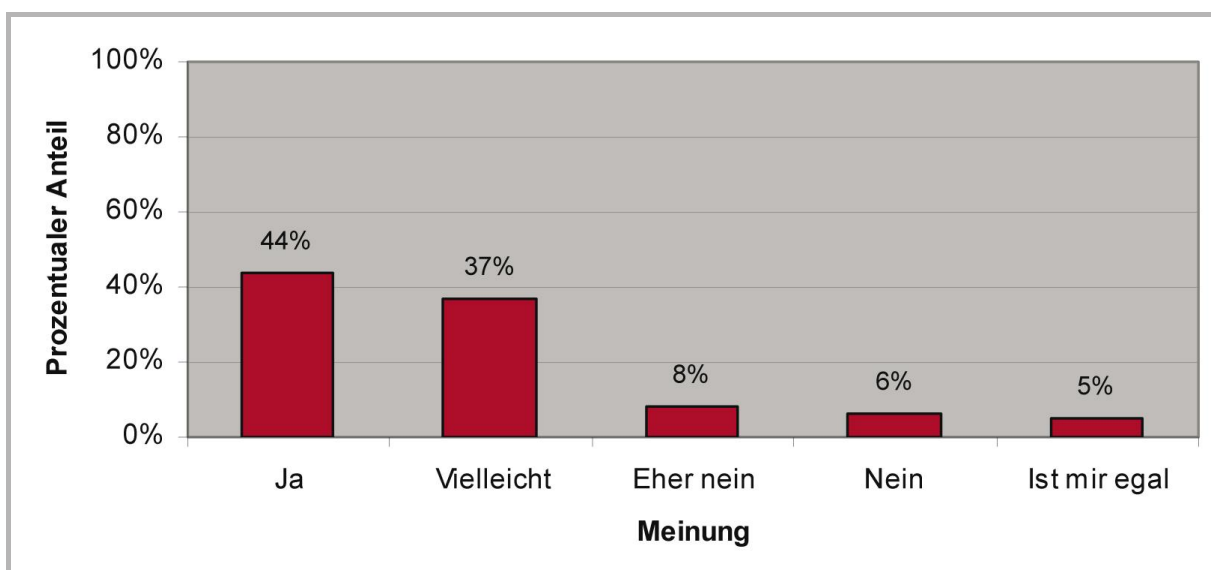


Abbildung 9: Meinung zur Wichtigkeit von Online-Karriereportalen



Die Wichtigkeit wird nochmals in Abbildung 9 herausgestellt. 44% der Befragten haben angegeben, dass ein Arbeitgeber neben seiner Unternehmens-Website, ein Online-Karriereportal haben sollte, um hierüber seine Bewerber anzusprechen. Ebenso spiegelt sich dies in der Häufigkeit der Besuche eines Bewerbers einer Online-Karriereseite wider. Auf die Frage, wie oft die Befragten Karriereportalen nutzen, gaben 36% regelmäßige Besuche an und 35% ab und zu (s. Abbildung 10).

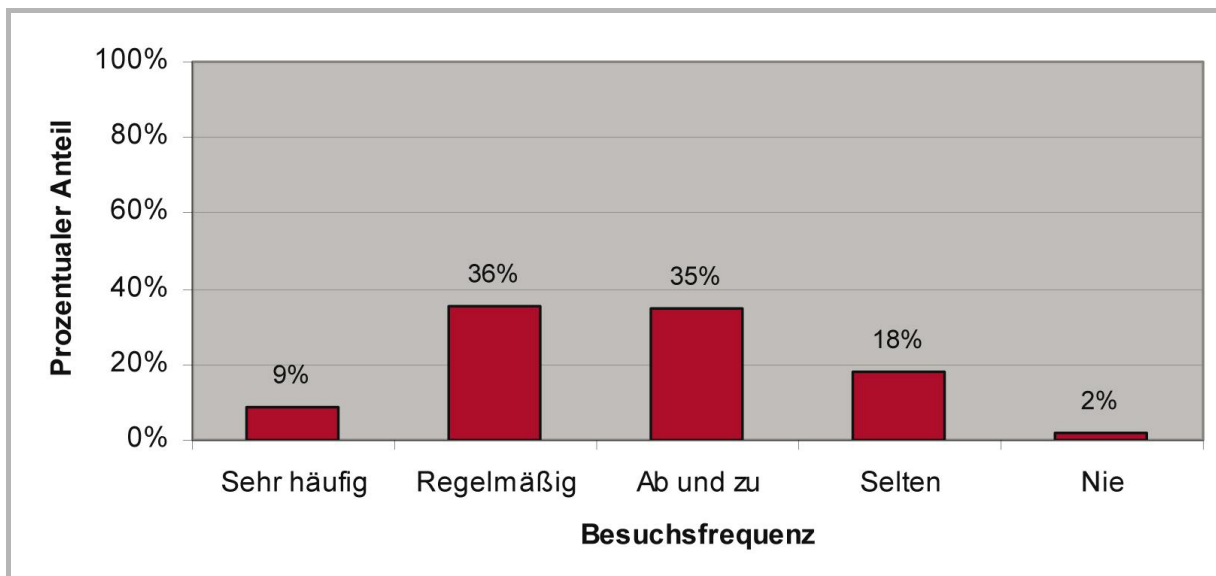


Abbildung 10: Besuchsfrequenz auf Online-Karriereportalen

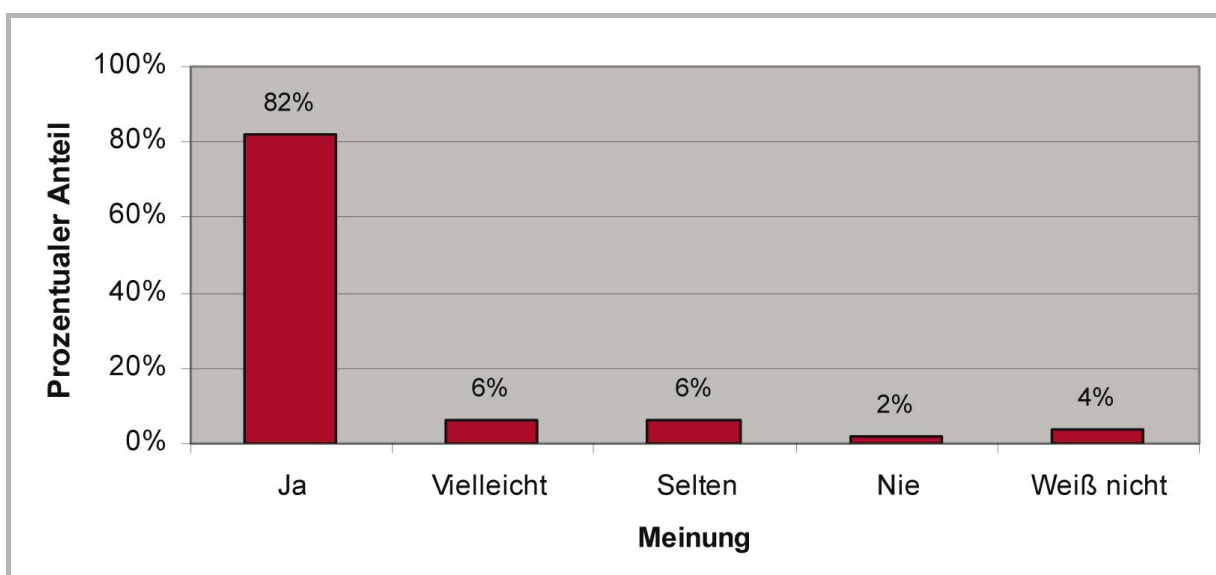


Abbildung 11: Nutzung des Online-Karriereportals bei der Bewerbung



In Abbildung 11 wird der Grund für ein separates Online-Karriereportal deutlich. Dieses wird von 82% aller Teilnehmer der Umfrage im Bewerbungsprozess genutzt. Dabei zählt natürlich nicht nur die Existenz eines Online-Karriereportals, sondern auch dessen Attraktivität und Informationsgehalt. Diese Faktoren sind für 66% aller Befragten ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl eines möglichen Arbeitgebers (s. Abbildung 12).

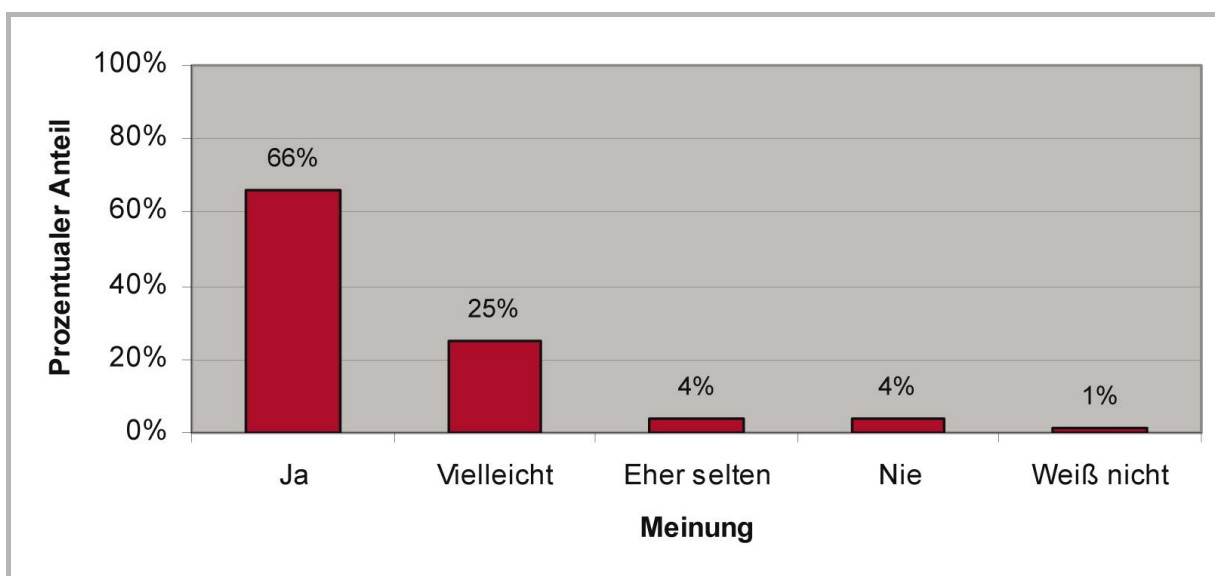


Abbildung 12: Beeinflussung eines attraktiven Online-Karriereportals bei Bewerbung

Das Unternehmen hat die Möglichkeit, sich über verschiedene Arten im Internet zu präsentieren. Dabei ist es nicht nur wichtig sich als Arbeitgeber vorzustellen, sondern auch die Art und Weise wie man dies darstellt und visualisiert.

Den Bewerbern ist es ebenfalls wichtig, Erfahrungsberichte in Form von Mitarbeitervorstellungen auf einem Karriereportal vor zu finden. Ganze 47% hielten diesen Aspekt für wichtig, und sogar 40% für sehr wichtig (s. Abbildung 13).

51% aller Teilnehmer messen der Unternehmensphilosophie eine hohe Bedeutung bei. Diese scheint dem Interessenten viel über ein Unternehmen zu sagen und ihn in seiner Entscheidung für oder gegen eine Bewerbung zu beeinflussen.

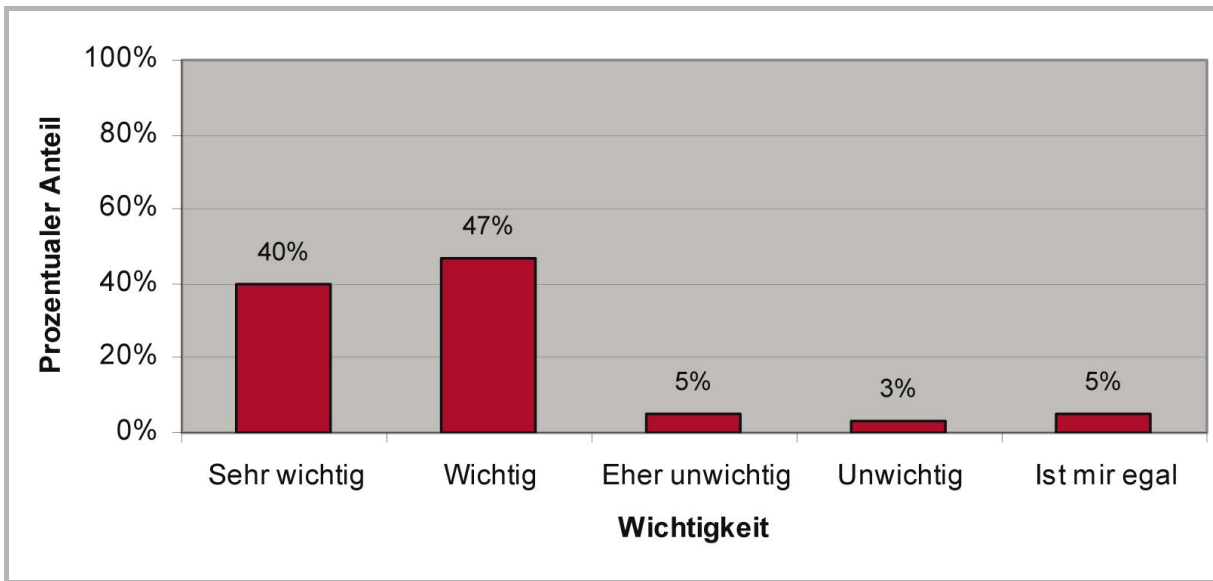


Abbildung 13: Wichtigkeit von Erfahrungsberichten auf dem Online-Karriereportal

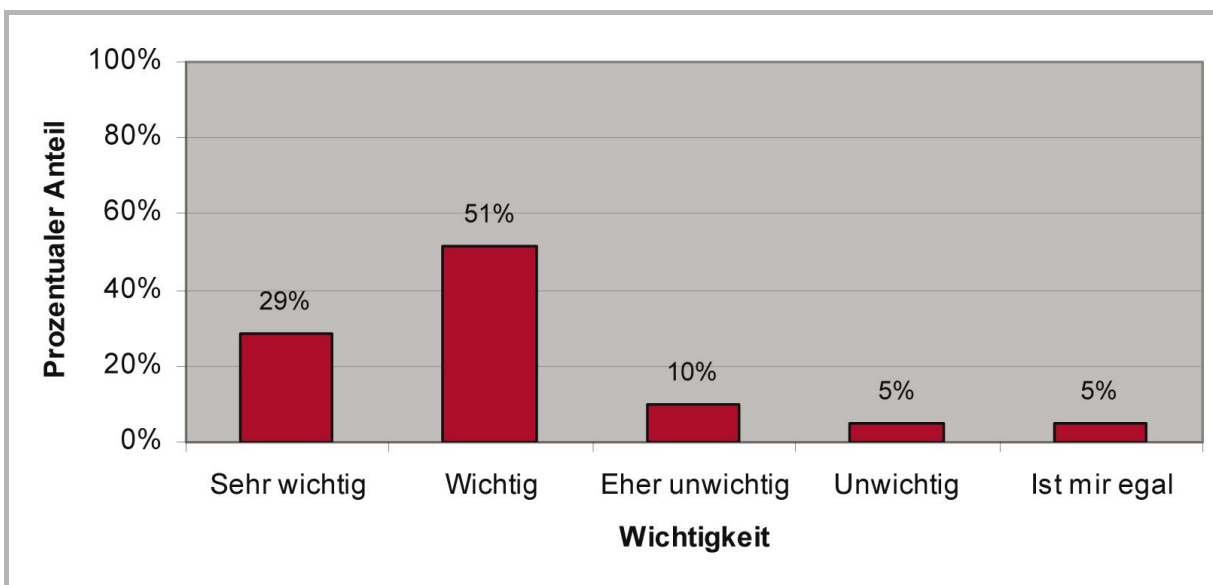


Abbildung 14: Bedeutung der Unternehmensphilosophie des Arbeitgebers auf Online-Karriereportalen

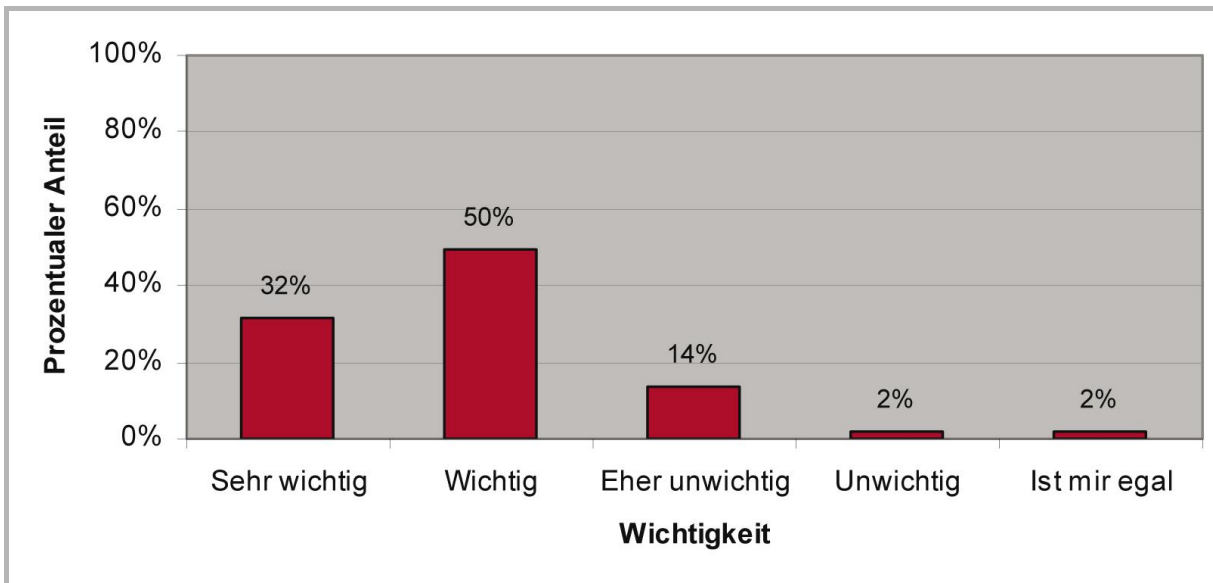


Abbildung 15: Wichtigkeit der Nennung der Leistungen des Arbeitgebers auf Online-Karriereportalen

Zusätzliche Leistungen des Unternehmens, wie Firmenwagen, Vereinbarungen zu Familienmanagement oder Altersvorsorge sollten auf dem Karriereportal genannt werden, da dies der Hälfte aller Befragten wichtig ist (s. Abbildung 15). Genauso wichtig ist den Bewerbern ein Spektrum an Produkten und Dienstleistungen, nicht nur auf der Unternehmenswebsite sondern auch auf den Karriereportalen, vor zu finden. Dies gaben 52% der Nutzer als wichtig und 38% sogar als sehr wichtig an (s. Abbildung 16).

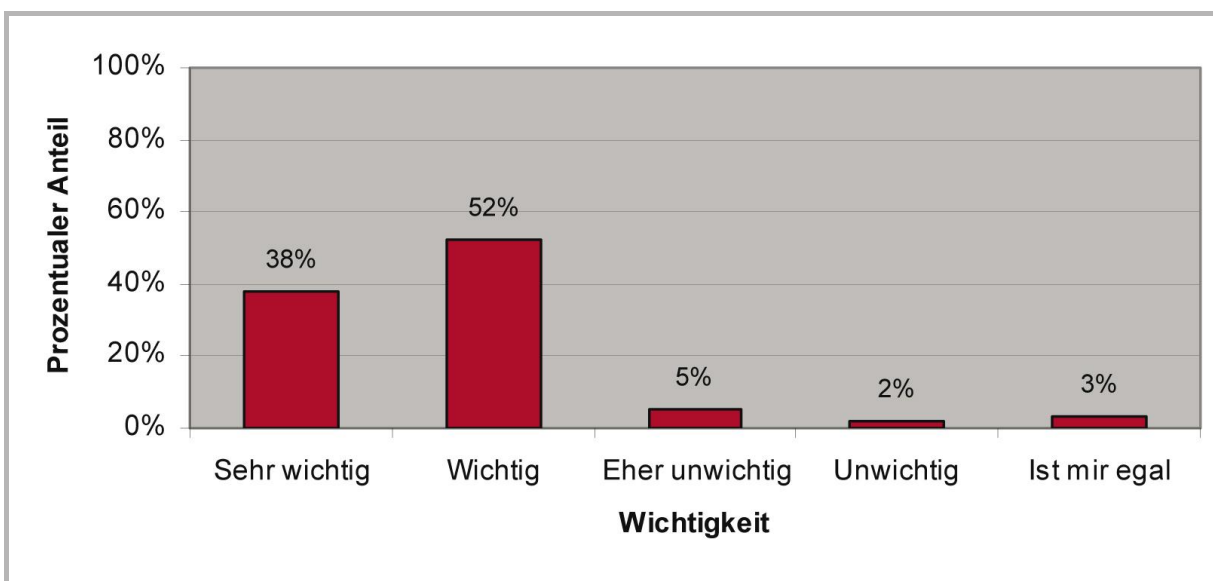


Abbildung 16: Bedeutung der Produktinformationen und Dienstleistungsbeschreibung des Arbeitgebers auf dem Online-Karriereportal



Im Bereich der Zusatzfunktionen, die ein Unternehmen für den Bewerber attraktiv und interessant machen, konnte der User zwischen vielen verschiedenen Features wählen, wobei auch Mehrfachnennungen möglich waren (s. Abbildung 17). Es zeigte sich hierbei, dass 48% virtuelle Rundgänge befürworten, und sich 47% für Erfahrungsberichte und Testimonials begeistern können. Social Networks sowie Image-Filme oder Blogs zeigen ebenfalls eine große Wirkung. Dahingegen machen anscheinend RSS Feeds, Podcasts und Vodcasts keinen großen Eindruck. Ausschlaggebend ist also nicht die Anzahl an verschiedenen Zusatzfunktionen, sondern deren Qualität.

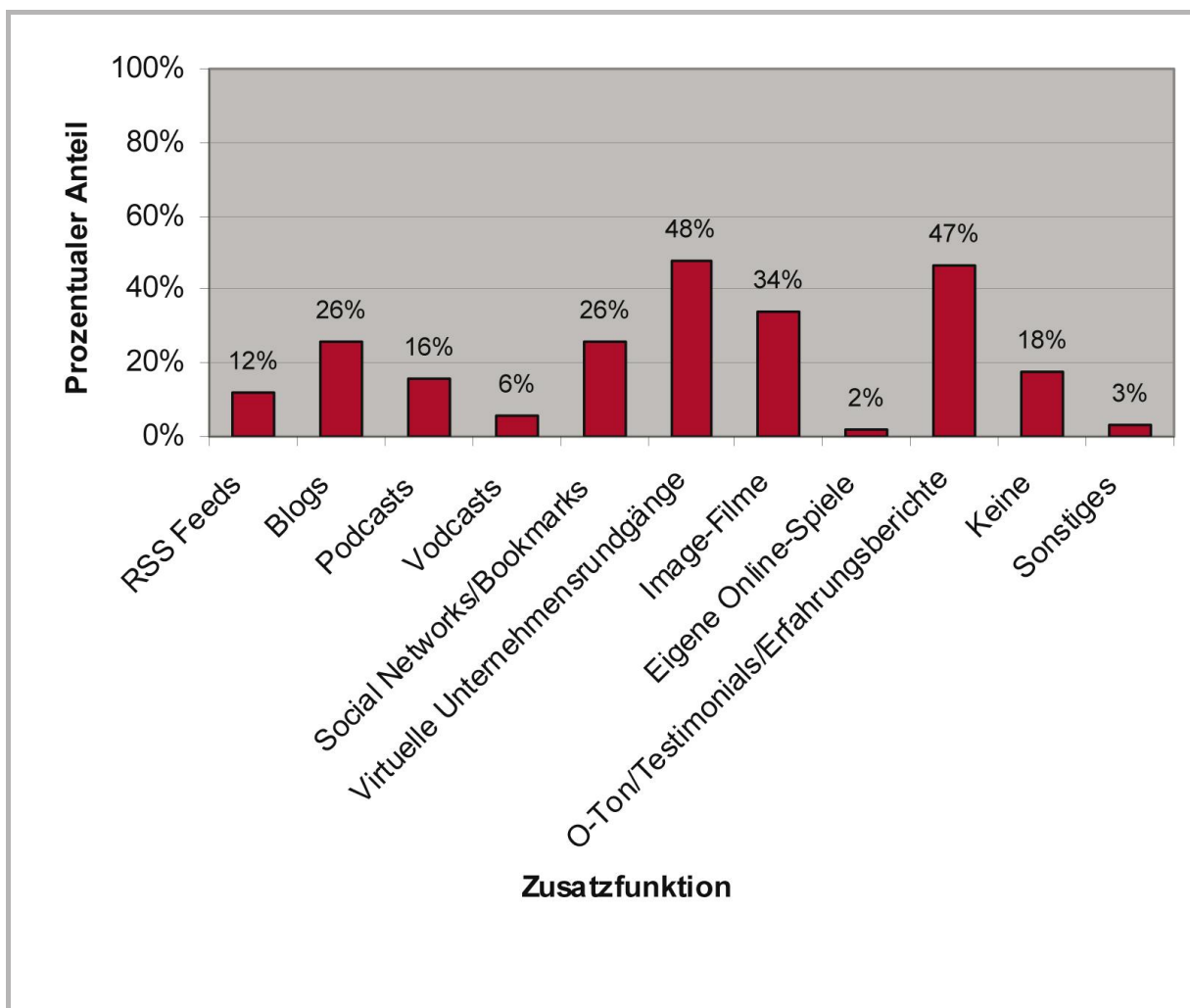


Abbildung 17: Meinung, welche Zusatzfunktionen auf der Internetseite ein Unternehmen attraktiv machen (mehrere Antworten möglich)

Bewerber haben unterschiedliche Bedürfnisse. Dies liegt unter anderem daran, dass sie sich auf verschiedenen Karrierestufen befinden und somit auch individuelle



Karrieremöglichkeiten suchen. So kann beispielsweise die Präsentation der Stellenanzeigen ausschlaggebend für die Bewerbung sein. Da es in Unternehmen meist sowohl ständige Suchen nach Potenzialen gibt, als auch kurzfristige Festanstellungen, findet ein Bewerber oft eine Vielzahl an Ausschreibungen vor, aus denen er oder sie erst solche, die auf sein Profil passen, heraus suchen muss. Viele Arbeitgeber haben sich aus diesem Grund inzwischen für einen Filter entschieden, mit dem nach Fachbereichen und Qualifikationen gesucht werden kann. Auf die Frage, ob diese Funktion für die Befragten wichtig ist, antworteten 41%, dass sie ihnen sehr wichtig und 46%, dass sie ihnen wichtig ist (s. Abbildung 18).

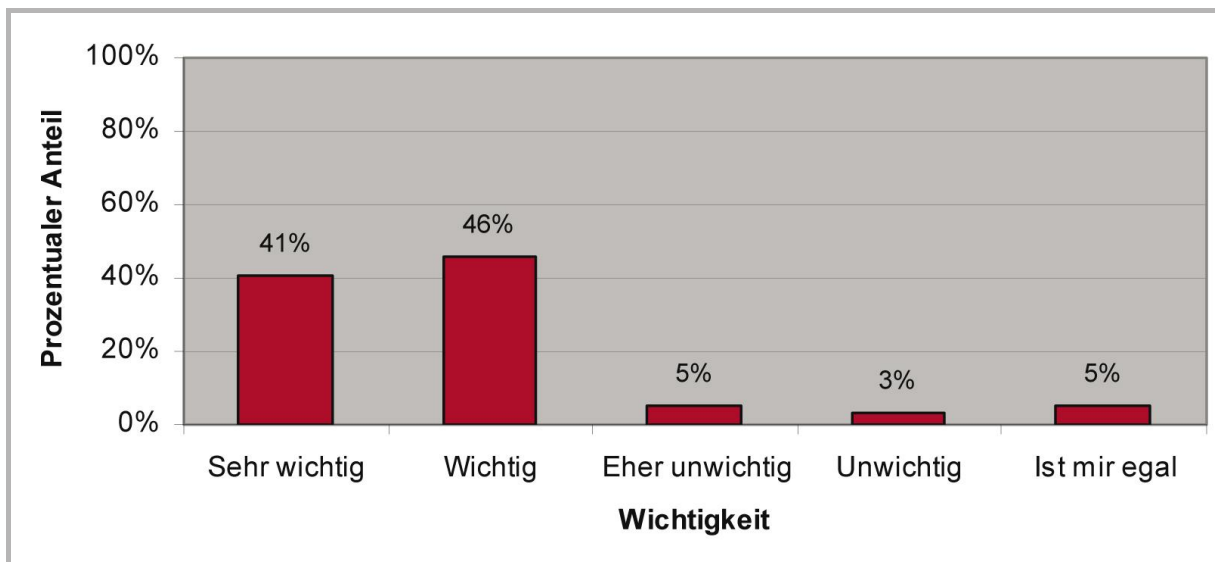


Abbildung 18: Wichtigkeit der Stellen-Selektion auf Online-Karriereportalen nach Qualifikation

Auch Beschreibungen über Weiterbildungsmöglichkeiten sind bei Bewerbern eine beliebte Eigenschaft auf Online-Karriereportalen. So gaben 49% Informationen hierzu als wichtig an, und 42% sogar als sehr wichtig (s. Abbildung 19).

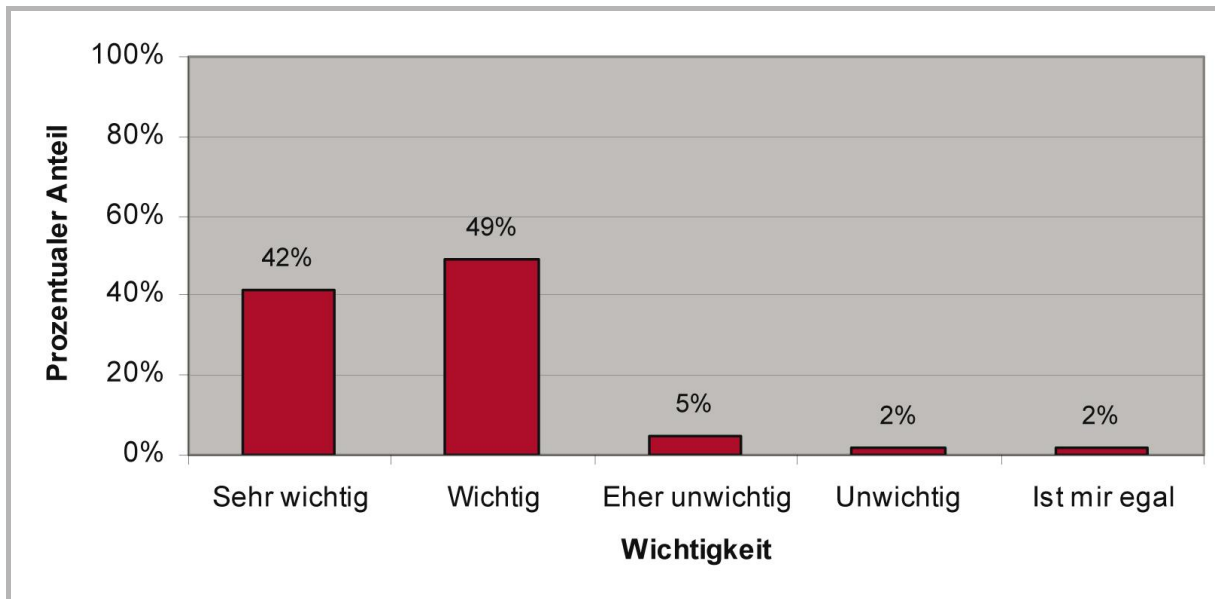


Abbildung 19: Wichtigkeit der Beschreibung der Weiterbildungsmöglichkeiten des Arbeitgeber auf dem Online-Karriereportal

Nicht zu vergessen ist zudem die Darstellung der Karrieremöglichkeiten (s. Abbildung 20). Lediglich 5% sahen diesen Faktor als unwichtig an, woraus zu schließen ist, dass die Teilnehmer der Umfrage sich gerne schon in einem frühen Stadium des Bewerbungsprozesses mit diesen Inhalten auseinander setzen.

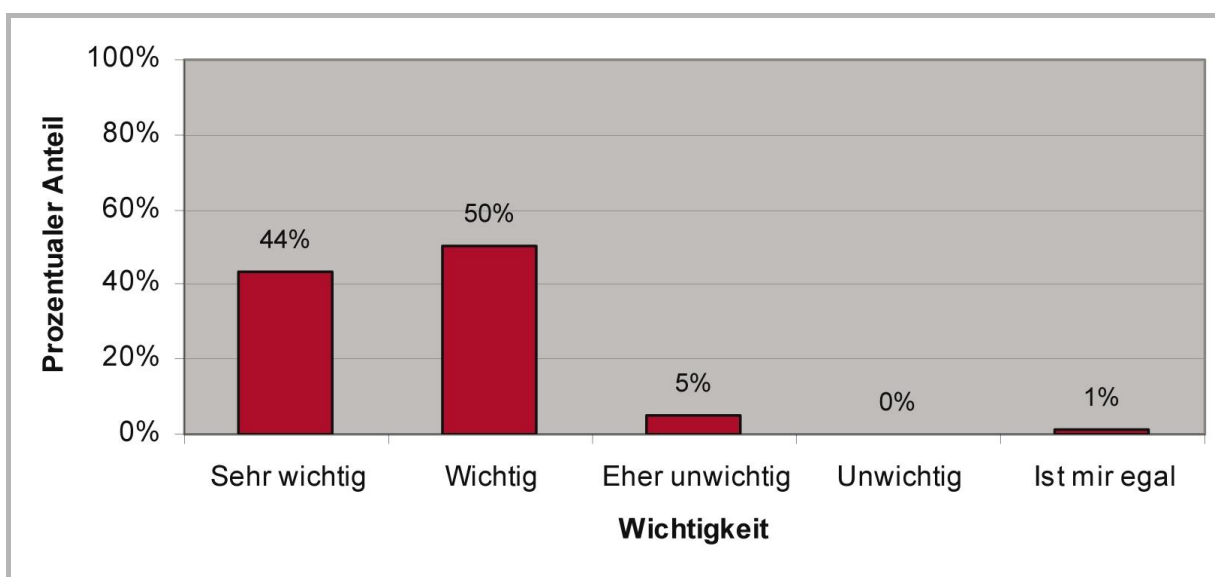


Abbildung 20: Wichtigkeit der Beschreibung der Karrieremöglichkeiten auf dem Online-Karriereportal



Der letzte Teil der Umfrage widmet sich dem Prozessmanagement von Online-Bewerbungen, den verschiedenen Arten von Bewerbungswegen und der Sicherheit bei Online-Bewerbungen. Da diese Bereiche von Unternehmen immer weiter ausgebaut werden, genießen sie eine große Aufmerksamkeit.

So zeigte sich, dass die am häufigsten genutzten Bewerbungswege Online-Formulare oder Emails sind, jeweils mit 72% bzw. 71% (s. Abbildung 21). Trotz des technologischen Fortschritts gibt es allerdings noch einige Arbeitgeber, die offenbar eine ausgedruckte Version vorgelegt haben möchten. Dies geben 45% der Befragten an. Dahingegen haben nur noch 13% die Möglichkeit einen persönlichen Eindruck, durch die direkte Überreichung der Unterlagen bei den potenziellen Arbeitgebern, zu hinterlassen.

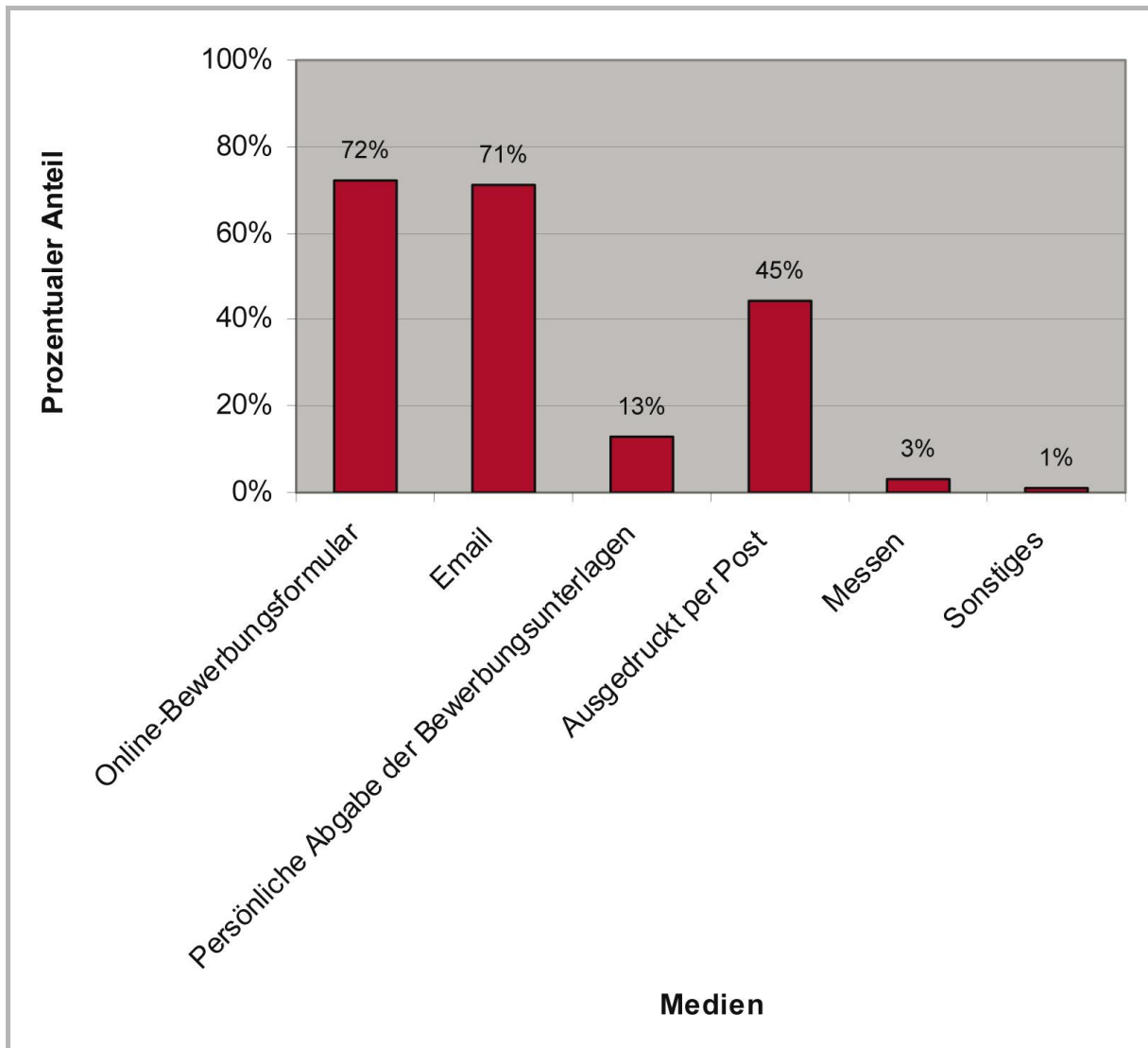


Abbildung 21: Häufig genutzte Bewerbungswege (vorgegeben durch Arbeitgeber)
(mehrere Antworten möglich)



Diese Vorgaben decken sich größtenteils mit den Vorzügen der Bewerber (s. Abbildung 22). So geben 50% an, sich gerne per E-Mail zu bewerben, während 21% dies online tun. Auch bevorzugen 20% der Befragten ihre Unterlagen ausgedruckt bei Unternehmen einzureichen.

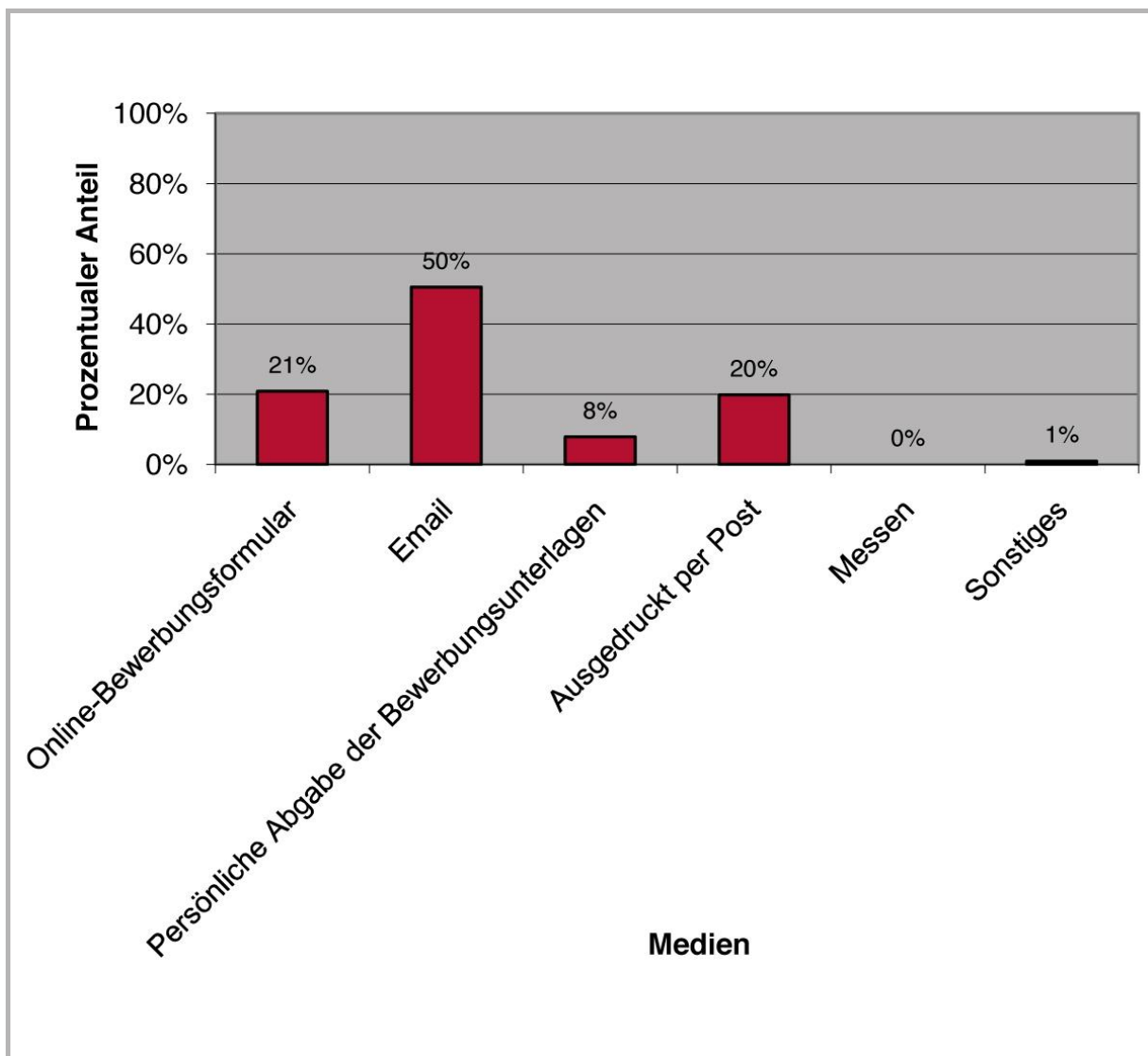


Abbildung 22: Bevorzugt genutzter Bewerbungsweg (nur eine Antwortmöglichkeit gegeben)

Ein Bewerbermanagement-System ermöglicht es dem Bewerber seinen Status im Bewerbungsprozess jederzeit abfragen zu können. Diese Besonderheit findet sich nicht auf vielen Online-Karriereportalen. Allerdings empfinden 67% der Bewerber dies als erstrebenswert (s. Abbildung 23).

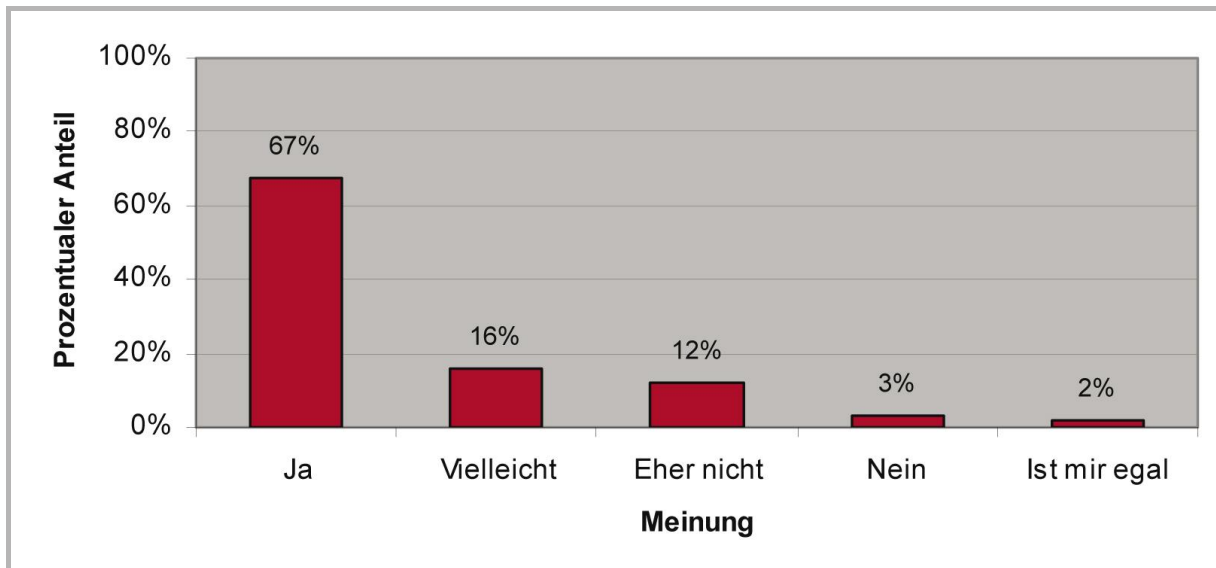


Abbildung 23: Möglichkeit der Einsicht des Status des Bewerbungsprozesses auf Online-Karriereportalen

Initiativbewerbungen werden als nicht allzu lukrativ angesehen (s. Abbildung 24). Lediglich 47% geben an, diesen Bewerbungsprozess zu wählen, 16% eher selten und weitere 16% sagen, sie würden dies nie tun.

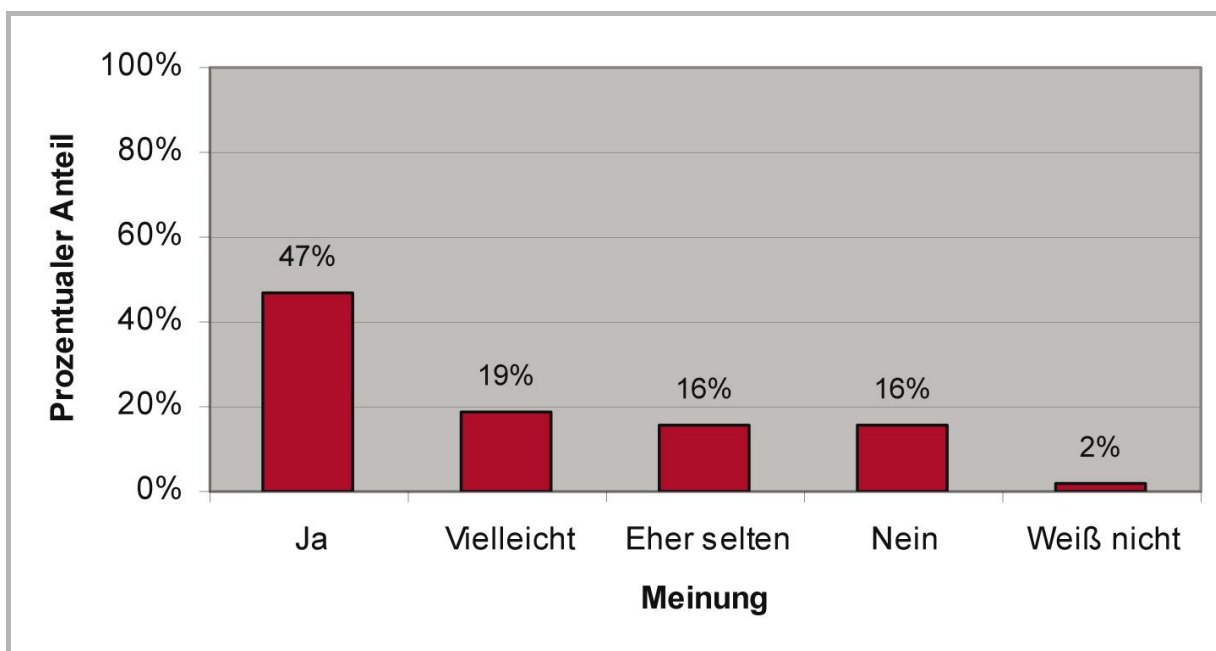


Abbildung 24: Nutzung von Initiativbewerbungen

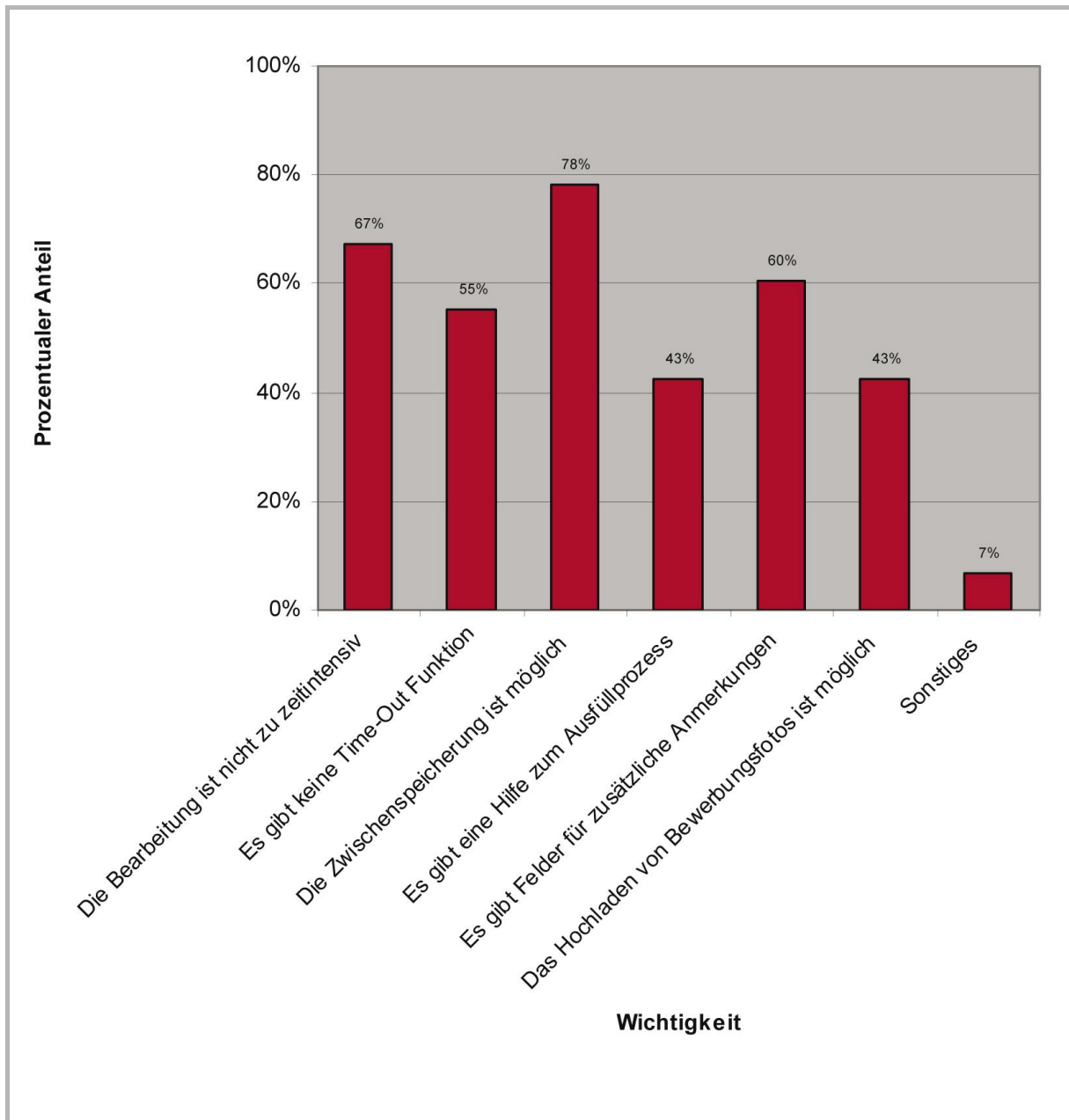


Abbildung 25: Wichtigkeit von Inhalten in einem Online-Bewerbungsbogen (mehrere Antworten möglich)

Besonders interessant sind die Anforderungen der Bewerber an den Inhalt der Bewerbungsbögen, welche online ausgefüllt werden müssen. Der meistgenannte Punkt scheint hierbei die Zwischenspeicher-Funktionalität zu sein, mit 78% (s. Abbildung 25). Dies verschafft den Bewerbern Zeit ihre Formulierungen und Ausführungen nochmals durchzusehen und ermöglicht es ihnen, alle benötigten Dokumente in Ruhe hoch zu laden. Dieser zeitliche Faktor spiegelt sich auch in der Time-out Funktion wider. 55% befürworten es, keine zeitliche Begrenzung bei ihrer Online-Bewerbung zu haben. Dahingegen würden



67% generell eine nicht allzu zeitintensive Bearbeitung begrüßen. Zusätzliche Felder für Anmerkungen favorisieren außerdem 60% der Nutzer, sowie die Möglichkeit Fotos getrennt hoch zu laden 43%.

Datensicherheit ist ein Thema, das nicht nur in den Medien kursiert, sondern vor allem auch Bewerber immer wieder vor schwierige Entscheidungen stellt. Wieviel darf man über sich im Internet preisgeben, bzw. wie gehen Unternehmen mit den empfindlichen Daten ihrer Bewerber um? Auf Online-Karriereportalen sehen es auf jeden Fall 57% der Befragten als sehr wichtig an, Informationen hierzu zu finden. Gerade mal 9% ist dies eher unwichtig (s. Abbildung 26).

36

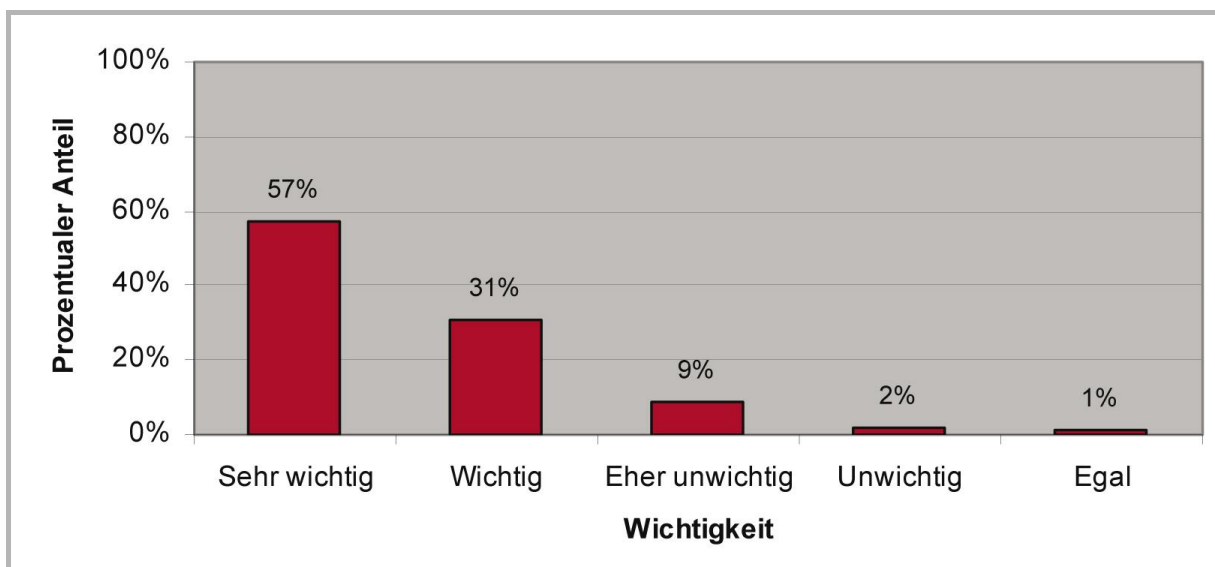


Abbildung 26: Wichtigkeit der Informationen zur Datensicherheit auf Online-Karriereportalen

Demgegenüber haben nur 18% wirkliche Bedenken ihre Daten elektronisch einzupflegen (s. Abbildung 27). 33% geben an, dies eventuell zu tun, während 32% sich weniger Gedanken bezüglich der Sicherheit dieser machen.

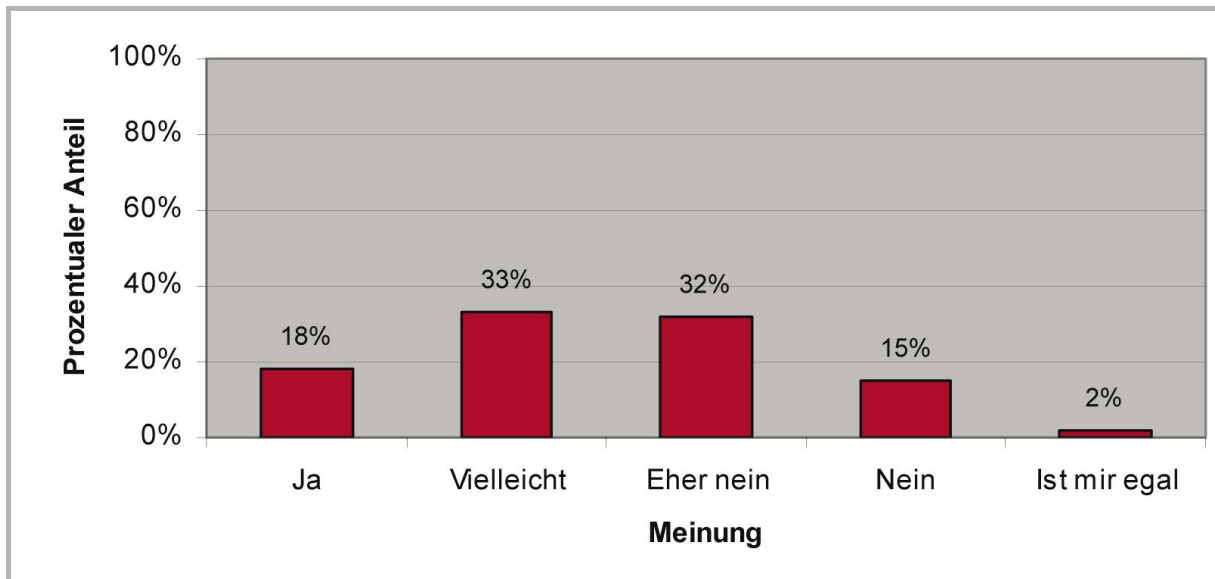


Abbildung 27: Bedenken über die Sicherheit der Daten auf Online-Karriereportalen

Ein Online-Assessment-Center scheint weniger den Ansprüchen der Bewerber zu entsprechen (s. Abbildung 28). Gerade mal 34% können diese Art der Auswahl gut heißen, wohingegen sich ein Großteil der Befragten dagegen aussprechen würde (33% sehen es als weniger gut an und 20% als nicht gut). Nur 7% sind von dieser Methode überzeugt.

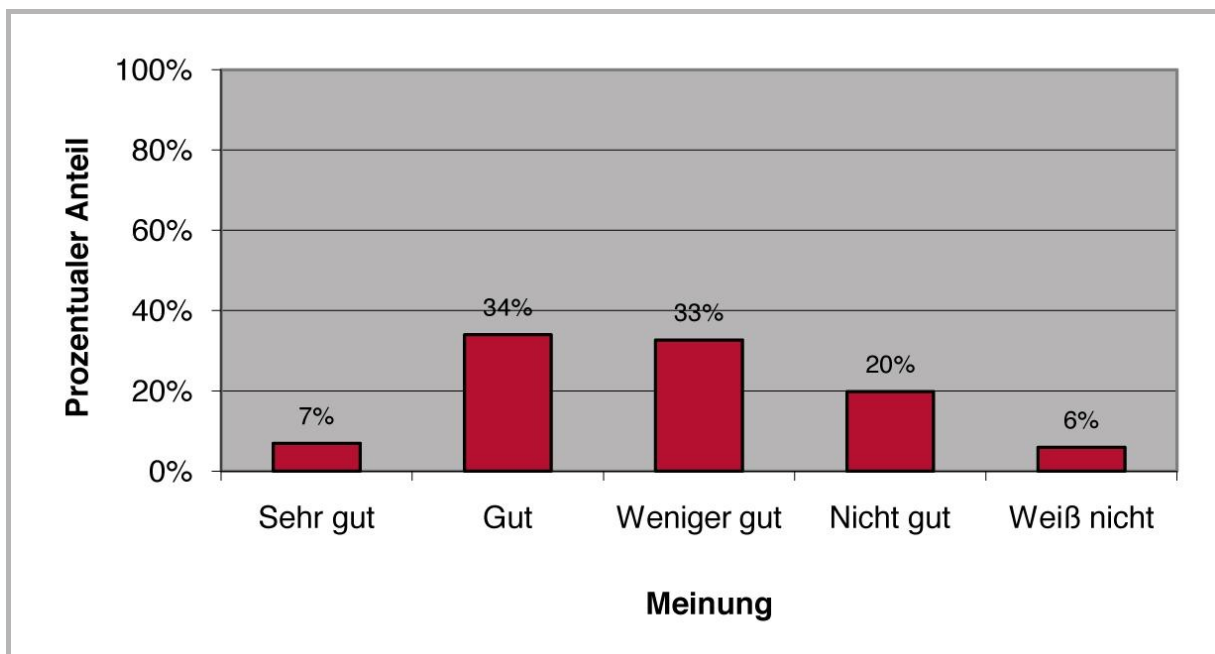


Abbildung 28: Meinung über Assessment-Center auf Online-Karriereportalen



Die Möglichkeit, sein Profil jederzeit bei einem Unternehmen auf den aktuellen Stand zu bringen, spricht 53% unserer Nutzer an (s. Abbildung 29). 31% empfanden dies sogar als sehr wichtig, was zeigt, dass eine solche Funktion auf Online-Karriereportalen von Vorteil sein könnte. Als genauso essenziell wird es aber auch angesehen, seine Eintragungen jederzeit löschen zu können (s. Abbildung 30). Hierfür sprachen sich 56% aus, während es gerade mal 2% für unwichtig hielten. Diese Anforderungen würden einem Bewerber-Management-System entsprechen.

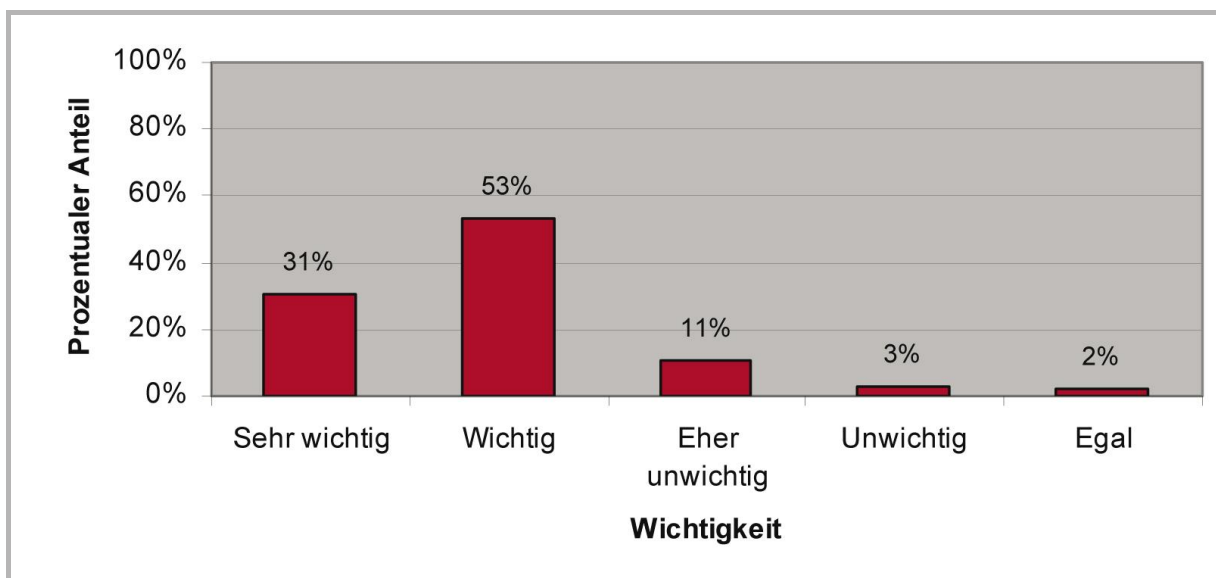


Abbildung 29: Meinung zur Möglichkeit Daten zu pflegen und zu aktualisieren

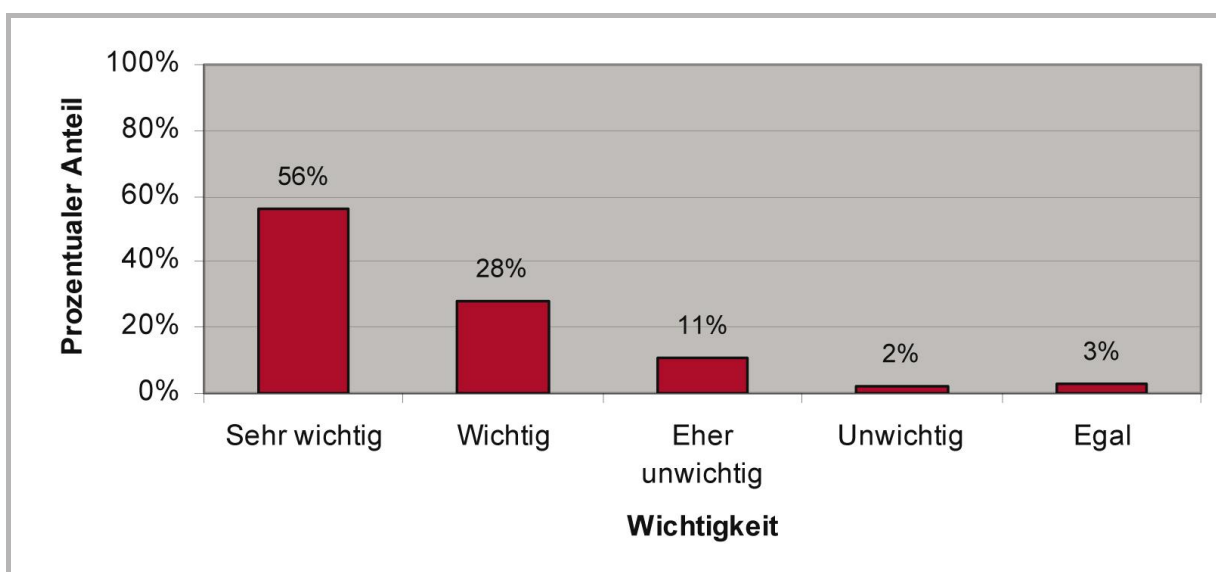


Abbildung 30: Meinung zur Möglichkeit Daten zu löschen



KAPITEL 4

Untersuchung der Online-Karriereportale von Unternehmen



4. Untersuchung der Karriereportale von Unternehmen

4.1 Marktumfeld von IT-Karriereportalen

Die Landschaft deutscher IT-Unternehmens-Karriereportale ist mehr als uneinheitlich. Trotz vieler Rankings branchenübergreifender Karriereseiten, die besonders gelungene Portale hervorheben und analysieren, bleibt der Bereich der IT-Branche mit seinen individuellen Erfordernissen weitestgehend unbeachtet. Gerade im IT-Sektor sind Nutzer mit hoher Internet-Affinität anzutreffen. So ist es naheliegend, dass Nutzer von IT-Karriereseiten an einem technisch anspruchsvollen Aufbau, der Nutzung und dem Design ein großes Interesse zeigen.

Im Folgenden werden nun die einzelnen Module mit ihren Inhalten erklärt und die Ergebnisse der Untersuchung besprochen.

4.2 Erzielte Ergebnisse nach Modulen

4.2.1 Ergebnisse im Modul ACCESS

Das Modul ACCESS hat im Durchschnitt aller Unternehmen mit 44,07% den höchsten Anteil, der in den jeweiligen Modulen maximal erreichbaren Punktzahlen erzielt. Die Ergebnisse der Einzelkriterienpunkte weisen eine recht starke Schwankung von 15,04% (Kriterium: *Suchfunktion im Karriereportal*) bis 79,91% (*Navigation/Inhalt*) auf. Die Best-Practice Auswertung spiegelt den Wert des Unternehmens wider, das den höchsten Anteil der im Modul ACCESS erreichbaren Punkte erzielt hat. Der Best-Practice-Wert im Bereich ACCESS ist mit 86,67%, im Vergleich zu den anderen Modulen, das am besten aufgestellte Ergebnis. Im Folgenden (s. Abbildung 31) werden die Ergebnisse in den jeweiligen Teilmodulen *Zugang zum Karriereportal*, *Aufbau und Struktur* und *Startseite* genauer erläutert, sowie die Bedeutung dieser Aspekte für das Karriereportal eines Unternehmens abgebildet.



Durchschnitte nach Kriterien
Modul 1 - ACCESS –

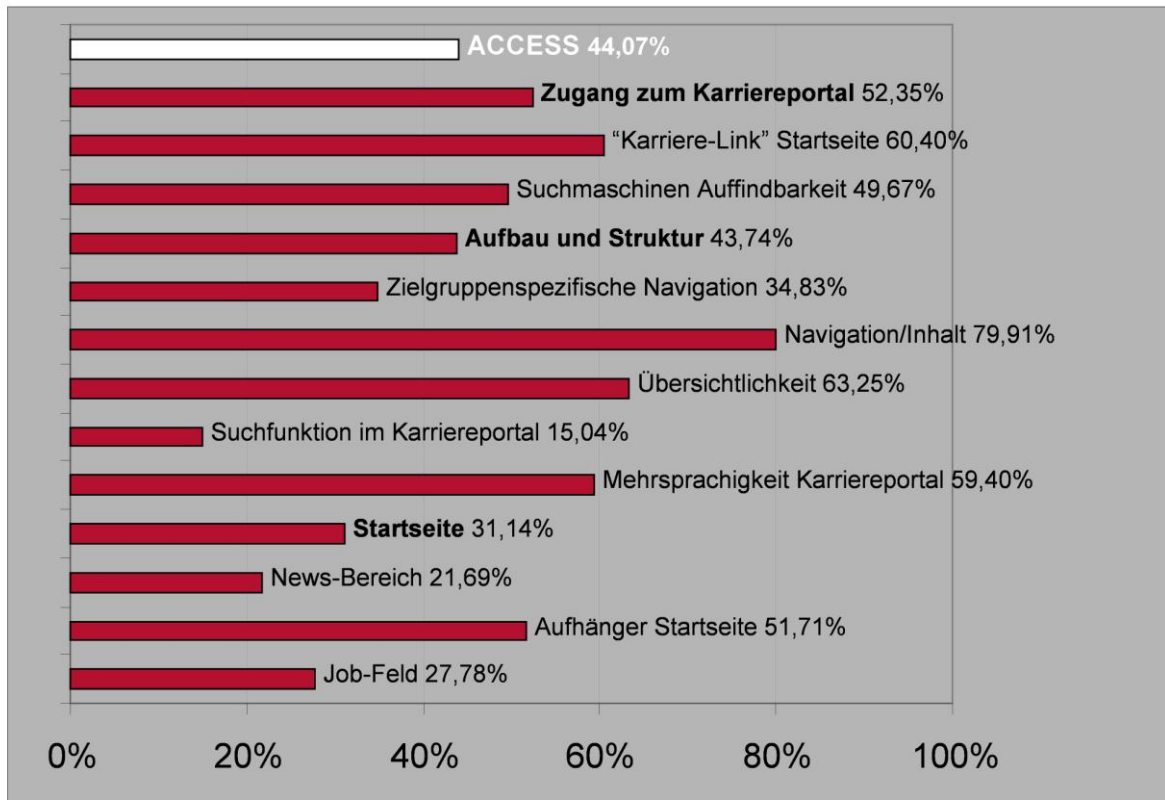


Abbildung 31: Durchschnitte Modul ACCESS

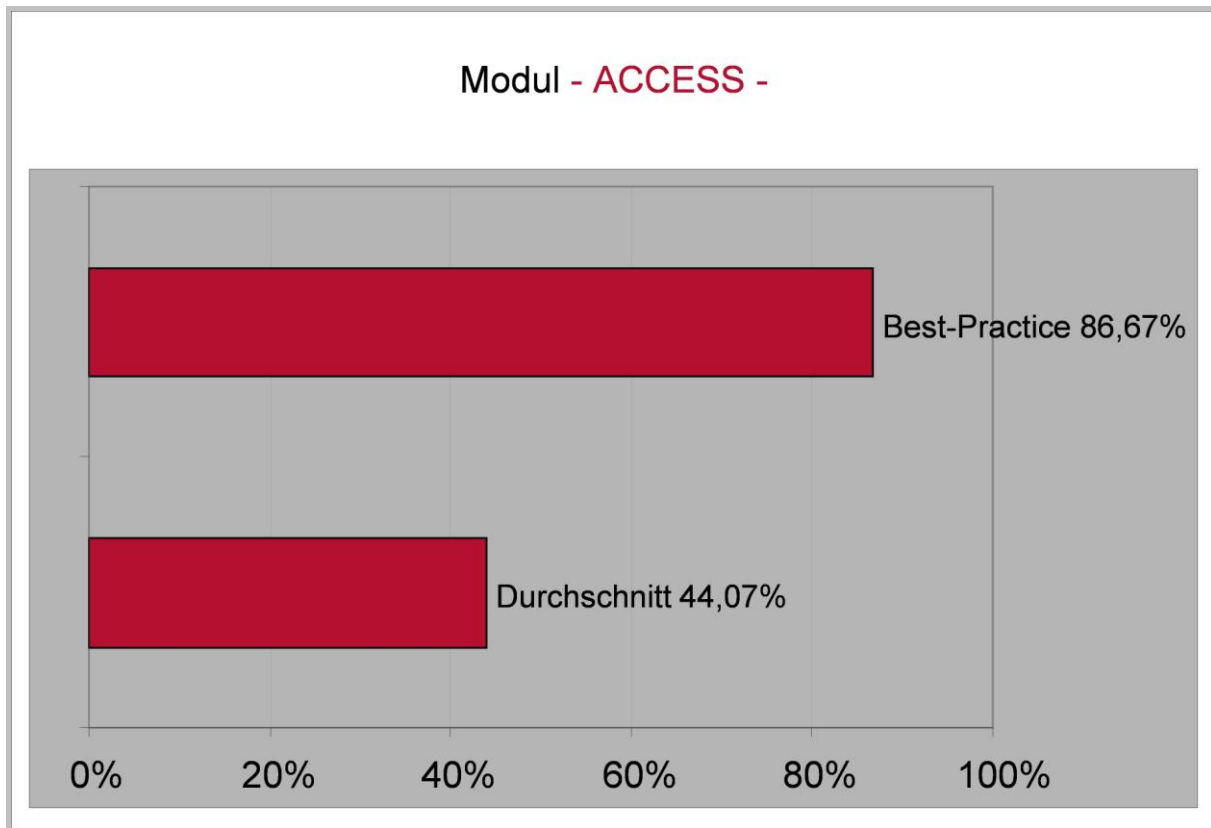


Abbildung 32: Durchschnitt & Best-Practice Modul ACCESS

4.2.1.1 Zugang zum Karriereportal

Das Kriterium *Zugang zum Karriereportal* im Modul ACCESS prüft die Suchmaschinen-Platzierung der jeweiligen Unternehmens-Karriereseiten - bei Eingabe der Suchbegriffe Karriere/Jobs/Stellen in Verbindung mit dem Firmennamen - in die Suchmaschine des Marktführers Google. Dieses Kriterium hat einen besonderen Stellenwert, da von ihm abhängt, wie schnell dem Nutzer die gewünschten Informationen zugänglich gemacht werden können.

Die sofortige Auffindbarkeit der HR-Seiten des Unternehmens bei Eingabe der gängigen Suchwörter „Karriere/Jobs/Stellen + Firmenname“ ist als Instrument eines Suchmaschinenmarketings von großer Bedeutung.

Des Weiteren wird unter dem Kriterium *Zugang zum Karriereportal* die Verlinkung zum Karriereportal von der Startseite der Unternehmenshomepage aus geprüft.

Die Dauer des Suchvorgangs des Nutzers hängt auch von der Auffindbarkeit des Karrierelinks auf der Startseite des Unternehmensauftritts ab. Dabei ist es ein klares



Gütekriterium, ob der Karrierelink auf der ersten Ebene der Internetseitennavigation zu finden oder ob dieser erst über einen anderen Link aufwendig zu erreichen ist.

4.2.1.2 Aufbau und Struktur

Das Kriterium *Aufbau und Struktur* spiegelt Aspekte der Navigation/Übersichtlichkeit, des Inhalts und der Nutzbarkeit der Startseite des Karriereportals wider. So wird mit dem ersten Teilkriterium die zielgruppenspezifische Navigation für die vier Bereiche *Auszubildende/Schüler*, *Studenten/Praktikanten*, *Young Professionals* und *Professionals* auf der Startseite des Karriereportals ermittelt. Das Vorhandensein der spezifischen Bewerberprofile ist laut Online-Umfrage für den Nutzer wichtig, da er sich auf diese Weise individuell angesprochen fühlt. Dies erhöht seine Motivation, sich über bewerbenspezifische Qualifikationsanforderungen, Einstiegs- und Weiterentwicklungs-Chancen zu informieren. Zudem verkürzt es die Suche nach bewerberrelevanten Informationen.

Ein weiteres Navigationskriterium ist die *Suchfunktion im Karriereportal*, die auf beinahe allen Unternehmensseiten als allgemeines Suchfeld, selten aber in Form einer Job-Schnellsuche entsprechend den Zielgruppen zu finden ist.

Bei der Deutsche Telekom AG findet sich auf der Startseite des Karriereportals eine Suchfunktion nach Art des Einstiegs und der gewünschten Tätigkeit in Form eines Dropdown-Menüs. Zudem besteht auf der Seite eine unmittelbare Verlinkung zur Jobschnellsuche und der erweiterten Jobsuche (s. Abbildung 33).



Abbildung 33: Suchfunktion im Karriereportal

Quelle: Deutsche Telekom AG

Unter dem Kriterium *Übersichtlichkeit* wird die Anzahl der Klicks von der Startseite des Karriereportals bis zur gewünschten Stellenanzeige erhoben.

Als weiterer Aspekt der *Übersichtlichkeit* wird das Vorhandensein einer „Mehr-Funktion“ herangezogen, die als weiterführender Link bei Informationen und Angaben auf der Karrierestartseite einen überladenen Eingangsbereich verhindern kann. Ein zusätzlicher wichtiger Punkt, der innerhalb des Kriterienkatalogs Beachtung findet, ist die Anzahl der karriererelevanten Hauptnavigationenpunkte im Karriereportal, im Idealfall sind dies 4-7 Links.

Das letzte Kriterium im Teilmodul *Aufbau und Struktur* erhebt die Mehrsprachigkeit des Karriereportals. Die meisten Unternehmen bieten Karriereseiten entsprechend den verschiedenen Unternehmensstandorten. Hier besteht in vielen Fällen jedoch noch großer Optimierungsbedarf hinsichtlich der Ausgestaltung deutscher Seiten. In vielen Fällen führt die Navigation von der deutschen Willkommens-Seite zum englischsprachigen (Haupt-) Karriereportal. Dies schränkt die Nutzbarkeit für deutschsprachige User stark ein, da es die Zeit für Such- und Informationsprozesse erheblich verlängert.

Ein positives Beispiel bietet die Deutsche Telekom AG, auf der schon zu Anfang zwischen den Sprachen Deutsch und Englisch gewählt werden kann (s. Abbildung 34).



Abbildung 34: "Mehr-Funktion", Hauptnavigationslinks, Sprachfunktion

Quelle: Deutsche Telekom AG

4.2.1.3 Startseite

Das Teilmodul *Startseite* geht noch detaillierter auf die Ausgestaltung des Eingangsbereichs ein. So wird der *News-Bereich* überprüft, der aktuelle Personalthemen, einen Veranstaltungskalender, Pressemitteilungen und Studien/Veröffentlichungen enthält. Bei



den Neuigkeiten über Personalthemen, Pressemitteilungen und Veröffentlichungen wird nicht die Verlinkung zu eben diesen, sondern die Vorstellung der Inhalte direkt auf der Startseite überprüft.

Ein weiteres Prüfkriterium ist die Ansprache der Bewerber auf der Startseite des Karriereportals. Im Idealfall sind eine Willkommensformel und ein Motivationsslogan/Karriereslogan vorhanden, z.B. nach dem Vorbild der Software AG (s. Abbildung 35).



Abbildung 35: Aufhänger Startseite

Quelle: Software AG

Ein weiterer Aspekt der Nutzerfreundlichkeit eines Karriereportals ist ein Angebot an aktuell vakanten Stellen auf der Startseite. Dies ermöglicht dem potenziellen Bewerber einen schnellen Überblick über die freien Jobs im Unternehmen und kann die Motivation für den weiteren Suchvorgang fördern.

Die zu überprüfenden Kriterien im Teilmodul *Startseite* sollen nicht vermitteln, dass allein die Quantität der Inhalte prämiert wird. Vielmehr geht es um ein ausgewogenes Verhältnis von Inhalt, Übersichtlichkeit und Design, das als Maßstab gesetzt wird.



4.2.2 Ergebnisse im Modul COMPANY

Das Modul COMPANY weist eine erhebliche Abweichung der Ergebnisse in den Einzelkriterien auf. So liegt für den Durchschnitt aller Unternehmen der geringste Anteil an der Maximalpunktzahl bei 0,85% (Kriterium: *Online-Spiele*), der höchste Anteil bei 70,66% (*Unternehmensdarstellung*), wie in Abbildung 36 zu sehen ist. Das Modul insgesamt schneidet mit 29,94% wesentlich schlechter ab als das Modul ACCESS (s. Abbildung 37). Die schlechte Durchschnittsplatzierung wird auch an deren großen Abstand zum Best-Practice-Wert von 79,49% deutlich.

47

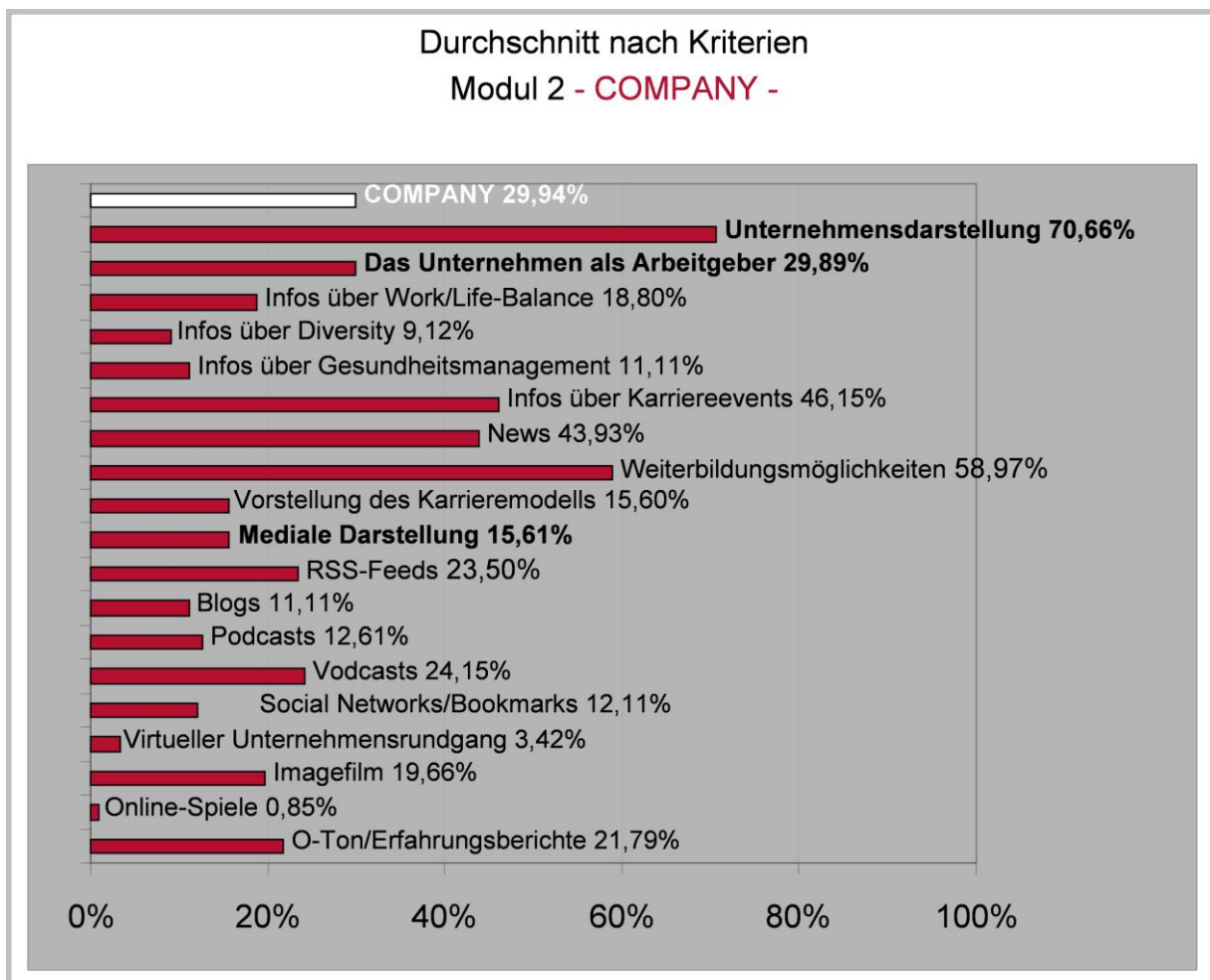


Abbildung 36: Durchschnitte Modul COMPANY

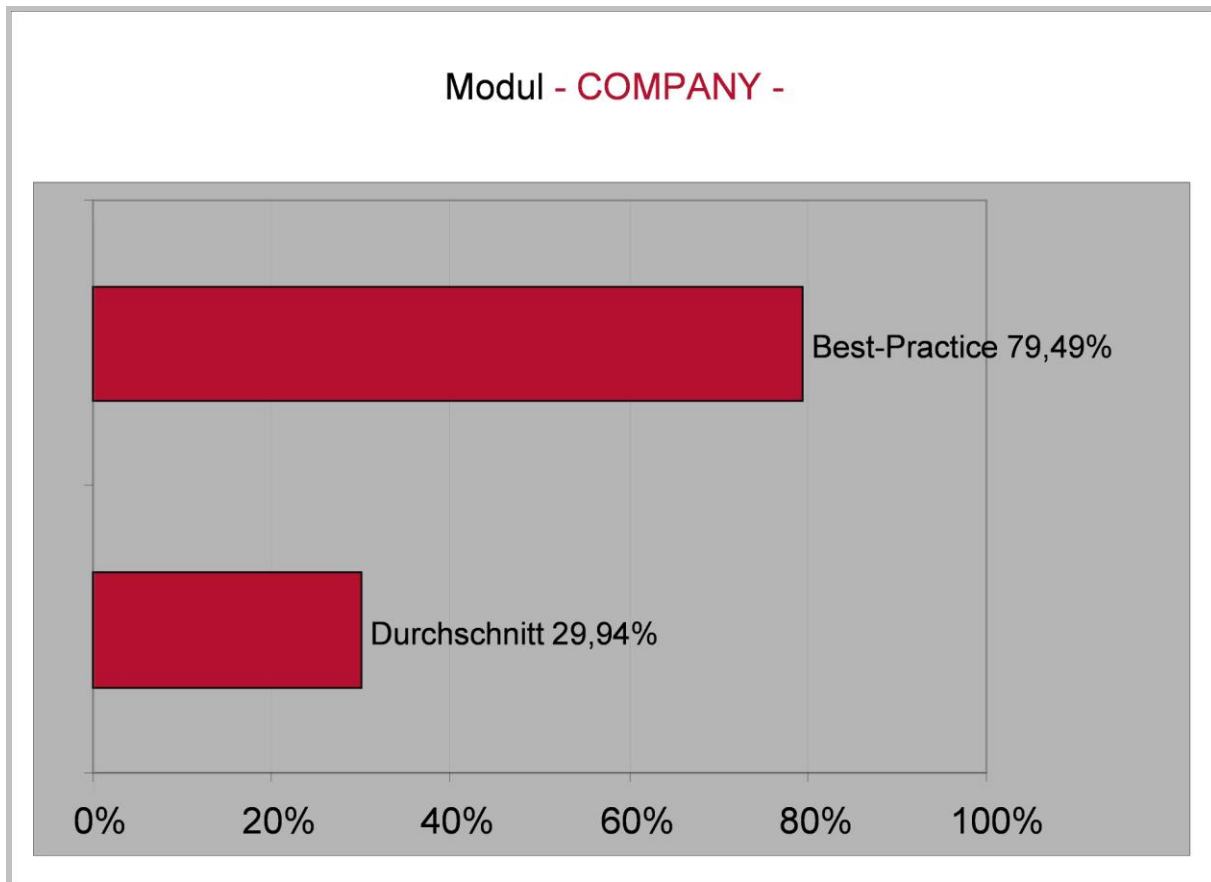


Abbildung 37: Durchschnitt & Best-Practice Modul COMPANY

4.2.2.1 Das Unternehmen stellt sich vor

Für potenzielle Bewerber sind Informationen über das Unternehmen von großer Bedeutung. Der Auftritt des Unternehmens in der Öffentlichkeit, sowie die Unternehmensgeschichte und –philosophie, können das Interesse gegenüber dem Unternehmen als Arbeitgeber erheblich beeinflussen und somit eine Bewerbung begünstigen. Auch die Bedeutung eben genannter Aspekte für das Employer Branding darf an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben.

Die Studie mit dem Titel „Most Wanted – Die Arbeitgeberstudie“ von *McKinsey* und dem Karrierenetzwerk *e-fellows.net* hebt die Bedeutung von Unternehmensmerkmalen als Anreiz für eine Bewerbung deutlich hervor.⁸ Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass weibliche Top-Bewerber einen besonders großen Wert auf die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens legen, männliche Bewerber sich hingegen maßgeblich von der Begeisterung

⁸ Presseportal, Pressemappe McKinsey & Company, Große Unterschiede bei der Arbeitgeberwahl zwischen Frauen und Männern (20.01.2010)



am Produkt als Anreiz für eine Bewerbung leiten lassen.

Die meisten untersuchten Unternehmen haben kein eigenes für das Karriereportal ausgearbeitetes Unternehmensprofil, sondern einen zur Unternehmenshomepage führenden Link. Gegenstand der Untersuchung hinsichtlich dieses Kriteriums sind der Zugang und die Navigation vom Karriereportal aus. Die unternehmensrelevanten Themen sollten unmittelbar auf den Karriereseiten erkennbar sein.

Besonders übersichtlich sind diese Aspekte bei DATEV eG umgesetzt, wo sich in der oberen Symbolleiste auf der Karrierestartseite unter dem Link *Über DATEV* eine übersichtliche Linkleiste öffnet, die alle relevanten Unternehmensinformationen enthält (s. Abbildung 38).

49



Abbildung 38: Unternehmensprofil

Quelle: DATEV eG



4.2.2.2 Das Unternehmen als Arbeitgeber

Dieses Kriterium besitzt einen besonderen Stellenwert in Bezug auf das externe Personalmarketing und Employer Branding. Hier werden dem potenziellen Bewerber Arbeitgeberleistungen und –werte zugänglich gemacht. Die Erwartungen an einen Arbeitgeber haben sich mit der Zeit maßgeblich verändert. Zusätzlich zu den Ansprüchen an das Gehalt, an die Arbeitsplatzsicherheit und an das Arbeitsklima hat sich durch einen Wandel hin zu postmaterialistischen Werten die Bedeutung von Karrierechancen, persönlicher Entfaltung und Work/Life-Balance aus der Sicht der Arbeitnehmer erhöht. Mit dem APRIORI-Kriterienkatalog wurden Informationen über Work/Life-Balance, Diversity, Gesundheitsmanagement, Weiterbildungsmöglichkeiten, das Karrieremodell und Karriere-Events/-News untersucht.

Themen wie Diversity, Work-Life-Balance, Gesundheitsmanagement, Weiterbildungsmöglichkeiten und das Karrieremodell setzen in Bezug auf das Employer Branding wichtige Signale. Der Bereich Diversity spielt dabei eine besondere Rolle, da durch die Würdigung und Akzeptanz der Verschiedenheit von Mitarbeitern bestehende Barrieren und Unsicherheiten bei einer Bewerbung abgebaut werden können.

Ein Beispiel für eine übersichtliche und vollständige Darstellung der genannten Themen lässt sich auf den Karriereseiten der Deutsche Telekom AG finden (s. Abbildung 39). Unter dem Link Work-Life-Balance sind zusätzlich weitere Informationen zu Gesundheitsvorsorge, Altersvorsorge, Kinderbetreuung und Arbeitszeitmodellen bereitgestellt.



Abbildung 39: Das Unternehmen als Arbeitgeber

Quelle: Deutsche Telekom AG

Die Darstellung des *Karrieremodells* eines Unternehmens dient nicht nur der Information über Leistungskriterien und Ausgestaltung von Karrierepfaden. Zum einen sind Karrieremodelle wichtig, um Bewerbern ihre potenziellen Möglichkeiten im Unternehmen aufzuzeigen. Zum anderen können sich Unternehmen mit interessanten und attraktiv ausgearbeiteten Karrieremodellen klar von anderen Unternehmen abheben. Darüber hinaus haben Karrieremodelle nach einer Unternehmensbefragung einen entscheidenden – wenn auch nicht unmittelbaren - Einfluss auf den Unternehmenserfolg.⁹

Eine gelungene Darstellung unternehmensinterner Entwicklungsmöglichkeiten und des Karrieremodells ist im Karriereportal der Steria Mummert Consulting AG zu finden (s. Abbildung 40).

⁹ APRIORI business solutions AG, Studie: Karrieremodelle 2010, S. 10



	Jobs	Andersdenkermacher	Einstieg	Entwicklung	Ihr Profil	Kontakt	News
--	------	--------------------	----------	-------------	------------	---------	------

Entwicklungsmodell
Entwicklungsrichtungen
Entwicklungsschritte
Training



Womöglich haben Sie Stärken,
die Sie noch nicht einmal erahnen.
Sie werden es erfahren.

Unsere Fokussierung auf Zukunftsbranchen bedeutet für Sie Abwechslung pur. Täglich verknüpfen Sie Branchenwissen mit informationstechnologischem Know-how und haben die Möglichkeit, unsere Projekte auf vielfältige Art und Weise zu bereichern. Sie legen sich nicht auf eine einzige Rolle fest, sondern entwickeln sich im Projektkontext stetig weiter. Den Rahmen für Ihre interdisziplinäre Entwicklung bildet NAVIGARE, ein Modell, das Ihnen Orientierung und konkrete Hilfestellung auf Ihrem Karriereweg bietet.

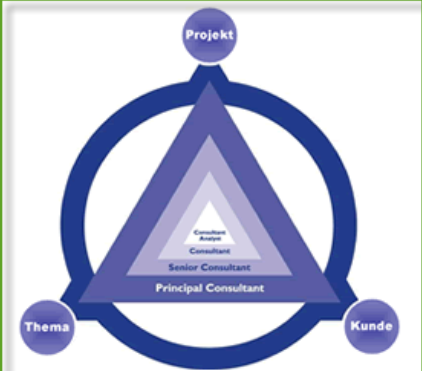


Abbildung 40: Weiterbildung & Karrieremodell

Quelle: Steria Mummert Consulting AG, NAVIGARE: Karrieremodell für Berater

Zusätzlich zu der Prüfung personalrelevanter News auf der Startseite im Modul ACCESS zu Beginn der Kriterienanalyse wird unter dem Prüfkriterium *das Unternehmen als Arbeitgeber* die Bereitstellung von Personal-News auf den Karriereseiten im Allgemeinen ermittelt. Personalrelevante Neuigkeiten und Publikationen können zum einen dazu beitragen, dass ein Unternehmen interessanter wird. Besonders aber können sie deutlich machen, dass Mitarbeiter in ihren Belangen ernst genommen werden. Zudem können durch Unternehmenspublikationen, die durch die Eingabe des entsprechenden Themengebiets in eine Suchmaschine auffindbar sind, andere Internetnutzer auf das Unternehmen aufmerksam gemacht werden.



4.2.2.3 Mediale Darstellung

Die mediale Darstellung von Inhalten in Form von RSS-Feeds, wie Podcasts oder Blogs auf den Karriereseiten, weist auf eine innovative Einstellung der Unternehmen gegenüber aktuellen technischen Rahmenbedingungen hin. Besonders kann sich ein Karriereportal mit einem Angebot an attraktiven Extras, wie virtuellen Unternehmensrundgängen und Imagefilmen, hervorheben. Neben diesen Elementen wird auch die Möglichkeit der Verlinkung zu Social Bookmarks als Kriterium abgeprüft, welche die soziale Gemeinschaft und Interaktion der Nutzer fördert. Auch eine Vorstellung spezifischer Karriereverläufe und Arbeitsinhalte durch Mitarbeitererfahrungsberichte wird durch den Kriterienkatalog überprüft. Aus der Sicht des Personalmarketings können diese Aspekte von nicht unerheblicher Bedeutung sein. DATEV verweist beispielsweise gleich auf der Startseite des Karriereportals auf die medialen Extras (s. Abbildung 41).



Stellenangebote
Sie suchen nach freien Stellen bei DATEV? Finden Sie hier das passende Angebot. Informieren Sie sich direkt über die Qualifikationen, die Sie mitbringen sollten und die Perspektiven, die wir Ihnen zu bieten haben. [mehr](#) ➔

Absolventen & Berufserfahrene
Sie haben das Studium erfolgreich abgeschlossen oder bereits berufliche Erfahrungen gesammelt? Suchen Sie eine neue Herausforderung, die Ihren beruflichen und privaten Vorstellungen entspricht? Dann ist der Direkteinstieg mit individueller Einarbeitung vielleicht das Richtige für Sie. [mehr](#) ➔

Studierende
Sie verfolgen Ihr Studium mit Leidenschaft und Erfolg und möchten Ihr erworbenes Wissen in die Praxis umsetzen? Dann informieren Sie sich hier über Praktika, studienbegleitende Jobs oder die Möglichkeit Ihre Abschlussarbeit bei DATEV zu schreiben. [mehr](#) ➔

Sie haben Fragen? Gerne stehen wir Ihnen zur Verfügung.
[Kontakt](#)

Suche
im Bereich Karriere. Bitte geben Sie einen Suchbegriff ein.

[Suchen](#)

- [Audio: Interview mit Personalvorstand Jörg Rabe von Pappenheim](#)
- [Video: Absolventenkongress](#)
- [DATEV im Web 2.0](#)

Abbildung 41: Mediale Darstellung

Quelle: DATEV eG

Über den Link *DATEV im Web 2.0* sind Multimedia-Features in Form von Podcasts, Videos, Audiobeiträgen, Demos und Social Media-Verlinkungen zugänglich. Zum Thema Podcasts ist ein FAQ-Bereich mit Anwendungshilfen und Begriffsklärungen vorhanden. Der Video- und Audibereich ist ausschließlich auf Karrierethemen ausgerichtet.

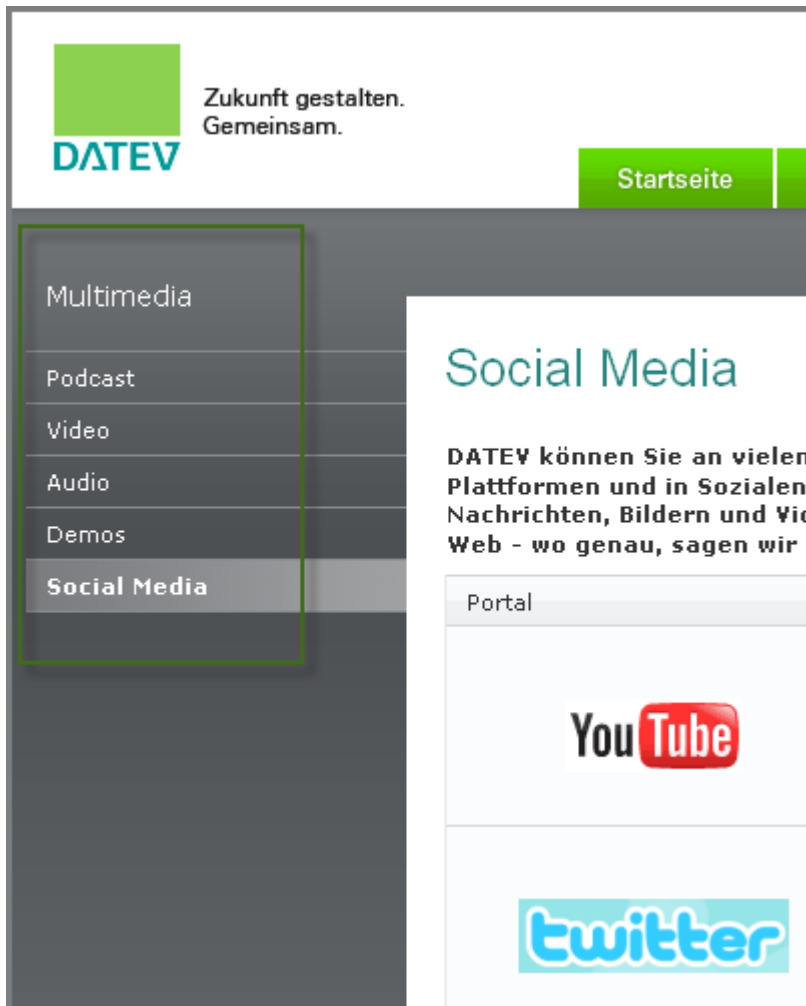


Abbildung 42: Multimedia - Features: Social Bookmarks

Quelle: DATEV eG

Bei DATEV eG wird dem Nutzer unter der Rubrik *Social Media* die Möglichkeit geboten, sich mit den Plattformen *You Tube*, *Twitter*, *Facebook*, *Flickr*, *Mister Wong* und *Delicious* zu verlinken. Für die Zielgruppe der Schüler ist ein spezieller Ausbildungsblog eingerichtet. Außerdem findet sich bei DATEV eG eine gelungene Übersicht über Tätigkeitsprofile und Lebensläufe von Mitarbeitern (s. Abbildung 43).



Karriere

Stellenangebote

Absolventen & Berufserfahrene

Studierende

Schüler

Arbeitgeber DATEV

Werte und Kultur

Menschen bei DATEV

Markus Donhardt

Dr. Katja Preisling

Dr. Horst Silberhorn

Udo Simon

Leistungen

Work-Life-Balance

Broschüren

Veranstaltungskalender

Tipps zur Bewerbung

FAQ

Menschen bei DATEV

Sie interessieren sich für einen Direkteinstieg bei DATEV? Wenn Sie wissen möchten, wie Ihre Karriere bei uns aussehen könnte, schauen Sie sich die beispielhaften Lebensläufe an. Sie zeigen Ihnen die Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten in den verschiedenen Unternehmensbereichen.

	<u>Markus Donhardt</u> Unternehmens-zweig: Produktion Abteilung: Kommunikationstechnik Status: Abteilungsleiter		<u>Dr. Katja Preisling</u> Unternehmens-zweig: Außendienst Abteilung: Unternehmensmarkt Status: Teamleiterin
	<u>Udo Simon</u> Unternehmens-zweig: Rechnungswesen/ Jahresabschluss Abteilung: Vermarktung Rechnungswesen und Unternehmensmarkt Status: Fachberater		<u>Dr. Horst Silberhorn</u> Unternehmens-zweig: Entwicklung Abteilung: Betriebliches Rechnungswesen Status: Mitarbeiter

Abbildung 43: Mitarbeitererfahrungsberichte

Quelle: DATEV eG



SAS Deutschland bietet eine interaktive Tour mit Unternehmensprofil, Daten, Fakten und Kommentaren (s. Abbildung 44).



Abbildung 44: Virtueller Unternehmensrundgang

Quelle: SAS Institute GmbH

Die Steria Mummert Consulting AG präsentiert detaillierte Imagefilme über die Arbeit im Team und einer Erläuterung des Anforderungsprofils an potenzielle Mitarbeiter von der Personal-/Recruitingverantwortlichen des Unternehmens (s. Abbildung 45). Diese Videos vermitteln interessierten Portalnutzern einen prägnanten Einblick in die Anforderungen an Bewerber und die Tätigkeiten als zukünftige Arbeitnehmer.





**Die Andersdenkermacher
zum Angucken
und Downloaden.**

In unserer Mediathek finden Sie weitere Informationen über Steria Mummert Consulting. Aktuell haben Sie die Möglichkeit, sich unsere Bewerberbroschüre herunter zu laden sowie Steria Mummert Consulting in einem Video näher kennen zu lernen.

➔ [zur Bewerberbroschüre](#)

Unser aktuelles Imagevideo:



00:00/00:00 [Speaker Icon] [Fullscreen Icon]

Weitere Videos Empfehlen

Abbildung 45: Imagefilm

Quelle: Steria Mummert Consulting AG



4.2.3 Ergebnisse im Modul CAREERS

Das Modul CAREERS ist mit einem durchschnittlichen Anteilswert von 35,54% an der in diesem Modul erreichbaren Gesamtpunktzahl besser aufgestellt als das Modul COMPANY, reicht jedoch nicht an das Ergebnis im Modul ACCESS heran. Die Ergebnisse der Teilkriterien im Modul CAREERS weisen eine geringere Streuung auf, als die vorigen Module ACCESS und COMPANY (s. Abbildung 46). So liegt der schlechteste Wert der Kriterien bei 23,08% (*Job-Agent*), der beste Wert bei 48,11% (*Einfache Jobsuche*). 82,5% wurde vom Best-Practice erreicht, während der Durchschnitt auf 35,45% kam (s. Abbildung 47).

59

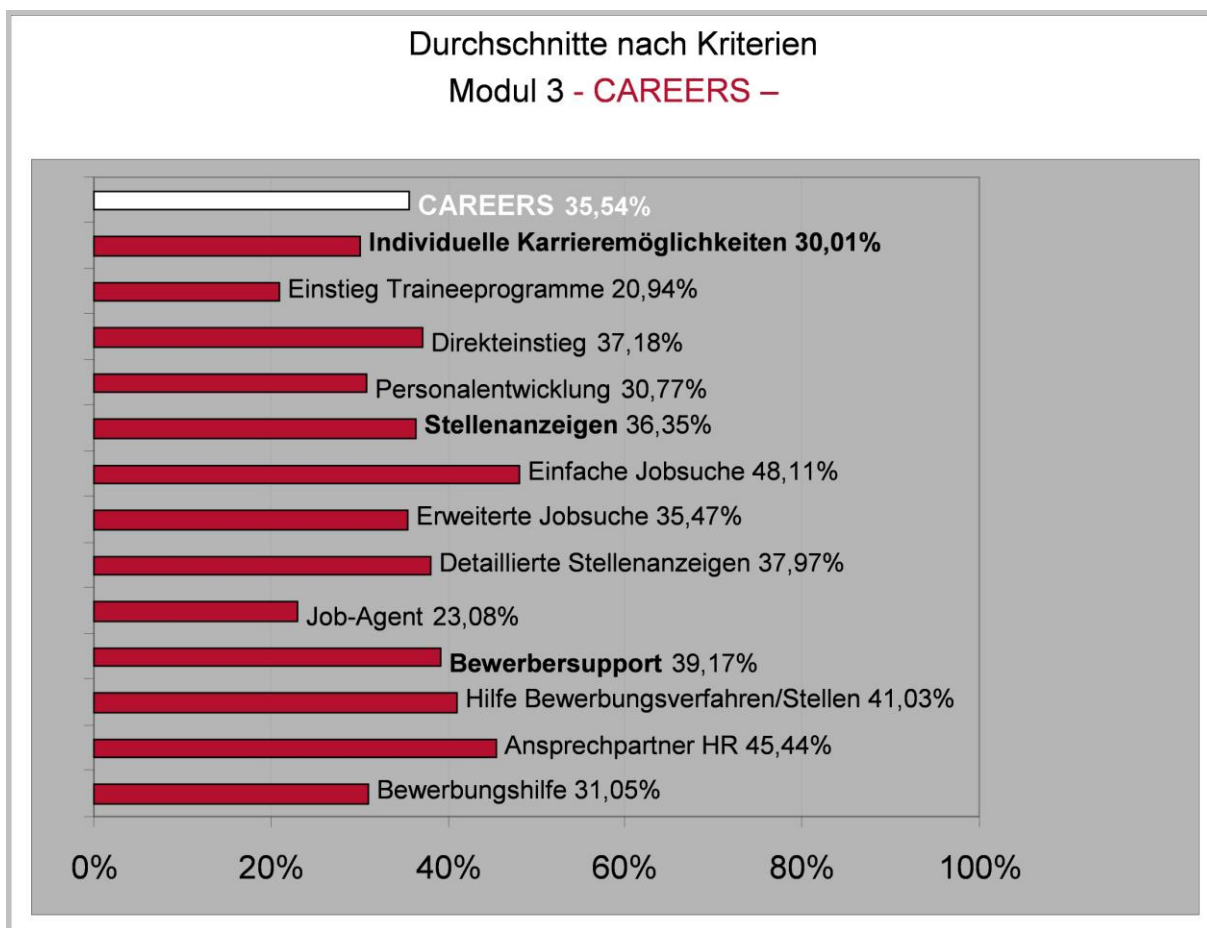


Abbildung 46: Durchschnitte Modul CAREERS

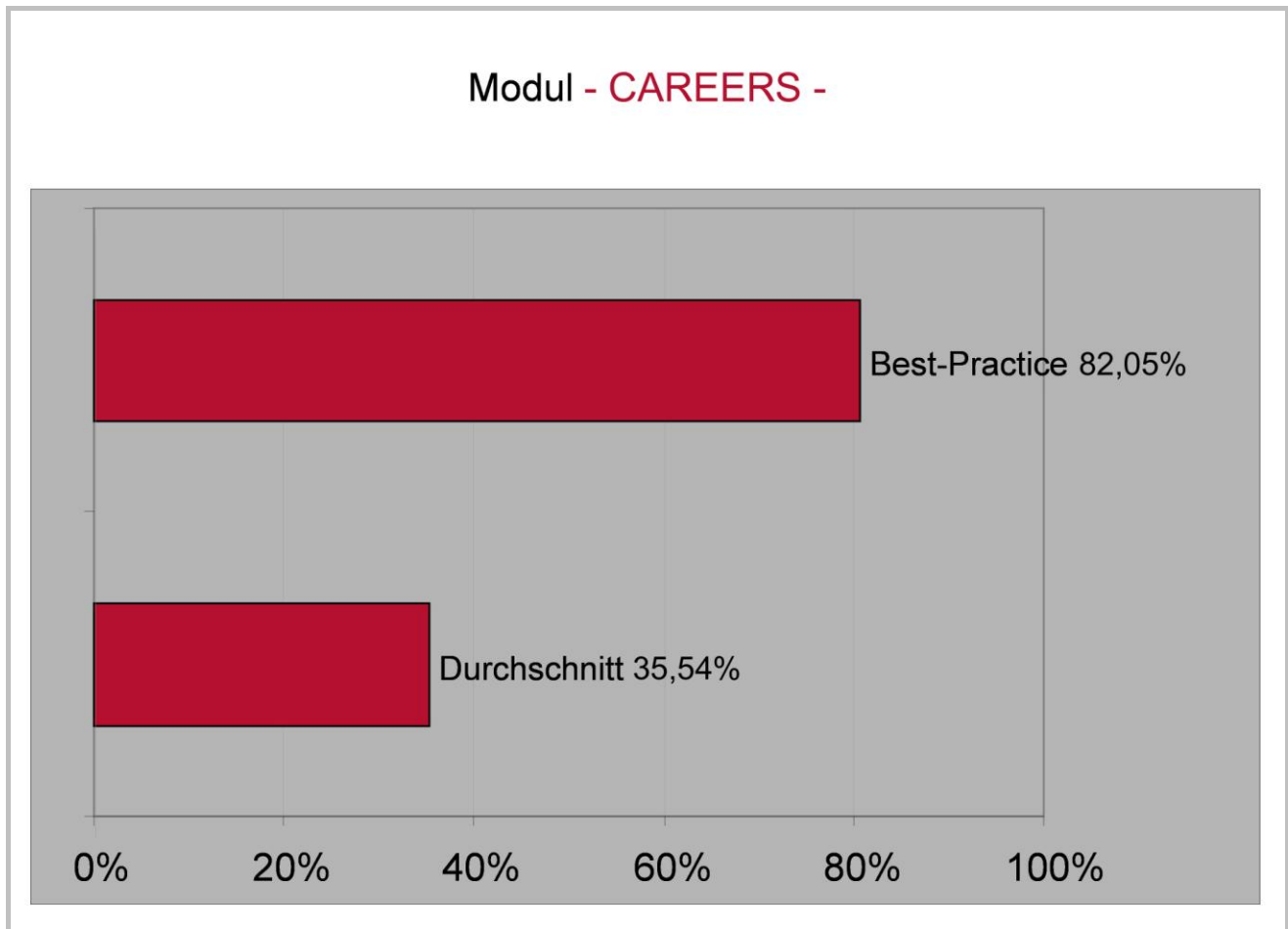


Abbildung 47: Durchschnitt & Best-Practice Modul CAREERS

4.2.3.1 Individuelle Karrieremöglichkeiten

Die klare und detaillierte Darstellung von Karriere-, Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten in einem Unternehmen ist für die Gewinnung von High Potentials angesichts der Verknappung der Fachkräfte von herausgehobener Bedeutung. Dazu gehört in erster Linie, dass die karriererelevanten Informationen nach Einstiegerzielgruppen und einzelnen Laufbahnen aufbereitet sind. Bewerber wollen individuell angesprochen und wahrgenommen werden.

Unter dem Teilmodul *Individuelle Karrieremöglichkeiten* wird die Informationstiefe über Einstiegsmöglichkeiten und Personalentwicklungsmaßnahmen auf den Karriereseiten der Unternehmen geprüft. So sind Angaben über den Ablauf und die beruflichen Perspektiven von Trainee- und Ausbildungsprogrammen relevant sowie Hinweise über die Einarbeitung

im Falle eines Direkteinstiegs. Im Bereich Personalentwicklung werden die Aspekte Mitarbeiterbeurteilung, Seminare, Schulungen, Karriereberatung und Talentmanagement evaluiert.

Bei DATEV eG öffnen sich, entsprechend den jeweiligen Bewerberzielgruppen über den Mouse-Over-Effekt, detaillierte Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten (s. Abbildung 48).



Abbildung 48: Individuelle Karrieremöglichkeiten

Quelle: DATEV eG

4.2.3.2 Stellenanzeigen

Ein weiteres Teilmodul im Prüfbereich CAREERS sind die *Stellenanzeigen*. In diesem Teilmodul werden die zielgruppenspezifische Jobsuchfunktion und die detaillierten Stellenanzeigen in ihrer Nutzerfreundlichkeit überprüft. Die Jobsuchfunktion im Karriereportal kann eine Schnellsuchfunktion genauso wie eine erweiterte Suche mit



einzelnen Suchkriterien enthalten.

Bei der Dimension Data AG sind ein Schnellsuch- sowie ein detaillierter Jobsuchbereich implementiert (s. Abbildung 49). Des Weiteren sind eine Anwendungshilfe für die Jobsuche sowie ein Job-Agent für den Erhalt benutzerspezifischer Stellenangebote über Mail vorhanden.

Abbildung 49: Jobsuche

Quelle: Dimension Data AG

Bei den einzelnen *Stellenanzeigen* sind besonders die Aussagekraft der Stellenbeschreibung und die Informationsgenauigkeit wichtige Faktoren. Um Falschbewerbungen zu vermeiden, könnten die Qualifikationsanforderungen an die spezifische Stelle und eine genaue Tätigkeitsbeschreibung erläutert sein. Zudem sollte die Stellenausschreibung leicht verständlich sein und einen übersichtlichen Aufbau aufweisen.



Um dem Nutzer die Bewerbung zu erleichtern, können am Ende der Stellenbeschreibung Kontaktinformationen des Personalverantwortlichen aufgeführt sein. Darüber hinaus ist ein unmittelbarer Link zum Bewerber-Management-System ein wichtiger Faktor sowie die Standard-Funktionalitäten „Weiterempfehlen der Stellenanzeige“ und „Druckmöglichkeit“. Ein weiteres Prüfkriterium des Teilmoduls *Stellenanzeigen* ist die Möglichkeit der Einrichtung eines Job-Agenten, der dem Nutzer die Möglichkeit bietet, sich unverbindlich über neue Stellen informieren zu lassen. Im besten Fall lässt sich ein vom Bewerber gewünschtes Jobprofil hinterlegen. Von der zu erreichenden Punktzahl im Bereich *Job-Agent* wurden im Durchschnitt von allen Unternehmen nur 23,08% erreicht. 85 der 105 untersuchten Unternehmen haben keinen Job-Agenten, was ein großes Entwicklungspotenzial in diesem Bereich eröffnet.

4.2.3.3 Bewerbersupport

Im Teilmodul Bewerbersupport werden Hilfefunktionen zum Bewerbungsverfahren und Stellen, sowie die Kontaktmöglichkeiten zu HR-Ansprechpartnern abgefragt. Ein Bewerber-Management-System sollte einen klar definierten Hilfe- und Informationsbereich zum Bewerbungsverfahren, den angeforderten Bewerbungsunterlagen und einem potenziellen Bewerbungsgespräch enthalten. Hilfefunktionen sollten dem Nutzer in Form einer FAQ-Seite, einer Hotline und einem E-Mail Support zur Verfügung stehen.

Auf der Startseite des Karriere-Portals des Unternehmens Deutsche Telekom AG sind unter dem Link *Kontakt und Service* die Kontaktdaten der Recruitingexperten für die spezifischen Bewerbergruppen angegeben, sowie ein FAQ-Bereich zu Stellenausschreibungen und Bewerbungsverfahren bereitgestellt (s. Abbildung 50). Die Deutsche Telekom AG hat in ihrem Bewerber-Management-System darüber hinaus einen Fachsupport für Probleme bei der Online-Bewerbung und gibt Informationen zur Bearbeitung oder Löschung von Bewerbungen oder des Bewerber-Profiles.



Jobsuche Arbeitgeber Telekom Schüler Studenten Absolventen Professionals Kontakt & Service	KONTAKT Infoline für Studenten, Absolventen und Professionals Unsere Recruiting-Experten beantworten Ihnen gerne alle Fragen rund um das Thema Einstieg und Karriere-perspektiven bei der Deutschen Telekom. Wenden Sie sich hierfür bitte an folgende Rufnummer: 0711/972-80000. Darüber hinaus können Sie Ihre Fragen gerne auch per Mail an folgende E-Mail-Adresse jobs@telekom.de an uns richten. Infoline für Schüler, Auszubildende und duale Studiengänge Fragen rund um die Ausbildung bei der Telekom beantwortet Ihnen gerne das Team der Ausbildung. Sie erreichen uns telefonisch unter 0800 298244636 oder per E-Mail an die Adresse ausbildung@telekom.de.	FRAGEN UND ANTWORTEN Wichtige Infos Wir haben für Sie die Antworten auf die wichtigsten Fragen zusammengestellt. Ausschreibung und Bewerbung ➤ Praktika ➤ Studienabschlussarbeit ➤ Werkstudenten ➤
--	---	--

Abbildung 50: Bewerbersupport

Quelle: Deutsche Telekom AG

In Bezug auf die Bereitstellung eines persönlichen HR-Ansprechpartners auf den Karriereseiten bedarf es einer genaueren Betrachtung.

In diesem Kriterium sind durchschnittlich 45,44% der möglichen Punktzahl erreicht worden. Viele der untersuchten Unternehmen haben nicht die vollständigen Kontaktdaten (Mail, Telefon) des HR-Ansprechpartners angegeben. Die wenigsten der Unternehmen präsentieren ein Foto des Personalverantwortlichen. Ein weitaus größeres Problem ist die Übersichtlichkeit und Zugänglichkeit der HR-Kontaktdaten, die durch die Kriterienanalyse nur schwer abgebildet werden kann. Die Kontaktdaten von Personalverantwortlichen sind in vielen Fällen höchst aufwendig zu finden. Oftmals sind diese z.B. erst am Ende einer Stellenanzeige aufgeführt.

Ein positives Beispiel lässt sich bei der PC-Ware Information Technologies AG finden. Hier sind die vollständigen Human Resources Kontaktdaten gleich auf der Startseite des Karriereportals zu finden (s. Abbildung 51).



Home » Über PC-WARE » Karriere

Karriere

Ihr Ansprechpartner

Anita Lauter
Human Resources

PC-Ware Information Technologies AG
Blochstraße 1
04329 Leipzig

personalmanagement@pc-ware.de
phone: +49 (0) 341 2568-000
fax: +49 (0) 341 2568-999

[Download vCard](#)

Abbildung 51: HR - Kontaktdaten

Quelle: PC-Ware Information Technologies AG



4.2.4 Ergebnisse im Modul APPLICATION

Der Durchschnitt des Gesamtmoduls APPLICATION liegt mit 24,85% erheblich hinter den übrigen 3 Modulen (s. Abbildung 52). Auch die Streuung der einzelnen Kriterien innerhalb des Moduls ist auffällig groß. Dabei liegt das am schlechtesten abschneidende Kriterium (*E-Assessment*) bei 0,85% und das bestplatzierte Kriterium bei 51,39% (*Möglichkeit der Bewerbung per Post*). Der schlechte Durchschnittswert des Gesamtmoduls (24,85%) wird besonders an dessen großer Diskrepanz zum Best-Practice-Wert (61,90%) deutlich (s. Abbildung 53).

Der wichtigste Prüfbereich im Modul APPLICATION bildet E-Recruiting-Modalitäten ab. Dazu gehören die Bewerbung via Mail oder Onlinebewerbungsbogen sowie die Funktionalität und Ausgestaltung des Bewerber-Management-Systems. Das E-Recruiting soll hier als Teil des Kriterienkatalogs deshalb hervorgehoben werden, da es aus der Sicht eines Großteils von Unternehmen ein hohes Optimierungspotenzial in sich birgt. Dies machten die Ergebnisse der Studie "Recruiting Trends 2009" deutlich.¹⁰ Auch wurde in der Studie festgehalten, dass E-Recruiting-Maßnahmen die Kosten- und Zeitersparnis bei einem Großteil der befragten Unternehmen erheblich steigern konnten.

¹⁰ ATZ Online, Studie: Online zum neuen Job liegt im Trend,
<http://www.atzonline.de/Aktuell/Nachrichten/1/9473/Studie-Online-zum-neuen-Job-liegt-im-Trend.html>



Durchschnitt nach Kriterien
Modul 4 - APPLICATION -

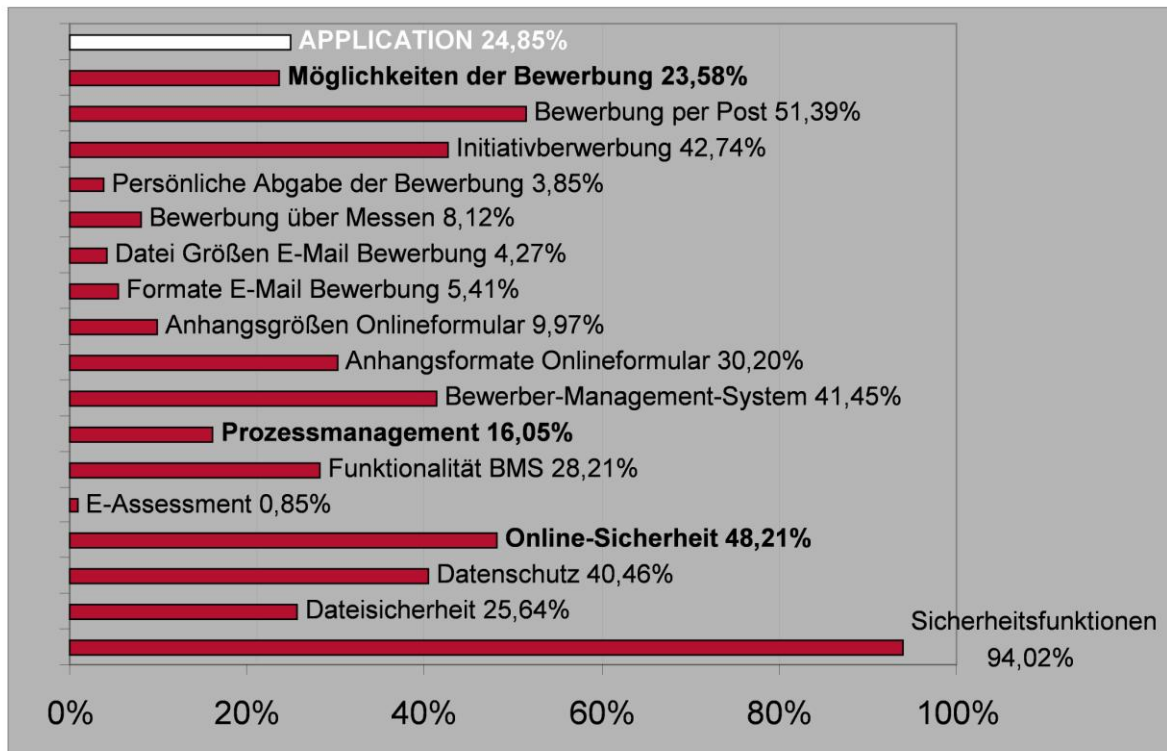


Abbildung 52: Durchschnitte Modul APPLICATION

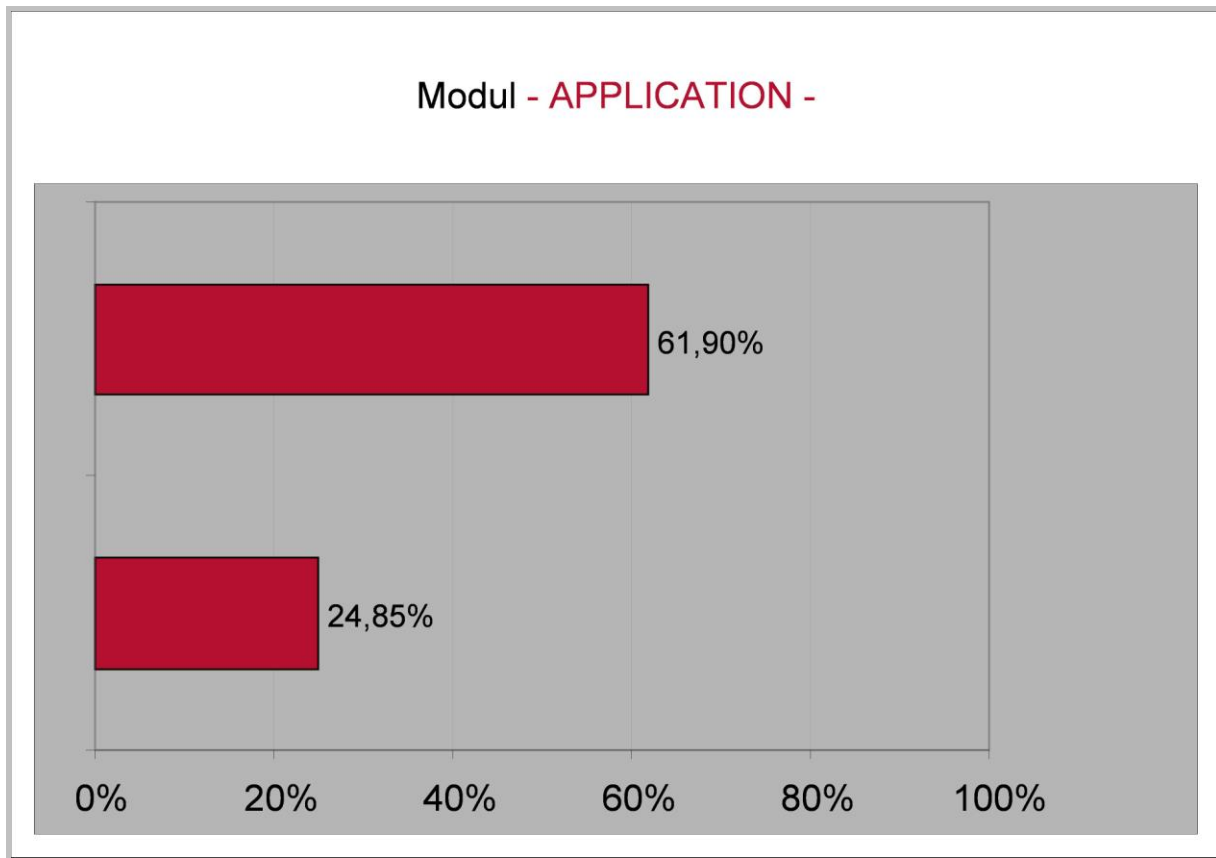


Abbildung 53: Durchschnitt & Best-Practice Modul APPLICATION

4.2.4.1 Möglichkeiten der Bewerbung

Die aktuellen technologischen Erfordernisse an Recruiting-Prozesse verlangen eine Abkehr von rein konservativen Bewerbungswegen. So erfasst das Teilkriterium *Möglichkeiten der Bewerbung* als ersten Punkt die Informationen über die *Vielfalt der Bewerbungsoptionen*. Weitere Prüfkriterien sind *Informationen über mögliche Datei-Größen und –Formate als Anhang* bei der E-Mail-Bewerbung und dem Onlineformular, sowie die Art der Ausgestaltung des Online-Bewerbungsbogens.

Gerade der Online-Bewerbungsbogen, als Teil eines Bewerber-Management-Systems, ist von entscheidender Bedeutung, da dieser für den Bewerber erhöhte Nutzerfreundlichkeit und für die Personalabteilung eine Zeit- und Kostenersparnis darstellt. Der Online-Bewerbungsbogen kann Angaben zum Datenschutz sowie einen Hinweis zu Größe und Format der beizufügenden Dateien enthalten. Aus Sicht der Nutzerfreundlichkeit für den Bewerber ist eine Time-Out Funktion beim Online-Bewerbungsbogen nicht vorteilhaft, da



der Zeitaufwand bei einer erneuten Eingabe von Daten erheblich erhöht wird. Die Möglichkeit der Zwischenspeicherung der Angaben ist hingegen sehr wichtig, da der Nutzer den Ausfüllprozess beliebig unterbrechen und anschließend fortsetzen kann. Nicht in allen Fällen ist ein Online-Bewerbungsbogen in ein Bewerber-Management-System (BMS) integriert, welches die Speicherung und Änderung von Bewerberprofil und Bewerberdateien ermöglicht.

Aus der Perspektive des E-Recruiting ist die Implementierung eines Bewerber-Management-Systems besonders relevant. Ein Bewerber-Management-System ermöglicht eine effizientere und transparentere Nutzung und Verwaltung von digitalen Bewerberdaten und beschleunigt somit den Recruiting-Prozess. Der Außeneffekt einer solchen Prozessoptimierung stellt zudem einen nicht unerheblichen Imagegewinn dar.

Im Teilmodul *Möglichkeiten der Bewerbung* wurden im Unternehmensdurchschnitt 22,74% der erreichbaren Punktzahl erzielt. Dies ist vorrangig auf das schlechte Abschneiden im Teilmodul *Möglichkeiten der Bewerbung* zurückzuführen.

4.2.4.2 Prozessmanagement

Das Kriterium *Prozessmanagement* prüft die Funktionalität des Bewerber-Management-Systems sowie E-Assessment-Funktionen als Teil des BMS. Aspekte der Funktionalität beim BMS werden durch das Vorhandensein eines Bewerber-Logins, die Möglichkeit einer Löschung und Ergänzung des Bewerberprofils und einem Statusbericht über den Stand laufender Bewerbungen bestimmt. Ein weiterer Punkt ist die Verfügbarkeit von Kontaktdaten eines Ansprechpartners für Fragen und Hilfestellungen innerhalb des BMS. Im Gesamtbereich *Prozessmanagement* sind nur durchschnittlich 16,05% der maximal erreichbaren Punktzahl erzielt worden. Das schlechte Abschneiden kommt durch die geringe Anzahl von Unternehmen, die E-Assessment-Verfahren im Karriereportal vorweisen können, zustande. E-Assessment als innovative E-Recruiting-Maßnahme ist als eignungsdiagnostisches Testverfahren ein mögliches Instrument der Personalauswahl. Diesbezüglich gibt es bei Karriereportalen einen großen Entwicklungsbedarf.



4.2.4.3 Onlinesicherheit

Datenschutz, Dateisicherheit und Sicherheitsfunktionen sind Aspekte, die im Zuge des Kriteriums *Onlinesicherheit* examiniert werden. Diese sind besonders hinsichtlich der Karriereportale wichtig, da hier persönliche Daten und Unterlagen in großem Umfang übermittelt und aufbewahrt werden. Im Bereich Online-Sicherheit wurden durchschnittlich 35,29% der maximal erreichbaren Punkte erzielt. Dabei wurden besonders wenige Punkte bei den Informationen über die Dateisicherheit erreicht, obwohl dies den Usern der Onlineumfrage als sehr wichtig erscheint.



KAPITEL 5

Die Top-3 Unternehmen als Best-Practice-Beispiele



5. Die Top-3 Unternehmen als Best-Practice-Beispiele

Das besondere Anliegen der Studie ist die Prämierung der besten Unternehmen in den vier Modulen, um so ein Gesamtbild der Best-Practice-Umsetzung entsprechend den vier Modulbereichen entstehen zu lassen. So werden im Anschluss die Ergebnisse der Top-3-Unternehmen jedes Moduls erläutert und die prägnanten Bereiche herausgestellt.

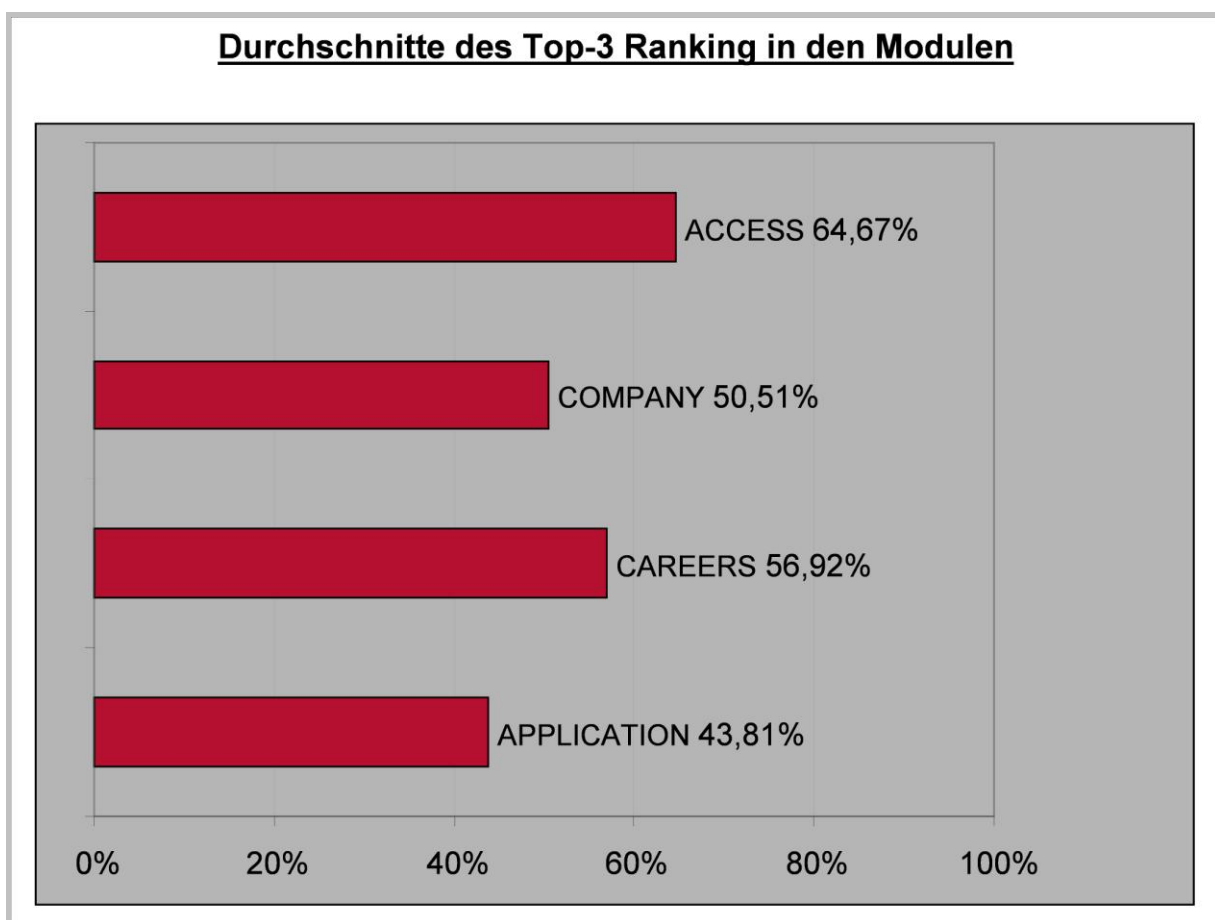


Abbildung 54: Durchschnitte Top-3



Top-3 Ranking	<u>Modul ACCESS</u>
Platz 1	Deutsche Telekom AG
Platz 2	Steria Mummert Consulting AG
Platz 3	Cirquent GmbH

Top-3 Ranking	<u>Modul COMPANY</u>
Platz 1	Datev eG
Platz 2	Deutsche Telekom AG
Platz 3	SAS Institute GmbH

Top-3 Ranking	<u>Modul CAREERS</u>
Platz 1	Steria Mummert Consulting AG
Platz 2	SAP AG
Platz 3	Siemens AG

Top-3 Ranking	<u>Modul APPLICATION</u>
Platz 1	Deutsche Telekom AG
Platz 2	PC-Ware Information Technologies AG
Platz 3	E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG

Abbildung 55: Top-3 Ranking



5.1 Ergebnisse im Modul ACCESS

Im Modul ACCESS hat die Deutsche Telekom AG am besten abgeschnitten. Im Bereich *Zugang*, *Aufbau/Struktur* und *Startseite* präsentiert die Deutsche Telekom AG ein einheitlich positives Bild. Die Startseite des Karriereportals der Deutschen Telekom AG ist entsprechend den Erfordernissen des Teilmoduls *Aufbau und Struktur* aufgegliedert. In den Markierungen in der Abbildung 56 sieht man die für das Modul ACCESS relevanten Karrierebereiche. Alle bewerber- und unternehmensrelevanten Informationen sind übersichtlich gegliedert und unmittelbar auf der Startseite aufgeführt.



Erleben, was verbindet.

English | Kontakt | RSS | Twitter | Übersicht | Glossar |

STARTSEITE | PRODUKTWELT | **KONZERN** | VERANTWORTUNG | INVESTOR RELATIONS | PRESSE | **KARRIERE**

Karriere

Jobsuche
Arbeitgeber Telekom
Schüler
Studenten
Absolventen
Professionals
Kontakt & Service

David Sholkovitz
Manager, Terminal Marketing

"Respekt gewinnen braucht seine Zeit. Die Art und Weise, wie man das tut, muss glaubwürdig sein."

[Unsere Leitlinien >](#)

JOBSUCHE IM KONZERN

Jobs und Ausbildungsplätze im Konzern finden.

Ich suche...
Was ich machen möchte...

Schnellsuche
Ausbildungsplätze finden
Studienplätze finden
Erweiterte Jobsuche

BEWERBERPORTAL

Registrierung / Login
Hier geht's zum Login für angemeldete Nutzer.

TALENTE MIT TEAMGEIST

Unternehmen der klugen Köpfe
Gestalten Sie Ihre berufliche Zukunft. Die Deutsche Telekom bietet Ausbildungs- und Karrierechancen für Schüler, Studierende und Professionals.

TECHNOLOGY MEETS TALENT

Wie innovativ sind Sie?
[21.01.2010] Durch Praktika oder Studienabschlussarbeiten können Sie den Innovationsgedanken weiterführen.
[Bericht](#)

EINSTIEG

Neueinstellungen 2010
[11.01.2010] Auch in 2010 hält die Telekom an einer nachhaltigen Nachwuchs- und Talentpolitik fest. Bis zu 3.500 neue Mitarbeiter wird der Konzern dieses Jahr einstellen.
[Pressemitteilung](#)

PRAKTIKUM

Praktikanten bei den Baskets
[17.12.2009] Praktikanten der Deutschen Telekom erlebten bei einem Top-Spiel der Telekom Baskets einen spannenden Abend im Telekom Dome Bonn.
[Bericht](#)

TECHNOLOGY MEETS TALENT

Aus Ideen werden Geschäftsmodelle
23.11.2009
Auch das zweite Treffen aus der Reihe „Technology meets Talent“ hat die Teilnehmer begeistert.
[Bericht](#)

NEWS

[20.01.2010] Telekom Azubis ernten Früchte ihres sozialen Engagements
[Pressemitteilung](#)

Deutscher Arbeitgeberpreis
[25.11.2009] Telekom fördert ausgezeichnete Bildungsprojekte.
[Bericht](#)

Bewerberportal

KALENDER

Events & Termine
Gute Gelegenheiten, uns kennenzulernen.
[Kalender](#)

FOLGEN SIE UNS

facebook
twitter

SOCIAL BOOKMARKS

© Deutsche Telekom, 2010 | Datenschutz | Haftungsausschluss | [Impressum](#)

T-Home T-Mobile T-Systems

Abbildung 56: Best-Practice Modul ACCESS: Startseite

Quelle: Deutsche Telekom AG

5.2 Ergebnisse im Modul COMPANY

Im Modul COMPANY ist das Unternehmen DATEV eG am besten aufgestellt. Die in diesem Bereich abgefragten Bereiche *Unternehmensprofil/-leistungen* und *mediale Darstellung*, in Abbildung 57 erkennbar durch die Markierungen, sind bei DATEV eG übersichtlich und gleich von der Startseite aus über den Mouse-Over-Effekt aufzurufen (s. Abbildung 58).

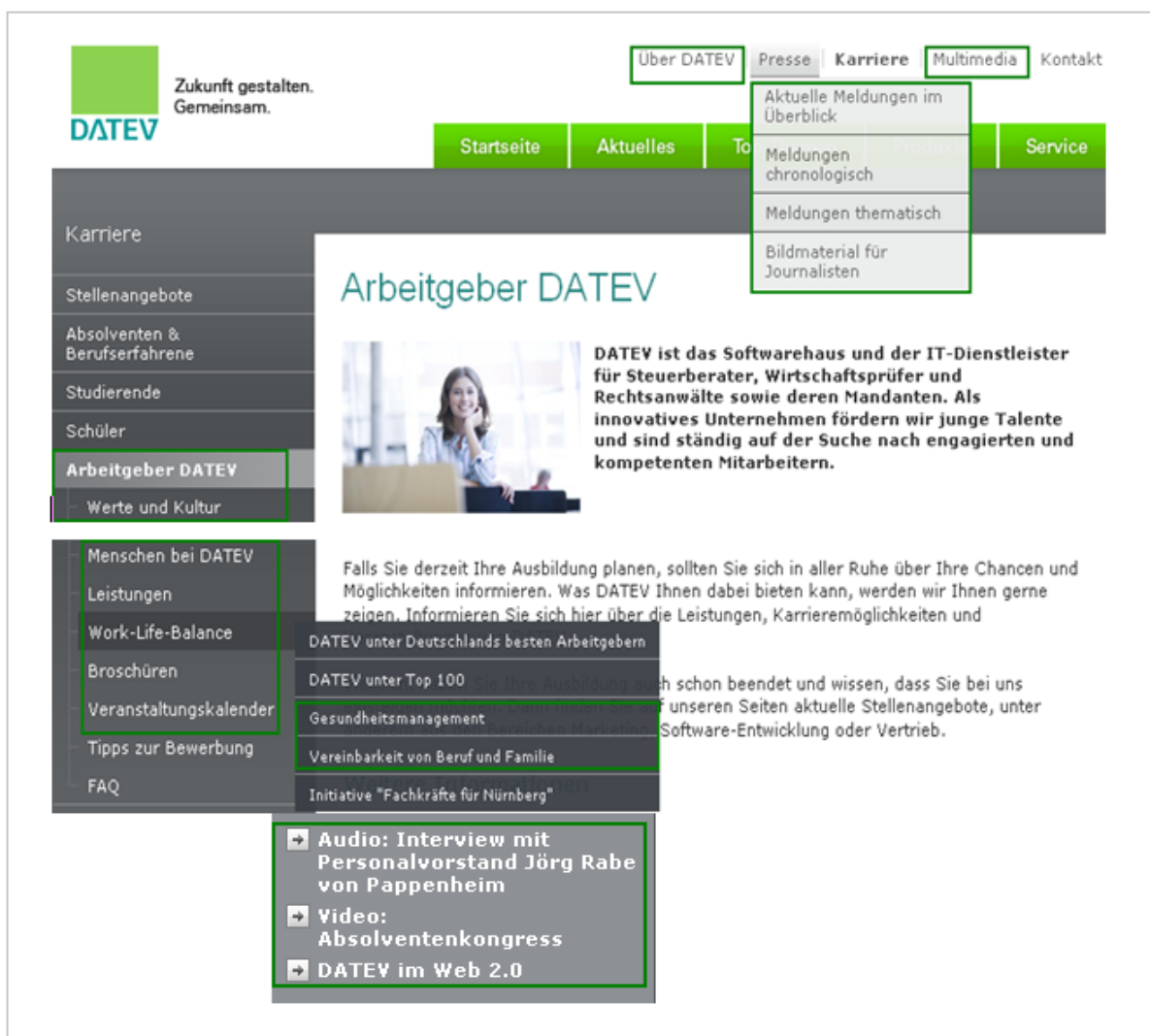


Abbildung 57: Best-Practice Modul COMPANY: Startseite Teil 1

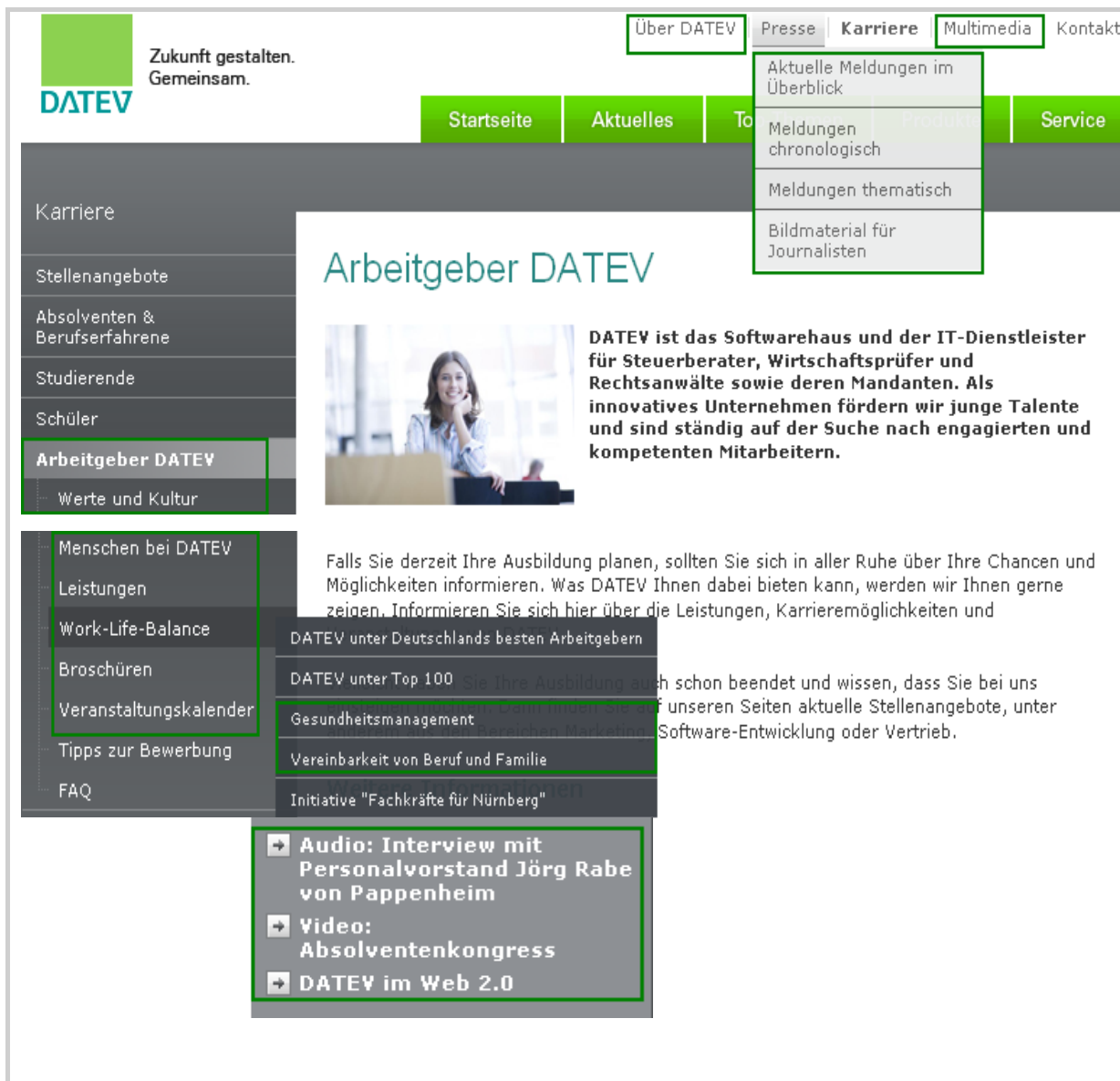


Abbildung 58: Best-Practice Modul COMPANY: Startseite Teil 2

Quelle: DATEV eG

5.3 Ergebnisse im Modul CAREERS

Die Steria Mummert Consulting AG zeigte sich im Modul CAREERS am stärksten. Das Unternehmen hat die Einstiegsmöglichkeiten und detaillierte Informationen zu den verschiedenen Einarbeitungsschritten bereitgestellt. In der Rubrik „Fast Track Program“ werden der Einstieg, der Ablauf und die Perspektiven des spezialisierten Traineeprogramms vermittelt (s. Abbildung 59).



Abbildung 59: Best-Practice Modul CAREERS: Individuelle Karrieremöglichkeiten

Quelle: Steria Mummert Consulting AG

Besonders bei der Stellensuche verfolgt die Steria Mummert Consulting AG einen innovativen Ansatz. Das Unternehmen bietet eine Job-Matrix an, durch die die Anzahl freier Stellen für die jeweiligen Zielgruppen und die Beschäftigungsbereiche auf den ersten Blick sichtbar sind (s. Abbildung 60). Zudem ist eine Schnellsuche integriert. Die Job-Matrix kombiniert ein Maximum an Informationen mit einem Maximum an Übersichtlichkeit.



[Jobs](#)
[Andersdenkermacher](#)
[Einstieg](#)
[Entwicklung](#)
[Ihr Profil](#)
[Kontakt](#)
[News](#)

Unsere Stellenangebote

Die Andersdenkermacher.

Die Job-Matrix erleichtert Ihnen die Suche nach passenden Stellenangeboten. Klicken Sie in der Spalte, die Ihrer Berufserfahrung entspricht, einfach auf das Feld mit Ihrem gewünschten Tätigkeitsbereich. Die Zahlen in den Feldern entsprechen der Anzahl freier Stellen.

Volltextsuche

GESAMT	Professionals	Young Professionals	Absolventen	Studenten
Banking	44	11	6	2
Insurance	10	5	1	6
Public Services	15	8	4	1
Health Care	6	2	0	0
Telecommunications	8	4	1	1
Utilities	15	10	3	3
IT-Solutions	24	11	3	0
SAP-Solutions	13	7	1	5
Interne Services	3	2	1	1
Industrialised Services	1	0	0	1
Transport/Logistik	3	4	2	0

Abbildung 60: Best-Practice Modul CAREERS: Stellensuche

Quelle: Steria Mummert Consulting AG

Der Kriterienbereich *Personalentwicklungsmaßnahmen* ist bei Steria Mummert AG unter dem Hauptlink „Entwicklung“ in einer beispielhaften Weise dargestellt. Das Karrieremodell sowie die einzelnen Entwicklungsschritte und –ziele sind übersichtlich in unterschiedlichen Rubriken aufgeführt und für den Nutzer klar definiert. So werden z.B. verschiedene Ansätze zur individuellen Persönlichkeitsentwicklung vermittelt sowie internationale Entwicklungschancen aufgezeigt (s. Abbildung 61). Zudem werden die Ansprechpartner in jedem Bereich aufgelistet, um die persönliche Ansprache einfacher zu gestalten (s. Abbildung 62).



Abbildung 61: Best-Practice Modul CAREERS: Personalentwicklung

Quelle: Steria Mummert Consulting AG



[Jobs](#)
[Andersdenkermacher](#)
[Einstieg](#)
[Entwicklung](#)
[Ihr Profil](#)
[Kontakt](#)
[News](#)



Termin: gleich
Kunde: erwartungsvoll
Nerven: Drahtseile

Ihre Fragen zum Unternehmen, zu unseren Stellenausschreibungen, zur Bewerbung oder zum Bewerbungsprozedere beantworten wir Ihnen gern. Rufen Sie an oder mailen Sie uns.

Ihr Recruiting-Team

				
Sebastian Ciragh Cross Industry Solutions	Sylvie Haefs Banking	Hanna Kranz Hochschulmarketing Studentische Mitarbeiter	Anne-Katrin Storm Telecommunications Utilities Public Services	Grit Seidel Insurance Interne Services

Bewerber-Hotline: +49 40 22703-7680
 E-Mail: people@steria-mummert.de

Abbildung 62: Best-Practice Modul CAREERS: Bewerbersupport

Quelle: Steria Mummert Consulting AG

5.4 Ergebnisse im Modul APPLICATION

Die Deutsche Telekom AG hat im Modul APPLICATION den besten Platz unter den Top-3 Unternehmen erreicht. Das Bewerber-Management-System (BMS) des Konzerns enthält alle für den Bewerber relevanten Funktionen und Informationen. Schon bei der Registrierung wird auf den Datenschutz verwiesen. Die Datenschutzinformationen enthalten Angaben über die Datensicherheit, Nutzung, Änderung und Löschung der Daten. Über den personalisierten Bewerberbereich kann der Nutzer auf sein zuvor angelegtes Bewerberprofil zurückgreifen und die Angaben ändern oder löschen.



Bei der Deutsche Telekom AG besteht innerhalb des Bewerbungsprozesses im BMS die Möglichkeit, der Bewerbung Dateien beizufügen (s. Abbildung 63). Dies ist im Bewerber-Management-System des Konzerns so umgesetzt, dass der Anhang von Dateien als einzelner Prozessschritt und somit auf eine übersichtliche Weise aufgeführt ist. So sind auch Angaben zu Größe und Dateiart zu finden.

Bewerbungen - Übersicht

Initiativbewerbung

Nutzerdaten

Kontakt

Information

SIE SIND ANGEMELDET ALS...

Name: gfgd fgdfhr

E-Mail: hkf@gmx.dek

Logout

BEWERBUNG

Persönliche Daten > **Anlagen** > Ausbildung > Qualifikationen

BASIS-ANLAGEN

Basis-Anlagen

Das Basisprofil bietet Ihnen die Möglichkeit, Bewerbungsanlagen unabhängig von einer konkreten Bewerbung als Basis-Anlagen hinzuzufügen.

Wenn Sie eine Bewerbung versenden, werden die Basis-Anlagen immer an eine konkrete Bewerbung angehängt.

Dabei sollten Sie folgendes beachten: Die komplette Bewerbungsmappe (Datei) darf nicht größer als 10 MB (Speichervolumen) sein.
Alle anderen Anlagen (Dateien) können jeweils eine Speicherkapazität von max. 2 MB haben.
Wenn Sie mehrere Anlagen (Dateien) zusammen hinzufügen möchten, verwenden Sie bitte ein Packprogramm, z.B. WinZip.

Lebenslauf :

Abbildung 63: Datei-Anlagen bei der Onlinebewerbung

Quelle: Deutsche Telekom AG

Auch bei der Onlinebewerbung hat die Deutsche Telekom AG einen Bereich mit Optionalfeldern und zusätzlichen Spalten für weitere Angaben des Bewerbers (s. Abbildung 64). Außerdem besteht die Möglichkeit der Speicherung der eingegebenen Daten nach jedem Prozessschritt bei der Onlinebewerbung. Die verschiedenen Schritte beim



Ausfüllprozess der Bewerbung sind im Onlineformular ersichtlich. So kann der Bewerber genau sehen, an welcher Stelle er sich während der Bewerbung befindet.

Des Weiteren führt ein Link innerhalb des BMS zum Formular für die Initiativbewerbung.

Bewerbungen - Übersicht
Initiativbewerbung

SIE SIND ANGEMELDET ALS...
Name: gfgd fgdfhr
E-Mail: hkf@gmx.dek
Logout

BEWERBUNG
Persönliche Daten > Anlagen > **Ausbildung** > Qualifikationen

BERUFSAUSBILDUNG

Name der Ausbildungsstätte/Arbeitgeber
Ort
Branche
Sonstige Branche hier eintragen
Berufsbezeichnung
Abschlussjahr
Note/Punkte

speichern

Schulbildung
Berufsausbildung
Studium
Praktika/Berufserfahrung
Telekom Mitarbeiter
Berufliche Zusatzqualifikation
Auslandsaufenthalte

Zurück Überspringen Weiter

Die mit einem * gekennzeichneten Felder sind Pflichtfelder.

Abbildung 64: Onlinebewerbungsbogen

Quelle: Deutsche Telekom AG



KAPITEL 6

Fazit



6. Fazit

Die Studie Online-Karriereportale 2010 zeigt, dass sich Unternehmen in den letzten Jahren mit Attraktionsmomenten für Arbeitnehmer beschäftigt haben, um diese für sich zu gewinnen. Trotz alledem gibt es immer noch offenes Potenzial, welches noch nicht ausgereizt wurde.

So zeigte sich, dass im Modul ACCESS nur sehr wenige Online-Karriereportale mit einer Schnell-Such-Funktion ausgestattet sind, die es Nutzern ermöglichen würde die vielen weiterführenden Klicks bis zu den aktuellen Stellenausschreibungen zu überspringen.

Besonders das Modul COMPANY scheint noch offene Möglichkeiten der Präsentation zu beinhalten. Verbesserungen sind in diesem Bereich essenziell, um im Wettbewerb die Top-Talente von sich als Unternehmen zu überzeugen. Ob es sich nun um das Unternehmen als Arbeitgeber handelt oder die mediale Darstellung im Allgemeinen. Nach oben sollten sich Arbeitgeber keine Grenzen setzen.

Ein nicht zu vernachlässigender Faktor ist der persönliche Kontakt. Im Modul CAREERS konnte hier ein wesentliches Defizit aufgedeckt werden. Zwar hat das Internet die Möglichkeit eröffnet sich mit dem Personalbedarf effizienter auseinander zu setzen, dennoch darf die Individualität jedes Bewerbers nicht in den Hintergrund rücken. Aus diesem Grund ist es wichtig die Kontaktdaten der Personalverantwortlichen für jeden Nutzer zugänglich zu machen, um auf Fragen und Bedürfnisse qualifiziert eingehen zu können.

Das schlechte Abschneiden aller Unternehmen - im Speziellen im Modul APPLICATION - ergibt sich aus wenig vorhandenen Möglichkeiten der E-Assessment-Modalitäten. Hierbei könnten nicht nur Kosten und Zeitaufwand für alle Unternehmen eingespart werden. Es würde auch den Usern den Bewerbungsprozess vereinfachen.

Die meisten deutschen ITK-Karriereportale sind weit vom Ideal der Benutzerfreundlichkeit und dem Gedanken des Employer Branding entfernt. So versäumen es z.B. einige der global agierenden ITK-Unternehmen, die deutsche Ausarbeitung der Karriereseiten an die Qualität der englischen Seiten anzupassen. Auch weisen viele Unternehmen trotz aufwendig gestalteter Unternehmenshomepages einen inhaltlich und technisch mangelhaft ausgearbeiteten Karrierebereich auf.

Im Wettbewerb um das knappe Humankapital im IT-Sektor besteht daher hinsichtlich der Ausgestaltung unternehmenseigener Karriereseiten ein immenser Optimierungsbedarf.



Quellenverzeichnis

- APRIORI business solutions AG, Studie: Karrieremodelle 2010, S. 10
- ATZ Online, Studie: Online zum neuen Job liegt im Trend,
<http://www.atzonline.de/Aktuell/Nachrichten/1/9473/Studie-Online-zum-neuen-Job-liegt-im-Trend.html>
- HIBA GmbH, Fachkräftemangel 2015: Eine Bildungsoffensive ist gefordert, S. 2,
http://www.hiba.de/download-center/fachbeitrag/durchblick4_2003-4_1999/Seiten%2024%20-%2026%20aus%20DB_02_03.pdf
- Netzeitung.de: Fachkräftemangel bremst IT-Branche aus,
<http://www.netzeitung.de/arbeitundberuf/542552.html>
- Presseportal, Pressemappe McKinsey & Company, Große Unterschiede bei der Arbeitgeberwahl zwischen Frauen und Männern (20.01.2010)
- Schmitz, Marcus, Familienfreundlichkeit als Unternehmensstrategie, Düsseldorf 2006 (Symposion Publishing)
- Untersuchung von Potentialpark Communications, Zusammenfassung in Computerwoche.de, Karriereportale: Einfach ist besser,
<http://www.computerwoche.de/nachrichtenarchiv/574226/>
- Studie der Johann Wolfgang Goethe-Universität und Monster Worldwide: Bewerbungspraxis 2007, <http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/key.2360/secid.7/secid2.60/schrift.3>
- Studie der Perbit Software GmbH 2008, aufbauend auf den Ergebnissen der Untersuchung von 2006: „E-Recruiting auf dem Vormarsch“,
http://www.perbit.com/de/global/newsmeldung.php?id=279&art=news_deutsch



Impressum

Herausgeber:	APRIORI - business solutions AG Mainzer Landstraße 46 60325 Frankfurt am Main Telefon: +49 (0)69 668050 157 Fax: +49 (0)69 668050 400 Internet: www.apriori.de
Bereich:	Center of Expertise (Dr. Michael Knörzer)
Studienleitung:	Sebastian Berblinger und Sarah Rienecker
Autoren:	Janina Brücher, Andreas Meyer
Wissenschaftlicher Beirat:	Prof. Franz Nees, Hochschule Karlsruhe – Technik und Wirtschaft Prof. Dr. Jürgen Spielmann, Fachhochschule Würzburg Dr. Michael Knörzer, Privatdozent an der Johann Wolfgang Goethe-Universität
Kooperationspartner:	Berufsstart Aktuell Klaus Resch Verlags KG Moorbeker Straße 31 26197 Großenkneten
Untersuchungszeitraum:	Dezember 2009 – März 2010
Veröffentlichung:	Mai 2010