## KARRIERESEITEN SYSTEM





## **INHALTS** VERZEICHNIS

Vorwort	4
Funnel-Prozess	5
Karriereseiten-System	6
Karriereseiten-Fragen	7
"Must-Have" einer Karriereseite	8
1. Unternehmensbeschreibung	9
2. Stellenbeschreibung	10
3. Benefits	14
4. Kultur, Werte & Co	21
5. Vertrauenssignale	22
6. Ansprechperson	24
Bewerbungsprozess	25
FAQ-Bereich	26
Ausbildung & Co	27
Employer Branding	28
Struktur der Karriereseite	30
Layout-Empfehlung	31
Bilder & Fotos	33
Aussagen	34
Hard- & Softfacts	35
Beispiele	37
Zahlen & Daten	41
Fazit	45
Impressum	46

## Die Karriereseite: Dreh- und Angelpunkt Ihres Recruitings

Neben Veranstaltungen wie Karrieremessen, der Nutzung sozialer Medien und Online-Jobportalen spielt die eigene Karriereseite eines Unternehmens eine entscheidende Rolle im Recruiting-Prozess. Es ist deshalb nicht überraschend, dass sie für viele Bewerber trotz der Präsenz auf Plattformen wie Facebook, Instagram, LinkedIn und Co. nach wie vor der wichtigste Kanal für Informationen über Arbeitgeber und offene Stellen ist.

7 von 10 Jobsuchenden geben an, dass sie sich bereits vor ihrer
Bewerbung intensiv mit dem potenziellen Arbeitgeber auseinandersetzen,
um sicherstellen, dass die Unternehmenskultur, das Image und die Werte
zu ihnen passen. Wenn Arbeitgeber diese Aspekte nicht transparent kommunizieren,
ist das für fast die Hälfte der Bewerber der Hauptgrund, sich gegen eine Bewerbung zu
entscheiden.\*

Allein irgendeine Karriereseite zu erstellen reicht jedoch nicht aus, um erfolgreiches Recruiting und ein positives Arbeitgeber-Image zu erreichen. Es ist wichtig, einige Dinge zu beachten, um sicherzustellen, dass die investierte Zeit und Mühe langfristig belohnt werden.

Wir zeigen Ihnen nicht nur die Vorteile einer eigenen Karriereseite, sondern auch, worauf es bei einer guten Karriereseite ankommt. Wir erklären Ihnen die verschiedenen Umsetzungsmöglichkeiten, wie Sie das passende Layout wählen und welcher Inhalt unbedingt enthalten sein muss.

Jürgen Passler

#### ÜBER DEN AUTOR

Jürgen Passler ist selbständig mit zwei Unternehmen in den Bereichen Marketing & Internet sowie als Coach im StartUp-Bereich tätig. Studium der Wirtschaftswissenschaften in Regensburg u.a. mit den Schwerpunkten "Personal und Organisation" sowie "Marketing". Seit 1999 Mitinhaber und Geschäftsführer der Internet- und Werbeagentur webfriends, seit 2004 Mitglied des regionalen Beraternetzwerks akundo. 2010 wurde er vom BDSF e.V. zum Sachverständigen für "Marketing, Werbung und Internet" nominiert, kurz darauf folgte auch die Ernennung im Bereich "Existenzgründungsberatung". Seit 2012 liegt ein Schwerpunkt seiner Tätigkeit darin, Unternehmen, vor allem aus Handwerk, Bau & Dienstleistung, im Recruiting zu unterstützen.

## **FUNNEL-PROZESS**

Mit den Erkenntnissen der verschiedenen Studien und aus der Erfahrung über die Jahre hinweg hat sich herausgestellt, dass es wichtig ist, die relevanten Online-Berührungspunkte mit dem Bewerberverhalten in Einklang zu bringen, um mehr und vor allem qualifizierte Bewerbungen zu erhalten.

Die meisten Recruiting Agenturen verkaufen Ihnen den folgenden Ablauf als Social Media Recruiting:

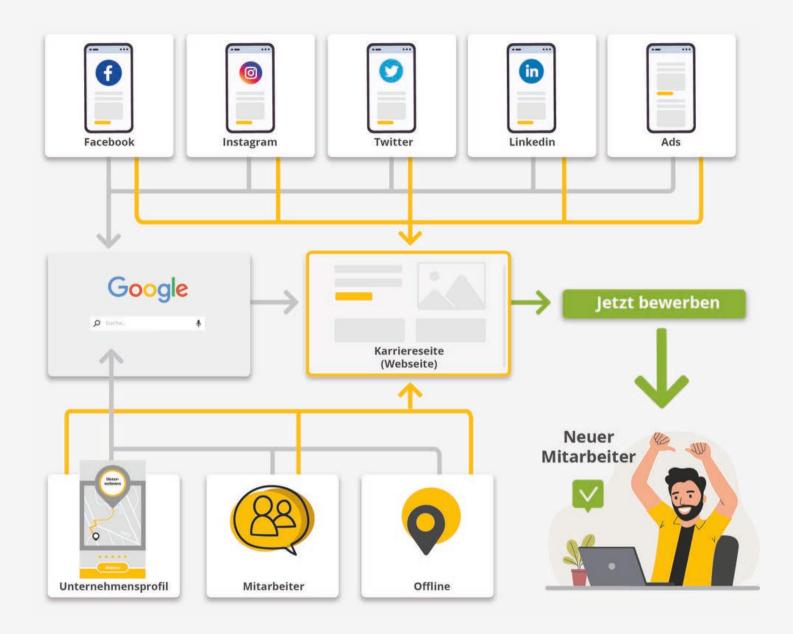


Allerdings kennen wir ja die Ergebnisse verschiedener Studien, Erhebungen und von unseren eigenen Kunden, die besagen, dass so – wenn überhaupt – nur wenig qualifizierte Bewerber gewonnen werden können.

Wirklich interessierte Bewerber googeln Ihr Unternehmen, es wird ihnen empfohlen oder die Kandidaten werden offline auf Sie aufmerksam und besuchen dann Ihre Webseite. Finden Sie hier die Stellenanzeige nicht, ist die Chance vertan.

Deshalb ist eine Karriereseite als Teil Ihrer Unternehmenswebsite ein Must-Have als zentrale Stelle für alle Online- und Offline-Berührungspunkte mit Ihrem Unternehmen.

## KARRIERE-SEITEN-SYSTEM



Das Karriereseiten-System ermöglicht es Ihren Bewerbern zu jeder Zeit auf Ihre Stellenanzeigen zu gelangen. Dabei spielen auch die Wege dorthin keine Rolle, da sie für alle immer sichtbar und nicht wie bei anderen Konzepten "versteckt" sind.

Zudem werden sowohl aktiv wie auch passiv Suchende berücksichtigt, was durch die grauen (aktiv) und orangen (passiv) Wege verdeutlicht werden soll.



Die meisten Bewerber haben natürlich keine Checkliste im Kopf, da viele Entscheidungen unbewusst getroffen werden. Aber dennoch: bei der Suche nach einem Job spielt Vertrauen eine entscheidende Rolle. Eine transparente Karriereseite kann das Vertrauen der Bewerber stärken und sie dazu ermutigen, sich bei Ihnen zu bewerben.

- Was für ein Unternehmen ist das überhaupt?
- Gibt es beim Unternehmen Jobs, die zu mir passen?
- Welche Benefits bekomme ich dort?
- Welche Kultur herrscht in dieser Firma?
- Entspricht das Unternehmen meinen Ansprüchen in Sachen Professionalität, Werte und Identität
- Wie steht das Unternehmen zu Familie, Nachhaltigkeit, etc.
- Kann ich hier Karriere machen?
- Fördert das Unternehmen meine langfristige Karriereplanung?
- Welche Weiterbildungsmöglichkeiten habe ich?
- Wer sind die Führungskräfte?
- Wer sind die Kollegen?
- Sind die aktuellen Mitarbeiter dort glücklich?
- Wie bewerten die aktuellen Mitarbeiter das Unternehmen?
- Wie kann ich mich dort bewerben?
- Was muss meine Bewerbung beinhalten?
- · Was passiert nach der Bewerbung?

## **MUST-HAVE INHALTE FÜR** "DEINE KARRIERESEITE"

- 1 Unternehmensbeschreibung (Teaser)
- 2. Stellenangebote
- 3. Benefits
- 4. Kultur, Werte und Standpunkte (Teaser)
- 5. Vertrauenssignale
- **6** Ansprechperson(en)



## **INHALTE** FÜR DIE **UNTERNEHMENS-**BESCHREIBUNG

Bei der Unternehmensbeschreibung geht es um Key-Facts. Die zu beantwortende Frage lautet: Was für ein Unternehmen ist das?

Auch ein Claim aus Ihrer Employer Value Proposition könnte sinnvoll sein. Das ist das zentrale Nutzenversprechen, dass Sie an Ihre Bewerber senden.

Wichtig: kurz halten. Gerade die Key-Facts wie Gründungsjahr, Anzahl Mitarbeitende, Branche oder Standort könnten als Icons dargestellt werden.

- Gründungsjahr, Unternehmensart (z.B. Familienbetrieb, ...)
- Anzahl der Mitarbeiter
- Branche
- Standort
- Position im Markt (Start-up, Mittelstand, Konzern)
- Identität (Werte, Mission, Vision)
- ggf. Art der Unternehmensführung / Führungsstil



## **KORREKTE STELLEN-**BESCHREIBUNG / PROFIL

### Aufgabenbereiche genau erläutern

Damit sich Bewerber ein gutes Bild davon machen können, welche konkreten Aufgaben auf sie im Unternehmen warten, bietet es sich an, einen entsprechenden Bereich in der Stellenbeschreibung / auf der Karriereseite zu integrieren.

Versuchen Sie dabei nicht mit allgemeinen Floskeln zu arbeiten. Statt also zu sagen "Unter die Aufgaben fällt die Akquise von Neukunden", sollten Sie lieber schreiben "Sie erstellen Flyer, formulieren kreative Anschreiben und unterstützen unser Vertriebsteam auf diese Weise dabei, neue Kunden zu gewinnen."

Eine tolle Idee wäre es auch, wenn Sie einen typischen Arbeitstag aus der Sicht eines Mitarbeiters darstellen. So kann der Bewerber gewissermaßen einem echten Mitarbeiter Ihres Unternehmens "über die Schulter schauen" und einen Eindruck davon gewinnen, wie es bei Ihnen so zugeht.



## **KORREKTE STELLEN-**BESCHREIBUNG / PROFIL

### **Bilder und Bildsprache**

Zunächst einmal sollten echte Bilder verwendet werden. Stockfotos erkennen die Bewerber sofort und funktionieren bei weitem nicht so gut wie eigene Bilder.

Dann ist es außerdem hilfreich, Menschen in natürlichen Arbeitsumgebungen zu zeigen. Also eine KFZ-Mechanikerin in der Werkstatt, einen Zeichner im Büro, eine Zahnärztin in der Praxis, usw.

Außerdem haben Eye-Tracking Studien ergeben, dass Bilder von einzelnen Personen besser funktionieren als Gruppenbilder. Warum? Die Bewerber wollen sich mit den Menschen auf den Bildern identifizieren. Sie wollen sich denken: Ja, das könnte ich sein. Und das ist eben bei einem Gruppenbild



# BESCHREIBUNG / PROFIL Schreibstil (Zielgruppengerechte Ansprache)

Wenn man es auch noch schafft, den Schreibstil auf den Kandidaten anzupassen, spielt man in der Champions League. Es gibt verschiedene Persönlichkeitsmodelle, von DISG über LIFO bis Big 5. Sie alle spielen mit unterschiedlichen Emotionsräumen der Menschen.

Nehmen wir als Beispiel mal DISG.

D = Dominant (Direkt, Ergebnisorientiert, Bestimmt, Willensstark)

I = Initiativ (Extrovertiert, Optimistisch, Lebhaft, Ausgelassen)

S = Stetig (Ausgeglichen, Geduldig, Bescheiden, Taktvoll)



Nun kann man, je nach gewünschtem Bewerberprofil, die Texte darauf anpassen. Zur Veranschaulichung mal ein Beispiel für eine Servicekraft in einem Café.

#### D (Dominant):

"Suche entschlossene Servicekraft, die Herausforderungen liebt und unser Café mit Energie und Effizienz nach vorne bringt."

#### I (Initiativ):

"Begeisterungsfähige Servicekraft gesucht, die mit Charme und Charisma unsere Gäste verzaubert und das Team inspiriert."

#### S (Stetig):

"Werden Sie Teil unseres Teams als zuverlässige Servicekraft, die Wert auf Harmonie legt und für ein angenehmes Arbeitsklima sorgt."

#### G (Gewissenhaft):

"Detailorientierte Servicekraft gesucht, die mit Präzision und Sorgfalt für ein erstklassiges Kundenerlebnis sorgt und Standards hochhält."

Das Beispiel geht nun zwar mehr in Richtung Stellenanzeige, aber das kann sich durch eine komplette Karriereseite ziehen. Von der Unternehmensbeschreibung über die Auswahl und Kommunikation der Mitarbeiterbenefits, bis zur Employer Value Proposition.



# BENEFITS: WENIGER IST MEHR UND KLARHEIT IST KING

Es reicht, wenn einige wenige Benefits richtig gut ausgearbeitet sind und vor allem ohne Interpretationsspielraum kommuniziert werden. Je klarer, desto besser!

Wenn so gar keine USPs einfallen wollen, die ein Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz bietet, muss sich daran vielleicht etwas ändern.

Beispiel: Kommunikation eines einzelnen Benefits, der mittlerweile auf fast jeder Karriereseite zu lesen ist: Gute Work-Life-Balance.



### **Schlechtes Beispiel**

- Gute Work-Life-Balance
- Obstkorb



### **Gutes Beispiel für "Work-Life-Balance"**

- Du hast 30 Tage Urlaub pro Jahr.
- Bei uns gibt es keine Überstunden. Und falls doch, kannst du diese innerhalb von 4 Wochen abbauen.
- Außerdem hast du die Möglichkeit, an 2 Tagen pro Woche im Home-Office zu arbeiten.
- Die Arbeitszeiten bestehen aus Gleitzeit zwischen 06:00 Uhr morgens bis 18:00 Uhr am Abend.
- Nach 5 Jahren Betriebszugehörigkeit bieten wir die Möglichkeit für ein Sabbatical.
- Für Eltern gibt es bei der Geburt jedes Kindes einen bezahlten
   Sonderurlaub von 2 Wochen.

## BENEFITS: KATEGORIEN

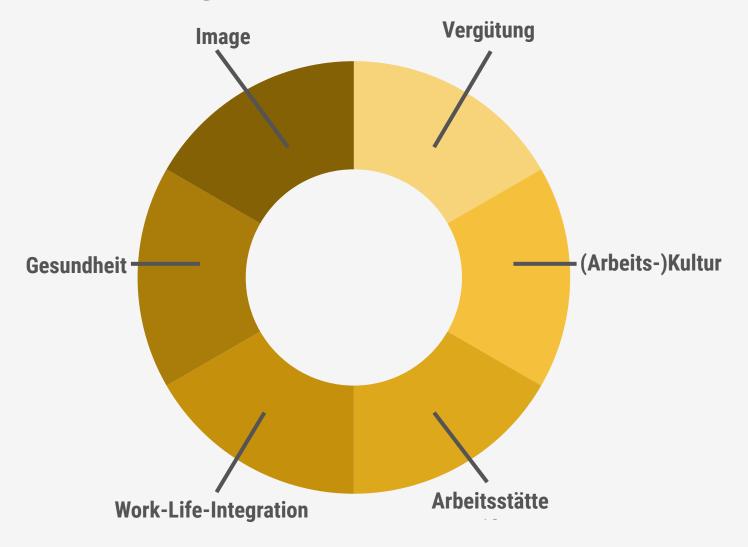


- Eintrittsanreize
- Bindungsanreize
- Leistungsanreize



Auf einer Karriereseite sollte man sich auf die **Eintrittsanreize** fokussieren, denn das Ziel ist es ja, Bewerbungen zu erzeugen.

### **BENEFITS: BEREICHE**



### **VERGÜTUNG**

Dieser Bereich bezieht sich auf die Entlohnung der Mitarbeiter, einschließlich Gehälter, Boni, Zusatzleistungen, Vergünstigungen und finanzieller Anreize.

ARBEITSKULTUR Werte, Normen und das allgemeine Arbeitsklima in einem Unternehmen, z.B. Teamarbeit, offene Kommunikation, Wertschätzung und gegenseitiges Vertrauen.

ARBEITSSTÄTTE Dieser Bereich umfasst die physische, Arbeitsumgebung, einschließlich, Büroausstattung, Ergonomie, Raumgestaltung und Arbeitsplatzsicherheit.

#### WORK-LIFE-INTEGRATION

Dieser Aspekt betrifft die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Hier sollte ein gut ausbalanciertes Verhältnis zwischen psychischer Gesundheit und Produktivität angestrebt werden.

#### **GESUNDHEIT**

Bezieht sich auf das körperliche und psychische Wohl. Neben der allgemeinen Zufriedenheit der Mitarbeiter, können Krankentage reduziert und Leistung gesteigert werden.

#### **IMAGE**

Betrifft das die Wahrnehmung des Unternehmens als Arbeitgeber. Eine starke Arbeitgebermarke kann dazu beitragen, Top-Talente anzuziehen und die Mitarbeiterbindung zu stärken.





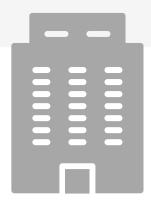
### **VERGÜTUNG**

- Variable Komponenten, wie Provisionen, Performance Incentives, Zielbonus
- Nettoentgeltoptimierung, wie Erholungsbeihilfe, Smartphonekosten, Internetpauschale, Firmenwagen, Dienstwagengarage, Firmenkreditkarte, E-Bike, Sachbezugskarten (Coupons/Gutscheine, z.B. edenred)
- Betriebliche Vorsorge und Fürsorge, wie betriebliche Altersvorsorge, betriebliche Erwerbssicherheit, betriebliche Dienstreise- und Unfallversicherung
- Lebensarbeitszeit, wie Lebensarbeitszeitkonten, Sabbaticals, Altersteilzeit
- Unternehmensbeteiligungen, wie Tantiemen, Aktienoptionen, stille Beteiligungen



#### **ARBEITSKULTUR**

- Karrieregestaltung, wie Karriereplan (Jobtitel, Vergütung & Bestandteile (Dienstwagen), Verantwortung), Führungs-Ausbildung, Bildungskatalog
- Events, wie Spring Break, Sommerfest, Halloween, Weihnachtsfeier, Team-Shorttrips, Führungsteam-Weekend, Teamaktivitäten
- Themenmonate, wie Finanzielle Bildung, Ernährung, Sport und Fitness, Digitalisierungsmonat
- Reverse Mentoring, wie Workshops, Feedbackkanal
- Fort- und Weiterbildungen, wie Berufsqualifizierende Fortbildungen, Vielsprachigkeit durch digitale Lernapps



### **ARBEITSSTÄTTE**

- Fokussiertes Arbeiten, wie Stille Zonen, Mute-Boxen, Ruheräume
- Begrünung, wie Ambiente, Raumtrenner, Greenwalls
- Ergonomie, wie Höhenverstellbare Schreibtische,
   Ergonomische Stühle, Laufbänder, Ergonomische Maus & Tastatur
- Moderne Technik, wie Firmenhandy, Moderne Laptops & Computer, Konferenzräume mit Kamera & Mikrofon für digitale Meetings, Smartboards, Digitale Monitore (Kalender, Mobilitätsmonitor)
- Mobilität, wie Zuschuss zu Fahrtickets, Dienstwagen
- Entertainment, wie Spaß, Wettbewerb & Teamgeist



### WORK-LIFE-INTEGRATION

- Alternative Arbeitsmodelle, wie Teilzeit, Jobrotation, Jobsharing, Jobenlargement
- Office vs. Remote, Arbeiten im Büro und Mobiles Arbeiten
- Flexible Arbeitszeitmodelle, wie Gleitzeit, Qualitative Gleitzeit. Jahresarbeitszeit. Vertrauensarbeitszeit
- Familienangebote, wie Betriebskita oder Partner-Kitas
- Verpflegungsangebote, wie Kantinenangebote, (Digitale)
   Essensmarken, Lieferservice, Vollausgestattete Küchen
- Moderne Urlaubsmodelle, wie Urlaubstage für Ehrenamt, Sabbaticals, Bildungsurlaub, Vertrauensurlaubszeit



### **GESUNDHEIT**

- Gesundheitsbudget, wie Vorsorge-Check-Up (für die Geschäftsleitung), Boni für aktive Nutzung (Mögliche Leistungen: Sehhilfen, Heilpraktikerleistungen, Zahnersatz & Zahnbehandlung, ...)
- Gesundheitstage, zur Information der Mitarbeiter
- Fitnessstudio-Zuschuss oder Fitness App mit dem Team
- Resilienz-Förderung



#### **IMAGE**

- Unternehmensbekleidung, wie Mitarbeiter-Pakete (Onboarding), Gutscheine für Mitarbeiterbekleidung
- Charity Aktionen mit Kunden, wie Charity Lauf, Soziale Partnerschaft, Nachhaltigkeitsaktionen
- Exzellenz durch Arbeitgebersiegel, wie kununuu, glassdoor, Focus, ...



# WERTE, ALLTAG UND STANDPUNKTE (TEASER)

Folgende Punkte sollten auch kurz beantwortet werden, da gerade junge Bewerber gezielt nach diesen Informationen suchen.

Im Prinzip geht es wieder darum, mehr Einblicke in Ihr Unternehmen zu geben, denn Transparenz ist Vertrauen.

Da wir uns aber noch auf der Startseite der Karriereseite befinden, sollte man es mit der Länge der Texte nicht übertreiben. Wenn es mehr dazu zu sagen gibt, dann erstellen Sie eine eigene Landingpage zu dem Thema und arbeiten hier wieder mit einem Teaser.

- Welche Kultur herrscht in dieser Firma?
- Entspricht das Unternehmen meinen Werten und Standpunkten?
- Wie steht das Unternehmen zu Familie, Diversity, Nachhaltigkeit, etc.?



## VERTRAUENS-SIGNALE

Kommen wir zu einem der wichtigsten Punkte. Es geht auf der Karriereseite in erster Linie um Vertrauen, dann um Sympathie und dann wieder um Vertrauen. Also benötigen wir Vertrauenssignale, sogenannte Trust Elemente, wie zum Beispiel:

- Zertifikate
- Auszeichnungen
- Arbeitgeberbewertungen
- Mitarbeiterstimmen
- Authentische Bilder & Videos

Jetzt hat nicht jedes Unternehmen Awards gewonnen oder das Budget, sich zertifizieren zu lassen. Das muss auch nicht sein: "Zeige das, was du zeigen kannst":

- Ein sympathisches Begrüßungs-video aus der Führungsetage
- Bilder vom letzten Teamevent
- emotionale Story/Stories eines/von Mitarbeiter/n



## VERTRAUENS-SIGNALE

Ach ja, schön wäre es, bei Bewertungsplattformen wie Kununu eine vorzeigbare Bewertung nachweisen zu können. Findige Bewerber werden die Aussagen hier definitiv gegenchecken.





### **ANSPRECHPERSON**

Die Kontaktdaten einer Ansprechperson auf der Startseite ist nur bei kleinen Unternehmen ein Must-Have.

Nämlich dann, wenn es einen zentralen Kontakt für Bewerber gibt.

Und auch wenn Fragen auftauchen, ist es gut einen direkten Ansprechpartner kontaktieren zu können.





## BEWERBUNGS-PROZESS

Hilfreich für den Kandidaten ist es auch, wenn er bereits auf der Karriere- oder Jobseite etwas zum Ablauf des Bewerbungsprozesses in Ihrem Unternehmen erfährt, z.B. ...

- Tipps zur Bewerbung
- · Auflisten, was alles in die Bewerbung gehört
- Wie lange es dauert, bis sich jemand meldet
- Wie das Interview abläuft
- · Was nach dem Interview passiert

## **FAQ-BEREICH**

Und im FAQ Bereich sollten nochmal alle möglichen Fragen zusammengefasst werden, die Bewerber haben. Typische Fragen sind zum Beispiel:



- Ist Remote Arbeit möglich?
- Welche Weiterbildungsmöglichkeiten gibt es?
- Bietet Ihr Praktikumsplätze an?
- Wie lange dauert es, bis ich eine Rückmeldung bekomme?
- Kann ich mich auch auf mehrere Jobs bewerben?
- Welche Unterlagen soll meine Bewerbung beinhalten?
- Darf ich meinen Hund/Katze/Ziege mit zur Arbeit nehmen?
- Etc.





## **AUSBILDUNG**

## PRAKTIKUM, DUALES STUDIUM, TRAINEES

Die Ausbildung sollte im Detail beschrieben und alle Vorzüge, die ein Azubi bei Ihnen genießt kommuniziert werden.

- · Vergütung während der Ausbildung
- Dauer der Ausbildung
- Die Lerninhalte
- Mögliche Verkürzungen oder Verlängerungen
- Spezifische Benefits
- Übernahmebedingungen
- Mitarbeiterstories & Testimonials
- evtl. Jobaussichten nach der Ausbildung

Und selbstverständlich wieder alle offenen Ausbildungsstellen nennen, je nach Größe sogar wieder unterteilt in Fachbereiche und Standorte.

## **EMPLOYER BRANDING**

#### **BEI BEWERBERN BEWERBEN**

Wer gute Mitarbeiter gewinnen möchte, sollte sich als attraktiven Arbeitgeber präsentieren. Dafür sind wirkliche Alleinstellungsmerkmale erforderlich, mit denen Sie sich von anderen Unternehmen abheben können.

Statt bloß von flachen Hierarchien, spannenden Aufgaben und flexiblen Arbeitszeiten zu sprechen, sollten diese allgemeinen Aussagen mit Leben gefüllt werden. Wenn Mitarbeiter z. B. in der Regel 30 % ihrer Arbeitszeit im Homeoffice verbringen, ist das ein viel stärkeres Argument, als nur die Flexibilität der Arbeitszeiten zu nennen.

Gerade Hochschulabsolventen und Young Professionals möchten wissen, welche Karrierechancen sich bieten. Kooperiert das Unternehmen z. B. mit Weiterbildungsinstituten oder bietet es ein spezielles Coaching für zukünftige Führungskräfte an? Dann sollte gezielt darauf eingegangen werden, statt nur von attraktiven Karriereoptionen und Weiterbildungsmöglichkeiten zu reden.

Ideen für das Personalmarketing, welche Benefits und Goodies Unternehmen ihren Mitarbeiter zur Verfügung stellen siehe unten: Hard- / Softfacts.

Die Liste ließe sich noch deutlich länger fortführen. Wichtig ist wieder, dass auf wesentliche Aspekte fokussiert wird und die attraktivsten Vorteile des Unternehmens auf der Karriereseite besonders prominent präsentiert werden. Über Sonderzahlungen zu Weihnachten freut sich jeder, während die kostenlose Kinderbetreuung nur für Mitarbeiter mit kleinen Kindern relevant ist.



## KLARE HANDLUNGS-AUFFORDERUNG

#### FÜR MEHR BEWERBER

Genauso wichtig wie der "Jetzt kaufen"-Button im Online Shop ist auch der "Jetzt Bewerben"-Button auf der Karriereseite. Am besten schon möglichst weit oben auf der Seite ein entsprechendes Feld, damit jeder Bewerber direkt weiß, wo er den Vorgang fortsetzen muss.

Ideal wäre es, wenn die Handlungsaufforderung immer im Blickfeld des Kandidaten bleibt, auch wenn dieser weiter nach unten scrollt. Im Trend sind auch Einblendungen, die den potentiellen Bewerber nach einiger Zeit auf der Webseite direkt ansprechen und zur Bewerbung ermuntern.

Wenn ein besonders einfacher Bewerbungsprozess etabliert ist, kann dies auch in der Handlungsaufforderung gesagt werden: "Jetzt mit einem Klick zum Traumjob" oder "Jetzt 1-Klick-Bewerbung starten"? Das wird die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass ein Bewerber kurzentschlossen Kontakt aufnimmt.

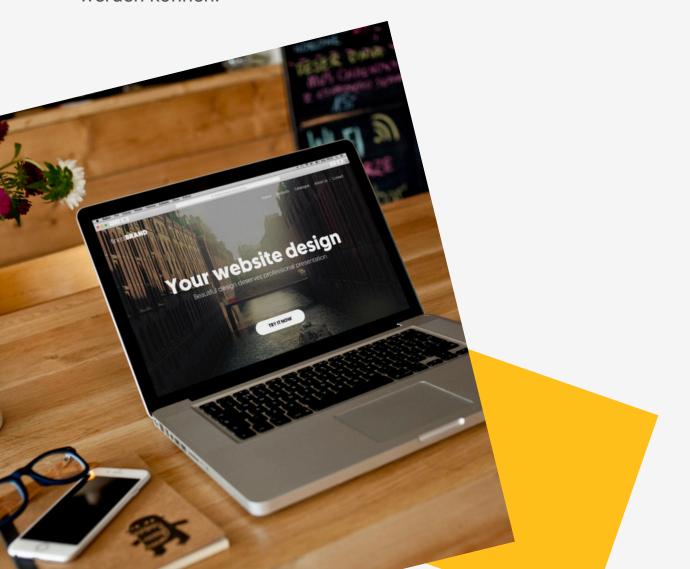


## STRUKTUR

Nachdem nun die wichtigsten Inhalte geklärt sind, müssen diese auch in eine Struktur gebracht werden. Je nach Größe Ihres Unternehmens können Sie die Inhalte auf einer Seite darstellen oder dafür auch mehrere Seiten verwenden, um Ihre Punkte ausführlicher zu erläutern.

Im Nachfolgenden gehen wir von einer Seite aus und zeigen Ihnen eine mögliche Aufteilung der Karriereseite.

Die einzelnen Jobangebote oder Ausbildungsplätze sollten aber eine eigene Landingpage sein, die z.B. für Social Media Anzeigen verwendet werden können.



## MÖGLICHE AUFTEILUNG EINER KARRIERESEITE

Navigation (Sticky, also am oberen Rand verbleibend)



HERO Shot (Bild oder Video)



Ansprechpartner (Foto, Kontaktdaten, ggf .auch unten)

#### **VARIANTE 1**



Fachkräfte (Jobangebote)

Stellenanzeigen (eigene Seiten)

**Call-to-Action** 



Ausbildung

Ausbildugnsberuf(e) (eigene Seiten)

**Call-to-Action** 

#### **VARIANTE 2**



Job1

Stellenanzeige (eigene Seite)

**Call-to-Action** 



Job2

Stellenanzeige (eigene Seite)

**Call-to-Action** 



Ausbildung

Ausbildungsberuf(e) (eigene Seiten)

**Call-to-Action** 





Team & Unternehmen (Fotos, Werte, Visionen...)

**Call-to-Action** 



"Jobletter"-Anmeldung und/oder Chat



FAQ-Bereich

**Call-to-Action** 

## **BILDER & FOTOS**

#### **AUCH FÜR SOCIAL MEDIA**

Falls keine Bilder vorhanden sind, einfach welche anfertigen. Dafür reicht eine normale Handykamera. Authentische Bilder kommen in der Regel besser (auf Social Media) an als Fotos vom Fotografen.

#### Folgende Kriterien machen Fotos gut:

- Menschen auf dem Foto zu sehen
- Augenkontakt (bei wichtigen Fotos)
- Emotionen
- Menschen bei der täglichen Arbeit
- Team-Foto
- helle Bilder / Sonne (vs. dunkler Raum mit künstlichem Licht)
- Interessanter Hintergrund (vs. weiße Wand)

#### Folgende Szenarien sind denkbar:

- Menschen bei Teamausflügen z.B. beim Boot fahren
- Bilder der Räumlichkeiten, im besten Fall mit Menschen
- Bilder vor einem Logo / Firmenschild / Firmenauto
- Bilder von Ihnen und Ihrem Geschäft / Unternehmen
- Videos im Quer- oder Hochformat sind sehr gut, wenn vorhanden.
- Bilder vom Arbeitsprozess / aus dem Arbeitsalltag



### MITARBEITER/-INNEN AUSSAGEN

Stellen Sie einer handvoll Mitarbeiter folgende Fragen und notiere Sie die Antworten:

- Warum hast du dich für uns entschieden?
- Was macht die Arbeit und das Team / Unternehmen besonders?
- Was gefällt dir besonders, auch im Vergleich zur Konkurrenz?



## HARDFACTS ÜBER DEN ARBEITGEBER

Welche Leistungen bieten Sie an, die für potentielle Bewerber interessant sind? Das können sein:

- Rabatte / Tankgutscheine
- Überdurchschnittliches Gehalt
- Gleitzeit
- Remote
- Urlaubstage
- Weiterbildungen
- Mitgliedschaft in Sportvereinen / Gym
- Ausstattung mit Hardware (z.B. eigener Laptop)
- Firmenwagen oder Dienstfahrrad
- Kostenlose Büromassagen
- Gemeinsame Aktivitäten im Team
- Rabatte für Mitarbeitende
- Boni und Sonderzahlungen
- Kostenlose Kinderbetreuung



## SOFTFACTS ÜBER DEN ARBEITGEBER

Was machen Sie in Ihrem Team besser, als andere Unternehmen?

- Freundschaftliches Verhältnis
- Flache Hierarchien
- Wertgetriebenes Arbeiten
- Handschlag Mentalität
- Wenig Bürokratie.

## ANFORDERUNGEN AN DIE BEWERBER / QUALIFIZIERUNGSFRAGEN (3-5)

#### Was ist Ihnen bei Bewerbern wichtig? Das können z.B. sein:

- Qualifikation: Abgeschlossene Ausbildung oder mehr
- Erfahrung: 2 Jahre oder mehr
- · Was ist im neuen Job / beim neuen Arbeitgeber wichtig
- Was war am alten Job / beim alten/aktuellen Arbeitgeber nicht so gut
- ...



# BEISPIELE: BILDER UND STATEMENTS



Die Bilder-Situationen und nachfolgenden Statements können auch als Video oder Video-Bild-Mix auf der Karriereseite erscheinen und für Social Media-Anzeigen Verwendung finden.

### BEISPIELE: STATEMENTS

"An meiner Arbeit schätze ich vor allem das Gemeinschaftsgefühl. Niemand kann eine Baustelle allein bewältigen, aber als Team können wir große Projekte umsetzen. Mit meinen Kollegen zusammenzuarbeiten und am Ende des Tages ein gutes Ergebnis zu sehen, gehört für mich zu einem guten Arbeitsklima dazu"

"Der lockere und respektvolle Umgang in unserem Team ist mir wichtig. Nur so kann man meiner Meinung nach in einem professionellen Arbeitsumfeld auch Spaß bei der Arbeit haben. Mit guter Stimmung im Team und einem guten Ergebnis für den Kunden können wir alle sehr zufrieden sein."

"Als langjähriger Dachdecker bin ich stolz, in einer Firma zu arbeiten, die unseren Teamgeist so schätzt und fördert. Die Weiterentwicklung in unserem Handwerk und die Arbeit an unterschiedlichsten Projekten, gestalten meinen Job sehr abwechslungsreich."

"Die verschiedenen Projekte machen alles sehr abwechslungsreich. Hier wird es nicht langweilig, auch nach vielen Jahren. Und mit regenerativen Energien haben wir nicht nur die Chance für eine bessere Zukunft, sondern übernehmen auch Verantwortung für nachfolgende Generationen."

"Der kollegiale Zusammenhalt macht das Arbeiten hier wirklich besonders. Wir achten aufeinander. Und das finde ich super!"

# BEISPIEL FÜR CHEF-STATEMENTS

"Es verändert sich viel bei uns – aber wir bleiben gleich"

In den letzten 30 Jahren haben wir eine große Entwicklung mitgemacht.

1994 hat XY als einzelner Monteur gestartet. Doch schon bald wurden wir größer und unsere Tätigkeiten vielfältiger.

Inzwischen sind wir als familiengeführte GmbH mit Büroteam und Zentrale in Stadt XY der Top-Ansprechpartner für Fenster und Türen in der Umgebung.

Die Vater-Sohn-Spitze aus A. und B. bietet die perfekte dynamische Leitung als etablierter Branchenspezialist.

Wir sind zwar inzwischen größer, bleiben aber in erster Linie eines: ein Familienbetrieb.

Deshalb ist uns auch immer noch ein angenehmes Zusammenarbeiten, ein zufriedenes Team und die Qualität unserer Leistungen am wichtigsten.



### "Wir sind ein starkes und junges Team - und möchten Dich als Verstärkung"

XY ist ein zuverlässiger und servicestarker Partner für Privat und Gewerbe. Seit mehr als 10 Jahren sind wir im Bereich Photovoltaik aktiv und bieten Komplettanlagen und Anlagenkomponenten. Von Marken-Modulen, Wechselrichter, Stromspeicher über Befestigungssysteme und Zubehör bis hin zur ausführlichen Projektberatung.

Deswegen wachsen wir weiter und möchten mit Dir als Verstärkung unseres Teams noch viel mehr erreichen.

Du legst Wert auf einen sicheren und abwechslungsreichen Job in einer Zukunftsbranche?

Du möchtest in einem jungen und freundlichen Team arbeiten, in dem Dich alle Wertschätzen?

Dann werde Teil von XY und bewirb Dich bei uns.

Name Vorname Geschäftsführer und Dein Ansprechpartner für Deine Bewerbung

## **FACTS**

Studie Handwerker-Magazin "Was wünschen sich Mitarbeiter im Handwerk wirklich"

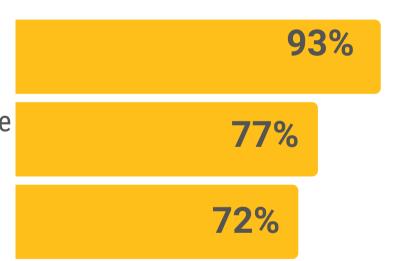
+ Befragung "Wie viele Mitarbeiter im Handwerk sind wechselbereit?"



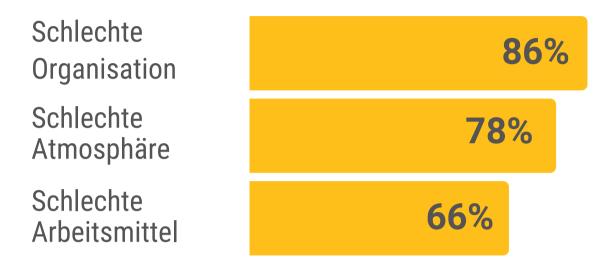
... sagen: Geld ist nicht der Faktor, der zählt, sondern:

Spaß und gute Kollegen Gefühl, dass meine Arbeit wichtig ist

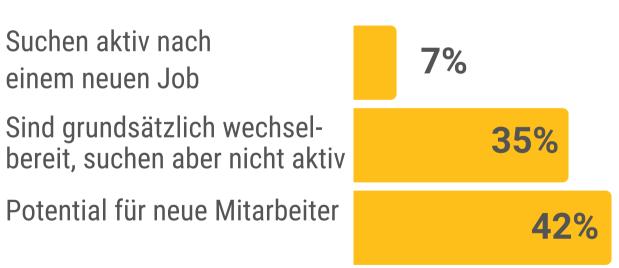
Abwechslungsreiche Projekte



#### **Demotivation durch**





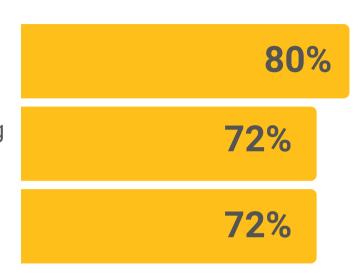


#### Mitarbeiter bleiben

Wegen Kollegen mit denen die Arbeit spaß macht

Weil sie eine gute Beziehung zum Chef / Chefin haben

Weil der Arbeitsplatz als sicher empfunden wird

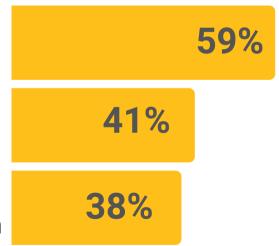


#### Mitarbeiter wechseln

Weil es durch schlechte Organisation zu häufig Stress gibt

Weil sie sich im Unternehmen nicht wertgeschätzt fühlen

Weil die Bezahlung eine Rolle spielt und hoffen, woanders mehr zu verdienen

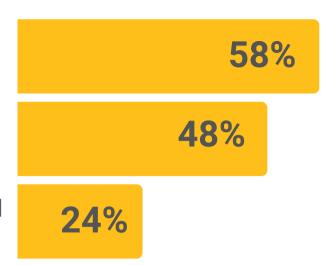


#### Mitarbeiter suchen nicht aktiv, da sie

nicht möchten, wieder von vorne anzufangen

nicht glauben, dass es wo anders besser ist

sich bei einem Arbeitsplatzwechsel nicht sicher fühlen







Vielen Dank, dass Sie dieses eBook gelesen und mir Ihre kostbare Zeit geschenkt haben. Ich hoffe mit den vorangegangenen Seiten etwas Klarheit in das Karriereseiten-System gebracht zu haben, das ja grundsätzlich nicht komplett neu ist, sondern nur "neu gedacht" und an die aktuelle Situation angepasst wurde.

Mitarbeitergewinnung ist in dieser Zeit keine einfache Aufgabe. Viele Agenturen und Recruiter verstehen die Situation und Ihre Not geschickt auszunutzen. Die angebotenen "Bewerbung in unter 60 Sekunden"-Konzepte funktionieren dabei nur bedingt und liefern kaum qualifizierte Bewerber. Der alleinige Fokus auf Social Media Ads und einer knappen Bewerbungs-Landingpage ist zu eng gefasst, da ein Bewerber, der eben erst von Ihrer Stellenanzeige erfahren hat, sich nicht sofort bewirbt, sondern etwas Zeit zum Nachdenken braucht.

Oder würden Sie aufgrund einer Anzeige in Facebook oder Instagram eine Lebensentscheidung treffen?

Der Kandidat muss jederzeit wieder auf die Seite zurückkehren können, die er durch die Anzeige (oder andere Quellen) kennt und sich dann bewerben können, wenn er sich dazu entschieden hat.

Deswegen gehört eine entsprechende smarte Karriereseite unbedingt zu Ihrer bestehenden Webseite dazu. Sie muss über Google gefunden und erreicht werden, ebenso über Ihre Social Media Profile, ggf. Linkedin oder auch Offline-Aktionen.

#### Mein Angebot an Sie:

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine Mail und lassen Sie uns virtuell über Google Meet oder zoom treffen, um zu besprechen, wie wir Ihnen dabei helfen können, die passenden Mitarbeiter zu finden.

E-Mail: agentur@webfriends.de

Telefon: 09621 - 65010

Vielleicht sprechen wir uns ja bald. Jürgen Passler



#### Impressum / Herausgeber

webfriends GmbH Dipl.-Kfm. Jürgen Passler Oskar-von-Miller-Straße 8 92224 Amberg

#### Urheberrecht

Das vorliegende eBook ist in vollem Umfang urheberrechtlich geschützt. Ein vollständiger sowie teilweiser Nachdruck oder jede andere Verbreitung jedweder Art sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

#### Haftung

Die Inhalte des eBook wurden sorgfältig recherchiert und erstellt. Dennoch können Fehler nicht ausgeschlossen werden. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr oder Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der enthaltenen Informationen und Inhalte. Der Leser/die Leserin ist für sein/ihr Handeln selbst verantwortlich.

Es wird keine Haftung für mögliche Schäden übernommen, die direkt oder indirekt mit der Verwendung dieses eBook entstehen. Alle Empfehlungen und Vorgehensweisen sind unverbindlich und dienen lediglich der Information. Dieses Buch ersetzt auch keine professionelle Beratung!



www.deine-karriereseite.com www.webfriends.de