

■ Aktuelle Stellensuche im Internet. Wir zeigen die wichtigsten Deutschschweizer Jobplattformen.

Personal-/Kaderstellenmärkte:

- alpha.ch
- experteer.ch
- jobclick.ch
- jobs.ch
- jobscout24.ch
- jobwinner.ch
- monster.ch (jobpilot.ch)
- nzzexecutive.ch
- stellen.ch
- topjobs.ch

Stellenplattformen:

- gastrojobs.ch
- jobsource.ch
- lawjobs.ch
- medienjobs.ch
- praxisstellen.ch

Der Schweizer Stellenmarkt – Online vs. Print

ONLINEPORTALE Der Schweizer Stellenmarkt hat sich in den letzten Jahren primär in das Internet verlagert. Doch Online hat zwar gegenüber Print viele Vorteile – aber nicht nur. Wir zeigen die Erwartungen von Stellensuchenden und -vermittlern

VON THOMAS LANG*

■ Online führt, diese Aussage trifft auch primär auf den Onlinestellenmarkt zu für diejenigen, die aktiv eine Stelle suchen. Wie in anderen Rubrikenmärkten gibt es hier für den Stellensuchenden klare Vorteile im Web. Strukturiertes Suchen, elektronische Helfer wie E-Mail-Benachrichtigungen oder RSS-Feeds mit Jobangeboten, die den eigenen Suchkriterien entsprechen. Viele Jobportale warten auch mit zusätzlichen Dienstleistungen auf, wie der Onleadministration der eigenen Bewerbungsdossiers, der Verwaltung von CVs und Referenzen. Diese Dienstleistungen sind jedoch nicht primär opportun und werden noch wenig genutzt.

Mehr Zuspruch erhalten saubere Such- und Filterfunktionen, die eine möglichst grosse Anzahl an passenden Angeboten ermöglichen. Auch zusätzliche Informationen über die Arbeitgeber, Video-präsentationen und weiterführende Links zu den potenziellen neuen Arbeitgebern liegen hoch im Kurs. Das Zusammenstellen von Job-Portfolios über Merklisten oder die Onlinebewerbung runden das Angebot ab.

Andere Erwartungen von Jobvermittlern

Ganz anders die Erwartungen von Jobvermittlern und Personalberatern an die Onlineplattformen. Hier stehen die digitalen Services gar nicht mal so im Vordergrund. Primäre Anforderung an die Stellenbörsen im Web ist ein guter Rücklauf auf die Onlineannoncen. Hier können gar allzu restriktive Filter und automatische Selektionen hinderlich sein. Wie mehrere Vermittler einstimmig bestätigen, wird ein zu grosser Rücklauf einem automatisch eingeschränkten gegenüber bevorzugt. Denn so manche Perle – die das System a priori aufgrund der hinterlegten Kriterien nicht systematisch in die engere Wahl genommen hätte – wurde so von den

Fachpersonen identifiziert. Denn das ist wiederum die Kernkompetenz von Personalberatern, die sich das nicht von einem Algorithmus streitig machen lassen wollen.

Als nützlich werden vor allem Features wie das einfache Kopieren von Inseraten oder das Hinterlegen von Vorlagen genannt. Auch das Einbinden der offenen Positionen in die eigene Site oder Dritt-

plattformen steht nicht im Vordergrund. Dies im Gegensatz zum Inserategeschäft mit Immobilien und Gebrauchtwagen, bei dem das eigene Angebot von manch einem Immobilien-Treuhänder oder Garagisten in die eigene Internetpräsenz integriert wird.

Als sehr wichtiges Argument gilt aber für viele Stellenvermittler, dass online nur Personen an-

gesprochen werden können, die aktiv auf Stellensuche sind. Dies betrifft vor allem die horizontalen Stellenplattformen. Anders bei den Printmedien. Über die gedruckten Stellenmärkte können oft auch Personen erreicht werden, die nicht aktiv auf Jobsuche sind, sondern beispielsweise spontan am Wochenende einen Kadermarkt studieren, ohne primäre Absicht auf einen Jobwechsel. In dieser Hinsicht ist das Printmedium dem Onlinemedium überlegen.

Marktplayer und Branchenangebote

Nebst den grossen Marktplayern etablieren sich in der Schweiz vermehrt auch spezifische Branchenangebote. Im Bereich von Marketing und Kommunikation ist dies primär medienjobs.ch. Durch die starke Verankerung in der Branche – Präsenz in mehreren branchenspezifischen Onlinenewsdiensten, umfangreiche Profildatenbank, breite Werbepräsenz in relevanten Printfachtiteln – erreichen solche spezialisierten Plattformen auch Führungs- und Fachkräfte, die nicht aktiv auf Stellensuche sind. Damit können diese vertikalen Angebote den erwähnten Nachteil der Onlinemedien teilweise wieder wettmachen und sogenannte «Passivs» ansprechen. In verwandten oder weiteren Bereichen profilieren sich gastrojobs.ch, jobsource.ch, praxisstellen.ch oder lawjobs.ch, eine Kooperation zwischen monster.ch und dem Berner IT-Rechtsspezialisten Weblaw.

Einen interessanten Ansatz von Branchenspezialisierung findet man als Beispiel bei medien-



jobs.ch – eine der innovativeren Schweizer Stellenplattformen



Professionelle Netzwerke wie Xing eignen sich auch für die Stellensuche.



Blog zum Joballtag vom Personalberater und Jobcoach Marcel Widmer

jobs.ch. Die Jobsite hat mit QualiProfil eine Matrix erstellt und die gesamte Kommunikationsbranche – vom Offsetdrucker bis zum PR-Berater – in Berufsgruppen unterteilt. Für jede ausgeschriebene Stelle wird im Anschluss an die Anzeigenschaltung ein Anforderungsprofil erstellt. Aufgrund von Funktion, Spezialbranchenkenntnissen, Führungsstufe, Grund- und Weiterbildungen sowie IT-Kenntnissen wird die Datenbank nun nach Personen durchsucht, welche diese minimalen Anforderungen des Inserenten erfüllen. Diese werden dann anonymisiert per Jobmail über die neue Ausschreibung benachrichtigt. Der Anzeigenkunde profitiert vom geringeren Bearbeitungsaufwand, bedingt durch weniger unpassende Bewerbungen, und der Stellensuchende bekommt nur diejenigen Angebote zugespielt, welche seinem Profil entsprechen. Auch für nicht aktiv Stellensuchende liefert dieser Service wegen der hohen Treffsicherheit wertvolles Arbeitsmarkt-Feedback. Zudem hat man die Möglichkeit, sein Profil – grafisch dargestellt – mit dem Durchschnitt der anderen Stellensuchenden im selben Bereich zu vergleichen. Dies kann wertvolle Hinweise über mögliche Ausbildungsdefizite liefern.

Einen spannenden Ansatz bietet auch die Plattform experteer.ch, bei der die Jobsuche primär über die Salärvorstellungen und das Gehaltsbenchmarking stattfindet. Keine andere Plattform stellt den Verdienst so in den Vordergrund – vielmehr sind Salärvorstellungen bei anderen Plattformen gutschweizerisch nahezu verpönt.

Bei den horizontalen Playern, die sämtliche Branchen abdecken, wird weiterhin unerbittlich um Marktanteile gekämpft. Jobs.ch gilt als führend in der Schweiz und erreichte gem. Netmetrix im Dezember 2009 weit über eine halbe Million Unique Clients, also potenzielle Stellensuchende. Jobwinner.ch als zweite aufgeführte Stellenplattform 356.000. Zu den weiteren dominierenden horizontalen Stellenmärkten zählen nzzexecutive.ch, monster.ch, jobscout24.ch sowie die Kadermärkte topjobs.ch und alpha.ch in der Schweiz (weitere Plattformen siehe More-Box).

Innovationen sind notwendig

Den heutigen Jobplattformen im Internet mangelt es unisono an Innovationskraft. Viele sind noch in der Print-Denke und sehen den Onlinestellenmarkt als Ableger



des gedruckten Stellenanzeigers. Kaum ein Personalvermittler wird eine Kaderstelle beispielsweise nur auf alpha.ch publizieren – Online ist immer nur Add-on und selten das führende Publikationsmedium bei Verlagsangeboten. Wer sich die Insertionspreise ansieht, könnte auch auf den Gedanken kommen, manch ein Verleger betreibe die Onlineplattform nur für lukrativere Kombirabatte.

In den vergangenen Jahren ist es denn auch zu einigen Übernahmen in diesem Bereich gekommen. So gehört die Scout-Gruppe inkl. topjobs.ch seit rund zwei Jahren zum Ringier-Konzern, die Winerplattformen wurden bereits einiges länger an Tamedia veräußert und die NZZ hat sich mit dem eigenen NZZexecutive für Kaderpositionen gut aufgestellt.

Klassische Stellenportale erreichen meist nur aktiv Stellensuchende und die für Recruiter wertvolle Zielgruppe der Passivsuchenden ist dort nicht erreichbar.

NZZexecutive.ch erschliesst seinen Inserenten die breite Leserschaft von NZZ Online (nzz.ch) und somit gegen 1,5 Mio Unique Clients in der fokussierten Zielgruppe der Leader und Topleader. Einerseits werden Stellenangebote direkt auf den Sites von NZZ Online ausgeliefert, andererseits werden die redaktionellen Artikel (exklusive Interviews, Arbeitswelten und Human Resource Management) von NZZexecutive.ch direkt auf den Sites von NZZ Online angerissen und bringen somit die Leser von NZZ Online stetig in aktiven Kontakt mit dem Stellenportal.

Es erstaunt nicht, dass vor allem die unabhängigen Onlineplattformen in der Schweiz führend sind. Dies vor allem dank deren Innovationskraft und Fokussierung auf das Onlinebusiness. Die

grösste branchenunabhängige Internettplattform für Stellensuchende ist jobs.ch. 1998 gegründet verzeichnet jobs.ch heute über 70.000 Besucher täglich und beschäftigt in Zürich und Lausanne gemäss eigenen Angaben 50 Mitarbeiter. Personalberater schätzen an jobs.ch v.a. die Innovationskraft. Kürzlich wurde die Job-DNA lanciert, ein Tool, das den Stellensuchenden hilft, sich ein umfassendes Bild von ihren Jobberwartungen und dem bevorzugten Arbeitgeber zu machen. Dabei werden nicht nur klassische Faktoren wie Ausbildung und Erfahrung berücksichtigt, sondern auch individuelle Eignungen, Wünsche und Talente.

Networking 2.0

Die beiden businessorientierten Netzwerke Xing und LinkedIn.com im angelsächsischen Raum haben sich in der Geschäftswelt in den vergangenen Jahren durchgesetzt. Ich persönlich sammle keine Visitenkarten mehr. Der Kontakt wird per Xing bestätigt und fortan sind die Informationen und Kommunikationskoordinaten akkurat und werden vom Kontakt selber gepflegt. Wechselt jemand die Stelle, bin ich schnell und aktiv informiert. Nicht nur lässt sich relativ fein adjustieren, wer was sehen darf; mit dem kostenpflichtigen Premiumzugang könnte auch gezielt nach geeigneten Kandidaten für zu besetzende Stellen gesucht werden. Weitere Vorteile dieser Netzwerke sind das Organisieren von Veranstaltungen, das Zusammenfassen von Personen in Organisationen und einiges mehr.

Die Suche nach geeigneten Kandidaten ist jedoch abhängig von der Datenqualität. Und diese lässt bei vielen Mitgliedern doch zu wünschen übrig, was die eige-

ne Erfahrung und Ausbildung angeht. Daher werden die Netzwerke von professionellen Personalberatern auch noch nicht sehr intensiv genutzt.

Einfluss von Social Media

Der Einfluss von Social Media auf den Stellenmarkt ist einerseits noch relativ unterentwickelt, andererseits wird er auch überschätzt. Überschätzt wird vor allem auch der Einfluss von sozialen Netzwerken wie Facebook, Netlog oder Party- und Fotoplattformen wie tilllate.com. Warnungen wie, dass eine unvorteilhafte Aufnahme die Karriere gefährden könnte, begegne ich relativ entspannt. Vielmehr dürfte es in einigen Jahren gar verdächtig sein, von wem nicht irgendwelche Spuren auf dem Netz auffindbar sind. Selbstverständlich muss noch einiges an Aufklärungsarbeit geleistet werden, welchen Einfluss gewisse Informationen in sozialen Netzwerken haben können und wie mit den Einstellungen zur Privatsphäre umzugehen ist.

Aktive Jobsuche über Web-2.0-Kanäle gibt es erst ansatzweise durch Stellensuchende. Wie früher wird das soziale Umfeld mitgenutzt, nur haben sich die Kommunikationskanäle verändert. Anders die Job-Professionals. Diese nutzen vermehrt nebst den Business- auch die sozialen Netzwerke. Jedoch noch nicht sehr aktiv zur Rekrutierung von passenden Kandidaten, sondern vielmehr zur Kommunikation der eigenen Kompetenz und Schärfung des vermittelten Profils.

So auch der Personalberater und Jobcoach Marcel Widmer, einer der Pioniere in Sachen Social Media und Jobs in der Schweiz. Seit rund fünf Jahren führt er den JobBlog (www.jobblog.ch) mit Beiträgen rund um den Joballtag und mehr. Marcel Widmer fährt diesen Blog parallel zu seiner Website (www.widmerconsulting.ch) und konnte in der Vergangenheit darüber auch schon Mandate sowie wertvolle Medienkontakte akquirieren. Und auf Twitter, welches er vornehmlich informell und privat nutzt, kommunizierte der Personalberater seinen 700 Followern schon auch mal Job-Themen oder gar Positionen. ■



* Thomas Lang ist Geschäftsführer und Unternehmensberater für E-Business und E-Commerce bei der Carpathia Consulting GmbH in Zürich. www.carpathia.ch