



uickCheck

Die schnellste Art,
Ihr Recruiting zu optimieren

FÜR
Mustermann AG

Vorwort


DANKE, DASS SIE SICH FÜR DEN QUICKCHECK ENTSCIEDEN HABEN.

Der BEST RECRUITERS QuickCheck ist der schnellste Weg zu optimiertem Recruiting. In den vergangenen 48 Stunden wurden Ihre Recruiting-Maßnahmen überprüft und ausgewertet, die Ergebnisse finden Sie auf den folgenden Seiten.

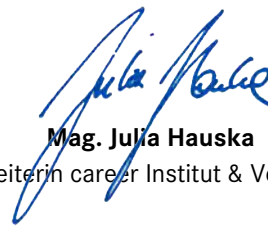
Das wissenschaftliche Prüfverfahren des QuickCheck erfolgt auf Basis der BEST-RECRUITERS-Studie, die in den vergangenen zehn Jahren über 11.000 Arbeitgeber auf ihre Recruiting-Leistung untersucht und dabei über 1,4 Millionen Einzelkriterien erhoben hat. Der QuickCheck testet insgesamt 130 Einzelkriterien und folgt den Grundsätzen von BEST RECRUITERS: **wissenschaftlich, objektiv, unabhängig.**

Der QuickCheck Report zeigt Ihnen schnell und übersichtlich, welche **Recruiting-Leistung** Ihr Unternehmen aktuell erbringt, wo **Optimierungspotenziale** liegen und welche **Best-Practice-Beispiele** wir Ihnen empfehlen.

Wir wünschen viel Erfolg beim Optimieren Ihres Recruitings!



Markus Gruber
Initiator BEST RECRUITERS



Mag. Julia Hauska
Leiterin career Institut & Verlag

1. Hintergrund

career Institut und Verlag	6
BEST RECRUITERS	7
QuickCheck-Methodik	8
Die Kategorien	8
Die Kriterien	9

2. QuickCheck Überblick

Ergebnisüberblick	20
Bewertungsüberblick	21

3. QuickCheck Optimierungsstrategien

Online-Recruiting-Präsenz	27
Karriere-Website	27
Social Web	47
Mobile Recruiting	57
Online-Stellenanzeige	62
Inhalt der Online-Stellenanzeigen	62
BewerberInnen-Umgang	69
Usability im Bewerbungsprozess	69

1. Hintergrund

CAREER INSTITUT & VERLAG



1989 legte Markus Gruber, damals selbst noch Student an der WU Wien, mit der Publikation des ersten CAREER Karriere-Ratgebers den Grundstein für den gleichnamigen Verlag, der heute als career Institut & Verlag auch die BEST-RECRUITERS-Studie durchführt. Der Karriere-Ratgeber heißt inzwischen best career AkademikerInnen-Guide und erscheint nach wie vor jährlich, der best career MaturantInnen-Guide ergänzt das Verlagsportfolio seit 2010.



AkademikerInnen-Guide 2020

Die BEST-RECRUITERS-Studie fand zum ersten Mal 2010 unter dem Namen Career's Best Recruiters in Österreich statt, ab 2012 wurden auch deutsche Unternehmen erhoben, seit 2013 gibt es BEST RECRUITERS in der Schweiz.

Mit HUMOUR RESOURCES erschien 2017 eine humorvolle Geschichtensammlung aus erster Hand: Recruiter, HR-Manager und Personalisten erzählen von ihren skurrilsten, schrägsten und unterhaltsamsten Erlebnissen.

Weitere Publikationen des Verlags, etwa der KMU-Recruiting-Leitfaden, sollen Arbeitgeber unterschiedlichster Größe dabei unterstützen, ihre Prozesse im Recruiting zu optimieren.

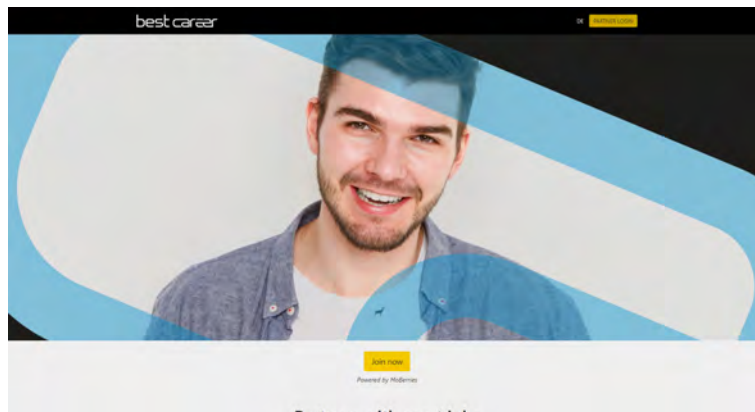


MaturantInnen-Guide 2020

Im Jahr 2020 wird der Fokus auf digitalen Produkten liegen: Unsere neue Online-Plattform best career vernetzt Arbeitgeber und KandidatInnen bald so effizient und einfach miteinander wie noch nie, mit einer eigens entwickelten App bieten wir Unternehmen zudem die Möglichkeit, die Zufriedenheit der MitarbeiterInnen bequem und anonym abzufragen und so dafür zu sorgen, dass wirklich jede Arbeitskraft ihr volles Potenzial ausschöpfen kann.



Humour Ressources



bestcareer.at

QuickCheck-Methodik

DIE KRITERIEN

Im Rahmen des BEST RECRUITERS QuickCheck werden fünf Kategorien untersucht, deren Fokus auf der BewerberInnenansprache und den Online-Stellenanzeigen liegt. Die Kategorien sind in Einzelkriterien unterteilt.

KARRIERE-WEBSEITE

Als Aushängeschild für Arbeitgeber und Informationsquelle für KandidatInnen ist die Karriere-Website eines der wichtigsten Recruiting-Tools. Welche Details werden kommuniziert, wie übersichtlich sind sie aufbereitet und befinden sich die technischen Einstellungen und Voraussetzungen auf dem neuesten Stand?

SOCIAL WEB

Auch für das Recruiting sind die sozialen Netzwerke heutzutage unverzichtbar. In diesem Bereich überprüft der QuickCheck die folgenden zentralen Fragen: Welche Plattformen werden von Unternehmen für karriererelevantes Posten genutzt, und wie aktiv werden die Profile mit Content bespielt?

MOBILE RECRUITING

Immer mehr KandidatInnen nutzen für die Jobsuche mobile Geräte. Doch sind die Karriere-Websites und deren Inhalte für die Nutzung auf Smartphone und Tablet optimiert? Kann in ihnen übersichtlich navigiert werden? Sind wichtige Funktionen miteinander verknüpft, besteht etwa die Möglichkeit, Inhalte direkt auf Social Media zu teilen?

INHALT DER ONLINE-STELLENANZEIGE

Stellenanzeigen sollen in erster Linie beschreiben, was zukünftige MitarbeiterInnen in der konkreten Position im Daily Business erwartet. Geben Unternehmen auch an, was von BewerberInnen erwartet oder vorausgesetzt wird? Sind alle Informationen – etwa Arbeitsort und -zeiten – vorhanden? Ist die Anzeige auch optisch ansprechend, indem Inhalte zum Beispiel durch Bild- und Videomaterial aufgelockert und/oder vertieft werden?

USABILITY IM BEWERBUNGSPROZESS

In dieser Kategorie wird eine zentrale Frage gestellt: Wie benutzerfreundlich gestaltet sich die Bewerbung für KandidatInnen? Dabei wird untersucht, welche Bewerbungskanäle zur Verfügung stehen sowie ob die Möglichkeit besteht, sich initiativ zu bewerben.

SOCIAL WEB

Profil mit Karriere-/Recruiting-Bezug

- ✓ **Facebook**
Dieses Kriterium gilt als erfüllt, wenn ein karrierespezifisches Profil angelegt ist oder auf der allgemeinen Präsenz ein eigener Unterpunkt (Karriere/Jobs/Bewerbungen) für BewerberInnen zur Verfügung gestellt wird.
- ✓ **Glassdoor**
Es muss sich um ein offizielles Profil des Arbeitgebers handeln, das aktiv betreut wird.
- ✓ **Instagram**
Aus dem Profilnamen beziehungsweise der Profilbeschreibung auf Instagram muss ein klarer Recruiting-Bezug herauszulesen sein.
- ✓ **kununu**
Es muss sich um ein offizielles Profil des Arbeitgebers handeln, das aktiv betreut wird.
- ✓ **LinkedIn**
Verfügt der Arbeitgeber über ein Profil, das aktiv mit Informationen befüllt wurde, werden Punkte vergeben.

Neuigkeiten mit Karriere-/Recruiting-Bezug

- ✓ **Facebook**
Voraussetzung sind zum Zeitpunkt der Erhebung zwei karriererelevante Beiträge innerhalb der letzten 30 Tage seitens des Arbeitgebers.
- ✓ **Instagram**
Zum Zeitpunkt der Erhebung müssen innerhalb der letzten 30 Tage seitens des Arbeitgebers zwei karriererelevante Beiträge gepostet worden sein.
- ✓ **kununu-Stellungnahmen**
Punkte für dieses Kriterium werden vergeben, wenn zu Erfahrungsberichten der Jahre 2019 und 2020 zumindest zwei Stellungnahmen abgegeben wurden.
- ✓ **Twitter**
Aus dem Profilnamen beziehungsweise der Profilbeschreibung auf Twitter muss ein klarer Recruiting-Bezug herauszulesen sein.
- ✓ **Vimeo**
Der Arbeitgeber betreibt einen Kanal auf Vimeo, auf dem karriererelevante Videos gepostet werden.
- ✓ **whatchado**
Der Arbeitgeber hat einen Channel auf whatchado eingerichtet.
- ✓ **XING**
Es muss sich um ein offizielles Profil des Arbeitgebers handeln, das aktiv mit Informationen befüllt wurde.
- ✓ **YouTube**
Es muss ein eigener Kanal für das Unternehmen oder die Institution vorhanden sein, in dem mindestens eine karriererelevante Playlist zur Verfügung steht.
- ✓ **XING**
um Zeitpunkt der Erhebung müssen innerhalb der letzten 30 Tage seitens des Arbeitgebers zwei karriererelevante Beiträge gepostet worden sein.
- ✓ **Twitter**
Voraussetzung sind zum Zeitpunkt der Erhebung zwei karriererelevante Beiträge innerhalb der letzten 30 Tage seitens des Arbeitgebers.
- ✓ **LinkedIn**
Zum Zeitpunkt der Erhebung müssen innerhalb der letzten 30 Tage seitens des Arbeitgebers zwei karriererelevante Beiträge gepostet worden sein.

GETESTETE SOCIAL WEB-KANÄLE



2. QuickCheck Überblick

Ergebnisüberblick

IHRE PUNKTE

68

von 100 PUNKTEN

Kapitel 2 - QuickCheck Überblick
Bewertungsüberblick

Säule 1 Karriere-Webseite	Kriterium erfüllt	max. Prozentpunkte	erreichte Prozentpunkte	
Mitarbeiter-Testimonials	✓	3 %	3 %	
Onboarding	✓	1 %	1 %	
Orientierung und Usability				max. 3 %
Breadcrumbs	✗	1 %	0 %	
Tagging	✓	1 %	1 %	
Stellenmarkt - Filterfunktion	✗	1 %	0 %	
Stellenmarkt - Suchfunktion	✓	1 %	1 %	
Recruiting-Prozess				max. 3 %
Auswahlinstrumente	✓	1 %	1 %	
Bewerbungstipps	✗	1 %	0 %	
Dauer des Auswahlprozesses	✗	1 %	0 %	
Einzureichende Bewerbungsunterlagen	✗	1 %	0 %	
Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden	✓	1 %	1 %	
Persönliche Empfehlungen von HR	✗	1 %	0 %	
Praktische Übungen zur Vorbereitung	✓	1 %	1 %	
Suchmaschinenoptimierung	✗	1 %	0 %	
Technische Barrierefreiheit	✗	1 %	0 %	
Touchpoints				max. 2 %
Bereich für Karriere-Events	✓	2 %	2 %	
Tag der offenen Tür	✗	2 %	0 %	
Sonstige Initiativen	✓	2 %	2 %	
Verlinkung zu Karrierepräsenz(en) im Social Web	✗	1 %	0 %	
Zielgruppenspezifische Informationsaufbereitung				max. 3 %
SchülerInnen / PraktikantInnen	✗	2 %	0 %	
Lehrlinge	✗	2 %	0 %	
StudentInnen / AbsolventInnen	✓	2 %	2 %	
Berufserfahrene	✓	2 %	2 %	
Andere Zielgruppe(n)	✗	2 %	0 %	
erreichte Gesamtpunkte:			24 %	max. 36 %

3. QuickCheck

Optimierungsstrategien

Ihr Kategorieergebnis



Der QuickCheck Report gibt auf den folgenden Seiten für jedes Kriterium ein Best-Practice-Beispiel an.

ARBEITGEBERKULTUR: FÜHRUNGSGRUNDSÄTZE / HIERARCHIE

Der Führungsstil von Managern und Personen in leitenden Positionen wirkt sich erheblich auf den ökonomischen Erfolg eines Arbeitgebers aus. Denn Führungsgrundsätze beeinflussen das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen, und dieses hängt wiederum direkt mit der erbrachten Leistung zusammen. Wer sich am Arbeitsplatz wohlfühlt, leistet mehr, ist seltener krank und arbeitet produktiver.

Damit KandidatInnen schon im Vorfeld herausfinden, ob der Cultural Fit auch im Hinblick auf ihre zukünftigen Vorgesetzten stimmt, empfiehlt sich eine transparente Kommunikation der Führungsgrundsätze im Unternehmen. Dabei muss nicht en détail auf alle Hierarchieebenen eingegangen werden, wichtig ist dabei vielmehr, dass BewerberInnen einen Einblick in die Führungsgrundsätze bekommen, gleichzeitig vermitteln Arbeitgeber mit dem ehrlichen Umgang Transparenz.

IHR ERGEBNIS: Die **Mustermann AG** kommuniziert auf der Karriere-Website, welche Führungsgrundsätze im Unternehmen gelebt werden.

BEST PRACTICE: Unter dem Begriff Performance Management beschreibt die BASF SE den Umgang von Führungspersonen mit ihren MitarbeiterInnen sowie die Milestones in der Zusammenarbeit in Form von regelmäßigen Feedback-Gesprächen.



BEST PRACTICE

The screenshot shows the 'Global Karriere' website with a grid of benefit icons. A central pop-up window titled 'Performance Management' contains the following text:

Performance Management
 Der Performance Management-Ansatz ist eines unserer wichtigsten Führungsinstrumente. Drei grundlegende Prinzipien sind uns dabei besonders wichtig: Wertschätzung und Anerkennung von Leistung, Impulse für Entwicklung und Fairness der Beurteilung. Das jährliche Mitarbeitergespräch und Halbjahresgespräch ergänzen das regelmäßige unterjährige Feedback. In den Gesprächen nehmen sich Mitarbeiter und Führungskräfte die Zeit für einen intensiven Dialog zu der aktuellen Leistung des Mitarbeiters und zu den Möglichkeiten, vorhandene Kompetenzen weiterzuentwickeln.

Other visible icons in the grid include: Gesundheitsvorsorge, Altersvorsorge, Unfallversicherung, Urlaub, Campus Programm, Interner Stellenmarkt, Führungskraftentwicklung, Mitarbeiterentwicklung, Performance Management, Lebenslanges Lernen, Attraktives Arbeitsumfeld, Grund Gehalt, Compliance, Diversity & Inclusion, Nachhaltigkeits, Attraktives Arbeitsumfeld, Gesundheitsmaßnahmen, Sales Incentives, Sichere Arbeitsumwelt, Promotions, Variable Vergütung, and Gehaltserhöhung.

Quelle: <https://www.basf.com/global/de/careers/why-join-basf/what-you-will-get.html>

ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE INFORMATIONSAUFBEREITUNG

Die Tatsache, dass unterschiedliche Zielgruppen unterschiedliche Inhalte interessant finden und dementsprechend anders auf sie ansprechen, ist kein reines Marketingthema. Auch die Jobsuche und somit der Recruiting-Prozess unterliegen der Grundprämisse, dass verschiedene Zielgruppen anders auf Botschaften, Inhalte und Bilder reagieren und diese folglich auf sie zugeschnitten sein sollten, um sie wirklich zu erreichen.

Arbeitgeber reagieren darauf am besten, indem sie Teile der Karriere-Website auf die Konsumenten abstimmen. Am häufigsten passiert das bereits im Bereich Lehre, die Inhalte werden hier auf die Interessensgebiete der jungen Target Audience zugeschnitten und so etwa besonders häufig Social-Media-Aktivitäten und Bewerbungstipps in den Fokus gerückt. Nach demselben Muster können auch Inhalte für berufserfahrene Professionals, Wiedereinsteiger oder Hochschulabsolventen gestaltet werden.

IHR ERGEBNIS: Die **Mustermann AG** bereitet Informationen im Rahmen der Karriere-Website zielgruppenspezifisch auf und holt die Bewerbergruppen so individuell ab.

BEST PRACTICE: Schüler, Studierende, Berufseinsteiger und Berufserfahrene: Alle vier Zielgruppen werden von der ROHDE & SCHWARZ GmbH & Co. KG ausführlich mit Informationen versorgt.

SCHÜLERINNEN /
 PRAKTIKANTINNEN



AUSZUBILDENDE



STUDIERENDE /
 ABSOLVENTINNEN



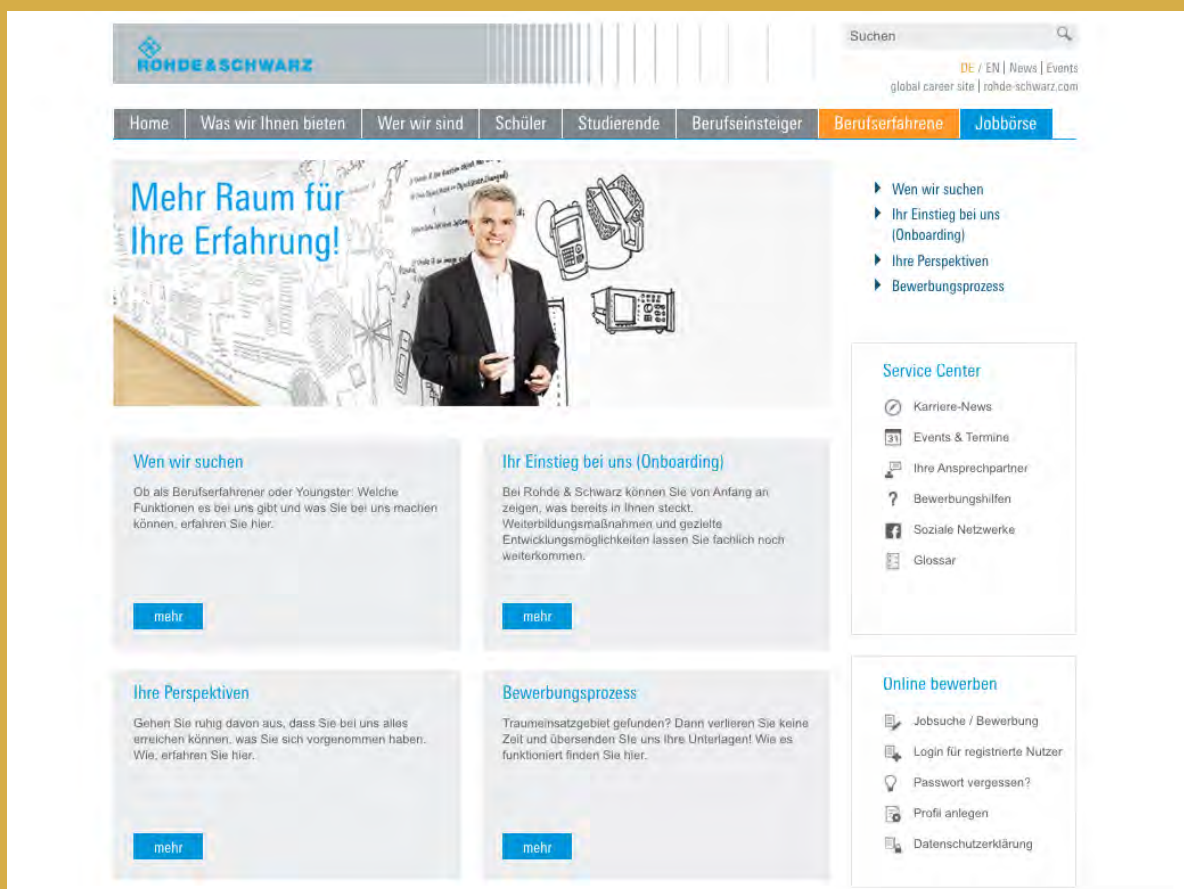
BERUFSERFAHRENE



ANDERE ZIELGRUPPE(N)



BEST PRACTICE



Quelle: <https://karriere.rohde-schwarz.de/de/karriere/berufserfahrene/>

Karriere-Website

SOCIAL WEB

Mobile Recruiting

Weiterführende Informationen und Erklärungen zu allen Kriterien der Kategorie Karriere-Website sind auf **SEITE 13** zu finden.

SOCIAL WEB

Die BEST-RECRUITERS-Analysen der letzten Jahre im Bereich Social Media machen deutlich, dass nach wie vor viele Unternehmen und Institutionen nicht das volle Potenzial der sozialen Plattformen ausschöpfen. Gerade in Business-Netzwerken werden häufig Profile erstellt, um präsent zu sein, die anschließend allerdings nicht dem regelmäßigen Austausch mit potenziellen BewerberInnen dienen. Eben diese Interaktion auf Augenhöhe ist jedoch die große Stärke der Social Networks, die Mitglieder auch an ihnen schätzen. Fehlt dieser essenzielle Faktor, wird ein Profil rasch als reiner Marketing-Kanal für Werbebotschaften wahrgenommen.

Die Kategorie *Social Web* wird in zwei Schritten überprüft: Zunächst wird analysiert, in welchen der gängigsten sozialen Netzwerke Profile des Arbeitgebers zu finden sind. Es kann sich dabei um dezidierte Karriere-Profile oder um allgemeine Unternehmensprofile handeln, die beispielsweise durch das Teilen karriererelevanter Inhalte einen Karriere-Bezug aufweisen. In weiterer Folge wird für die fünf bekanntesten Plattformen Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn und XING geprüft, welche dieser Profile auch für die Kommunikation mit KandidatInnen herangezogen werden. Im Zuge dessen wird geprüft, ob innerhalb des vergangenen Monats mindestens zwei karriererelevante Postings stattgefunden haben.

Sowohl Profile als auch Neuigkeiten werden in Form eines Pools untersucht, sodass Arbeitgeber nicht in allen Netzwerken vertreten sein müssen. Eine flächendeckende Präsenz in sämtlichen Portalen – inklusive den damit verbundenen Redaktionsplänen sowie dem nötigen Community Management und Monitoring – ist für die meisten HR-Abteilungen nicht möglich und auch nicht anzustreben. Vielmehr sollte eine strategische Auswahl anhand der gewünschten Ziele und Zielgruppen getroffen und konsequent verfolgt werden.

Entscheidend ist hier also die regelmäßige Nutzung der gewählten Social Networks für die BewerberInnenkommunikation. Das reine Erstellen von Profilen auf allen Plattformen, ohne diese regelmäßig mit Content zu füttern, ist nicht zielführend, dementsprechend entscheidet die Anzahl der Accounts also nicht über ein positives Abschneiden in dieser Kategorie. Die Auswahl der analysierten Plattformen basiert auf aktuellen Nutzerzahlen, ergänzt durch Netzwerke mit speziellem Recruiting-Fokus, wie beispielsweise whatchado.

ERKLÄRUNG DER SYMBOLE



PROFIL MIT KARRIERE-/RECRUITING-BEZUG



NEUIGKEITEN MIT KARRIERE-/RECRUITING-BEZUG

INSTAGRAM

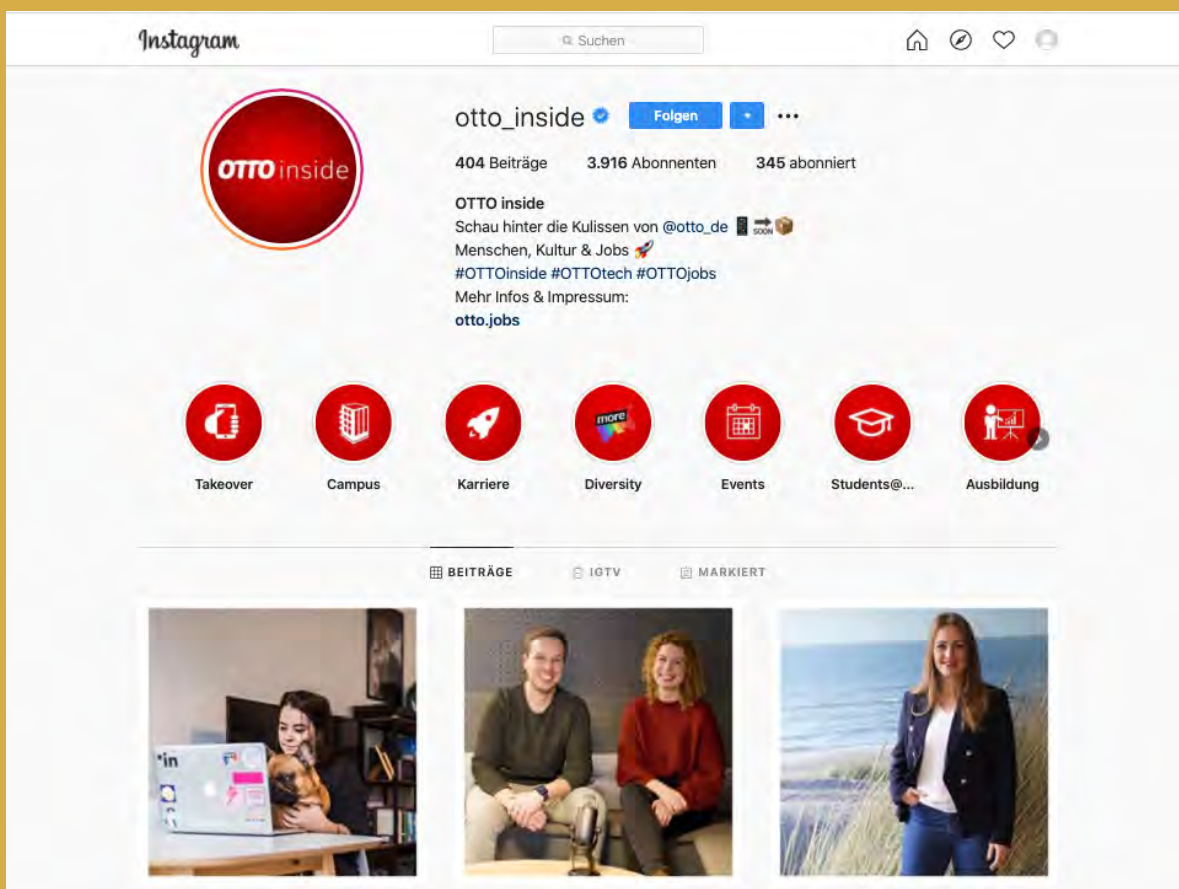


Die Nutzerzahlen von Instagram sind in den vergangenen Jahren rasant gestiegen: Insgesamt eine Milliarde Menschen nutzen die App, in Deutschland sind es aktuell 15 Millionen Nutzer. 80 Prozent der Instagram-User folgen übrigens mindestens einem Unternehmen.⁶ In der Nutzung für Recruiting-Zwecke werden dennoch Diskrepanzen deutlich: Zwar ist auch im Recruiting-Bereich ein massiver Zuwachs an Profilen und Aktivität erkennbar, mit Facebook können die Zahlen aber bei weitem noch nicht mithalten. Hier liegt viel ungenütztes Potenzial, beweisen die Statistiken doch, dass sich immer mehr Menschen, und damit potenzielle KandidatInnen, in dem Netzwerk aufhalten. In Sachen Employer Branding gibt es hier also noch sehr viel Raum für Optimierungen.

IHR ERGEBNIS: Die **Mustermann AG** nutzt Instagram bislang weder durch ein statisches karriererelevantes Arbeitgeberprofil, noch durch regelmäßige Interaktion mit ProfilbesucherInnen.

BEST PRACTICE: Die OTTO GmbH & Co KG ist auf Instagram sehr aktiv und postet in regelmäßigen Abständen neuen Content. Im Mittelpunkt stehen dabei die MitarbeiterInnen sowie Informationen zur Arbeitgeberkultur.

BEST PRACTICE



Quelle: https://www.instagram.com/otto_inside/

Karriere-Website

Social Web

MOBILE RECRUITING

Weiterführende Informationen und Erklärungen zu allen Kriterien der Kategorie Karriere-Website sind auf **SEITE 15** zu finden.






MOBILE RECRUITING

Mobile Geräte werden auch für das Bewerbungsverfahren immer wichtiger, die Suche nach geeigneten Stellen verlagert sich immer mehr in diese Richtung. Zudem beeinflusst die konsequente Mobiloptimierung aller Online-Kommunikationsmedien nicht nur das organische Suchmaschinen-Ranking positiv, sie ist vielmehr zu einer Grundvoraussetzung zufriedenstellender User Experience geworden.




Dabei geht es nicht nur darum, Website, Jobausschreibungen und Bewerbungsmöglichkeiten für die Nutzung auf Smartphone und Tablet zu optimieren, sondern auch einzelne Teilaspekte wie eingebettete Videos, Verlinkungen zur direkten Kontaktaufnahme oder die Weiterleitungsfunktion von Stellenanzeigen.

Website, Stellenmarkt, Stellenanzeigen sowie die Bewerbungsmöglichkeit werden mithilfe eines Kriterienpools untersucht, der eine differenzierte Bewertung erlaubt.






MOBIL OPTIMIERTE KARRIERE-WEBSITE

	Mobile Optimierung
	Mobil optimierte(s) Video(s)
	Übersichtliche Informationsaufbereitung
	Verlinkte Kontaktmöglichkeit zur HR-Abteilung
	Verlinkung zu Social-Web-Karrierepräsenz(en)




MOBIL OPTIMIERTER STELLENMARKT

	Mobile Optimierung
	Filterfunktion
	Suchfunktion

MOBIL OPTIMIERTE STELLENANZEIGE

	Mobile Optimierung
	Übersichtliche Informationsaufbereitung
	Social-Media-Share-Button(s)
	Weiterleitungsfunktion
	Einladung zur mobilen Bewerbung

MOBIL OPTIMIERTE BEWERBUNGSMÖGLICHKEIT

	Mobil optimiertes Bewerbungsformular
	Mobil optimierte Social-Media-Bewerbung
	Verlinkte Bewerbungsmöglichkeit per E-Mail

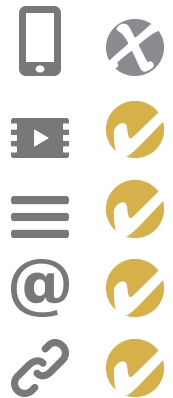
MOBIL OPTIMIERTE KARRIERE-WEBSEITE

Über 90 Prozent der an Umsatz- und Mitarbeiterzahl gemessen größten Unternehmen Deutschlands haben ihre Karriere-Website inzwischen für die mobile Nutzung optimiert. Zum Vergleich: 2015 lag dieser Wert noch bei unter 50 Prozent.

Überprüft werden hier qualitative und inhaltliche Kriterien. Die mobile Optimierung der Karriere-Website bildet den Grundstein, überprüft wird aber auch, ob zum Beispiel eingebettete Videos problemlos am Smartphone laufen.

Auch die Übersichtlichkeit spielt eine Rolle, hier stellt sich die Frage, ob der Inhalt so aufbereitet ist, dass er auf mobilen Geräten auch angenehm les- und steuerbar ist, indem Themen sinnvoll zusammengefasst werden und nicht lange gescrollt werden muss, um zum gewünschten Bereich zu gelangen.

Ein weiterer Bereich betrifft die Verlinkungen – können Kontaktdaten direkt angewählt werden und leiten zur E-Mail- oder Telefon-App weiter? Besteht die Möglichkeit, direkt zu den Social-Media-Profilen der jeweiligen Ansprechpartner zu gelangen?



IHR ERGEBNIS: Die Karriere-Website der **Mustermann AG** ist zum Erhebungszeitpunkt nicht mobil optimiert. Auf inhaltlicher Ebene werden alle vier Teilkriterien erfüllt.

BEST PRACTICE: Die mobile Karriere-Website der General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG erfüllt alle getesteten Kriterien: Auch die eingebetteten Videos sind mobil optimiert, ebenso die Verlinkungen zu Social-Media-Accounts und Kontaktmöglichkeiten in der HR.

IHR MEDIUM



BEST PRACTICE



**BEST PRACTICE:
ONLINE-STELLENANZEIGEN**

Infineon Technologies AG (S.69)

TARGOBANK AG (S.69)

Senat der Freien und Hansestadt Hamburg - Personalamt (S.69)

ANFORDERUNGSPROFIL MIT MAXIMAL 10 PUNKTEN

IHR ERGEBNIS: Die **Mustermann AG** hat ihr Anforderungsprofil auf maximal zehn Punkte reduziert, um BewerberInnen nicht überzustrapazieren.

BEST PRACTICE: Die Stellenanzeigen im Senat der Freien und Hansestadt Hamburg - Personalamt gliedern die Anforderungen an BewerberInnen in Must-Haves und Nice-to-Haves, beide Listen sind kurz gehalten und erklären dabei doch, worauf es in der ausgeschriebenen Position ankommt.



AUFGABENBEREICH

IHR ERGEBNIS: In der Stellenausschreibung der **Mustermann AG** wird der zukünftige Aufgaben- und Tätigkeitsbereich nicht beschrieben.

BEST PRACTICE: Die TARGOBANK AG erklärt den zukünftigen Aufgabenbereich in Form von kurzen Bulletpoints.



ARBEITGEBERBESCHREIBUNG

IHR ERGEBNIS: Die Stellenanzeige der **Mustermann AG** enthält einen aufschlussreichen Steckbrief des Arbeitgebers, sodass BewerberInnen nicht aufwendig nach Informationen suchen müssen.

BEST PRACTICE: In einem kurzen, in die Stellenanzeige eingebetteten Video stellt sich die TARGOBANK AG als Arbeitgeberin vor.



ARBEITSORT

IHR ERGEBNIS: Aus dem Inserat der **Mustermann AG** geht der vorgesehene Dienstort klar hervor.

BEST PRACTICE: Der Einsatzort wird bei Infineon Technologies AG nicht nur gut sichtbar in der Kurzinfo angegeben, eine genau Erklärung des Standorts und seiner Vorzüge folgt weiter unten in der Anzeige sowie über einen weiterführenden Link.



BEST RECRUITERS

DEUTSCHLAND

Mag. Julia Hauska

Geschäftsleitung career Institut & Verlag GmbH

Telefon: +43 1 585 69 69 - 31

E-Mail: julia.hauska@career.gmbh

Web: <https://www.bestrecruiters.eu>