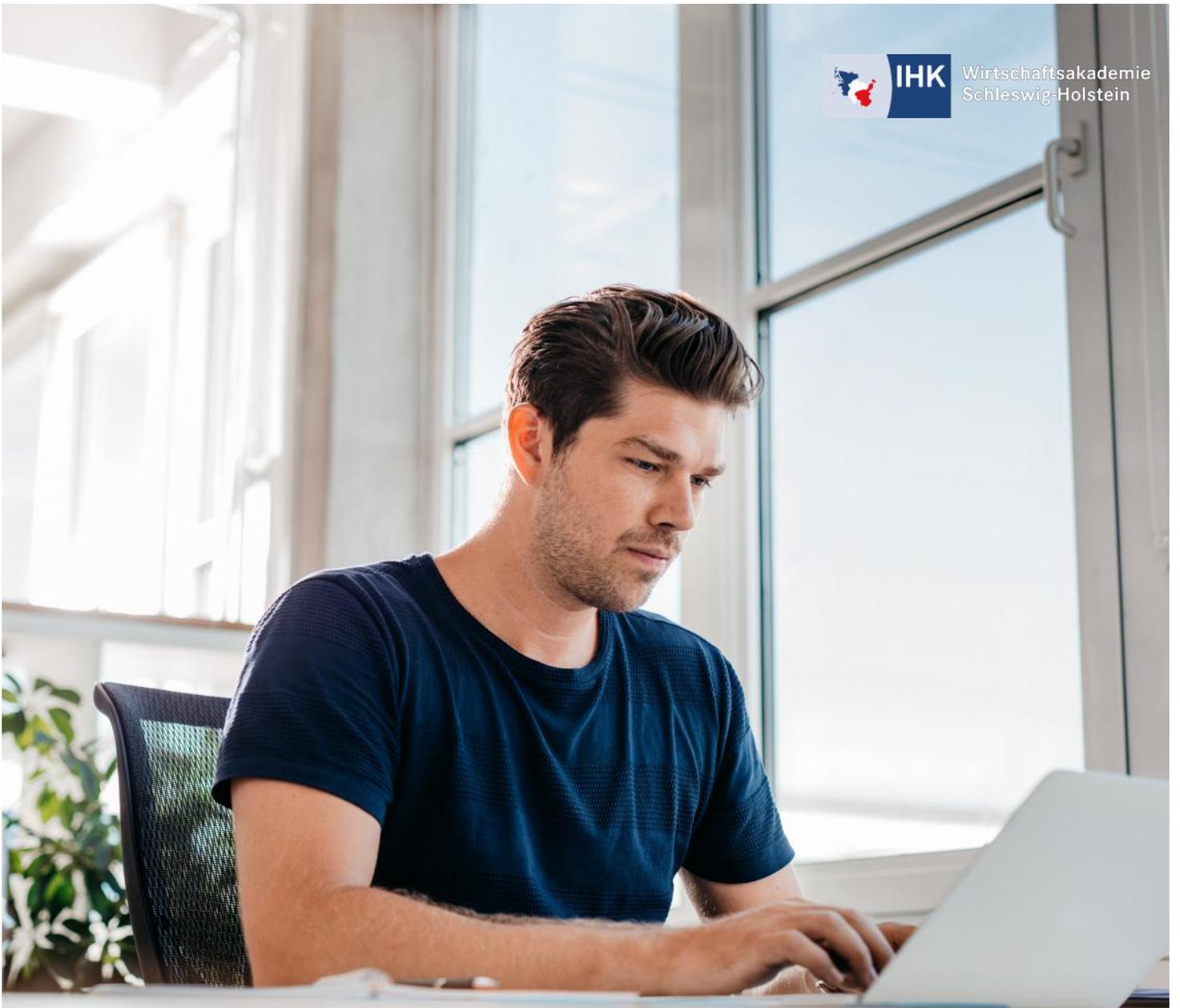




IHK
Wirtschaftsakademie
Schleswig-Holstein



CHECKLISTE

PUNKTEN SIE MIT IHRER KARRIEREWEBSEITE!



WIRTSCHAFTSAKADEMIE
MEHR als WISSEN

KARRIEREWEBSITE

DIE GRUNDLAGEN

FACHKRÄFTE FINDEN – WIE GEHT DAS AM BESTEN?

Sei es mit Werbung auf Jobmessen, über klassische Stellenanzeigen oder anhand der zahlreichen Möglichkeiten im E-Recruiting; **alle Recruiting-Wege** weisen eine Gemeinsamkeit auf: Sie binden über kurz oder lang die **Karrierewebsite** des jeweiligen Unternehmens mit ein. Und genauso oft findet die Candidate Journey dort auch ihr frühes Ende.

WAS IST EINE KARRIEREWEBSITE?

Auf einer Karrierewebsite haben Unternehmen im Rahmen ihrer Online-Präsenz die Möglichkeit, sich vorzustellen und einen **Eindruck von sich als Arbeitgeber** zu vermitteln. Dafür werden unternehmensindividuell und zielgruppenspezifisch **Informationen** aufbereitet, auf deren Basis sich potenzielle Bewerbende einen Überblick über das **Arbeitsumfeld**

verschaffen und entscheiden können, ob der angebotene Job zu ihnen passen würde.

Eine Karrierewebsite, die überzeugt, bietet daher transparent und vertrauensbildend Inhalte, die das eigene Unternehmen wiedergeben – z. B. **Antworten** auf die Fragen, was das Unternehmen einzigartig macht, wie es sich von der **Konkurrenz abgrenzt** und wofür das Unternehmen einsteht. In der Praxis finden sich auf Karrierewebsites jedoch meist nur die **gesammelten Stellenanzeigen** wie sie etwa auch in den Printmedien auftauchen, wodurch die Wirkkraft eines maßgeblichen Einflussfaktors in der Candidate Journey **verloren** geht.





WAS MACHT DIE KARRIEREWEBSEITE IN DER CANDIDATE JOURNEY SO WICHTIG?

Im Schnitt wird die Karrierewebseite während der Candidate Journey **dreimal intensiv** von den Bewerbenden in Anspruch genommen.

Bei dem **ersten Besuch** gelangen die potenziellen Bewerbenden auf die Karrierewebseite, weil sie bspw. eine Stellenanzeige auf einem Stellenportal gesehen haben und aus Neugier auf den beigefügten Link zur Karrierewebseite klicken, um **weitere Informationen** über den Job und das dahinterstehende Unternehmen zu erhalten. Wenn dann nur gesammelte Stellenanzeigen auf der Karrierewebseite auftauchen und diese auch in einem anderen Design gehalten sind als der Rest des Internetauftrittes des Unternehmens, dann sorgt dies für einen negativen ersten Eindruck und die





potenziellen Bewerbenden brechen die Recruiting-Journey bereits zu diesem **frühen** Zeitpunkt ab.

Der **zweite Besuch** erfolgt i. d. R., wenn ein Vorstellungsgespräch vereinbart wurde und sich die Bewerbenden nochmal eingehender mit dem **Unternehmen befassen** möchten. Auch hier kann eine gut strukturierte Karrierewebseite den Bewerbenden dabei helfen, gezielt **Fragen** für das Gespräch **zu formulieren**.

Der **dritte Besuch** kann vorgenommen werden, wenn sie sich **nach dem Bewerbungsgespräch** noch unentschieden sind, ob das Unternehmen zu 100% zu ihnen passt; dann wird bei der Sichtung der Karrierewebseite nochmal geprüft, ob der **„Funke“** überspringt. Dies bedeutet, dass eine optimal aufbereitete Karrierewebseite an dieser Stelle das **Zünglein an der Waage** darstellen kann.



WAS SIND DIE VORTEILE EINER KARRIEREWEBSEITE?

Wie aus dem vorigen Abschnitt schon hervorging, besteht ein Vorteil einer gut aufgebauten Karrierewebseite darin, dass sie den potenziellen Bewerbenden einen **authentischen Eindruck** von der zu besetzenden Stelle und dem Unternehmen

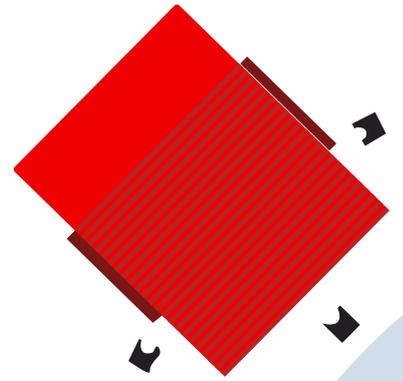
bietet und somit überzeugend zum Einsatz kommen kann. Übersichtlichkeit und Struktur wirken sich zudem **positiv** auf die Candidate Experience aus und können die **Abbruchquote** im Bewerbungsprozess **verringern**. Außerdem kann eine optimierte Karrierewebseite zu **Initiativbewerbungen** motivieren. Das wiederum



bringt zwei weitere Vorteile mit sich: zum einen kann durch Initiativbewerbungen sowohl die **Time-to-Hire gering** gehalten, als auch **Recruiting-Kosten minimiert** werden, da weniger Budget in das Schalten von Recruiting-kampagnen investiert werden muss. Zum anderen besteht die Möglichkeit, anhand der eingehenden

Bewerbungen den eigenen **Talentpool** auf- bzw. auszubauen und auch auf diese Weise langfristig Recruiting-Kosten einzusparen, da mögliche passende Kandidatenprofile bereits vorhanden sind.





INHALTSHECK: WAS GEHÖRT AUF EINE KARRIEREWEBSEITE?

Informiert Ihre Karrierewebseite kurz und knapp darüber, **was Ihr Unternehmen macht?**

Gibt es u.U. spannende **branchenspezifische Statistiken** oder **unternehmensindividuelle Zahlen** wie eine ‚Wussten Sie schon...?‘-Rubrik, die Sie mit einfließen lassen können?

Tritt Ihre **Unternehmensvision** deutlich hervor?

Geben Sie Einblicke in Ihre **Unternehmenskultur** und den **Unternehmensalltag?**

Steht eine **Teamseite** zur Verfügung, auf der die Teammitglieder und Führungskräfte vorgestellt werden?

Gibt es **Testimonials** von aktuellen Mitarbeitenden?

Haben Sie **Bewertungen** von Arbeitgeberbewertungsplattformen (wie bspw. Ihren Kununu-Score) auf Ihrer Karrierewebseite platziert und schaffen somit **Transparenz?**

Werden die **Benefits** dargestellt?



Werden **Karrieremöglichkeiten** und **Weiterbildungsperspektiven** aufgezeigt?

Wird ein **FAQ** zur schnellen Übersicht geboten oder ein **Chatbot**, der die Beantwortung der ersten Fragen übernehmen kann?

Wird der **Verlauf des Bewerbungsprozesses** transparent dargestellt (wie z. B. ungefährender zeitlicher Ablauf)?

Gibt es **Tipps zur Bewerbung** bei Ihnen (etwa was die Bewerbung beinhalten sollte)?

Wird eine **Ansprechperson** genannt?

Sind die Inhalte **aktuell**?

Zusätzliche Inhalte teasern: Selbstverständlich ist es nicht immer möglich und auch nicht unbedingt ratsam, auf einer Seite **alles an Inhalten** darzustellen, weil bspw. ausführliche Informationen zum Thema ‚Familienfreundlicher Arbeitgeber‘ nicht im eigentlichen Sinn inhaltlich auf die Startseite der Karrierewebseite gehören, sondern nur **im Rahmen der Benefits** erscheinen sollen. Hier lohnt es sich zu ‚**teasern**‘, d. h. eine Verlinkung zu einer Unterseite herzustellen, auf der dann die **detaillierten Informationen** zu einem bestimmten Thema zu finden sind.

Während die Startseite der Karrierewebseite daher Inhalte wie die **Ansprechpersonen, Unternehmensbeschreibung und Unternehmenskultur** haben sollte, können die beliebig vielen Unterseiten **genauer** auf den **Bewerbungsprozess**, einzelne **Standorte** des Unternehmens oder **spezifische Inhalte** für die einzelnen gesuchten Zielgruppen eingehen, da gesuchte Auszubildende andere Informationen benötigen als gesuchte Abteilungsleitende.

FORMALER CHECK: WIE SOLLTE DAS LAYOUT GESTALTET SEIN?

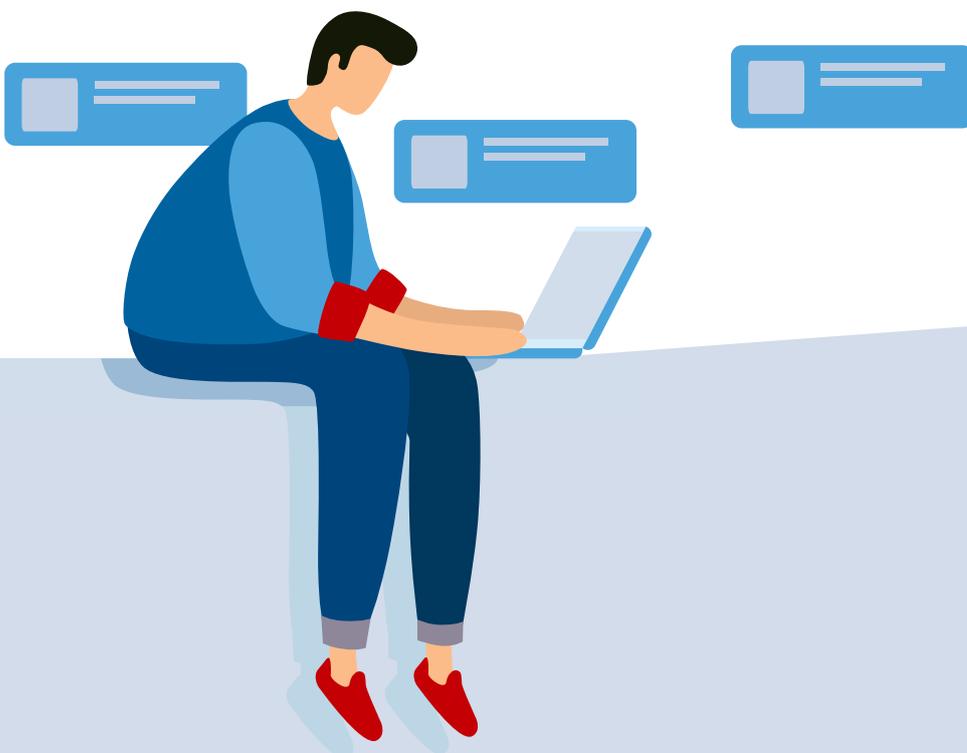
Lässt sich Ihre **Karrierewebseite leicht finden** (d. h. ohne langes und kompliziertes Klicken durch verschiedene Reiter)?

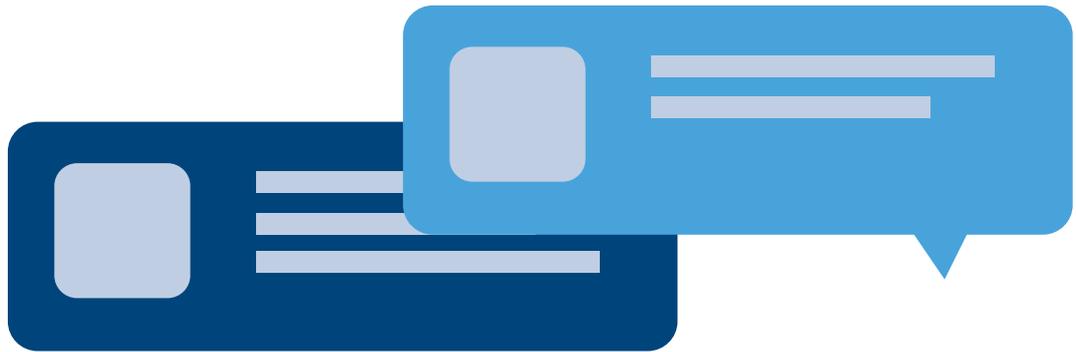
Ist Ihre Karrierewebseite **SEO-optimiert**, so dass sie bei Google auf den vorderen Ergebnisplätzen auftaucht?

Ist Ihre Karrierewebseite für **mobile Endgeräte** optimiert?

Sind die Texte in einem **aktivierenden Sprachstil** verfasst, sodass sie zur Interaktion motivieren?

Sind die Texte **frei von Rechtschreib- und Grammatikfehlern**?





Werden **allgemeine Floskeln** wie ‚Wir bieten eine gute Work-Life-Balance und spannende Aufgaben‘ **vermieden**?

Verwenden Sie **Fotos** von **echten** Mitarbeitenden und der **realen** Arbeitsumgebung?

Wird das **Corporate Design eingehalten** (d. h. das Firmenlogo, die gleiche Schriftart und Farbgebung wie auf den anderen Seiten des Unternehmens)?

Sind die verwendeten Bilder und Videos inhaltlich abwechslungsreich und **qualitativ hochwertig** (d. h. nicht verpixelt oder verschwommen)?

Werden Ihre Calls-to-Action mit **aussagekräftigen Icons** wie bspw. einem ‚Jetzt bewerben‘-Button unterstützt?

Haben Sie sich Gedanken darüber gemacht, ob Ihre Karrierewebsite **inklusiv gestaltet** werden kann (wie bspw. mit Audioformaten für Menschen mit eingeschränktem Gehör oder Alternativtexte für Menschen mit eingeschränkter Sicht)?

WERFEN SIE EINEN BLICK IN UNSERE HR-WEITERBILDUNGS- BROSCHÜRE.



Mehr dazu unter
www.wak-sh.de/hr