

Job-Plattformen

Elektronischer Arbeitsmarkt

Die Stellensuche via Internet ist heutzutage insbesondere für Fach- und Führungskräfte zu einem Standard geworden. Ebenso plazieren immer mehr Unternehmen ihre Stellenanzeigen nicht nur offline in Print-Medien, sondern komplementär dazu online im Internet. Doch was ist mit dem Schlagwort des „elektronischen Arbeitsmarkts“ gemeint? Unter dem elektronischen Arbeitsmarkt verstehen wir eine Vielfalt an Online-Dienstleistungen und -Anbietern, die sich im engen und weiteren Sinne dem Thema „Mensch und Arbeit“ widmen.

Die USA gilt, wie in den meisten Bereichen im Internet, global auch in puncto Online-Stellenmärkte als Pionier. Nicht zuletzt aufgrund geographischer Gegebenheiten und der Verbreitung und Akzeptanz des Internets haben sich dort seit längerer Zeit Online-Stellenmärkte gegenüber Printmedien etablieren können. Es werden heute weit über 10'000 kommerzielle Anbieter von Internet-Stellenmärkten in den Vereinigten Staaten gezählt, wobei die Tendenz eher wieder abnehmend ist.

Entstehungsgeschichte

Es lassen sich drei historische Entwicklungsphasen unterscheiden:

Mitte der 90er Jahre traten die ersten spezialisierten Anbieter mit eigenen Online-Plattformen auf den Markt. Internet-Jobbörsen in ihrer klassischen Form schossen wie Pilze aus dem Boden – und konnten zum Teil ganz beträchtliche kommerzielle Erfolge verbuchen. Besonders branchenspezifische Plattformen erwiesen sich als ideales Medium, qualifizierte und spezialisierte Arbeitgeber schnell und direkt zu erreichen.

Wenig später erkannten auch Unternehmen und Stellenvermittler, dass sich Stelleninserate angesichts der wachsenden Internet-Affinität in der Bevölkerung auch online schalten lassen. Das online-Inserat wurde zum Anhängsel des klassischen Print-Inserates und hatte als einfacher Multiplikator zu wirken.

Gleichzeitig verschärfte sich der Konkurrenzdruck zwischen den grossen, zum Teil bereits multinational wirkenden und expandierenden Anbietern.

Heute sehen wir uns – wie überall im E-Commerce – mit einer Marktberreinigung konfrontiert. Die Nachfrage ist begrenzt.

Erwartungsgemäss kommt es zwischen grossen und mittelgrossen Anbietern zu Fusionen. Dabei besteht gerade unter den Marktleadern kein Konsens über die Strategie, die dem elektronischen Arbeitsmarkt eine rosige Zukunft sichert. Hat sich die Jobplattform

der Zukunft zu einem globalen Marktplatz zu entwickeln, der möglichst viele potentielle Arbeitnehmer an sich bindet und in allen Lebenssituationen berät? Oder gilt es umgekehrt, sich auf Kernzielgruppen zu konzentrieren und einzelne qualifizierte Arbeitnehmersegmente mit Jobangeboten zu beliefern? Wir erkennen aus dieser Rückblende, dass sich der elektronische Arbeitsmarkt als junge Branche in stetigem Wandel befindet und seine festen Strukturen noch nicht vollends gefunden hat.

Effizienz und Effektivität

Arbeitnehmende wollen auf der gewählten Plattform ein umfassendes, aktuelles Angebot an Stellen vorfinden, das den komfortablen Zugang zu potentiellen Arbeitgebern sicherstellt. Sie wollen ferner über alle Stellenangebote, die ihrem Profil entsprechen, automatisch auf dem Laufenden gehalten werden. Letztlich haben sie ein erhöhtes Bedürfnis nach Datensicherheit und Bedienungsfreundlichkeit. Daneben agiert auf dem Arbeitsmarkt eine zweite Zielgruppe, die wir bei aller Fürsorge für das Business to Consumer-Segment der Arbeitnehmer nie aus den Augen verlieren dürfen: die Zielgruppe der Arbeitgeber. Entscheidet sich der Human Resources-Verantwortliche eines Unternehmens, kostenpflichtige Inserate auch online auf einer Jobplattform zu platzieren, erwartet er einen direkten Mehrwert. Ein solcher Mehrwert wird erstens durch eine grosse Bewerberdatenbank mit spezialisierten Bewerberprofilen garantiert, zweitens durch die technischen Vorteile, die das Internet bietet: So gewähren einige Jobplattformen den direkten Zugriff auf die geschalteten Inserate und ermöglichen dem Human Resources-Verantwortlichen damit eine ständige Aktualisierung seines Stellenangebots.

Zukünftige Entwicklung

Wie in anderen Branchen bereits heute der Fall, wird das Internet im Arbeitsmarkt erstens zu transparenteren Preis- beziehungsweise Lohnstrukturen führen, und dies zum Vorteil von Arbeitnehmern wie -gebern, die nun damit eine verlässliche „Second Opinion“ zur Hand haben werden.

Zweitens wird das Internet den Trend zu grösserer Flexibilität auf dem Arbeitsmarkt noch verstärken: Erfolgreichen Unternehmen wird es in Zukunft einfacher möglich sein, qualifizierte Mitarbeiter fallweise, projekt- und zeitbezogen zu rekrutieren. Umgekehrt werden Arbeitnehmer von flexiblen Arbeitsmodellen profitieren, die ihnen eine bedürfnisgerechtere Lebensplanung und mehr Lebensqualität zusichern.

Drittens wird das Medium Internet Mitarbeiterentwicklung und individuelle Weiterbildung professionalisieren und zu einem eigentlichen „Personality Management“ intensivieren.

Schliesslich ist es absehbar, dass sich die Leistungen von Arbeitgebern wie Arbeitnehmern dank freierem Informationsfluss bald präziser objektivieren lassen. Unternehmen werden deshalb gut beraten sein, an ihrem Image als attraktiver Arbeitgeber zu arbeiten und sich ein erstklassiges „Employer Brand“ zu verschaffen. Umgekehrt wird der Arbeitnehmer immer stärkere Vorteile darin erkennen, durch karrierebegleitende Weiterbildung seine Qualifikationen permanent zu erweitern und damit seine „Employability“ zu verbessern.

Job-Plattformen vs. Printmedien

Die klassischen Printmedien gelten in der Schweiz nach wie als Basismedien für die Personalrekrutierung. Personalsuche via Internet wird heute häufig als sinnvolle und willkommene Ergänzung dazu gesehen und in einigen Fällen sogar favorisiert. Hier wird stichwortartig auf die medienspezifischen Vor- und Nachteile des Internets gegenüber den Printmedien eingegangen:

- Internationale Stellensuche ist online sehr viel einfacher und damit ein klarer Vorteil des Internets.
- Grösseres Stellenangebot: Durch Preisvorteile gegenüber den Printmedien können Unternehmen auch dauernd zu besetzende Stellen kommunizieren – dies ist im Printbereich oft zu kostspielig.
- Geschwindigkeit und Suchkomfort: Mit wenigen Angaben kann man passende Angebote finden statt diverse Stellenanzeigen konsultieren zu müssen.
- Ortsungebundenheit: Hier weisen die klassischen Printmedien immer noch den Vorteil auf, dass sie überall ohne grossen Aufwand gelesen werden können.
- Aktualität: Schlecht gepflegte Online-Datenbanken und kostengünstige Angebote im Internet können veraltete Angebote enthalten. Im Gegensatz dazu sind Anzeigen in Printmedien fast immer aktuell.
- Funktionalitäten: Auf der Basis der elektronischen Möglichkeiten lassen sich automatische Funktionen umsetzen (z.B. Job-Mail-Service, Profil-Mail-Service oder Profil-Search). Dies wird oft auch als Matching bezeichnet.

Standardangebot

Betrachtet man mehrere Online-Stellenmärkte, so fällt auf, dass einige Dienstleistungen fast überall angeboten werden. Hier ein Überblick über die Leistungen nebst der Veröffentlichung von

Stellenanzeigen, die durchaus schon als Standard bezeichnet werden können:

Services für Stellenanbieter

- Graphische Aufbereitung der Stellenanzeigen: Damit die Inserenten ihr Corporate Design auch bei der Personalrekrutierung wahren können, werden die Anzeigen individuell nach Kundenbedürfnissen gestaltet oder ein bestehendes Layout übernommen. Ein Hyperlink auf die Homepage und eine E-Mail-Adresse gehören meist dazu.
- Reporting: Als Instrument des Controlling bieten die meisten Stellenmärkte ein Reporting der Zugriffe auf die Inserate an. Damit sieht der Inserent auf einen Blick, welche Anzeigen wie oft gesehen wurden.
- Job-Mail-Service: Von Unternehmen – auf der Jobplattform – geschaltete Inserate werden automatisch an interessierte Arbeitnehmer mit geeigneten Bewerberprofilen per E-Mail verschickt
- Profil-Search: Unternehmen haben die Möglichkeit, auf der Jobplattform auch aktiv nach geeigneten Bewerbern zu suchen.
- Profil-Mail-Service: Die Unternehmung schaltet ein Anforderungsprofil und erhält die passenden Bewerberprofile automatisch per E-Mail.
- Unternehmens-Logo: Das Unternehmens-Logo ist mit einem hinterlegten Link auf jedem Inserat. Dadurch werden die interessierten Arbeitnehmer direkt auf die Unternehmens-Homepage weitergeleitet.

Services für Stellensuchende

- Veröffentlichung von Stellengesuchen: Neben der aktiven Suche nach offenen Stellen haben Bewerber die Möglichkeit, selbst ein Stellengesuch aufzugeben. Personalverantwortliche können diese Datenbank durchsuchen und geeignete Kandidaten kontaktieren.
- Automatischer Benachrichtigungsdienst: Damit Stellensuchende die Datenbank nicht jedes Mal konsultieren müssen, können sie ein Suchprofil definieren. Dieses Suchprofil wird anschliessend periodisch mit der aktualisierten Datenbank verglichen und bei neuen Treffern wird automatisch eine Nachricht generiert.
- Bewerbungstipps: Eine Vielzahl von Online-Stellenmärkten bieten neben der Schaltung von Anzeigen ergänzende Informationen zu Job & Karriere an.

Zusätzlich bieten einige Jobplattform-Anbieter folgende Leistungen:

- **Persönliche Startseite:** Nach erfolgter Anmeldung können Bewerber alle Aktivitäten in Zusammenhang mit der Jobsuche von der persönlichen Startseite aus verwalten. Dies beinhaltet einerseits die Definition von bis zu drei verschiedenen Suchprofilen und andererseits die Erfassung eines Stellengesuches. Ein zusätzlicher Vorteil ist, dass Bewerber über keine E-Mail-Adresse verfügen müssen. Stellenangebote, die einem Suchprofil entsprechen, werden automatisch auf der persönlichen Startseite aufgelistet und auf Wunsch zusätzlich als E-Mail verschickt.
- **Campus- und Praktika-Service:** Diese Dienste richten sich speziell an Studenten und Hochschulabsolventen. Im Campus-Service können sich Firmen den Absolventen kostenlos vorstellen und Karrieremöglichkeiten aufzeigen. Der Praktika-Service ist ähnlich wie die Datenbank für Stellenangebote aufgebaut, beinhaltet aktuell ca. 15'000 Praktikastellen weltweit und ist ebenfalls gratis.
- **Messerubriken:** Von der Idee ausgehend, dass Publikums- und Fachmessen zusätzlich als Foren zur Personalrekrutierung genutzt werden können, haben einzelne Job-Börsen eine spezielle Rubrik für Aussteller geschaffen. Damit soll den Besuchern die Gelegenheit gegeben werden, sich direkt an der Messe ein Bild über potentielle Arbeitgeber machen zu können und Kontakte zu knüpfen.

Bis heute haben sich mehrere kommerzielle Internet-Stellenmärkte mit einem umfangreichen Angebot an Stellen und Zusatzleistungen etablieren können. Welcher Stellenmarkt nun aber die Gunst des Inserenten oder des Stellensuchenden gewinnt, d.h. welche Plattform das attraktivste Angebot unterhält, hängt unter anderem von folgenden Kriterien ab.

Aus der Perspektive des Stellensuchenden werden folgende Kriterien als relevant betrachtet:

- Anzahl Stellenangebote (national/international)
- Möglichkeit, Stellengesuche zu veröffentlichen (kostenlos?)
- Aktualität der Anzeigen
- Datenschutz
- Design/Benutzerfreundlichkeit
- Zugriffszeiten/Geschwindigkeit
- Special-Services (Praktika, Bewerber-Tipps, Weiterbildungsangebote etc.)

Aus der Perspektive des Inserenten sind es folgende Kriterien:

- Kosten pro Kontakt
- Administrative Kosten (Verwaltung und Update der Anzeigen, Koordinationskosten)
- Image und Bekanntheitsgrad des Stellenmarktes
- Wahrung des Corporate Design in den Anzeigen
- Support

Negativ-Seiten

Doch es gibt auch durchwegs Kritiker eines solchen auf den ersten Blick sehr praktischen Systems: „Wir lassen zu, dass Maschinen zukünftige Mitarbeiter aussuchen“, „die Personalkultur eines Unternehmens leidet.“ Einige Unternehmen verwenden deshalb das Netz lediglich zur Datensammlung.

Nicht nur aus der Sicht eines Personalberaters, auch für Job-Suchende ist durchaus Vorsicht geboten. Denn nicht überall, wo Stellen angeboten werden, ist auch Seriosität oberstes Gebot. Gerade weil es so viele Anbieter auf dem Markt gibt, kommt es auch vor, dass Betreiber mancher Plattformen von anderen kopieren. Wer als Bewerber erfolgreich sein will, sollte sich immer vergewissern, wer hinter der Plattform eines Online-Stellenmarktes steht. Auch an der Aktualität der Angebote kann man ersehen, wie gut die Datenbank einer Stellenbörse im Netz gewartet ist.