
Inhaltsverzeichnis

1	Die Karriere-Website: Dreh- und Angelpunkt all Ihrer Recruiting-Aktivitäten	1
1.1	Warum die Karriere-Website so wichtig ist	2
1.2	Das mentale Modell im Kontext von Karriere-Websites	6
1.3	Die Signaltheorie (Signaling Theory): Sie können nicht nicht employerbranden	10
1.4	Status quo (mobile) Karriere-Websites	12
1.5	Arten von Karriere-Websites	17
1.5.1	Die Integration der Karriereseiten in den Unternehmensauftritt	20
1.5.2	Karriere-Microsite: Die vom Unternehmensauftritt entkoppelte, eigenständige, Karriere-Website	22
1.5.3	Zielgruppen-Microsites: Landingpages für bestimmte Positionen oder Zielgruppen	23
1.5.4	Die „Homepage-Baukasten-Lösung“ Ihres E-Recruiting Anbieters	24
1.5.5	Die „Recruiting-Funnel“-Microsite	25
1.6	Die Besucher Ihrer Karriere-Website	27
1.6.1	Der Besucher, der via Stellenbörse bei Ihnen landet	27
1.6.2	Der Besucher, der schon mal von Ihnen gehört hat	28
1.6.3	Der Besucher, der schon mal direkten Kontakt zu Ihnen hatte	28
1.6.4	Der Besucher, der noch gar nicht wusste, dass er bei Ihnen landen würde, Typ I	28
1.6.5	Der Besucher, der noch gar nicht wusste, dass er bei Ihnen landen würde, Typ II	29
2	Ohne Auffindbarkeit keine Bewerber	31
2.1	Auffindbarkeit innerhalb der Corporate Website	33
2.1.1	Der Karriere-Button in der Hauptnavigation der Corporate Website	33
2.1.2	Die richtige Bezeichnung des „Karriere“-Buttons	36

2.1.3	Jeder Besucher Ihrer Website ist ein potenzieller Bewerber	40
2.1.4	Aufmerksamkeit durch zusätzliche Teaser	42
2.2	Auffindbarkeit via Google: SEO und SEA	44
2.2.1	Architektur, Navigation und URL: Die SEO-Basics	48
2.2.2	Konsistenz bei Seitentitel, Menüpunkt, URL und Hauptüberschrift	48
2.2.3	Wichtige Keywords sollten sich überall wiederfinden	52
2.2.4	Verlinkung der Seiten untereinander	53
2.2.5	Bild: Wichtige Informationen für Google	54
2.2.6	Eine (XML-)Sitemap schafft Orientierung	55
2.2.7	Technik: Schnelle Ladezeiten, Mobilfähigkeit, sichere Verbindung und funktionierende Links	56
2.2.8	Google for Jobs	57
2.2.9	Mit Suchmaschinenwerbung zusätzliche Reichweite generieren . . .	59
2.3	Auffindbarkeit via Browser	60
3	Usability und Design: Nutzer zur Bewerbung (ver)föhren	63
3.1	Mobile first oder Candidate first? Wenn der Nutzer auf der Strecke bleibt	66
3.2	Startseite: Hier fängt alles an	69
3.3	Header und (sticky) Navigation: Wichtig für den Erfolg Ihrer Karriere-Website	72
3.3.1	Sticky Header: Gekommen, um zu bleiben	74
3.3.2	Die Website-Kennung: logo, immer sichtbar!	76
3.3.3	Die Hauptnavigation: Immer sichtbar, immer erreichbar	78
3.3.4	Burger(-Menü): Bitte nur mobil servieren!	80
3.3.5	Die Sekundärnavigation	84
3.3.6	Zielgruppenorientierte Navigation: Direkt zum Ziel	87
3.3.7	Die Anzahl der Menüpunkte	88
3.3.8	Die Metanavigation	89
3.3.9	Die Breadcrumb-Navigation: Hänsel und Gretel lassen grüßen	90
3.3.10	Suche	91
3.4	Der Footer: Unscheinbar, aber oho	91
3.5	Call to Action: Auf dem schnellsten Weg zum Bewerber	94
3.5.1	Der Jobs-Button: Auf dem schnellsten Weg zu den Stellenangeboten	97
3.5.2	Der Jetzt bewerben-Button: Kleiner Button, große Wirkung!	101
3.6	Layout: Klar, modern und strukturiert	109
3.6.1	Der Hero-Bereich: Ein heldenafter Auftritt	111
3.6.2	(Keine) Slider: Zu viele Botschaften = keine Botschaft	121
3.6.3	Videos nicht als Selbstzweck	124
3.6.4	Kein Firlefanz: Show-Effekte sind tabu	125

3.6.5	Inhalte strukturieren: Jeder Jeck (l)i(e)st anders	127
3.6.6	Teaser: Den richtigen Weg weisen	130
3.6.7	Icons: Selbsterklärend ist hier nichts	132
3.6.8	Akkordeons sorgen für Übersicht	136
3.6.9	Inhaltsverzeichnis und Ankerlinks	140
3.6.10	Links: Webkonventionen einhalten	141
3.6.11	Website-Design: Keine falschen Erwartungen wecken	142
3.7	Barrierefreiheit: Zugang für jeden(?)	144
4	Zielgruppenansprache: Den Stier bei den Hörnern packen	147
4.1	Zielgruppenansprache nach Einstiegslevel	148
4.1.1	Ausbildung/Duales Studium („Schüler“)	151
4.1.2	Studenten	165
4.1.3	(Hochschul-)Absolventen	167
4.1.4	Berufseinsteiger & Berufserfahrene sind keine Zielgruppe!	170
4.2	Zielgruppenansprache nach Funktion, Rolle oder Bereich	174
4.3	Individualisierte („personalisierte“) Zielgruppen-Landingpages	179
4.3.1	Exkurs: Candidate Personas und Zielgruppen-Matrix	188
5	Inhalt: Seien Sie unwiderstehlich	193
5.1	Durch Relevanz überzeugen	196
5.2	Ehrlich währt am längsten	200
5.3	Candidate Centricity – Der Bewerber im Mittelpunkt	205
5.4	Warum man sich ausgerechnet bei Ihnen bewerben sollte	208
5.4.1	Exkurs: Mit Erkenntnissen der Positiven Psychologie zu besseren Inhalten	211
5.4.2	Exkurs: Das Golden Circle-Modell im Kontext Recruiting	215
5.5	Benefits: Der Nutzen für Bewerber	217
5.5.1	Gelebte Unternehmenskultur und Werte: Mehr Informationen, bitte!	223
5.5.2	Work-Love-Balance: Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf	228
5.5.3	Aufgaben und Projekte mit Sinn und Perspektive	230
5.5.4	Weiterbildung und Perspektiven: Werden Sie konkret!	233
5.5.5	Arbeit und Gesundheit	234
5.5.6	Gehalt: Mehr Transparenz, mehr Bewerbungen	235
5.5.7	Nachhaltigkeit und Verantwortung für die Gesellschaft: Bei Bewerbern hoch im Kurs	240
5.5.8	(Konstruierte) Vielfalt am Arbeitsplatz: Alles so schön bunt hier!?	243
5.5.9	Zahlen bitte: Informationen zum Unternehmen als Arbeitgeber ...	249
5.5.10	Arbeitsort: Was macht Ihren Standort so attraktiv?	252

5.6	Text: Bitte keine Worthülsen	257
5.6.1	Du oder Sie?	260
5.6.2	Gendern oder nicht gendern?	263
5.7	Ein (Bewegt-)Bild sagt mehr als 1000 Worte	271
5.7.1	Die Macht der Bilder	272
5.7.2	Mit Videos den Arbeitgeber zum Leben erwecken	277
5.7.3	Social-Media-Feeds	280
5.8	Mitarbeiter-Testimonials: Bitte (r)echt authentisch	281
5.8.1	Arten von Testimonials	283
5.8.2	Inhaltliche Gestaltung von Testimonials	284
5.9	Podcasts: Employer Branding für die Ohren	287
5.10	Service für Bewerber: Bewerbungstipps, Infos zum Bewerbungsprozess und FAQ	289
5.10.1	Bewerbungstipps: Unterstützung bieten	289
5.10.2	Bewerbungsprozess: Transparenz und Erwartungsmanagement ...	290
5.10.3	FAQ: Alle Fragen beantwortet, HR-Abteilung entlastet	292
5.11	Veranstaltungskalender: Was geht ab?	294
5.12	Arbeitgebersiegel: Schöner Schein oder Mehrwert für Bewerber?	295
6	Recruiting-Erfolgsfaktor Bewerbungsarchitektur	299
7	Jobs und Jobsuche: Das Zentrum Ihrer Karriere-Website	301
7.1	Der Weg zu den Jobs: einfach und intuitiv	303
7.1.1	Die Mindestanforderung: Integration der Stellenangebote als Jobliste	304
7.1.2	Warum jede Stellenanzeige auf einer eigenen HTML-Seite dargestellt werden sollte	307
7.1.3	Warum das Einbinden der Jobs per Iframe nicht empfehlenswert ist	307
7.1.4	Warum auch die Verlinkung auf das Jobportal des ATS-Anbieters keine gute Idee ist	310
7.1.5	Wie Sie eine optimale Candidate Experience sicherstellen: Das Einbinden der Jobs per Schnittstelle	312
7.1.6	Warum Sie Ihre Jobs niemals als Bild, PDF- oder Word-Dokument, Pop-up oder Layer einbinden sollten	315
7.2	Das unternehmenseigene Stellenportal: Darauf kommt es an	318
7.2.1	Volltextsuche: Wer da sucht, der findet (oder auch nicht)	319
7.2.2	Suchfilter: Weniger und intuitiv ist mehr	328
7.2.3	Volle Transparenz: Die automatisch aktualisierte Anzahl der Stellen	335
7.2.4	Die Stellenliste: Übersicht ist Trumpf!	338
7.2.5	Ähnliche Jobs: Bewerber ködern	348
7.2.6	Das Job-Abo: Bewerber binden!	349
7.2.7	Jobsuche per Matching: Schlauer als der Mensch?	350

8	Ihre Stellenanzeige: Eine Einladung zur Bewerbung	355
8.1	Elemente und Aufbau einer Stellenanzeige: Klar strukturiert und erwartungskonform	359
8.1.1	Der Stellentitel: Entscheidend für die Auffindbarkeit	360
8.1.2	Der Einstiegstext: Kleiner Text, große Wirkung	364
8.1.3	Die Aufgaben: Nachvollziehbar und auf den Punkt	366
8.1.4	Das Anforderungsprofil: Nur was wirklich wichtig ist	369
8.1.5	Mitarbeiter Vorteile: Den Nutzen herausstellen	371
8.1.6	Kontaktaufnahme und Bewerbungsaufforderung: Bitte recht freundlich!	372
8.2	Betrachten Sie Ihre Stellenanzeige als Landing-Page	374
8.3	Die Druckversion Ihrer Stellenanzeige: Alles auf A4	375
9	Der Bewerbungsprozess: Möglichst niedrigschwellig, bitte!	377
9.1	Zwangsregistrierung: Garantiert weniger Bewerbungen	378
9.2	Bewerbung per Online-Formular: Es geht auch einfach	385
9.2.1	Die optimale Gestaltung von Bewerbungsformularen	395
9.2.2	Anrede im Formular: Am besten drauf verzichten	399
9.2.3	Streichen Sie das „Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?“	400
9.2.4	Keine CAPTCHAs, bitte	403
9.2.5	Ich wollt‘ noch Danke sagen	404
9.2.6	Die Wahl der richtigen E-Recruiting-Software entscheidet über Ihren Recruiting-Erfolg!	405
9.3	Bewerbung per E-Mail: Bewerbers Liebling	406
9.4	Bewerbung per Post: eine notwendige Alternative	408
9.5	Bewerbung per Video oder Sprachnachricht: Tschüss, Anschreiben!	409
9.6	Initiativbewerbung: Interessenten binden, Talente finden	412
10	Interaktion: Im Dialog mit dem Bewerber	417
10.1	Seien Sie ansprechbar. Immer!	418
10.2	WhatsApp: Kontaktaufnahme über Messenger	423
10.3	Callback-Button: Wir melden uns bei Ihnen!	425
10.4	Coffee-Date: Erst mal auf einen Kaffee	426
10.5	Karriere-Newsletter & Co.: Interessenten binden	427
10.6	Live-Chats und Chatbots: Fast immer erreichbar	428
10.6.1	Chatbots: Beherrscht Kollege Roboter die Kandidatenansprache?	429
10.6.2	Live-Chat: Echtzeitdialog auf Augenhöhe	435
10.7	Social Sharing für mehr Reichweite	437
11	Self-Assessments, Gamification und Matching-Tools: Schnickschnack oder das Tüpfelchen auf dem i?	439

12	Trust: Datenschutz und technische Stabilität	445
13	Traffic-Generierung: So bekommen Sie Besucher auf Ihre Karriere-Website	449
14	Tracking: Wie sich die Besucher Ihrer Karriere-Website verhalten	453
15	Ein paar Worte zum Abschluss	459