

# AK E-Recruiting Protokoll

Erfolgreiche Bewerberansprache  
08.04.2008

AK E-Recruiting 08.04.08

Version 1.01

eco  
Verband der deutschen  
Internetwirtschaft e.V.  
Lichtstr. 43h  
50825 Köln

Fon: +49 (0) 221-70 00 48-0  
Fax: +49 (0) 221-70 00 48-11  
info@eco.de  
www.eco.de

## Erfolgreiche Bewerberansprache

Frau Kerst begrüßte die ca. 20 Teilnehmer und stellte zunächst den eco Verband vor, der mittlerweile über 360 Mitglieder verfügt und sich auf die Bereiche politische Lobby-Arbeit, Networking und Services für die Mitglieder konzentriert.

Anschließend bat der AK-Leiter Michael Weideneder zu einer Vorstellungsrunde der Teilnehmer. Die Teilnehmer-Runde war auch zu diesem Thema wieder eine kompetente und interessante Mischung aus personalsuchenden Unternehmen, Personalberatungen, Internet-Jobbörsen und weiteren Unternehmen aus dem Marktumfeld des E-Recruitings.

Der Vortrag zum Thema „Internet-Stellenanzeigen für eine erfolgreiche Bewerberansprache zeitgemäß texten und gestalten“ von Herrn Bernhard Rauscher, Gründer und Geschäftsführer der recruitwerk GmbH - Manufaktur für Personalmarketing, fand großes Interesse und regte bereits während des Vortrags zu einigen Zwischenfragen und interessante Diskussionen an. Die Vortragsfolien sind unter [www.eco.de/arbeitskreise/1783.htm](http://www.eco.de/arbeitskreise/1783.htm) abrufbar.

Der Vortrag und die sich anschließende Diskussion drehten sich um zahlreiche Themenbereiche rund um das Hauptthema, u.a.:

- Zentrale Frage der Marketingtheorie: „Warum emotional kommunizieren“
- Online Stellenanzeigen – Status Quo und Quo vadis
- Personalmarketing vor 15 Jahren: nicht oder fast nicht existent  
Personalmarketing heute: klare Trennung von Imageanzeigen und Suchanzeigen sowie zahlreiche Aktivitäten in der Bewerberkommunikation
- Bei Print-Anzeigen: Auffallen durch Gestaltung -> Interesse -> Gelesen werden
- Bei Online-Anzeigen: Finden über Suchkriterien -> Ergebnisliste -> Interesse -> Aufrufen

und viele weitere.

Dabei wurden auch zahlreiche klare Handlungsempfehlungen herausgearbeitet, wie z.B.:

- Online weniger lange Prosa als in Print
- Besser klare, kürzere Absätze
- Klar erkennbare optische Aufteilung der Inhalte  
Hohe Wirkung hat der in der Ergebnisliste sichtbare Text (Unternehmen, zu besetzende Position)

- Besonderes Augenmerk sollte zwingend auch auf einer korrekten Rubrizierung der Anzeigen gelegt werden

Einige Themen wurden dabei auch durchaus kontrovers diskutiert, wie z.B. das Texten der Position bei Mehrfachbesetzungen im Plural oder im Singular oder die Angabe eines Bewerbungsschlusses im Anzeigentext.

Mit Interesse diskutiert wurde auch der Ausblick, den Bernhard Rauscher gegen Ende seines Vortrags gab:

- Online-Stellenanzeigen: Gegenwart und nahe Zukunft
- Online-Anzeigen werden emotionaler (u.a. Text)
- Bilder werden kampagnenübergreifend übernommen
- Die Online-Anzeige wird im Kampagnenstil gestaltet
- Web-Möglichkeiten werden genutzt (Links, Animation etc.)
- Controlling

Zukunft

- Konkurrenz der Jobbörsen verlagert sich in völlig andere Bereiche
- Web 2.0 und technische Möglichkeiten werden ausgereizt

Die nächste AK-Sitzung wurde auf Mittwoch, 22.10.2008 in Köln avisiert zum Thema „Bewerberdatenbanken – kommt der Durchbruch oder nur der 3. Hype?“.

Frankfurt, 08.04.2008

Michael Weideneder