

Suchen Sie noch oder googeln Sie schon?

Viele Handwerksbetriebe der Baubranche tun sich schwer, freie Stellen zu besetzen. Grund dafür ist nicht allein der Mangel an Fachkräften, sondern oft auch eine falsche Strategie bei der Personalgewinnung. Das im März 2019 im Testbetrieb gestartete „Google for Jobs“ eröffnet Unternehmen neue Chancen.

Von Thomas Schwarzmann

Oben bezahlte Anzeigen, darunter die Job-Box und erst dann organische Suchergebnisse: So oder so ähnlich werden Jobsuchenden zukünftig die Ergebnisse präsentiert

Hat man sich als Inhaber eines Handwerksunternehmens der Baubranche vor einigen Jahren noch über die restriktive Einstellung der Banken bei der Kreditvergabe, großen Preisdruck und teilweise ruinösen Wettbewerb geärgert, so ist aktuell der Mangel an Fachkräften eines der größten Probleme. Viele Unternehmen müssen mögliche Umsätze liegen lassen, weil ihnen schlicht die qualifizierten Leute fehlen, um die Aufträge abzuarbeiten.

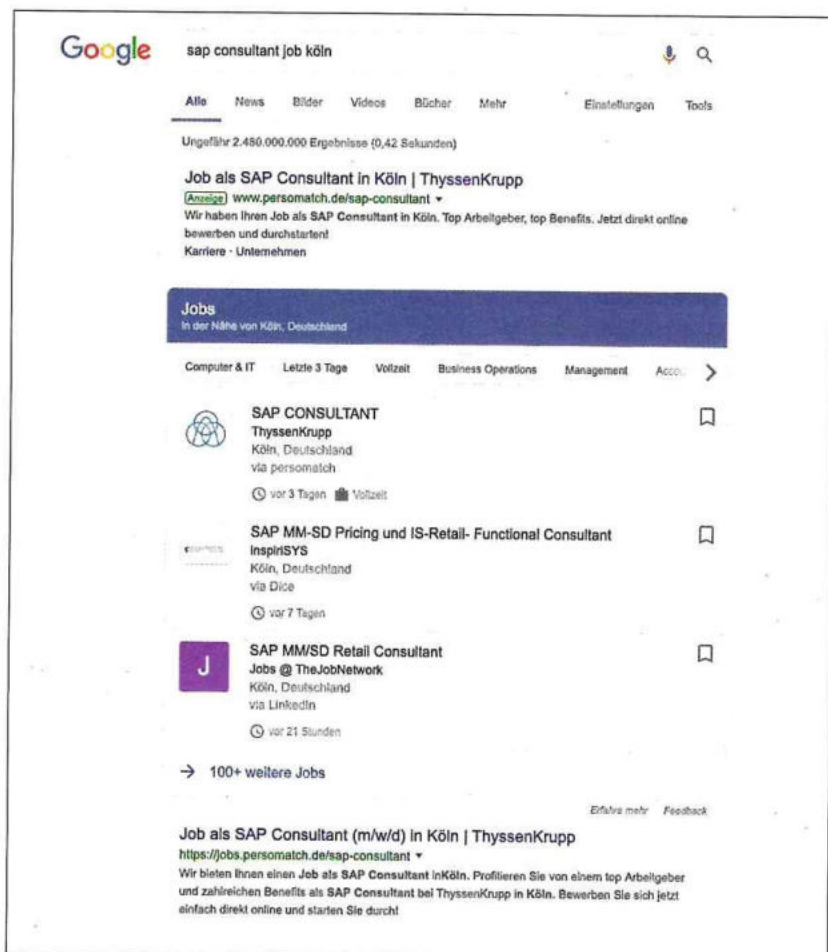
„Moderne Instrumente“ bedeutet vor allem: online und digital. Neben klassischen Stellenanzeigen bei Portalen wie Stepstone, Monster und Indeed hat eine Plattform das Potenzial, die Art und Weise, wie Unternehmen und Jobsuchende zueinander finden, grundsätzlich zu verändern: Google.

Schon vor zwei Jahren – im Sommer 2017 – hat der amerikanische Internet-Gigant in den USA seine eigene Jobbörse „Google for Jobs“ eröffnet, die mittlerweile auch in vielen anderen Ländern verfügbar ist. Seit 15. März 2019 ist der Testbetrieb in Deutschland angelaufen; Experten gehen davon aus, dass die neue Funktion der Suchmaschine in den nächsten Monaten voll verfügbar sein wird.

Stellenanzeigen richtig aufbereiten

Google for Jobs funktioniert ähnlich wie die Suche nach Flügen oder Hotels. Gibt man in die Suchleiste bestimmte Schlagwörter ein, zum Beispiel „Job Elektriker Berlin“, wird unter den bezahlten Google-Anzeigen eine Box angezeigt, in der man Angebote direkt miteinander vergleichen und filtern kann, ohne Google zu verlassen. Erst unterhalb dieser Box, je nach Endgerät und Bildschirmauflösung schon außerhalb des direkt sichtbaren Bereichs, werden die „normalen“ (organischen) Suchergebnisse aufgelistet.

Die Google-Funktion ist allerdings keine neue Stellenbörse im klassischen Sinn, sondern eine Art Meta-Suchmaschine für Jobs. Die Ergebnisse der blau hervorgehobenen Box gewinnt „Google for Jobs“ aus Stellenausschreibungen, die bereits digital vorliegen, wie den Angeboten von Internet-Jobbörsen oder Stellenanzeigen von Unternehmensseiten. Das bedeutet: Auch Stellenangebote, die ein Handwerksunternehmen auf seiner Webseite veröffentlicht, können an dieser prominenten Stelle für Jobsuchende ausgespielt werden. Das funktioniert allerdings nur dann, wenn man den eigenen Internet-Auftritt im allgemeinen und die Stellenausschreibung im besonderen an die Anforderung von Google angepasst hat. Während man mit der „normalen“ Suchmaschinenoptimierung (SEO) die eigene Seite langfristig verbessert (zum Beispiel „sprechende“ URLs verwenden, Ladezeiten verkürzen, Texte suchmaschinengerecht verfassen), um bei Suchanfragen möglichst auf der ersten Ergebnisseite von Google zu landen, sollten die Daten von Stellenange-



Zwar lässt sich der grundsätzliche Mangel an gut ausgebildeten Arbeitskräften durch keine noch so ausgefeilte Recruiting-Strategie beheben, wer jedoch seine Hausaufgaben macht und moderne Instrumente richtig einsetzt, hat gegenüber seinen Konkurrenten einen Vorteil beim Wettbewerb um die besten Kräfte.

boten in besonderer Weise strukturiert sein, damit der Google-Bot sie finden und bewerten kann. Gemeinsam mit anderen großen Internetkonzernen hat Google dazu einen Standard entwickelt, den man auf der Seite www.schema.org nachlesen kann. Darin ist genau festgelegt, wie eine Stellenanzeige im Quellcode der Firmenhomepage angelegt sein sollte. Das ist für Laien ohne Programmierkenntnisse zwar schwierig, für erfahrene Webentwickler aber eine Routineaufgabe – ein Grund mehr, für die Pflege des Internetauftritts einen guten Dienstleister zu beschäftigen.

Chance fürs Handwerk

Ein Teil der Kosten für eine professionelle Pflege der Firmenhomepage amortisiert sich zukünftig von selbst, jedenfalls wenn man häufiger Personal sucht. Denn die Aufnahme in die Job-Box von Google ist (vorerst noch) kostenlos. Wer also seine „Hausaufgaben“ im Hinblick auf die Optimierung seiner Webseite und der dort veröffentlichten Stellenanzeigen gemacht hat, kann sich das Geld für Stellenanzeigen in der Zeitung oder bei den etablierten Online-Stellenbörsen sparen. Gerade für kleinere und mittlerer Handwerksbetriebe ist das eine gute Nachricht, denn schon heute starten die meisten Nutzer ihre Stellensuche auf Google – und zwar in der Regel mobil. Hinzu kommt, dass einige der großen Stellenbörsen die Zusammenarbeit mit Google ablehnen. Dort platzierte Stellenanzeigen werden daher nicht in der Google for Jobs-Box zu sehen sein. Wer mit seinem Stellenangebot von wechselwilligen Handwerkern, die spontan auf der Baustelle oder in der Pause nach einem neuen Arbeitgeber suchen, gefunden werden will, muss also seine Stellenanzeige auf der eigenen Homepage optimieren oder eine extra-Seite dafür einrichten. So erreicht man über Google potentielle Bewerber schneller, direkter und zielgenauer. Für einen Job suchende Handwerker hat „Google for Jobs“ den Vorteil, dass sie nicht mühsam verschiedene

Elektro Müller

Hauselektriker/in
Referenznummer: 5922

Job-Profil
DIES IST EINE MUSTER-STELLENANZEIGE
Sie suchen eine Herausforderung und haben Spaß an Elektro-Technik? Sie werden der Ansprechpartner für unsere Baugelände im In- und Ausland. Sie planen, warten und projektieren unsere Gebäude Elektrotechnik.

Unser Unternehmen
persomatch ist das neue Startup im Bereich Mitarbeiter-Rekrutierung. Mit Hilfe von persomatch können Unternehmen von ihren Bewerbern direkt bei der Google-Suche gefunden werden. Während viele andere Online-Services nur die höher qualifizierten Jobs, z.B. im IT-Bereich adressieren, kann man mit persomatch Mitarbeiter in allen Branchen und auf allen Ebenen akquirieren, vom Praktikant bis zum Vorstandsvorsitzenden.

Bewerber-Profil
Sie sollten über Berufserfahrung in dem Bereich verfügen und sich für Technik und Elektronik begeistern können. Eine räumliche Nähe zu unserer Hauptzentrale wäre wünschenswert. Flexible Einsatzzeiten.

Wir bieten...
Du kennst den wäkklichen Startup-Spirit erleben, viel lernen und dich weiterentwickeln. Es erwartet dich ein vielfältiger Job mit vielen Entwicklungsmöglichkeiten und Aufstiegschancen. Du erhältst eine faire Vergütung basierend auf einem festen Stundenlohn, zusätzlich bieten wir Dir ein attraktives Pflanzmodell.

Anspruchspartner
Tristan Niewöhner
Elektro Müller
Guldfeldstraße 16
33602 Bralfeid
Ingershausen
E-Mail schreiben

Social Media
f in

Kurzbeschreibung
Ort: Bielefeld
Arbeitszeit: Vollzeit
Einstellungsdatum: 01.07.20
Homepage URL: https://persomatch.de

Jetzt bewerben **E-Mail Erinnerung** **Mein Liebling setzen**

Jetzt bewerben **E-Mail Erinnerung**

Portale und Plattformen abklappern müssen, sondern die für sie relevanten Anzeigen aus allen Quellen übersichtlich in der Box finden. Außerdem sind die meisten etablierten Plattformen eher auf die Bedürfnisse von Akademikern beziehungsweise größeren Unternehmen zugeschnitten und vielen Facharbeitern nicht bekannt. „Google for Jobs“ hat also das Potenzial, die online-Jobsuche kräftig zu verändern und, als Marktführer, zu beherrschen. Wer Mitarbeiter sucht, sollte sich diesem Medium nicht verschließen.

Autor

Thomas Schwarzmann ist Redakteur der Zeitschriften bauhandwerk und dach+holzbau.

So wie bei dieser fiktiven Beispielanzeige können Handwerksunternehmen mit Persomatch schnell und einfach Google optimierte Stellenanzeigen aufgeben
Screenshots: persomatch

Online-Baukasten für Stellenanzeigen

Alternativ beziehungsweise ergänzend zur Optimierung der eigenen Webseite können Handwerksbetriebe, die Fachkräfte suchen, auch die Dienste der persomatch GmbH (www.persomatch.de) in Anspruch nehmen, die sich darauf spezialisiert hat, Stellenanzeigen auf Google zu platzieren. „Wie bei Preisvergleichen, Flügen oder Hotelbuchungen wird sich zukünftig auch die Stellensuche immer mehr zu Google verlagern“, ist sich Geschäftsführer Tristan Niewöhner sicher. Grund dafür sei die aus Nutzersicht überlegene Qualität der Suchergebnisse, die Google hierzulande einen Marktanteil von 97 Prozent bei der mobilen Suche beschert habe. „Wer Fachkräfte finden will, muss seine Anzeige auf der ersten Suchergebnisseite platzieren, das heißt ganz oben als Google-Anzeige oder in der Job-Box – oder beides“, betont der Experte für Suchmaschinenmarketing. Sein Team hat mehr als 20 000 Stellenanzeigen analysiert, um typische Suchbegriffe und Fachausdrücke für alle möglichen Berufsbilder zu finden. Jede persomatch-Stellenanzeige wird automatisch mit 500 bis 900 Kombinationen dieser „Keywords“ angereichert, was die Chancen für eine gute Platzierung enorm erhöht. Die Anzeigen selbst werden nach einem Baukasten-Prinzip mit Selbstbedienung in drei verschiedenen Paketen angeboten, deren Preis sich vor allem nach dem Suchradius bemisst. Weil Handwerker in der Regel Stellen in der näheren Umgebung suchen, sind für ausschreibende Betriebe erfreulicherweise das preislich günstigste oder das mittlere Angebot völlig ausreichend. Der Baukasten enthält neben den Keywords unter anderem auch vorformulierte Textbausteine, die bei der Erstellung einer attraktiven Stellenanzeige helfen. Da die mit persomatch erzeugten Stellenanzeigen automatisch perfekt auf die Google-Anforderungen angepasst sind, ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass sie einem Bewerber nicht nur als Anzeige im oberen Teil der Suchergebnisse, sondern auch prominent in der Job-Box angezeigt werden. So hat man alle Chancen, in einem adäquaten Zeitraum neue, geeignete Mitarbeiter zu finden.