

Die Bedeutung von Google als Instrument zur Personalgewinnung dürfte künftig deutlich wachsen: Ende Mai hat die Suchmaschine ihre neue Jobsuchfunktion Google for Jobs eingeführt – was sich auch direkt auf das Recruiting von Autohäusern auswirkt.



## GOOGLE FOR JOBS

# Der Stellen-Staubsauger

Ende Mai hat Google seine Jobsuchfunktion in Deutschland gestartet. Autohäuser, die neue Kräfte werben wollen, sollten sich auf das Angebot einstellen, empfehlen Personalberater. Denn es kann sich deutlich auf die Bewerbersituation auswirken.

**D**ie Bedeutung von Google für Arbeitnehmer auf Jobsuche war bislang schon groß: Drei von vier Jobinteressenten in Deutschland nutzen Umfrageergebnissen zufolge den Dienst, wenn sie nach einer neuen Herausforderung suchen. Künftig könnte dieser Anteil noch wachsen – und damit auch die Bedeutung der Suchmaschine als Werkzeug zur Arbeitssuche. Denn der US-Dienst hat Ende Mai offiziell seinen Service „Google for Jobs“ gestartet. Und dieser stellt die Bedeutung anderer Onlineangebote für Jobinteressenten und Arbeitgeber ein Stück weit infrage – oder macht es erforderlich, dass sich diese an Google ausrichten. Auch Autohäuser müssen sich auf diese Herausforderung einstellen, sagen Personalberater.

### Was für ein Angebot ist Google for Jobs?

Bei Google for Jobs handelt es sich um kein eigenständiges Stellenportal, das der US-Konzern Ende Mai offiziell gestartet hat. Es ist vielmehr eine neue Suchfunktion innerhalb von Google. Diese greift auf Stellenanzeigen im Internet zu, die in Jobportalen inseriert, aber auch direkt auf den Websites Unternehmen hinterlegt sind, und zeigt diese in seinen Suchergebnislisten an. Google for Jobs saugt also die Stellenanzeigen aus einer Vielzahl von Quellen auf und spielt diese konzentriert in den Suchergebnissen aus. Um von Google angezeigt zu werden, müssen die Stellenanzeigen aus Jobbörsen und auf den Karriereseiten von Unternehmen allerdings bestimmte technische Voraussetzungen erfüllen.

### Wie funktioniert Google for Jobs?

Wer in die Suchmaschine bestimmte Suchwortkombinationen mit Bezug zur Stellensuche eingibt, bekommt in den Suchergebnislisten automatisch eine Auswahl von Stellenangeboten angezeigt, die Google als relevant für den Suchenden einstuft. Diese Ergebnisanzeige ist prominent mit einem blauen Balken und der Überschrift „Stellenangebote“ gestaltet. Die Suchergebnisse befinden sich unterhalb der bezahlten und oberhalb der unbezahlten Resultate – also zwischen den sogenannten organischen und anorganischen Suchergebnissen. Ein Beispiel für eine Suchwortkombination, die diese Funktionalität auslöst, ist der Begriff „Mechatroniker“ in Verbindung mit dem Namen einer Stadt.

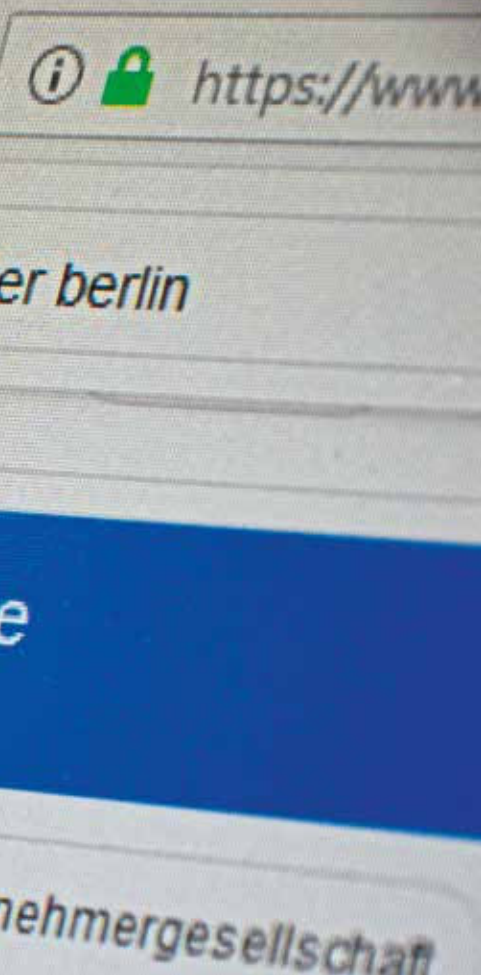


Bild: Achter/➤Kfz-betrieb

erhöhen, wenn sie sich mit ihren Websites und der technischen Struktur der dortigen Stellenausschreibungen an die Anforderungen von Google halten. Die Indexierung der Stellenangebote durch Google und damit deren Auffindbarkeit durch die Suchmaschine an sich kostet sie nichts.

**Was bedeutet das für die eigene Website und Jobportale?**

Udo Völke rät Autohäusern, Google for Jobs im Zusammenspiel mit der eigenen Firmenwebsite höchste Aufmerksamkeit zu schenken: „Die Inserate auf der eigenen Website erhalten durch Google for Jobs jetzt maximale Relevanz. Unternehmen haben ihre eigene Auffindbarkeit damit voll in der Hand.“ Denn Google beschreibt auf seiner eigenen Website genau, wie Stellenanzeigen für Google for Jobs technisch strukturiert sein müssen, um vom Suchalgorithmus optimal verarbeitet zu werden. Diese Spezifikationen finden Web-Entwickler mit einer Google-Recherche, wenn sie die Wortkombination „developers google for jobs“ nutzen. Google hält sich mit seinen Vorgaben an den Industriestandard der Initiative Schema.org, auf den sich eine Reihe von Internetkonzernen verständigt hat.

Google bewertet auch, ob Websites mit Stellenanzeigen für mobile Geräte wie Smartphones ausgelegt sind und ob es dort einen Online-Bewerbungsprozess gibt. In diesem Feld können große Stellenportale unter Umständen – neben ihrer Bekanntheit bei Bewerbern – ihre Vorteile ausspielen. Denn über Google for Jobs landen Bewerber ja auch auf den großen Portalen, wo diese gegebenenfalls schon Profile mit ihren Daten angelegt haben und mit denen sie sich an potenzielle neue Arbeitgeber wenden können.

**Welche Firmenwebsites und Jobportale integriert Google?**

Grob gesagt alle, die sich an die Spezifikationen der neuen Suchfunktion halten. Google nennt verschiedene überregionale Tages- und Wochenzeitungen mit ihren Jobmärkten als Kooperationspartner, aber auch regionale Blätter. Zu den großen vertretenen Jobbörsen und Berufsnetzwerken gehören Xing, Monster oder LinkedIn. Auch branchenspezifische Jobportale hätten sich teils schnell auf Google for Jobs eingestellt und ihre Sichtbarkeit dadurch mitunter deutlich steigern können, sagt Personalexperte Völke

**Warum sollten sich Arbeitgeber damit beschäftigen?**

Tristan Niewöhner von der Personalberatung Persomatch geht davon aus, dass die Suchmaschine ihre Bedeutung für Stellensuchende durch Google for Jobs erhöhen wird: „Google spielt für viele Arbeitnehmer schon jetzt eine große Rolle bei der Suche nach einem Arbeitsplatz – unabhängig von der gesellschaftlichen Stellung nutzt jeder die Suchmaschine. Nun wird die Tendenz noch stärker in diese Richtung gehen. Noch mehr Menschen suchen künftig Jobs über Google.“ Unternehmen müssten sich deshalb stärker denn je Gedanken darüber machen, wie sie in der Suchmaschine präsent sein wollen, auch etwa mit Stellenangeboten in den bezahlten Suchergebnissen.

**Was bringt Google for Jobs Arbeitgebern?**

Der Nutzen spiegelt sich in unterschiedlichen Facetten der Personalsuche wider, sagt Udo Völke von der Personalberatung Raven 51. „Da Interessenten jetzt über einen ausgefeilten Algorithmus besonders komfortabel und mit diversen Filtermöglichkeiten suchen können, könnten Unternehmen wie Autohäuser künftig noch besser passende Bewerbungen erhalten.“ Außerdem können Firmen ihre Sichtbarkeit für Stellensuchende im Web

von Raven 51. Nicht mit dabei seien hingegen die Branchengröße Stepstone und die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit.

**Was passiert mit nicht-optimierten Stellenanzeigen?**

Es kommt darauf an, wie stark diese den Anforderungen von Google for Jobs, sagt Experte Niewöhner von Persomatch. Es gibt technische Spezifikationen, die für die Auffindbarkeit zwingend erforderlich sind, und solche Merkmale, die Google lediglich empfiehlt. Wer die verpflichtenden Anforderungen nicht erfüllt, wird mit seinen Jobangeboten gar nicht berücksichtigt, beim Verzicht auf die „nur“ empfohlenen in den Suchergebnissen gegebenenfalls schlechter gelistet. Flankieren können Unternehmen Jobinrate auch durch Anzeigen in den bezahlten Suchergebnissen darüber, sagt Niewöhner: „Inserate in Jobportalen können kostspielig sein. Suchmaschinenwerbung erlaubt es oft, mit vergleichsweise kleinen Budgets zu guten Ergebnissen zu kommen.“

MARTIN ACHTER

**NOCH FRAGEN?**

Martin Achter, Redakteur



„Betriebe, die ihre Websites an Google for Jobs ausrichten, können im Recruiting möglicherweise so manchen Werbe-Euro sparen. Denn sie können die Sichtbarkeit ihrer Karriereseiten deutlich steigern.“

☎ 0931/418-2374  
✉ martin.achter@vogel.de



Bild: Persomatch

Tristan Niewöhner ist Geschäftsführer der Personalberatung Persomatch.



Bild: Foto Kathrein

Udo Völke verantwortet das Marketing bei der Personalberatung Raven 51.

**SCHOLZ SYSTEM**

Ergonomie für schnelle Prozesse

Auch für größte Räder

**SiReB Flexi**

Regalsysteme GmbH  
Kornfeld 11 | D-65719 Hofheim  
49 61 92 - 29 39 00  
scholz-regalsysteme.de  
**v.Scholz-eOK.de**

**Besuchen Sie uns im Internet**

**www.kfz-betrieb.de**