

Neue Mitarbeiter aus der Box

1. Der Baugewerbe-Markt wird sich in den nächsten Jahren weiter öffnen. Die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber wird sich erhöhen. Die Zahl der Stellenangebote wird sich ebenfalls erhöhen. Die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber wird sich erhöhen. Die Zahl der Stellenangebote wird sich ebenfalls erhöhen.

Die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber wird sich erhöhen. Die Zahl der Stellenangebote wird sich ebenfalls erhöhen.



Seit dem 22. Mai 2019 ist Google for Jobs offiziell in Deutschland gestartet.

Unternehmen können nun Stellenanzeigen kostenlos in der „Google-for-Job-Box“ positionieren. Voraussetzung dafür: Die Anzeigen müssen für Google optimiert werden. Was das für Unternehmen bedeutet und wie das Feature die Online-Jobsuche beeinflussen wird, erklärt Tristan Niewöhner, Experte für das Thema Suchmaschinenmarketing im Rahmen der Personalgewinnung.

Foto: Shutterstock / Victor Moussa

Übermäßig lange Besetzungszeiten und viele offene Arbeitsplätze sind einige der Anzeichen des derzeit herrschenden Fachkräftemangels. Gerade in den Bereichen Pflege, Medizin, Handwerk und in technischen Berufen fehlt es an Fachkräften mit einer qualifizierten Berufsausbildung. Umso wichtiger ist es für Unternehmen, dass ihre Stellenanzeigen ohne große Streuverluste von den passenden Bewerbern gefunden werden. Mit Google for Jobs gibt es nun eine neue Plattform, die es geschickt zu bedienen gilt.

Blaue Box bündelt Ergebnisse

Mit dem neuen Dienst will Google Stellensuchende und Unternehmen schneller zusammenbringen. Anstatt wie gewohnt auf verschiedenen Seiten von Unternehmen oder in Stellenbörsen nach passenden Stellenangeboten zu suchen, reicht nun die Jobsuche über Google: Anhand der eingegebenen Stel-

lenbezeichnung werden auf der Suchergebnisseite alle relevanten Jobangebote in einer blau hervorgehobenen Box übersichtlich dargestellt. Google nutzt dazu die Daten der Stellenausschreibungen, die bereits digital vorliegen, etwa auf Seiten von Internet-Jobbörsen oder auf unternehmenseigenen Karriereseiten.

Gute Resonanz erwartet

„Google for Jobs wird den Online-Stellenmarkt hierzulande noch einmal ordentlich aufmischen“, sagt Tristan Niewöhner. Mit seinem Unternehmen platziert er Stellenanzeigen von Unternehmen bei Google und hat sich lange auf den Start dieses neuen Features vorbereitet. Google-Nutzer werden die neue Jobsuche hierzulande wahrscheinlich schnell annehmen. Es ist davon auszugehen, dass sich die Online-Stellensuche künftig immer mehr zu Google verlagern wird. Die Vergangenheit hat schon gezeigt,

dass sich die Nutzer rasch an die neue Darstellung von Suchergebnissen gewöhnen, wie man beispielsweise bei der Hotelsuche über Google sieht. Mit der Jobsuche wird es ähnlich sein: Den Umweg über mehrere Jobbörsen werden dann nur noch wenige gehen.

Umso wichtiger wird es für Unternehmen, ihre Stellen bei Google sichtbar zu platzieren. Allerdings wird durch die neue Box der Platz für organisch generierte Ergebnisse auf der ersten Google-Seite viel kleiner. Nach drei bis vier Anzeigen kommt die Box, und dann bleibt vielleicht noch Platz für ein bis zwei organisch erzeugte Ergebnisse. Je nach Auflösung und Gerät – zum Beispiel Smartphone – sind diese Plätze auf den ersten Blick nicht mehr zu sehen.

Erfolg durch gute Aufbereitung

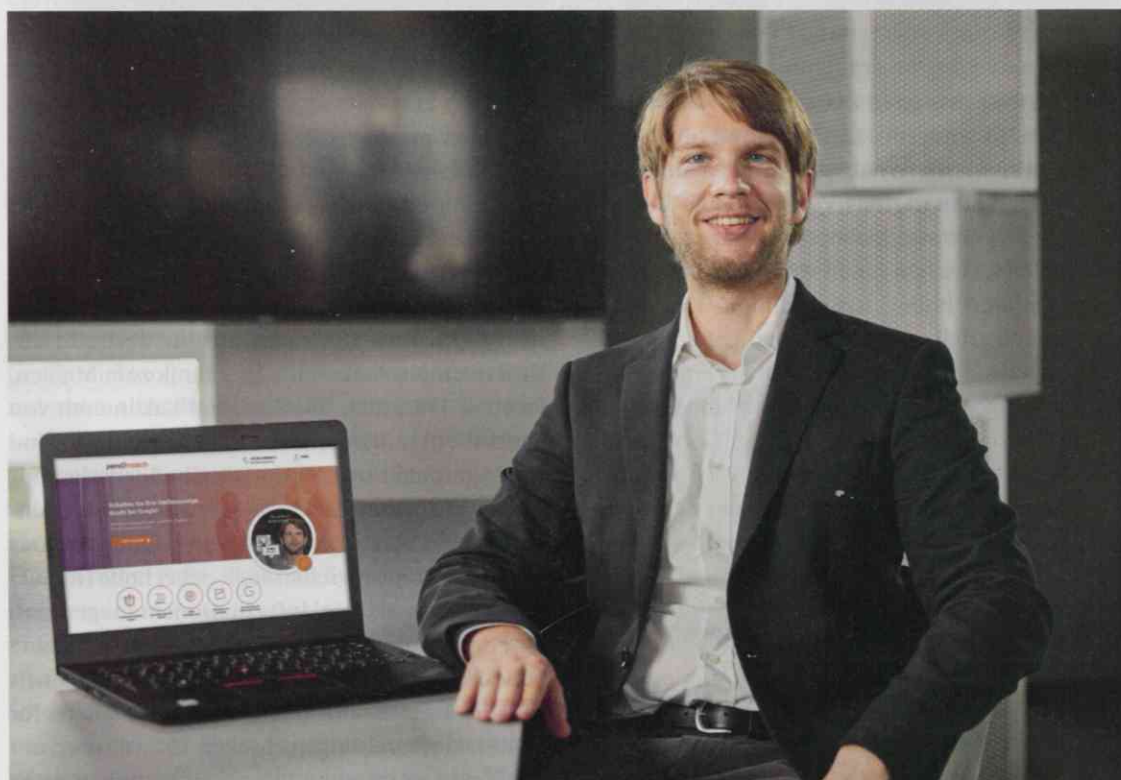
Die Anzeigenplätze über der Box und die Plätze in der Google-for-Jobs-Box sind also die Plätze der Wahl. Der Experte empfiehlt den Unternehmen, alle relevanten Kriterien zu erfüllen, um ihre Stellenanzeigen beim Suchmaschinen-Giganten zu positionieren. „Hier geht es um Basics wie die Optimierung der eigenen Seiten für die mobile Suche, sprechende URLs, eine klare Unterteilung der Inhalte in Titel, Headline, Text oder auch die Ladezeit, um nur einige Beispiele zu nennen“, so Niewöhner. Ein wesentlich entscheidender Faktor ist außerdem die Aufbereitung der Stellenausschreibungen anhand festgelegter Standards: „Hier kann ich nur dazu raten, sich einmal mit dem Thema „Strukturierte Daten“ aus-

einanderzusetzen. Google hat mit anderen Global Playern schon vor Jahren die Seite www.schema.org ins Leben gerufen, auf der dargestellt wird, wie Jobangebote – und andere Inhalte – für Suchmaschinen bestmöglich aufbereitet werden können.

Während in den USA mittlerweile rund 80 Prozent aller Jobsuchenden ihre Stellen googlen, sind es in Deutschland derzeit zwischen 70 und 75 Prozent, und die Zahl steigt stetig. Schon jetzt gibt es jeden Monat in Deutschland 70 Millionen Suchanfragen zum Thema „Jobs“. Umso wichtiger ist es für Unternehmen daher, ihre Stellen bei Google sichtbar zu platzieren. Wer das ABC der Suchmaschinenoptimierung und die Anforderungen von Google an die Darstellung von Jobangeboten berücksichtigt, hat also gute Chancen, seine Stellen in der Google-for-Job-Box unterzubringen.

DIE SEO-EXPERTEN

Das ostwestfälische Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, Firmen bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter zu unterstützen. Mithilfe von persomatch werden Stellenangebote von Unternehmen direkt bei Google auffindbar. Der Service des Unternehmens ermöglicht es, Mitarbeiter in allen Branchen und auf allen Ebenen zu akquirieren. Persomatch bietet damit laut eigenen Angaben den weltweit ersten und einzigen Customer-Self-Service zur Platzierung von Stellenanzeigen direkt bei Google. Auch die Aufbereitung von Stellenanzeigen gehört zum Leistungsspektrum von Persomatch.



Tristan Niewöhner,
Geschäftsführer
Persomatch.
Foto: Persomatch