

# Stellenanzeigen mit Google for Jobs – so geht's!

traumjob



traumjob finden

traumjob geld

traumjob viel geld

traumjob oder geld

traumjob geheimagent

Ein Gastbeitrag von  
**Tristan Niewöhner**

*Zwei Jahre nach dem Start in den USA hat Google for Jobs nun auch Deutschland erreicht. Wie wird der Online-Vermittlungsdienst die Jobsuche beeinflussen? Und wie sorgt man als Arbeitgeber dafür, dass Google for Jobs die eigenen Stellenanzeigen erkennt?*



**I**m Sommer 2017 startete Google for Jobs in den USA. Heute wird der von Google angebotene Online-Dienst auch in europäischen Ländern genutzt: 2018 lief er in Spanien und Großbritannien an, seit Mai 2019 gibt es Google for Jobs auch in Deutschland.

Aber worum handelt es sich bei dem neuen Angebot überhaupt? Google for Jobs ist keine weitere Stellenbörse wie Monster oder Stepstone. Das heißt, man kann keine Stellenanzeigen „schalten“ und sie somit dort platzieren.

## Übersichtlich und einfach

Google for Jobs ist eine optimierte Jobsuche innerhalb der Google-Suche. Ein Service, vergleichbar mit Suchdiensten nach Flug- oder Hotelpreisen. Gibt man beispielsweise eine Anfrage wie „Hotel, Paris, Eiffelturm“ ins Suchfeld ein, zeigt Google die Angebote direkt am Anfang der Ergebnisseite. Nach diesem Prinzip funktioniert auch Google for Jobs. Die Suchmaschine startet automatisch, wenn die Anfrage Begriffe wie „Jobs in meiner Nähe“, „Job Industriekaufmann“, „Anstellung als ...“ oder Ähnliches enthält. Google for Jobs greift dabei auf Inhalte von Jobportalen oder unternehmenseigenen Karriereseiten zurück und bereitet sie für Jobsuchende auf. Die können sich die Ergebnisse in einer blau hervorgehobenen Box anschauen.

Dazu gibt es Filtermöglichkeiten (Unternehmensstandort, Datum der Veröffentlichung, Art der Stelle wie Vollzeit, Teilzeit, Praktikum et cetera), mit denen der Nutzer Stellenanzeigen sehr präzise filtern kann. Die Ergebnisse kann er einfach vergleichen, und auch der letzte Schritt zur Bewerbung ist simpel: Entweder bewirbt man sich direkt von der Jobbörse aus oder man wird auf die unternehmenseigene Karriereseite weitergeleitet.

## So findet Google for Jobs Stellenanzeigen

Grundsätzlich gilt: Je mehr Informationen Google über die Stellenanzeige erhält, desto eher wird sie in der „Google for Jobs“-Box platziert. Die Menge der Informationen entscheidet darüber, in welcher Reihenfolge der Dienst die Suchergebnisse anzeigt. Gemeint sind Informationen wie ein präziser Jobtitel, der Arbeitsplatzstandort, die Bewerbungsfrist, die wöchentliche Stundenzahl und auch das Gehalt.

Das Thema Transparenz und Gehalt bedarf einer verstärkten Diskussion. Warum? Hierzulande ist es eher selten, dass Arbeitgeber in Stellenanzeigen über Gehälter informieren. Zukünftig könnten Unternehmen, die ihre Gehälter in Stellenausschreibungen offen darlegen, in der „Google for Jobs“-Box weiter oben angezeigt werden.

## Technische Standards einhalten

Bei der Aufbereitung der Stellenausschreibungen sollte man festgelegte Standards berücksichtigen. Dazu gehört die Optimierung der eigenen Seiten für die mobile Suche, der Einsatz von strukturierten Daten, sprechenden URLs oder auch die Ladezeit. Google hat mit anderen Global Playern schon vor Jahren die Seite [www.schema.org](http://www.schema.org) ins Leben gerufen, die Nutzern dabei hilft, Jobangebote für Suchmaschinen bestmöglich aufzubereiten. (Näheres siehe Infokasten)

## Trennung von Überschrift und Text

Überschrift und Text der Stellenanzeige sollte man deutlich voneinander trennen, damit Google die Struktur der Website mit der Stellenanzeige erkennt. Das geschieht mit diversen Tags (<h1>, <h2> et cetera), die man bei der

## So findet Google for Jobs Ihre Stellenanzeigen

Die URLs (die Internetadresse oder Webadresse) müssen sprechend sein, das heißt, sie müssen Keywords oder den Jobtitel enthalten.

Gut:

<https://firma-mustermann.de/jobs/studentische-hilfskraft-mwd-im-bereich-softwareentwicklung>

Weniger gut:

<https://firma-mustermann.de/jobs/index42134.html>

Auch sollte es nicht zu viele Hierarchieebenen geben, denn das erschwert Google die Suche:

<https://firma-mustermann.de/jobs/jobs2019/jobs-kaufmaennisch/industriekauffrau>

Jede ausgeschriebene Stelle braucht eine eigene, individuelle URL. Schreibt ein Unternehmen zwei Stellen aus, so muss es dafür zwei URLs geben:

<https://firma-mustermann.de/jobs/industriekaufmann-mwd>

und

<https://firma-mustermann.de/jobs/mechatroniker-mwd>

Ob die eigene Website alle erforderlichen Elemente enthält, kann über einen Google-Service getestet werden:

<https://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0/?hl=de>

Erstellung unternehmenseigener Karriereseiten sowie im System der Jobbörsen berücksichtigen sollte.

## Indexing API – Google auf den neuesten Stand bringen

Das Internet wird in einem gewissen Rhythmus nach neuen Inhalten durchsucht. Hat ein Arbeitgeber eine aktuelle Stellenanzeige ins Internet gestellt (zum Beispiel über die Karriereseite auf der Homepage des Unternehmens), sollte er Google mit der sogenannten „Indexing API“ darüber informieren. Google wird anschließend die Seiten erneut durchsuchen, der Inhalt der Suchergebnisseite ist dann auf dem neuesten Stand.

## Konsequenzen für Unternehmen

Google for Jobs wird den Online-Stellenmarkt hierzulande ordentlich aufmischen. Durch die einfache und übersichtliche Anwendung werden die Google-Nutzer die neuen Möglichkeiten für ihre Jobsuche schnell annehmen.

Bei allen Vorteilen sollten Arbeitgeber beachten, dass nicht alle Jobportale mit Google for Jobs kooperieren. Dazu gehören Stepstone und Indeed. Deswegen werden es nicht alle Stellenanzeigen von Jobbörsen in die Google for Jobs-Box schaffen. Jobportale sollten sich daher in naher Zukunft überprüfen. Während in den USA mittlerweile rund 80 Prozent aller Jobsuchenden ihre Stellen googeln, sind es in Deutschland momentan mehr als 70 Prozent – die Zahl steigt stetig.

Unternehmen, die ihre Stellenanzeigen optimieren wollen, sollten diese bei Google sichtbar platzieren. Wer das ABC der Suchmaschinenoptimierung sowie die Anforderungen von Google an die Darstellung von Jobangeboten berücksichtigt, hat gute Chancen, seine Stellen in der „Google for Jobs“-Box unterzubringen.



**Tristan Niewöhner** ist Gründer und Geschäftsführer von Persomatch. Das Start-up-Unternehmen unterstützt Firmen bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter und bietet – auch via Customer Self Service – die Platzierung von Stellenanzeigen bei Google an.