

Fachkräftegewinnung | 28.03.2019 | Lesezeit 3 Min.

## Stellenanzeigen: Online unterschiedlich erfolgreich

*Einerseits hat der Fachkräftemangel viele Berufe und Regionen erreicht, andererseits zeigen die Beschäftigten ein reges Interesse an einem potenziellen Jobwechsel. Dies zeigt eine Auswertung der Suchanfragen auf der Jobseite Indeed. Damit wird es für Unternehmen wichtiger denn je, sich als attraktiver Arbeitgeber aufzustellen und Mitarbeiter zu halten.*

---

Mangelware – dieses Label klebt in Deutschland auf immer mehr Berufen. Während die Zahl der offenen Stellen von Rekord zu Rekord eilt, sinkt die Zahl der Arbeitslosen kontinuierlich. Unternehmen decken ihren Personalbedarf deshalb immer häufiger durch Abwerbung von Mitarbeitern anderer Firmen.

In diesem Wettbewerb um die besten Köpfe müssen sich Unternehmen als attraktive Arbeitgeber aufstellen und neue Wege in der Personalarbeit gehen, um Mitarbeiter finden und langfristig halten zu können.

Eine Studie des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung am IW hat anhand der Online-Stellenanzeigen sowie der Klicks auf der Jobseite Indeed untersucht, wie Arbeitgeber und Jobsuchende vorgehen.

## Stellenanzeigen stoßen auf sehr unterschiedliches

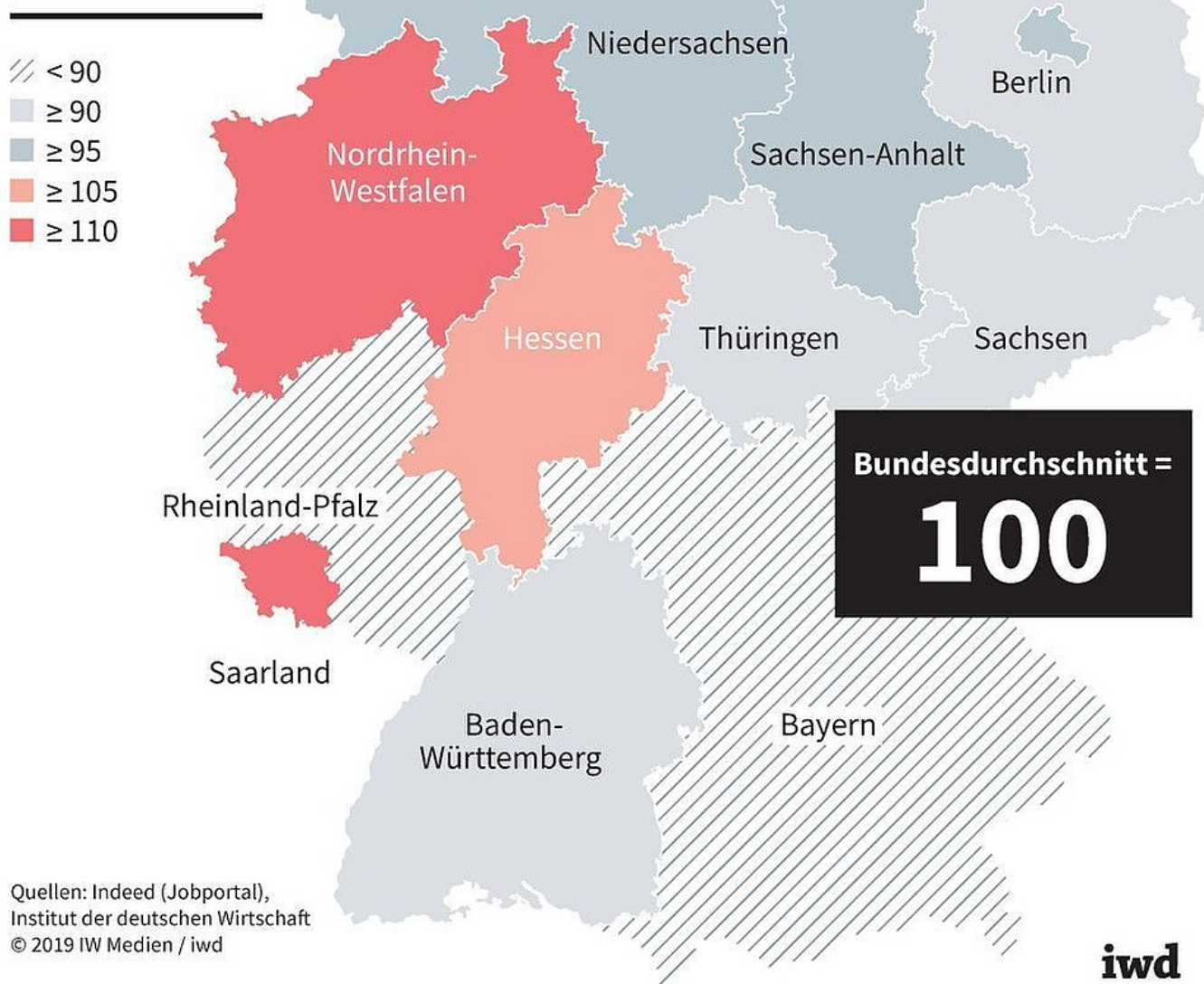
# Interesse

Für die erfolgreiche Suche nach neuen Mitarbeitern ist es für das einzelne Unternehmen weniger relevant, wie viele Stellen es ausschreibt oder wie viele Arbeitslose es in der Region gibt. Entscheidend ist, wie viele potenzielle Bewerber sich für seine Stellen interessieren. Mit den Indeed-Daten kann direkt gemessen werden, welche Stellenanzeigen wie oft angeklickt werden. Und dieser Filter zeigt, dass es große Unterschiede hinsichtlich der Standorte der ausgeschriebenen Stellen gibt (Grafik):

**In Bayern, wo vielerorts Vollbeschäftigung herrscht, werden Online-Stellenanzeigen besonders selten angeklickt.**

## Online-Stellenanzeigen: Die Klickintensität nach Bundesländern

So häufig klickten Jobsuchende  
auf der Online-Jobbörse  
Indeed im Jahr 2018  
Stellenanzeigen in den  
jeweiligen Bundesländern an



Quellen: Indeed (Jobportal),  
Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2019 IW Medien / iwd

**iwd**

In Hessen dagegen, wo der Arbeitsmarkt etwas weniger leer gefegt ist, erhalten Online-Stellenanzeigen deutlich mehr Klicks. Die meisten Klicks haben jedoch Jobofferten aus dem Saarland, obwohl der Fachkräftemangel dort ähnlich groß ist wie in Hessen. Und in Berlin, wo die Fachkräfteversorgung im bundesweiten Vergleich noch am besten ist, erhalten Online-Stellenanzeigen wiederum weniger Klicks als in Hessen.

Diese Ergebnisse zeigen, dass das Suchverhalten von potenziellen Bewerbern nur teilweise vom regionalen Fachkräftemangel abhängt. Denn manchen Unternehmen gelingt es, auch in schwierigen Regionen neue Mitarbeiter zu gewinnen.

---

Wie viel Aufmerksamkeit eine Online-Stellenanzeige erhält, hat viel damit zu tun, wie attraktiv sie ist und wen sie anzusprechen vermag.

---

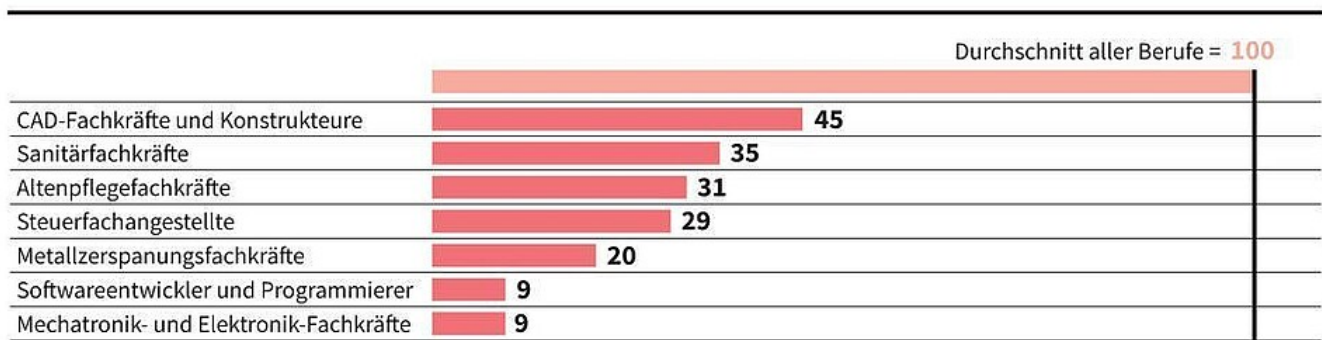
Wie viel Aufmerksamkeit eine Online-Stellenanzeige erhält, hat viel damit zu tun, wie attraktiv sie ist und wen sie anzusprechen vermag. Die Unternehmen sind deswegen gut beraten, in jeder einzelnen Anzeige herauszustellen, was sie als attraktiven Arbeitgeber ausmacht - und dies nicht nur auf ihrer Karrierewebsite kundzutun.

Ebenfalls untersucht wurde die Klickintensität von Online-Stellenanzeigen für sieben ausgesuchte Engpassberufe. Wer zum Beispiel Programmierer oder Mechatroniker sucht, muss schon besonders viel bieten, um deren Aufmerksamkeit zu erregen (Grafik):

**Online-Stellenzeigen für Programmierer werden zehnmal weniger angeklickt als alle Online-Stellenanzeigen im bundesweiten Durchschnitt.**

### Online-Stellenanzeigen: Die Klickintensität nach Berufen

So häufig klickten Jobsuchende auf der Online-Jobbörse Indeed im Jahr 2018 Stellenanzeigen in ausgewählten Engpassberufen an



Quellen: Indeed (Jobportal), Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2019 IW Medien / iwd

iwd

Sanitärfachkräfte sind ähnlich selten arbeitslos, dennoch suchen sie viermal häufiger nach neuen Jobs als Programmierer oder Mechatroniker. Offenbar sind viele dieser Beschäftigten zumindest latent auf der Suche nach einem neuen Arbeitgeber. Der eine

oder die andere sucht offenbar auch zwischendurch und unterwegs nach einer neuen Stelle: 60 Prozent der Jobsuchenden auf Indeed recherchieren mit mobilen Endgeräten.

## **Stellenanzeigen sollten die Zielgruppe erreichen**

Umso wichtiger ist es, die Aufmerksamkeit der potenziellen Bewerber zu wecken und jede Stellenanzeige gezielt auf die jeweilige Zielgruppe zuzuschneiden. Frauen beispielsweise bevorzugen – nicht nur, aber eben auch in Stellenanzeigen – eine andere Sprache als Männer (siehe „[Stellenanzeigen: Sechs Tipps, um Frauen zu gewinnen](#)“). Auch nach Berufen sollte differenziert werden: Eine Programmiererin dürfte deutlich mehr interessieren, in welchem Maße sie in der Wahl ihres Arbeitsorts frei ist, als eine Metallzerspanerin, bei der sich diese Frage aufgrund der erforderlichen Präsenz an der Maschine kaum stellen dürfte.

Neben der Optimierung der Stellenanzeigen ist deren Verbreitung ein weiterer wichtiger Punkt:

### **In Regionen mit hoher Bevölkerungsdichte werden deutlich mehr Stellenanzeigen online geschaltet als andernorts.**

Das klingt plausibel, ist es aber nicht: Denn es sind häufig gerade die Unternehmen auf dem Land, die händierend Fachkräfte suchen. Wenn Betriebe abseits der Metropolen nicht online inserieren, sind sie für viele Jobsuchende schlicht nicht sichtbar. Im ungünstigsten Fall wird die passende Fachkraft vor Ort, die nichts mitbekommt von der Jobofferte um die Ecke, in die Stadt zu einem anderen Arbeitgeber abwandern, weil dieser einfach ein besseres Personalmarketing betreibt.

### **Kernaussagen in Kürze:**

- Auf der Suche nach knappen Fachkräften in Engpassberufen ist es für Unternehmen besonders wichtig, dass Online-Stellenanzeigen von möglichst vielen potenziellen Bewerbern gesehen werden.
- Tendenziell gilt: Je größer der Fachkräftemangel in einem Bundesland oder Beruf ist, desto seltener werden die entsprechenden Stellenanzeigen angeklickt.
- Unternehmen sollten daher besonders darauf achten, ihre Stellenanzeigen für die jeweilige Zielgruppe maßzuschneidern.