

Abstract

Titel: Optimierungsansatz für das Redesign einer Stellenplattform

Kurzzusammenfassung: Aufgrund der Ergebnisse aus mehreren Vorstudien haben die Verantwortlichen des Unternehmens beschlossen, die Stellenplattform des Unternehmens komplett zu überarbeiten. Einerseits soll damit der notwendige Personalbedarf effektiver und effizienter gedeckt und andererseits ein moderneres Erscheinungsbild des Unternehmens vermittelt werden. Bereits konnten einige Aspekte auf der Stellenplattform ermittelt werden, die ungenügend und nicht zeitgemäss sind und deshalb verbessert werden sollten. Anhand dieser Bachelor Thesis soll das Unternehmen einen ersten Gestaltungsvorschlag für die Stellenplattform erhalten, der sowohl mit wissenschaftlichen Erkenntnissen unterstützt als auch mit Verbesserungsvorschlägen der Personalabteilung des Unternehmens ergänzt wird.

Verfasser/-in: Mustafa Carlik

Herausgeber/-in: Christian Kressig

Publikationsformat:

- BATH
- MATH
- Semesterarbeit
- Forschungsbericht
- Anderes

Veröffentlichung (Jahr): 2017

Sprache: Deutsch

Zitation: Carlik, M. (2017). *Optimierungsansatz für das Redesign einer Stellenplattform*. FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Ausgangslage

Das Stellenportal hat als Rekrutierungsplattform, um den notwendigen Personalbedarf decken zu können, eine hohe Relevanz für Unternehmen. Die Hauptproblematik besteht darin, dass ein Stellenportal den heute gültigen und gewünschten Standards entsprechen sollte, denn ansonsten kann das Unternehmen als veraltet angesehen werden. Eine Studie haben ergeben, dass das Unternehmen weniger als ein Viertel der gefragten 253 Kriterien erfüllt und somit unterdurchschnittlich abschneidet. Das jetzige Stellenportal erfüllt in keinem Bereich die Bedürfnisse der Zielgruppen und ist daher überholt. Daher stellt sich die Frage, wie das Design der Website aufgefrischt und attraktiver gestaltet werden kann.

Das primäre Ziel ist die Erstellung eines Businessplans als Entscheidungsgrundlage für das Unternehmen. Um die Zielsetzung zu erreichen müssen diverse Unterziele erfüllt werden, dabei sind die gebräuchlichen Themenpunkte des Businessplans einzuhalten.

Ziele

Folgende Ziele wurden gemeinsam mit der Themengeberschaft definiert:

- Die für diese Bachelor Thesis relevanten theoretischen Grundlagen erarbeitet und die Begrifflichkeiten Personalmarketing und Online-Marketing sind definiert und erläutert.
- Die relevanten Elemente für die Gestaltung eines modernen Stellenportals sind aufgeführt und mit dem IST-Zustand sowie mit Best-Practice-Beispielen verglichen.
- Mindestens ein Experte aus der Webdesign-Branche ist interviewt und Empfehlungen von den wichtigsten Personalfachleuten des Unternehmens sind eingeholt.
- Gestaltungsvorschlag für das neue Stellenportal ist konzipiert und der Vorschlag ist anhand von grafischen Darstellungen illustriert und mit textuellen Beschreibungen erläutert.

Vorgehen

Um die gesetzten Ziele dieser Bachelor Thesis zu erreichen, wurden zur Einleitung in das Thema mit Hilfe von Literatur- und Internetrecherchen die theoretischen Grundlagen und Begriffsdefinitionen zu den Thematiken Personalmarketing und Online-Marketing erarbeitet. In einem zweiten Schritt wurden die relevanten Elemente für ein gelungenes Webdesign anhand von Sekundärrecherchen analysiert. Die gewonnenen Erkenntnisse wurden mit den Ergebnissen der vorhandenen Studien über das aktuelle Stellenportal verglichen. In einem dritten Schritt wurden anhand von Experteninterviews die Meinungen aus der Personalabteilung eingeholt. Auf die Befragung eines Experten aus der Webdesign-Branche

wurde aufgrund knapper zeitlicher Ressourcen verzichtet. Unter Berücksichtigung sämtlicher vorhergehender Schritte wurde ein Gestaltungsvorschlag für eine neue Stellenplattform entworfen. Dieser Vorschlag wurde grafisch dargestellt und ausführlich beschrieben, jedoch nicht konkret als Website umgesetzt.

Erkenntnisse

Personalmarketing

Das externe Personalmarketing soll die Kernfrage *Wo und wie kann das Unternehmen geeignete Mitarbeiter am besten finden und gewinnen?* beantworten. Diese wird einerseits durch konkrete Kommunikationsmassnahmen und andererseits durch die Bereitstellung von Informationen und Möglichkeiten zur Wahrnehmung der Arbeitgeberattraktivität beantwortet. Der Internetauftritt und die Karriere-Website eines Unternehmens wurden als mögliche Massnahmen für die ersten beiden Prozessschritte eruiert. Anhand einer Karriere-Website präsentieren sich die Arbeitgeber bei potenziellen Bewerbern. Dabei wird über die verschiedenen Jobs im Unternehmen informiert und das Unternehmen und dessen Kultur ausführlich vorgestellt. Das Ziel einer Karriere-Website ist es, die relevanten Informationen für die Bewerber bereitzustellen und diese zu einer Bewerbung anzureizen. Die Karriere-Website ist somit die Hauptanlaufstelle von Stellensuchenden und potenziellen Bewerbern.

Online-Marketing

Online-Marketing umfasst mehrere Massnahmen. Die wichtigste Massnahme ist die Corporate Website. Unter Corporate Website wird der gesamte Internetauftritt eines Unternehmens verstanden. Damit ein Besucher möglichst lange auf einer Website verweilt, muss diese für ihn ansprechend und interessant gestaltet werden. Neben den gestalterischen Anforderungen sind technische und rechtliche Anforderungen zu berücksichtigen.

Webdesign

Die gestalterischen Anforderungen einer Website wurden in drei Aspekte unterteilt: Inhalt, optisches Erscheinungsbild und Usability. Die inhaltlichen Aspekte behandeln die Themen Text und Informationen. So muss beispielsweise bei den Texten ein zielgruppenorientierter Schreibstil gewählt werden und auf lange Texte verzichtet werden. Beim Aufbau von Texten muss darauf geachtet werden, dass die wichtigsten Informationen zuoberst platziert werden. Die Gestaltung einer Website betrifft in erster Linie das optische Erscheinungsbild einer Website auf einem Bildschirm. Es geht sozusagen um die grafische Benutzeroberfläche der Website. Für viele ist das Design einer Website das wichtigste Kriterium für ihre Glaubwürdigkeit. Dabei müssen einige Regeln bezüglich Layout, Typografie, Farbgestaltung und Medien beachtet werden. Usability sorgt für eine angenehme Bedienung der Webinhalte,

die einerseits leicht zugänglich sind und sich handhaben lassen, ohne dass man vertiefte EDV-Kenntnisse benötigt. Um mögliche Usability-Missgeschicke zu vermeiden, wurden die folgenden fünf Faustregeln eruiert:

Nutzengarantie:	<ul style="list-style-type: none">• Inhalte zielgruppenorientiert bereitstellen• möglichst einen Nutzen für die Besucher gewährleisten
Schnelligkeit:	<ul style="list-style-type: none">• Wert auf einen geschickten Seitenaufbau legen• Voraussetzungen für das schnelle Finden des gewünschten Inhalts schaffen
Übersicht:	<ul style="list-style-type: none">• gesamte Website-Struktur und jede einzelne Seite soll überschaubar und verständlich aufgebaut sein
Verständlichkeit:	<ul style="list-style-type: none">• unkomplizierte und schnell nachvollziehbare Inhalte, Grafiken und Links kreieren
Ästhetik:	<ul style="list-style-type: none">• geschmackvolles, abgestimmtes und durchdachtes Erscheinungsbild erarbeiten

Experteninterviews

Das aktuelle Stellenportal wurde von der Personalabteilung im Allgemeinen als schlecht beurteilt. Die Experten waren sich bei einer Sache einig: Es ist schwierig, sich auf der Website zurechtzufinden. Die Benutzerfreundlichkeit lässt demnach zu wünschen übrig und sie ist zu textlastig. Die Darstellung der Inhalte ist ungenügend und nicht zeitgemäss. Viele Experten waren der Meinung, dass die Gestaltung des Stellenportals viele Vorurteile gegenüber dem Unternehmen unterstützt. Aufgrund von zu viel Text und eintönigen Farben wirkt das Stellenportal nicht ansprechend, sondern monoton und langweilig auf einen potenziellen Bewerber. Die Trennung von Stellenangeboten und Lehrstellenangeboten wurde als positiv bewertet. Ebenso wurde die Stabilität des Systems gelobt. Des Weiteren wird die Veröffentlichung von Fotos und Statements über die Tätigkeit der Mitarbeitenden sehr begrüsst.

Während der Interviews haben sich einige Verbesserungspotenziale herauskristallisiert. Es muss an der Benutzerfreundlichkeit der Website gearbeitet werden. Dies soll beispielweise durch den vermehrten Einsatz von visuellen Hilfsmitteln wie Bildern und Videos verbessert werden. Die Auflistung der Stellenanzeigen wurde ebenfalls als ungenügend bewertet. In diesem Zusammenhang sollten Such- und Filterfunktionen eingebaut und die Anzeigen mit zusätzlichen Informationen wie dem Arbeitsort versehen werden. Um dem Überangebot an Lehrstellen entgegenzuwirken, sollten Lehrstellen mehr hervorgehoben werden. Beispielsweise könnte eine separate Plattform für diese Zielgruppe aufgebaut werden, damit sie besser und explizit angesprochen werden kann.

Literaturquellen

- Armutat, S. (2006). Erfolgsorientiertes Personalmarketing – das Konzept. In DGFP e.V. (Hrsg.), *Erfolgreiches Personalmarketing in der Praxis*. (S. 27–36). Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG
- Beaird, J. (2011). *Gelungenes Webdesign. Die Prinzipien der Webseitengestaltung. ein Leitfaden für Webprogrammierer*. Heidelberg: dpunkt.verlag GmbH
- Hoffmann, M. (2010). *Modernes Webdesign. Gestaltungsprinzipien, Webstandards, Praxis*. Bonn: Galileo Press.
- Kreutzer, R. T. (2016). *Online-Marketing* [Elektronische Version]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Lammenett, E. (2015). *Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR* (5. Aufl.) [Elektronische Version]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Petry, T. & Vassen M. (2017). Personalmarketing 2.0 – State of the Art, Praxisbeispiele und Erfolgsfaktoren. In B. Rosenberger (Hrsg.), *Modernes Personalmanagement. Strategisch – operativ – systemisch*. (S. 292–305). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.