

HOW-TO

Die perfekte Karrierewebsite

INHALTSVERZEICHNIS

1. AUFBAU	2
2. GRÜNDE FÜR EINE KARRIERESEITE	2
3. MÖGLICHE FRAGEN VON BEWERBERN:INNEN	4
4. CANDIDATE-JOURNEY	4
5. TIPPS FÜR DIE KARRIERESEITE	5
5.1. SUCHMASCHINEN-FREUNDLICH	5
5.2. NÜTZLICHE FUNKTIONEN	5
5.3. DESIGN	5
5.4. DIE BEWERBUNG	6
5.5. DIE STELLENANZEIGE	6
6. CHECKLISTE	7

1. AUFBAU

Eine Karriere-Website ist meist ein eigen definierter Bereich auf der Unternehmenswebsite, in dem Informationen über den Arbeitgeber, die Ausbildungsberufe sowie Karrieremöglichkeiten und vakante Stellen zu finden sind. Oftmals ist auch die Möglichkeit der Bewerbung integriert und leitet somit den Recruitings-Prozess ein.

2. GRÜNDE FÜR EINE KARRIERESEITE

Die Karriereseite ist eines der wichtigsten Elemente innerhalb der Rekrutierung. Die Unternehmensseite ist die beliebte Informationsquelle der Jobsuche. Umso wichtiger ist es, eine gute und schnell auffindbare Karriere-Website aufzubauen.

Eine gute Karriereseite ...

#1 ist die online **Visitenkarte** des Unternehmens.

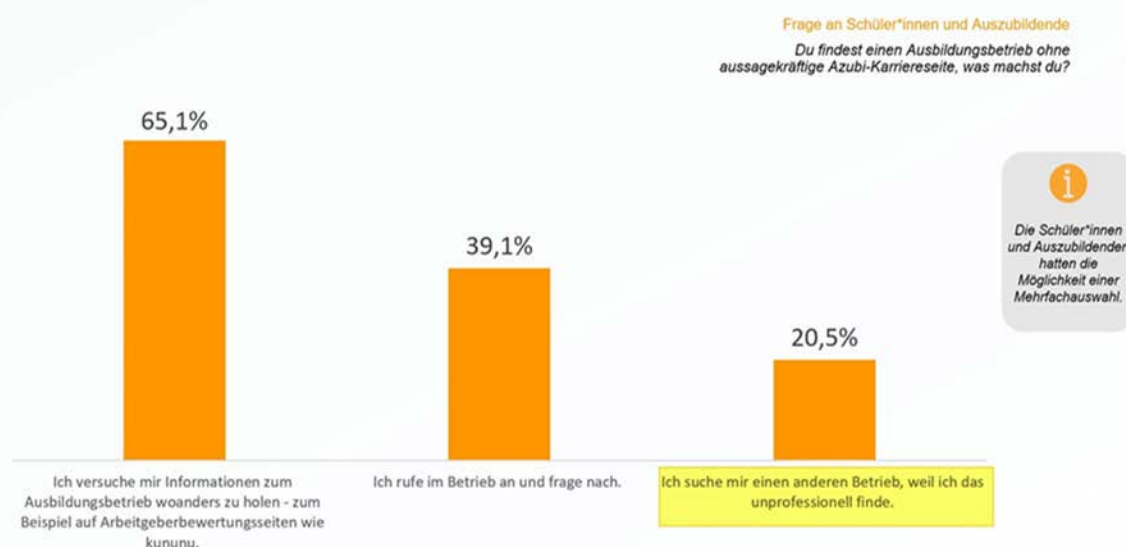
#2 macht ein Unternehmen **nahbar** und schafft **Vertrauen**.

#3 fördert den Aufbau der **Arbeitsmarke**.

#4 erleichtert den **Bewerbungsprozess**.

#5 **motiviert** vermehrt zu **Bewerbungen** und fördert **Initiativbewerbungen**.

Keine Karriereseite – keine Bewerbung?



Eine eigene Karriereseite bzw. der Karrierebereich auf Ihrer Website ist immer von Vorteil, da heutzutage vor allem online nach Ausbildungsstellen und Jobangeboten gesucht wird. Die Karriereseite gehört zu den Top-3-Recruiting-Kanälen und ist von großer Bedeutung

(<https://www.personalwirtschaft.de/assets/documents/Downloads/Studienband-Recruiting-Strategien-2018.pdf>).

Das Ziel dieser Seite ist es, alle Fragen, die Interessent:innen oder Bewerber:innen haben könnten, zu beantworten.

Was genau muss alles auf einer guten Karriereseite zu finden sein? Mit nachfolgenden Inhalten sind Sie auf dem richtigen Weg:

- **Was machen Sie?** Beschreibung des Unternehmens, der Unternehmensbereiche, der Philosophie, der Produkte usw. Zeichnen Sie so ein Bild Ihres Betriebs für den Besucher Ihrer Seite.
- **Vision Unternehmens:** Welche Vision haben Sie langfristig? Was sind wichtige Unternehmensziele? Zeigen Sie wie zukunftsgerichtet Ihr Unternehmen ist.
- **Kultur und Unternehmensalltag:** Was sind Unternehmenswerte, ihre Normen und Einstellungen? Wie gestaltet sich der Arbeitsalltag? Zeigen Sie mit Hilfe von Videos oder Fotos Einblicke in ihr Unternehmen oder Ihren Betrieb (z. B. auf Social Media Kanälen)!
- **Teams & Führungskräfte:** Stellen Sie Ihr Team vor! Hier können Sie gerne kreativ werden und Bilder oder Zitate von den jeweiligen Mitarbeitenden einfügen. So lernen Außenstehende das Team kennen.
- **Arbeitgebervorteile:** Welche Vorteile haben Auszubildende und Mitarbeitende bei Ihnen (z. B. Weiterbildungsmöglichkeiten)? → Seien Sie hier konkret und definieren Sie die Vorteile genau. Diese können bei der Wahl des Unternehmens entscheidend sein.
- **Stellenangebote:** Hier sollten Kandidat:innen Ihre Stellenanzeigen finden. Dieser Bereich muss gut sichtbar und schnell zu finden sein. Am besten platzieren Sie diesen Bereich auf der Startseite und von den anderen Themen hervorgehoben. (*Fakt: Kurze Aufmerksamkeitsspanne der Generation Z, siehe auch: <https://kps.com/de/de/company/blog/generation-z.html>*)
- **FAQ:** Beantwortet Fragen, die oft von Bewerber:innen kommen. Wie z. B. „Wie kann ich mich bewerben? Reicht ein Profil auf Social Media oder muss es eine komplette Bewerbung sein?“
- **Kontakt:** Geben Sie an, wo sich Kandidat:innen per E-Mail oder Telefon für weitere Fragen melden können. Wenn Sie mögen, können Sie hier ebenfalls eine Instagram-Seite oder eine WhatsApp-Nummer ergänzen.

- **Als kleines Extra: ein Karriereblog!** Lassen Sie Ihre aktuellen Azubis Blogbeiträge darüber verfassen, wie die Ausbildung bei Ihnen abläuft oder welche Aufgaben sie am liebsten machen. Geben Sie den Kandidat:innen so persönliche Einblicke in den Arbeitsalltag! Wenn sich Kandidat:innen damit identifizieren können, ist es wahrscheinlicher, dass sie sich bewerben (Beispiel: <https://karriere.fresenius.de/de/blog/search>).

3. MÖGLICHE FRAGEN VON BEWERBERN:INNEN

- Gibt es bei dem Unternehmen Jobs bzw. Ausbildungsstellen, die zu mir passen?
- Was sind die Aufgaben bzw. Anforderungen des Jobs, der Ausbildung?
- Wie lange ist die Ausbildungsdauer? Kann ich verkürzen?
- Gibt es Entwicklungsmöglichkeiten? Weiterbildungskultur?
- Wie sind das Umfeld und die Kultur in dem Unternehmen, der Abteilung?
- Wer sind meine Vorgesetzten/Ausbilder:innen?
- Wer sind meine Kolleg:innen?
- Wie kann ich mich dort bewerben?
- Reicht ein Social-Media-Profil oder muss es eine komplette Bewerbung sein?
- Wie läuft der weitere Bewerbungsprozess?

4. CANDIDATE-JOURNEY

Für einen besseren Überblick zeigen wir Ihnen hier den Weg der Kandidat:innen auf und zwar vom ersten Kontaktpunkt mit einem Unternehmen bis hin zum Abschluss des Bewerbungsverfahrens – die sogenannte **Candidate-Journey**.

1. Zu Beginn sind die noch unbekanntenen Kandidat:innen auf der Suche nach einer Ausbildungsstelle, vornehmlich bei Jobsuchmaschinen, durch Werbung (Google oder Social Media), Jobbörsen oder Arbeitgeberbewertungen. Hier muss es Ihr Ziel sein, **Aufmerksamkeit** für Ihr Unternehmen, die Ausbildungsberufe und die Ausbildungsplätze zu erzeugen.

2. Auf der nächsten Stufe haben Sie **Interesse** erzeugt und potentielle Kandidat:innen wollen Ihr Unternehmen **entdecken** und sich über Ausbildungsberufe und -stellen **informieren**. Hier kommt Ihre Karriereseite zum Einsatz, denn dort präsentieren Sie Ihr Unternehmen, die Ausbildungsmöglichkeiten und Perspektiven sowie die konkreten Ausbildungsstellen.

3. Das geweckte Interesse können Sie durch Storytelling rund um Ihre Auszubildenden und Mitarbeiter:innen mit Videos, Fotos und Geschichten aus dem Alltag in **Begeisterung** weiterentwickeln. Neben Ihrer Karriereseite bieten sich hier z. B. die Social-Media-Kanäle, YouTube, Instagram, TikTok, ein Azubi-Blog und Podcasts an.

4. So werden aus Interessierten potentielle Bewerber:innen. Wenn das geschieht, müssen Sie die Bewerber:innen nun von sich und der guten Ausbildung in Ihrem Unternehmen überzeugen und sie als neue Auszubildende **gewinnen**.

5. TIPPS FÜR DIE KARRIERESEITE

5.1. SUCHMASCHINEN-FREUNDLICH

Eins der wichtigsten Punkte im Hinblick auf die Karriereseite ist, dass diese Suchmaschinen-Freundlich ist, da Ihre Zielgruppe vor allem Google für ihre Suche nutzt. Um häufig gefunden zu werden, müssen Sie darauf achten, die wichtigsten Maßnahmen einer Suchmaschinenoptimierung (SEO) umzusetzen.

5.2. NÜTZLICHE FUNKTIONEN

- Eine intelligente Suchfunktion auf der Website, damit Ihr Zielpublikum direkt nach dem gewünschten Begriff suchen kann, z. B. Automobilkaufmann, Ausbildungsplatz, Stellenanzeige.
- Gut strukturierter, benutzerfreundlicher Aufbau der Karriereseite.
- Auf der Karriereseite und im Bereich der Stellenanzeigen sinnvolle Suchkriterien und Keywords verwenden, wie z. B. Ort, Berufsbezeichnung, Erfahrungslevel (Beispiel: Hamburg, Kfz-Mechatroniker, Auszubildende).
- Call-to-Action Buttons, z. B. Bewirb Dich jetzt!, Hier geht's zur Ausbildung
- Schnelle Ladezeiten der Website.

5.3. DESIGN

Achten Sie darauf, dass das Design der Seite Ihre Marke, aber auch Ihr Corporate Design, d. h. das einheitliche Erscheinungsbild Ihres Unternehmens widerspiegelt. Hier müssen Sie darauf achten, dass die Farben Ihres Logos vertreten sind und dass das Design für Ihre Zielgruppe ansprechend ist (modern und übersichtlich). Ebenfalls wichtig ist, die Website mobilfähig zu gestalten, denn es wird immer mehr mobil auf Handy oder Tablet gesucht. Wenn Ihre Website aber keine Mobilansicht hat, wirkt sie nicht attraktiv und es ist schwieriger sie zu nutzen. Hierfür empfehlen wir „Responsive Design“, da sich dieses automatisch an die Größe des jeweiligen Gerätes anpasst.

Gestalten Sie die Website mit verschiedenen Elementen: Text, Bilder, Grafiken, Videos. Damit zeichnen Sie ein Bild Ihres Betriebs und geben authentische Einblicke. Sie können hierfür z. B. Fotos von Ihrem aktuellen Team und den Azubis (Achtung: Bei Auszubildenden unter 18 Jahren benötigen Sie die Einwilligung der Erziehungsberechtigten.) bei der Arbeit zeigen. Somit präsentieren Sie Ihre Arbeitgebermarke ebenfalls optimal.

5.4. DIE BEWERBUNG

Kommunizieren Sie auf Ihrer Karriereseite den Bewerbungsprozess. Teilen Sie Bewerber:innen mit, ob Sie Bewerbungen in Papierform, per Email oder über ein Bewerbermanagementsystem erhalten möchten. Geben Sie den Bewerber:innen alle Informationen, die sie für eine Bewerbung brauchen:

- Welche Dokumente erwarten Sie: Anschreiben, Lebenslauf, Zeugnisse.
- Welche Dateigröße kann gesendet werden?
- Wie viele Dateien möchten Sie erhalten?
- Wer ist Ansprechpartner:in für Bewerber:innen?
- Wie lange dauert es, bis Sie Kandidat:innen eine Rückmeldung geben?
- Können Interessenten auch Initiativbewerbungen senden?

5.5. DIE STELLENANZEIGE

- Nutzung von marktgängigen Jobtiteln unter 65 Zeichen (interne Begriffe bitte vermeiden), z. B. Kfz-Mechatroniker, Kraftfahrzeug-Mechatroniker, Automobilkaufmann, Kfz-Servicetechnikerin
- Gestalten Sie Suchmaschinen-optimierte Texte unter Berücksichtigung relevanter Keywords.
- Achten Sie darauf, unter 2.000 Zeichen zu bleiben (Richtwert).
- Folgende Fragen sollten beantwortet werden:
 - *Wer sind wir?* – Kurz den Betrieb, die Philosophie, Kultur und Werte beschreiben.
 - *Was erwartet Sie?* – Welche Aufgaben gehören zu der Ausbildungsstelle? Was lernen die Auszubildenden? Beschreiben Sie die Tätigkeiten und Lernfelder.
 - *Wen suchen wir?* – Welche Anforderungen und Qualifikationen sollen Bewerber:innen mitbringen?
 - *Was bieten wir?* – z. B. Ausbildungsvergütung, Incentives, Weiterbildung.
 - *Wie kann man sich bewerben?* – Zeigen Sie den Bewerbungsprozess auf.
- Anschauliche Aufgabenbeschreibung.
- Einfügen des bekannten Bewerben-Buttons! → Ermöglicht 1-Klick Bewerbungen.

Einige Beispiele für Karriereseiten finden Sie unter:

<https://www.talention.de/blog/ausgefallene-karriereseiten>

6. CHECKLISTE

- ✓ Hinweis auf der Startseite „Wir bilden aus!“.
- ✓ Suchleiste für Stellenausschreibungen auf der Startseite.
- ✓ Das Design ist an das Corporate Design angepasst und eine klare und moderne Struktur ist vorhanden.
- ✓ Die Sprache ist an die Zielgruppe der Bewerber:innen angepasst.
- ✓ Bewerbungsprozesse sind deutlich erklärt und nachvollziehbar.
- ✓ Die Nutzung der Website aus der Sicht der User ist intuitiv und einfach.
- ✓ Online oder Bewerbungen per Email sind möglich und die Bewerber:innen werden durch Call-to-Action Buttons dazu motiviert.
- ✓ Ihre Karriereseite zeichnet sich durch Text, Bild- und Videomaterial aus.
- ✓ Aktuelle Azubis (Achtung: Unter 18 Jahren wird eine Einwilligung des Erziehungsberechtigten benötigt.) und Mitarbeiter:innen werden präsentiert und vermitteln ein authentisches Bild über den Arbeitsalltag.
- ✓ Kontaktpersonen sind angegeben.
- ✓ Die Aussagen auf der Seite sind authentisch, individuell und glaubwürdig.
- ✓ Die Seite ist suchmaschinenoptimiert, mobilfähig und sie funktioniert technisch einwandfrei.
- ✓ Die Karriereseite wird auf anderen Plattformen beworben (z. B. Social Media Kanäle).
- ✓ Informationen zu Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten, Vergütung und Benefits, Unternehmenswerten, Bewerbungsprozess, Work-Life-Balance, Betriebs- und Arbeitsklima, Teams und Mitarbeiter, Abteilungen und Stelleninformationen sind gegeben.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an uns:

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e. V. (ZDK)

Initiative AutoBerufe – Zukunft durch Mobilität

Franz-Lohe-Straße 21

53129 Bonn

www.autoberufe.de

information@autoberufe.de

www.wasmitautos.com

hello@wasmitautos.com

Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.