

6. Branchenreport "Online-Stellenbörsen 2008"

08.04.2008, 09:10 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *SinkaCom AG*

	Rang	Abdeckung	Rang	Abdeckung	Änderung
Stellenbörse	2006	2006	2007	2007	07 vs. '06
1 Jobware	385	58 %	391	55 %	-3 %
2 Monster	335	50 %	324	45 %	-5 %
3 Stellenanzeigen.de	310	47 %	316	44 %	-3 %
4 StepStone	187	28 %	207	29 %	+1 %
5 Bundesagentur f. Arbeit	139	21 %	188	26 %	+5 %
6 Jobpilot	179	27 %	186	26 %	-1 %
7 Stellenmarkt.de	129	19 %	141	20 %	+1 %
8 Jobscout24	63	9 %	125	17 %	+8 %
9 Berufsstart	82	12 %	61	9 %	-3 %
10 Stellen-Online	7	1 %	2	0 %	-1 %

Übersicht Branchenreport Online Stellenbörsen 2008

Wer sucht, der findet. Suchmaschinen-Marketing bei Online-Stellenmärkten.

Wiesbaden, 08. April 2008 – Wer auf Jobsuche ist, benutzt häufig Suchmaschinen als Informationsquelle. Den Online-Stellenmärkten Jobware, Monster und Stellenanzeigen.de gelingt es dabei am besten, ihre Angebote bei Google und Co. zu präsentieren. Dies ist das Ergebnis des bereits zum sechsten Mal erschienenen Branchenberichts „Online-Stellenbörsen“ der SinkaCom AG in Wiesbaden.

Seit 2002 werden Keywords aus den Themenfeldern Stellenangebote, Jobs und Karriere bei Suchmaschinen wie Google, Yahoo oder Web.de analysiert. Die höchste Abdeckungsquote von 55 Prozent erhält das Karriere-Portal Jobware. Monster und Stellenanzeigen.de folgen mit 45 bzw. 44 Prozent Suchwortabdeckung; auf Platz vier liegt wie im Vorjahr StepStone mit 29 Prozent vor Jobpilot und der Bundesagentur für Arbeit (mit jeweils 26 Prozent).

Insgesamt pendeln sich die Ergebnisse auf dem Vorjahresniveau ein. Nach erdrutschartigen Verlusten, die die untersuchten Jobbörsen im vergangenen Branchenbericht zu verzeichnen hatten, kann lediglich Jobscout24 als kommerzieller Online-Stellenmarkt Verbesserungen (plus acht Prozent) gegenüber 2006 vorweisen. Ein Trend, der Andreas Köninger, Vorstand der SinkaCom AG bedenklich stimmt. „Effektives Suchmaschinenmarketing trägt dazu bei, die Reichweite von Online-Stellenmärkten gezielt zu erhöhen. Deshalb sollten Jobbörsen diese Ressource noch intensiver nutzen. Denn die veröffentlichten Anzeigen implizieren Keywords und Suchphrasen, mit denen passende Bewerber erreicht werden können – ein schweres Stück Arbeit, das neben Jobware nur wenigen Marktteilnehmern zufriedenstellend gelungen ist.“

In der Analyse für 2007 wurden exakt 717 Keywords untersucht. Die aktuelle Analyse umfasst folgende Suchverzeichnisse: Abacho, AltaVista, AOL, Fireball, freenet, Google, Lycos, MSN, T-Online, Web.de und Yahoo!

Weitere Informationen finden Sie unter:

<http://www.sinkacom.de/startseite/presse-news/042008-branchenreport/>

Portrait

Die SinkaCom AG ist Spezialist für Suchmaschinenoptimierung sowie Full-Service-Webagentur und wurde 2001 als Tochter der IT-Consultance Company G.Muth Partners GmbH gegründet. Schwerpunktthemen sind Online-Marketing-Konzepte, Content-Management-Systeme und Onlineshops (typo3, WebEdition, xtCommerce).

News-ID: 201752 • Views: 2653 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/201752/6-Branchenreport-Online-Stellenboersen-2008.html>