

Fachkräfte gewinnen mit Google Ads

08.06.2020

Viele Unternehmen sind im Zeitalter des Fachkräfte- und Nachwuchsmangels in der kritischen Situation, Personal gewinnen zu wollen. Sie setzen dabei auf etablierte Maßnahmen der Personalsuche. Dabei verkennen sie, dass laut der „Candidate Experience Awards“-Studie inzwischen bereits ein Drittel aller Bewerberinnen und Bewerber über Suchmaschinen wie Google nach Stellenangeboten sucht. Andere Studien sprechen von 30-70%.

Wettbewerbsvorteil am Arbeitsmarkt

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, warum Fachkräfte, Nachwuchstalente, Auszubildende und Praktikanten, die bei Google nach Stellenangeboten suchen, zwar die Anzeigen der gängigen Jobbörsen eingeblendet bekommen, jedoch meist nicht Stellenangebote einzelner Unternehmen. Diese Stellenangebote finden sie erst, wenn sie die Anzeigen der Jobbörsen anklicken und dort mühevoll recherchieren. Dabei stoßen sie aber auch auf konkurrierende Stellenangebote.

Die erwähnten und gekennzeichneten Anzeigen heißen Google Ads. Sie sind den meisten Unternehmen als Instrument des Personalmarketings noch unbekannt. Somit liegt darin die Chance, einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz am Arbeitsmarkt zu erzielen.

Was sind Google Ads?

Google Ads gehören zur Suchmaschinenwerbung (SEA: Search Engine Advertising). Sie dürfen nicht mit der Suchmaschinenoptimierung (SEO: Search Engine Optimization) verwechselt werden. Bei Google Ads handelt es sich um bezahlte Anzeigen, die aufgrund eines komplexen Auktions- beziehungsweise

Gebotsverfahrens geschaltet werden. Pro Suchergebnisseite erhält der Google-Nutzer oben bis zu vier Anzeigen und unten drei weitere Anzeigen eingeblendet. Dazwischen werden das Feature „Google for Jobs“ und dann die organischen Suchtreffer als Ergebnis der Suchmaschinenoptimierung (SEO) dargestellt.

Bedeutungsverlust der Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Manch ein personalsuchendes Unternehmen sagt nun: Wir brauchen keine bezahlten Anzeigen, wir werden aufgrund der Suchmaschinenoptimierung (SEO) sowieso gefunden. Das stimmt so pauschal leider nicht:

- In der Regel trifft dieses Wunschdenken, wenn überhaupt, nur im Falle einiger weniger ausgewählter Keywords zu. Denn alle Unternehmen möchten weit oben gerankt werden.
- Google vergrößert immer wieder das Format der Anzeigen, so dass die organischen Suchtreffer räumlich immer weiter nach unten gedrängt und weniger wahrgenommen werden. Denn der Blick des Google-Nutzers konzentriert sich vielfach auf das obere Bildschirm Drittel.
- Durch die zunehmende mobile Nutzung des Internets und den damit verbundenen kleineren Displays im Verhältnis zum klassischen Desktop-PC mit seinem großen Bildschirm sind die organischen Suchtreffer bei der mobilen Nutzung im Display zum Teil gar nicht mehr zu sehen. Weiter Scrollen unterlassen viele Nutzer.



- Seitdem die Box „Google for Jobs“ nach den Google Ads dargestellt wird, werden die organischen Suchtreffer noch weiter nach unten gedrückt.

Daraus lässt sich die Schlussfolgerung ableiten, dass die Bedeutung von Google Ads gegenüber der Suchmaschinenoptimierung (SEO) deutlich zunimmt.

Nutzen von Google Ads

Durch Google Ads lassen sich potenzielle Bewerberinnen und Bewerber gezielt auf Stellenangebote hinweisen und zur Kontaktaufnahme animieren. Ferner können Unternehmen die Zahl der eingehenden Bewerbungen erhöhen, um die passenden Kräfte zu finden. Bereits ein geringes monatliches Budget kann einen nachhaltig positiven Effekt bei der Gewinnung von Fachkräften für das Unternehmen erzielen.

Hohe Komplexität

Google Ads sind zwar Anzeigen, jedoch sind sie vom Vorgehen her nicht vergleichbar mit dem Schalten von Anzeigen in Printmedien. Sie weisen demgegenüber

eine deutlich höhere Komplexität auf, erfordern Erfahrung und benötigen fortlaufendes Engagement. Google Ads bieten einerseits eine große Chance zur Gewinnung von Fachkräften, sind andererseits aber mit dem Problem der Beherrschbarkeit verbunden. Aus diesem Grund ist externe Unterstützung durch einen Spezialisten nahezu unverzichtbar. Aufgrund des hohen Anteils der Online-Tätigkeit an der Beratung und Betreuung ist die räumliche Nähe des Beraters von untergeordneter Bedeutung. Die Investition amortisiert sich in der Regel durch den Erfolg der Maßnahme.

Fazit

Google Ads können Unternehmen dabei unterstützen, dem Fachkräftemangel zielgerichtet zu begegnen. Wenn Arbeitgeber diese Potenziale sinnvoll ausschöpfen, werden die Stellenangebote den Fachkräften gleichzeitig mit den bekannten Jobbörsen und noch vor der Konkurrenz präsentiert. Im Wettstreit um das Humankapital von morgen können somit deutliche Vorteile erzielt werden.

Autor und Copyright

Dr. Oliver Hettmer
Keplerstraße 12
D-71364 Winnenden
Fon: (0 71 95) 90 800 80
E-Mail: info@stzm.de
Internet: www.stzm.de

Vervielfältigung und Weitergabe
nur nach schriftlicher Zustimmung
des Autors.