

Eigenes Karriereportal die Landeshauptstadt München

Antrag Nr. 14-20 / A04652 von Frau StRin Sabine Bär, Frau StRin Heike Kainz,
Frau StRin Anja Burkhardt, Herr StR Frieder Vogelsgesang
vom 09.11.2018

Sitzungsvorlage Nr. 14-20/V 14633

Anlagen:

Nr. 1 Stellungnahme des Referates für Informations- und Telekommunikationstechnik vom
04.04.2019

Nr. 2 Stadtratsantrag der CSU-Stadtratsfraktion vom 09.11.2018

Beschluss des Verwaltungs- und Personalausschusses vom 08.05.2019 (VB)

Öffentliche Sitzung

I. Vortrag des Referenten

Am 09.11.2018 hat die CSU-Stadtratsfraktion folgenden Antrag Nr. 14-20 / A04652 gestellt:
„Das Personal- und Organisationsreferat wird beauftragt, in Kooperation mit dem Referat
für Informations- und Telekommunikationstechnik ein eigenes Karriereportal für die
Landeshauptstadt München im Internet zu schaffen. Das Karriereportal soll mit eigener
Internetadresse gut auffindbar sein und optisch ansprechend gestaltet werden.“

Begründung:

Im letzten Jahr hat der Stadtrat beschlossen, dass München eine neue Arbeitgebermarke bekommen soll und damit auch das Personalmarketing auf neue Beine gestellt wird. Im Koalitionsvertrag zwischen CSU und den Freien Wählern wurde vereinbart, ein eigenes Karriereportal für den Freistaat Bayern im Netz einzurichten. Auch andere öffentliche Arbeitgeber, wie zum Beispiel der Landkreis München, verfügen zwischenzeitlich über moderne, leicht auffindbare Karriereportale im Internet. Die Stellenausschreibungen der Landeshauptstadt München erscheinen derzeit schwer auffindbar und wenig einladend auf der Portalseite www.muenchen.de. Es erscheint deshalb dringend notwendig, dass auch die Landeshauptstadt München ein optisch ansprechendes und mit eigener Internetadresse leicht auffindbares Karriereportal bekommt. In dieses Karriereportal sollten auch die Stellenangebote der Eigenbetriebe und der Beteiligungsgesellschaften integriert werden.“

Zusammenfassung:

1. Ausgangslage

1.1 Derzeitiges Angebot

Derzeit sind die Informationen über die Arbeitgeberin Landeshauptstadt München sowie die Information über offene Stellen über mehrere unterschiedliche Seiten bei muenchen.de verteilt.

- So findet man allgemeine Informationen über das Arbeiten bei der Stadt (Arbeitgebermarke, Praxisbeispiele etc.) auf www.muenchen.de/karriere
- Interessiert man sich hingegen für eine Ausbildung oder ein duales Studium bei der Stadt, wäre die Seite www.muenchen.de/ausbildung hilfreich.
- Geht es darum, sich über konkrete Stellen zu informieren und ggf. direkt darauf zu bewerben, muss die Seite www.muenchen.de/stellen bemüht werden, die wiederum auf das Bewerberportal weiterverlinkt: <https://bewerberportal.muenchen.de/karriere>

Würde ein potentieller Bewerber oder eine Bewerberin sich ohne Kenntnis der Internetadressen (URLs) und ohne Anwendung von Suchmaschinen (derzeit wichtigster Kanal) bemühen, über einen Pfad auf muenchen.de zurechtzufinden, so wäre die einfachste Möglichkeit über die horizontale Hauptnavigation über den Button „Jobs“ zu gehen.

Betrachtet man jedoch isoliert nun nur Interessen der Zielgruppe, welche unter muenchen.de die Arbeitgeberin Stadt erwartet bzw. sucht bzw. sich bewerben möchte, so ist die derzeitige Nutzerführung aus Sicht dieser Nutzergruppe und damit aus Sicht des Personal- und Organisationsreferats nicht optimal.

Dort sind, isoliert für diesen Clickstream (= Folge von Seitenaufrufen eines Nutzers während eines Besuchs auf einer Website) betrachtet, prominent über ein Banner die Angebote der Jobbörse „StepStone“ verlinkt – und damit eigentlich zu den städtischen Stellenausschreibungen konkurrierende Stellenangebote Münchner Unternehmen. Erst darunter finden sich die Verlinkungen auf Stellenportale der Stadt und ihrer Tochterunternehmen. Gemäß dem Auftrag der Portalgesellschaft mit Ihrem Angebot möglichst viele Zielgruppeninteressen breit abzudecken, sollen hier sämtliche Jobs-Suchenden alle Arten von Jobangeboten Münchner Unternehmen finden.

Hier gibt es also aus Sicht des Personal- und Organisationsreferats

Optimierungsmöglichkeiten hinsichtlich der Gewichtung der Darstellung des gesamten Jobangebots der Stadt und insbesondere auch hinsichtlich der Integration der Inhalte aus dem städtischen Bewerberportal (siehe 1.2).

Da die digitalen Kanäle im Recruiting immer wichtiger werden und muenchen.de in der digitalen Welt insbesondere aufgrund der Suchmaschinenpositionierung die wirklich zentrale Zugangsstelle darstellt, haben diese Anpassungen eine stark positive Hebelwirkung.

1.2 Bewerberportal

Im Bewerberportal, stadtintern auch unter „eRecruiting“ geläufig, kommt derzeit ein Bewerbungs-Management-System zum Einsatz, dessen Internetseite (Web Front- End) nur suboptimal geeignet ist.

Die derzeitigen Einschränkungen auf das Personalmarketing und auf die Personalgewinnung sind:

- Die Sichtbarkeit des LHM-Jobangebots in Suchmaschinen (Google und Suchmaschine auf muenchen.de), dem für Webangeboten im Allgemeinen und damit auch muenchen.de wichtigsten Kanal für Zugriffe bzw. Traffic, ist stark eingeschränkt.
- Das Jobangebot ist nur bedingt mit Smartphones nutzbar (Anteil Smartphone User unter muenchen.de >60%).
- Die Anbindung/Verzahnung oder Integration des Bewerberportals an/mit muenchen.de ist verbesserungswürdig.
- Die Filter- und Suchlogiken entsprechen nicht den gängigen Erwartungen von Online-Nutzern – siehe auch Punkt 1.5.
- Die Bedienungsfreundlichkeit der Anwendung ist grundsätzlich nicht optimal hinsichtlich des Clickstreams (= Folge von Seitenaufrufen eines Nutzers während eines Besuchs auf einer Website).
- Der Prozess im Online -Bewerbungsportal ist wenig bedienerfreundlich.

1.3 muenchen.de ist die zentrale Online-Plattform der Stadt

Veröffentlichungen der Landeshauptstadt München sollen aus nachgenannten Gründen grundsätzlich unter muenchen.de, dem gemeinsamen Portal von Stadtverwaltung und Stadtgesellschaft, erfolgen:

- Durch das eingeführte und bekannte Label werden Informationen und Services optimal im Web dargestellt und vermarktet.
- muenchen.de ist für Jobsuchende bei der Stadtverwaltung die „Top-of-Mind“-Adresse.
- Ein einheitliches Nutzererlebnis garantiert ein Zurechtfinden der potentiellen Bewerberinnen und Bewerbern.
- Die Auffindbarkeit bei Suchmaschinen, dem bei weiten wichtigsten Kanal durch den gemeinsamen Page-Rank ist garantiert.

1.4 Neue Arbeitgebermarke

Ein zentrales Element der Neukonzeptionierung der Arbeitgebermarke, die sich derzeit im Ausschreibungsprozess befindet, ist, dass das Erscheinungsbild der Arbeitgeberin und Ausbilderin Landeshauptstadt München komplett überarbeitet wird, d.h., neue Texte, neue Bildsprache, neuer Claim etc. – und das auf allen genutzten Kanälen, also sowohl Print als auch online.

Alle derzeit auf muenchen.de befindlichen Inhalte zu Karriere und Ausbildung müssen somit im Lauf des nächsten Jahres sowieso komplett überarbeitet und neu gestaltet werden.

1.5 Neue Trends im Recruiting

Hier sei an dieser Stelle vor allem „Google for Jobs“ erwähnt. Dieses neue Feature ist keine Stellenbörse im klassischen Sinne, sondern eine optimierte Job-Suche innerhalb der Google-Suche. Die Jobsuche selber bietet eine unglaubliche Vielzahl an Filtermöglichkeiten (z.B. Umkreissuche, Gehalt, Arbeitgeberrating etc.). Besonders interessant ist die Tatsache, dass das Ganze auf Basis von Machine Learning funktioniert. Umso wichtiger ist deshalb, dass die Stellenangebote der LHM künftig so aufbereitet und

aufgebaut sind, dass sie via Google for Jobs von potentiellen Bewerberinnen und Bewerbern gefunden werden können.

Dies bedeutet, sich auf wenige, wesentliche und aussagekräftige Elemente zu konzentrieren:

- Stellentitel (title)
- Standort (job location)
- Stellenbeschreibung (description)
- Datum der Stellenveröffentlichung (date posted)
- Name des Unternehmens (hiring organization)

Die nachfolgenden Datenfelder sind zwar gemäß Google Richtlinien nicht zwingend erforderlich, aber aus Sicht der Bewerberinnen und Bewerber relevant.

- Gehaltsangabe (base salary)
- Art der Stelle/Vollzeit, Teilzeit etc. (employment type)

Abgesehen davon hat Google for Jobs andere (teilweise massive) Auswirkungen:

Der Markt (insbesondere) für aktive Kandidaten wird sich grundlegend ändern; die Bedeutung von Jobbörsen wird sukzessive abnehmen. Wobei es Google natürlich keinesfalls darum geht, ein neues Marktsegment zu erschließen und den Jobbörsenmarkt zu disruptieren. Schließlich besteht eine gegenseitige Abhängigkeit: Google braucht die Jobs der Jobbörsen, um überhaupt eine Relevanz zu haben, die Jobbörsen brauchen die Reichweite von Google, um die notwendige Relevanz zu haben. Die Reichweite als Arbeitgeber und damit die Auffindbarkeit der eigenen Stellen kann sich signifikant verbessern. Der Großteil des Traffics auf Karriere-Websites bzw. der Bewerbungen wird zukünftig über Google Jobs erfolgen. Google favorisiert Stellen, auf denen sich der Nutzer direkt bewerben kann. Die Qualität von Stellenanzeigen wird dank strukturierter Daten und entsprechender Richtlinien besser. Die Qualität der Suchergebnisse selbst wird besser. In der Folge wird die Qualität der Bewerber besser.¹

2. Bewertung des Antrages

Der Antrag wird aus der fachlichen Sicht des Personal- und Organisationsreferats (städtisches Personal- und Ausbildungsmarketing, Employer Branding, Recruiting) befürwortet, seine Intention liegt im Interesse der Stadtverwaltung und seiner Beschäftigten sowie einer modernen, zukunftsorientierten und attraktiven Arbeitgeberin.

3. Weiteres Vorgehen

Der Leitungsstab Kommunikation im Personal- und Organisationsreferat wird zusammen mit dem dem dIKA und dem IT-Referat (hier: Stabstelle Gesamtstädtisches Webmanagement) mit der Portal München Betriebs-GmbH & Co. KG ein Projekt aufsetzen, das im Kontext der unter 1. genannten Rahmenbedingungen folgende Punkte aufgreift bzw. umsetzt. Entsprechende Vorgespräche aller Beteiligten auf Fachebene haben bereits stattgefunden, so dass umgehend mit der Realisierung begonnen werden kann:

1 Vollständig nachzulesen auf: <https://personalmarketing2null.de/2019/03/google-for-jobs-deutschland/>

- Verbesserung der Zugriffsmöglichkeiten sowie der Bedienungsfreundlichkeit für das Job-Angebot der LHM unter bewerberportal.muenchen.de mit dem Ziel einer verbesserten Personalgewinnung
- Optimierung hinsichtlich Google-Auffindbarkeit und -Ranking/-Listing
- Auf dieser Domain werden künftig möglichst exklusiv die Jobangebote der LHM sowie ihrer Töchter abgebildet. Hierzu sind sowohl technische Fragen (Schnittstellen zu bestehenden Portalen und deren technischer Betreiber bzw. Dienstleister etc.) zu klären als auch die Koordinierung der Stellenangebote der Eigenbetriebe und Töchter bzw. Beteiligungsgesellschaften.
- Die Inhalte aus den bestehenden Seiten muenchen.de/karriere und muenchen.de/ausbildung werden im Rahmen der Neukonzeptionierung der Arbeitgebermarke zeitgemäß aufbereitet und ebenfalls in das zentrale Portal überführt.

Oberstes Ziel wird es sein, das Karriereportal so umzugestalten, dass es aus Sicht von Bewerberinnen und Bewerber über eine zentrale, aus Marketinggesichtspunkten eingängige und einprägsame Internetadresse leicht anzusteuern, optisch attraktiv, informativ, bedienerfreundlich (usability) und an den Bedürfnissen der individuellen Jobsuche (candidate experience) orientiert ist.

4. Finanzierung des Vorhabens

Die für die Einsetzung des Projekts sowie die Implementierung und Umsetzung des „neuen“ Portals nötigen Mittel werden – soweit erforderlich - über die bestehenden Budgets Personal- bzw. Ausbildungsmarketing sowie Neukonzeptionierung Arbeitgebermarke getragen.

Die dauerhaft entstehenden zusätzlichen Kosten für die Pflege und die Weiterentwicklung des Karriereportals werden im Eckdatenbeschluss 2020 hinterlegt, der ab 2021 greift und im nächsten Jahr dem Stadtrat turnusgemäß zur Abstimmung vorgelegt wird.

Die Stellungnahme des Referates für Informations- und Telekommunikationstechnik vom 04.04.2019 ist der Beschlussvorlage als Anlage 1 beigefügt.

Der Korreferentin des Personal- und Organisationsreferates, Frau Stadträtin Bettina Messinger, ist ein Abdruck der Beschlussvorlage zugeleitet worden.

II. Antrag des Referenten

1. Vom Vortrag wird Kenntnis genommen.
2. Das Personal- und Organisationsreferat wird beauftragt, unter Einbindung des IT-Referats (RIT) sowie der Portal München Betriebs-GmbH & Co. KG, das bestehende Jobportal - wie im Vortrag des Referenten aufgezeigt - zu optimieren.
3. Die für die Einsetzung des Projekts sowie die Implementierung und Umsetzung des „neuen“ Portals nötigen Mittel werden – soweit erforderlich - über die bestehenden Budgets Personal- bzw. Ausbildungsmarketing, Neukonzeptionierung

Arbeitgebermarke getragen.

Die dauerhaft entstehenden zusätzlichen Kosten für die Pflege und die Weiterentwicklung des Karriereportals werden im Eckdatenbeschluss 2020 hinterlegt, der ab 2021 greift und im nächsten Jahr dem Stadtrat turnusgemäß zur Abstimmung vorgelegt wird.

4. Der Stadtratsantrag der CSU-Fraktion Nr. 14-20 / A04652 vom 09.11.2018 bleibt aufgegriffen.
5. Dieser Beschluss unterliegt der Beschlussvollzugskontrolle.

III. Beschluss

nach Antrag.

Die endgültige Beschlussfassung obliegt der Vollversammlung des Stadtrates.

Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der/Die Vorsitzende

Der Referent

Ober-/Bürgermeister/in
Ehrenamtliche/-r Stadtrat/rätin

Dr. Dietrich
Berufsmäßiger Stadtrat

IV. Abdruck von I. mit III.

über D-II-V-Stadtratsprotokolle
an das Direktorium – Dokumentationsstelle
an das Revisionsamt
an die Stadtkämmerei

zur Kenntnis

V. Wv. Personal- und Organisationsreferat, LS-KOM

	Entwurfs- verfasser/-in	Abteilungs- leiter/-in	GL 1 Frau Volpe	VR Vertreterin Ref.	BdR	Referent
Datum/ Handzeichen						