



„FRAGEN ZU HABEN IST MENSCHLICH.
ANTWORTEN ZU GEBEN AUCH.“

UNION INVESTMENT:

Relaunch der Karrierewebseite: **Der Weg zu mehr
Bewerbernähe bei einem der erfolgreichsten Asset Manager
Deutschlands.**



Wie können wir die Bewerberkommunikation für ein Unternehmen mit relativ breiter Marktpräsenz so gestalten, dass sie authentisch, nah, emotional und in Einklang mit der bestehenden EVP (Employer Value Proposition, Arbeitgeberpositionierung) ist? Welche Stellschrauben sollen dabei angepasst werden? Was ist aus technischer Sicht zu überlegen, um auf Kundenseite für ein Maximum an Effizienz und auf Bewerberseite für mehr Aufmerksamkeit zu sorgen? Wo liegen möglicherweise die Grenzen der Umsetzbarkeit – im Hinblick auf Ressourcen, Ziele, Strategien? Fragen, die wir uns im Zusammenhang mit unserem HR-Projekt für Union Investment gestellt haben: dem Relaunch der Karriereseite. Die Antworten darauf stellen wir im Folgenden vor, um beispielhaft den Weg von der ersten Aufgabenstellung bis zur tatsächlichen Umsetzung aufzuzeigen.

UM WAS GEHT ES?

Union Investment (UI) gehört zu den führenden Anbietern im Asset Management. Das Unternehmen ist deutschlandweit eine der führenden Kapitalanlagegesellschaften – mit über 2.800 Mitarbeitern, mehr als 4 Millionen Kunden und mehr als 300 Milliarden Euro an verwaltetem Vermögen. Bei aller Größe und Marktpräsenz wird auch UI mit einem sich zuspitzenden Bewerbermarkt

konfrontiert: Man steht in hartem Wettbewerb mit der Konkurrenz aus der Finanz- und Bankenbranche um geeignete Kandidaten für ausgewiesene Positionen im eigenen Unternehmen. Was tun, um hier auf längere Sicht für ein Mehr an Quantität und Qualität zu sorgen? Fest stand: Es geht hier in erster Linie um Positionierung. Zunächst jedoch um eine Bestandsaufnahme.

BESTANDSAUFNAHME

Der Status quo bei UI aus Recruiting-Sicht war: Rund 14.000 Bewerbungen pro Jahr bei insgesamt 250 Stellenschaltungen. Eine bestehende EVP, die lautet „Arbeiten, wo Profis Menschen sind“. Eine Online-Arbeitgeberpräsentation auf dem Stand von 2011. Eine wenig emotionale Ansprache auf der Karriereseite in Hinblick auf Design und mit textlastigem Inhalt. Ein langer Weg bis zum „Jetzt-Bewerben“-Button, kaum Interaktionsmöglichkeiten, technisch nicht auf dem neuesten Stand, insbesondere nicht mobiltauglich. Sprich: Ein Relaunch war erforderlich.

DAS WAR ZU TUN

Die wichtigsten inhaltlichen Ziele lauteten, die Distanz zu den Bewerbern zu reduzieren, eine stärkere Erlebbarkeit der Unternehmenskultur auf den Karriereseiten zu schaffen sowie UI als modernen Arbeitgeber zu präsentieren. Technisch sollte der Weg zur Bewerbung verkürzt, die Seite für mobile Endgeräte optimiert und im neuen Online Corporate Design (CD) dargestellt werden. In technischer Hinsicht nutzt UI bereits seit 2008 die milch & zucker BeeSite Recruiting Edition für die Stellensuche und das Bewerbermanagement, seit 2015 auch die mobile Stellenbörse. Außerdem galt es, Webtracking-Funktionen zur Erfolgsmessung zu implementieren.

VOM UNTERBAU ZUR LEITIDEE

Die inhaltlichen Ansatzpunkte für eine neue, passende Bewerberkommunikation waren in der EVP zu suchen. Sie ist die Basis für das „Was“ an Botschaften in Richtung potenzieller Bewerber. Unsere Aufgabe bestand darin, das „Wie“ auszuarbeiten – in Form einer kommunikativen Leitidee. Wesentliche Elemente der EVP sind „Persönlichkeit“ und „Professionalität“, deren Zusammenwirken für eine besondere Stärke bei den Mitarbeitern sorgt – dem sogenannten UI-Faktor. Uns erschien es wichtig, diesen Faktor in den Fokus zu rücken und zu hinterfragen: Was genau macht ihn aus? Die Antwort darauf sollte aus der Persönlichkeit der Mitarbeiter heraus kommen. Hierdurch kann Emotionalität bei UI betont und Bewerbern zugleich die Chance gegeben werden, UI als Arbeitgeber wahrzunehmen, der für Professionalität UND Persönlichkeit steht.

Die Leitidee lautete demnach: **Menschen haben Fragen. Profis haben Antworten.** Das eröffnete uns beispielsweise die Möglichkeit, auf der Karriereseite mit Fragen von potenziellen Kandidaten und entsprechenden Antworten zu arbeiten. Ganz im Sinne der Botschaft an potenzielle Bewerber: Wir nehmen eure Sorgen, Wünsche und Anregungen ernst und bieten euch die passenden Antworten dazu.

The screenshot shows the top navigation bar with 'Union Investment' logo and links for 'Über Uns', 'Märkte', 'Presseservice', 'Nachhaltigkeit', and 'Karriere'. A 'Meine Bewerbung' button is in the top right. The main header features the question 'Und? Kennt ihr den Unterschied zwischen Belegschaft und Partnerschaft?' and the tagline 'Arbeiten, wo Profis Menschen sind.' Below this is a search bar for 'Stellensuche' with a search input field, a dropdown for 'Berufsfahrer', and a dropdown for 'Alle Tätigkeiten'. A '102 Stellen' button is visible. The main content area has the heading 'Wir wissen bestimmt nicht alles. Aber das auf jeden Fall:' followed by a paragraph about fairness and trust. Below the text are three images: two women talking, a woman at a desk, and a woman sitting on a chair.

The screenshot shows the top navigation bar with 'Union Investment' logo and links for 'Über Uns', 'Märkte', 'Presseservice', 'Nachhaltigkeit', and 'Karriere'. A 'Meine Bewerbung' button is in the top right. The main header features the question 'Wo sieht ihr mich in 10 Jahren?' and the tagline 'Arbeiten, wo Profis Menschen sind.' Below this is a search bar for 'Stellensuche' with a search input field, a dropdown for 'Alle Einstiegslevel', and a dropdown for 'Alle Tätigkeiten'. A '128 Stellen' button is visible. The main content area has the heading 'Wir sehen auch nicht alles. Aber so viel schon:' followed by a paragraph about investing in training and dual study programs. Below the text are two images: a woman smiling and a woman looking thoughtful.

Warum wir unter Berufseinstieg das verstehen, was auch Sie verstehen.

Wir sehen in Berufseinsteigern vor allem Vertrauenssucher. Menschen, die sich vielleicht nicht immer sicher sind, ob dieser oder jener Weg, diese oder jene Entscheidung richtig ist. Dafür finden Sie in uns Mutmacher und Vorausschauber, denen Ihr gutes Gefühl beim

VORSCHLÄGE ZUR UMSETZUNG

Aus der Leitidee ein konkretes Webseitenkonzept zu erstellen, war der nächste Schritt. Und dabei die Vorgaben zu berücksichtigen: weniger Bewerberdistanz, mehr Erlebbarkeit, modernere Technik. Mit welchem Bildmaterial, Text und speziellen Features transportieren wir die Leitidee auf der Karriereseite? Welche Richtlinien aus dem Online-Styleguide und Vorgaben aus dem Content-Management-System sind zu berücksichtigen?

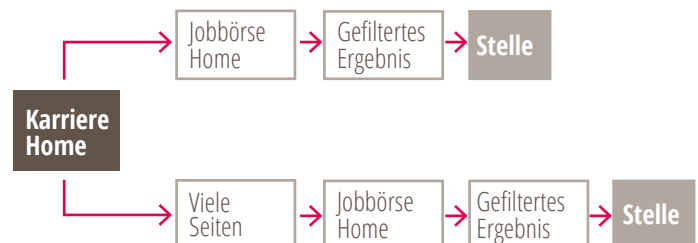
Daniela Czybik, Senior Personalreferentin für Personalrekrutierung und -betreuung UI: „Heutzutage informieren sich Kandidaten im Vorfeld einer Bewerbung sehr genau über infrage kommende Arbeitgeber. Sie erwarten spezifische Informationen zu den Besonderheiten des Unternehmens, zum Beispiel in Bezug auf Unternehmenskultur oder Entwicklungsperspektiven.“

Unsere Vorschläge: Ein tiefgreifender Umbau der gesamten Karriereseite in Form eines „One-Pagers“ mit drei gesonderten Zielgruppenseiten für Schüler/Studierende, Berufseinsteiger und Berufserfahrene, einer speziellen Themenseite sowie einer Fragen-und-Antworten-Seite – passend zur Leitidee. Des Weiteren: Neutextung fast aller Seiten sowie Verwendung von neuem, emotionalerem Bildmaterial. Und: Einbindung sinnvoller technischer Features zugunsten einer besseren Candidate Experience.

FEATURES, FEATURES, FEATURES: DIE UMSETZUNG

Die vereinfachte Navigation und klarere Menüführung sorgen für kürzere Klickwege. Die Stellensuche ist von jeder Seite aus möglich. Erklärende Grafiken und Visualisierungen erleichtern den Informationszugang. Auch sind konkrete Ansprechpartner mit Bild und XING-Profil über die Karriereseite erreichbar. Schlankere und emotionalere Texte verbessern die Leseransprache. Mit einem interaktiven FAQ beantworten Mitarbeiter von UI Fragen, die sie sich selbst vor ihrem Einstieg gestellt haben. So erfahren Interessierte beispielsweise, wie flexibel die Arbeitszeitmodelle sind oder was der Casual Friday bedeutet. Sollten noch Fragen offen bleiben, können diese bequem über ein Formular eingereicht werden. Soweit zur Struktur und zu den Inhalten. Die Idee von „Menschen haben Fragen. Profis haben Antworten.“ wird auf den einzelnen Zielgruppenseiten sowie auf der zusätzlichen Fragen-Antworten-Seite immer wieder konsequent aufgegriffen: Hier wie dort präsentieren wir Kandidatenfragen und Antworten von UI-Profis, die dafür sorgen, dass sich Bewerber direkt angesprochen fühlen und Interesse zeigen an UI als Arbeitgeber. Das alles erfolgt natürlich im Rahmen der CD-Vorgaben seitens UI.

Vorher: drei oder vier Klicks bis zur Stellenanzeige



Nachher: ein oder zwei Klicks bis zur Stellenanzeige

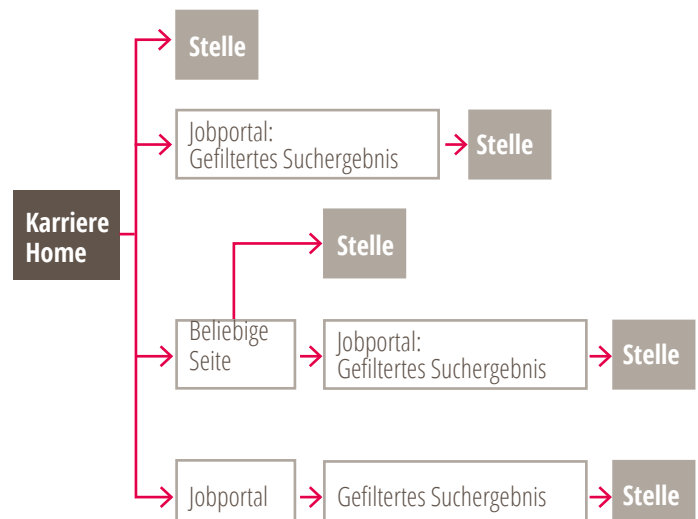


BILD FÜR BILD

Ein Thema für sich sind die zu verwendenden Bildmotive. Stock oder Eigenmaterial? Bestehende Bilder oder neues Shooting? Mitarbeiter oder Models? Unsere Empfehlung lautete: Am besten neue Bildmotive shooten mit echten Kandidaten und echten Mitarbeitern. Das hat im Hinblick auf Authentizität und Aufmerksamkeit am meisten Potenzial.

Alternativ wäre in einer ersten Stufe auch das Arbeiten mit Models für die Fragensteller möglich – wenn es die Dringlichkeit der Umsetzung erfordert. Die letztendliche Umsetzung erfolgte dann mit vorhandenem Bildmaterial bzw. Stockfotos in den Headermotiven.



HIGHLIGHT: BLICK HINTER DIE KULISSEN

Anhand des UI-Hauptgebäudes in Frankfurt können sich Bewerber Einblicke in die unterschiedlichen Geschäfts- und Tätigkeitsbereiche verschaffen. Hier wurde ein klickbares grafisches Element programmiert, das den Bewerber zum Kennenlernen des Unternehmens einlädt.

Ein Klick auf eine der Etagen öffnet eine kleine Infoseite mit der Kurzbeschreibung des Bereichs, Verlinkung auf Erfahrungsberichte und Videos, Darstellung von Kollegen aus dem Bereich mit Bild und Social-Network-Profil, Bereitstellung der offenen Stellen dieses Bereichs sowie Kontaktinformationen für das Recruiting.

UniProfil: Für interaktive Entdecker

Sie wollen mehr über die Tätigkeiten und Aufgaben von Union Investment erfahren? Unsere interaktive Grafik des Hauptgebäudes in Frankfurt am Main macht's möglich: Hier können Sie sich über unsere verschiedenen Bereiche informieren und uns aus einer etwas anderen Perspektive entdecken.

Grafik überlagernder Layer mit Detailsicht

Portfoliomanagement

Hier ist der Name Programm. Unsere Back- und Middle-Office-Einheiten erbringen Dienstleistungen rund um die Investmentfonds und das UnionDepot. Sie agieren als zentraler Lösungsanbieter für die internen Marktbearbeitungs- und Kompetenzeinheiten und ermöglichen Wettbewerbsvorteile durch differenzierende Leistungen. Weiterhin sind sie verlässlicher Ansprechpartner für institutionelle und private Endanleger. Qualität und Kundenzufriedenheit haben dabei höchste Priorität.

Wollen Sie erfahren wie es ist bei uns zu sein?
 Hier geht es zu den Erfahrungsberichten.

Weitere Informationen

- Offene Stellen
- Job Abo anlegen

Kontakt Personalbereich

- Recruiting Team
+49 69 - 2567 7024
- Volkan Anil**
Mitarbeiter: Datenmanagement
- Aleksandra Matschinsky**
Gruppenleiterin: Fondssuchhaltung

ATTRAKTIVITÄT GESTEIGERT

Gemeinsames Ziel war es, den Arbeitgeber UI im Wettbewerb um neue Mitarbeiter neu zu positionieren und dadurch die Bewerberzahl sowie die Bewerberqualität zu erhöhen. Für uns war es ein vielschichtiges und daher spannendes Projekt rund um die Candidate Experience eines erfolgreichen Vermögensverwalters. Es erforderte zahlreiche Perspektivwechsel, um allen Anforderungen aus Bewerbersicht gerecht zu werden. Aber die harmonische Verbindung von Technik (Funktionen aus Content-Management-System und Recruiting-System) und hochwertigem Design führt zu einem stimmigen Gesamtbild mit deutlich verkürzten Klickwegen, bei gleichzeitig umfassender Information.

Bernd Pompetzki, Abteilungsleiter Personalmanagement UI:

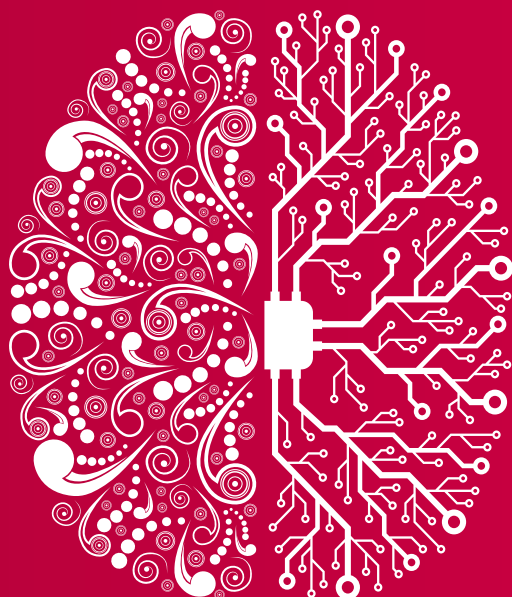
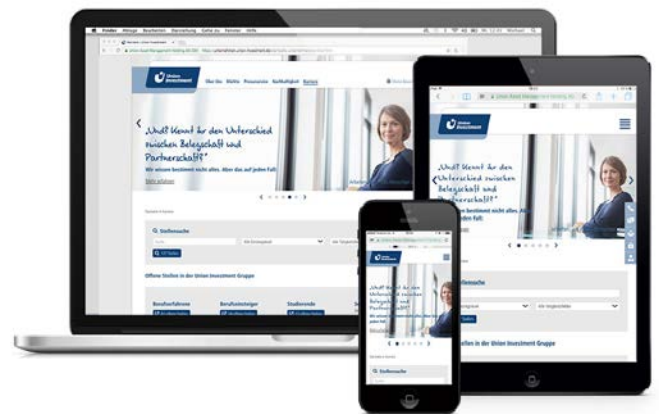
„Es war unser Ziel, dass auf unserer Karriereseite erlebbar wird, wie sich Union Investment als Arbeitgeber anfühlt. Die schönste Rückmeldung für uns ist, wenn uns neue Kolleginnen und Kollegen bestätigen, dass auf der Karriereseite genau das ‚drauf‘ steht, was im Haus Union Investment ‚drin‘ ist.“

DAUER

Wie lange hat das Projekt gedauert? Insgesamt 7 Monate, angefangen vom ersten Kunden-Kick-off bis zum Live-Gang der neuen Karriereseite.

DAS ERGEBNIS

<https://unternehmen.union-investment.de/startseite/karriere.html>



MILCH & ZUCKER

unterstützt Unternehmen systematisch bei der Suche, der Ansprache, der Auswahl und der Bindung der richtigen Mitarbeiter. Durch die passende Strategie, maßgeschneiderte Kommunikation & effiziente Recruiting-Software.

KOMPETENZ
MADE IN GERMANY

SICHERHEIT & DATENSCHUTZ
STANDARDS

ADD-ON

KONTAKT:

Seit 1998 am Markt. Rund 100 Mitarbeiter.
Softwareprodukte in Deutschland entwickelt.
Hosting und Betrieb ausschließlich in Deutschland.
Zertifizierung gemäß DIN ISO / IEC 27001:2005,
HR-XML-zertifizierte Schnittstellen gemäß Standards des HR-XML Consortiums für den Austausch HR-relevanter Daten.
Betreiber von www.jobstairs.de – The Top Company Portal mit täglich rund 35.000 Stellenausschreibungen der attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands.
Telefon: +49 6032 9340-0
E-Mail: solutions@milchundzucker.de

milch & zucker – Talent Acquisition & Talent Management Company AG
Bad Nauheim • Hamburg