



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Jobvermittler werben mit 61 Millionen Euro - Tendenz steigend



Das Angebot zur Vermittlung von Jobangeboten lassen sich die Jobvermittler über 61 Millionen Euro kosten. In allen fünf untersuchten Teilmärkten hat das Werbevolumen zugenommen, im Schnitt um 85 Prozent.

Esslingen am Neckar, 14. September 2016 – Die werbungstreibenden Jobvermittler haben für mediale Kommunikation innerhalb von zwölf

Monaten über 61 Millionen Euro ausgegeben. Im Fünf-Jahres-Vergleich zeigt sich ein absolutes Hoch, nachdem das Volumen bis vor zwei Jahren zurückgegangen war. Allgemeine Jobbörsen haben mit über 60 Prozent den größten Anteil am gesamten Werbevolumen. Zeitarbeitsfirmen und Personalberater sind hingegen gemeinsam nur mit etwa zwei Millionen Euro beteiligt. In allen fünf untersuchten Teilmärkten sind die Werbeausgaben zuletzt gestiegen. Während der Sommermonate geht die Werbung deutlich zurück, Werbehochs liegen im Herbst und den Monaten Januar und März.

Neun der zehn Topwerber haben ihre Werbeausgaben gesteigert. Die Werbevolumina der drei werbestarken Jobvermittler Bundesagentur für Arbeit, StepStone und Xing bewegen sich auf ähnlich hohem Niveau. Werbemedium Nummer eins ist mit einem Anteil von 60 Prozent das Fernsehen. Der insgesamt geringe Anteil an Internetwerbung mit lediglich 16 Prozent überrascht. Dieses Medium wird jedoch gerne von stellenausschreibenden Unternehmen, Zeitarbeitsfirmen und Personalberatungen genutzt. Internetwerbung macht bei diesen Firmen knapp 50 Prozent aus.

Bei den Werbemotiven stehen Menschen bei der Arbeit oder begeisterte Jobfinder im Mittelpunkt. Dennoch gelingt nur wenigen Jobvermittlern die bedeutsame Herausarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Jobvermittlung 2016“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Jobvermittler in Deutschland. Sie gibt auf 111 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den fünf Teilmärkten Allgemeine Jobbörsen, Spezialisierte Jobbörsen, Unternehmen/Firmen, Verlage, Zeitarbeit/Personalberater. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 50 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net