



Online- Anzeiger in Bewegung

Wie sich die Portale der heiß umkämpften Rubrikenmärkte von ihrer jeweiligen Konkurrenz abheben wollen und warum Online-Medien auf ihre Print-Marken vertrauen. Von Elisabeth Oberdorfer



Wolfgang Kowatsch,
Careesma: „Bieten Stellenmarkt und auch ein Recruiting-Tool.“

Jobportal für Selbstversorger

Während die Anzeigenbereiche der Nachrichtenportale auf die starke Marke der Printprodukte vertrauen können und darauf aufbauen, müssen sich reine Anzeigenportale am Markt von der Konkurrenz absetzen. Die Jobplattform Careesma.at spricht deshalb gezielt Klein- und Mittelunternehmen an, die bis zu einer Größe von 250 Mitarbeitern hier kostenlos inserieren können. 2007 startete das Portal, das zur Intercom Gruppe gehört, in Österreich. Country Manager Wolfgang Kowatsch ist zufrieden mit der Entwicklung: „Wir haben derzeit durchschnittlich 3.600 Jobs online, Tendenz steigend.“ Der Schwerpunkt liegt auf den Branchen Sales und IT, für die Careesma.at einen eigenen Channel eingerichtet hat. „Einen Großteil der Einnahmen lukrieren wir durch Personalberater“, so Kowatsch. Careesma versteht er als Recruiting-Software, die Unternehmer eigenständig nutzen können: „Der ganze Bewerbungsprozess kann via Careesma durchgeführt werden.“ Momentan ist der Manager damit beschäftigt, das Portal mit Content aufzuwerten. „Künftig sollen noch mehr Karriere-Infos und auch ein Blog auf der Plattform zu finden sein“, spricht er über seine Pläne.