

Pressemitteilung

Hamburg, 9. Februar 2012

Otto Group bei Bewerber-Kommunikation führend

Eine hochwertige Karriere-Website, einfache Möglichkeiten der Online-Bewerbung, sowie Vorreiter bei Social Media und Mobile Communication – bei der Online-Kommunikation gehört die Otto Group zu den besten Unternehmen in Deutschland. Im deutschlandweiten Vergleich des renommierten Potentialpark-Rankings belegt das Hamburger Unternehmen Platz drei bei der Digital-Kommunikation mit Bewerbern. Um für die Anforderungen des modernen Recruitings in Zukunft weiterhin optimal gerüstet zu sein, präsentiert sich das Otto Group Karriereportal ab 13. Februar im neuen Look.

Das Marktforschungsinstitut Potentialpark hat bereits zum elften Mal die Online Talent Communication von Unternehmen in Deutschland untersucht. Dazu wurden 131 Unternehmen in Deutschland unter die Lupe genommen und insgesamt 2008 deutsche Studierende und Hochschulabsolventen nach ihrer Meinung zu deren Karrierewebsites und Online-Recruitingtools befragt. In die Bewertung flossen dabei die Möglichkeiten der Online-Bewerbung (APOLLO – „Applying Online and Loving it“), die Qualität der Karriere-Website („TEWeb – Top Employer Web Benchmark“), die Qualität der Mobile Communication sowie erstmalig die Qualität der Social Media Communication ein. Für die Otto Group resultiert daraus im Gesamtergebnis ein hervorragender dritter Platz.

„Bei Otto setzen wir seit Jahren auf innovative Recruiting-Wege. Diese Auszeichnung zeigt uns, dass wir weiterhin auf dem richtigen Weg sind und die passende Ansprache bei jungen Bewerbern finden“, freut sich Stefanie Hirte, Bereichsleiterin OTTO Personalentwicklung und Personalmarketing, über die Auszeichnung. „Wir haben schon frühzeitig auf Online und Social Media Kommunikation gesetzt. Diese wollen wir in Zukunft noch weiter ausbauen.“

Otto Group · Unternehmenskommunikation · Wandsbeker Straße 3-7 · D-22172 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 64 61 4010 · Fax +49 (0) 40 64 61 4490
www.ottogroup.com

Jobsuchende und Nachwuchstalente nutzen heute gezielt das Internet, um sich über potenzielle Arbeitgeber zu informieren und sich online zu bewerben. Dabei gestaltet sich der Bewerbungsprozess durch den Einsatz von Social Media und einer offenen Kommunikationskultur auf Karrierewebsites zunehmend transparenter und einfacher. Unternehmen selbst erhöhen dadurch die Chance, gezielt die geeigneten Bewerber anzusprechen.

Karriere-Website in den Top 10

Beim Herzstück des Rankings, der Studenten-Befragung zur Qualität der Karriere-Websites (TEWeb), verbesserte sich die Otto Group von Platz 14 im Vorjahr auf Platz 9. Untersucht wurden hier vor allem die Kriterien Informationsgehalt, Recruiting-Prozess und Navigation. Die Karriere-Seite der Otto Group bietet viel Information ohne überladen zu sein und ist klar strukturiert. Auf jeder Seite gibt es direkte Links zu Jobangeboten und dem Bewerbersystem. Bilder und Stimmen von realen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Otto Group vermitteln interessierten Bewerber einen ersten Einblick davon, wie eine Tätigkeit bei OTTO und in der Otto Group aussehen könnte. Gleichzeitig werden wichtige Informationen wie Ansprechpartner sowie Bewerbungstipps vermittelt.

Otto Group Karriereportal präsentiert sich im neuen Look

„Unsere Karriereseite ist nach wie vor das wichtigste Portal, über welches der Großteil der Bewerber uns kennenlernt. Entsprechend wichtig sind diese Webseiten auch für die Außenwahrnehmung des Unternehmens. Die Jobbörse ist dabei für alle Bewerber ein wichtiger Berührungspunkt zu Otto und soll es erleichtern, sich über die Vakanz detailliert zu informieren und auf komfortablem Weg direkt eine Bewerbung zu übermitteln“, so Hirte. In den vergangenen Monaten wurde deshalb ein Relaunch der Karriereseiten vorangetrieben. So wurden sie unter anderem an das neue Design der Otto Group Unternehmenswebseiten angepasst. Diese waren erst im November 2011 mit Silber beim International Corporate Media Award in der Kategorie Online ausgezeichnet worden. „Am 13. Februar geht unser neues Otto Group Karriereportal mit frischem Look und einer optimierten Struktur online“, stellt die Bereichsleiterin in Aussicht.

Social Media als etablierter Kanal

Auch im Bereich der Social Media Kommunikation sind Bewerber und Nachwuchskräfte offener geworden. Über Soziale Netzwerke können sich Unternehmen authentisch und transparent präsentieren und direkt mit Bewerbern interagieren. Die Otto Group hat bereits 2008 erkannt, dass Social Media Recruiting zu einem wichtigen Baustein im Recruitment

werden wird und gehört deshalb hier zu den „First Movern“. Das brachte dem Unternehmen auf Anhieb den achten Platz im Potentialpark-Ranking ein. „Über Kanäle wie Facebook, Twitter, Youtube und viral angelegte Videoaktionen haben wir uns verschiedene Möglichkeiten eröffnet, unseren Zielgruppen in einem lockeren Kontext und auf Augenhöhe zu begegnen und interessante Kandidaten für vakante Stellen zu begeistern. Mittlerweile sind diese Recruitingkanäle in unserem Unternehmen fest etabliert“, so Hirte.

Trend: Mobile Recruiting

Ebenfalls von Potentialpark untersucht wurde der noch recht junge Bereich „Mobile Recruiting“. Im weltweiten Vergleich gibt es bislang nur knapp 70 Unternehmen, die gezielt Mobile Recruiting in ihre Personalstrategie integrieren. Die Otto Group schaffte es hier auf Platz 42. „Da ist noch Luft nach oben, aber trotzdem freut uns diese Platzierung besonders. Sie zeigt uns, dass wir zu einer Elite von Unternehmen gehören, die bereits heute Bewerbungsmodalitäten und Online-Bewerbungen über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets verfügbar machen“, freut sich Hirte. „Noch in diesem Jahr werden wir mit einem optimierten mobilen Karriereportal live gehen.“

Über die Web-Adresse m.otto.de/job im Handy-Browser gelangen Interessierte direkt zu den Stellenangeboten der Hamburger Konzernzentrale. Auf der Einstiegsseite können die verschiedenen Anstellungsrubriken bei der Otto Group – also Absolventen, Young Professionals oder Führungskräfte – gezielt durchsucht werden. Ein weiteres Suchkriterium sind einzelne Einsatzbereiche wie E-Commerce, Marketing oder Controlling.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit 49.721 Mitarbeitern (Stand Februar 2011). Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in 20 Ländern Europas, Nordamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2010/11 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 11,404 Mrd. Euro. Sie ist weltweit der größte Online-Händler für Fashion und Lifestyle, insgesamt die Nummer 2 hinter Amazon und in Deutschland die unangefochtene Nummer 1. Kataloggeschäft, E-Commerce und der stationäre Einzelhandel bilden die drei Säulen des Multichannel-Einzelhandels der Otto Group. Weltweite Konzernaktivitäten und eine Vielzahl von strategischen Partnerschaften und Joint Ventures bieten Otto ausgezeichnete Voraussetzungen für Know-how-Transfer und die Nutzung von Synergiepotenzialen. Ein hohes Maß an Eigenverantwortlichkeit der Konzernunternehmen garantiert zugleich Flexibilität und Kundennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern.

Die Otto Group Karrierewebseite finden Sie unter: <http://www.ottogroup.com/karriere>

Nähere Informationen zur Otto Group liegen im Internet unter www.ottogroup.com für Sie bereit.

Pressekontakt OTTO:

Ulrike Abratis, Telefon: +49 40 64 61-8630, Fax: -4490, E-Mail: ulrike.abratis@otto.de