

www.ch.ch/publicjobs

Das Schweizer Stellenportal

Le Portail suisse de l'emploi public

Il Portale svizzero dell'impiego pubblico



15. Februar 2010

Jahresbericht www.ch.ch/publicjobs 2009

Inhaltsverzeichnis

Management Summary.....	2
1. Ausgangslage	3
1.1. Rechtliche Grundlage.....	3
1.2. Organisation.....	3
1.3. Strategie.....	3
2.1. Ausbau / Optimierungen.....	4
2.2. Kommunikation.....	5
2.3. Betriebsrechnung.....	6
2.4. Ziele und Zielbeurteilung 2009.....	6
3. Ausblick	7
3.1. Planung und Ziele 2010-2011.....	7
3.2. Budget.....	7

Management Summary

Ausgangslage und Strategie

Zur Schaffung von Mehrwert für alle Beteiligten (Bund, Kantone, Gemeinden, Stellensuchende) wurde auf www.ch.ch in Zusammenarbeit mit dem Kanton Zürich und dem Eidg. Personalamt ein Nationales Stellenportal für die öffentliche Hand entwickelt.

Die öffentliche Hand kann sich als wichtiger Arbeitgeber gegenüber der Privatwirtschaft positionieren. Dabei werden Synergien genutzt (kein Aufwand für ein eigenes Portal) und Volumen- und Kostenvorteile für kleinere Kunden geschaffen.

Jahresziele und Zielerreichung 2009

Die Ziele 2009 wurden grösstenteils erreicht. Die Verfügbarkeit des Portals wurde gemäss Vertrag eingehalten. Die Erweiterung des Portals um ein Bewerbermanagement-System wurde zurückgestellt. Es ist noch nicht klar, ob ein echtes Kundenbedürfnis vorhanden ist. Das Hauptereignis im Bereich Marketing und Neukundengewinnung war das Public Recruiting Forum 2009 in Luzern. Am 16. September 2009 trafen sich rund 70 Personalverantwortliche von Bund, Kantonen und Gemeinden und befassten sich eingehend mit dem Thema „Talente gewinnen für den öffentlichen Dienst“.

In der Westschweiz konnte noch nicht wie angestrebt Fuss gefasst werden. Aber mit dem Kanton Freiburg wurde ein erster Kanton der Romandie als Partner gewonnen.

Um die öffentliche Hand als Arbeitgeber besser zu präsentieren und ihre Vorteile herauszuheben, wurden Portraits von Personalverantwortlichen des Bundes sowie von Kantonen und Gemeinden aufgeschaltet.

Tätigkeitsbereich und Ausbau / Optimierungen

Die Marketingaktivitäten sowie zu einem grossen Teil auch die Mund-zu-Mund Propaganda haben sich gelohnt, dies zeigen die Zahlen 2009. Auf die Plattform wurden während des Jahres rund 6'000 Inserate geschaltet. Monatlich weist die Statistik 120'000 und 130'000 Besucher aus.

Im Februar 2009 wurde die Rätoromanische Sprachversion live geschaltet. Nun fanden erste Kontakte mit dem Kanton Graubünden statt, damit die Bündner Inserate auch bald auf www.ch.ch/publicjobs erscheinen.

Aufgrund der Ergebnisse der Usability-Studie wurde die Plattform im Betriebsjahr 2009 weiter verbessert.

Betriebsrechnung und Budget

Die Aufwendungen der kdmz werden aus dem Erlös der Stelleninserate gedeckt. Ein allfälliger Überschuss wird in Optimierungen und Weiterentwicklungen der Plattform investiert: die Vorhaben werden mit der Bundeskanzlei abgesprochen und geplant.

Aufgrund der Zahlen 2009 ist davon auszugehen, dass der Break-Even wie in der Wirtschaftlichkeitsberechnung geplant im Jahr 2012 erreicht wird.

Ausblick und Ziele 2010

Hauptziel ist, dass auf www.ch.ch/publicjobs alle offenen Stellen der Verwaltungen von Bund, Kantonen und Gemeinden publiziert werden.

Für 2010 haben die Bundeskanzlei als Auftraggeberin und die kdmz als Auftragnehmerin in der Zielsetzung folgende Schwerpunkte vereinbart:

- Neukundengewinnung in der Westschweiz vorantreiben
- Grobkonzept zu erstellen für ein nächstes Public Recruiting Forum 2011 in der Westschweiz
- Detailliertere Informationen über die Nutzung von www.ch.ch/publicjobs erarbeiten

1. Ausgangslage

Die Nationale Einstiegsseite der Schweiz ermöglicht unter dem Namen "Das Schweizer Portal" „Le Portail suisse“, „Il Portale svizzero“ "il portal svizzer", „The Swiss Portal“ über eine einzige Schnittstelle den einfachen, themenorientierten Zugriff auf das gesamte Informations- und Dienstleistungsangebot von Bund, Kantonen und Gemeinden. In Zusammenhang mit der Schaffung von Mehrwert und optimalem Nutzen für alle Beteiligten (Bund, Kantone, Gemeinden, Nutzerinnen und Nutzer) wurde auf www.ch.ch in Zusammenarbeit mit dem Kanton Zürich und dem Eidg. Personalamt ein Nationales Stellenportal für die öffentliche Hand entwickelt.

Ziel von www.ch.ch/publicjobs¹ ist, sowohl für Partner wie für Nutzerinnen und Nutzer Mehrwert zu schaffen:

- Bund, Kantone und Gemeinden können ihre Stellenangebote direkt, einfach und preiswert auf dem gemeinsamen Branchenportal der öffentlichen Hand und über eine Schnittstelle auch gleichzeitig in Printmedien und weitere Onlinemedien publizieren.
- Stellensuchende können sich auf einer Plattform schweizweit über offene Stellen bei Bund, Kantonen, Städten und Gemeinden informieren, ohne die Websites der einzelnen Behörden zu kennen und aufsuchen zu müssen.

1.1. Rechtliche Grundlage

Die kdmz (Kantonale Drucksachen- und Materialzentrale Zürich) betreibt das Stellenportal im Auftrag der Bundeskanzlei BK. Die Zusammenarbeit ist in einem entsprechenden Vertrag geregelt. Die kdmz ist als Auftragnehmerin zuständig für den operativen Betrieb des Schweizer Stellenportals und dessen Weiterentwicklung (inkl. Qualitätssicherung) sowie für die Kundengewinnung und Kundenpflege. Sie betreibt das Portal kostendeckend, nicht aber gewinnbringend.

Integraler Bestandteil des Vertrages ist das Führungskonzept des Schweizer Stellenportals (datiert vom 19. Dezember 2007), das die Grundsätze zur strategischen und operativen Führung des Portals regelt, die hierzu notwendigen Führungsstrukturen sowie die Rechte und Pflichten der beteiligten Instanzen definiert. Strategisch unterstützt werden BK und kdmz bei www.ch.ch/publicjobs von einem Beirat, dem Personalverantwortliche von Bund, Kantonen, Städten und Gemeinden angehören. Er tritt mindestens zweimal jährlich zusammen und bringt die Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen bzgl. Umfang und Ausgestaltung der Portalleistungen ein. Er meldet Handlungsbedarf an und macht Vorschläge zur Weiterentwicklung des Portals. Er berät Leistungsauftrag, Führungskonzept und Führungsinstrumente, so insbesondere Strategie, Jahresplanung und Jahresbericht zuhanden der BK.

Mit den Kunden bestehen schriftliche Zusammenarbeitsverträge, die über die zu erbringenden Dienstleistungen sowie Aufgaben und Kompetenzen Auskunft geben.

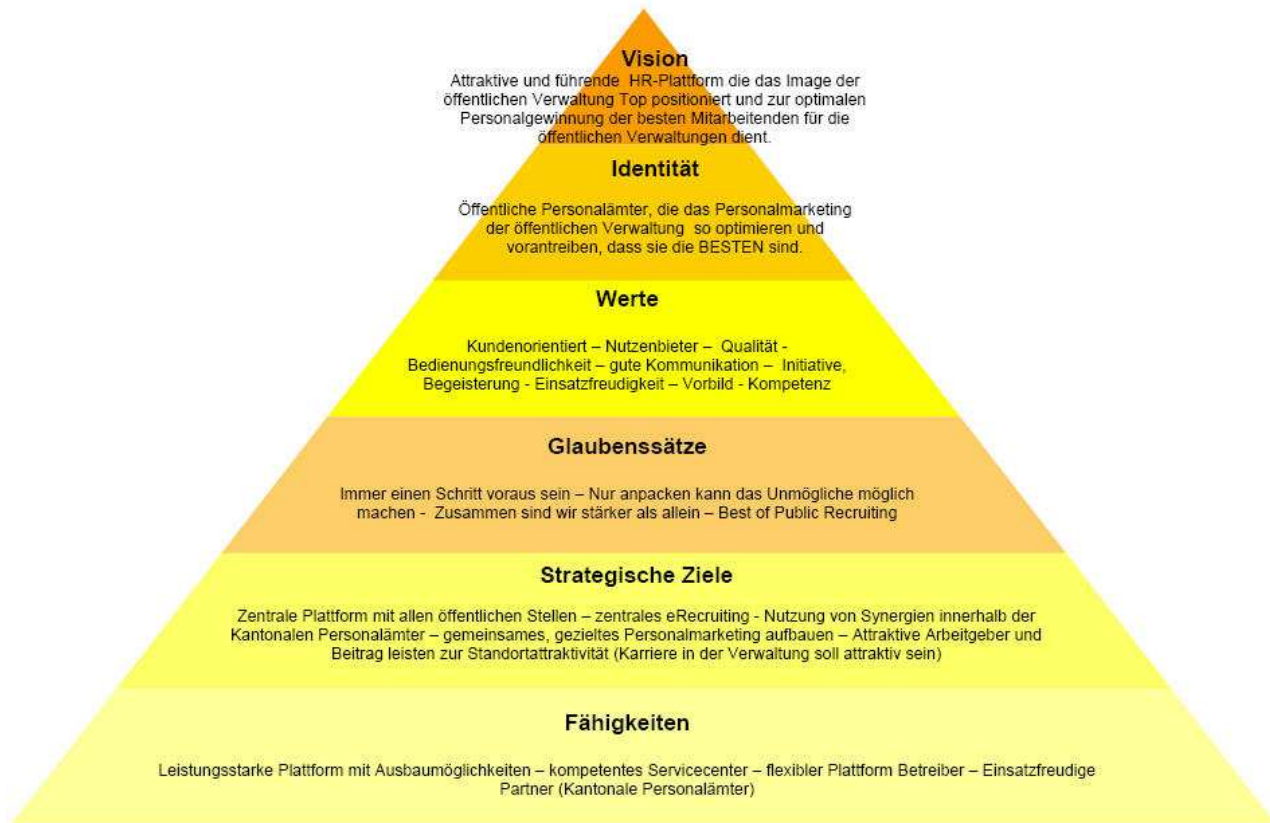
1.2. Organisation

Das oberste Organ ist der Steuerungsausschuss von ch.ch, welcher für die strategische Ausrichtung der gesamten Plattform www.ch.ch zuständig ist. Die Bundeskanzlei als Betreiber von www.ch.ch nimmt die Rolle der Auftraggeberin für www.ch.ch/publicjobs wahr. Ihr gegenüber für den Betrieb verantwortlich ist das Servicecenter Publicjobs, welches von der kdmz betreut wird. Die langfristigen Ziele sowie die Strategie der Plattform legt die Bundeskanzlei im Einvernehmen mit dem Beirat fest, welcher aus Vertretern von Bund, Kantonen und Städten besteht. Der Beirat tagt zweimal jährlich.

1.3. Strategie

Die öffentliche Hand positioniert sich als wichtiger Arbeitgeber gegenüber der Privatwirtschaft. Dabei werden Synergien genutzt (kein Aufwand für ein eigenes Portal) und Volumen- und Kostenvorteile für kleinere Kunden geschaffen, denn sie profitieren von einer nationalen Reichweite und hoher Benutzerfrequenz und senken gleichzeitig die Inseratekosten.

¹ Faltprospekt www.ch.ch/publicjobs Grösse: 2237 kb | Typ: PDF



2. Tätigkeitsbericht

Auch im zweiten Betriebsjahr lag der Fokus auf der Neukundengewinnung. Vor allem durch die Mund-zu-Mund Propaganda wurden einige Kunden auf www.ch.ch/publicjobs aufmerksam. Mit der Organisation und Durchführung des ersten Public Recruiting Forum 2009 wurde der Bekanntheitsgrad der Plattform nochmals gesteigert, und es konnten auch gute Kundenkontakte geknüpft werden.

Facts / Zahlen 2009:

- Anzahl Stelleninserate Jahr 2009: ca. 6'000
- täglich 600 bis 700 Inserate online
- 120'000 bis 130'000 Besucher/innen monatlich
- 4'920 registrierte Suchende
- 714 Inserenten

2.1. Ausbau / Optimierungen

Es werden jährlich drei bis vier Plattform-Anpassungen (Releases) durchgeführt. Wünsche, Anliegen sowie Optimierungen werden, soweit technisch machbar, im Rahmen dieser Releases umgesetzt.

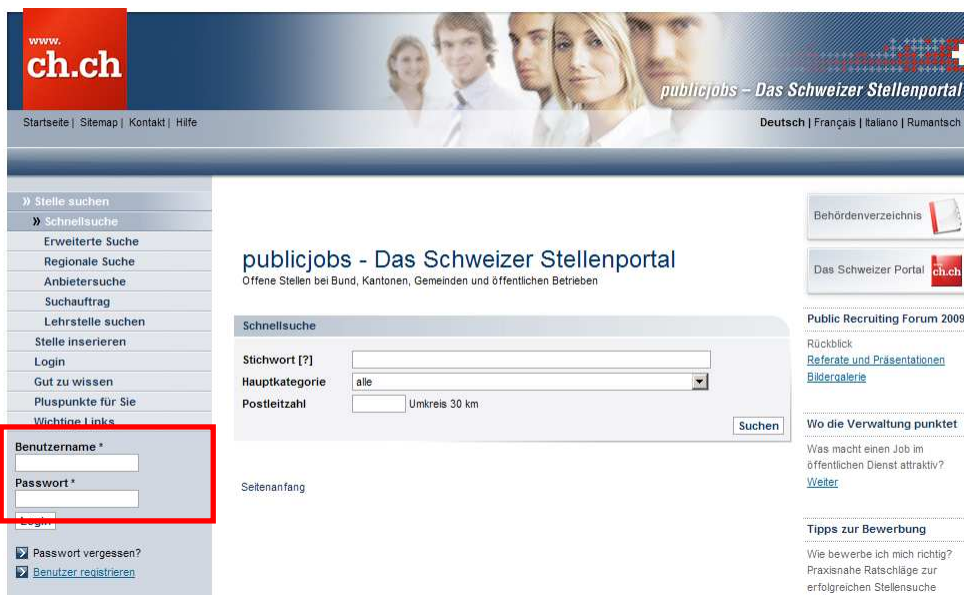
Im Februar 2009 wurde die Rätoromanische Sprachversion live geschaltet. Damit kann der Kanton Graubünden seine Stelleninserate auch in dieser Sprache aufschalten. Der Start wird Anfang 2010 erwartet.

Im Februar 2009 wurde eine Online-Kundenumfrage auf www.ch.ch/publicjobs aufgeschaltet. Diese war ca. einen Monat verfügbar: es kamen 460 Rückmeldungen, darunter sehr viel positives Feedback. Die Idee einer Stellenplattform für die öffentliche Hand kommt gut an. Das Stellenangebot wird als attraktiv beurteilt.

Optimierungen aus Usability Studie

Der Usability-Report 2008 über www.ch.ch ergab einige Verbesserungsmöglichkeiten auch für das Stellenportal. Diese wurden 2009 durchgeführt. U.a. kann der Suchauftrag neu als RSS-Feed abonniert und angezeigt werden. Damit erhalten die Suchenden via RSS-Feed schneller und einfacher die von ihnen bevorzugten Stellenangebote. Der RSS-Feed kann auch auf dem Smart- bzw. Iphone abgerufen werden.

Das Feld „Login“ wird neu in der Navigation angezeigt. So kann sich der Kunde jederzeit einloggen, egal auf welcher Seite der Navigation er steht.



Sprachfilter für mehrsprachige Inserate

Da nun auch vermehrt mehrsprachige Inserate auf www.ch.ch/publicjobs geschaltet werden (bisher nur vom Eidg. Personalamt) wurde die Anzeige der Inserate angepasst. Neu ist sichergestellt, dass jeder Benutzer alle Inserate sieht, auch die, welche nicht in seiner Benutzersprache aufgeschaltet sind.

Jobvideos

Jeder Arbeitgeber möchte sich und die zu besetzende Stelle möglichst gut und attraktiv präsentieren. Einige der Kunden haben daher nun Jobvideos produziert. Diese können auf Wunsch der Kunden ins Stelleninserat integriert werden. Ziel ist es, dass künftig die Kunden die Videos selber einpflegen und verwalten. Dies bedingt einige technische Anpassungen, welche Anfang 2010 umgesetzt werden. Diese Videos tragen in jeder Beziehung zur Attraktivitätssteigerung der Plattform bei.

Benchmark

Mitte Jahr 2009 wurde www.ch.ch/publicjobs mit anderen Jobplattformen auf dem Markt verglichen. Es wurden Funktionen, Auftritt und Jobangebot analysiert. Nach ersten Erkenntnissen kann www.ch.ch/publicjobs gut mit den anderen Plattformen auf dem Markt mithalten. Die Funktionen sind in etwa die gleichen (Suchabo, diverse Suchfunktionen, Cockpit für Suchende u.s.w.). Aufholen müsste www.ch.ch/publicjobs beim Angebot, so dass Suchende wirklich den grössten Teil der Stellen im Service public der Schweiz auf www.ch.ch/publicjobs finden.

2.2. Kommunikation

Kommunikation und Marketing erfolgen in enger Zusammenarbeit und Abstimmung mit der Bundeskanzlei. Im 2009 stand die Organisation und Durchführung des Public Recruiting Forums im Zentrum. Das Organisationsteam bestand aus Vertretern des Eidg. Personalamts, der Bundeskanzlei, des Personalamts des Kantons Zürich und der kdmz (Servicecenter Publicjobs). Das Konzept erarbeitete das Eidg. Personalamt, und das Veranstaltungssekretariat wurde von der kdmz geführt.



Der Anlass fand am 16. September 2009 im Verkehrshaus Luzern statt. Eingeladen wurden alle Publicjobs Kunden sowie Personalverantwortliche aus weiteren Kantonen und Städten.

Das Recruiting Forum 2009 stand ganz im Zeichen „Talente gewinnen für den öffentlichen Dienst“. Um die vielfältigen und anspruchsvollen Aufgaben des Öffentlichen Diensts zu bewältigen, ist die Verwaltung auf gut qualifizierte Mitarbeitende angewiesen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt unter anderem auch in einer vorbildlichen Rekrutierungspraxis.

Das Recruiting Forum 2009 hatte zum Ziel die Personalverantwortlichen im Öffentlichen Dienst anhand von Referaten und Gruppenworkshops über die aktuellen und künftigen Herausforderungen im Bereich Recruiting zu informieren. Am Nachmittag fand eine Arena Diskussion statt mit Vertretern der öffentlichen Hand als auch der Privatwirtschaft. An dieser Tagung haben sehr viele engagierte Referenten mitgearbeitet und das Feedback der Teilnehmenden war sehr positiv. Es ist geplant im Frühjahr 2011 ein nächstes Forum zu veranstalten, dieses Mal in der Westschweiz.

Durch diese Veranstaltung konnten einige Kundenkontakte geknüpft werden. Anfangs 2010 werden die Teilnehmenden nochmals kontaktiert. Bei Interesse wird ein Präsentationstermin vereinbart.

2.3. Betriebsrechnung

Der Inserateumsatz ist aufgrund von weniger Aufträgen von div. Schlüsselkunden (u.a. Eidg. Personalamt, Kanton Basel-Stadt) zurück gegangen, was auf der Einnahmeseite zu Buche schlägt, obwohl viele kleinere Kunden dazu gewonnen werden konnten. Die kdmz ist aber immer noch zuversichtlich, dass das Stellenportal den Break-Even bis 2012 erreichen wird.

Die Aufwendungen der kdmz werden aus dem Erlös der Stelleninrate gedeckt. Die Preise sind so angesetzt, dass dem Kunden seitens der kdmz keine weiteren Kosten für die administrative Betreuung des Stellenportals anfallen. Allfälliger Überschuss wird in Optimierungen und Weiterentwicklungen der Plattform reinvestiert.

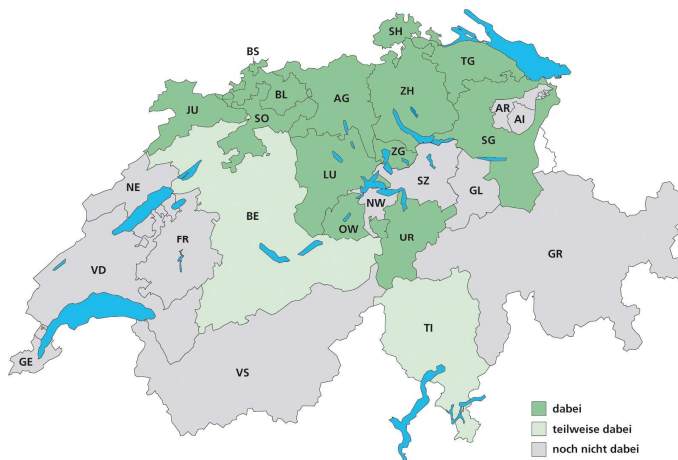
2.4. Ziele und Zielbeurteilung 2009

Sicherstellung und Konsolidierung des Betriebs (Verfügbarkeit gemäss Vertrag 97%)

- Ziel und Auftrag erreicht

Kundengewinnung (5 grössere Kantone davon 2 Westschweizer und 10 grössere Städte)

- Auch dieses Jahr wurden wieder einige Kantone und Städte/Gemeinden als Kunden gewonnen. Nicht ganz erreicht wurde das Ziel, in der Westschweiz. Dort konnte allerdings der Kanton Freiburg als Kunde gewonnen werden. Er wird seine Stelleninrate ab 2010 aufschalten.
- Auf der untenstehenden Karte ist es ersichtlich, welche Kantone bereits auf www.ch.ch/publicjobs inserieren. Zudem ist der Link zu www.ch.ch/publicjobs bei einigen Kunden auf der eigenen Homepage integriert und somit vor allem auch für Suchende ersichtlich.



- Für nächstes Jahr wurde das Ziel gesetzt, konkret die Präsenz in der Westschweiz zu verbessern und dazu auch bereits bestehende Kontakte wie zum Kanton Freiburg zu nutzen.

Integration Bewerbungsmanagement

- Dieses Ziel wurde im Einvernehmen mit dem Beirat zurückgestellt. Es ist noch unklar, wie das Interesse auf dem Markt ist. Wie sich aus den diversen Kundenkontakten zeigt, haben einige grössere Kantone ein

solches Tool bereits im Einsatz. Allenfalls interessant könnte ein solches System für kleinere Kantone und Gemeinden sein, für die sich Anschaffung und Betrieb im Alleingang nicht lohnen. Im Mittelpunkt 2010 stehen vor allem die Neukundengewinnung und der Ausbau von Funktionen auf der Plattform.

Public Recruiting Forum 2009

- Der Schwerpunkt lag dieses Jahr auf der Erreichung dieses Ziels und die Veranstaltung konnte mit Erfolg am 16. September 2009 durchgeführt werden. Die Rückmeldungen von Teilnehmenden als auch Mitwirkenden waren sehr positiv. Daher wird ein nächstes Forum in der Westschweiz auf Frühjahr 2011 geplant (siehe auch Punkt 2.2.).

Jobattraktivität

- In Zusammenarbeit mit der Bundeskanzlei wurde der redaktionelle Teil von www.ch.ch/publicjobs überarbeitet und aktualisiert. Es sind drei Portraits von Personalverantwortlichen von Bund, Kanton und Stadt aufgeschaltet, welche Ihre Tätigkeiten und die Vorteile der öffentlichen Hand als Arbeitgeber beschreiben.

Durch die Produktion von Jobvideos und deren Integration in die Inserate können sich die Arbeitgeber besser präsentieren. Weitere Jobvideo-Produktionen sind in Planung.

3. Ausblick

Das oberste Ziel ist weiterhin, dass auf „www.ch.ch/publicjobs“ alle offenen Stellen der Verwaltungen von Bund, Kantonen und Gemeinden publiziert werden.

3.1. Planung und Ziele 2010-2011

Die Ziele lauten wie folgt:

1. Neukundengewinnung
 - Für das Stellenportal www.ch.ch/publicjobs werden im Jahr 2010 2 Kantone in der Westschweiz als Kunden gewonnen.
 - Möglichst alle Kantonshauptstädte der Schweiz werden bis Ende 2010 Kunden von www.ch.ch/publicjobs
2. Stärkere Abstützung in der Westschweiz
 - Die kdmz baut intern oder in Partnerschaft mit Westschweizer Kunden die notwendigen Kompetenzen für die Kundengewinnung, das Marketing und den Support in der Westschweiz auf.
 - Die kdmz wirkt bei der Vorbereitung eines Public Recruiting Forums 2011 in der Westschweiz mit.
3. Nutzungssteigerung der Stelleninserate
 - Die kdmz ergreift Massnahmen zur Nutzensteigerung der Stelleninserate. Sie erarbeitet Kennzahlen zur Nutzung der Inserate, die im Marketing eingesetzt werden können.
 - Die kdmz erarbeitet zu Handen der zweiten Beiratsitzung im Jahr 2010 eine Informationsnotiz, damit der Beirat eine Entscheidung zur Frage treffen kann, ob und allenfalls wie www.ch.ch/publicjobs mit einem Tool für das elektronische Bewerbermanagement erweitert werden kann.

Das Schweizer Stellenportal soll eine konkurrenzfähige Stellenplattform werden. Das Marktgeschehen (Konkurrenz, Kunden, Arbeitsmarktsituation) wird verfolgt und die Plattform dementsprechend weiterentwickelt, auch mit Unterstützung des Beirats. Durch weitere Marketingmassnahmen und gezielte Kommunikation gemeinsam mit der Bundeskanzlei (siehe Marketing/Kommunikationskonzept 2008-2011 vom 20.05.2008) wird der Bekanntheitsgrad von „www.ch.ch/publicjobs“ weiter gefördert.

Das Public Recruiting Forum soll in regelmässigen Abständen von 1 1/2 bis 2 Jahren durchgeführt werden, nächstes Mal voraussichtlich im ersten Semester 2011 in der Westschweiz.

3.2. Budget

Das Budget richtet sich nach der Wirtschaftlichkeitsanalyse vom 30. November 2007. Grundsätzlich werden Betrieb und Entwicklung aus den Inserateerträgen finanziert. Zudem soll ein Deckungsbeitrag an die Investitionskosten erwirtschaftet werden, damit 2012 der sogenannte „break even“ erreicht wird. Ein Gewinn wird nicht angestrebt. Entwicklungen und Optimierungen während des Jahres werden mit der Bundeskanzlei abgesprochen und gemeinsam geplant.