



Studie „Karriere-Websites 2025“: Anhaltende Stagnation auf den Karriere-Websites

Zum 14. Mal seit 2000 wurden an der Hochschule RheinMain (HSRM) die Karriere-Websites bedeutender Arbeitgeber in Deutschland analysiert und bewertet. Die aktuelle Studienauflage offenbart, dass sich im Hinblick auf die Qualität der Karriereseiten in den letzten sechs Jahren nur sehr wenig getan hat.

Im Fazit der Studienauflage des Jahres 2021 hatten die Studienautoren Prof. Dr. Thorsten Petry und Sebastian Meurer von einer Stagnation gesprochen und die Hypothese aufgestellt, dass der Fokus in den von der Covid-19-Pandemie geprägten Jahren 2020/2021 auf anderen Themen lag und die Karriere-Website danach wieder stärker in den Vordergrund treten würde. Diese Erwartung habe sich aber nicht erfüllt. Auch vier Jahre später verharre der durchschnittliche Erfüllungsgrad der Anforderungen an eine zeitgemäße Karriere-Website „relativ konstant auf einem wenig befriedigenden Niveau“, so Studienautor Prof. Dr. Thorsten Petry, der im Fachbereich Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain Unternehmensführung lehrt.

Im Durchschnitt erreichen die untersuchten 155 Karriere-Websites im Jahr 2025 einen Erfüllungsgrad von knapp 59 Prozent – ähnlich wie in den Vorjahren. Über die letzten Jahre würden relativ konstant gut 40 von 100 Anforderungen an eine zeitgemäße Karriere-Website nicht erfüllt: „Den letzten wirklichen Qualitätssprung gab es von 2017 bis 2019“, so Prof. Dr. Petry.

Auch wenn sich das Studiendesign weiterentwickelt habe (insbesondere „Mobile First“-Fokus), diesmal noch mehr Unternehmen untersucht wurden (155 statt 126) und die Anforderung an eine zeitgemäße Karriere-Website im Laufe der Jahre größer geworden sei, müsse – aus der Vogelperspektive betrachtet – von einer anhaltenden Stagnation in den letzten sechs Jahren gesprochen werden. Auch wenn der Optimierungsbedarf offensichtlich ist, passiere kaum etwas, so Studienautor Prof. Dr. Petry.

Wie Studienautor Sebastian Meurer, Lehrbeauftragter an der Hochschule RheinMain und Teamlead Research & Business Development bei der Raven51 AG, herausstellt, sei „auch vom aktuellen KI-Hype auf den allermeisten Karriere-Websites nichts zu spüren. Im Untersuchungsbereich ‚Digital Recruiting‘, in dem wir geprüft haben, inwieweit die 155 bedeutenden Arbeitgeber neuartige digitale Technologien und mit künstlicher Intelligenz (KI) versehenen Funktionsangebote in

ihre Karriere-Website integriert haben, liegt der mittlere Erfüllungsgrad wie bereits 2023 bei gerade einmal fünf Prozent.“

Die Analyseergebnisse zeigen eine hohe Spannweite in der Qualität der untersuchten Karriere-Websites auf. „Es wäre nicht angemessen, alle Unternehmen über einen Kamm zu scheren, denn es gibt teilweise sehr große Qualitätsunterschiede zwischen den untersuchten Karriere-Websites. Einige Arbeitgeber sind bereits sehr gut aufgestellt, andere haben große Baustellen“, so Prof. Dr. Thorsten Petry. „Der erreichte Erfüllungsgrad der Anforderungen an eine zeitgemäße Karriere-Website variiert zwischen sehr guten 78 Prozent und geradezu erschreckenden 18 Prozent.“

Rang	Arbeitgeber	Zugang	Information	Candidate Experience	Funktionalität	GESAMT
1	Aldi Süd	77,8%	93,9%	90,7%	50,0%	78,2%
2	OTTO	100,0%	86,7%	86,0%	54,1%	78,1%
3	BASF	94,4%	93,9%	82,6%	50,8%	77,6%
4	Kaufland	94,4%	89,8%	93,0%	44,3%	77,6%
5	Arvato	88,9%	84,7%	87,2%	52,5%	76,2%
6	Lidl	100,0%	93,9%	83,7%	41,0%	75,6%
7	Deutsche Telekom	88,9%	79,6%	91,9%	50,8%	75,6%
8	Stadt Stuttgart	83,3%	86,7%	83,7%	51,6%	75,0%
9	Asklepios Kliniken	88,9%	85,7%	88,4%	45,9%	74,9%
10	Stadt München	83,3%	79,6%	80,2%	59,0%	74,0%
11	Allianz	77,8%	86,7%	89,5%	43,4%	73,7%
12	thyssenkrupp	94,4%	79,6%	88,4%	45,9%	73,6%
13	Stadtwerke Hannover (Energy)	100,0%	84,7%	89,5%	36,9%	73,3%
14	BMWG+B	83,3%	76,5%	88,4%	46,7%	71,8%
15	Adesso	100,0%	73,5%	76,7%	54,1%	71,3%
16	Bayer	77,8%	86,7%	86,0%	37,7%	70,9%
17	Schwarz Corporate Solutions	88,9%	76,5%	87,2%	41,8%	70,6%
18	Volkswagen	77,8%	85,7%	83,7%	39,3%	70,4%

19	Materna Information & Com.	100,0%	83,7%	84,9%	32,8%	70,4%
20	PWC	88,9%	78,6%	80,2%	45,9%	70,3%
Ø	155 bedeutender Arbeitgeber	73,7%	62,8%	76,1%	32,0%	58,6%

Abb. 1: Top-20 Karriere-Websites

Verschiedene Unternehmenscluster im Vergleich

Im Hinblick auf die im Rahmen der Studie untersuchten Unternehmenscluster schnitten die großen und beliebten Arbeitgeber wenig überraschend und wie in den Vorjahren wieder am besten ab. Der Mittelwert liege mit etwas unter 64 Prozent allerdings zwei Prozentpunkte tiefer als noch 2023 und 2021. „Und die Spannweite von 78 bis 42 Prozent zeigt, dass es auch bei den großen und beliebten Arbeitgebern schlechte Karriere-Websites mit deutlichen Optimierungspotenzialen gibt“, so die beiden Studienautoren.

Die untersuchten Karriere-Websites aus dem Mittelstand und dem öffentlichen Sektor sowie die analysierten, in 2024 besonders personalnachfragestarken Unternehmen lägen in der Gruppenbetrachtung alle auf einem ähnlichen Level und erreichen jeweils einen Durchschnittswert von 56 Prozent.

Detailbefunde in vier Analyse kategorien

Die 166 Analyse kriterien der Studie sind vier Anforderungskategorien zugeordnet. „Dies ist zunächst der Zugang, denn die Qualität einer Karriere-Website mag noch so gut sein, sie wird nicht den gewünschten Erfolg beschere n, wenn sie nicht gefunden beziehungsweise kaum besucht wird. Zum zweiten ist es der Informationsgehalt, denn die Besucher der Karriere-Website – das heißt potenzielle zukünftige Mitarbeiter – wollen etwas über das Unternehmen als Arbeitgeber, Beschäftigungsbedingungen, konkrete Jobs, den Bewerbungsprozess und so weiter erfahren“, sagt Prof. Dr. Petry.

In der dritten Kategorie „Candidate Experience“ wurde geprüft, dass die Nutzer:innen durch eine strukturierte, konsistente und zielführende Benutzerführung unterstützt werden und die Karriere-Website ein angenehmes und ansprechendes Erlebnis bietet. Schließlich sei es wichtig, dass die Karriere-Website heutzutage mehr ist als eine reine One-Way-Kommunikation. Wie Studienautor Sebastian Meurer betont, „sollte eine zeitgemäße Karriere-Website hilfreiche Funktionalitäten anbieten und die einfache Interaktion mit den am Arbeitgeber interessierten Menschen ermöglichen“.

Der Studienbericht liefert einen tieferen Einblick in diese vier Analyse kategorien und offenbart spannende Befunde zu einzelnen Kriterien innerhalb dieser Kategorien.

Analysemodell der Studie

Die Bewertung der Karriere-Websites beruht auf einem im Jahr 2000 im Studiengang Media Management der Hochschule RheinMain entwickelten Kriterienkatalog. „Dieser wurde seitdem – basierend auf neuesten Erkenntnissen, Unternehmens- und Bewerberfeedback sowie den Erfahrungen und der Expertise der Herausgeber und der Studienpartner:innen milch & zucker, Jobware und Raven 51 – kontinuierlich angepasst und immer weiter optimiert“, erläutert Prof. Dr. Petry. Der aus Experten-Perspektive aufgestellte Katalog von 166 Kriterien repräsentiert eine imaginäre, optimale Karriere-Website (100 Prozent Erfüllungsgrad). Die Bewertung aus Perspektive von Bewerber:innen erfolgte wie in den Vorjahren unabhängig und eigenständig durch ein Team von Studierenden des Studiengangs Media Management an der Hochschule RheinMain.

Der vollständige Studienband im PDF-Format kann [hier](#) bestellt werden.

Die Autoren:

- Sebastian Meurer, Raven 51 AG und Hochschule RheinMain
- Prof. Dr. Thorsten Petry, Hochschule RheinMain

Die Hochschule RheinMain

Über 70 Studienangebote an zwei Studienorten mit einem internationalen Netzwerk – das ist die Hochschule RheinMain. Rund 12.600 Studierende studieren in den Fachbereichen Architektur und Bauingenieurwesen, Design Informatik Medien, Sozialwesen und Wiesbaden Business School in Wiesbaden sowie im Fachbereich Ingenieurwissenschaften in Rüsselsheim am Main. Neben der praxisorientierten Lehre ist die Hochschule RheinMain anerkannt für ihre anwendungsbezogene Forschung.

[Website](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#) | [YouTube](#)