



# SO FUKTIONIERT ERFOLGREICHE ONLINE- PR FÜR EXISTENZGRÜNDER

**food**jobs.de

CASE STUDY: FOODJOBS GMBH

MIT ONLINE-PRESSEMITTEILUNGEN DIE REICHWEITE  
STEIGERN

## foodjobs.de – So funktioniert erfolgreiche Online-PR für Existenzgründer

---

Das Startup foodjobs GmbH ist ein Jobportal für die Lebensmittelbranche und bietet seinen Kunden die Suche nach Stellen sowie das Einstellen von Anzeigen für freie Positionen. Darüber hinaus informiert foodjobs.de seine Nutzer über Branchennews und stellt ihnen einen Ratgeber zur Verfügung. Die Zielgruppen von foodjobs.de sind somit sowohl User auf Jobsuche als auch Unternehmen, die Positionen anzubieten haben. Für Unternehmen ist foodjobs.de eine lebensmittelspezifische Jobbörse für gezielte Personalsuche und Employer Branding. Da im Web 2.0 inzwischen eine Vielzahl von Jobbörsen existiert, ist es für ein Startup wie foodjobs.de wichtig, zunächst Aufmerksamkeit zu generieren und den eigenen Bekanntheitsgrad zu steigern.

Für Startups und Existenzgründer stellt sich zu Beginn oft die Frage, welche Formen von PR und Marketing sich eignen und ins Budget passen. foodjobs.de hat sich für den Weg über die Online-PR entschieden. Mithilfe von Online-Pressemitteilungen hat das Portal seine Bekanntheit gesteigert.

„Online-PR ist ein hervorragendes Instrument, um nur die relevante Zielgruppe zu erreichen, gerade wenn man als Start-Up in einer Nische anfängt. Dank dem regelmäßigen Einsatz von Online-Pressemitteilungen ist es uns gelungen ein Grundrauschen in Netz zu erzeugen.“



(Bianca Burmester, foodjobs GmbH)

Durch das Versenden verschiedener Meldungen an eine Vielzahl von Presseportalen hat foodjobs.de es geschafft innerhalb von 6 Monaten die Zahl der Unique User von Null auf 10.000 zu bringen. Auch danach ist die Zahl der Visits und Unique-User weiterhin stetig gestiegen. Inzwischen besuchen 30.000 Unique User monatlich foodjobs.de und erzeugen über 50.000 Visits/Monat.

Darüber hinaus kann foodjobs.de auch ein beständiges Wachstum bei den Anzeigen verzeichnen: In der Spitze sind bis zu 280 Stellenanzeigen auf dem Portal zu finden. Auch 2.000 Kandidaten auf Jobsuche sind inzwischen als Nutzer des Jobportals registriert. foodjobs.de ist also gut von der Lebensmittelbranche angenommen worden. Diesen Bekanntheitsgrad erreichte die foodjobs GmbH dank ihrer guten Online-Pressemitteilungen, die mehr sind, als bloße Unternehmensnews. In ihren Online-Pressemitteilungen bietet foodjobs.de seinen Kunden einen echten inhaltlichen Mehrwert: Sie enthalten nützliche und interessante Informationen über die Branche und sind visuell gut aufbereitet.

„Eine Pressemitteilung sollte eine prägnante Headline haben, eine Geschichte erzählen und vor allem einen Nutzen transportieren.“



(Bianca Burmester, foodjobs GmbH)

foodjobs.de gewann mit „Tabuthema Gehalt: Studie von foodjobs.de über das Einstiegsgehalt in der Lebensmittelbranche 2015“ deshalb den Wettbewerb um die beste Online-Pressemitteilung 2015. Die Pressemitteilung informiert Leser über in der Branche übliche Einstiegsgehälter. Aktuelle Informationen über die Höhe und Entwicklung von Gehältern besitzen für Unternehmen und angehende Arbeitnehmer gleichermaßen eine hohe Relevanz. Deswegen legt foodjobs.de erstmalig fundierte Aussagen über die Einstiegsgehälter nach Funktionsbereichen und Branchen in der Lebensmittelbranche vor und bietet damit Orientierung und Hilfestellung für alle, die in die Lebensmittelbranche einsteigen möchten. Der Leser konsumiert hier also keinen rein werblichen Inhalt, sondern bekommt relevante Inhalte geboten. Die Online-Pressemitteilung ist ein echtes Best-Practice-Beispiel.

## Tabuthema Gehalt: Was verdienen Absolventen? Studie von foodjobs.de über das Einstiegsgehalt in der Lebensmittelbranche 2015

- Mehrheit der Berufseinsteiger in der Lebensmittelbranche ist mit ihrem Einstiegsgehalt zufrieden
- Männer verdienen schon zu Beginn 10% mehr als Frauen
- 46% der Absolventen finden sofort nach dem Studium einen Job



Infografik-Einstiegsgehalt in der Lebensmittelbranche-2015

Was kann ein Berufseinsteiger in der Lebensmittelwirtschaft an Gehalt erwarten? Welche Faktoren machen den Unterschied nach oben aus? Licht ins Dunkel über die Studie von foodjobs.de.

Aktuelle Informationen über die Entwicklung von Gehältern besitzen Unternehmen und angehende Arbeitnehmer gleichermaßen ein Interesse. Deswegen legt foodjobs.de erstmalig fundierte Aussagen über Einstiegsgehälter nach Funktionsgruppen

und Branchen in der Lebensmittelbranche vor und bietet damit Orientierung und Hilfestellung für alle, die in die Lebensmittelbranche einsteigen wollen.

Auf Basis einer online-basierten Umfrage, bei der Berufseinsteiger und Professionals Auskunft erteilen, wurden ab Mitte Juni 2015 in den ersten zehn Wochen repräsentative Werte ermittelt und für die aktuell vorliegende Studie ausgewertet. "In all unseren Bewerbertrainings und Messeauftritten fällt die Frage nach dem Einstiegsgehalt. Grund genug für uns, hier genauer hinzuschauen. Wir waren positiv überrascht von der hohen Resonanz von 539 Teilnehmern, die damit den Weg bereitet haben – für mehr Transparenz und Orientierung", erläutert Bianca Burmester, Geschäftsführerin von foodjobs.de ihren Ansatz.

Die Studie liefert aufschlussreiche Ergebnisse und sorgt für die eine oder andere Überraschung. So kristallisierte sich heraus, dass Berufseinsteiger mit überdurchschnittlicher Gehaltsvorstellung dafür beste Chancen in der Branche "Milch" und "Molkereiprodukte" finden. Auch die Branchen "Getränke" und "Süßwaren/Dauerbackwaren" bezahlen überdurchschnittlich gut gegenüber "Brot- und Backwaren" und "Fleisch/Wurst/Geflügel".

Neben den Gehältern der Lebensmittelbranche, die der Orientierung und der optimalen Vorbereitung für Bewerbungsgespräche dienen sollen, sei daran erinnert, dass Gehalt nicht alles ist – Arbeitszeiten, Urlaubstage und auch das Arbeitsumfeld sollten stets gegenüber gestellt werden.

Die Infografik und weitere Vergütungskurven sind zu finden unter: [www.foodjobs.de/Einstiegsgehalt-in-der-Lebensmittelbranche](http://www.foodjobs.de/Einstiegsgehalt-in-der-Lebensmittelbranche)

Die gesamte Studie kann unter [info@foodjobs.de](mailto:info@foodjobs.de) kostenlos per Mail angefordert werden.

Die Online-Pressemitteilung überzeugt durch:

- eine interessante Überschrift
- ein spannendes Thema
- eine übersichtliche Gliederung
- eine gute Infografik
- Zahlen & Fakten
- inhaltlichen Mehrwert
- einen roten Faden
- gute Formulierungen
- ein auflockerndes Zitat

[Die ganze Online-PM lesen](#)

Mit ihren guten Online-Pressemitteilungen hat foodjobs.de auch dank regelmäßiger und weitreichender Veröffentlichungen seine Reichweite bei der Zielgruppe gesteigert. Denn um die eigene Bekanntheit zu steigern, sollten Startups immer wieder auf sich aufmerksam machen. Im Internet wird nur gefunden, wer nicht nur sporadisch, sondern stetig kommuniziert. Deshalb ist es wichtig, in Online-Pressemitteilungen verschiedene Themen zu thematisieren, die potentielle Kunden interessieren und beschäftigen und immer wieder Neues zu bieten.



Durch die Veröffentlichung ihrer Online-Pressemitteilungen auf einer Vielzahl von Presse- und Fachportalen erreicht foodjobs.de eine große Zahl von potentiellen Kunden gleichzeitig. Dafür nutzt das Startup den Distributionsdienst PR-Gateway: „Ein großer Vorteil von PR-Gateway sind Premium- und Fachportale, die unseren Mitteilungen eine hohe Reichweite bringen.“, findet foodjobs Geschäftsführerin Bianca Burmester und erklärt weiter „Ohne PR-Gateway würden wir keine zusätzliche manuelle Distribution vornehmen, da wir dazu keine Kapazitäten haben.“ Der Distributionsdienst ist für sie deshalb vor allem eine „riesengroße Arbeitserleichterung“, die ihr hilft, die Bekanntheit und Reichweite ihres Startups zu vergrößern. Einen kostenlosen Leitfaden und eine Checkliste mit Tipps für eine gelungene Online-PR erhalten Gründer auf der [Aktionssseite für Startups](#).

---

**Autoren Hinweis:**

Melanie Tamblé ist Expertin für PR, Online-Marketing und Social Media. Sie ist Geschäftsführerin der ADENION GmbH. Der Online-Distributionsdienst PR-Gateway bietet eine zentrale Verteilung von Presse- und Online-Mitteilungen, Social Media News, Bildern und Dokumenten an Presseportale, Newsdienste und Social Media.

PR-Gateway, Blog2Social und CM-Gateway ermöglichen eine einfache und schnelle Verteilung von Pressemitteilungen, Social Media News, Blogartikeln, Bildern und Dokumenten an Presseportale, Blogs, Newsdienste und Social Media. Mit Influma bietet Adenion ein Recherche- und Analyse-Tool für Content und Influencer Marketing.



Weitere Informationen:

[pr-gateway.de](http://pr-gateway.de)


---



## PR-Gateway

### Immer das richtige Umfeld für Ihre Pressemitteilung

Was auch immer Sie zu berichten haben, mit PR-Gateway veröffentlichen Sie Ihre Pressemitteilung auf Ihrer persönlichen Portalauswahl aus über 250 Portalen.



**Schnell**

Sofort-  
Veröffentlichung



**Individuell**

Über 250 Portale für Ihre  
individuellen Inhalte



**Effektiv**

Veröffentlichungen,  
Reichweite, Sichtbarkeit

- Für Ihre Pressemitteilungen, Unternehmensnews und Event-Mitteilungen
- Stellen Sie Ihre Portalauswahl aus Presseportalen, Event-Portalen, Regionalportalen, Dokumenten-Netzwerken und Social Media zusammen
- Reporting mit Links zu den generierten Fundstellen

Jetzt starten: Veröffentlichen Sie **1 Pressemitteilung** und **1 Event-Mitteilung**. Dazu erhalten Sie **1 Premium-Report**. Für Sie **kostenlos**.

**Jetzt kostenloses Testpaket sichern**

[» pr-gateway.de/jetzt-kostenlos-testen](http://pr-gateway.de/jetzt-kostenlos-testen)



#### Impressum

ADENION GmbH  
Merkatorstraße 2, 41515 Grevenbroich  
Tel: + 49 2181 7569-266, Fax: + 49 2181 7569-199  
Web: adenion.de, E-Mail: frage@adenion.de

Geschäftsführer: Andreas Winkler, Melanie Tamblé  
Registernummer: HRB 8141, AG Mönchengladbach  
USt-Id Nr: DE813248743