

## **Kosten für Stellenanzeigen im Infodienst *makeITsocial***

In der Vergangenheit wurden wir häufiger angefragt, wie hoch die Kosten für die Veröffentlichung einer Stellenanzeige im Infodienst *makeITsocial* sind.

Wir tun uns schwer damit, für eine Dienstleistung, die von unterschiedlichen Akteur:innen in Anspruch genommen wird, einen festen, für alle geltenden Betrag zu erheben. Daher haben wir uns für einen Weg entschieden, der sich in das Arbeitskonzept der *makeITsocial* UG einfügt.

Alle Einnahmen, die aus der Veröffentlichungen von Stellenanzeigen und ggf. Werbeeinnahmen generiert werden, gehen in voller Höhe in einen internen Fördertopf, dessen Mittel wir für die Arbeit mit spendenfinanzierten Organisationen und Projekten vorsehen, sodass auch dort, wo keine finanziellen Ressourcen für IT-Dienstleistungen abrufbar sind, solche in Anspruch genommen werden können. Die gespendete Summe aus dem Infoportal und die damit umgesetzten Projekte können dem jeweils folgenden Jahresbericht entnommen werden.

**Eine Stellenanzeige kostet ab sofort einen frei-wählbaren Betrag**, der uns von Euch genannt wird.

Da es sich bei den Empfänger:innen des Infodienstes *makeITsocial* um Menschen handelt, die sich proaktiv für den Empfang dieser Mailings entschieden haben und sowohl ein persönliches, als auch berufliches Interesse an dem Thema „Digitalisierung im Sozialen“ haben, erreichen wir mit der Versendung sehr hohe Interessens- und Öffnungsraten. Siehe dazu den Anhang „Informationen zur Reichweite“, auf Seite 2.

Zur Einschätzung des Betrags geben wir gerne einige weiche Faktoren auf den Weg:

- Relevanz der Stellenanzeige in Bezug zur Zielgruppe der Plattform:

Eine Stellenanzeige ist immer auch eine passive Imageaufwertung für die jeweilige Organisation. D.h. neben der Tatsache ein potentieller Arbeitgeber oder Arbeitgeberin zu sein, transportiert die Veröffentlichung auch die Information, dass man sich aktiv mit dem Thema „Digitalisierung (im Sozialen)“ beschäftigt.

- Größe und finanzielle Ressourcen der eigenen Organisation
- Preis und Wirksamkeit der Anzeige bei anderen (kostenpflichtigen) Plattformen

Wir freuen uns über Fragen und einen aktiven Austausch mit Euch zum benannten Thema.

Das Team von *makeITsocial*

## Informationen zur Reichweite des Infodienst *makeITsocial*

Der Infodienst *makeITsocial* hat eine gegenwärtige, feste Abonnentenbasis von 268 Empfänger:innen (Stand 21.08.2022), welche die wöchentliche Zusammenfassung direkt in ihr E-Mail Postfach erhalten. Mit unseren Sendungen erreichen wir eine eindeutige Öffnungsrate von ca. 35%. Dieser Wert hat eine relative Konsistenz über die vergangenen Monate und zeigt nur bspw. während Urlaubs- und Ferienzeiten nachvollziehbare Anomalien. So bspw. am 20.07.2022.

26.04.2022	34,98%
03.05.2022	35,87%
11.05.2022	37,78%
18.05.2022	37,07%
25.05.2022	37,18%
31.05.2022	39,57%
07.06.2022	38,30%
14.06.2022	36,97%
21.06.2022	38,66%
28.06.2022	37,82%
06.07.2022	35,75%
12.07.2022	32,63%
20.07.2022	13,29%

Als Beispiel haben wir 13 Sendungen ausgewertet. Die hinterlegten Werte sind eindeutige Öffnungen, d.h. solche, denen sicher eine Öffnung der Mail nachgewiesen werden kann. Da verschiedene E-Mail Clients und dem zu Grunde gelegt bestimmte Datenschutzeinstellungen die sichere, serverseitige Bestätigung einer Öffnung verhindern, handelt es sich dabei lediglich um eine Näherungszahl. Es kann hier also nur von einer Tendenz gesprochen werden. Als Referenz hat der Newsletter-Dienst *Mailchimp* in einer Erhebung, beispielsweise in der Kategorie Medien- und Verlagswesen, einen Durchschnitt unter allen Akteur:innen von insgesamt 22,15% bei einer durchschnittlichen Klickrate von ca. 4,6%.

**Durchschnitt:** 35,07%

Weiterführende Informationen findet ihr in der [Marketingbibliothek des Dienstes Mailchimp](#)

Das wir eine deutlich höhere Rate erreichen, stimmt uns sehr glücklich und zeigt zudem, dass die referenzierten Inhalte viele unserer Abonnent:innen interessieren. Da wir keine sogenannten „Click2Action“ Inhalte in den Mailings verwenden, können wir jedoch die spezifischen Klickraten nicht ermitteln.

Nach jeder Sendung messen wir anonym die Seitenaufrufe der Website. Diese bewegen sich in der Regel zwischen 300-500 Klicks pro Woche, verteilt auf alle Inhalte des Infodienstes. Diese Differenz zwischen Abonnenten und Klickrate kommt sehr wahrscheinlich dadurch zu Stande, dass Menschen auch unabhängig der Mailings die Inhalte abrufen und zudem diese innerhalb von Arbeitsnetzwerken weiter verbreitet werden.

Wir hoffen Euch ein wenig Einblick in die Bewertung unserer Reichweite gegeben zu haben. Weitere Informationen finden ihr hier:

<https://de.sendinblue.com/blog/klickraten-oeffnungsraten-newsletter-benchmark/>