

So sichern
Sie sich
als KMU
die besten
Talente.

KMU

Recruiting- Leitfaden

Info

So sichern Sie sich die besten Talente!

Der KMU Recruiting-Leitfaden bietet Ihnen eine optimale Hilfestellung für die Personalsuche! In einem kurzen Überblick erhalten Sie Einsicht in die behandelten Themen und können per Mausklick direkt zu den Detailinformationen springen. Darüber hinaus finden Sie im Anhang nützliche Anleitungen und Checklisten, die Ihnen das Personalmanagement erleichtern sollen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Personalsuche!

IM ÜBERBLICK 3**1 AKUTE PERSONALSUCHE 5**

Die Stellenausschreibung: Wo wie was schalten? 6

Bewerberkommunikation 8

Active Sourcing 10

2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER 11

Unternehmenswebsite 12

Social Media 16

Ihre Talente von morgen 17

ZUSATZMATERIAL 18

IM ÜBERBLICK

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Die Stellenausschreibung: Wo wie was schalten?

Die Stellenanzeige ist heutzutage – da viele Bewerbende direkt auf Google oder in Online-Börsen nach Jobs suchen – oftmals der erste Kontaktpunkt mit Ihrem Unternehmen und hat somit die Aufgabe, nicht nur die offene Stelle selbst, sondern auch den Arbeitgeber ansprechend zu präsentieren. Achten Sie deshalb darauf, einerseits ausreichend **Informationen über die Rahmenbedingungen** des Jobs aufzuzeigen sowie andererseits Ihr Unternehmen aussage-

kräftig zu beschreiben und auch Ihre **Vorzüge als Arbeitgeber** hervorzuheben. Für die Suche nach Personal stehen Ihnen zahlreiche Print- und Online-Jobbörsen und **Social-Media-Portale** zur Verfügung, wobei Sie auch keinesfalls regionale oder branchenspezifische Jobbörsen außer Acht lassen sollten. Darüber hinaus können Sie mittels Business-Portalen und **Mitarbeiterempfehlungen** auch aktiv nach potenziellen neuen MitarbeiterInnen suchen.

[Mehr zum Thema Stellenausschreibung](#)



Bewerberkommunikation

Bewerbungsprozesse sind stark emotional behaftet, schließlich wird man viel Zeit an seinem zukünftigen Arbeitsplatz verbringen. Insofern ist es essenziell, den Bewerbenden die oftmals vorherrschende Nervosität zu nehmen und ihnen auf Augenhöhe zu begegnen. Das Mittel zu einer beidseitig erfolgreichen Bewerberkommunikation lautet daher: Wertschätzung. Bieten Sie

Bewerbenden deshalb stets die Möglichkeit, sich bei Fragen an eine Ansprechperson wenden zu können, und achten Sie auf eine möglichst rasche Abwicklung des **Bewerbungsprozesses** – hier können Ihnen die gesammelten **Musterschreiben** nützlich sein. Wichtig ist dabei, stets die **Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)** im Blick zu haben.

[Mehr zum Thema Bewerberkommunikation](#)



Active Sourcing

Unter dem Begriff „Active Sourcing“ werden sämtliche Maßnahmen zur Identifizierung und Ansprache vielversprechender KandidatInnen für eine offene Stelle im Unternehmen zusammengefasst. Konkret bedeutet dies, dass nicht der/

die BewerberIn selbst auf Ihr Unternehmen zukommt, sondern Sie sich aktiv auf die Suche nach geeigneten Personen machen und anschließend versuchen, mit diesen **in Kontakt zu treten** und sie für Ihr Unternehmen zu begeistern.

[Mehr zum Thema Active Sourcing](#)

IM ÜBERBLICK

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER



Unternehmenswebsite

Zweifellos führt der Weg von Jobsuchenden immer auch auf die **Website des Wunschunternehmens**. Aber was passiert, wenn Interessierte auf Ihrer Seite angekommen sind? Findet er/sie Infos zu Jobmöglichkeiten oder Details zu Ihnen als

Arbeitgeber? Neben aktuell offenen Stellen und einer Kontaktperson sollten auch Informationen zur Unternehmenskultur, den MitarbeiterInnen und eventuell gebotenen **Benefits auf der Website** nicht fehlen.

[Mehr zum Thema Unternehmenswebsite](#)



Social Media

Spricht man über modernes Recruiting, kommt man an Social Media nicht mehr vorbei. Die diversen **sozialen Netzwerke** bieten Unternehmen die Möglichkeit, auf einfache und meist kostenlose Art und Weise mit potenziellen neuen MitarbeiterInnen in Kontakt zu treten. Essenziell ist dabei die laufende Pflege des Profils und die rasche Reaktion auf Anfragen, Kommentare

und Likes. Dabei ist allerdings keine durchgehende Präsentation auf allen Kanälen erforderlich – je nach gewünschter Zielgruppe sollten nur geeignete Portale bespielt werden. In der ausführlichen Liste der **gängigsten Portale** sind die jeweiligen Alters- und Zielgruppen angegeben – so können Sie die für Sie geeigneten Plattformen identifizieren.

[Mehr zum Thema Social Media](#)



Ihre Talente von morgen

Nicht immer führen **Stellenanzeigen** zum gewünschten Erfolg – schließlich sind Fachkräfte heiß umkämpft. Auch für kleinere Unternehmen empfiehlt es sich daher, einen sogenannten **„Talente-Pool“** aufzubauen, indem man die Daten bestehender wie auch ehemaliger MitarbeiterInnen, PraktikantInnen oder auch in Evidenz

gehaltenen Bewerbenden speichert und für andere Positionen im Unternehmen in Betracht zieht. Auch **Mitarbeiterempfehlungen** sollten beachtet und gefördert werden, da Sie ebenfalls einen wichtigen Faktor bei der Personalsuche darstellen.

[Mehr zum Thema Talente von morgen](#)

1



Akute Personalsuche

Mit einer guten Stellenanzeige schaffen Sie es, die richtigen BewerberInnen anzulocken und in der optimalen Kommunikation während des Bewerbungsprozesses für sich zu begeistern. Doch was tun, wenn die BewerberInnen ausbleiben? Dann drehen Sie einfach den Spieß um und machen sich aktiv auf die Suche.

1

AKUTE PERSONALSUCHE

JOB

Die Stellenausschreibung: Wo wie was schalten?

Der Köder muss dem Fisch gefallen

Neben wesentlichen Informationen wie Dienstort und Eintrittstermin und einer ansprechenden, anschaulichen Tätigkeitsbeschreibung sollte Ihr Inserat darüber hinaus die einzelnen Anforderungen an den/die KandidatIn beinhalten. Achten Sie hierbei unbedingt darauf, nicht mehr als zehn konkrete Anforderungspunkte aufzulisten – ansonsten könnten vielversprechende KandidatInnen von einer Bewerbung absehen, da sie fürchten, den zahlreichen Anforderungen ohnehin nicht gerecht zu werden. Überlegen Sie bei jeder Anforderung, ob diese wirklich nötig ist, und wenn ja, ob man sie nicht vielleicht besser in die Tätigkeitsbeschreibung verpacken könnte. Anstatt beispielsweise „kommunikativ“ als Anforderung anzuführen, besteht hier die Möglichkeit, das „kommunikative Umfeld“ zu beschreiben. Den geforderten Qualifikationen sollten in Folge entsprechende Anreize gegenübergestellt werden. Denken Sie dabei neben konkreten **Benefits** wie Mitarbeiterrabatten auch an nicht-materielle Anreize, die bei der Jobsuche schließlich eine immer größer werdende Rolle spielen. Durch Fotos vom Arbeitsalltag können Sie Ihren BewerberInnen außerdem einen authentischen Einblick in Ihr Unternehmen bieten und lockern eine oftmals trockene Stellenausschreibung stilistisch auf.

Hier finden Sie eine ausführliche **Checkliste**, welche Punkte Ihre Stellenausschreibung unbedingt beinhalten muss und wie Sie diese am besten gliedern.

Info

Die Stelle klingt interessant, da möchte ich mich unbedingt bewerben! Und jetzt?!

Weisen Sie in der Stellenausschreibung darauf hin, in welcher Form die Bewerbung übermittelt werden soll – zum Beispiel via E-Mail, postalisch oder auch direkt über einen Link zu einem etwaig vorhandenen Online-Bewerbungsformular. Unumgänglich aus Sicht der Bewerbenden ist dabei auch die Angabe einer Ansprechperson, um die Kontaktaufnahme bei offen gebliebenen Fragen zu ermöglichen. Dies bietet aktuell nur rund die Hälfte der größten Arbeitgeber des Landes an – hier zeigt sich eine weitere Chance, sich positiv vom Wettbewerb am Arbeitsmarkt abzuheben. Denken Sie auch daran, dass Sie gesetzlich dazu verpflichtet sind, das geplante Gehalt für die ausgeschriebene Stelle anzugeben.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE

JOB

Die Stellenausschreibung: Wo wie was schalten?

Von der Suche nach BewerberInnen

Zweifellos hat in den vergangenen Jahren die Wichtigkeit von **Online-Jobbörsen** rasant zugenommen – so nutzt die Mehrheit der Jobsuchenden vorwiegend das Internet für die Jagd nach geeigneten Stellen. Die Gründe hierfür liegen auf der Hand: Die Interessenten können beispielsweise über Portale wie **karriere.at**, **monster.at** oder **stepstone.at** schnell und einfach nach Jobs in ihrem Fachgebiet, ihrem Wunschort und dem erstrebten Stundenausmaß suchen, diese dann filtern, vergleichen und sich auch gleich direkt online bewerben. Auch **Social-Media-Portale** werden zunehmend für die Arbeitssuche herangezogen. Neben bekannten Business-Plattformen wie beispielsweise **XING** bietet nun auch **facebook** die Möglichkeit, Stellenanzeigen zu posten und so vor allem mit jüngeren Zielgruppen in Kontakt zu treten.

Für die Suche nach sehr spezifischem Fachpersonal sind die Career Center einzelner Bildungseinrichtungen eine interessante Anlaufstelle. Sie bieten ihren SchülerInnen und Studierenden Jobs an, die perfekt zu der angebotenen Ausbildung passen, und fungieren somit als optimale Schnittstelle zwischen Unternehmen und AbsolventInnen.

Trotz der Fülle an Online-Anbietern sind bei der Suche nach geeigneten KandidatInnen die heimischen **Printmedien** nicht zu vernachlässigen. Speziell für kleinere Unternehmen ist die Schaltung von Stelleninseraten in regionalen Medien von großer Bedeutung. Denken Sie dabei an Tageszeitungen und Zeitschriften, die Sie selbst

regelmäßig nutzen, und wählen Sie die aus Ihrer Sicht geeigneten aus, um nach BewerberInnen zu suchen. Erfahren Sie hier, welche besonderen Punkte Sie bei **Print-Schaltungen** zusätzlich noch beachten sollten.

Lassen Sie auch Portale oder Foren nicht außer Acht, in denen Sie sich branchenintern fachlich austauschen können. Vielleicht besteht die Möglichkeit, hier kostengünstig oder sogar gratis offene Stellen zu posten bzw. Ihr Unternehmen als Arbeitgeber zu präsentieren, beispielsweise in Form eines Interviews mit Ihnen. Nutzen Sie darüber hinaus die Möglichkeit, Ihre MitarbeiterInnen, Freunde und Verwandte für die Personalsuche auszuschicken und sich nach Jobsuchenden in ihrer Umgebung umzuhören (siehe auch **„Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm“**).

Info

Machen Sie auch Gebrauch von den Angeboten des **AMS** – dieses hilft Unternehmen nicht nur bei der Personalsuche selbst, sondern bietet vielseitige Förderungen wie beispielsweise Eingliederungsbeihilfe oder Zuschüsse für die Lehrausbildung an.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

Wertschätzung ab dem ersten Kontakt

Als Basis für eine erfolgreiche Bewerberkommunikation und einen wertschätzenden Umgang mit Ihren BewerberInnen sollten Sie stets darauf achten, Interessierte vor, während und nach dem Auswahlprozedere die Möglichkeit zu persönlichem Austausch zu bieten, um Fragen zu klären und Unsicherheiten abzubauen.

Info

Ich habe mich schon vor Wochen beworben und noch keine Antwort erhalten!

Viele Bewerbende machen diese für sie oft frustrierende Erfahrung bei der Jobsuche und teilen ihren Unmut mit ihrem Umfeld. Die Folge für die Arbeitgeber sind oftmals negative Mundpropaganda und weniger Bewerbungen auf offene Stellen. Das kann sich in Zeiten des Fachkräftemangels wohl kaum ein Unternehmen leisten – schon gar nicht Klein- und Mittelbetriebe, die häufig auf Empfehlungen angewiesen sind. Hat sich ein/e BewerberIn für ein Unternehmen entschieden, versucht er/sie sich mittels ordentlicher Bewerbungsunterlagen, optimaler Vorstellung ihrer/seiner Person und professionellem Auftreten von der besten Seite zu zeigen. Bewerbende stecken im Regelfall viel Zeit und Mühe in ihre Bewerbung – das sollte entsprechend honoriert werden. Achten Sie als Unternehmen deshalb stets auf einen respektvollen Umgang mit Ihren potenziell neuen MitarbeiterInnen.

Haben Sie eine Bewerbung erhalten, sollten Sie möglichst rasch – im besten Fall binnen 1 bis 10 Werktagen – durch eine erste Rückmeldung darauf reagieren. Das kann ein kurzes **Antwortschreiben** sein, das den Erhalt der Unterlagen bestätigt und über die weiteren Schritte informiert. In diesem Schreiben sollten Sie den Bewerbenden jedenfalls persönlich ansprechen und eine Kontaktperson für mögliche Rückfragen angeben. Stellen Sie auch sicher, dass bei diesen Rückfragen rasch Auskunft über den aktuellen Stand der Bewerbung und die voraussichtliche Entscheidungsfrist gegeben werden kann. Beachten Sie dabei jedenfalls die Richtlinien der **Datenschutzgrundverordnung**.

Der erste Eindruck zählt

Nach Durchsicht der eingegangenen Bewerbungen können Sie eine Vorauswahl treffen, indem Sie die Anforderungen mit den BewerberInnenprofilen abgleichen. Im Anschluss sollten Sie die geeigneten KandidatInnen ehestmöglich kontaktieren und nach einem kurzen telefonischen Vorgespräch, in dem Sie erste Details abfragen können, ein persönliches Bewerbungsgespräch vereinbaren. Am besten bestätigen Sie diesen Termin danach nochmals per **E-Mail**. Dadurch können Sie auch die Möglichkeit nutzen, den Bewerbenden darin über die teilnehmenden Gesprächspartner und etwaige Besonderheiten zur Anfahrt oder den Parkmöglichkeiten zu informieren.

Für das Gespräch selbst ist es ratsam, vorab eine kurze Checkliste zu erstellen und sich wichtige Fragen an den Bewerbenden zu notieren.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

Selbstverständlich sollten Sie sich die Unterlagen des/der KandidatIn kurz vor dem Termin nochmals durchlesen, um optimal vorbereitet zu sein. Schaffen Sie eine freundliche und stressfreie Atmosphäre und eröffnen Sie das Gespräch mit einer Vorstellung Ihrerseits. Danach bitten Sie den Bewerbenden, sich vorzustellen – fragen Sie dabei auch nach dem Grund und die Motivation für seine Bewerbung und warum Sie gerade ihn einstellen sollten. Räumen Sie am Ende des Gesprächs auch Platz für Fragen seitens des Bewerbenden ein, wie zum Beispiel: „Warum ist die Stelle frei geworden?“, „Welche Benefits bieten Sie MitarbeiterInnen?“, „Was erwarten Sie von Ihren Angestellten?“ usw., und bereiten Sie sich darauf vor. Am Ende des Gesprächs klären Sie Ihren Gesprächspartner über den weiteren Ablauf des Bewerbungsprozesses wie zum Beispiel etwaige zweite Gesprächsrunden, geplante Rückmelde- und Entscheidungsfristen usw., auf.

Nach dem Kennenlernen sämtlicher KandidatInnen können Sie Ihre Auswahl treffen und dies Ihrem/r WunschkandidatIn direkt mitteilen. Jenen BewerberInnen, die nicht für die Stelle

geeignet sind, lassen Sie am besten rasch ein geeignetes **Absageschreiben** zukommen. Dieses sollte die folgenden Punkte beinhalten (siehe auch **Beispieltexte**):

- Persönliche Ansprache
- Ausdruck der Anerkennung/Wertschätzung
- Kontaktdaten einer Ansprechperson

Denken Sie bei den Absagen aber auch daran, interessanten BewerberInnen die Möglichkeit zu bieten, die Daten in Evidenz zu halten, um bei künftig vakanten Stellen wieder auf sie zurückkommen zu dürfen (siehe **„Talente-Pool“**) – achten Sie hierbei aber unbedingt auf die Regeln der **Datenschutzgrundverordnung**.

Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Beim Umgang mit BewerberInnen sollten Sie stets die Richtlinien der **Datenschutzgrundverordnung** (DSGVO) beachten, die mit Mai 2018 in Kraft getreten sind. Darin wird beispielsweise geregelt, für welche Zwecke die durch eine Bewerbung gespeicherten Daten verwendet werden dürfen bzw. wann diese wieder gelöscht werden müssen.

Dos & Don'ts im Umgang mit BewerberInnen

Dos

- ✓ Informationen über den Bewerbungsprozess
- ✓ Wertschätzender Umgang
- ✓ Rasche Rückmeldung
- ✓ Persönliche Anrede
- ✓ Angabe einer Kontaktperson
- ✓ Nennung einer Entscheidungsfrist

Don'ts

- ✗ Keine Rückmeldung
- ✗ Falsche/keine direkte Anrede
- ✗ Standardisierte Schreiben
- ✗ Anonyme Rückmeldung
- ✗ Unerreichbarkeit
- ✗ Angekündigte Fristen überschreiten

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Active Sourcing

Den Spieß umdrehen

Neben der naheliegenden Form der direkten, persönlichen Ansprache von Freunden und Bekannten (auch durch Ihre MitarbeiterInnen) ist die Suche anhand von Social-Media-Kanälen eine klassische Form des Active Sourcing. Bekannte Business-Portale sind beispielsweise [XING](#) und [LinkedIn](#), auf welchen die Nutzer ihre bisherige Berufserfahrung, Ausbildung, sonstige Kenntnisse und Interessen präsentieren können. Mittels Sucheingaben können Sie so passende Talente finden und direkt über die Plattform ansprechen. Weiters bieten einige Jobportale Bewerberdatenbanken an, in denen registrierte Unternehmen nach potenziellen MitarbeiterInnen suchen können – als Beispiel sei hier talent.cloud von [karriere.at](#) genannt.

Wichtig beim Active Sourcing ist es, sich die Zeit zu nehmen, tatsächlich geeignete KandidatInnen zu finden und nicht wahllos möglichst viele Personen zu kontaktieren. Viele Business-Portale bieten Ihnen zahlreiche Filtermöglichkeiten (sogenannte Boolesche Suchoperatoren), mit deren Hilfe Sie Ihre Suche Schritt für Schritt weiter eingrenzen können. So können Sie nicht nur nach bestimmten Merkmalen suchen, sondern zum Beispiel auch andere gezielt ausschließen.

Vor allem hochqualifizierte Fachkräfte in den Bereichen Informatik und Technik sind nicht selten mit einer Vielzahl an Anfragen konfrontiert und empfinden standardisierte Massen Anfragen oft als lästig. Achten Sie bei der Ansprache deshalb darauf, höflich und möglichst unaufdringlich zu agieren. Die perfekte [Kontaktaufnahme](#) beinhaltet eine kurze Vorstellung Ihrerseits, den Grund des Kontakts, eine Beschreibung der offenen Stelle und der Frage, ob Interesse an weiterführenden Informationen besteht. Ein weiterer Erfolgsfaktor lautet Individualität: Nehmen Sie in Ihrem [Anschreiben](#) beispielsweise Bezug auf ein Interessensgebiet oder eine bisherige Tätigkeit des/der KandidatIn.



Positionierung als attraktiver Arbeitgeber

Zweifellos bietet die Unternehmenswebsite eine ideale Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Doch auch das Social Web ist bei der Positionierung nicht mehr wegzudenken und kann optimal für den regelmäßigen Austausch mit Ihrem Talente-Pool herangezogen werden.

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER



Unternehmenswebsite

Erste Anlaufstelle

Als Herzstück der Arbeitgebermarkenpositionierung soll einem eigenen Karriere-Bereich das Kunststück gelingen, alle Bewerbenden bestmöglich und individuell abzuholen – ganz gleich, über welchen Kanal sie zu ihr gelangen und welche Informationen sie über das Unternehmen zuvor bereits gesehen haben.

Wir bieten Ihnen eine konkrete **Hilfestellung**, wie Sie den unternehmenseigenen Karriere-Bereich auf Ihrer Website gestalten können. Aber keine Sorge! Als KMU brauchen Sie kein umfangreiches Bewerbungsportal wie ein Großkonzern – essenzielle Informationen sollten aber jedenfalls vorhanden sein, um mit der erstellten Website auch den gewünschten Effekt zu erzielen. Achten Sie dabei vor allem darauf, die folgenden Punkte zu behandeln:

Offene Stellen

Potenzielle Bewerbende interessiert wohl am meisten, ob Ihr Unternehmen aktuell offene Stellen zu besetzen hat – umso praktischer, wenn sie diese Information direkt auf der Website vorfinden. Planen Sie auf der Karriere-Seite Platz ein, um freie Jobs aufzulisten und detailliert zu beschreiben. Wir zeigen Ihnen den Weg zur optimalen **Stellenbeschreibung**.

Doch selbst wenn Sie im Moment keine Stelle frei haben, zeigen Sie, dass auch Initiativbewerbungen jederzeit willkommen sind. Man weiß schließlich nie, was sich ergibt und welches

Goldstück Ihrem Unternehmen sonst verloren geblieben wäre. So können Sie auch gleich kostengünstig eine eigene Kartei mit Kontakten aufbauen, die Sie bei Bedarf direkt ansprechen können (sog. „**Talente-Pool**“). Achten Sie dabei auch unbedingt auf die **Datenschutzgrundverordnung** und den korrekten **Umgang mit BewerberInnen**.

Info

Hilfe! Ich hab noch eine Frage zur Bewerbung, aber wo kann ich da jetzt anrufen?!

*Der Karriere-Bereich kann noch so durchdacht gestaltet sein – die eine oder andere Frage bleibt immer offen. Findet der/die Jobsuchende nun keine direkte Möglichkeit, bei einem Verantwortlichen nachzufragen, könnte er/sie vor lauter Unsicherheit doch von einer Bewerbung absehen. Es empfiehlt sich daher dringend, den KandidatInnen die Möglichkeit zu geben, persönlich mit Ihnen in Kontakt zu treten – was wiederum eine Wertschätzung gegenüber Interessierten ausdrückt. Das Gefühl der Kommunikation auf Augenhöhe kann noch verstärkt werden, indem der Name durch ein Foto oder den bisherigen Werdegang weiter personalisiert wird. Mehr zum Thema **BewerberInnen-Kommunikation**.*

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER



Unternehmenswebsite

Persönlich kommuniziert ist halb gewonnen

Ist Ihr Unternehmen im **Social Web** aktiv, sollten Sie auf Ihrer Karriere-Seite unbedingt darauf hinweisen. Online-Plattformen sind eine ideale Möglichkeit, sich weiterführend mit potenziellen Bewerbenden auszutauschen. Wichtig ist, dass diese Seiten jedenfalls „gepflegt“ und regelmäßig mit Inhalten gefüttert werden. Wir geben Ihnen Tipps für eine erfolgreiche Kommunikation im **Social Web**.

Eine weitere Chance, BewerberInnen kennenzulernen, bieten Veranstaltungen, auf denen Ihr Unternehmen anzutreffen ist. Das müssen nicht zwangsläufig die großen Karriere-Messen in der Bundeshauptstadt sein. Auch regionale Info-Stände beispielsweise in Schulen oder bei Themen-Messen bieten Interessierten die Möglichkeit, zwanglos mit ihrem künftigen Arbeitgeber ins Gespräch zu kommen. Führen Sie auf der Website an, wo man Ihr Unternehmen künftig antrifft.

Das gewisse Extra: Zusatzleistungen für Mitarbeitende

Ob auf der unternehmenseigenen Karriere-Website oder auf externen Plattformen, wie Arbeitgeber-Bewertungsportalen: Die Transparenz **gebotener Zusatzleistungen** steigt. Gerade größere Unternehmen versuchen so, BewerberInnen bereits auf der Karriere-Website mit attraktiven Privilegien für MitarbeiterInnen zu locken. Aber auch kleinere Betriebe können sich hier positiv abheben, denn dabei müssen sich für den Arbeit-

geber keine riesigen (finanziellen) Hürden ergeben – besonders gefragt sind Zusatzleistungen, die zu einer gesunden Balance zwischen Arbeit und Freizeit beitragen. Denken Sie dabei also auch an immaterielle Anreize, wie zum Beispiel flexible Zeiteinteilung und Home-Office-Möglichkeit – oder ist vielleicht der Hund im Büro willkommen?

Darüber hinaus können Sie als KMU auf die Karte „Regionalität“ setzen: Immer mehr Menschen sind auf der Suche nach einer sinnstiftenden Tätigkeit – wenn sie damit die Heimatregion stärken können und noch dazu nicht weit pendeln müssen, umso besser. Oder Sie befragen bestehende Mitarbeitende, welche Vorteile sie an Ihrem Unternehmen besonders schätzen: Ist es das gemeinsam gekochte Mittagessen mit Zutaten vom benachbarten Bio-Bauern oder die Möglichkeit, in der Pause eine Runde im Grünen zu laufen? Bauen Sie diese wertvollen „Zuckerl“ getreu dem Motto „Tue Gutes und rede drüber“ ein.

Unternehmenskultur & Co: Wie tickt Ihr Team?

Dass MitarbeiterInnen, die sich mit den Werten ihres Arbeitgebers identifizieren, motivierter, produktiver und seltener krank sind, wird durch zahlreiche Studien untermauert. Gleichen Sie die gegenseitigen Wertevorstellungen deshalb direkt im Bewerbungsprozess ab. So können Sie von vornherein sichergehen, dass die gemeinsamen Werte und Philosophien übereinstimmen – auf diese Weise entfällt ein potenzieller Bearbeitungsaufwand für Bewerbungen, die sonst zu einem späteren Zeitpunkt zurückgezogen würden.

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER



Unternehmenswebsite

MitarbeiterInnen als BotschafterInnen

Was die eigenen Angaben des Arbeitgebers zu Kultur und Werten anbelangt, sind KandidatInnen mittlerweile jedoch sehr kritisch geworden – übrigens ähnlich wie bei den Aktivitäten im Bereich der unternehmerischen Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft („Corporate Social Responsibility“ oder kurz CSR). Authentizität und Glaubwürdigkeit sind also die wichtigsten Erfolgsfaktoren, die beispielsweise unterstützt werden können, indem Sie Mitarbeitende erzählen lassen, wie sie selbst das Klima im Team und im Unternehmen erleben.

Lernen? Lebenslang!

Die innerbetriebliche Fort- und Weiterbildung rangiert aktuell auf Rang drei der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Unternehmen, direkt nach dem Arbeitsklima und der Recruiting-Qualität. Immer mehr KandidatInnen wählen ihren Arbeitgeber sogar bewusst aufgrund bestimmter Laufbahnmöglichkeiten beziehungsweise Weiterbildungsoptionen aus. Deshalb ist es umso wichtiger, diesen Aspekt im Rahmen der Karriere-Website anzusprechen. Eine Vielzahl der heimischen Großunternehmen setzt dies bereits um. Als KMU können Sie hier ebenfalls glänzen, indem Sie entsprechende Angebote für Ihre MitarbeiterInnen herausstreichen, wie zum Beispiel die kleine Unternehmensbibliothek mit Fachliteratur oder die Möglichkeit, für eine Woche in einen anderen Firmenbereich hineinzuschnuppern.

Info

„Tolles Arbeitsumfeld“?
Das kann jeder behaupten!

Im Recruiting-Umfeld sind die wichtigsten MeinungsmacherInnen zweifellos die Mitarbeitenden – schließlich können sie am glaubwürdigsten beurteilen, wie viel Wahrheit tatsächlich in den Versprechungen des Unternehmens als Arbeitgeber steckt. Im Rahmen der Karriere-Website können MitarbeiterInnen zum Beispiel Weiterbildungsmöglichkeiten untermauern, gebotene Zusatzleistungen attraktiv darstellen oder berichten, wie sie persönlich die Unternehmenskultur erleben. Wichtig ist jedenfalls, BewerberInnen die Chance zu bieten, die BotschafterInnen („Testimonials“) ein wenig kennenzulernen, zum Beispiel durch ein Video oder ein schriftliches Interview, sodass ihre Statements an Relevanz gewinnen. Auch Fotos von echten Mitarbeitenden an deren Arbeitsplatz oder bei Mitarbeitererevents können eine positive Botschaft übermitteln und bieten dem Bewerbenden die Möglichkeit, sich ein besseres Bild vom Arbeitgeber zu machen.

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER



Unternehmenswebsite

Rund um die Bewerbung

Info

Der Job klingt toll – den möchte ich unbedingt! Aber wie überzeuge ich das Unternehmen jetzt von mir?

Um bei mehreren Bewerbungen auf ein und dieselbe Stelle den/die optimale KandidatIn herausfiltern zu können, ist es jedenfalls von Vorteil, die gleichen Basisinformationen über die Personen zu haben. Weisen Sie auf Ihrer Karriere-Seite darauf hin, welche Bewerbungsunterlagen Sie sich wünschen, wie zum Beispiel ein Lebenslauf mit Foto, das Bewerbungsschreiben auf maximal einer A4-Seite, mindestens ein Dienstzeugnis des letzten Arbeitsverhältnisses usw.

Auf diese Weise können KandidatInnen ihre Bewerbungsmappe optimal zusammenstellen und Ihr Unternehmen vermeidet zusätzlichen Arbeitsaufwand durch eine etwaige Nachforderung von Unterlagen. Zusätzlich erhalten die Bewerbenden Sicherheit in einem Prozess, der ohnehin von zahlreichen Unsicherheiten geprägt ist, insbesondere wenn ihnen zusätzliche Insider-Tipps für die optimale Unterlagengestaltung geboten werden – was sich wiederum positiv auf

Ihr Image als Arbeitgeber auswirkt. So gibt ein Drittel der heimischen Großunternehmen Bewerbungstipps auf deren Website, aber nur bei den wenigsten ist der Absender ein konkreter HR-Verantwortlicher – hier können Sie als KMU punkten!

Stöbern Sie auch mal auf den Karriere-Websites anderer Unternehmen, um sich Anreize zu holen, und kommunizieren Sie, was Ihnen wichtig ist. Lassen Sie beispielsweise bestehende MitarbeiterInnen Tipps an Bewerbende richten oder fordern Sie BewerberInnen dazu auf, genauer über die Vorteile ihrer Hobbys zu sprechen; fragen Sie nach dem bisher wichtigsten Learning im Berufsleben oder danach, welche Rolle er/sie in einem Team einnimmt. Auf diese Weise lernen Sie die KandidatInnen gleich viel besser kennen.

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER



Social Media

Der direkte Draht zu InteressentInnen

Studien der letzten Jahre im Bereich Social Media machen deutlich, dass nach wie vor viele Unternehmen und Institutionen nicht das volle Potenzial sozialer Plattformen ausschöpfen. Gerade in Business-Netzwerken werden häufig Profile erstellt, die in weiterer Folge nicht laufend gepflegt und so nicht für den regelmäßigen Austausch mit Interessierten genutzt werden. Eben diese Interaktion auf Augenhöhe ist genau die große Stärke der Social Networks, die die Mitglieder so an ihnen schätzen. Fehlt dieser essenzielle Faktor, wird ein Profil rasch als reiner Marketing-Kanal für Werbebotschaften wahrgenommen und dementsprechend abgestraft.

Wichtig für einen erfolgreichen Social-Media-Auftritt ist nicht etwa eine Präsentation auf sämtlichen **Portalen** – vielmehr sollte eine gezielte Auswahl anhand der gewünschten Ziele und Zielgruppen getroffen werden. Beachten Sie dabei, dass jede Aktivität auf Social-Media-Plattformen entsprechend Zeit und Einsatzbereitschaft erfordert, um die eigenen Follower laufend mit neuen Inhalten zu versorgen und so auf sich als Unternehmen – und nicht zuletzt als Arbeitgeber – aufmerksam zu machen. Als Faustregel für die

regelmäßige Kommunikation gilt, dass zumindest zwei Postings innerhalb von 30 Tagen erfolgen sollten. Denken Sie dabei unbedingt daran, dass es mit dem Absetzen einer Nachricht nicht getan ist – ein Social-Media-Auftritt benötigt kontinuierliche Pflege, denn schließlich werden Ihre Beiträge hoffentlich fleißig kommentiert, geteilt oder auch kritisch hinterfragt, was wiederum eine Reaktion von Ihnen verlangt.

Bei den Inhalten der Postings sind der Fantasie jedenfalls keine Grenzen gesetzt, vor allem weil es im Social Web nicht immer ganz so ernst zugehen muss. Seien Sie kreativ oder zeigen Sie Humor – sei es mittels Do-it-yourself-Videos, lustigen Schnapsschüssen aus dem Arbeitsalltag, Gewinnspielen oder Quizzes. Wichtig ist nur, dass für Ihre Follower ein gewisser Mehrwert entsteht. An dieser Stelle denken Sie jedenfalls auch an Ihre aktuellen MitarbeiterInnen: Auf welchen Plattformen sind sie unterwegs? Welchen Seiten folgen sie regelmäßig? Haben sie interessante Inhalte entdeckt, die ihnen als Anreiz dienen könnten? Hier schlummern oft ungeahnte Potenziale! Sehen Sie sich auf den Seiten um, verfolgen Sie die neuesten Postings und leiten Sie für Ihr Unternehmen passende Inhalte ab.



Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER



Ihre Talente von morgen

Der Trumpf im Ärmel

Viele Unternehmer kennen das Problem: Sie suchen händeringend nach Personal, schalten eine **Stellenanzeige** und – nichts passiert. In Zeiten des vielzitierten Fachkräftemangels wird es immer wichtiger, den Kontakt zu kostbaren Talenten zu halten, um bei Bedarf auf diese zurückgreifen zu können. Das Talent Relationship Management (kurz „TRM“) beschreibt sämtliche Maßnahmen, die das Unternehmen bei der Findung, Bindung und Gewinnung potenzieller ArbeitnehmerInnen unterstützen.

Dabei wird einerseits darauf geachtet, bestehende MitarbeiterInnen durch Weiterbildungsmöglichkeiten zu fördern und an das Unternehmen zu binden sowie andererseits Kontakte außerhalb des Unternehmens zu sammeln. Externe Personen können beispielsweise ehemalige MitarbeiterInnen sein, deren Stärken und Einsatzmöglichkeiten Ihnen schließlich bereits bekannt sind. Auch Personen, die sich mittels Initiativbewerbung bei Ihnen gemeldet haben, oder die Unterlagen vielversprechender KandidatInnen, deren Profil nicht optimal auf eine bereits ausgeschriebene Stelle gepasst hat, können in Evidenz ge-

halten werden. All diese Personen stellen Ihren **Talente-Pool** dar, aus welchem Sie die jeweils geeigneten KandidatInnen für eine neue offene Stelle in Ihrem Unternehmen in Betracht ziehen können.

Nutzen Sie die Möglichkeit, laufend mit diesen Talenten in Kontakt zu bleiben – dies gilt online ebenso wie offline. So können Sie sich beispielsweise mittels **Social Media** laufend mit Ihren potenziellen KandidatInnen austauschen oder aktiv auf Plattformen nach geeigneten Talenten suchen (sog. „**Active Sourcing**“). Darüber hinaus sind aktuelle MitarbeiterInnen nicht nur selbst Teil Ihres **Talente-Pools** – sind sie von Ihnen als Arbeitgeber überzeugt, können sie ebenfalls einen wichtigen Beitrag als Markenbotschafter leisten und bei Freunden und Bekannten für Ihr Unternehmen werben.



Zusatzmaterial

In diesem Anhang finden Sie weitere Hilfestellungen, wie beispielsweise Checklisten, Musterschreiben und Anleitungen, die Ihnen das Personalmanagement erleichtern sollen.

Checkliste Online-Stellenanzeigen

Aussagekräftiger Stellentitel: Nach dem Stellentitel wird auch in Stellenbörsen bzw. auf Google gesucht! Vermeiden Sie deshalb schwammige Titel wie „Ideen-Rocker“, sondern formulieren Sie die offene Stelle konkret aus wie beispielsweise „Marketing-Profi mit Schwerpunkt SEO“.

Arbeitgeberbeschreibung: Machen Sie BewerberInnen Ihr Unternehmen schmackhaft – mit ein paar Hard Facts wie Branche, Produkte, Zielgruppe oder Umsatz, aber auch mit Soft Facts wie Vision oder Werte.

Arbeitsort

Art der Beschäftigung (Stundenausmaß, befristet/unbefristet etc.): Wenn Sie beispielsweise im Schichtdienst arbeiten, können Sie eventuell Muster-Dienstpläne zur Verfügung stellen, damit sich BewerberInnen ein genaueres Bild machen können.

Gewünschter Eintrittstermin

Aufgabenbereich: Beschreiben Sie die Tätigkeiten so anschaulich und konkret wie möglich – hier entscheiden KandidatInnen, ob sie sich bewerben!

Anforderungsprofil: Im Gegensatz dazu lautet das Motto beim Anforderungsprofil „Weniger ist mehr“. Zu viele Anforderungen schrecken gerade gut qualifizierte Talente ab.

Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Rahmen der Position

Benefits z. B. kostenlose Parkplätze, Kaffee, Jobticket (bezahlte Streckenkarte zwischen Wohnung und Arbeitsstätte) o. Ä.

Anreize im Vergleich zu Anforderungen: Pro zwei Anforderungen sollte mindestens ein Bewerbungsanreiz geboten werden.

Chancengleichheit: Allen BewerberInnen soll die gleiche Einstiegsmöglichkeit zukommen, ohne Rücksicht auf Geschlecht, Herkunft und soziale Verhältnisse. Stellenanzeigen müssen diskriminierungsfrei und geschlechtsneutral formuliert sein.

Gehaltsangabe: Es besteht die gesetzliche Verpflichtung, das für die ausgeschriebene Stelle vorgesehene Mindestgehalt anzugeben. Dies ermöglicht BewerberInnen, das Gehalt realistisch einzuschätzen und auf Augenhöhe zu verhandeln.

Ansprechperson inklusive Kontaktmöglichkeit für Rückfragen

Möglichkeit zur Vernetzung mit der Ansprechperson: Laden Sie BewerberInnen aktiv ein, sich mit Ihnen zu vernetzen, bspw. über XING oder LinkedIn. So bauen Sie bequem einen **Talente-Pool** auf.

Direkte Bewerbungsmöglichkeit „one click“: z. B. verlinkte Mail-Adresse oder direkter Link zum Online-Bewerbungsformular

Verlinkungen zu konkreten weiterführenden Informationen auf der Karriere-Website: z. B. Bewerbungstipps, Details zur Unternehmenskultur, ...

IM ÜBERBLICK

3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Fortsetzung nächste Seite

Checkliste Online-Stellenanzeigen

Grafische Gestaltung: Achten Sie auf den Wiedererkennungswert und stimmen Sie die Bilder auf Ihr Unternehmen bzw. die Stelle ab. Besonders persönlich wird es, wenn eigene MitarbeiterInnen und/oder die Ansprechperson abgelichtet werden.

Recommendation Marketing: Steigern Sie die Reichweite Ihrer Stellenausschreibung durch sogenannte „Sharing-Widgets“. Das

sind kleine Symbole/Buttons, die dem Nutzer ermöglichen, eine Seite bequem per Mausklick in einem bestimmten Netzwerk zu teilen oder per E-Mail zu verschicken. Die meisten Webdesign-Tools bieten diese Möglichkeit direkt beim Erstellen einer Seite an.

Zusätzlich zu den Punkten für Online-Stellenanzeigen gilt für Print-Inserate:

Der Wiedererkennungswert wird hier noch wichtiger: Achten Sie auf Farbgebung und individuelle grafische Gestaltung, um aus der Masse der Print-Anzeigen herauszustechen.

Prominenter Stellentitel, der neugierig macht

Klare Zuordenbarkeit zu Ihrem Unternehmen durch Logo, Webadresse o. Ä.

Das Wichtigste in Kürze zusammengefasst – mit Link zu einer ausführlicheren Online-Stellenanzeige und nicht nur auf die Startseite

Keine zu ausufernden Links, schließlich müssen diese abgetippt werden – nutzen Sie ggfs. sogenannte URL-Shortener. Das sind Systeme, die Internet-Links in leicht abtippbare Kürzel abändern.

Unbedingt Kontaktdaten der/des Recruiting-Verantwortlichen für Rückfragen anführen

Persönliche Ebene durch ein Foto der Ansprechperson herstellen

Strategische Auswahl der passendsten Medien auf Basis einer klar definierten Zielgruppe!

IM ÜBERBLICK

3

1 AKUTE PERSONALSUCHE

5

Die Stellenausschreibung

6

Bewerberkommunikation

8

Active Sourcing

10

2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

11

Unternehmenswebsite

12

Social Media

16

Ihre Talente von morgen

17

Benefits und Anreize für Ihre Ausschreibung

Für die Auswahl der passenden Benefits und Anreize für Ihre Stellenausschreibung können Ihnen die folgenden Fragen behilflich sein:

- Welche materiellen und immateriellen Zusatzleistungen bieten Sie Ihren MitarbeiterInnen an?
- Welche Annehmlichkeiten werden z. B. in den Büroräumlichkeiten geboten?
- Genießen Ihre MitarbeiterInnen bestimmte Privilegien (z. B. Rabatte)?
- Finden gemeinsame Aktivitäten im Team statt (z. B. Ausflüge, gemeinsame Essen o. Ä.)?
- Inwieweit können sich Ihre MitarbeiterInnen die Arbeitszeit frei einteilen bzw. entscheiden, von wo aus die Arbeit erledigt wird?
- Wie sieht es in Ihrem Unternehmen mit Weiterbildungsmöglichkeiten aus?
- Sie könnten darüber hinaus aktuelle MitarbeiterInnen fragen, welche Annehmlichkeiten sie an ihrem Arbeitsplatz schätzen.

Info

Die am häufigsten angebotenen Benefits österreichischer Unternehmen sind:

- Altersvorsorge/Zusatzversicherung
- Barrierefreiheit
- Betriebsausflüge/MitarbeiterInnen-Events
- Betriebskindergarten
- Dienstauto
- Firmenhandy/-laptop
- Firmenparkplatz
- Fitness-Angebote
- Flexible Zeiteinteilung/
Gleitzeitmöglichkeit
- Gesundheitsvorsorge
- Homeoffice-Möglichkeit
- Kantine oder Lebensmittelgutscheine
- Kostenloser Kaffee
- MitarbeiterInnen-Rabatte/
Sonderkonditionen
- Provisionsvergütung/Gewinnbeteiligung
- Snacks
- Weiterbildungsförderung

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Die gängigsten Print- und Online-Stellenbörsen

Print:

Die Top 5 Printmedien in Österreich mit eigenem Karriereteil: *

- derStandard (www.derstandard.at)
- die Presse (www.diepresse.com)
- Kleine Zeitung (www.kleinezeitung.at)
- Kronen Zeitung (www.krone.at)
- Kurier (www.kurier.at)

Denken Sie darüber hinaus auch an regionale Tageszeitungen, die in Ihrem Bereich besondere Relevanz haben.

Online:

Die Top 5 Online-Jobbörsen in Österreich:**

- www.glassdoor.at
- www.karriere.at
- www.monster.at
- www.stepstone.at
- www.willhaben.at

Je nach gewünschter Zielgruppe, die Sie erreichen möchten, stehen Ihnen beispielsweise auch folgende Plattformen zur Verfügung:

- www.studentjob.at
für StudentInnen, AbsolventInnen und Young Professionals
- www.tucareer.at
Jobbörse des Career Centers der TU Wien
- www.zbp.at
Jobbörse des Career Centers der WU Wien
- www.experteer.at
für Managementjobs ab 60.000 Euro Jahresgehalt
- www.hokify.at
für Jobs in Handwerk, Gastronomie und Handel
- www.uniport.at
Jobbörse des Karriereservice der Universität Wien

Darüber hinaus gibt es auch im Online-Bereich Plattformen, die bestimmte Regionen bedienen wie z. B. www.laendlejob.at für den Westen Österreichs.

Eine ausführliche Liste von Jobbörsen und -suchmaschinen finden Sie unter:

https://www.oesterreich.gv.at/themen/arbeit_und_pension/jobboersen_und_stellenangebote.html.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

* basierend auf der Auflagenstärke

** basierend auf den größten User- und Anzeigezahlen

Ihr Inserat auf facebook

Um eine Stellenanzeige auf facebook zu posten, sind folgende Schritte notwendig:

- Voraussetzung ist eine eigene Unternehmensseite auf facebook: Nach erfolgter persönlicher Registrierung bei facebook finden Sie auf Ihrer Startseite links unten den Link „Seiten“. Wenn Sie diesem Link folgen, erscheint rechts oben im Bild der Reiter „Seite erstellen“. Im Anschluss werden Sie durch die notwendigen Schritte gelotst, um Ihre eigene Unternehmensseite zu generieren.
- Ist die Unternehmensseite erfolgreich erstellt, finden Sie auf dieser links unten den Link „Jobs“ – hier können Sie Stellenanzeigen direkt veröffentlichen oder sie als normale Statusmeldung posten.
- Klicken Sie auf den Link und anschließend auf die Option „Jobanzeige veröffentlichen“.
- Es erscheint ein neues Fenster, in welchem Sie alle relevanten Informationen wie Jobbeschreibung, Standort, Gehalt usw. eingeben können.
- Nach der Veröffentlichung erscheint die Stellenanzeige neben Ihrer eigenen Unternehmensseite auch im Jobs-Bereich auf facebook, in welchem User nach verschiedenen Kriterien (z. B. Region) nach freien Stellen suchen können.
- Bewirbt sich ein User auf diesen Job, geht bei Ihnen eine Meldung auf facebook ein und Sie können die weiteren Schritte (z. B. Termin für ein Bewerbungsgespräch) direkt über facebook koordinieren.

IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Netzwerke für Active Sourcing

Professionelle Active-Sourcing-Tools werden beispielsweise von den Big Playern unter den Business-Netzwerken angeboten:

- **XING** (www.xing.com): für deutschsprachige (Young) Professionals
- **LinkedIn** (www.linkedin.com): internationales Netzwerk

Je nach gewünschter Zielgruppe stellen auch viele spezialisierte Netzwerke entsprechende Möglichkeiten der Direktansprache passiver Kandidaten zur Verfügung, wie z.B.:

- **Experteer** (www.experteer.at): für Spitzenpositionen in Österreich und Europa (ab einem Jahresgehalt von 60.000 Euro)
- **Stack Overflow** (<https://stackoverflow.com>): für Jobs mit dem Schwerpunkt auf IT
- **GitHub** (<https://github.com>): ebenfalls für Jobs mit IT-Schwerpunkt

Darüber hinaus besteht bei einer Vielzahl an Online-Jobbörsen die Option, einen Pool an Jobsuchenden inkl. Profilen nach geeigneten Kandidaten zu durchsuchen (sogenannte externe Bewerberdatenbanken) wie beispielsweise auf:

- **talent.cloud von karriere.at** (www.karriere.at/hr/talent-cloud)
- **Monster** (www.monster.at)
- **StepStone** (www.stepstone.at)*

Alternativ zu den bestehenden Plattformen können Sie einen eigenen **Talente-Pool** aufbauen. Dieser kann folgende Gruppen enthalten:

- Ehemalige Mitarbeitende
- Bestehende bzw. ehemalige PraktikantInnen
- Bestehende bzw. ehemalige Werkstudierende und/oder freie DienstnehmerInnen
- Studierende, die eine Abschlussarbeit über Ihr Unternehmen verfasst haben
- Bei anderer Gelegenheit abgelehnte BewerberInnen, die in Evidenz gehalten wurden
- Kontakte von Veranstaltungen in Schulen, auf FHs oder Universitäten etc.
- Netzwerk-Kontakte von Kongressen, Seminaren etc.
- Empfehlungen

IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

* am Beispiel der reichweitenstärksten Online-Plattformen Österreichs

Musterschreiben zur aktiven Ansprache

Betreff: ←← Nächster Karriereschritt als Senior Online Marketing Manager – inklusive Marathon-Training →→

Sehr ←← geehrte / geehrter Name →→,

über Ihr letztes Projekt, den ←← Webshop-Launch →→ für ←← Unternehmens- / Produktname →→, bin ich auf Sie aufmerksam geworden – insbesondere wie Sie die Herausforderungen ←← der verknüpften Kundenbewertungen →→ und ←← des Retargeting →→ gelöst haben.

Wir stehen mit ←← Name Ihres Unternehmens →→ gerade kurz vor dem Go-Live (geplant ←← Q3 2019 →→) und suchen nun genau jemanden wie Sie, der ←← unseren Online-Shop →→ als ←← Senior Online Marketing Manager →→ auf das nächste Level hebt.

Unsere aktuell spannendste Frage lautet, ←← wie der Shop schon in der Programmierung und Textierung optimal auf SEO ausgerichtet werden kann →→. Genau hier käme Ihre Expertise, beispielsweise aus den Praxis-Projekten bei ←← Unternehmen 1 →→ und ←← Unternehmen 2 →→ sowie aus ←← Ihrer Zertifizierung als Online Marketing & Digital Marketing Managerin →→, das erste Mal ins Spiel.

←← 2 prägnante Sätze zu Ihrem Unternehmen →→

Wir haben übrigens ←← selbst drei Laufbegeisterte im Team, die regelmäßig gemeinsam trainieren und an Wettkämpfen teilnehmen. Die Vorbereitung auf den Wien Marathon käme dementsprechend sicher nicht zu kurz →→.

Gerne möchte ich mich mit Ihnen über eine mögliche Zusammenarbeit austauschen. Wären der kommende Donnerstag, ←← Datum →→, um ←← Uhrzeit →→ oder alternativ Dienstag, ←← Datum →→ um ←← Uhrzeit →→ für Sie machbar? Wenn Sie mir Ihre Kontaktdaten zukommen lassen, melde ich mich selbstverständlich bei Ihnen bzw. erreichen Sie mich telefonisch unter ←← Handynummer →→, per Mail unter ←← Mail-Adresse →→ oder auch per XING-Message.

Ich freue mich, von Ihnen zu hören!

Herzliche Grüße

←← Name →→

Info

Der jeweils blau hinterlegte Text ←←Beispiel→→ ist durch Ihre passenden Angaben zu ersetzen.

IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Fortsetzung nächste Seite

Musterschreiben zur aktiven Ansprache

Betreff: << Ein Kommunikations- und Projektmanagement-Profi wie Sie als Teamleitung DGKP >>

Sehr << geehrte / geehrter Name >>,

<< dass Sie sich nach mehreren Jahren im Projektmanagement für eine Ausbildung zur DGKP und eine Tätigkeit im Gesundheitssektor entschieden haben >>, hat mich beeindruckt.

Genau diese organisatorischen und administrativen Skills, gepaart mit fundierter Praxiserfahrung aus der Pflege, wünschen wir uns als << Teamleitung DGKP >> für << Name der Einrichtung >>.

Wertschätzende Kommunikation steht bei uns sowohl im Team als auch << PatientInnen und Angehörigen >> gegenüber im Mittelpunkt. Diese Kompetenz fördert << Unternehmensname >> als Arbeitgeber unter anderem laufend, beispielsweise durch << Konfliktmanagement-Seminare >>, die optimal auf << Ihr Europäisches Kommunikations-Zertifikat >> aufbauen würden.

<< 2 prägnante Sätze zu Ihrem Unternehmen >>

Einige unserer ExpertInnen aus dem Bereich << Palliativpflege >> haben übrigens gerade einen Artikel zum Thema << >> veröffentlicht, der Sie vielleicht interessieren könnte: << Link >>.

Gerne möchte ich mich mit Ihnen über eine mögliche Zusammenarbeit austauschen. Wären der kommende Donnerstag, << Datum >>, um << Uhrzeit >> oder alternativ Dienstag, << Datum >> um << Uhrzeit >> für Sie machbar? Wenn Sie mir Ihre Kontaktdaten zukommen lassen, melde ich mich selbstverständlich bei Ihnen bzw. erreichen Sie mich telefonisch unter << Handynummer >>, per Mail unter << Mail-Adresse >> oder auch per XING-Message.

Ich freue mich, von Ihnen zu hören!

Herzliche Grüße

<< Name >>

Info

Der jeweils blau hinterlegte Text <<Beispiel>> ist durch Ihre passenden Angaben zu ersetzen.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Musterschreiben für die Bewerberkommunikation

- Empfangsbestätigung
- Status-Update
- Absage (mit Option der Evidenzhaltung)
- Einladung

Empfangsbestätigung:

Sehr << geehrte / geehrter Name >>,

vielen herzlichen Dank für Ihr Interesse, als << Stellentitel >> zum Erfolg von << Unternehmensname >> beizutragen! Wir sind schon sehr gespannt darauf, Ihre Unterlagen zu lesen.

Während wir Ihren Werdegang mit dem Anforderungsprofil gegenüberstellen, laden wir Sie herzlich ein, unseren neuesten Fachbeitrag in << Branchenmagazin >> zu lesen // sich auf << soziales Netzwerk >> mit uns zu vernetzen // unser neuestes Produkt << Link >> exklusiv vorab zu testen und uns Ihre Meinung dazu zu schicken.

Wir melden uns in spätestens << 2 Wochen >> mit Feedback zu Ihrer Bewerbung. Sollten Sie zwischenzeitlich Fragen haben, stehe ich Ihnen als Ihr Ansprechpartner gerne zur Verfügung.

Was die Verwendung Ihrer übermittelten Daten nach DSGVO anbelangt, so werden wir diese ausschließlich für die Stellenbesetzung heranziehen und sie nach maximal sieben Monaten löschen. << Die Geschäftsführung / Das Recruiting-Team / Die leitenden Angestellten, die mit der Stellenbesetzung beauftragt sind, >> können währenddessen Einsicht in Ihre Daten nehmen. Details finden Sie auch online in unserer << Datenschutzerklärung >>.

Sie können sich außerdem jederzeit per E-Mail unter << Mail-Adresse >> oder telefonisch unter << Telefon >> an uns wenden, um in Erfahrung zu bringen, welche Ihrer Daten gespeichert sind, oder um die Löschung Ihrer Daten zu veranlassen.

Herzliche Grüße

<< Name >>

<< Kontaktdaten >>

Info

Der jeweils blau hinterlegte Text <<Beispiel>> ist durch Ihre passenden Angaben zu ersetzen.

IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Fortsetzung nächste Seite

Musterschreiben für die Bewerberkommunikation

Status-Update

Sehr << geehrte / geehrter Name >> ,

wie versprochen, melden wir uns heute bei Ihnen bezüglich Ihrer Bewerbung als << Stellentitel >> .

Da sich sehr viele spannende Talente wie Sie dafür interessieren, benötigen wir noch ein bisschen Zeit, alle Unterlagen im Detail zu sichten und die passendsten KandidatInnen auszuwählen, mit denen wir im Anschluss ein persönliches Gespräch führen.

Wir bitten Sie daher noch um etwas Geduld und melden uns so schnell wie möglich wieder bei Ihnen.

Um die Wartezeit zu verkürzen, << stöbern Sie bis dahin doch in unserem Online-Shop. Gerne stellen wir Ihnen dafür einen 10-Euro-Gutschein zur Verfügung >> .

Herzliche Grüße

<< Name >>

<< Kontaktdaten >>

Info

Der jeweils blau hinterlegte Text <<Beispiel>> ist durch Ihre passenden Angaben zu ersetzen.

IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Fortsetzung nächste Seite

Musterschreiben für die Bewerberkommunikation

Absage (mit Option auf Evidenzhaltung)

Sehr << geehrte / geehrter Name >>,

wir möchten uns nochmals herzlich für den Aufwand bedanken, den Sie in die Zusammenstellung Ihrer Bewerbungsunterlagen investiert haben. Wir wissen das sehr zu schätzen und konnten uns auf dieser Basis ein gutes Bild Ihrer Qualifikationen, Erfahrungen und Vorstellungen machen.

Leider bringen andere KandidatInnen ein Gesamtpaket mit, das dem gesuchten Profil als << Stellentitel >> noch etwas genauer entspricht, sodass wir Sie diesmal nicht zu einem persönlichen Kennenlernen einladen können.

Allerdings sind wir überzeugt, dass Sie dank Ihrer Fähigkeiten bald eine andere spannende Herausforderung finden werden. Wir würden uns auch über fachliche Vernetzung freuen und laden Sie gerne in unsere Expertengruppe << Name / Link >> auf << soziales Netzwerk >> ein. // Ihre Fähigkeiten haben uns allerdings sehr beeindruckt und wir könnten uns gut vorstellen, in Zukunft bei einer anderen Gelegenheit zusammenzuarbeiten. Daher würden wir Ihre Unterlagen gerne länger – für einen Zeitraum von 3 Jahren – speichern, um in Folge aktiv auf Sie zukommen zu können, sobald sich eine passende Chance ergibt.

Bei Interesse bitten wir Sie um eine kurze Bestätigung per E-Mail mit folgendem Text: „Ja, ich bin damit einverstanden, dass meine im Zuge der Bewerbung auf die Stelle als << Stellentitel >> abgegebenen Daten für die Besetzung von anderen, ebenfalls in Frage kommenden Stellen für weitere 3 Jahre in Evidenz gehalten werden können.“

Ihre Zustimmung zur weiteren Evidenzhaltung können Sie jederzeit und ohne Angabe von Gründen mittels Mail an << Mailadresse >> widerrufen. Sollte für Sie eine weitere Evidenzhaltung nicht in Frage kommen, können wir Ihre Bewerbung für keine andere ausgeschriebene Position verwenden. Ihre Daten werden gemäß den gesetzlichen Bestimmungen 7 Monate nach Absageerteilung gelöscht. Details dazu finden Sie auch online in unserer << Datenschutzerklärung >>.

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.

Herzliche Grüße

<< Name >>

<< Kontaktdaten >>

Info

Der jeweils blau hinterlegte Text <<Beispiel>> ist durch Ihre passenden Angaben zu ersetzen.

IM ÜBERBLICK

	3
1	AKUTE PERSONALSUCHE 5
	Die Stellenausschreibung 6
	Bewerberkommunikation 8
	Active Sourcing 10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER 11
	Unternehmenswebsite 12
	Social Media 16
	Ihre Talente von morgen 17

Fortsetzung nächste Seite

Musterschreiben für die Bewerberkommunikation

Einladung

Sehr << geehrte / geehrter Name >> ,

Ihre Bewerbung als << Stellentitel >> hat bei uns einen so guten ersten Eindruck hinterlassen, dass wir Sie nun gerne persönlich kennenlernen möchten.

Daher laden wir Sie zu einem Vorstellungsgespräch bei uns in << Adresse >> ein, wahlweise am << Datum, Uhrzeit 1 >> oder << Datum, Uhrzeit 2 >> .

Bitte lassen Sie uns wissen, welcher der Termine für Sie passt.

An dem Gespräch teilnehmen werden << Person 1, Funktion >> und << Person 2, Funktion >> .

Bitte bringen Sie folgende Unterlagen mit << Unterlagen >> . // Bitte bereiten Sie Folgendes für das Gespräch vor: << Vorbereitung >> . // Mitzubringen oder vorzubereiten brauchen Sie nichts.

Wir bitten Sie um Verständnis, dass wir keinen Fahrtkostenersatz für die Anreise zum Bewerbungsgespräch leisten können.

Wenn Sie mit dem Auto anreisen, benützen Sie gerne einen unserer Kundenparkplätze.

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

Herzliche Grüße

<< Name >>

<< Kontaktdaten >>

Info

Der jeweils blau hinterlegte Text <<Beispiel>> ist durch Ihre passenden Angaben zu ersetzen.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Tipps für den Bewerbungsprozess

- Stellen Sie den BewerberInnen Informationen zur **Datenschutzerklärung** auf Ihrer Karriere-Website zur Verfügung.
- Bei Einsatz eines Online-Bewerbungsformulars: Die Datenschutzerklärung muss den BewerberInnen zur Kenntnis gebracht werden. Um dies belegen zu können, ist beispielsweise ein „Die Datenschutzerklärung wird zur Kenntnis genommen“-Button sinnvoll.
- Senden Sie die **Empfangsbestätigung** inklusive Verweis auf Datenschutzerklärung idealerweise noch am selben, spätestens am darauffolgenden Werktag (ggfs. per Auto-Reply) aus.
- Senden Sie optimalerweise nach 1, spätestens nach 2 Wochen ein **Status-Update** an Ihre/n BewerberIn – sofern der Sichtungsprozess bis dahin noch nicht abgeschlossen ist.
- **Absage** oder **Einladung** zum Gespräch: Dieses sollte binnen 2, spätestens binnen 3 Wochen nach Bewerbungseingang ausgeschickt werden.
- Nach dem Gespräch schicken Sie bestenfalls binnen 1 Woche nochmals ein **Status-Update**.
- Eine Nachricht über **Absage, Einladung zur zweiten Runde oder Zusage** sollte binnen maximal 2 Wochen nach dem Gespräch verschickt werden.
- Die Löschung der Bewerbungen auf konkrete Stellen muss spätestens 7 Monate nach einer Absage erfolgen (siehe auch Informationen zur **Datenschutzverordnung**).
- Ausnahme: Wenn eine aktive Bestätigung über die Evidenzhaltung der Unterlagen eingeht, muss angegeben werden, nach welchem Zeitraum die Daten gelöscht werden (z. B. nach 3–5 Jahren).
- Kontaktintervall bei Evidenz: mindestens alle 6 Monate

IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Seit Mai 2018 sind die neuen Richtlinien der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) in Kraft. Sie regulieren den Umgang mit personenbezogenen Daten – von KundInnen ebenso wie von BewerberInnen. Daher sind auch im Rahmen des Mitarbeiter-Recruitings einige datenschutzrechtliche Punkte zu beachten:

Wenn Sie Daten von Bewerbenden beispielsweise auf einem Online-Bewerbertool erheben oder per Mail übermittelt bekommen, gelten Sie im Sinne der DSGVO als Verantwortlicher, den einige datenschutzrechtliche Verpflichtungen treffen. Die DSGVO sieht ganz grundsätzlich die Verpflichtung vor, dass der Verantwortliche bei der Erhebung von Daten – wie dies beispielsweise bei der Übermittlung einer Bewerbung passiert – mehrere Informationen mitzuteilen hat, wie etwa (siehe hierzu Art. 13 und 14 DSGVO):

- Name und Kontaktdaten des Verantwortlichen, bei dem die Bewerber Ihre datenschutzrechtlichen Rechte (Auskunft, Löschung, Richtigstellung) geltend machen können
- gegebenenfalls Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten
- der Zweck und die Rechtsgrundlage der Verarbeitung
- Empfänger
- Dauer der Aufbewahrung

Hier finden Sie einen Beispieltext:

Wir verarbeiten Ihre von Ihnen angegebenen personenbezogenen Daten, um den Bewerbungsprozess mit Ihnen durchzuführen und eine optimale Stellenbesetzung zu gewährleisten. Wir tun dies auf der rechtlichen Grundlage unseres überwiegenden berechtigten Interesses, einen effizienten Bewerbungsprozess durchzuführen (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO) sowie auf der Grundlage der Notwendigkeit zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO). Diese Daten erheben wir im Rahmen des Bewerbungsprozesses entweder, indem Sie uns diese zur

Verfügung stellen ←← beispielsweise durch Senden Ihres Lebenslaufes per E-Mail, Bewerbertool →→ oder indem wir diese selbst erheben ←← beispielsweise durch das Aufzeichnen von Notizen während des Bewerbungsgespräches →→. Bei einer Ablehnung Ihrer Bewerbung bewahren wir Ihre personenbezogenen Daten bis 7 Monate nach der Ablehnung auf. Sollten Sie an einer Evidenzhaltung interessiert sein, so dürfen wir um Ihre Einwilligung bitten, Ihre Daten über diesen Zeitraum hinaus zu verarbeiten. In unserer Einwilligungserklärung haben wir hierfür einen Zeitraum von ←← X Monaten/Jahren (z. B. 3–5 Jahre) →→ vorgesehen, danach werden Ihre Daten gelöscht.

Sie sind nicht dazu verpflichtet, uns Ihre personenbezogenen Daten zur Verfügung zu stellen oder einer Evidenzhaltung zuzustimmen. Wenn Sie dies nicht tun, wird es uns aber nicht möglich sein, den Bewerbungsprozess mit Ihnen durchzuführen oder Sie in Evidenz zu halten.

Stellen Sie daher sicher, dass Sie die oben angegebenen Informationen bei der Erhebung der Bewerberdaten bereitstellen. Informieren Sie bereits auf Ihrer Website – idealerweise direkt im Karriere-Bereich – darüber oder direkt im Anschluss an eine Bewerbung per E-Mail, am besten verbunden mit der Empfangsbestätigung.

	IM ÜBERBLICK	3
1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Fortsetzung nächste Seite

Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Ohne anderslautende Einwilligungserklärung des Bewerbenden dürfen die im Zuge einer Bewerbung auf eine konkret ausgeschriebene Position gespeicherten Daten ausschließlich für die Besetzung dieser Stelle herangezogen werden und müssen 7 Monate nach Beendigung des Auswahlverfahrens, wobei dieses in einem angemessenen Zeitraum abgeschlossen werden muss, überall vollständig gelöscht werden. Haben Sie also Unterlagen per E-Mail unternehmensintern weitergeleitet, müssen sie in jedem Postfach oder Ordner gelöscht werden. Beschränken Sie daher die Weiterleitung von Bewerberdaten streng auf jene Personen, die auch wirklich mit dem Bewerbungsprozess beauftragt sind.

Wollen Sie die Bewerberdaten darüber hinaus in Evidenz halten, so ist eine separate und freiwillig durch den Bewerbenden abgegebene Einwilligung einzuholen. Achtung: Einwilligungen müssen immer freiwillig gegeben werden und einen jederzeitigen Widerrufmechanismus vorsehen.

Hier finden Sie ein Textbeispiel:

Ich erkläre mich damit einverstanden, dass meine hier von mir angegebenen Daten für eine Bewerbung als << Stellentitel >> für die Dauer von << X Monaten/Jahren (z. B. 3-5 Jahre) >> zum Zweck der Besetzung von anderen offenen Stellen, die meinem Bewerberprofil entsprechen, in Evidenz gehalten und entsprechend verarbeitet werden.

Diese Einwilligung können Sie jederzeit ohne Angabe von Gründen mittels einer E-Mail an << E-Mail-Adresse Person/Dienststelle >> widerrufen. Wir werden Ihre Daten dann unverzüglich löschen. Ohne Widerruf Ihrer Einwilligung werden wir Ihre Daten nach << X Monaten/Jahren (z. B. 3-5 Jahre) >> löschen.

Bewirbt sich jemand initiativ, dürfen Sie diese Daten grundsätzlich ebenfalls nur 7 Monate behalten. Eine darüber hinausgehende Aufenthaltsdauer könnte man als UnternehmerIn jedoch auch mit dem Rechtfertigungsgrund des „berechtigten Interesses“ argumentieren – dem Bewerbenden ist jedenfalls mitzuteilen, wie lange Sie die Daten in Evidenz halten werden – die Frist sollte aber nicht zu lange sein. Rechtlich sicherer sind Sie jedoch, wenn Sie eine Einwilligung des Bewerbenden einholen (siehe das Beispiel einer Einwilligungserklärung oben).

Setzen Sie ein Bewerbermanagement-System („Online-Bewerbungsformular“) ein, ist hier meistens schon eine Checkbox vorgesehen, die angeklickt wird, um der Einwilligungserklärung für eine längere Aufbewahrungsdauer zuzustimmen.

Info

Der jeweils blau hinterlegte Text <<Beispiel>> ist durch Ihre passenden Angaben zu ersetzen.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Checkliste Karriere-Website

Erste Schritte:

Gute und rasche Auffindbarkeit des Karriere-Bereichs von der Startseite aus: Gewinnen Sie auch KundInnen als potenzielle MitarbeiterInnen!

Optimierung für Suchmaschinen:

- Damit Sie auch von Suchmaschinen wie z. B. Google gefunden werden, achten Sie darauf, entsprechende Schlagworte einzubauen, diese können Sie nicht nur auf der Website selbst, sondern auch in der URL (Link der Karriere-Website) nennen. Darüber hinaus können Webmaster durch sogenannte Meta-Tags (kurze HTML-Elemente) unsichtbar Informationen im HTML-Code einer Website hinterlegen und diese so an Suchmaschinen übermitteln.
- Kurze Ladezeit
- Checken Sie regelmäßig, ob Verlinkungen noch funktionieren (keine „Broken Links“).

Mobile Optimierung: Achten Sie darauf, dass die Website auch auf dem Handy und dem Tablet optimal angezeigt wird.

Angabe einer Kontaktperson: Wer steht für Rückfragen rund um Bewerbung und Karriere zur Verfügung? (Name, Foto, Mail und/oder Telefon, Social-Media-Kontakt etc.)

Übersicht der aktuell zu besetzenden Stellen

In welchen Bereichen freuen Sie sich immer über Initiativbewerbungen, auch wenn gerade keine Positionen ausgeschrieben sind? Z. B. Entwicklung, Kundenbetreuung, Praktika etc.

Wie sollen diese Initiativbewerbungen übermittelt werden? Z. B. per E-Mail (→ an welche Adresse?), per Online-Bewerbungsformular (→ Beachten Sie die **Datenschutzgrundverordnung** etc.

Verlinkung zu **Social-Web-Auftritten** Ihres Unternehmens, idealerweise mit Karriere-Bezug wie z. B. auf **kununu**, wenn Sie dort sehr gute Bewertungen und Weiterempfehlungsraten erhalten.

Führen Sie an, auf welchen Veranstaltungen Sie persönlich anzutreffen sind: Messen, Tage der offenen Türe etc.

Wir als Team → Wir als Arbeitgeber:

- Wofür stehen Sie? Z. B. Werte, Überzeugungen etc.
- Was charakterisiert Ihre Kommunikation? Z. B. Du-Kultur, Open-Door-Policy, Briefkasten für Verbesserungsvorschläge etc.
- Was macht Ihre Zusammenarbeit als Team besonders? Z. B. gemeinsames Mittagessen, Lauftreffs, monatlicher Stammtisch etc.

IM ÜBERBLICK

3

1 AKUTE PERSONALSUCHE

5

Die Stellenausschreibung

6

Bewerberkommunikation

8

Active Sourcing

10

2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

11

Unternehmenswebsite

12

Social Media

16

Ihre Talente von morgen

17

Fortsetzung nächste Seite

Checkliste Karriere-Website

Positionierung als attraktiver Arbeitgeber:

Welche materiellen und immateriellen **Benefits** bieten Sie Ihren MitarbeiterInnen?

Welche Entwicklungsmöglichkeiten bieten Sie?

- Unterstützen Sie Kurse, Seminare oder berufsbegleitende Studien finanziell und/oder durch Freistellungen?
- Organisieren Sie firmeninterne Weiterbildungen? Z. B. Sprachkurse, Office-Seminare, Kommunikationstrainings etc.?
- Können Ihre MitarbeiterInnen in herausfordernden Zeiten Coaching oder Mentoring in Anspruch nehmen?
- Bilden Sie Lehrlinge aus?
- Haben Sie Trainee-Programme im Angebot?

Wie unterstützen Sie neue KollegInnen an ihren ersten Tagen in Ihrem Unternehmen? Z. B. Welcome-Frühstück mit dem Team, Führung durch den Betrieb etc.

Lassen Sie Ihre MitarbeiterInnen zu Wort kommen: Was schätzen sie besonders an einer Tätigkeit bei Ihnen?

Bieten Sie durch individuelle Fotos (keine iStock-Bilder!) oder vielleicht sogar Videos Einblicke in den Unternehmensalltag.

Tipps für einen reibungslosen Bewerbungsprozess:

Nennen Sie eine konkrete Ansprechperson für Rückfragen (Name, Foto, Mail und/oder Telefon, Social-Media-Kontakt etc.). Vielleicht lautet die Adresse ja auch `meinezukunft@unternehmensname.at` oder `chancen@unternehmensname.at` statt `jobs@unternehmensname.at` ...

Informieren Sie BewerberInnen, welche Unterlagen Sie gerne von ihnen hätten: Lebenslauf, Motivationsschreiben, Zeugnisse (welche?) etc.

Geben Sie Tipps, worauf Sie bei diesen Unterlagen besonders Wert legen, wie z. B. einen vollständigen Lebenslauf oder das Motivationsschreiben mit einer Länge von maximal einer A4-Seite.

Skizzieren Sie kurz den bevorstehenden Auswahlprozess: Vorstellungsgespräch, Probearbeiten etc.

Die ausgeschriebenen Stellen sollten unbedingt immer aktuell gehalten sein!

Aus der Übersicht der offenen Stellen sollte klar hervorgehen, um welchen Job es sich handelt, damit Interessierte Lust bekommen, sich zu bewerben. Ist der Stellentitel zu wenig aussagekräftig, ergänzen Sie ev. einen kurzen Teaser-Text.

Laden Sie MitarbeiterInnen ein, von ihrem eigenen Bewerbungsprozess bei Ihnen zu berichten – und potenziellen neuen KollegInnen Tipps zu geben. Dazu könnten Sie beispielsweise ein kurzes Statement inkl. Foto in den Karriere-Bereich Ihrer Website stellen.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Am meisten genutzte Social-Media-Plattformen*

facebook

Mark Zuckerbergs Imperium ist mit rund 3,8 Millionen aktiven Accounts immer noch einer der klassischen Platzhirsche in Österreich. Am häufigsten sind 20- bis 29-Jährige vertreten (1,2 Millionen Accounts) – die Gruppe der 10- bis 19-Jährigen nutzt stattdessen vermehrt Messenger-Dienste wie WhatsApp.

facebook bietet eine gute Möglichkeit, schnell und unkompliziert mittels Like-Button, Kommentarfunktion und Messenger-Dienst mit anderen Usern in Kontakt zu treten. Ähnlich wie Google hat es sich das Portal dabei zum Ziel gesetzt, seinen NutzerInnen ausschließlich relevante Beiträge anzuzeigen, d. h. dass vorwiegend passende Inhalte zu Postings, die bereits geliked, kommentiert oder geteilt wurden, angezeigt werden. Unter diesem Gesichtspunkt wird es nochmals wichtiger, regelmäßig Inhalte mit Mehrwert für die Fan-Base zu posten, um von der Zielgruppe tatsächlich gesehen zu werden. Über die Unternehmensseite ist es darüber hinaus möglich, kostenlos Stellenanzeigen zu posten. Diese erscheinen im „Jobs“-Lesezeichen (www.facebook.com/jobs/), über das Arbeitssuchende in einem selbst gewählten Umkreis Ihres Wohnsitzes nach offenen Stellen suchen können. Eingehende Bewerbungen können Sie direkt über facebook prüfen und die BewerberInnen kontaktieren.



POSTING-TIPP:

Zeigen Sie auf Ihrer facebook-Seite reale MitarbeiterInnen, die zum Beispiel über ihren damaligen Bewerbungsprozess sprechen oder darüber, was ihnen an ihrem Job besonders gefällt. Oder posten Sie eine aktuelle Stellenanzeige und rufen Sie Interessierte dazu auf, sich mit einem Satz als Kommentar darauf zu bewerben. Als Belohnung für die originellste Antwort winkt ein Bewerbungsgespräch.

Instagram

Seit Instagram von facebook gekauft wurde, steigen die Nutzerzahlen rasant: Aktuell verzeichnet die Foto-Plattform hierzulande rund 2 Millionen UserInnen. Vergleichbar mit facebook sind auch auf Instagram die 20- bis 29-Jährigen am stärksten vertreten. Unterschiede werden hingegen in der Nutzung für Recruiting-Zwecke deutlich: Die wenigsten Unternehmen nutzen es für die Personalsuche – obwohl sich hier eine Vielzahl spannender Talente aufhält und das Netzwerk noch eine vergleichsweise werbearme Zone darstellt.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

* Übersicht jener Social-Media-Plattformen, die lt. der jährlich durchgeführten Recruiting-Studie BEST RECRUITERS am häufigsten von den mitarbeiter- und umsatzstärksten Unternehmen Österreichs genutzt werden.

Am meisten genutzte Social-Media-Plattformen*

Instagram ermöglicht den Unternehmen, beispielsweise durch Fotos vom Arbeitsalltag oder Mitarbeitererevents, potenziellen Bewerbenden einen besseren Eindruck von sich als Arbeitgeber zu vermitteln. Dabei stellt die Plattform auch generell eine gute und vor allem kostenfreie Möglichkeit dar, sich als Arbeitgeber zu positionieren.

POSTING-TIPP:

Stellen Sie anhand einer Fotoserie jeden Tag eine/n andere/n MitarbeiterIn an seinem/ihrer Arbeitsplatz vor oder zeigen Sie Fotos des gemeinsamen Mittagessens in der Büroküche.



karriere.reporter

Die Online-Plattform karriere.at bietet Unternehmen mit dieser zusätzlichen Kategorie die Möglichkeit, authentische Videos online zu stellen, in denen bestehende MitarbeiterInnen zu Wort kommen und so tiefe Einblicke in die Welt des potenziellen Arbeitgebers bieten. Die Themen spannen sich dabei vom Arbeitsplatz an sich über die vorherrschenden Arbeitsbedingungen bis hin zum gelebten Betriebsklima, von den Entwicklungsperspektiven im Unternehmen über Insider-Bewerbungstipps bis hin zum gewünschten Anforderungsprofil, alles aus erster Hand, präsentiert durch bestehende MitarbeiterInnen.



kununu

kununu ist Suaheli und bedeutet „unbeschriebenes Blatt“. Laut eigenen Angaben ist das Portal die größte Arbeitgeberbewertungsplattform Europas und zählt rund 2,99 Millionen Bewertungen zu mehr als 750.000 Unternehmen. 2007 in Wien gegründet, ist kununu seit 2013 Teil der XING-Gruppe und dementsprechend eng in das Mutterunternehmen eingebunden.

BewerberInnen, (ehemalige) MitarbeiterInnen und Lehrlinge können anonym für alle Personen einsehbare Bewertungen abgeben. Arbeitgeber haben sodann die Chance, zu diesen offiziell Stellung zu nehmen.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

* Übersicht jener Social-Media-Plattformen, die lt. der jährlich durchgeführten Recruiting-Studie BEST RECRUITERS am häufigsten von den mitarbeiter- und umsatzstärksten Unternehmen Österreichs genutzt werden.

Am meisten genutzte Social-Media-Plattformen*

LinkedIn

Ursprünglich in den Vereinigten Staaten gegründet, hat das Berufsnetzwerk LinkedIn in den vergangenen Jahren auch in Österreich kontinuierlich an Beliebtheit gewonnen, rangiert allerdings mit rund 770.000 heimischen Accounts hinter Spitzenreiter XING. Die Nutzungsrate unter Recruiting-Verantwortlichen hat sich seit dem Vorjahr konstant auf 58 % gehalten. Auf LinkedIn können ähnlich wie bei XING persönliche Business-Profile erstellt werden, um sich in Folge mit anderen Nutzern zu vernetzen.



Snapchat

Der Messenger-Dienst Snapchat zählt eigenen Angaben zufolge weltweit rund 186 Millionen täglich aktive NutzerInnen. Ursprünglich wurde die App gelauncht, um private Fotos zu teilen, die nur für einen definierten Zeitraum zur Verfügung stehen und nicht gespeichert werden können.

Die prädestinierte Snapchat-Zielgruppe ist jünger als 24 – ein großer Teil kann der Altersgruppe 13 bis 17 zugeordnet werden. Snapchat bietet sich dementsprechend besonders für den Personalmarketing-Mix im Recruiting von Lehrlingen und/oder SchülerInnen an.



Twitter

Mit rund 150.000 NutzerInnen ist Twitter in Österreich nicht so verbreitet wie beispielsweise in den Vereinigten Staaten, wo das Netzwerk als Massenphänomen bezeichnet werden kann. In Österreich zwitschern großteils JournalistInnen, Coaches und Berühmtheiten – womit aber gleichzeitig noch viel Potenzial besteht, sich als Unternehmen beziehungsweise Institution zu positionieren. Bis dato nutzen 10 % der größten Arbeitgeber Österreichs diese Chance.



whatchado

Auf whatchado finden Interessierte spannend gestaltete Video-stories von Menschen, die über ihren Arbeitgeber und ihre Tätigkeit berichten. „Finde deine Berufung“ lautet der Slogan dieser Plattform, auf der MitarbeiterInnen zu MarkenbotschafterInnen ihres Unternehmens werden. Im Zuge des whatchado-Matchings werden Arbeitgeber und potenzielle BewerberInnen, die ähnliche Ansichten und Interessen haben, anhand von 14 Fragen zusammengeführt.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

* Übersicht jener Social-Media-Plattformen, die lt. der jährlich durchgeführten Recruiting-Studie BEST RECRUITERS am häufigsten von den mitarbeiter- und umsatzstärksten Unternehmen Österreichs genutzt werden.

Am meisten genutzte Social-Media-Plattformen*

WhatsApp

Der Messenger-Dienst besteht im Grunde bereits 2 Jahre länger als sein Konkurrent Snapchat. Studien zufolge nutzen weltweit über 1,5 Milliarden Menschen täglich WhatsApp, in Österreich findet sich die App auf einem Großteil der Smartphones (88 %). Im Recruiting-Umfeld ist die Zielgruppe ähnlich wie bei Snapchat eher jung. Die App bietet sich für unkomplizierte Kontaktaufnahme seitens potenzieller BewerberInnen an.



XING

Mit rund 1 Million NutzerInnen ist XING nicht nur das größte Business-Netzwerk in Österreich, es wird auch am häufigsten von Personalverantwortlichen für Recruiting-Zwecke genutzt. Mittels XING-Profil können NutzerInnen neben ihrem bisherigen beruflichen Werdegang aufzeigen, wo ihre Stärken und auch Interessen liegen und durch Gruppen und Foren mit anderen NutzerInnen und vor allem auch Unternehmen in Kontakt treten. XING ist damit die optimale Plattform dafür, aktiv nach potenziellen neuen MitarbeiterInnen zu suchen (sog. „Active Sourcing“).



Bisher nutzen relativ wenige Unternehmen die Plattform jedoch dafür, um Interessierte regelmäßig mit karriererelevanten Neuigkeiten zu versorgen. Hier ist also noch viel Potenzial vorhanden, wenn Sie Interessierte laufend mit Informationen über Ihr Unternehmen als Arbeitgeber „füttern“ möchten.



YouTube

4,5 Millionen UserInnen machen Googles Video-Plattform zum größten sozialen Netzwerk in Österreich. Unter Jugendlichen hat sich YouTube allerdings mittlerweile zur beliebtesten Wissensquelle gemausert. Von Schminktipp über Kochrezepte bis hin zu anspruchsvollsten wissenschaftlichen Inhalten ist nahezu alles, was das Herz begehrt, in Videoform kostenlos abrufbar.



Posting-Tipp:

Viele Unternehmen nutzen YouTube dazu, kostenlos für ihr Unternehmen zu werben. Sie erstellen beispielsweise nützliche Do-it-yourself-Videos, in welchen sie Produkte ihres Unternehmens verwenden, oder lassen ihre MitarbeiterInnen zu Wort kommen und über ihren Arbeitsalltag erzählen.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

* Übersicht jener Social-Media-Plattformen, die lt. der jährlich durchgeführten Recruiting-Studie BEST RECRUITERS am häufigsten von den mitarbeiter- und umsatzstärksten Unternehmen Österreichs genutzt werden.

Aufbau eines Talente-Pools

Um möglichst unkompliziert einen eigenen Talente-Pool aufzubauen, sollten Sie die folgenden Dinge beachten:

- Anführen Ihres Social-Media-Kontakts auf der Website, in den Stellenanzeigen, in der BewerberInnen-Kommunikation etc. (inkl. Einladung zur Vernetzung)
- Explizite Einladung zur Initiativbewerbung auf der Karriere-Website
- Aktives Anbieten von Evidenzhaltung der Unterlagen bei Absagen (auch auf offene Stellen – Beachten Sie dabei die [DSGVO](#)!)
- Aufnahme ehemaliger MitarbeiterInnen/ PraktikantInnen /Lehrlinge/Werkstudierenden /freier DienstnehmerInnen/Studierender, die eine Abschlussarbeit über Sie verfasst haben, etc.
- Empfehlungen bestehender MitarbeiterInnen
- Informelles Netzwerken bei Seminaren, Kongressen etc.
- Kooperationen mit Hochschulen
- Kontakte von Messen, Events, Vorträgen an Unis und/oder FHs

Pflege Ihres Talente-Pools

Bespielen Sie Ihren Talente-Pool laufend mit interessanten Inhalten, in dem Sie beispielsweise einen Newsletter mit folgenden Inhalten verschicken:

- Passende Stellen („Job-Abo“)
- Einladung zu Veranstaltungen: Open-House, Produktpräsentation, Vorträge etc.
- Neue branchenrelevante Veröffentlichungen
- Exklusive Produkttests/-proben
- Info über Erstellung eines neuen Social-Media-Profiles
- Einladung in eine neue Expertengruppe auf einer Social-Media-Plattform
- Blick hinter die Kulissen: z. B. bei einem MitarbeiterInnen-Event oder in der Produktion etc.
- Sukzessives Vorstellen des Teams

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	8
	Active Sourcing	10
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER	11
	Unternehmenswebsite	12
	Social Media	16
	Ihre Talente von morgen	17

Einführen eines Empfehlungsprogramms

Für ein erfolgreiches Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm sollten Sie jedenfalls die folgenden Punkte beachten:

- Greifen Sie auf Ihr bestehendes Netzwerk zu, indem Sie nicht nur bestehende MitarbeiterInnen nach Empfehlungen fragen, sondern auch bereits ausgeschiedene KollegInnen, Geschäftspartner oder Personen in Ihrem Talente-Pool.
- Ermutigen Sie beispielsweise auch Ihre MitarbeiterInnen dazu, im Social Web Ausschau zu halten und auch entsprechende Online-Beiträge Ihres Unternehmens zu teilen und zu liken.
- Steigern Sie die Motivation Ihrer MitarbeiterInnen, indem Sie sie für die Empfehlung neuer KandidatInnen belohnen. Dabei muss es nicht zwingend um finanzielle Anreize gehen – neben Prämien kann ein kleiner Wettbewerb unter den MitarbeiterInnen ebenso motivieren wie ein schöner Strauß Blumen.
- Achten Sie darauf, Ihren MitarbeiterInnen sowie den empfohlenen KandidatInnen rasch Feedback zu geben, um so Ihre Wertschätzung auszudrücken.

IM ÜBERBLICK

3

1 AKUTE PERSONALSUCHE

5

Die Stellenausschreibung 6

Bewerberkommunikation 8

Active Sourcing 10

2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

11

Unternehmenswebsite 12

Social Media 16

Ihre Talente von morgen 17

IMPRESSUM

Wirtschaftskammer Österreich

Vertretungsbefugtes Organ: Präsident Dr. Harald Mahrer

Tätigkeitsbereich: Information, Beratung und Unterstützung der Mitglieder als gesetzliche Interessenvertretung

Medieninhaber/Herausgeber:

Wirtschaftskammer Österreich

Abteilung Sozialpolitik und Gesundheit, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

Offenlegung: wko.at/Offenlegung

Erscheinungsort: Wien

wko.at

Konzept, Redaktion & Produktion:

career Institut & Verlag

BEST RECRUITERS

Gußhausstraße 14/2

1040 Wien

career.gmbh

bestrecruiters.at

April 2019

Um eine leichtere Lesbarkeit des Textes zu gewährleisten, wurde fallweise auf die explizit geschlechtsspezifische Schreibweise verzichtet. Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Männer und Frauen in gleicher Weise.