

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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29
	ZUSATZMATERIAL	30

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/die Arbeitgeberin ansprechend zu präsentieren. Achten Sie deshalb darauf, einerseits ausreichend **Informationen über die Rahmenbedingungen** des Jobs aufzuzeigen sowie andererseits Ihr Unternehmen

aussagekräftig zu beschreiben und auch Ihre **Vorzüge als ArbeitgeberIn** 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 ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN



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 ArbeitgeberIn? Neben aktuell offenen Stellen und einer Kontaktperson sollten auch Informationen

zur Unternehmenskultur, den MitarbeiterInnen und eventuell gebotenen **Benefits auf der Website** nicht fehlen. Ebenso ist es wichtig auf aktuelle Geschehnisse und den Einfluss auf das Unternehmen einzugehen. Stichwort: **Digitalisierung im Arbeitsalltag**.

[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 MitarbeiterInnen-Rabatten 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 Stellenanzeige stilistisch auf.

Hier finden Sie eine ausführliche **Checkliste**, welche Punkte Ihre Stellenanzeige 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 Stellenanzeige 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 ArbeitgeberInnen des Landes an – hier zeigt sich eine weitere Chance, sich positiv vom Mitbewerb 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** und **LinkedIn** 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 ArbeitgeberIn 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

JOB

Die Stellenausschreibung: Wo wie was schalten?

Ist die Stelle noch aktuell?

Werden Stellenausschreibungen auf Karriereportalen veröffentlicht, so geschieht es regelmäßig, dass eine noch ausgeschriebene Stelle bereits besetzt wurde. Dies führt dazu, dass BewerberInnen sich auf eine Position bewerben, die längst schon vergeben ist.

Als Antwort auf die mühevoll erstellten Unterlagen folgt dann die Benachrichtigung, dass bereits jemand anderes eingestellt wurde – mit etwas Glück inklusive des Angebotes auf Evidenzhaltung. Eine Nachricht, die bei Bewerbenden hinsichtlich der aufgewendeten Zeit und Mühe aus gutem Grunde zu Verärgerung führt. Es entsteht jedoch auch ein zusätzlicher Aufwand auf der ArbeitgeberInnenseite, indem die eben genannten Absageschreiben extra versendet werden müssen.

Wurde eine Stelle vergeben, ist es daher wichtig die Ausschreibung umgehend auf allen Portalen zu deaktivieren, denn auch das ist eine Form der Wertschätzung. Besonders in kritischen Zeiten wie etwa in einer Rezession, oder Pandemie kann große Verunsicherung hinsichtlich der Aktualität von Stelleninseraten entstehen. Daher ist es essenziell, eindeutige Signale zu senden und Transparenz in Bezug auf den Einstellungsbedarf zu schaffen. Ein kurzer Hinweis wie „Wir stellen auch in Zeiten wie diesen ein.“ ist eine eindeutige Message, mit der eines aus dem Weg geräumt werden kann: Unsicherheit!

Folgende Informationen dürfen nicht fehlen:**1. Digitales Bewerbungsgespräch**

Nicht nur in Zeiten der Corona-Pandemie stellen digitale Bewerbungsgespräche oft die einzige Alternative dar. Hinsichtlich der Ressourcen Zeit und Aufwand war das digitale Kennenlernen bereits zuvor eine ökonomischere Option. Besonders da der Recruiting-Prozess oftmals mehrere Runden vorsieht, ist es für Berufstätige von Vorteil, ein einfaches und unkompliziertes digitales Bewerbungsgespräch zu führen, anstatt bei jedem Termin anzureisen.

Überlegen Sie sich bei welchen Ihrer Stellen ein digitales Bewerbungsgespräch Sinn macht. Führen Sie innerhalb des Stelleninserates das zu verwendende Medium an und weisen Sie ebenfalls auf Tipps für ein gelungenes virtuelles Interview hin.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE

JOB

Die Stellenausschreibung: Wo wie was schalten?

2. Digital unterstützte Einschulung

Darüber hinaus ist auch eine digitale (Teil-) Einschulung in Erwägung zu ziehen. Ist die digitale Aufstellung im Betrieb so weit ausgereift, dass selbst einer digitalen Einschulung nichts im Wege steht, so kann das nur zu Vorteilen führen.

Formen der digitalen Einschulung

- Schriftliche Manuale
- Aufgezeichnete Video-Tutorials
- Live-Einschulungen per Video-Call
- E-Learning-Plattformen

Das neue Normal in Zeiten der Corona-Pandemie hat uns gezeigt, je digitaler desto flexibler! Ist eine dieser Optionen vorhanden, so führen Sie diese auch in der Stellenausschreibung an. Damit stellen Sie sich als professionelle/r ArbeitgeberIn dar, der selbst hinsichtlich des Onboardings einen digitalen Plan B hat.

3. Arbeitsort

Der Arbeitsort kann bzw. muss nicht zwingend nur einen Ort umfassen. So ist in erster Hinsicht jener Standort zu kommunizieren, an welchem die Arbeit größtenteils ausgeführt wird. Im Falle von Dienstreisen oder bei gelegentlichem Standortwechsel ist es ratsam, dies zumindest zu erwähnen.

Besonders mit dem Vormarsch der Digitalisierung der Arbeitswelt wird Home-Office zunehmend ein zweiter Arbeitsort. Führen Sie daher bereits in der Stellenanzeige an, ob Home-Office in Ihrem Betrieb generell ein Thema ist.

Ist diese Frage mit einem klaren Ja zu beantworten, so ist es förderlich, den Home-Office-Anteil je Woche anzuführen, insofern diese Information bereits besteht. Diese Angabe kann in Prozent oder Wochentagen erfolgen. Wichtig ist, dass sich der/die zukünftige MitarbeiterIn schon im Vorfeld darauf einstellen kann. Prinzipiell gilt, je offensichtlicher und klarer Informationen sind, desto eher bewerben sich InteressentInnen unter den richtigen Voraussetzungen.

Dem ist hinzuzufügen, dass der optionale Home-Office-Einsatz selbstverständlich gewerbeabhängig ist. Dienstleistungen, Gastronomie und handwerkliche Branchen setzen die physische Anwesenheit oftmals voraus, sodass der Betrieb aufrecht erhalten bleiben kann. Daher gilt die Regel, Home-Office ausschließlich dort einzusetzen, wo es für den Unternehmenserfolg Sinn macht!

1

AKUTE PERSONALSUCHE

JOB

Die Stellenausschreibung: Wo wie was schalten?

4. Digitale Weiterbildungsmöglichkeiten

Wie bereits angeführt ist die Option zur digitalen Einschulung ein Vorteil. Doch auch um langfristige Weiterbildungen ist es im digitalen Kontext positiv bestellt.

Die Zahlen der BEST-RECRUITERS-Studie Österreich 2020/21 ergeben, dass 17,6 % der Stichprobe von 529 getesteten österreichischen ArbeitgeberInnen die Möglichkeit zum E-Learning anbietet. Das entspricht jedem/jeder 6. ArbeitgeberIn.

Online-Lern-Plattformen bieten den Vorteil, Weiterbildungen flexibel, also örtlich und zeitlich ungebunden zu gestalten. Zudem können die Inhalte etappenweise – in Form von Modulen – gelernt und dabei so oft als gewünscht wiederholt werden.

Bieten Sie bereits Formen des E-Learnings an, so gehen Sie bereits in der Vakanz darauf ein. Besser zu früh, als zu spät informieren.

Info

Um sich ein Bild darüber machen zu können, wie diese fünf Punkte in ein Stelleninserat eingebaut werden können, finden Sie hier ein [Muster-Stelleninserat](#).

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

Wertschätzung und ein offenes Ohr machen den Unterschied

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.

Hinsichtlich der Digitalisierung der Arbeitswelt können sich jede Menge Fragen seitens der Bewerbenden ergeben. Im Kapitel [Das digitale 1x1 - Q&A zum digitalen Arbeitsalltag](#) finden Sie einige Beispielfragen.

Bereiten Sie sich darauf vor, dass auch im Zuge des Bewerbungsprozesses Anfragen per E-Mail, Telefon, Social Media oder aber auch direkt im Gespräch auftauchen. Nehmen Sie sich dafür Zeit und gehen Sie auf die Themen der KandidatInnen ein.

Versuchen Sie sich dabei stets in die Lage eines Bewerbenden zu versetzen. Sie kennen Ihren Betrieb nicht und somit auch nicht die darin vorherrschenden Unternehmensstrukturen. Stehen Sie jeglichen Fragen zu Programmen, Abläufen, Kultur oder Gepflogenheiten offen gegenüber und nehmen Sie sich Zeit, um diese ausführlich zu beantworten.

Je ausgeprägter das Bild, welches bei KandidatInnen entsteht, umso größer die Chance auf eine erfolgreiche Bewerbung.

Der digitale HR-Kontakt, Chatbots & Co. „Spreche ich hier mit einem Menschen oder einem Computer?“

Antwortet ein Chatbot bereits so gezielt und genau auf Anfragen, so kann man behaupten, dass der digitale Mitarbeiter seine Arbeit gut ausführt. Der wesentliche Vorteil eines Chatbots besteht aus Unternehmenssicht darin, dass allgemeine und immer wiederkehrende Fragen automatisch beantwortet werden. Das erspart nicht nur Ihnen als ArbeitgeberIn Zeit, sondern liefert auch KandidatInnen rasche Antworten. Ein E-Mail zu formulieren ist dann nicht mehr notwendig.

Der Chatbot soll den persönlichen HR-Kontakt jedoch nicht zur Gänze ablösen. Ganz im Gegenteil, bei detaillierten Fragestellungen ist es sogar wichtig, dass der Chatbot auf eine Ansprechperson inkl. Telefonnummer oder E-Mail-Adresse verweist.

Info

Wie funktioniert ein Chatbot?

Ein Chatbot funktioniert auf Basis einer künstlichen Intelligenz (KI). Immer wiederkehrende Fragen werden zu einem Cluster klassifiziert und erhalten dieselbe vorgefertigte Antwort. Dies funktioniert auf Basis entsprechender Signalwörter. Sie reduzieren damit Bearbeitungszeit Ihrer MitarbeiterInnen und sparen somit Kosten ein. Weiters kann der Chatbot auch außerhalb der Geschäftszeiten Fragen beantworten und steht somit rund um die Uhr zur Verfügung.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

Verfügen Sie auf Ihrer Unternehmenswebsite über einen Questions & Answers Bereich, lässt sich dies beispielsweise gut mit einem Chatbot verbinden. Der Vorteil für InteressentInnen besteht darin, dass sie nicht mehr nach Informationen suchen müssen, sondern diese automatisch wiedergegeben werden.

Info

Gute Idee, aber: brauche ich einen HR-Chatbot?

Ein HR-Chatbot ist ein Nice-to-have jedoch lange kein Must-have. In der Anschaffung und Programmierung entstehen Ihnen selbstverständlich Kosten. Wägen Sie daher im Team ab, ob ein Chatbot Ihr Personal im großen Ausmaß entlastet, sodass ein Kostenvorteil entsteht.

sozialen Medien. Seien Sie sich dessen bewusst, dass Ihr Fernbleiben von Social Media ein völliges Verschwinden von der Bildfläche bedeuten kann. Mehr zum Thema Arbeitgeberpositionierung lesen Sie unter Social Media - Der direkte Draht zu InteressentInnen.

Verfügen Sie über ein oder mehrere Profile auf sozialen Netzwerken, so ist es wichtig, dass Sie diese stets auf neue Nachrichten überprüfen – diese sollten maximal innerhalb von drei Werktagen beantwortet werden. Bestenfalls innerhalb weniger Stunden.

Kommunikation via Social Media

Zukünftig besonders gefragt wird die Kommunikation per Social Media sein. Auch darüber können Kontaktanfragen von InteressentInnen eintreffen. Besonders betrifft dies die Generation Z, sprich angehende Lehrlinge und BerufseinsteigerInnen. Die Aufmerksamkeit für ein Unternehmen als potenzielle/r ArbeitgeberIn entsteht bei dieser Generation oftmals über Postings auf

Bewerbung im Postfach - was nun?

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.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

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](#).

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 ArbeitgeberInnen 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 seiner/ihrer 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.

Zurück
zum
Überblick

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.

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 Ab-

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

lauf 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



Bewerberkommunikation

Digitale Bewerbungsgespräche

Das digitale Bewerbungsgespräch bietet die Möglichkeit eines ersten Kennenlernens, welches völlig ortsunabhängig stattfinden kann. Selbstverständlich soll und kann der persönliche Kontakt dadurch nicht zur Gänze ersetzt werden.

Setzt sich ein Bewerbungsprozess jedoch aus mehreren Gesprächsrunden zusammen, so kann jenen KandidatInnen, welche nach den ersten Runden ausscheiden, zumindest die Mühe der Anreise erspart werden. Doch auch Ihnen als ArbeitgeberIn wird dadurch Flexibilität eingeräumt. Es öffnet Ihnen den Zugang zu neuen BewerberInnen-Kreisen aus anderen Bundesländern oder auch aus dem Ausland.

Geeignete Medien

In erster Linie ist es wichtig, ein geeignetes Medium auszuwählen, welches einen möglichst einfachen und unkomplizierten Umgang erlaubt. Gängige Tools sind beispielsweise Skype (for Business), Zoom, Microsoft Teams, Google Hangouts u.v.m.

Es gibt dabei keine allgemeingültige Regel, welches Programm am besten geeignet ist, da dies nach individuellen Vorlieben und Ansprüchen variieren kann. Beziehen Sie Ihre Mitar-

beiterInnen in die Auswahl ein und testen Sie die Medien gemeinsam aus. Viele Programme können zumindest vorweg kostenlos ausprobiert werden. Wägen Sie nach Vor- und Nachteilen ab und wählen Sie jenes Programm aus, das Ihren Ansprüchen am ehesten gerecht wird.

Tipps und Vorbereitungsmaßnahmen

Das digitale Vorstellungsgespräch räumt zwar viele Freiheiten ein, dennoch ist es unerlässlich auch dafür einen Plan aufzustellen und Vorbereitungsmaßnahmen zu treffen.

Ebenso die Einladung zum virtuellen Bewerbungsgespräch benötigt spezielle Infos. Im [Musterschreiben Einladung](#) zum digitalen Bewerbungsgespräch finden Sie einige Anregungen sowie Formulierungstipps.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

**Digitale Bewerbungsgespräche vorbereiten –
1. Der virtuelle Gesprächsraum**

Ist das geeignete Online-Medium, über welches kommuniziert wird, ausgewählt, so muss der/die KandidatIn per E-Mail oder telefonisch darüber informiert werden. Senden Sie dem Bewerbenden einen Einladungslink zum virtuellen Gesprächsraum. Das Aufbauen des Calls liegt bei Ihnen.

2. Technik-Check

„Der Ton macht die Musik.“ Nach diesem Motto sollten Sie darauf achten, dass Audio- und Videoeinstellungen eine entsprechende Qualität aufweisen, sodass Ihr digitales Gegenüber Sie gut hören und sehen kann. Ebenso sollte ein Raum aufgesucht werden, worin die Lichtverhältnisse abgestimmt sind und eine Geräuschkulisse minimiert werden kann.

Achten Sie außerdem darauf, dass sich die Webcam auf Augenhöhe befindet. Dazu sind nicht zwingend kostspielige Halterungen nötig. Auch schon ein Stapel mit Büchern kann hier sehr hilfreich sein.

3. Stabile Internetverbindung

Überprüfen Sie, ob die Internetverbindung über welche Sie das Gespräch einleiten, stabil ist. Führen Sie das Gespräch aus dem Büro, so lassen Sie dies Ihre Mitarbeitenden wissen. Es wäre ungünstig, wenn Ihre KollegInnen ausgerechnet zum Zeitpunkt des Gespräches große Dateien verschicken oder runterladen.

4. Unterlagen und Leitfaden

Legen Sie alle nötigen Unterlagen, wie Lebenslauf und Anschreiben Ihrer KandidatInnen (am besten in ausgedruckter Form) bereit und überlegen Sie sich schon vorab Fragen zum Profil. Ebenso sollten Sie einen Leitfaden parat haben, womit Sie den/die BewerberIn durchs Gespräch führen. Damit hinterlassen Sie einen strukturierten und professionellen Eindruck.

Zurück
zum
Überblick

1

AKUTE PERSONALSUCHE



Bewerberkommunikation

5. Behind the Scenes

Dem Bewerbenden ein Gefühl für die Unternehmenskultur zu vermitteln, ist bei einem Vorstellungsgespräch innerhalb der eigenen Geschäftsräume ein Leichtes. Als schwieriger stellt sich das beim ersten Kennenlernen über den Monitor heraus. Das Platzieren des Unternehmenslogos oder unternehmenstypischer Objekte, wie etwa Ihren Produkten, sollte Ihnen dabei eine Unterstützung sein.

Digitale Gesprächsregeln

Um das virtuelle Bewerbungsgespräch so einfach und natürlich wie möglich zu gestalten, empfiehlt es sich im Vorfeld einen Gesprächsrahmen festzulegen.

- Da das digitale Gespräch durch Verzögerungen und Verbindungsprobleme erschwert werden kann, ist es empfehlenswert längere Redepausen einzulegen und sich besonders klar und deutlich auszudrücken. So kann ein ständiges, gegenseitiges Unterbrechen vermieden werden.
- Manche Medien wie etwa Skype oder Zoom verfügen über eine Funktion, womit die „digitale Hand“ gehoben werden kann. Dies dient dazu, um auf sich aufmerksam zu machen. Die Funktion ist vor allem dann interessant, wenn in einer Videokonferenz mehr als zwei TeilnehmerInnen involviert sind.
- Weiters ist es anzuraten, das eigene Mikrofon stumm zu schalten, wenn das Gegenüber spricht. So können Hintergrundgeräusche wie etwa Verkehrslärm oder klingelnde Telefone reduziert werden.
- Um dem Gespräch trotz der räumlichen Entfernung Persönlichkeit zu verleihen, ist es wichtig, dass alle GesprächsteilnehmerInnen die Kamera einschalten. Viele Botschaften, welche über die Mimik vermittelt werden, würden ansonsten verloren gehen.
- Legen Sie weiters bereits im Vorhinein fest, dass alle Parteien sich in einem gesonderten Raum befinden. Es sollten somit während des Gespräches keine KollegInnen bzw. im Falle des Home-Office Familienmitglieder oder gar Haustiere anwesend sein.

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 Sucheangaben 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.

2



Positionierung als attraktive/r ArbeitgeberIn

Zweifellos bietet die Unternehmenswebsite eine ideale Möglichkeit, sich als attraktive/r ArbeitgeberIn 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 ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



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.

Informieren statt InteressentInnen verlieren

Der Karriere-Bereich Ihrer Unternehmenswebsite entspricht der Empfangshalle eines Hotels. Der erste Eindruck entscheidet über die Verweildauer der Gäste - im konkreten Fall sind das die potenziellen BewerberInnen. Um die Verweildauer und das Interesse am Unternehmen zu erhöhen, ist es wichtig die richtigen Informationen zur Verfügung zu stellen.

Sind Informationen zu knapp und undurchsichtig, sodass jede Angabe einer Nachfrage bedarf, werden InteressentInnen von einer Bewerbung absehen, da sie es der Mühe nicht wert ist. Bestehen jedoch zu detailreiche Informationen, sodass BesucherInnen den Durchblick verlieren, so führt auch diese Art der Informationsdarbietung wohl zu einem vorzeitigen Bewerbungsverzicht.

Doch der Grat zwischen zu intransparenten Informationen und einem kognitiven Overload ist schmal. 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 Punkte der folgenden Seiten zu behandeln.

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/einer 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 ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



Unternehmenswebsite

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 verborgen 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](#).

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/ihrer künftigen ArbeitgeberIn ins Gespräch zu kommen. Führen Sie auf der Website an, wo man Ihr Unternehmen künftig antrifft. Ebenso ist es auch möglich auf digitalen Messen, Webinaren oder Digital Days (ein digitaler Tag der offenen Tür) Anschluss zu finden.

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/die ArbeitgeberIn 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 Teamevents, Sportprogramme, Betriebsarzt, etc. – oder ist vielleicht der Hund im Büro willkommen?

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



Unternehmenswebsite

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.

New Work = New Challenge - neue Arbeitsmodelle im Kommen

New Work beschreibt die Wende der Arbeitsgesellschaft im globalen und digitalen Zeitalter.

Daraus eröffnet sich auch der Weg zum Home-Office. Ein Weg den im Jahr 2020 viele ArbeitnehmerInnen, in Branchen wo dies möglich ist, gegangen sind. Zunächst lag der Grund eher darin, dass Home-Office im Lockdown die einzige Alternative darstellte. Eine Umstellung, die gewiss nicht für jede/n einfach war. Dennoch gilt es nun die Gegebenheit zu analysieren und Vorteile daraus abzuleiten.

Home-Office fordert beispielsweise flexiblere Arbeitszeitmodelle wie Gleitzeit, Zeitkonto oder aber auch Vertrauensarbeitszeit. Flexiblere Arbeitsgestaltung ist ein zweiseitiges Schwert. Bei jenen, die mit Unabhängigkeit und Freiraum wachsen, kann die Produktivität wie auch die Motivation erheblich gefördert werden. Andere fühlen sich damit jedoch unwohl und allein gelassen, hier kann eine gegensätzliche Wirkung eintreten.

Setzen Sie auf eine gute Mischung, wie etwa der Möglichkeit ein oder zwei Tage von Zuhause aus zu arbeiten und den Rest der Woche im Büro/ Betrieb zu verbringen. So kann sichergestellt werden, dass der soziale Kontakt, welcher für Fortschritte im Team (Brainstorming, Kreativität, etc.) enorm wichtig ist, bestehen bleibt. Mit der Möglichkeit zum Home-Office bieten Sie Ihren MitarbeiterInnen jedoch auch den nötigen Freiraum.

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



Unternehmenswebsite

**Unternehmenskultur & Co:
Wie tickt Ihr Team?**

Dass MitarbeiterInnen, die sich mit den Werten ihres/ihrer ArbeitgeberIn 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.

**MitarbeiterInnen als
BotschafterInnen**

Was die eigenen Angaben des/der ArbeitgeberIn 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.

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 ArbeitgeberIn 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 MitarbeiterInnen-Events 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 ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



Unternehmenswebsite

Das digitale 1x1 – Q&A zum digitalen Arbeitsalltag

Die Digitalisierung des Arbeitsalltags verändert bewährte und somit vertraute Muster. Das kann sowohl bestehende MitarbeiterInnen als auch potenziell neue im ersten Moment abschrecken, der Mensch ist eben ein Gewohnheitstier.

Widmen Sie Ihrer Karriere-Website daher einen Bereich, worin Sie auf Neuerungen und Veränderungen, die mit der fortschreitenden Digitalisierung des Arbeitsalltags einhergehen, Bezug nehmen. Es bietet sich die Möglichkeit an, diesen Informationsgehalt in Form von Questions & Answers bereitzustellen. Sie finden hier beispielhaft einige relevante und aktuelle Themen inklusive vorgeschlagener Fragestellungen.

Thema Home-Office/ Remote-Working

Q: Besteht bei XY die Möglichkeit zum Home-Office? Falls ja, wie viele Wochentage kann von zuhause aus gearbeitet werden?

Eine große Veränderung, welche die Digitalisierung des Arbeitsalltags mit sich bringt, ist wie bereits erwähnt die Möglichkeit zum Home-Office. Das Angebot und der Gefallen am Home-Office haben deutlich an Zuwachs gewonnen, da es beiden Seiten (ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen) Vorteile einräumt. Begonnen bei der örtlichen Ungebundenheit (arbeiten, von wo

aus man will) bis hin zur besseren Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben. Eine besondere Relevanz ergibt sich für jene ArbeitnehmerInnen, deren tägliche Anreise zum Arbeitsort aufgrund geografischer Entfernung erschwert wird. Für Firmen erschließt sich dadurch ein Vorteil, indem auch Personen als neue MitarbeiterInnen gewonnen werden können, deren Wohnsitz nicht im Umfeld des Firmenstandortes liegt. So kann auf ein Pendeln verzichtet werden.

Dennoch birgt das traute Home-Office auch Nachteile oder wirft zumindest Fragen auf und fordert Anpassungsfähigkeit. Den MitarbeiterInnen muss zunächst ein Remote-Arbeitsplatz, sprich der Zugang zum Unternehmensserver eingerichtet werden, um die Verfügbarkeit von Arbeitsmitteln und Unterlagen sicherzustellen. Ebenso ist die richtige Hard- und Software notwendig, damit auch die Zusammenarbeit und Abstimmung gelingt. Besonders da der persönliche Kontakt wegfällt, gilt es zu überlegen, über welches Medium vorwiegend kommuniziert werden soll.

Thema Digitale Meetings, Equipment und der Einsatz von Programmen

Q: Wie werden wöchentliche Meetings abgehalten, ist eine physische Anwesenheit erforderlich?

Da physische Meetings im „neuen Normal“ nicht zwingend dem Regelfall entsprechen, ist es auch

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



Unternehmenswebsite

wichtig InteressentInnen darüber zu informieren, wie diverse Besprechungen, Meetings und Präsentationen im Betrieb abgehalten werden.

Durch die frühzeitige Information darüber heben Sie sich nicht nur vom Wettbewerb ab, sondern bieten KandidatInnen womöglich den Vorteil, der sie von einer Bewerbung in Ihrem Betrieb überzeugt. Die Frage nach dem WIE beinhaltet dabei nicht nur das Medium (Skype, Zoom, Microsoft Teams, Google Hangouts etc.), sondern auch Hinweise auf Abläufe und die Regelmäßigkeit der Meetings.

Thema Digitales Teambuilding

Q: Wie kann trotz räumlicher Distanz sichergestellt werden, dass die Teamkultur gepflegt und aufrechterhalten wird?

Ein ebenso wesentlicher Punkt ist das Teambuilding im digitalen Zeitalter. Wird der persönliche Kontakt dadurch nach und nach geringer, bedeutet dies nicht zwingend, dass auch der Teamspirit und die Zusammenarbeit vernachlässigt werden. Regelmäßige digitale Meetings (wie im Punkt zuvor beschrieben) sowie auch Telefonate können eine gute Zusammenarbeit aufrechterhalten. Nutzen Sie die Chance dieser digitalen Treffen, um auch Feedback in Zusammenhang mit neuen Projekten oder neuen Tools und Arbeitsmitteln einzuholen. Zeigen Sie Ihren MitarbeiterInnen, dass ihre Meinung und ihr Wohlbefinden willkommen und wichtig sind.

Thema Nähe auch in digitalen (Arbeits-)Zeiten

Q: Wie gestalten sich bei XY Teamevents?

Wird aus unterschiedlichen Gründen (räumliche Distanz, Kosten, Krankheitsfall etc.) auf Teamevents – welche vor allem dazu da sind, sich auch über private Themen auszutauschen – verzichtet, so ist es von Vorteil, auch einen digitalen Plan B aufzustellen. Ein gemeinsamer virtueller Team-Brunch, ein gemeinsames Mittagessen oder aber auch ein virtueller Spieleabend können unterstützen, das Teamgefüge aufrechtzuerhalten, und schmälern das Gefühl der Distanz. Wichtig ist, dass Mitarbeitende und KollegInnen dabei stets die Kamera eingeschaltet haben, um einander sehen zu können.

Info

Teamevents?
Muss das sein?

Es versteht sich keinesfalls als Must-have Teamevents, wie gemeinsame virtuelle Mittagessen, auf Ihrer Unternehmenswebsite zu erwähnen. Im Gegenteil, es entspricht einem Nice-to-have, das KandidatInnen ein Gefühl über die Teamkultur vermittelt.

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



Unternehmenswebsite

Thema MitarbeiterInnen-Stimmung

Q: Wie wird bei XY die MitarbeiterInnen-Zufriedenheit sichergestellt, bzw. wie wird mit Feedback umgegangen?

Vergessen Sie nicht, dass in außergewöhnlichen Zeiten die Stimme der Mitarbeitenden besonders wichtig ist. Sich den Fragen, Bedenken und Sorgen der Mitarbeitenden anzunehmen und zusammen nach einer Lösung zu suchen, gibt Ihrem Personal nicht nur ein wertschätzendes Gefühl, sondern kann die gesunde Motivation für die Arbeit wiederherstellen.

Es genügt jedoch nicht, nur ein offenes Ohr zu haben und auf Fragen von Mitarbeitenden zu warten. Gehen sie aktiv auf Ihre KollegInnen zu und fragen Sie nach deren Stimmung und Zufriedenheit mit der gegenwärtigen Arbeitssituation. Bei besonders heiklen Themen empfiehlt es sich, zudem auch auf ein Mitarbeiterbefragungstool zurückzugreifen, welches Anonymität sicherstellt und somit eine ideale Plattform für ehrliches Feedback bietet. Egal ob durch das persönliche Gespräch oder eine anonymisierte Befragung, wichtig ist, sich den Wünschen und Sorgen anzunehmen und gemeinsam nach Wegen der Verbesserung zu suchen.

Im Hinblick auf Ihre Recruiting-Aktivität stellt diese Information womöglich einen entscheidenden Mehrwert für KandidatInnen da. Weisen Sie daher bereits auf Ihrer Karriere-Website darauf

hin, dass die Mitarbeiterstimmung in Ihrem Betrieb evaluiert und stetig verbessert wird.

Info

Nicht außer Acht lassen!

Das Wohlbefinden Ihrer MitarbeiterInnen hat weiterführend Einfluss auf Bewertungen in Portalen wie [kununu](#). Zufriedene ArbeitnehmerInnen sind bekanntlich eher dazu bereit, sich positiv über den (ehemaligen) Arbeitgeber zu äußern.

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 ei-

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



Unternehmenswebsite

nen anderen Firmenbereich hineinzuschnuppern. Aber auch digitale Weiterbildungsmöglichkeiten wie etwa eine Online-Bibliothek mit E-Books, oder der Zugang zu einer E-Learning-Plattform sind gern gesehen.

Rund um die Bewerbung

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 ArbeitgeberIn 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.

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 einen Lebenslauf mit Foto, das Bewerbungsschreiben auf maximal einer A4-Seite, mindestens ein Dienstzeugnis des letzten Arbeitsverhältnisses usw.

Zurück
zum
Überblick

2

POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



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 ArbeitgeberIn – 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 ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN



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 ArbeitgeberIn 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), Firmenlaptop/Firmenhandy, Remote-Working, 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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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 des/der 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

11

Active Sourcing

18

2

POSITIONIERUNG ALS

ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN

19

Unternehmenswebsite

20

Social Media

28

Ihre Talente von morgen

29

ACCOUNT MANAGER

M/W/D

VOLLZEIT (38,5 H) | AB SOFORT | MUSTERSTADT

Wir bieten Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz in einem wachsenden Unternehmen in einer aufgeschlossenen Teamkultur, worin Chancengleichheit oberste Priorität hat. Lesen Sie mehr über [Musterunternehmen](#).

DEIN PROFIL

- Hard Skill 1
- Hard Skill 2
- Hard Skill 3 (wünschenswert)
- Softskill 1
- Softskill 2

Digitales Vorstellungsgespräch leicht gemacht - **Tipps & Tricks**

Lerne das Team kennen!



DEINE AUFGABEN

- Aufgabe 1
- Aufgabe 2
- Aufgabe 3
- Größte Herausforderung des Jobs 1
- Größte Herausforderung des Jobs 2

WIR BIETEN

- Familienfreundliche Zeiteinteilung
- Möglichkeit zur (digitalen) Weiterbildung
- Gesundheitsmaßnahmen
- Einen Ort, an dem Ihr selbständiges Handeln geschätzt wird
- Wöchentlicher Team-Brunch
- Lustige (digitale) MitarbeiterInnen-Events



HARD FACTS

- **Einsatzort:** Musterstraße 1, 1000 Musterstadt
- **Home-Office-Möglichkeit** (X Tage / Woche)
- **Ausstattung:** Firmenlaptop, Headset, Firmenhandy
- **Bewerbungsgespräch** via Skype for Business
- **Einschulung** fallweise via Skype
- **Eintrittsdatum:** ab sofort
- Das **Mindestentgelt** für diese Stelle beträgt monatlich brutto € xxxx (Überzahlung je nach Qualifikation und Berufserfahrung)

Sie sind an der Mitarbeit in einem dynamischen und motivierten Team interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Onlinebewerbung!

JETZT BEWERBEN!



ANSPRECHPERSON

Melanie Musterfrau
musterfrau@xy.at
+43 660 00 00 000



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, virtuelle Spieleabende 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

	3
1 AKUTE PERSONALSUCHE	5
Die Stellenausschreibung	6
Bewerberkommunikation	11
Active Sourcing	18
2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
Unternehmenswebsite	20
Social Media	28
Ihre Talente von morgen	29

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

	3
1 AKUTE PERSONALSUCHE	5
Die Stellenausschreibung	6
Bewerberkommunikation	11
Active Sourcing	18
2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
Unternehmenswebsite	20
Social Media	28
Ihre Talente von morgen	29

* 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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

Ihr Inserat auf XING

Um eine Stellenanzeige auf [XING](#) zu posten, sind folgende Schritte notwendig:

- Voraussetzung ist eine eigene Unternehmensseite auf XING: Nach erfolgter persönlicher Registrierung bei XING führen Sie im Profil Ihren Unternehmensnamen innerhalb der Berufserfahrung an. Anschließend beantragen Sie ein gratis Arbeitgeberprofil, indem Sie auf der linken Seite in der Navigationsleiste auf Unternehmen klicken. Das große grüne Symbol **Für Arbeitgeber: Arbeitgeberprofil anlegen** führt Sie direkt zur nächsten Seite **Unsere Employer Branding Profil Typen**. Unter **Jetzt kennenlernen** auf der rechten Seite finden Sie den **Button Gratis Profil** anlegen.
- Ist die Unternehmensseite erfolgreich erstellt, klicken Sie rechts oben auf den Link **Für Arbeitgeber: Stellenanzeige erstellen**.
- Anschließend scrollen Sie hinunter bis zum Bereich der Produktübersicht und wählen einen Anzeigentypen aus.
- Im Anschluss gelangen Sie in das Stellenanzeigen-Formular. Füllen Sie darin Schritt 1 – 4 aus. In Schritt 3 können Sie sich die Anzeige als Vorschau ansehen und in Schritt 4 hinterlegen Sie Ihre Rechnungs- und Zahlungsdaten sowie eine E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand.
- Abschließend sind die AGB zu akzeptieren. Per Klick auf **Veröffentlichen** stellen Sie Ihre Anzeige online.

Hinweis: Über Ihrem Profilfoto oben rechts auf XING können Sie die Anzeige unter dem Menüpunkt **Stellenanzeigen verwalten** jederzeit editieren und verwalten. Branche und Stellentitel können Sie nach dem Ablauf von 24 Stunden nicht mehr ändern.

IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

* 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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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 ArbeitgeberIn 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 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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	11
Active Sourcing	18
2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
Unternehmenswebsite	20
Social Media	28
Ihre Talente von morgen	29

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

	3
1 AKUTE PERSONALSUCHE	5
Die Stellenausschreibung	6
Bewerberkommunikation	11
Active Sourcing	18
2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN	19
Unternehmenswebsite	20
Social Media	28
Ihre Talente von morgen	29

Musterschreiben für die Bewerberkommunikation

Einladung zum digitale Bewerbungsgespräch

(Vorab ist die Entscheidung zu treffen, ob die Ansprache per Du oder per Sie erfolgt.)

Sehr << geehrte / geehrter Name >> ,

wir beziehen uns auf Ihre Bewerbung für die Stelle als << Stellentitel >> für unseren Standort << Ort >>. Nach Durchsicht Ihrer Unterlagen und dem freundlichen Telefonat haben wir einen überaus positiven Eindruck von Ihnen und Ihrem Profil gewonnen. Daher möchten wir Sie gerne zu einem Vorstellungsgespräch via << Skype >> einladen.

Sofern Sie weiterhin an der Stelle interessiert sind, geben Sie uns bitte Bescheid, ob Ihnen einer der folgenden Termine gelegen kommt:

<< Datum, Uhrzeit 1 >>

<< Datum, Uhrzeit 2 >>.

Über diesen Link << Link >> gelangen Sie direkt zum virtuellen Konferenzraum, worin Sie zum Datum Ihrer Wahl von << Person 1, Funktion >> und << Person 2, Funktion >> begrüßt werden.

Für das virtuelle Gespräch ist es wichtig, dass Sie über eine stabile Internetverbindung, eine Webcam und ein Mikrofon mit ausreichender Qualität verfügen. Wir bitten Sie, die Kamera über das gesamte Gespräch eingeschaltet zu lassen, sodass wir uns trotz der räumlichen Distanz bestmöglich kennenlernen können.

Das Gespräch wird in etwa 45 bis 60 Minuten dauern, wobei die letzte Viertelstunde für Ihre offenen Fragen reserviert ist. Sollte es zu technischen Problemen kommen, werden wir Sie telefonisch kontaktieren. Ebenso können Sie uns unter der folgenden Telefonnummer << Telefonnummer >> erreichen, sollten Komplikationen mit dem Programm auftreten.

Wir freuen uns bereits auf ein erstes Kennenlernen!

Bei weiteren Fragen sind wir telefonisch und per E-Mail für Sie erreichbar.

Herzliche Grüße

<< Name >>

<< Telefonnummer >>

<< E-Mail-Adresse >>

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	11
Active Sourcing	18
2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
Unternehmenswebsite	20
Social Media	28
Ihre Talente von morgen	29

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 ausgeschildet 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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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 MitarbeiterInnen-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/der 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 Bewerbungsgesprächs →→. 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

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

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, Webinare, Online-Messen etc.

Wir als Team → Wir als ArbeitgeberIn:

- 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, Lauffreife, monatlicher Stammtisch oder virtuelles Frühstück etc.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerbekommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

Fortsetzung nächste Seite

Checkliste Karriere-Website

Positionierung als attraktive/r ArbeitgeberIn:

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, (virtuelle) 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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

Am meisten genutzte Social-Media-Plattformen*

facebook

Mark Zuckerbergs Imperium ist mit rund 3,9 Millionen aktiven Accounts immer noch einer der klassischen Platzhirsche in Österreich. Am häufigsten sind 25- bis 34-Jährige vertreten (1,2 Millionen Accounts).

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 2,4 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: 17,4 % Österreichs größter ArbeitgeberInnen nutzen Instagram für Recruiting-Zwecke. Facebook (21,2 %) hat hier die Nase somit noch etwas vorne.



IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBER:IN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

* 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 MitarbeiterInnen-Events, potenziellen Bewerbenden einen besseren Eindruck von sich als ArbeitgeberIn zu vermitteln. Dabei stellt die Plattform auch generell eine gute und vor allem kostenfreie Möglichkeit dar, sich als ArbeitgeberIn 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. Seien Sie auch offen für Einblicke in das Home-Office.

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/der potenziellen ArbeitgeberIn 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 Arbeitgeberbewertungs-plattform Europas und zählt rund 4,5 Millionen Bewertungen zu mehr als 960.000 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. ArbeitgeberInnen haben sodann die Chance, zu diesen offiziell Stellung zu nehmen.



IM ÜBERBLICK 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

* 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 und verzeichnet im Jahr 2020 bereits 1,4 Millionen heimische Accounts. Damit ist LinkedIn das am häufigsten genutzte Business-Netzwerk Österreichs. Die Nutzungsrate unter Recruiting-Verantwortlichen liegt bei 62 %. 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 160.000 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 31 % der größten ArbeitgeberInnen Österreichs diese Chance.



whatchado

Auf whatchado finden Interessierte spannend gestaltete Videostories von Menschen, die über ihre/n ArbeitgeberIn 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 ArbeitgeberInnen und potenzielle BewerberInnen, die ähnliche Ansichten und Interessen haben, anhand von 14 Fragen zusammengeführt. Außerdem bietet die Plattform die Möglichkeit einer kostenlosen Schaltung von Stelleninseraten für BerufseinsteigerInnen an.

IM ÜBERBLICK

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

* 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 2 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 1,39 Million NutzerInnen liegt XING knapp hinter LinkedIn und zählt somit zu den größten Business-Netzwerken in Österreich. 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 ArbeitgeberIn „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

	3
1 AKUTE PERSONALSUCHE	5
Die Stellenausschreibung	6
Bewerbekommunikation	11
Active Sourcing	18
2 POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERIN	19
Unternehmenswebsite	20
Social Media	28
Ihre Talente von morgen	29

* 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, Online-Events, Webinare 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 3

1	AKUTE PERSONALSUCHE	5
	Die Stellenausschreibung	6
	Bewerberkommunikation	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

Einführen eines Empfehlungsprogramms

Für ein erfolgreiches MitarbeiterInnen-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, GeschäftspartnerInnen 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	11
	Active Sourcing	18
2	POSITIONIERUNG ALS ATTRAKTIVE/R ARBEITGEBERiN	19
	Unternehmenswebsite	20
	Social Media	28
	Ihre Talente von morgen	29

IMPRESSUM

Wirtschaftskammer Österreich

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

Jänner 2021

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.