



## DIGI-O – Offensive für neue Arbeit durch Digitalisierung in der österreichisch-ungarischen Grenzregion

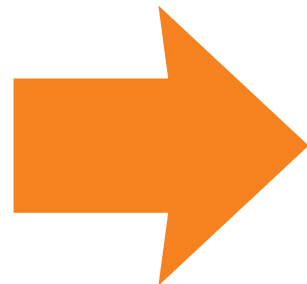
Impuls  
Recruiting im Fokus der Digitalisierung



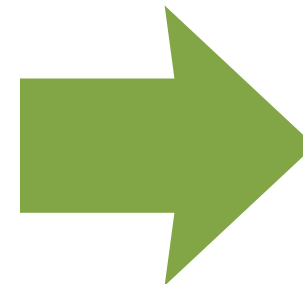


Multiposting  
Der Mix macht es und  
erhöht die Erfolgchancen!

Orientierung an der  
Zielgruppe



Bespielung von mehreren  
Kanälen

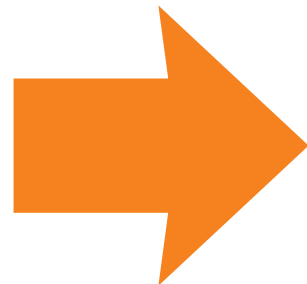


Sammlung und Auswertung  
von Erfahrungen

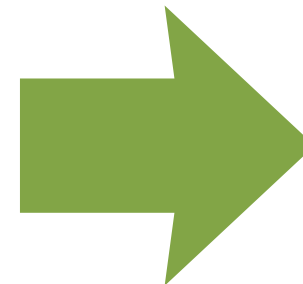


Mobile Recruiting ist eine Methode des E-Recruitings und beschreibt die Personalbeschaffung über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets.

Smartphones und Tablets als Treiber dieser Entwicklung



Optimierung von Karriereseiten und Online-Jobbörsen für die Darstellung auf mobilen Endgeräten



Identifikation von Kontaktpunkten (Touchpoints) als Erfolgsfaktor

**01** **Mobile Karriereseite**  
Optimierung der eigenen Unternehmens-Karriereseite für mobile Endgeräte

**02** **Nutzung mobiler Recruiting Kanäle**  
Newsletter mit mobiler Optimierung sowie Direktkommunikation

**03** **Mobiles Bewerbungsvideo**  
Anstelle eines Anschreibens wird die Motivation für die Bewerbung in einem Kurzvideo gefordert.

**04** **Bewerber\*innenmanagementsysteme**  
Nutzung von Systemen, die mobil-optimierte Stellenanzeigen unterstützen

**05** **Erstellung einer Recruiting App**

✓ In mobilen Recruiting Kanälen können Job-Alerts gesetzt werden, die Zusendung der Stelle erfolgt automatisiert per Mail

✓ Video-Content Video schlägt Bild - Bilder schlagen Text - Videos vermitteln Inhalte authentischer

✓ QR-Codes mitdenken – durch Scan erfolgt ein Routing auf die Unternehmenswebsite, Karriereseite oder Stellenanzeige



✓ CV in die App hochladen

✓ Filterung nach Branchen, Interessen und Regionalität

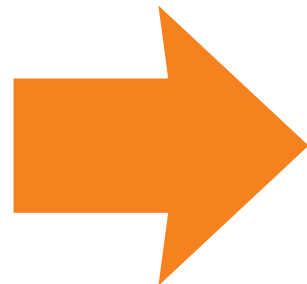
✓ Vorschläge von Jobs

✓ Weitere Kanäle: truffles, Indeed, Trovit, Social Media, Talentcube, Talenthero ...

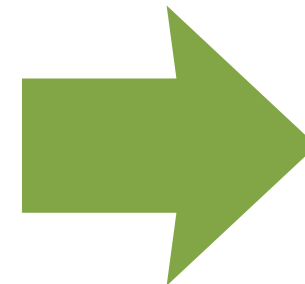


Eine Methode des E-Recruitings und beschreibt die Personalbeschaffung über Soziale Netzwerke

Möglichkeit für Employer Branding und Einblick in die Unternehmenskultur



Veröffentlichung von Stelleninseraten in nahezu jedem Format



Möglichkeit, Online-Anzeigen-Kampagnen zu buchen sowie Erfolge zu messen

**01** **Facebook**  
Höchste Gesamt-Nutzer\*innenzahl  
aktivste Altersgruppe: 25-34 Jahre  
Generation Z ist wenig präsent

**02** **XING und LinkedIn**  
Karrierenetzwerke, werden zur aktiven Suche nach  
Stellenangebote genutzt.  
XING: 88% der Unternehmen, 38% Studierende  
LinkedIn: 64% Unternehmen, 16% Studierende

**03** **Instagram**  
Haupt-User\*innen sind die Generation Y und Z (13-34 Jahre,  
Schüler\*innen, Student\*innen, Absolvent\*innen und Young  
Professionals. Primär Bild- und Videoinhalte.  
Mindestens jede\*r zweite Studierende ist auf Instagram aktiv,  
jedoch nur jedes zehnte Unternehmen.

**04** **YouTube**  
Zweitgrößte Suchmaschine der Welt und beliebte Social-Media-  
Plattform – ideal für Video-Einblicke ins Unternehmen

**05** **WhatsApp**  
Meistgenutzter Kommunikationskanal am Smartphone – direkte  
Zusendung aufs Handy.  
Datenschutz mit Expert\*innen abklären.

**06** **Weitere**  
Twitter, Foren und Blogs, Snapchat,  
TikTok: Hauptnutzer\*innen zwischen 16 und 24 Jahren, hohes  
Wachstumspotenzial



Whatchado – „What do you do?“ – Die Idee ist, Jugendliche bei ihrer Berufsorientierung zu unterstützen, indem ihnen auf der Website Video-Interviews mit verschiedenen Berufstätigen vorgestellt werden. Menschen erzählen von ihrem Beruf und Werdegang. Außerdem wird ein Abgleich von Neigungen angeboten und es erfolgt ein Routing zu Videos von Menschen, die dieselben Fragen gleich oder ähnlich beantwortet haben (Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Whatchado>).





**Renate Divitschek**  
Projektleiterin

**Telefon**

+43 699 144 52 641

**E-Mail**

renate.divitschek@bab.at



**Andrea Brodschneider**  
Beraterin

**Telefon**

+43 699 144 52 666

**E-Mail**

andrea.brodschneider@bab.at