



WHITEPAPER | JÄNNER 2023



Besseres
Recruiting mit

ACTIVE SOURCING

Inhalt

MARKTSITUATION – you have to fight a war for talents to get the hidden champion	4
In das Richtige investieren	5
Zahlt sich das aus?	5
POTENZIALE – Arbeitnehmer*innen an der Macht	7
Von „latent“ zu „manifest“ – von „hab nur g’schaut“ zu „will haben!“	8
REKRUTIEREN HEUTE – die Recruiting-Challenge	8
Add-on to Post & Pray	9
Time is Money	9
ACTIVE SOURCING – der Stein der Weisen?	11
Wer sucht aktiv?	11
Warum auf Active Sourcing setzen?	12
Entscheidungshilfe	12
Viele Möglichkeiten, ein Weg	12
Active Sourcing: Step by Step	15
Tipps zur Kandidat*innenansprache	16
TALENTE ENTDECKEN mit der talent.cloud von karriere.at	18
LITERATURVERZEICHNIS	19

Trotz sorgfältiger Bearbeitung erfolgen alle Angaben ohne Gewähr und eine Haftung der karriere.at GmbH ist ausgeschlossen. Bitte erkundigen Sie sich jedenfalls bei einem Experten Ihres Vertrauens über die individuellen Maßnahmen für Ihr Unternehmen.

You have
to fight
to get the
hidden
champion.

Marktsituation – War for Talents

Gerne erinnern sich Personalverantwortliche an die Zeiten, in denen nach einer Stellenausschreibung Bewerber*innen Schlange standen. Doch die sind längst vorbei! Der seit Jahren beklagte Fachkräftemangel hält durch den demographischen Wandel und eine sich verändernde Arbeitswelt weiter an. Wollen Unternehmen passende Fachkräfte finden, rekrutieren und halten, stehen sie heute in einem großen Wettbewerb – oder anders gesagt – im berühmt-berüchtigten **War for Talents**.



89 Prozent der Unternehmen haben **Schwierigkeiten** bei der Stellenbesetzung.



Fast die Hälfte der Unternehmen (48 Prozent) benötigt **Hilfe** bei der Positionierung der Arbeitgebermarke.



25 Prozent wünschen sich **Unterstützung** bei der Optimierung der Candidate Journey.

Quelle: Marketagent für karriere.at 2022, n = 810

Das Leben ist wie Fahrradfahren

– um die Balance zu halten, muss man ständig in Bewegung bleiben.

Viele Unternehmen sind stehengeblieben, was Bewerbungsprozesse und Gespräche betrifft. Dort verlaufen diese heute noch genauso wie vor zehn Jahren. Heutige Generationen – ob Y oder Z – haben aber andere Erwartungen an einen Job, an ihren Arbeitgeber und an Bewerbungsprozesse. Man bewegt sich immer mehr in Richtung eines gegenseitigen Kennenlernens. Das Bewerbungsgespräch ist im Idealfall ein echter Dialog, denn auch die Unternehmen müssen sich bei den Kandidat*innen bewerben und von sich überzeugen. Waren es vor einigen Jahren noch die Unternehmen, die sich unter den Kandidat*innen die besten herauspicken konnten, sind **High Potentials** heute oftmals in der Position, dem bestbietenden Arbeitgeber den Zuschlag zu geben.

In das Richtige investieren

Personalarbeit wird künftig immer mehr zu einem zentralen Träger für den Unternehmenserfolg. Davon sind auch zunehmend mehr Geschäftsführer*innen überzeugt, wenn sie Humankapital noch vor Kundenbeziehungen als wichtigste Quelle für eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts ansehen.

Passen Unternehmen ihre Prozesse und Rekrutierungsmaßnahmen möglichst rasch an die neuen Gegebenheiten an, können sie sich dadurch im globalen Wettbewerb um Talente einen **entscheidenden Vorteil** verschaffen. Dabei sind es vor allem neue Wege im Recruiting, die dabei helfen, diesen neuen Herausforderungen gerecht zu werden. Einer davon ist **Active Sourcing**.

Zahlt sich das aus?

Viele Unternehmen fragen sich, ob es sich lohnt, Active Sourcing in ihr bestehendes Rekrutierungssystem einzuführen. Oft ist das Verhältnis zwischen Aufwand und tatsächlichem Nutzen unklar, was viele im Status quo verweilen lässt.

Ziel der aktiven Recruitingmethode sollte es sein, sich als Unternehmen weg von administrativen Tätigkeiten und hin zur effektiven Personalbesetzung, -planung und -entwicklung zu lenken und die Kräfte in Kernkompetenzen zu investieren. Die Notwendigkeit dafür unterstreichen repräsentative Studien:

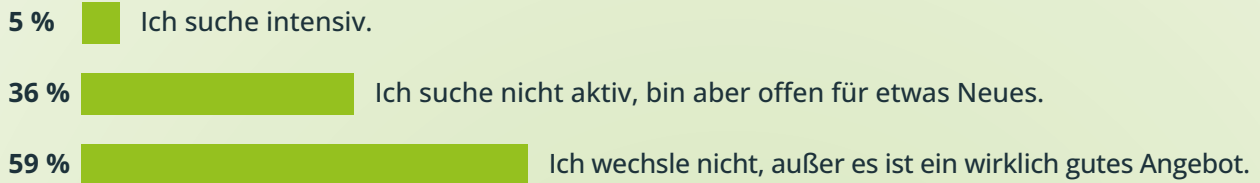
89 % der Unternehmensvertreter*innen geben an, dass sie Probleme haben, Stellen zu besetzen.

Active Sourcing
ist die direkte Methode, um mit potenziellen Kandidat*innen in Kontakt zu treten, ohne dass eine Bewerbung vorliegt.



Wechselbereitschaft bei Arbeitnehmer*innen

Status der Jobsuche



Quelle: „So ticken Kandidat*innen“; Marketagent für karriere.at, 2022



suchen nur wenige nach einem Job. Doch 36 Prozent sind latent jobsuchend und können mit guten Angeboten überzeugt werden.

Potentiale – Arbeitnehmer*innen an der Macht!

Die Arbeitswelt verändert sich und mit ihr auch die Arbeitnehmer*innen. Wie es kaum mehr üblich ist, sein gesamtes Berufsleben in nur einem Unternehmen zu verbringen und dort langsam die Karriereleiter emporzuklettern, gibt es auch das große Bangen um einen gewissen Job nicht mehr.

Gerade die sogenannten Young Professionals sind sich sehr wohl bewusst, im Laufe ihres Lebens bei mehreren Arbeitgebern tätig zu sein, immer wieder neue Erfahrungen zu machen und fortwährend dazuzulernen. Worauf allerdings zunehmend geachtet wird, ist das Auftreten des Wunsch-Arbeitgebers. Was wird mir dort geboten an Gehalt, Benefits aber auch an Unternehmenskultur? Wie läuft das Bewerbungsgespräch ab? Wie ist die Arbeitsatmosphäre? Was wird für den Zusammenhalt unter den Mitarbeitenden getan?

Viele Bewerber*innen wollen sich nicht ins Ungewisse hinein auf einen neuen Arbeitgeber einlassen, sondern vorab Einblicke hinter die

Kulissen bekommen. Darauf reagieren viele Unternehmen mit entsprechenden **Employer-Branding-Lösungen**.

Die Wechselbereitschaft ist unserer Studie „So ticken Kandidat*innen“ zufolge nicht besonders ausgeprägt. Die Zahl der latent Jobsuchenden ist deutlich höher. Für Unternehmen ist es essentiell herauszufinden, was die Wechselmotivation dahinter ist. Unsere aktuelle Studie zeigt, dass ein höheres Gehalt ein wesentlicher Faktor beim Jobwechsel ist. Aber auch schlechte Stimmung im Unternehmen, Unzufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen und der Wunsch nach einer besseren Work-Life-Balance schicken Arbeitnehmer*innen auf Jobsuche.

Gründe für Wechselbereitschaft von Berufstätigen



Quelle: „So ticken Kandidat*innen“; Marketagent für karriere.at, 2022

Von „latent“ zu „manifest“ – von „hab nur g’schaut“ zu „will haben!“

Gut ausgebildete junge Arbeitnehmer*innen sind in der Position, oftmals nicht mehr selbst suchen zu müssen, sondern sich einfach finden zu lassen. Deshalb wird die Gruppe der sogenannten „latent“ jobsuchenden Kandidat*innen im Recruiting immer wichtiger.

Das sind jene Arbeitnehmer*innen, die bereit wären, ihren Job zu wechseln, allerdings nicht aktiv auf Jobsuche sind. Gerade einmal 5 Prozent sind derzeit aktiv auf Jobsuche. Doch fast jede*r Dritte sieht sich ohne Zeitdruck nach einem neuen Job um.

Die meisten Fachkräfte sind zwar bereits in einem Arbeitsverhältnis, wollen aber ihren **Marktwert prüfen** und schauen sich deshalb auch gerne um. Auf der Karriereseite der unternehmenseigenen Webpräsenz kann diese Zielgruppe aber nur schwer erreicht werden.

Rekrutieren heute – die Recruiting-Challenge

Wachstum stellt das Recruiting in Unternehmen immer vor eine besondere Herausforderung. Egal ob Software-Entwickler*innen, Ingenieur*innen oder im Vertriebsbereich – viele Unternehmen sind derzeit mit Problemen konfrontiert, wenn sie Stellen besetzen wollen.

Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung treten aus den unterschiedlichsten Gründen auf: Fachkräftemangel, Standortproblematik, fehlende Markenbekanntheit oder einfach zu wenig Ressourcen im Recruiting. Was fordert Sie im Prozess der Personalbeschaffung? Zu wenige Bewerbungen oder sind diese qualitativ nicht zufriedenstellend? Wenn Sie eine freie Stelle zu vergeben haben, warten Sie dann auf die richtige Kandidat*in? Oder gehen Sie selbst aktiv auf Suche nach Talenten?



Add-on to post & pray

Prozesse im HR verändern sich, die Rolle von Personalverantwortlichen wandelt sich und auch die Erwartungen bei Bewerber*innen sind anders als zuvor. Aber auch die Kommunikationskanäle haben sich verschoben – kommuniziert wird viel schneller und vielfältiger. Auf diese Veränderungen muss reagiert werden, denn wer dies in der Repräsentation der Firmenkultur und im Recruiting nicht berücksichtigt und somit Nähe zu Kandidat*innen einbüßt, verliert diese noch vor der Bewerbung.

Diese Veränderungen sind oft aufwändig und können auch unangenehme Komponenten beinhalten. Allerdings kann man den Wandel auch

als etwas Neues verstehen – als eine **Chance, etwas noch besser zu machen**. Damit einher geht auch ein neues Berufsbild: der Beruf der professionellen Recruiter*in. In vielen Unternehmen ist das Recruiting nämlich bereits von der herkömmlichen Personalarbeit abgelöst worden, um diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen und den neu geforderten Skills für diese Position Raum zu schaffen. Die Aufgaben dazu werden auch zunehmend Sales-lastiger, immerhin geht es verstärkt darum, Bewerber*innen von den Vorteilen des Unternehmens zu überzeugen und auch einen gewissen Service gegenüber den potenziellen neuen Arbeitnehmer*innen zu leisten.

Kosten
Zeit
Qualität
3 wichtige Faktoren



Time is money

Zeit, Kosten, Qualität – diese drei Faktoren spielen beim Recruiting eine entscheidende Rolle. Kennzahlen in den Bereichen Rekrutierungsdauer, Rekrutierungskosten und Qualität der Bewerber*innen können beweisen, dass ein zeitgemäßes Recruiting mit Active Sourcing sich auszahlt – im wahrsten Sinne des Wortes. HR-Verantwortliche haben heute mit zwei

negativen Trends zu kämpfen: Steigendem Kostendruck und einem schrumpfenden HR-Budget. Das führt dazu, dass sich viele Unternehmen eben nicht nur um der Effizienz willen, sondern auch aus ganz pragmatischen Gründen nach neuen Rekrutierungsmethoden umsehen. Active Sourcing ist dabei ein vielversprechender neuer Zweig.

Die richtigen
Bewerber*innen
einfacher *finden*

- in kürzerer Zeit und mit
besserem Ergebnis.

Active Sourcing – der Stein der Weisen?

Denkt man an eine klassische Stellenausschreibung, lag das Inserieren in Zeitungen und Zeitschriften lange unter den beliebtesten Möglichkeiten, um an neue Mitarbeitende zu kommen. Heute verzichtet bereits ein Großteil der Unternehmen auf die meist recht kostenintensiven Printinserate mit zu wenig oder qualitativ unzureichendem Rücklauf. Dafür konzentriert man sich für Vakanzen lieber auf die firmeneigene Webpräsenz oder auf Online-Stellenbörsen.

Um Kosten für externe Dienstleister zu mindern, gewinnen auch „interne Headhunter“ immer mehr an Beliebtheit. Über Social-Media-Kanäle, Business-Netzwerke und Lebenslauf-Datenbanken wird ihnen die Ansprache potenzieller Bewerber*innen enorm erleichtert. Zudem vereinfachen neue Rekrutierungstools Kandidat*innenrecherche, -ansprache und Evidenzhaltung.

Eine dieser neuen Rekrutierungsmethoden ist das sogenannte „Active Sourcing“ – auf Deutsch übersetzt würde man von einer aktiven Beschaffung, einem aktiven Bezug sprechen.

Wer sucht aktiv?

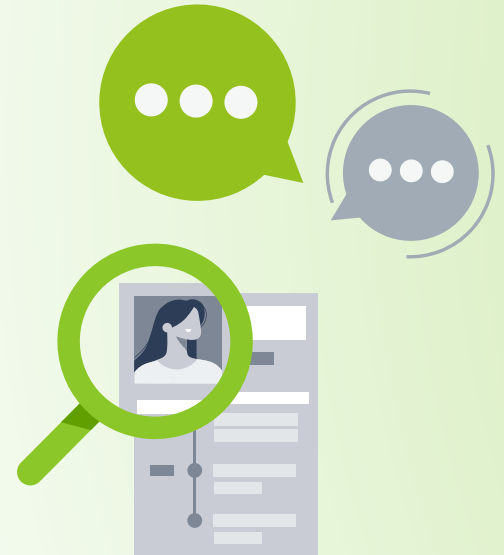
Recruiting über Stelleninserate in Print- und Onlinemedien stößt überall dort an seine Grenzen, wo es um die Suche nach hochqualifizierten Fachkräften und Expert*innen geht.

Eine gewinnbringende Zusatzalternative ist die aktive Suche, auf die sich immer mehr Personalist*innen begeben. Dabei wirkt Active Sourcing gewinnbringend im doppelten Sinn: Man erzielt dadurch deutlich mehr Rücklauf und schließlich

kostet die Time to Hire auch Geld, das man sich mit aktiver Personalsuche sparen könnte. Das Unternehmen kann in jedem einzelnen Fall einer zu besetzende Stelle selbst entscheiden, welche Kandidat*innen passen könnten und spricht auch nur diese an – das **reduziert den Arbeitsaufwand** auf Unternehmensseite enorm. Während im traditionellen Recruitingprozess das Schalten einer Stellenanzeige sowie das Durchlaufen

des gesamten Bewerbungsprozesses lange dauern kann, wird durch den Zugriff auf einen ständig verfügbaren Pool an Kandidat*innen die Time to Hire zusätzlich verringert.

Time to Hire
bezeichnet die
Zeit, um eine
offene Position
zu besetzen.



Warum auf Active Sourcing setzen?

Active Sourcing ist als **Ergänzung zum bestehenden Recruiting** in einem Unternehmen zu verstehen. Es wird immer Positionen geben, die über passive Methoden besetzt werden können. Je gefragter die Zielgruppe ist, umso komplizierter wird die Besetzung mit passiven Rekrutierungsmethoden.

Neben dem ausgeschriebenen Jobinserat kann sich der Arbeitgeber so auch selbst aktiv auf die Suche der passenden Bewerber*in machen. Damit ist es möglich, die **Hidden Champions** zu finden. Und zwar bevorzugt in Talentdatenbanken. Dort befinden sich Tausende aktuelle Profile qualifizierter Fach- und Führungskräfte, die alle für Sie als Unternehmen erreichbar sind.

Entscheidungshilfe

Ist man sich nicht sicher, ob sich Active Sourcing tatsächlich für das eigene Unternehmen lohnen wird, sollte man vorweg einmal die Ausgangssituation kennen und in Kennzahlen umgewandelt betrachten. Danach gilt es, sich realistische Ziele zu setzen. Ein Umstieg bzw. eine Ergänzung der herkömmlichen Personalgewinnung zu einem **aktiven Recruiting** muss immer **als Prozess gesehen werden** und kann nicht von heute auf morgen passieren. Dabei ist nicht zu vergessen, dass sich auch die Mitarbeitenden im Personalwesen bzw. im Recruiting an die neuen Abläufe gewöhnen müssen. (Online-)Einführungen und Schulungen mit konkreten Beispielen nehmen aber die Angst vor dem unbekanntem Neuen und zeigen auf, wo die zahlreichen Vorteile einer aktiven Rekrutierungsmethode liegen – sei es eine explizite Auswahl durch diverse Filterkriterien oder praktische Merk- und Teilfunktionen. Am besten zuerst testen und dann entscheiden!

Viele Möglichkeiten, ein Weg

Businessnetzwerke werden gerne von Personalverantwortlichen zum aktiven Rekrutieren verwendet. Die Erfolgsquote dort ist nicht immer gegeben, weil diese Plattformen in erster Linie zum Netzwerken genutzt werden. Das heißt, die User*innen verwenden die Plattform vor allem dazu, um mit ehemaligen Kolleg*innen in Kontakt zu bleiben oder Infos über die neue Chef*in zu erhalten. Nur wenige dieser User*innen sind bereit für einen Jobwechsel und rechnen auch nicht damit, auf diesem Kanal von einem potenziellen neuen Arbeitgeber angesprochen zu werden. Das wirkt sich auch auf die Antwortrate aus, die wesentlich niedriger ausfällt als auf anderen Wegen.

*Hidden
Champions*

bezeichnet
Top-Fachkräfte,
die heute nicht
mehr unter dem
Druck stehen,
selbst nach Jobs
zu suchen,
sondern sich
finden lassen.

Social-Media-Kanäle wiederum sind eher privates Terrain. Viele Arbeitssuchende wollen dort nicht öffentlich Details über Arbeitswünsche preisgeben oder Nachrichten von interessierten Unternehmen erhalten. Deswegen sind Facebook und Co. auch weniger geeignet zur potenziellen Kandidat*innenansprache. Sollte irgendwann ein Beschäftigungsdatengesetz verabschiedet werden, wie es in Deutschland schon einmal auf dem Plan stand, könnte es künftig auch rechtlich verboten sein, Facebook und Twitter für die Bewerber*innenrecherche zu verwenden.

Dagegen sind Jobsuchende, die ihren Lebenslauf in eine Talentdatenbank hinterlegen, explizit auf Jobsuche. Wenn dies natürlich auch unterschiedlich intensiv der Fall sein kann, so ist doch jede*r Registrierte einer Talentdatenbank interessiert am Stellenmarkt und somit potenziell rekrutierbar.

Die Vorteile einer Talentdatenbank sind vielfältig

-  Anzahl und Qualität der Bewerbungen steigern
-  Niedrigere Besetzungskosten
-  Aktive Rekrutierungsprozesse optimieren
-  Passende und wechselfertige Kandidat*innen finden
-  Besetzungsgeschwindigkeit erhöhen
-  Latent Jobsuchende erreichen
-  Recruiting entlasten
-  Aufbau eines nachhaltigen Bewerber*innenpools, auf den auch für spätere Vakanzen zurückgegriffen werden kann



Aber wie funktioniert dieses Active Sourcing?

Active Sourcing: step by step

1.

Versetzen Sie sich in Ihre Zielgruppe: Was interessiert die Kandidat*in, warum sollte er*sie zu Ihnen wechseln? Die **Wechselmotivation** herauszufinden, ist ein wesentlicher Faktor für die Formulierung dieses Anreizes. Nutzen Sie diese Wechselbereitschaft und überzeugen Sie potenzielle Bewerber*innen von den Weiterentwicklungsmöglichkeiten, die Ihre Stelle für die Bewerber*in mit sich bringt. Idealerweise geben Sie schon anfangs beim Anschreiben ein Beispiel, wie Wertschätzung in Ihrem Unternehmen gelebt wird – Stichwort Employer Branding.

2.

Dann heißt es entscheiden: Wählen Sie das **Tool** aus, das Ihren Bedürfnissen am meisten entspricht. Achten Sie auf Funktionsumfang, Aktualität der Profile und Bewerber*innenstruktur. Um nicht die Katze im Sack zu kaufen, sollten Sie Ihr bevorzugtes Active Sourcing Tool immer **vorab testen**, um herauszufinden, ob alles Ihren Erwartungen entspricht.

3.

Haben Sie sich für eine Talentdatenbank entschieden, können Sie Ihre **Suchkriterien** angeben. Übersetzen Sie dazu Ihr Kandidat*innenprofil in Stichworte. Ihre Erfolgchancen vergrößern sich durch erweiterte Suche mit passenden **Keywords, Synonymen und Filtermöglichkeiten**. Geben Sie nicht nur die Positionsbezeichnung ein wie sie im Inserat steht, sondern auch Synonyme dafür. Hier ein Beispiel: Sie suchen eine Verkäufer*in, können diese Bezeichnung aber auch als Verkaufsberater*in – Sales Manger*in – Sales Innendienst – Sales Außendienst – Account Manger*in – Key Account Manger*in anführen, um so eine höhere Trefferquote zu erzielen.

4.

Für **Gehaltsangaben** können Sie einen größeren Rahmen setzen. Würde eine interessante Kandidat*in nur aufgrund des Wunschgehalts nicht infrage kommen, lassen Sie sich davon nicht abschrecken – darüber kann immer noch in einem persönlichen Gespräch diskutiert werden, solange alles andere stimmt.

5.

Jetzt können Sie sofort passende Profile durchgehen und **Wunschkandidat*innen** mit einer kurzen, persönlichen Nachricht **kontaktieren**. Idealerweise machen Sie sich ein paar Gedanken zum Profil, bevor die Kandidat*in angesprochen wird. So können Sie individueller ansprechen – das ist der **große Quotenbringer** in der Ansprache. Formulieren Sie seriös und diskret und vermeiden Sie tunlichst doppelte Ansprachen von einzelnen Kandidat*innen, um kein unprofessionelles Bild zu vermitteln.

6.

Nun liegt es nicht mehr an Ihnen – warten Sie die **Antwort der Bewerber*in** ab und geben Sie ihm ausreichend Zeit dafür. Sieben Tage Bedenkzeit sollten Sie einräumen, um nicht aufdringlich zu wirken. Danach nicht mehr als eine Erinnerung senden. Damit ist Ihr Beitrag allerdings noch nicht abgeschlossen. Mit einer schnellen Rückmeldung von Unternehmensseite suggerieren Sie Zuverlässigkeit und Kompetenz. Dabei sollten Sie niemals vergessen, dass eine Anfrage von Ihrer Seite **keine fixe Jobzusage** ist! Vielmehr geht es um eine Interessensbekundung und ein gegenseitiges Kennenlernen.

7.

Mit den besten Kandidat*innen können Sie dann nach Wunsch in einen **echten Dialog** treten und ein persönliches Bewerbungsgespräch vereinbaren.

Tipps zur Ansprache

Nach dem Motto „Der erste Eindruck zählt“ sind gerade bei der Kaltansprache bzw. beim Erstkontakt im Active Sourcing aus Sicht der Recruiter*in die ersten Informationen (in der Kontaktnachricht) von großer Bedeutung.



Schon der **erste Kontakt** mit der Wunschkandidat*in soll ein Vertrauensverhältnis aufbauen – Standardformulierungen und leere Floskeln deshalb vermeiden. Diese Erstinformationen möglichst ansprechend zu formulieren trägt auch zu einer hohen Antwortquote bei Kandidat*innen bei. Wecken Sie Interesse bei der Kandidat*in!



Dabei gilt es, den die Kandidat*in **möglichst persönlich** anzuschreiben und auch ein persönliches Bild der Recruiter*in zu vermitteln. Ein kurzes Vorstellen und eine Begründung des Interesses an der Person sollten auf jeden Fall enthalten sein. Das Geheimnis einer erfolgreichen Ansprache ist es, im Anschreiben persönliche Angaben aus dem Profil der Kandidat*in, welche außerdem zur offenen Stelle passen, einzubauen.



Geben Sie nur vage Informationen zur Position, um **Interesse zu wecken**, erzählen dafür aber mehr über sich, um Vertrauen herzustellen. Weniger erfolgreiche Recruiter*in fallen gleich „mit der Tür ins Haus“: Sie liefern in ihren Anschreiben gleich direkte Links zu Position und Arbeitgeber.



Top-Kandidat*innen sind dennoch gerne **top-informiert**: Versorgen Sie Bewerber*innen in einem nächsten Schritt mit weiterführenden Links auf relevante Seiten (Karriereseite Ihres Unternehmens, Stelleninserat usw.). Ergänzende Informationen zum Unternehmen helfen der Kandidat*in, sich besser über Sie zu informieren.



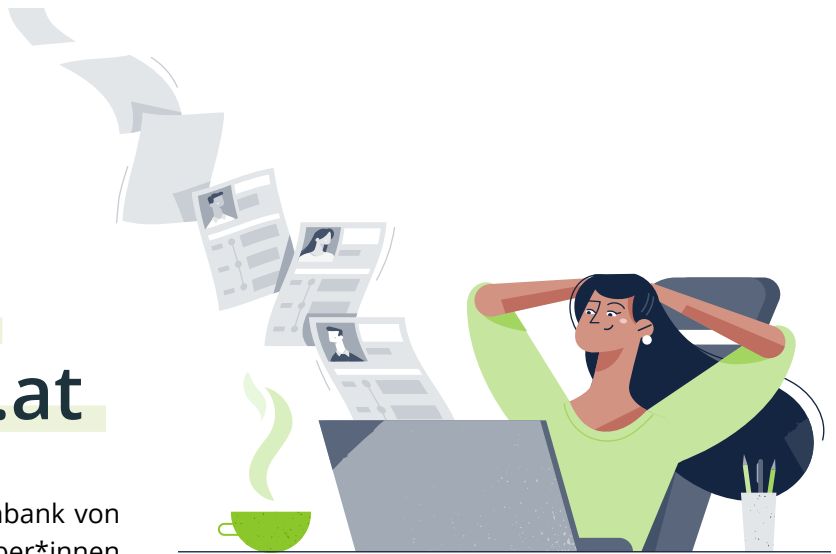
Nachdem **Gehaltsangaben** in Stelleninseraten verpflichtend sind, können Sie diese auch im Anschreiben bereits berücksichtigen. Weitere Nachrichten können dann auch über einen telefonischen Austausch übermittelt werden. Was für Ihre Bewerber*innen gilt, sollte übrigens auch für Sie gelten: Fehler im Anschreiben sind ein No-Go und wirken unseriös!

Vertrauen und Interesse wecken

sind wichtige Punkte bei der Kontaktaufnahme.



Talente entdecken mit der talent.cloud von karriere.at



Die **talent.cloud** ist die Talentdatenbank von karriere.at, die Tausende von Bewerber*innen für Sie jederzeit erreichbar macht.

Damit einher gehen aber noch einige andere Vorteile:



Lebenslauf-Matching

Wertvolle Zeit beim Recruiting sparen und mit automatisch generierten Vorschlägen bequem passende Bewerber*innen zu Ihren freien Stellen auf karriere.at finden.



Lebenslauf-Alarm

Sie werden regelmäßig per E-Mail informiert sobald neue, passende Bewerber*innen verfügbar sind. Wunschkandidat*innen können sofort kontaktiert werden.



Umfangreiche Filtermöglichkeiten

Diese ermöglichen die intelligente und einfache Suche nach den gewünschten Kriterien. Suchen Sie nach Aktualität, Qualifikationen, mit lokalen Einschränkungen etc.



Einfachere Lebenslauf-Verwaltung

Merklisten, Notizfunktion und Ratings helfen bei der Organisation der Kontakte. Mit einem Kollaborations-Tool kann auch ein mehrköpfiges Recruitingteam gemeinsam oder getrennt mit der Talentdatenbank arbeiten.

Literaturverzeichnis

Whitepaper

SO TICKEN KANDIDAT*INNEN – TEIL 1

Artikel

**AKTIVE KANDIDAT*INNEN-ANSPRACHE:
Active Sourcing am Prüfstand**

Artikel

**BEWERBER*INNENDATEN LÖSCHEN:
Was muss ich beachten?**

Über karriere.at

karriere.at ist Österreichs größtes Jobportal. Die Möglichkeiten des Marktführers im Online Recruiting verbinden passende Kandidat*innen mit den besten Arbeitgebern.

Durch einen einzigartigen Produktmix finden Unternehmen auf karriere.at passende Kandidat*innen, die eingestellt werden. Stelleninserate auf karriere.at erreichen tausende Jobsuchende und decken den individuellen Recruitingbedarf einfach und bequem ab. Für Arbeitgeber wird der Pool passender Kandidat*innen durch gezielte Vorschläge aus der Bewerberdatenbank zusätzlich erweitert. Die Employer Branding Lösung von karriere.at spricht darüber hinaus potenzielle Mitarbeiter*innen an, die optimal zum Unternehmen passen, denn eine starke Arbeitgebermarke ist wesentlich für den Erfolg im Recruiting.

karriere.at hat sich seit 2005 als Unternehmen zu Österreichs reichweitenstärkstem Karriereportal mit bis zu 4,5 Mio. Besuchen monatlich (Google Analytics 1/2022) und mehr als 220 Mitarbeiter*innen entwickelt. 96 Prozent Servicezufriedenheit der karriere.at-Kund*innen bestätigen den damit verbundenen hohen Grad an Kund*innenorientierung.

karriere.at GmbH

Donaupromenade 1, 4020 Linz | +43 (0) 732 90 82 00-0

Jakov-Lind-Straße 2, 1020 Wien | +43 (0) 1 917 2410-0

www.karriere.at | redaktion@karriere.at