Presseinformation
10. Jahrgang | Österreich

BEST RECRUITERS 19|20 aut

BEST RECRUITERS

Presseinformation

bestrecruiters.eu

BEST RECRUITERS
10. JAHRGANG 2019/20 | ÖSTERREICH

PRESSEINFORMATION

INHALTSVERZEICHNIS

Über die Studie **5**

Methodik 5

Siegel 6

Stichprobe 7

Ergebnisse **9**

Die Ergebnisse im Vergleich 9

Ergebnisse in den Kategorien **14**

Karriere-Website 14

Social Web 17

Mobile Recruiting 19

Inhalt der Online-Stellenanzeige 20

Konsistenz der Online-Stellenanzeige 22

Usability der Online-Stellenanzeige 23

Bewerbungsresonanz 24

Usability im Bewerbungsprozess 25

Bewerber/Innen-Kontaktaufnahme per E-Mail & Social Media 26

Talent Relationship Management 27

Die Top 100 **28**

Branchensieger **32**

Branchenranking **39**

Statements der SiegerInnen **41**

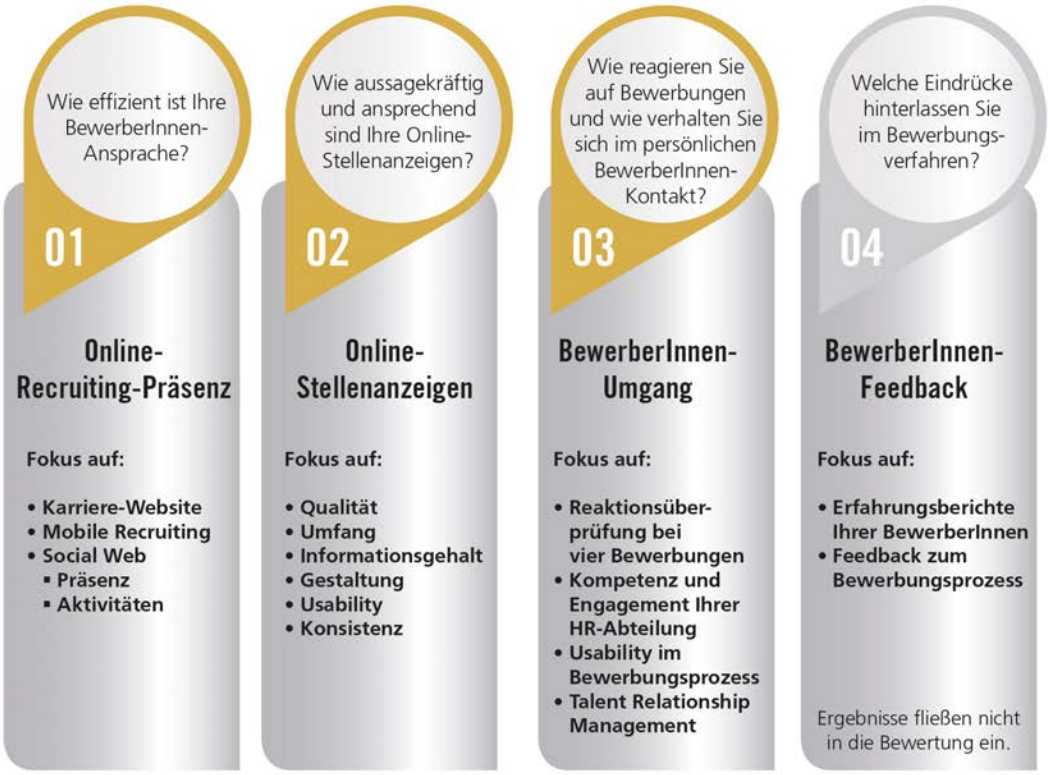
Hintergrund **55**

Im Sinne flüssiger Lesbarkeit wird im folgenden weitgehend das generische Maskulinum verwendet. Selbstverständlich sind das weibliche Geschlecht sowie weitere Geschlechteridentitäten dabei stets mitgemeint.

Über die Studie

METHODIK

Jeder teilnehmende Arbeitgeber wurde im Jahrgang 2019/20 nach 243 wissenschaftlichen Kriterien untersucht, die in vier Säulen und elf Erhebungskategorien eingeteilt werden.



SÄULE 1: ONLINE-RECRUITING-PRÄSENZ

Säule 1 beschäftigt sich mit dem Webauftritt der Arbeitgeber auf unterschiedlichen Kanälen. Die Karriere-Website wird ebenso hinsichtlich Hard Facts wie SEO und technischer Barrierefreiheit untersucht wie auf diverse Employer-Branding-Aspekte, die zielgruppenspezifische Ansprache von potenziellen BewerberInnen und Informationen über das Unternehmen.
Zusätzlich wird analysiert, ob die Karriereseite mobil optimiert ist und welche Aspekte des Bewerbungsprozesses via Tablet und Smartphone möglich sind. Weitere Kriterien beschäftigen sich mit Anzahl, Ausführlichkeit und Aktualität der Social-Media-Auftritte. Die in dieser Säule zu erreichenden Punkte umfassen 39 % der Gesamtpunkte.

SÄULE 2: ONLINE-STELLENANZEIGEN

In Säule 2 werden die Online-Stellenanzeigen der teilnehmenden Unternehmen und Institutionen analysiert und bewertet. Arbeitgeber punkten hier mit Übersichtlichkeit, hohem Informationsgehalt sowie der persönlichen Note in Form von Kontaktdaten der Ansprechperson, Bild- und Videomaterial. Untersucht wird unter anderem auch die Ausgewogenheit der in Stellenanzeigen aufgelisteten Anforderungen und Anreize. Außerdem wird die Usability der Anzeigen hinsichtlich technischer und inhaltlicher Aspekte überprüft. Insgesamt sind in dieser Säule 17 % der Gesamtpunkte erreichbar.

SÄULE 3: BEWERBUNGSRESONANZ

BEST RECRUITERS erstellt Avatare – fiktive BewerberInnen mit unterschiedlichen Ausbildungen, Backgrounds und Fähigkeiten – und versendet vier Bewerbungsschreiben an jedes Unternehmen. Nach Möglichkeit beziehen sich drei davon auf eine ausgeschriebene Position, ein/e BewerberIn wendet sich initiativ an den Arbeitgeber. Analysiert wird in der Folge die Resonanz, also sowohl die Dauer der Rückmeldungen als auch deren Inhalt, etwa, ob die BewerberInnen im Antwortschreiben persönlich und wertschätzend angesprochen werden. Zusätzlich wird jeder Studienteilnehmer via E-Mail und einem ausgewählten Social-Media-Kanal mit einer Frage zum Unternehmen oder dem Bewerbungsprozess kontaktiert, auch hier werden Dauer und Inhalt der Antwort bewertet. Die Punkte in Säule 3 umfassen 44 % der Gesamtpunkte.

DER FEEDBACK-BUTTON

www.bestrecruiters.eu/feedback

SÄULE 4: BEWERBER/INNEN-FEEDBACK

Arbeitgeber können ihre KandidatInnen einladen, einen Fragebogen zu ihren Erfahrungen und Erlebnissen im Bewerbungsprozess zu beantworten, BEST RECRUITERS stellt dazu die Plattform und einen Button zur Verfügung, den Unternehmen auf allen Kanälen einbinden können. Die Ergebnisse dieser Befragung, die sowohl geschlossene als auch offene Fragen beinhaltet, fließen aufgrund ihrer Subjektivität nicht in die Wertung mit ein, sie werden den Arbeitgebern aber zur Verfügung zu gestellt. Das Feedback von BewerberInnen leistet einen wertvollen Beitrag zur qualitativen Weiterentwicklung des Bewerbungsprozesses in Unternehmen und Institutionen.

SIEGEL

Nach Auswertung der Daten werden die Rankings erstellt und die die BEST-RECRUITERS-Gütesiegel vergeben. Das Prüfverfahren zur Zertifizierungsberechtigung basiert auf der Errechnung von Durchschnittswerten.

DIE SIEGEL

GÜTESIEGEL IN BRONZE

Für das Gütesiegel in Bronze werden die durchschnittlich erreichten Prozentpunkte aller teilnehmenden Arbeitgeber ermittelt. In der Erhebung 2019/20 beträgt dieser Durchschnitt 53 % der Gesamtpunkte. Alle Unternehmen, die diese Prozentzahl erreichen oder übertreffen, sind zertifizierungsberechtigt, können also das Gütesiegel in Bronze führen.

GÜTESIEGEL IN SILBER

Für das Gütesiegel in Silber wird die Gruppe der zertifizierungsberechtigten Arbeitgeber als neue Grundgesamtheit herangezogen und ein neuer Durchschnittswert errechnet. Allen Unternehmen, die diese Prozentzahl erreichen oder übertreffen, steht das Gütesiegel in Silber zu. 2019/20 sind das 68 % der maximal möglichen Punkte.

GÜTESIEGEL IN GOLD

Voraussetzung für das Gütesiegel in Gold ist die Berechtigung, das Gütesiegel in Silber zu führen sowie das Erreichen des ersten Platzes in der jeweiligen Branche. 2019/20 wird 33 Branchensiegern das goldene Siegel verliehen.

STICHPROBE

Die Stichprobe setzte sich zusammen aus allen an der Studie teilnehmenden Arbeitgebern. Sie wird in mehreren Schritten zusammengestellt. Die Stichprobe der BEST-RECRUITERS-Studie 2019/20 in Österreich umfasste 521 Arbeitgeber.

SCHRITT 1 – DIE BASIS

Als Basis der Stichprobe dienen zunächst die 500 umsatzstärksten sowie die mitarbeiterstärksten Arbeitgeber Österreichs, die aus externen Quellen recherchiert werden (externe Quelle, Stand: 25.04.2019). Daraufhin werden die dadurch entstandenen Doubletten entfernt.
Holding-Organisationen werden hinsichtlich ihrer Abgrenzbarkeit in der Außenwahrnehmung überprüft und nur in die Stichprobe aufgenommen, wenn sie von BewerberInnen als eigenständige Arbeitgebermarke wahrgenommen werden.

SCHRITT 2 – ZUSÄTZLICHE BRANCHEN

Um auch unterrepräsentierte Branchen in der BEST-RECRUITERS-Stichprobe abbilden zu können, wird auf zusätzliche Quellen zurückgegriffen. Im Jahrgang 2019/20 wurde mit folgenden Quellen gearbeitet:

- TOP-15-Rechtsberatung (TREND Ausgabe 17/2018, Aufruf: 25.04.2019)
- TOP-15-Unternehmensberatung (Medianet, Aufruf: 26.04.2019)
- TOP-5-Werbeagenturen (bigX, Artikel vom: 13.04.2018)
- TOP-10-Medien (Der Standard: Die größten Medienhäuser im Überblick 2018, Artikel vom 11.07.2018)
- TOP-5-Reiseveranstalter (OERV, Aufruf: 17.04.2019)
- TOP-10-Einzelhandelsunternehmen gruppiert in Untersparten (TREND: Die 100 größten Einzelhändler Österreichs, Artikel vom 12.02.2018)
- TOP-10-Papiererzeugung und -verarbeitung (Bank Austria Branchenbericht, Februar 2018)
- TOP-10-Immobilienkonzerne (Immobilienmagazin, Ausgabe 05/2017)

SCHRITT 3 – ERHEBUNGSAUFTRÄGE

Unternehmen und Institutionen, die nicht automatisch in der Stichprobe vertreten sind, können einen Erhebungsauftrag stellen und so an der Studie teilnehmen.

SCHRITT 4 – BRANCHENZUORDNUNG

Zuletzt werden die Arbeitgeber der Stichprobe in 34 für das Recruiting relevante Branchen eingeteilt.

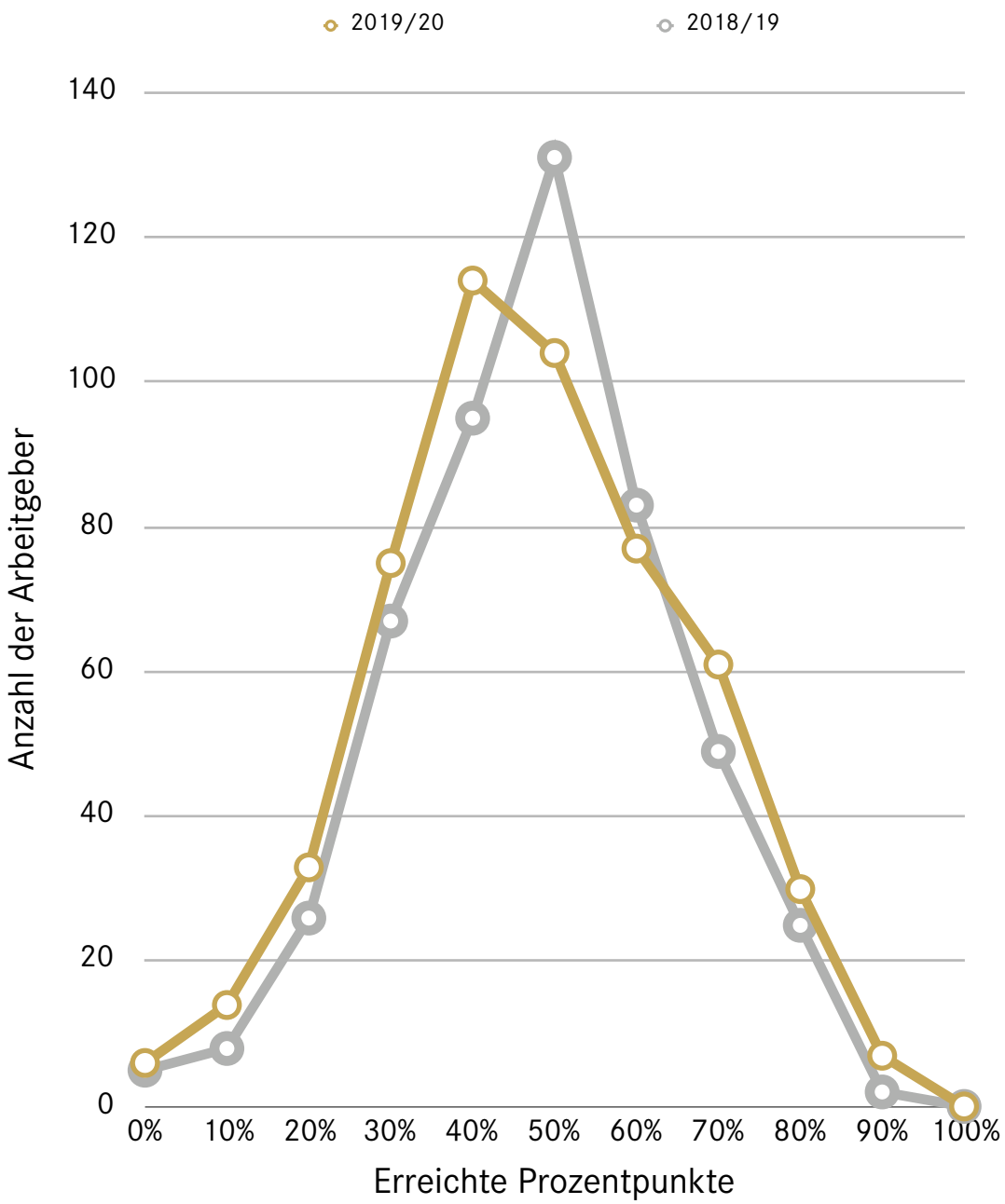
Branche	Zahl der getesteten Arbeitgeber	Branche	Zahl der getesteten Arbeitgeber
Ambulante Pflege/ Betreuung	8	Immobilienwirtschaft	8
Anlagen-/Maschinenbau	21	Industrie	22
Arbeitskräfteüberlassung	17	IT/Software/ Telekommunikation	16
Automotive/KFZ	24	Krankenhäuser/(Teil-) Stationäre Einrichtungen	19
Banken/ Finanzdienstleistung	18	Lebensmitteleinzelhandel	13
Bau/Holz	20	Medien/Werbung	17
Bekleidungseinzelhandel	22	Möbeleinzelhandel	8
Chemie	9	Nahrungsmittel-/ Konsumgüterherstellung	18
Dienstleistung	14	Öffentlicher Dienst	27
DIY-/Zoofachhandel	13	Papierindustrie	10
Drogerie/Accessoires	8	Personalberatung	10
Eisen/Metall	16	Pharma/Biotechnologie	15
Elektro-/ Elektronikherstellung	13	Rechtsberatung	16
Energie	20	Transport/Verkehr/Logistik	14
Facility-/Security-Services	16	Unterhaltungsmedien-/- elektronikeinzelhandel	11
Gastronomie/Tourismus	11	Unternehmensberatung/ Wirtschaftsprüfung	14
Großhandel/Vertrieb	16	Versicherung	17
		Gesamt	521

Ergebnisse

DIE ERGEBNISSE IM VERGLEICH

PUNKTEVERTEILUNG

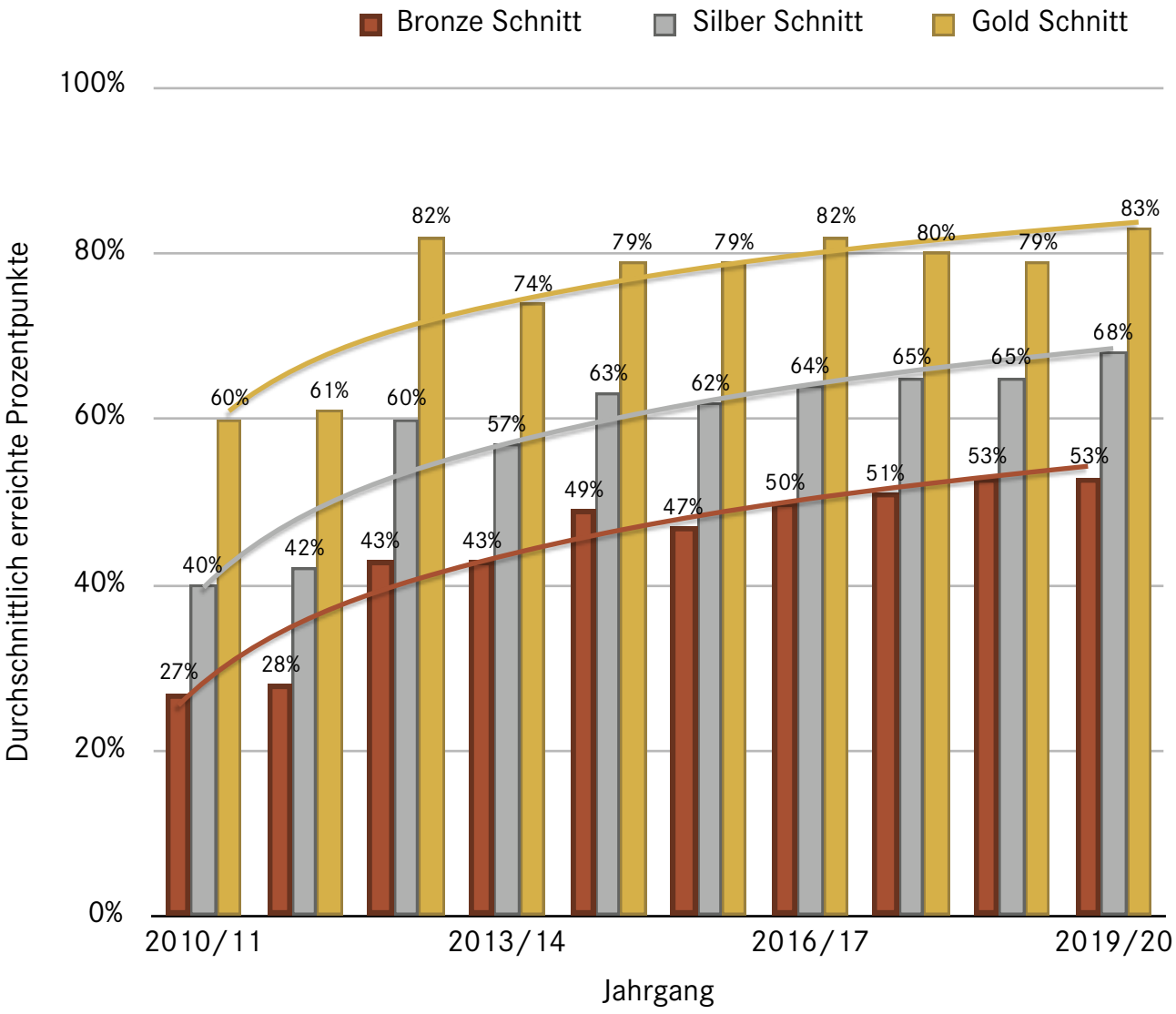
Der Punktevergleich zeigt die von allen Arbeitgebern erreichten Prozentpunkte. Mehr als die Hälfte der 521 getesteten Unternehmen erreichen 2019/20 zwischen 40 % und 60 % der möglichen Gesamtpunkte, das sind insgesamt weniger als im Vorjahr. Gestiegen ist hingegen die Zahl der Arbeitgeber, die ein Top-Ergebnis von 80 % oder mehr der maximal möglichen Punkte erreichen. 7 % der Studienteilnehmer dagegen liegen bei nur 20 % oder weniger der Gesamtpunkte.



STUDIENRUCKBLICK

DURCHSCHNITTLICH ERREICHTE PROZENTPUNKTE

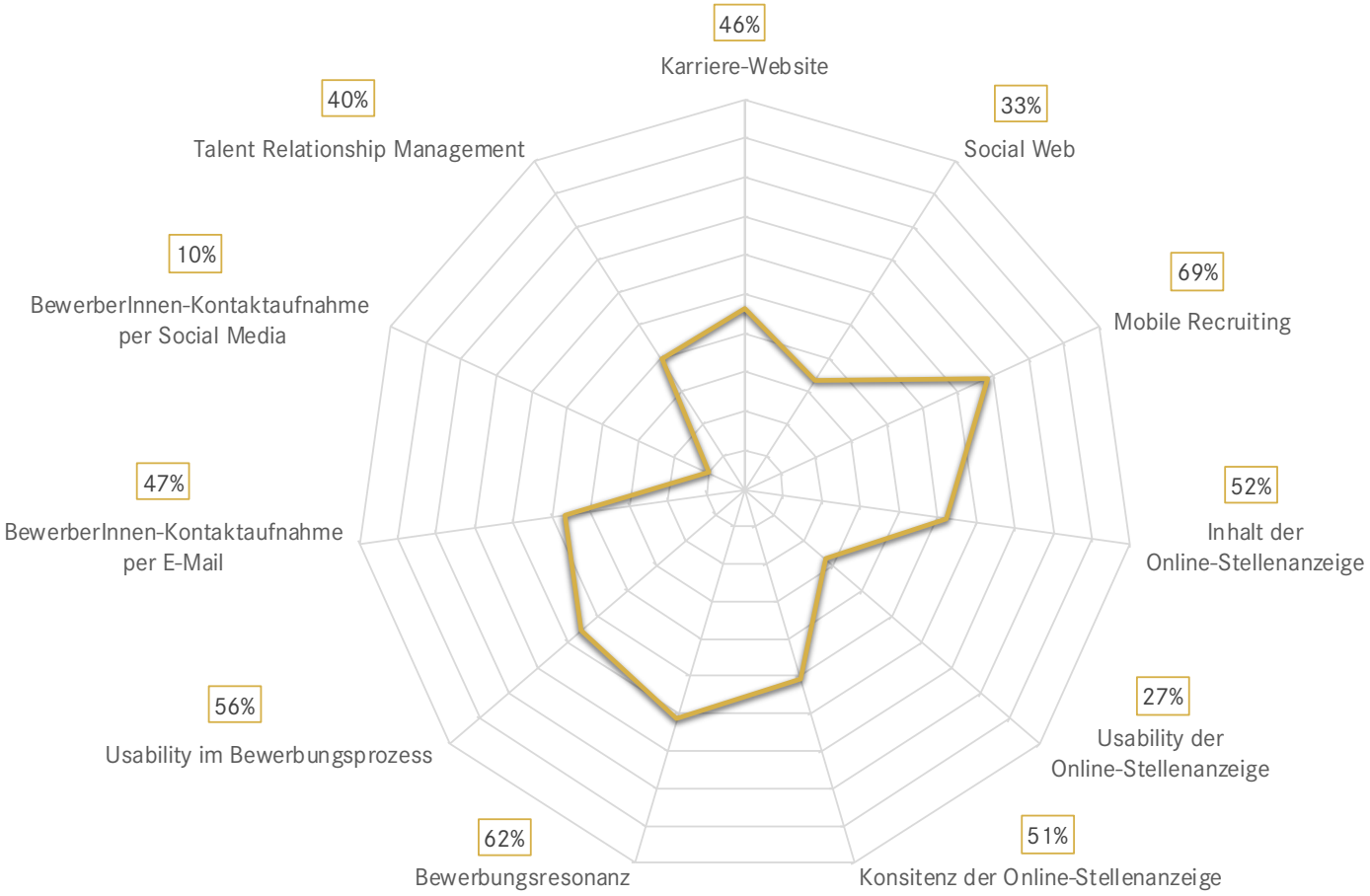
Der 10-Jahres-Vergleich zeigt die konstant steigende Recruiting-Qualität österreichischer Unternehmen und Institutionen. Im ersten Studienjahrgang erreichten die Teilnehmer im Durchschnitt 27 % der möglichen Punkte, im zehnten Jahr ist diese Zahl bereits doppelt so hoch. Der Punktedurchschnitt jener Arbeitgeber, die über dem Prozentwert des bronzenen Siegels liegen und damit berechtigt sind, das silberne Siegel zu führen, steigt im aktuellen Jahrgang auf den Höchstwert von 68 %, im ersten Studienjahr 2010/11 waren das noch 40 %. Die Träger des goldenen Siegels können den bisher besten Wert aus dem letzten Jahr (82 %) in diesem Jahr noch um einen Prozentpunkt steigern.



DIE ERGEBNISSE IN DEN ERHEBUNGSKATEGORIEN

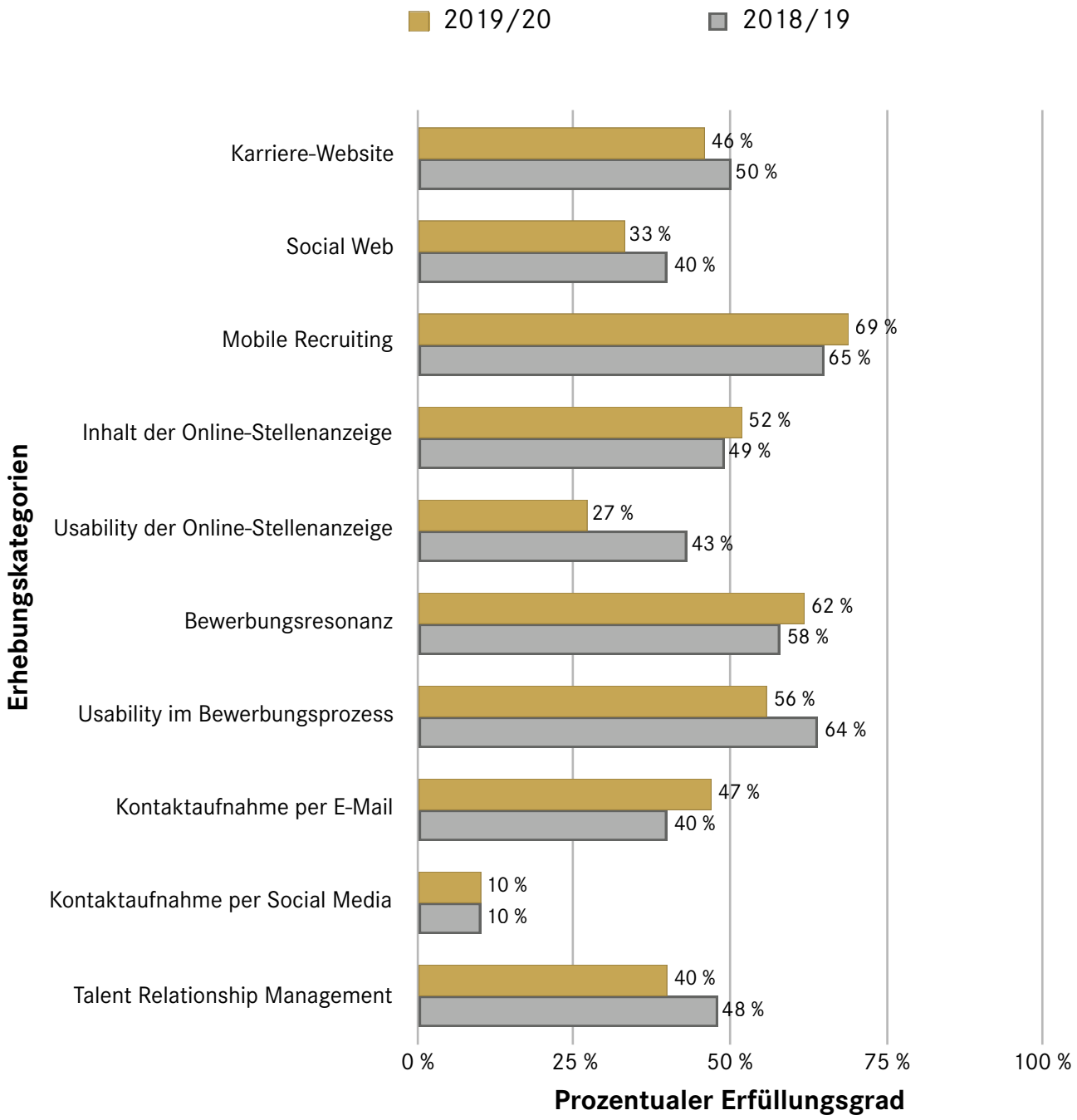
Die Grafik zeigt die durchschnittlich erreichten Punkte in den elf Erhebungskategorien in Relation zur Gesamtpunktzahl. In fünf der elf Kategorien werden durchschnittlich mehr als die Hälfte der möglichen Punkte erzielt, das beste Ergebnis erreichen die 521 getesteten Arbeitgeber in der Kategorie *Mobile Recruiting* - hier werden durchschnittlich 69 % der möglichen Punkte erreicht. Das zweitbeste Ergebnis wird in der Kategorie *Bewerbungsresonanz* erzielt, hier liegen Arbeitgeber bei durchschnittlich 62 % der möglichen Punkte.
Wie im vergangenen Jahr wird die niedrigste Punktzahl in der Kategorie *Kontaktaufnahme per Social Media* erreicht, gefolgt von der *Usability der Online-Stellenanzeige* mit 27 % der möglichen Punkte.

Ø erreichte Prozent der in der Kategorie möglichen Punkte



DIE ERHEBUNGSKATEGORIEN IM VORJAHRESVERGLEICH

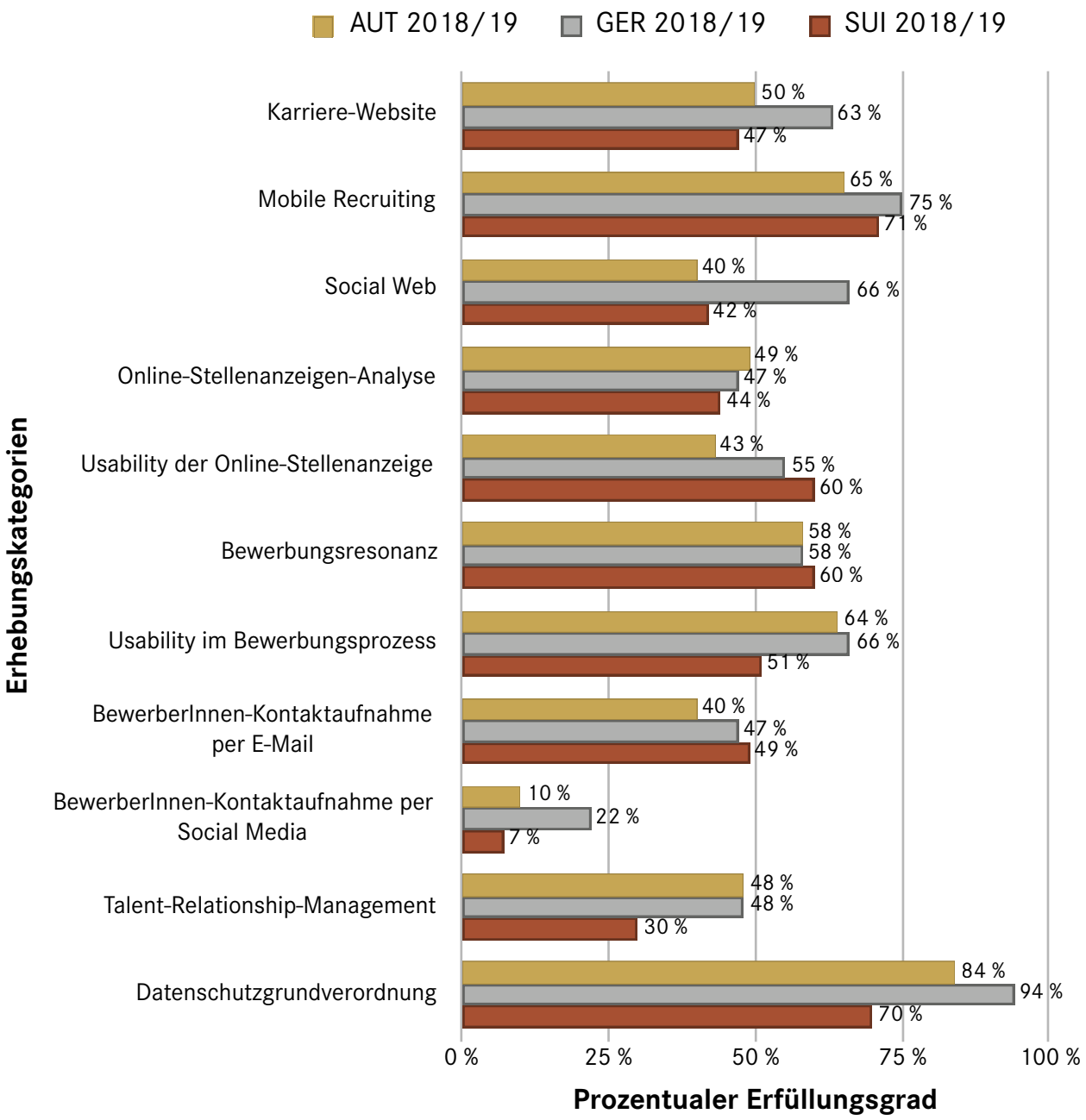
Der Vergleich mit dem Vorjahr zeigt, dass österreichische Arbeitgeber ihre Leistung in einigen Kategorien weiter verbessern können, allerdings in fünf Kategorien auch an Boden verlieren. Die größte Leistungssteigerung gelingt bei der *Kontaktaufnahme per E-Mail*, hier liegt der Durchschnitt mittlerweile bei 47 % der Gesamtpunkte. Auch in den Kategorien *Mobile Recruiting* (2019/20: 69 %, 2018/19: 65 %) sowie *Bewerbungsresonanz* (2019/20: 62 %, 2018/19: 58 %) steigt die Qualität weiterhin. Bei der *Usability der Online-Stellenanzeige* erreichen die Studienteilnehmer in diesem Jahr nur 27 % der möglichen Punkte, im vergangenen Jahr waren das mit 43 % noch deutlich mehr. Verluste im Punktedurchschnitt gibt es auch in der Kategorie *Social Web* (2019/20: 33 %, 2018/19: 40 %) und bei der *Usability im Bewerbungsprozess* (2019/20: 56 %, 2018/19: 64 %).



DIE ERHEBUNGSKATEGORIEN IM D-A-CH-VERGLEICH 2018/19

Mit den Ergebnissen aus Österreich beginnt der fünfte internationale Erhebungszyklus 2019/20, dessen Resultate mit Abschluss der Schweiz-Studie im Sommer 2020 verfügbar sein werden. Die nachstehende Grafik zeigt den Studienzyklus 2018/19 in Österreich, Deutschland und der Schweiz.

Im D-A-CH-Vergleich demonstrieren die deutschen Arbeitgeber ihre Stärke in den Kategorien *Karriere-Website* sowie *Mobile Recruiting* und *Social Web*. Ebenfalls herausragend zeigen sich deutsche Arbeitgeber in der *Usability im Bewerbungsprozess*, bei der *Kontaktaufnahme per Social Media* sowie im *TRM*, letzteres ex aequo mit Österreich. Arbeitgeber aus Österreich führen dagegen in der Gestaltung von Online-Stellenanzeigen. Schweiz und Liechtenstein liegen im Handling von *Interessenanfragen per E-Mail* vorn und scheiden in den Kategorien *Bewerbungsresonanz* sowie *Usability der Online-Stellenanzeige* besser ab als ihre Nachbarländer.

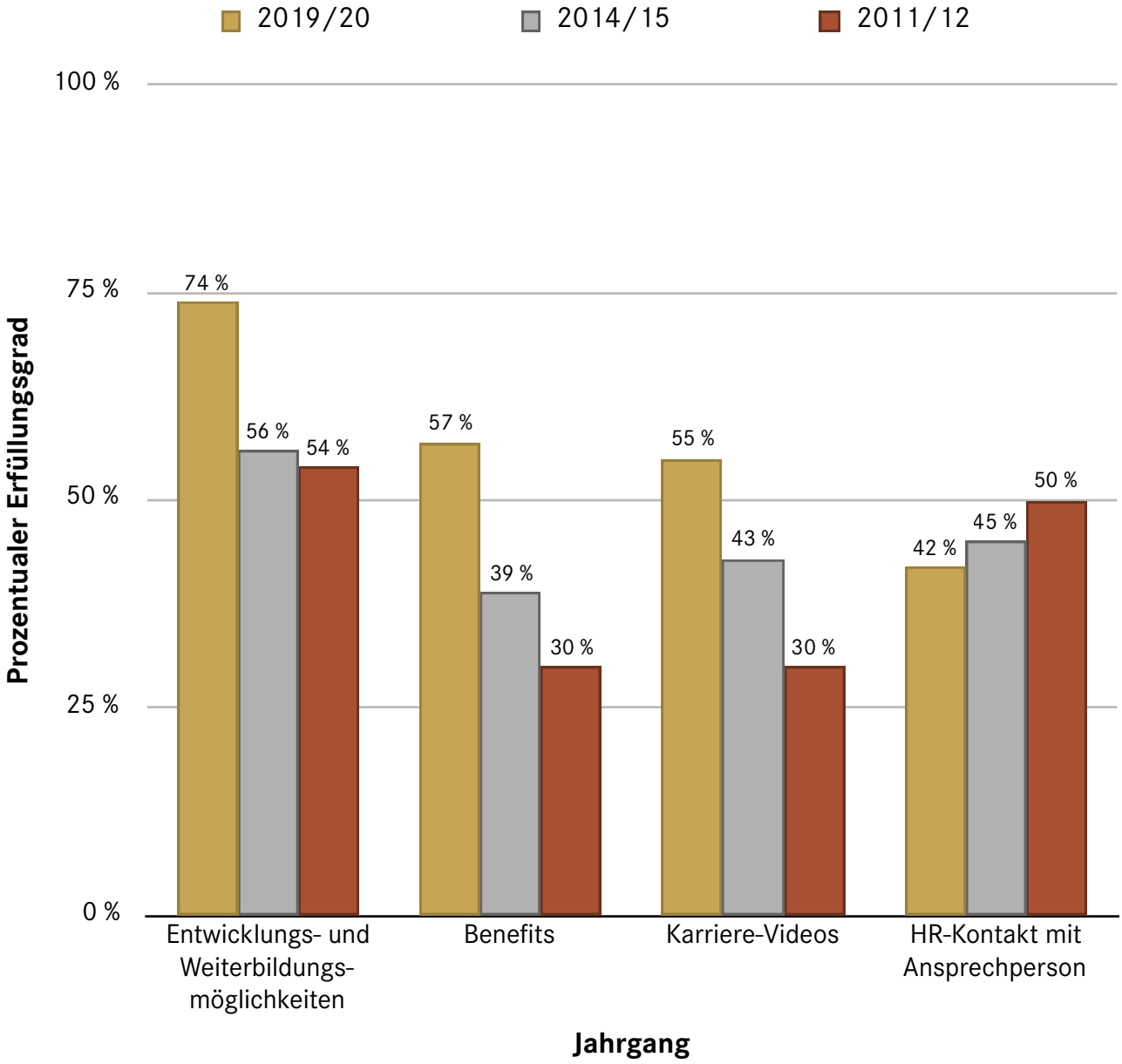


STUDIENRÜCKBLICK

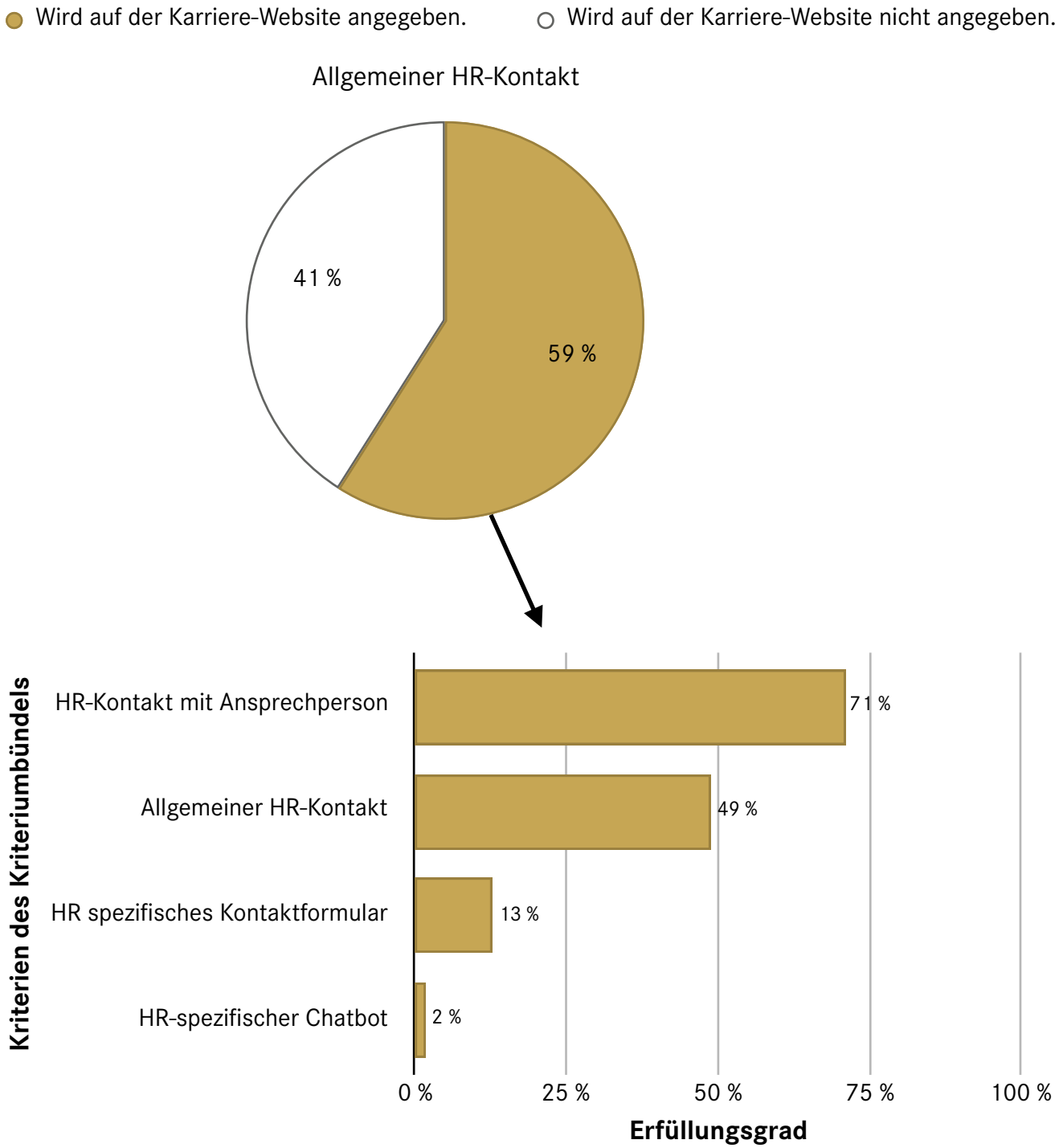
Ergebnisse in den Kategorien

KARRIERE-WEBSITE

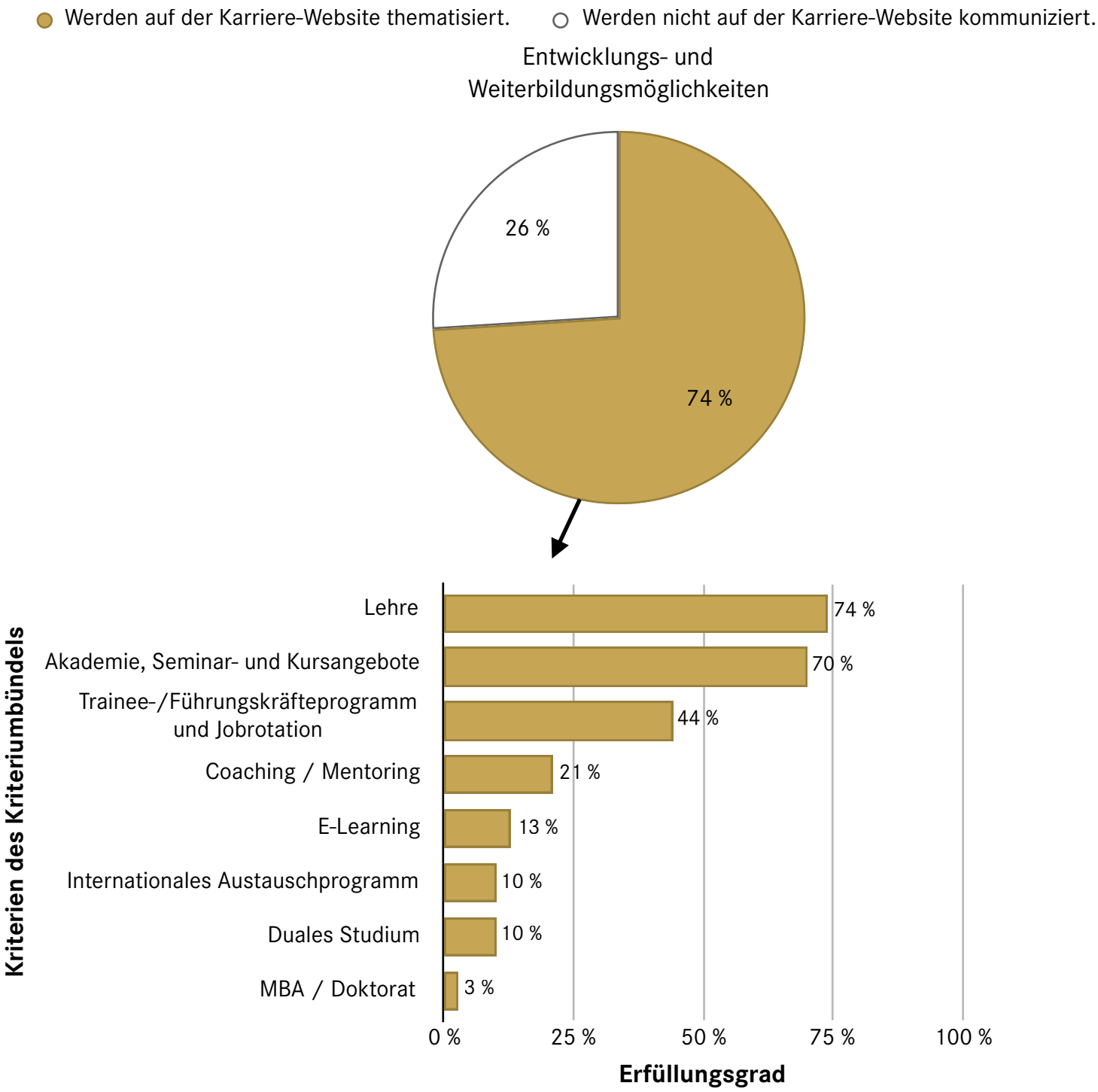
Der Zehn-Jahres-Vergleich zeigt, dass sich die Leistung der erhobenen Arbeitgeber in fast allen zur Kategorie *Karriere-Website* gehörenden Kriterien über die Jahre gesteigert hat. Eine Ausnahme bildet die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit der HR: Der Erfüllungsgrad in diesem Kriterium lag vor zehn Jahren noch bei 50 % und sinkt im aktuellen Jahrgang auf 42 %. Erfreulich sind dagegen die Steigerungen in der Kommunikation von Weiterbildungsmöglichkeiten im Unternehmen und gebotenen Benefits, in beiden Bereichen wuchs die durchschnittlich erreichte Punktzahl in den letzten Jahren erheblich. Auch die Einbettung von Videomaterial auf der Karriere-Website wird beliebter, 2019/20 werden hier um 25 % mehr Punkte als im ersten Jahr erreicht.



Immer wieder tauchen im oder noch vor dem eigentlichen Bewerbungsprozess Fragen vonseiten der KandidatInnen auf, die sich aus auf der Website gebotenen Informationen nicht beantworten lassen. Um die Candidate Experience zu verbessern, ist es daher ratsam, die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit dem HR-Department zu bieten. Mehr als die Hälfte der Unternehmen und Institutionen aus der österreichischen Stichprobe 2019/20 setzen dies bereits um und geben auf ihrer Karriere-Website einen HR-Kontakt an, an den sich KandidatInnen wenden können. Von diesen 59 % weisen 71 % einen Kontakt mit konkreter Ansprechperson aus, etwa die Hälfte nur eine allgemeine Kontaktadresse oder Telefonnummer. 13 % bieten BewerberInnen ein HR-spezifisches Kontaktformular, und in 2 % der Fälle besteht die Möglichkeit, mit einem HR-spezifischen Chatbot Kontakt aufzunehmen.



Ein wichtiger Bonus für MitarbeiterInnen in einem Unternehmen ist die Möglichkeit, sich im Job weiterzuentwickeln und fortzubilden. Das haben fast drei Viertel (74 %) der Arbeitgeber bereits erkannt und kommunizieren die unterschiedlichen Weiterbildungsmöglichkeiten auf der Karriere-Website. In 70 % dieser Fälle handelt es sich um ein Angebot an Seminaren, Kursen oder Workshops, welches MitarbeiterInnen nutzen können, 44 % der Unternehmen bieten Trainee- oder Führungskräfteprogramme an. Bei mehr als einem Fünftel (21 %) der Arbeitgeber können MitarbeiterInnen Coaching oder Mentoring in Anspruch nehmen, jedes zehnte Unternehmen ermöglicht ein internationales Austauschprogramm und/oder ein duales Studium..

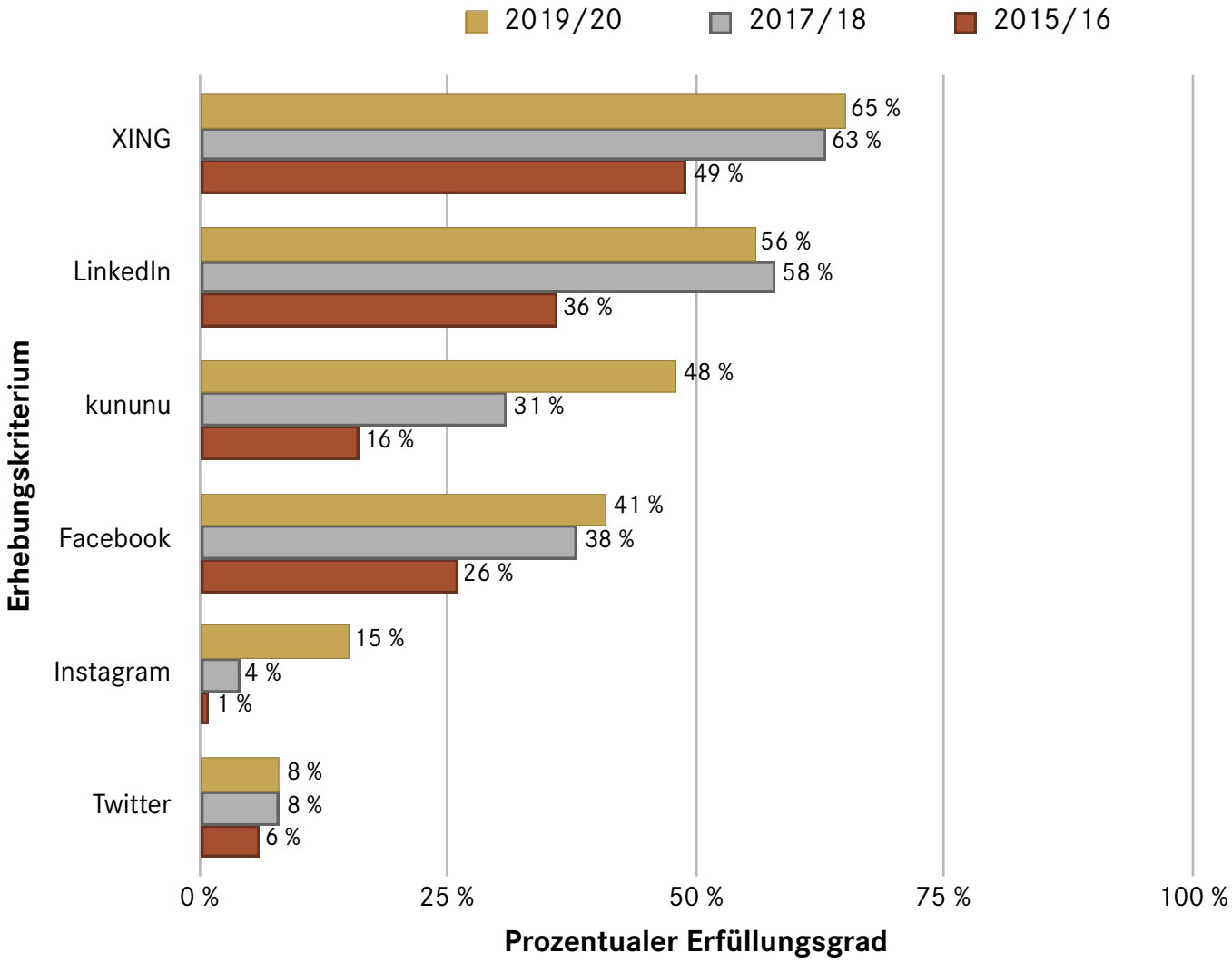


SOCIAL WEB

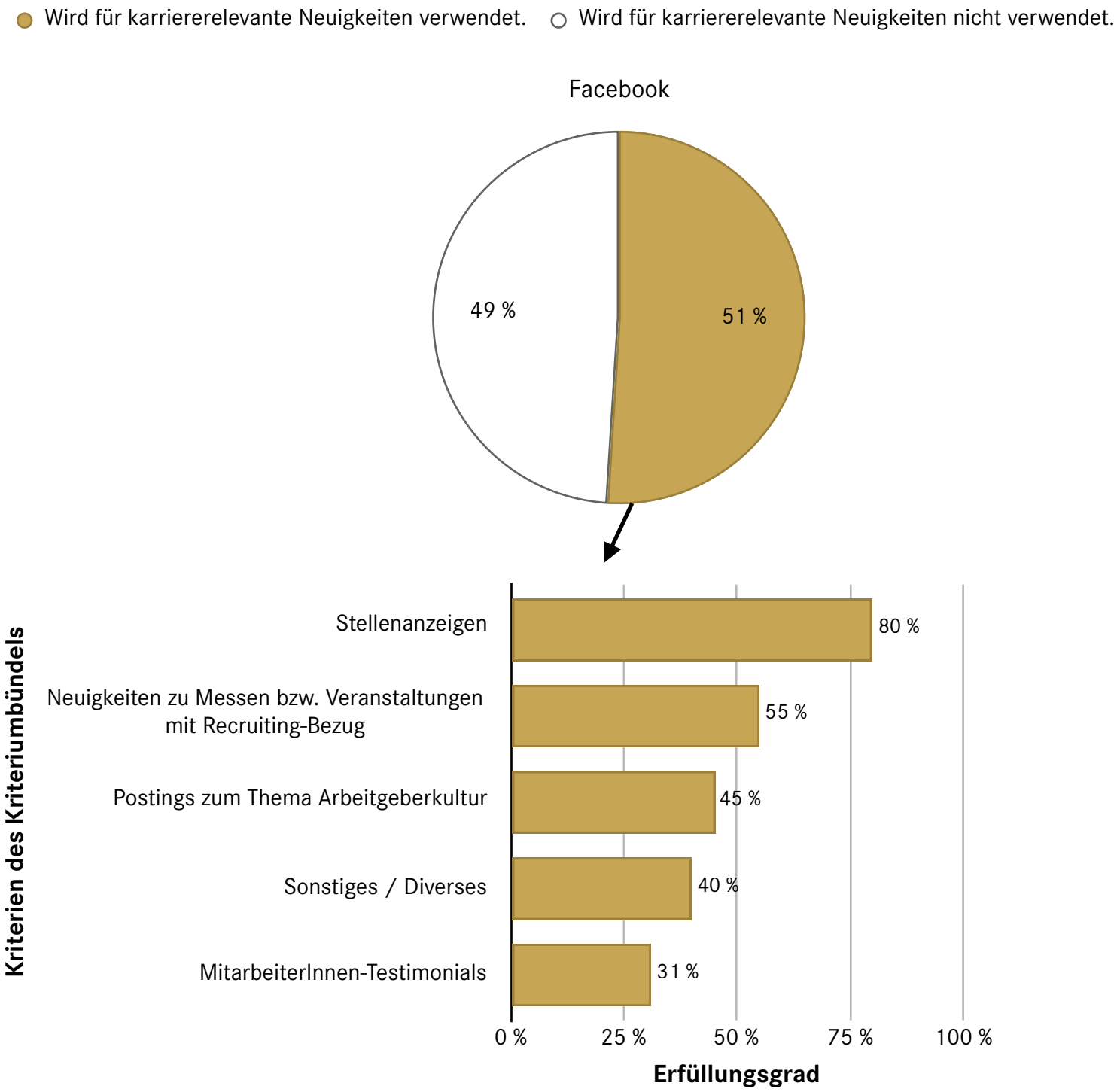
STUDIENRÜCKBLICK

In der Kategorie *Social Web* wird untersucht, auf welchen Plattformen Unternehmen registriert sind, vor allem geht es aber darum, ob die Profile regelmäßig bespielt und dabei karrierelevante Neuigkeiten gepostet werden. BEST RECRUITERS empfiehlt Arbeitgebern grundsätzlich, den Fokus nicht auf eine möglichst hohe Anzahl an Profilen bzw. die Präsenz auf allen verfügbaren Plattformen zu legen, sondern stattdessen lieber weniger Accounts zu führen und diese dafür aktuell zu halten und regelmäßig Inhalte zu posten. Beliebt sind auch im Jahresvergleich besonders die karrierebezogenen Plattformen wie XING, LinkedIn und kununu. Auffallend ist hier allerdings, dass die erreichten Punkte für die Aktivität auf LinkedIn in den vergangenen zwei Jahren leicht zurückgegangen sind, wohingegen XING weiterhin steigt. Den größten Schritt machen die Unternehmen in Bezug auf kununu - hier steigen die karrierelevanten Aktivitäten innerhalb von zwei Jahren um 17 % auf 48 %. In den sonst eher privat genutzten sozialen Netzwerken sind die österreichischen Arbeitgeber noch etwas zurückhaltender. Hier liegt Facebook deutlich vorn, die Nutzung von Instagram wächst, Twitter dagegen stagniert.

Arbeitgeberprofile und/oder karrierelevante Neuigkeiten



Bei der Nutzung von Facebook sind die untersuchten Arbeitgeber der aktuellen Stichprobe zweigeteilt: 51 % nutzen Facebook für karriererelevante Postings, wobei es sich beim Großteil der Aktivität um das Teilen von Stellenanzeigen handelt. Mehr als die Hälfte der Facebook-Nutzer teilen auch Neuigkeiten zu Veranstaltungen (55 %), etwas weniger (45 %) nutzen den Account auch dafür, ihre Follower über die Unternehmenskultur auf dem Laufenden zu halten, immerhin fast ein Drittel (31 %) stellt MitarbeiterInnen-Testimonials vor.



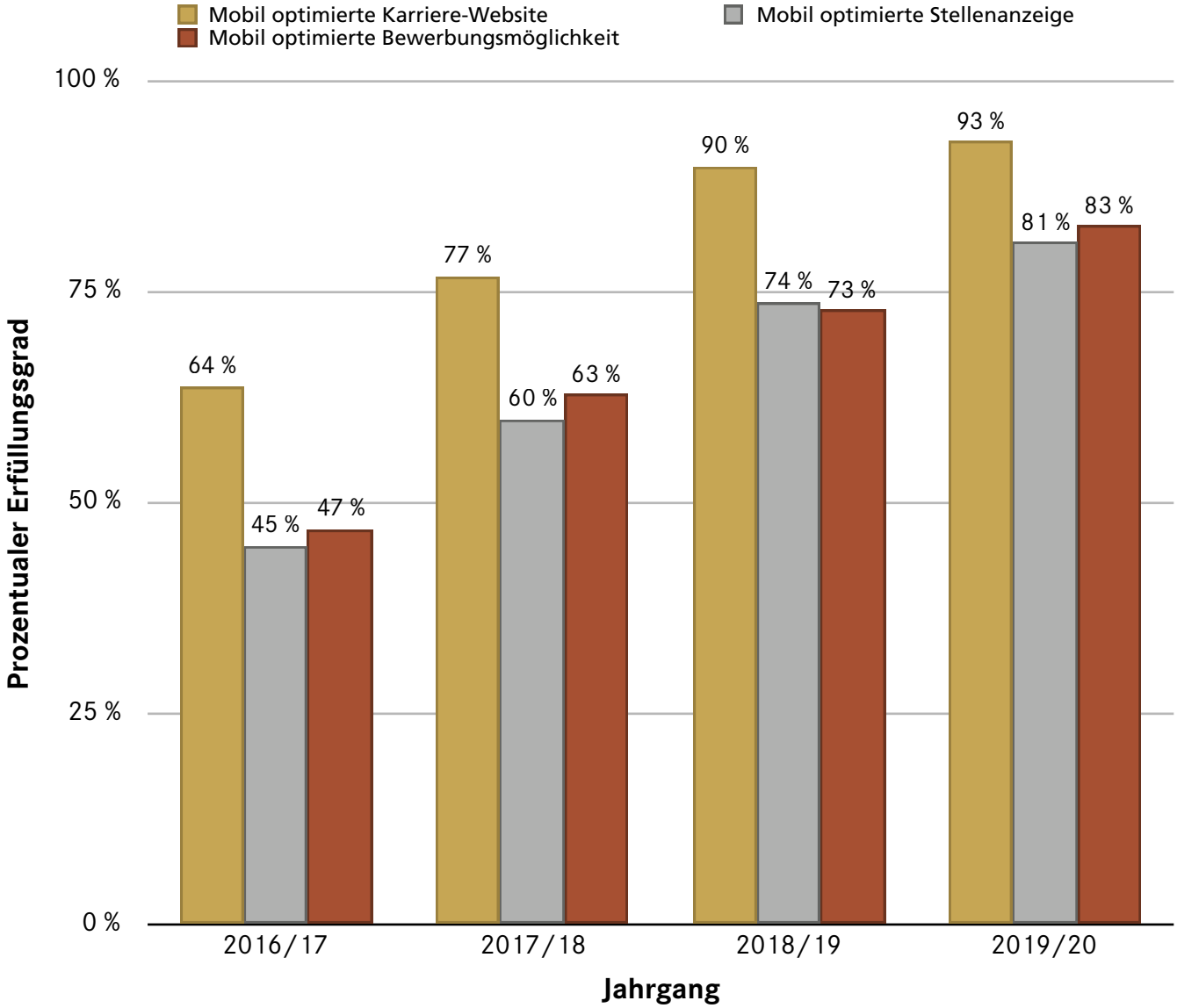
MOBILE RECRUITING

STUDIENRÜCKBLICK

Mobile Recruiting ist im zehnten Erhebungsjahrgang nicht mehr wegzudenken und steigt weiter: Hatten vor zwei Jahren noch 48 % der Arbeitgeber eine vollständig mobil optimierte Candidate Journey (Karriere-Website, Stellenmarkt, Stellenanzeige und Bewerbungsmöglichkeit) , sind es im Jahrgang 2019/20 bereits 68 %. 83 % der Arbeitgeber bieten eine mobil optimierten Bewerbungsmöglichkeit, den KandidatInnen wird also zunehmend die Möglichkeit geboten, CVs per Tablet oder Smartphone zu übermitteln, vor vier Jahren lag dieser Wert noch bei 47 %.

68 %

der getesteten Arbeitgeber haben einen vollständig mobil optimierten Bewerbungsprozess (von der Karriere-Website über Stellenmarkt und -inserate bis zur Bewerbungsmöglichkeit).

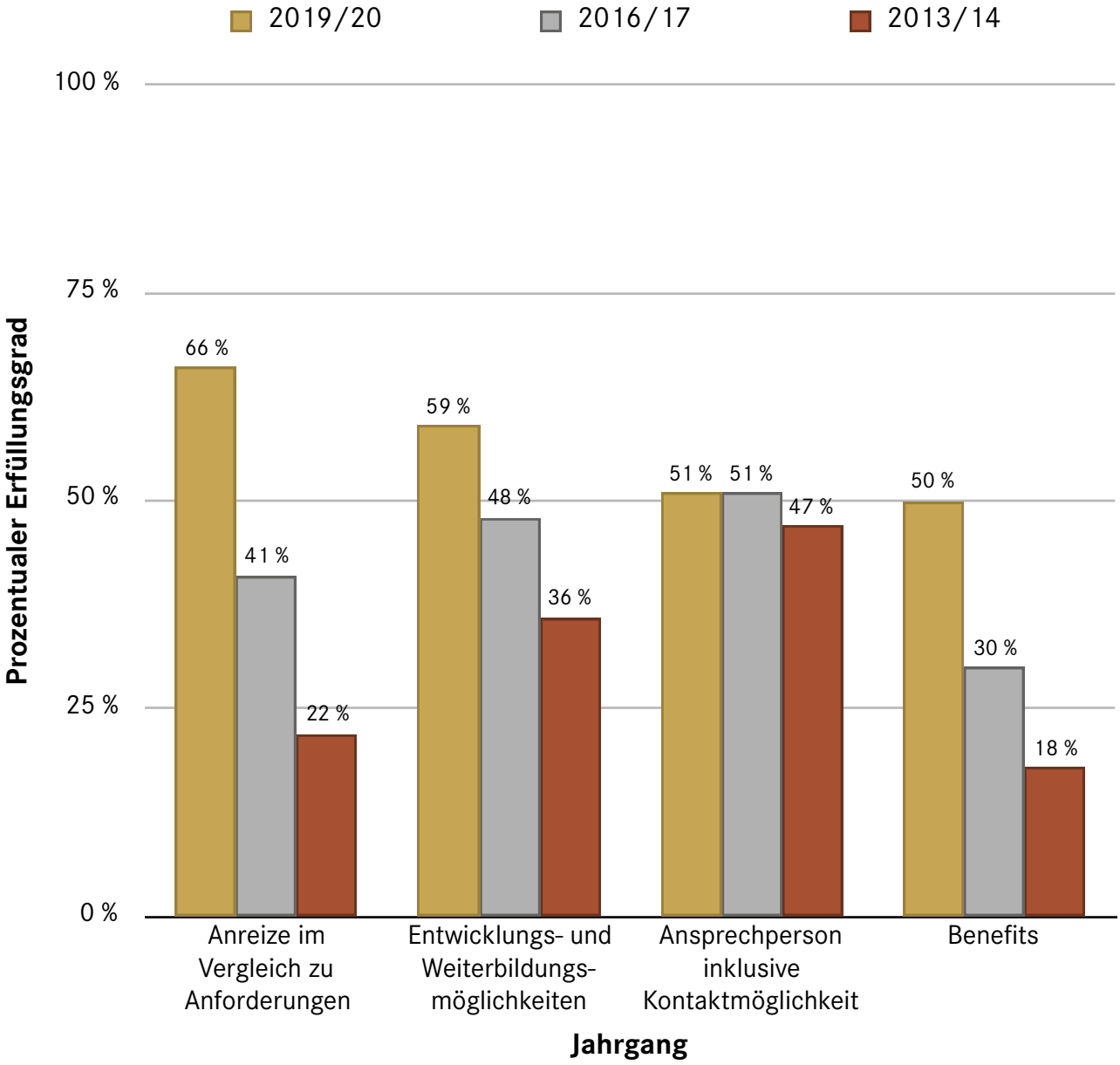


STUDIENRUCKBLICK

INHALT DER ONLINE-STELLENANZEIGE

Stellenanzeigen gehören zu den erfolgskritischsten Faktoren im Recruiting. KandidatInnen sollen durch sie möglichst genau erfahren, was von ihnen erwartet wird und welche Aufgaben die zukünftige Position umfasst. Arbeitgeber können Stellenanzeigen als Bühne nutzen, sich bestmöglich zu präsentieren und interessierte BewerberInnen auf sich und die vakante Stelle aufmerksam zu machen. Punkte sammeln können Unternehmen in dieser Kategorie, wenn die Anzahl an gestellten Anforderungen zu den gebotenen Anreizen ausgeglichen ist, wenn in der Anzeige auf die Unternehmenskultur eingegangen wird und BewerberInnen Details zu Arbeitsort, Eintrittstermin und Gehalt erfahren oder darüber informiert werden, an wen sie sich mit Fragen zu Unternehmen und Job wenden können.

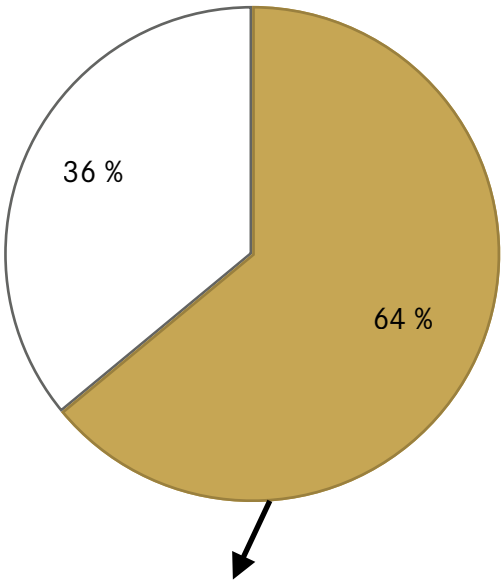
Der Vergleich zeigt, dass sich die Leistung der Arbeitgeber auch in den zur Kategorie gehörenden Einzelkriterien über die Jahre konstant verbessert hat - im Vergleich zwischen Anforderungen und Anreizen liegt der Erfüllungsgrad des Kriteriums aktuell dreimal so hoch als noch vor sechs Jahren, auch die Nennung von *Benefits* hat sich in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt.



Nicht nur der Inhalt der Stellenanzeige ist entscheidend, um die Aufmerksamkeit möglichst vieler potenzieller BewerberInnen zu erlangen, auch Gestaltung und grafische Aufbereitung spielen eine wichtige Rolle. Fast zwei Drittel der österreichischen Arbeitgeber (64 %) verwenden inzwischen Bildmaterial in ihren Stellenanzeigen, doch nur 40 % der Bilder haben tatsächlich Bezug zum Arbeitgeber, stellen also zum Beispiel echte MitarbeiterInnen oder den Arbeitsplatz dar. Zur ausgeschriebenen Stelle selbst passen nur 16 % der verwendeten Bilder. 8 % der Unternehmen und Institutionen stimmen die visuelle Gestaltung ihrer Anzeigen auf die Employer-Branding-Strategie ab.

● Arbeitgeber verwenden grafische Elemente. ○ Arbeitgeber verwenden keine grafischen Elemente.

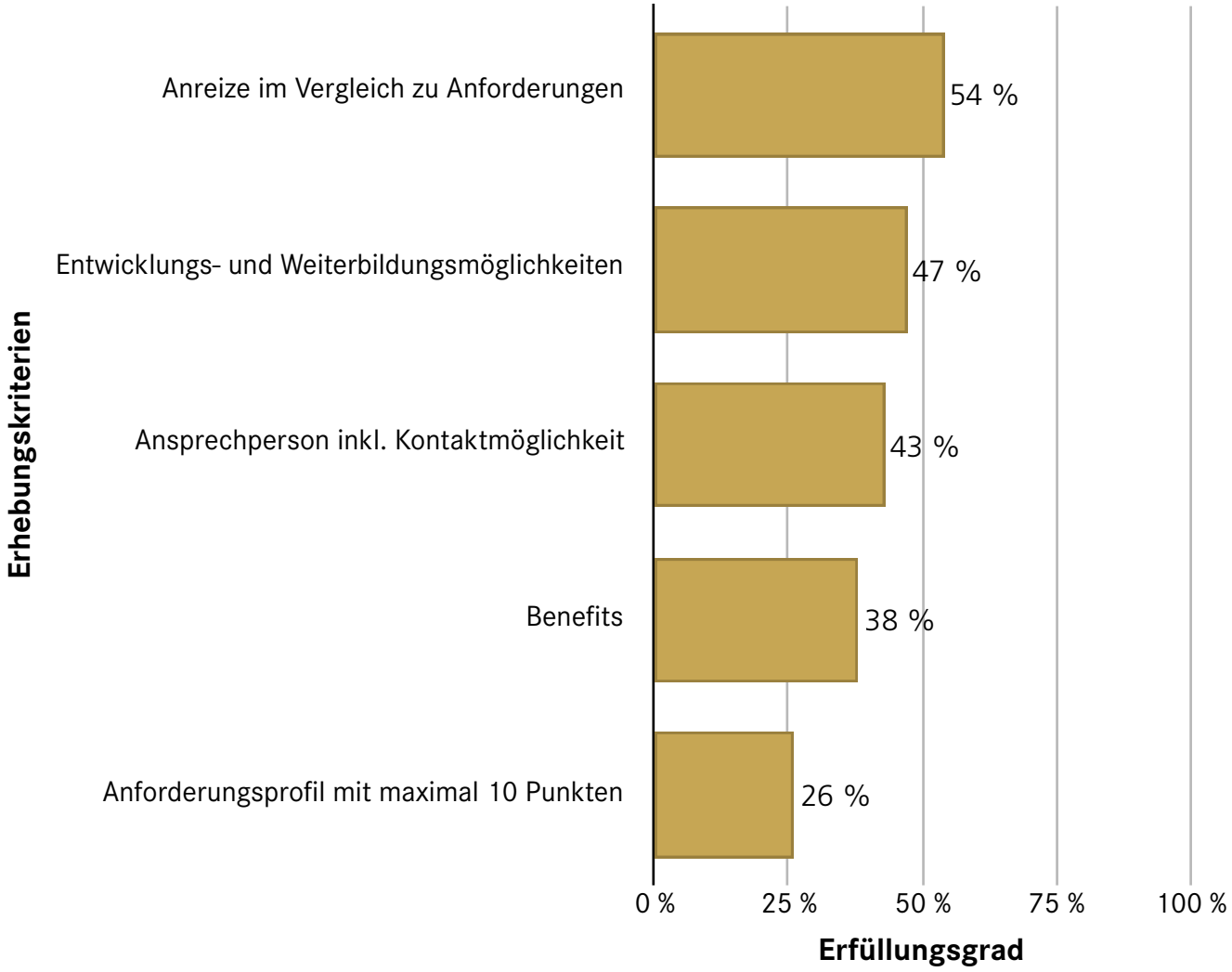
Bildträger Online-Stellenanzeige



KONSISTENZ DER ONLINE-STELLENANZEIGE

Diese neue Kategorie wurde im Erhebungszyklus 2019/20 zum ersten Mal Teil des Kriterienkataloges. Ziel war es, der Frage nachzugehen, ob Arbeitgeber Inhalte von Stellenanzeigen, die dem Themengebiet Employer Branding zugeordnet werden können, nur bei bestimmten Vakanzen oder von der ausgeschriebenen Stelle unabhängig immer implementieren. Zu diesem Zweck wurden bei allen getesteten Arbeitgebern drei Stellenanzeigen ausgewählt und auf das Vorhandensein ausgewählter Kriterien untersucht.

Auffällig ist, dass nur bei jedem vierten Unternehmen bei allen drei Stellenanzeigen weniger als elf Anforderungen an Bewerbende gestellt wurden. Lediglich etwas mehr als jeder dritte Arbeitgeber kommuniziert in allen überprüften Stellenanzeigen Benefits und nur knapp die Hälfte erwähnt Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

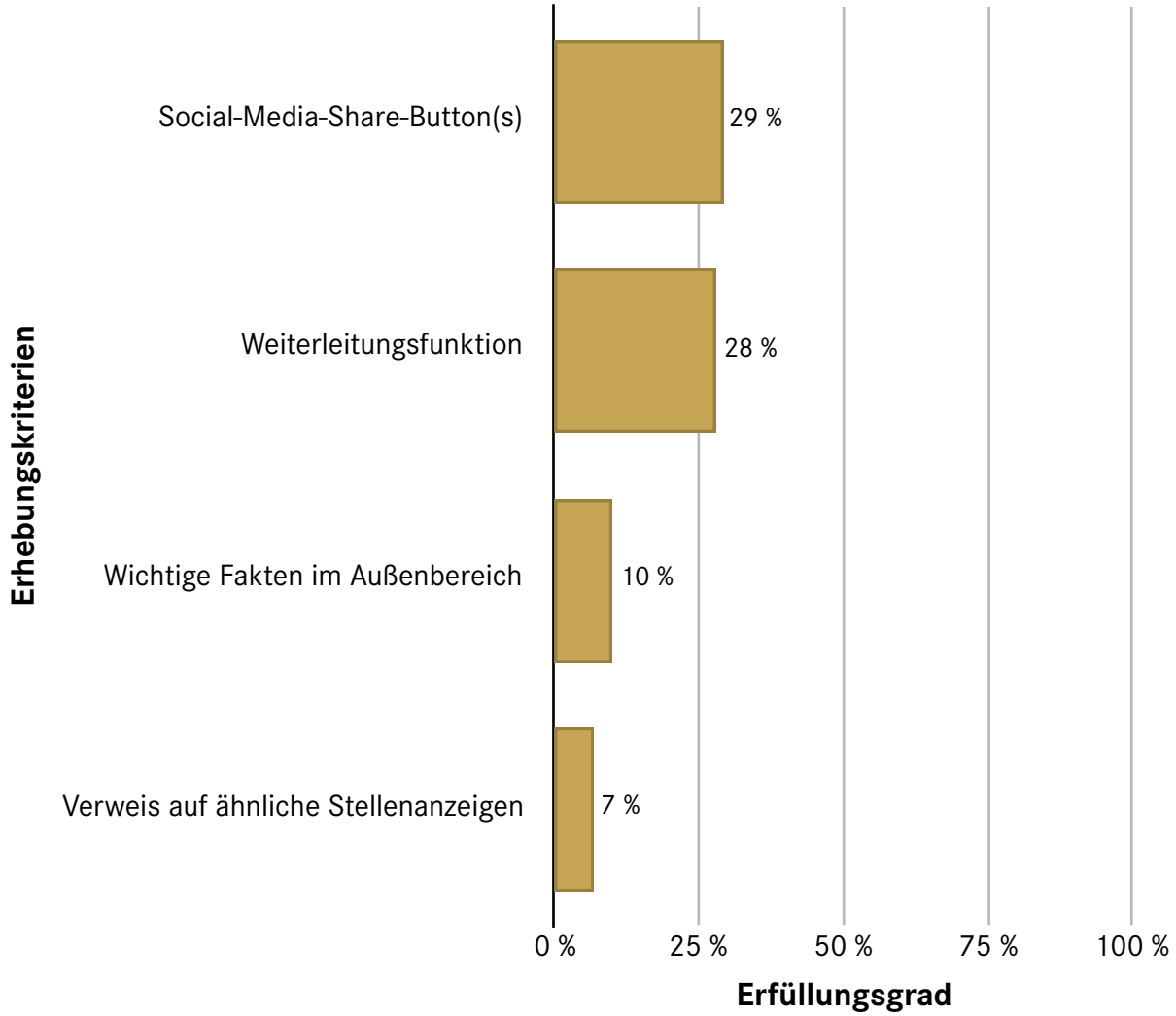


USABILITY DER ONLINE-STELLENANZEIGE

Die Ergebnisse der Kategorie Usability der Online-Stellenanzeige ergeben, dass nur in 10 % der Fälle wichtige Informationen bereits im Außenbereich des Stellenmarktes – also in der Übersicht aller verfügbaren Vakanzen – für BewerberInnen ersichtlich sind, die sich einen raschen Überblick verschaffen wollen. Mit dieser Maßnahme kann beispielsweise auch gezielt Neugierde für schwierig zu besetzende Positionen geweckt werden, die rein aufgrund des Stellentitels unter Umständen selten angeklickt werden.

Bei 7 % der getesteten Arbeitgeber werden KandidatInnen zum längeren Verweilen im Karriere-Portal eingeladen, indem ähnliche, ebenfalls zum Profil passende Vakanzen vorgeschlagen werden – für den Fall, dass die aktuell angezeigte Stelle nicht optimal den Vorstellungen entspricht.

Weiterleitungsfunktionen weisen seit ihrer ersten Erhebung 2013/14 (31 %) einen ähnlichen Wert auf (28 %). Social-Media-Share-Buttons erreichen in diesem Erhebungsjahr mit 29 % einen Höchststand.



STUDIENRÜCKBLICK

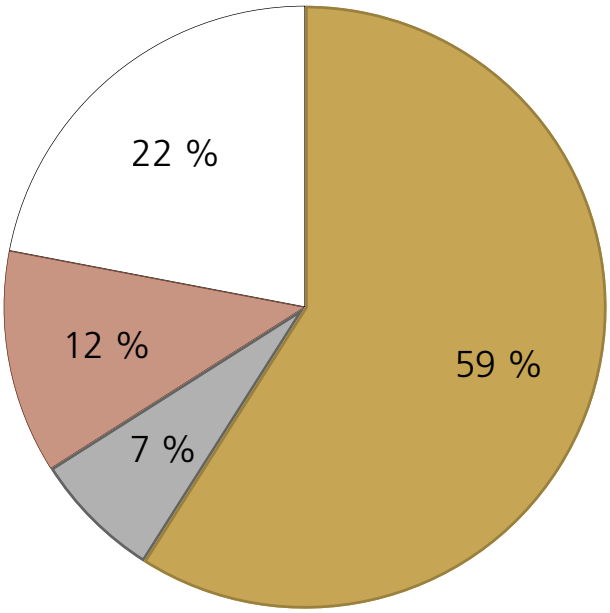
BEWERBUNGSRESONANZ

Für die Untersuchung der Bewerbungsresonanz werden Avatare - fiktive BewerberInnen mit unterschiedlichen Ausbildungen, Berufserfahrungen und Backgrounds - geschaffen und von diesen vier Bewerbungen an jeden Arbeitgeber aus der Stichprobe versandt. Sofern möglich, erfolgen drei dieser Bewerbungen auf eine ausgeschriebene Stelle, eine Bewerbung wird initiativ versandt.

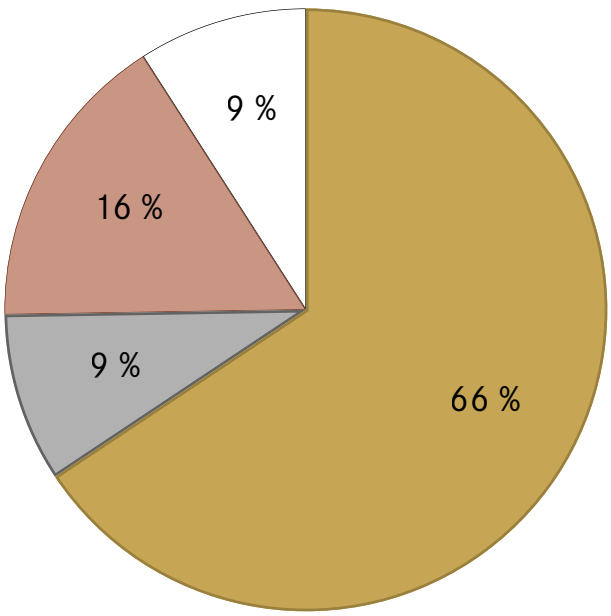
Zunächst wird der Zeitraum bis zur ersten Rückmeldung gemessen - erhalten die BewerberInnen innerhalb von 10 Werktagen eine Eingangsbestätigung oder erste Antwort auf ihre Zusendung, wird die Frist auf 20 Werktage verlängert. Erfolgt innerhalb dieser Zeit eine Absage oder Einladung zu einem Gespräch, gilt dies als Bewerbungsabschluss. Geschieht der Bewerbungsabschluss außerhalb der Frist oder erhalten BewerberInnen keinerlei Rückmeldung, werden keine Punkte vergeben.

Im Rückblick fällt auf, dass die Zahl der Bewerbungen ohne jegliche erfolgte Rückmeldung erheblich zurückgegangen ist: Nur 9 % der Bewerbungen bleiben 2019/20 ohne Antwort, vor fünf Jahren waren das noch 22 %. Die Abschlüsse innerhalb der kurzen Frist von 10 Werktagen sind leicht gestiegen, von 59 % im Jahrgang 2014/15 auf 66 % im aktuellen Jahrgang.

Gesamtsample 2014/15



Gesamtsample 2019/20

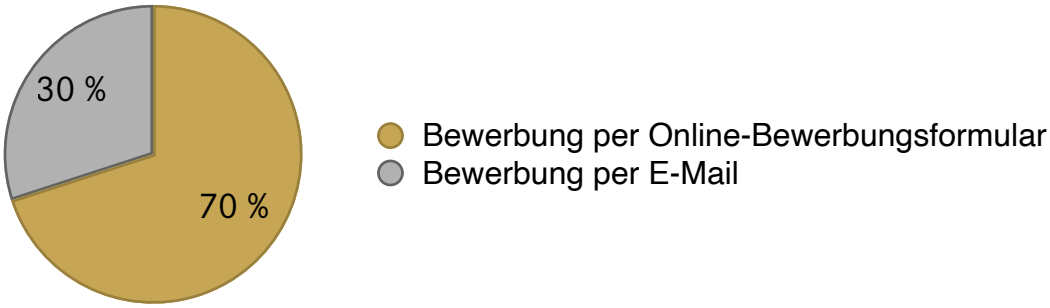


USABILITY IM BEWERBUNGSPROZESS

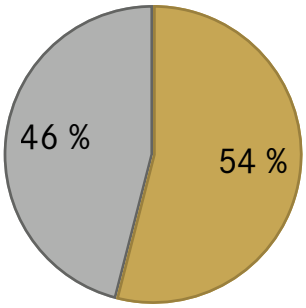
In dieser Kategorie werden die unterschiedlichen Übermittlungskanäle für Bewerbungen genauer untersucht. Im Rahmen der Kategorie *Bewerbungsresonanz* wird für den Versand der Bewerbungen immer der vom Arbeitgeber gewünschte Kanal genutzt - also via Online-Bewerbungsformular oder E-Mail. Im Jahresvergleich zeigt sich hier ein eindeutiger Trend zum Online-Bewerbungsformular: Wurden im Jahrgang 2013/14 noch weniger als ein Viertel (23 %) der Bewerbungen über ein Online-Formular übermittelt, waren es ein Jahr später bereits doppelt so viele. Im Folgejahr ging die Prozentzahl zwar wieder leicht zurück, steigt seither aber kontinuierlich, inzwischen werden nur noch 30 % der Bewerbungen per E-Mail verschickt.

STUDIENRÜCKBLICK

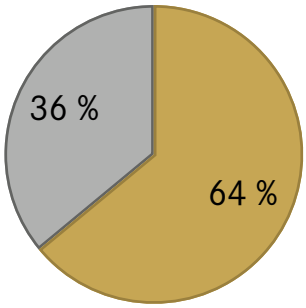
BR 19/20



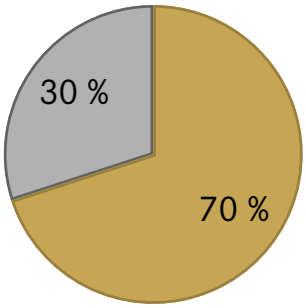
BR 16/17



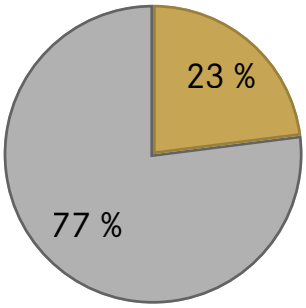
BR 17/18



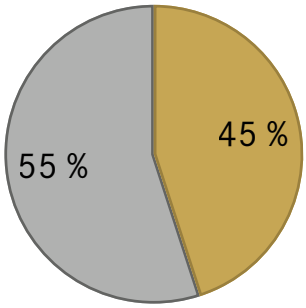
BR 18/19



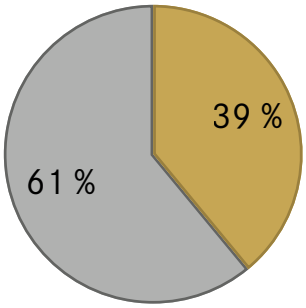
BR 13/14



BR 14/15



BR 15/16



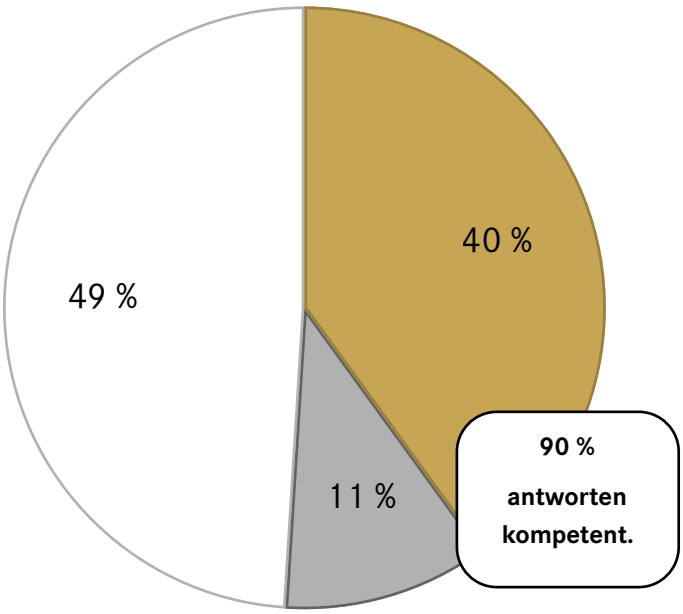
BEWERBER/INNEN-KONTAKTAUFNAHME PER E-MAIL & SOCIAL MEDIA

Neben dem Versand von Bewerbungen wird von BEST RECRUITERS eine weitere Möglichkeit genutzt, mit Arbeitgebern in Kontakt zu treten und deren Reaktion zu messen. Dazu werden Interessensanfragen an alle teilnehmenden Unternehmen versandt, in denen potenzielle BewerberInnen eine Frage zum Unternehmen stellen. Im aktuellen Studienjahr wurden diese Anfragen per E-Mail und Direktnachricht auf XING versandt. In der Anfrage per E-Mail erkundigte sich ein Bewerber danach, ob und inwiefern das Thema Nachhaltigkeit beim Arbeitgeber relevant ist. Über XING wurde gefragt, ob der Arbeitgeber im Falle einer Einladung zum Bewerbungsgespräch die Fahrtkosten für die Anreise aus Frankfurt übernehme.

In dieser Kategorie zeigt sich, dass Anfragen per E-Mail deutlich häufiger beantwortet werden: 51 % der Unternehmen reagierten auf die gestellte Frage, 90 % dieser Antworten waren kompetent, gingen also auf die Frage ein und boten nützliche Informationen zum Thema. Die Anfragen per XING dagegen blieben zum größten Teil unbeantwortet: Nur 22 % der Arbeitgeber reagierten auf die Anfrage, immerhin war aber auch in diesem Fall die große Mehrheit der Antworten (91 %) kompetent.

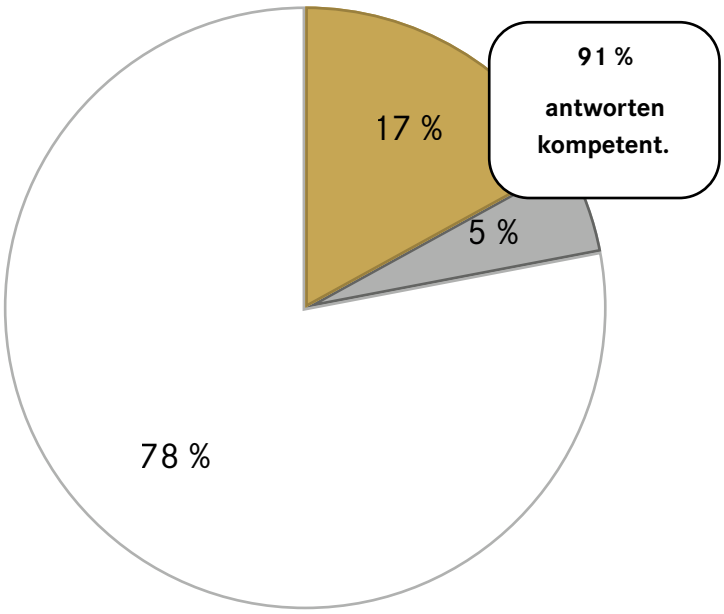
E-Mail-Kontaktanfrage

- Rückmeldung innerhalb von drei Werktagen
- Rückmeldung innerhalb von vier bis zehn Werktagen
- Keine Rückmeldung



Social-Media-Kontaktanfrage

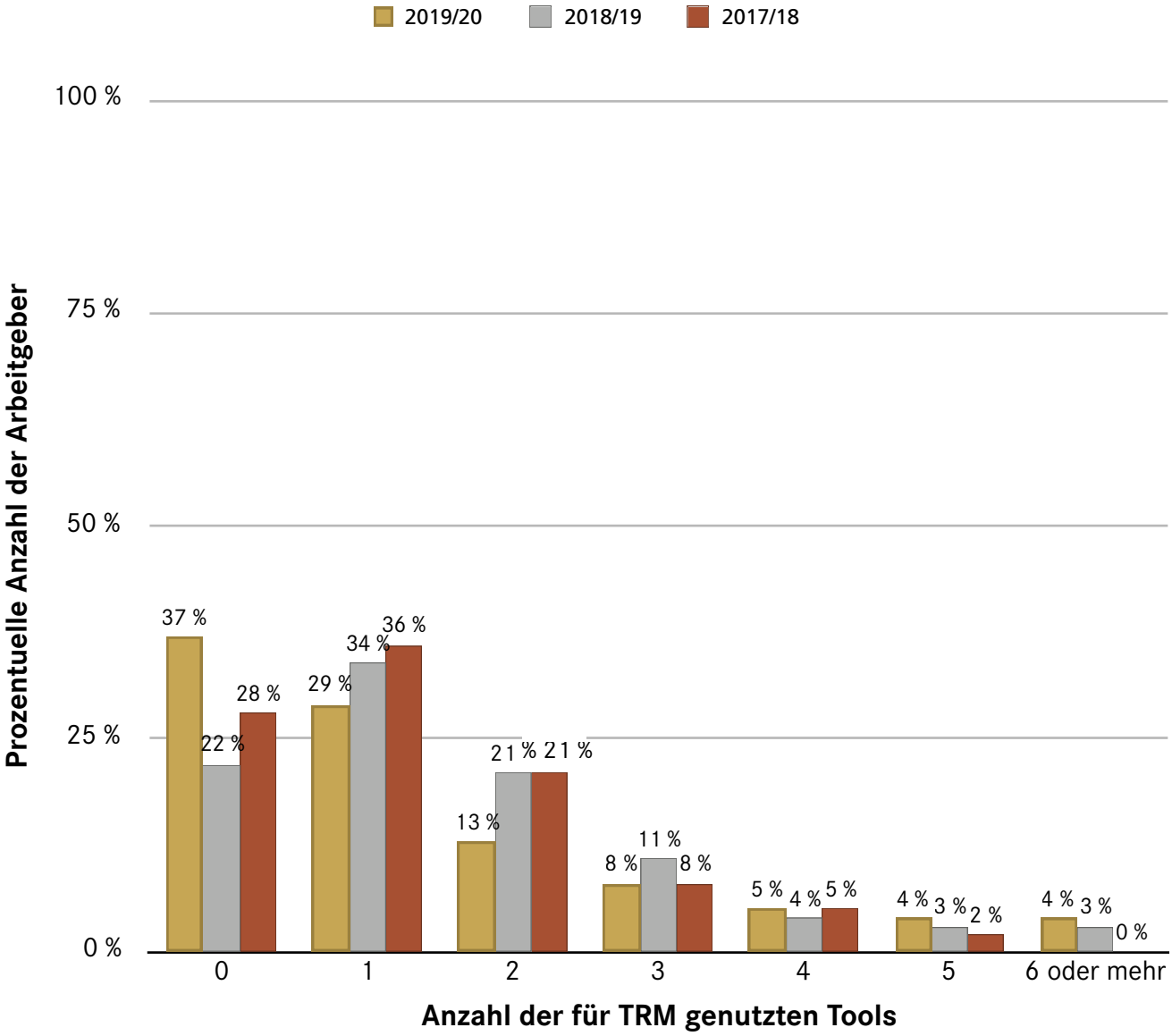
- Rückmeldung innerhalb von einem Werktag
- Rückmeldung innerhalb von zwei bis drei Werktagen
- Keine Rückmeldung



TALENT RELATIONSHIP MANAGEMENT

Das Thema Talent Relationship Management ist in Zeiten des Fachkräftemangels und damit auch im Studienjahr 2019/20 besonders relevant. Für Unternehmen und Institutionen ist es entscheidend, mit vielversprechenden BewerberInnen, die Interesse am Unternehmen haben oder für eine bestimmte Stelle abgelehnt wurden, aber zukünftig für andere Positionen in Frage kommen könnten, in Kontakt zu bleiben. Hierfür bieten sich verschiedene Maßnahmen an, die im Rahmen der Studie untersucht werden. Das Bereitstellen eines Talente-Pools etwa, für den sich KandidatInnen auf der Karriere-Website registrieren können, das Angebot der Evidenzhaltung der Daten im Fall einer Absage, Veranstaltungen für ehemalige MitarbeiterInnen oder ein Empfehlungsprogramm, in dessen Verlauf MitarbeiterInnen zukünftige KollegInnen vorschlagen können. Werden diese oder ähnliche Maßnahmen vom Arbeitgeber durchgeführt und auf der Karriere-Website kommuniziert, erhält das Unternehmen Punkte.

Die Grafik belegt einen Trend zum TRM, zeigt aber auch, dass viele Unternehmen hier noch ungenütztes Potenzial haben: 37 % der österreichischen Stichprobe nützen keine Möglichkeiten zum TRM, 29 % der Arbeitgeber immerhin eine. In erfreulichen 26 % werden 2 bis 4 Möglichkeiten des TRM aktiv genutzt.



DIE TOP 100

„NEU“ sind jene Arbeitgeber, die in der Erhebung 2018/19 nicht Teil der Stichprobe waren.

(↑) - im Vorjahr nicht zertifizierungsberechtigt und nun unter den Top 100

Die Top 100

Das Ranking zeigt die Top 100 aller 521 getesteten Arbeitgeber des Studienjahrgangs 2019/20. Die Reihung erfolgt gemäß der Gesamtpunktzahl in Prozent. Bei Gleichstand wird das Abschneiden in den drei Säulen herangezogen: Dabei wird Säule 3 vor Säule 1 und diese wiederum vor Säule 2 gewertet..

Ranking 2019/20	**Ranking** 2018/19	**Arbeitgeber Platz 1 – 20**	**Gesamt-punkte** in Prozent
1	1	HEROLD Business Data GmbH	95,5 %
2	3	Eurest Restaurationsbetriebs-GmbH	94,5 %
3	13	ERBER Group	92 %
4	2	BDO Austria GmbH	91,5 %
5	17	Peek & Cloppenburg KG	91 %
6	22	VERBUND AG	91 %
7	8	Österreichische Lotterien GesmbH	90,5 %
8	47	voestalpine AG	90 %
9	100	Frequentis AG	89,5 %
10	9	WALTER GROUP	88,5 %
11	15	Julius Blum GmbH	88 %
12	↑	Greiner AG	88 %
13	4	PwC Österreich GmbH	88 %
14	27	ISS Facility Services GmbH	88 %
15	12	Vienna Insurance Group AG Wiener Versicherung Gruppe	88 %
16	5	EY Österreich	88 %
17	32	Polytec Holding AG	86,5 %
18	30	Trenkwalder Personaldienste GmbH	86 %
19	38	Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG	86 %
20	18	Deloitte Österreich	86 %

Ranking 2019/20	**Ranking** 2018/19	**Arbeitgeber Platz 21 – 50**	**Gesamt-punkte** in Prozent
21	7	Raiffeisenlandesbank Vorarlberg	85,5 %
22	43	mein-personaler Personalservice GmbH	85 %
23	11	Österreichisches Verkehrsbüro AG	85 %
24	26	KTM AG	85 %
25	40	karriere.at GmbH	84 %
26	31	illwerke vkw AG	84 %
27	48	epunkt GmbH	84 %
28	19	Casinos Austria AG	83,5 %
29	NEU	IVM Technical Consultants Wien Gesellschaft m.b.H.	82,5 %
30	20	Fellner Wratzfeld & Partner Rechtsanwälte GmbH	82,5 %
31	35	Bundesrechenzentrum GmbH	82 %
32	94	Haberkorn GmbH	82 %
33	25	Kapsch Group	82 %
34	23	HOFER KG	82 %
35	14	Hays Österreich GmbH	81,5 %
36	73	Hilfswerk Niederösterreich Betriebs GmbH	80,5 %
37	37	TGW Logistics Group GmbH	80,5 %
38	39	KERN engineering careers GmbH	80 %
39	51	TIGER Coatings GmbH & Co. KG	80 %
40	16	WOLF THEISS Rechtsanwälte GmbH & Co KG	80 %
41	29	Greiner Bio-One GmbH	80 %
42	60	Sony DADC	79,5 %
43	57	BAWAG P.S.K.	79,5 %
44	103	GMS GOURMET GmbH	79,5 %
45	33	Hammerer Aluminium Industries	79 %
46	41	Robert Bosch AG	79 %
47	10	FunderMax GmbH	78,5 %
48	67	Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG	78 %
49	152	REWE International AG	78 %
50	113	Binderholz GmbH	77,5 %

Ranking 2019/20	**Ranking** 2018/19	**Arbeitgeber Platz 51 – 80**	**Gesamt-punkte** in Prozent
51	200	POWERSERV Austria GmbH	77,5 %
52	NEU	AMEOS Gruppe	77 %
53	131	CA Immobilien Anlagen AG	76,5 %
54	209	Siemens AG Österreich	76,5 %
55	68	Land Oberösterreich	76,5 %
56	NEU	Hilti Austria GmbH	76,5 %
57	89	SCHENKER & CO AG	76 %
58	45	TPA Austria	76 %
59	42	Miba Group	76 %
60	34	Schönherr Rechtsanwälte GmbH	75,5 %
61	91	STRABAG AG	75,5 %
62	44	Raiffeisen Software GmbH	75 %
63	59	Eurotours GmbH	75 %
64	21	SSI Schäfer Automation GmbH	74,5 %
65	156	Klinikum Wels-Grieskirchen GmbH	74,5 %
66	80	Gebrüder Weiss GmbH	74 %
67	79	PÖTTINGER Landtechnik GmbH	73,5 %
68	216	AGRANA Beteiligungs-AG	73,5 %
69	52	Fonds Soziales Wien	73,5 %
70	221	BENTELER International AG	73,5 %
71	254	CS Caritas Socialis GmbH	73 %
72	6	EGGER Gruppe	73 %
73	164	teampool personal service gmbh	72,5 %
74	53	Saubermacher Dienstleistungs AG	72,5 %
75	64	APS Austria Personalservice GmbH & Co KG	72,5 %
76	50	Wüstenrot Gruppe	72,5 %
77	90	Oberösterreichische Gesundheitsholding GmbH	72,5 %
78	55	NOVOMATIC AG	72,5 %
79	62	Vinzenz Gruppe Krankenhausbeteiligungs- und Management GmbH	72 %
80	99	CHSH Cerha Hempel Spiegelfeld Hlawati Rechtsanwälte GmbH	72 %

Ranking 2019/20	**Ranking** 2018/19	**Arbeitgeber Platz 81 – 100**	**Gesamt-punkte** in Prozent
81	↑	dm drogerie markt GmbH	72 %
82	70	EVN AG	72 %
83	85	BRP-Rotax GmbH & Co KG	71,5 %
84	NEU	TRUMPF Maschinen Austria GmbH & Co KG	71,5 %
85	102	Thalia Buch & Medien GmbH	71,5 %
86	74	Lidl Österreich	71,5 %
87	54	Rhomberg Bau GmbH	71,5 %
88	66	ÖBB Konzern	71,5 %
89	87	XXXLutz KG	71,5 %
90	72	Österreichische Bundesforste AG	71 %
91	46	J. u. A. Frischeis GmbH	71 %
92	63	Dänisches Bettenlager Handelsgesellschaft m.b.H.	71 %
93	65	KPMG Austria GmbH	71 %
94	58	MAHLE Filtersysteme Austria GmbH	71 %
95	NEU	Ottakringer Getränke AG	70,5 %
96	71	BIG Bundesimmobiliengesellschaft m.b.H.	70,5 %
97	56	Vace Engineering GmbH	70,5 %
98	75	Infineon Technologies Austria AG	70,5 %
99	158	HR Consulting Alexander Wozak GmbH	69,5 %
100	124	Meusburger Georg GmbH & Co KG	69 %

Branchensieger

Die nachstehenden Rankings bieten einen Überblick der Top-3-Recruiter jeder Branche.

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Ambulante Pflege/Betreuung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	36	Hilfswerk Niederösterreich Betriebs GmbH	80,5 %	gold
2	69	Fonds Soziales Wien	73,5 %	silber
3	71	CS Caritas Socialis GmbH	73 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Anlagen-/Maschinenbau** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	37	TGW Logistics Group GmbH	80,5 %	gold
2	64	SSI Schäfer Automation GmbH	74,5 %	silber
3	67	PÖTTINGER Landtechnik GmbH	73,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Arbeitskräfteüberlassung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	18	Trenkwalder Personaldienste GmbH	86 %	gold
2	22	mein-personaler Personalservice GmbH	85 %	silber
3	51	POWERSERV Austria GmbH	77,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Automotive/KFZ** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	17	Polytec Holding AG	86,5 %	gold
2	24	KTM AG	85 %	silber
3	46	Robert Bosch AG	79 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Banken/Finanzdienstleistung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	19	Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG	86 %	gold
2	21	Raiffeisenlandesbank Vorarlberg	85,5 %	silber
3	43	BAWAG P.S.K.	79,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Bau/Holz** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	47	FunderMax GmbH	78,5 %	gold
2	50	Binderholz GmbH	77,5 %	silber
3	61	STRABAG AG	75,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Bekleidungseinzelhandel** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	5	Peek & Cloppenburg KG	91 %	gold
2	151	UNITO - Versand & Dienstleistungen GmbH	62,5 %	bronze
3	251	NKD Österreich GmbH	53 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Chemie** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	39	TIGER Coatings GmbH & Co. KG	80 %	gold
2	135	hollu Systemhygiene GmbH	64 %	bronze
3	155	Lenzing AG	62 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Dienstleistung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	7	Österreichische Lotterien GesmbH	90,5 %	gold
2	28	Casinos Austria AG	83,5 %	silber
3	128	Wiener Wohnen Kundenservice GmbH	65,5 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**DIY-/Zoofachhandel** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	112	HORNBACH Baumarkt GmbH	68 %	gold
2	169	Fressnapf Handels GmbH	61 %	bronze
3	170	RWA Raiffeisen Ware Austria AG	61 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Drogerie/Accessoires** Top 2 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	81	dm drogerie markt GmbH	72 %	gold
2	104	BIPA Parfümerien GesmbH	69 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Eisen/Metall** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	8	voestalpine AG	90 %	gold
2	11	Julius Blum GmbH	88 %	silber
3	45	Hammerer Aluminium Industries	79 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Elektro-/Elektronikherstellung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	54	Siemens AG Österreich	76,5 %	gold
2	78	NOVOMATIC AG	72,5 %	silber
3	98	Infineon Technologies Austria AG	70,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Energie** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	6	VERBUND AG	91 %	gold
2	26	illwerke vkw AG	84 %	silber
3	82	EVN AG	72 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Facility-/Security-Services** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	14	ISS Facility Services GmbH	88 %	gold
2	74	Saubermacher Dienstleistungs AG	72,5 %	silber
3	227	Dr. Schilhan Gebäudereinigung GmbH	55 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Gastronomie/Tourismus** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	2	Eurest Restaurationsbetriebs-GmbH	94,5 %	gold
2	23	Österreichisches Verkehrsbüro AG	85 %	silber
3	44	GMS GOURMET GmbH	79,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Großhandel/Vertrieb** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	32	Haberkorn GmbH	82 %	gold
2	91	J. u. A. Frischeis GmbH	71 %	silber
3	111	METRO Cash & Carry Österreich GmbH	68 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Immobilienwirtschaft** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	53	CA Immobilien Anlagen AG	76,5 %	gold
2	96	BIG Bundesimmobiliengesellschaft m.b.H.	70,5 %	silber
3	199	Immofinanz AG	58 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Industrie** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	12	Greiner AG	88 %	gold
2	42	Sony DADC	79,5 %	silber
3	56	Hilti Austria GmbH	76,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**IT/Software/Telekommunikation** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	9	Frequentis AG	89,5 %	gold
2	25	karriere.at GmbH	84 %	silber
3	31	Bundesrechenzentrum GmbH	82 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Krankenhäuser/(Teil-)Stationäre Einrichtungen** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	52	AMEOS Gruppe	77 %	gold
2	65	Klinikum Wels-Grieskirchen GmbH	74,5 %	silber
3	77	Oberösterreichische Gesundheitsholding GmbH	72,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Lebensmitteleinzelhandel** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	34	HOFER KG	82 %	gold
2	49	REWE International AG	78 %	silber
3	86	Lidl Österreich	71,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Medien/Werbung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	1	HEROLD Business Data GmbH	95,5 %	gold
2	119	Styria Media Group AG	67 %	bronze
3	152	Regionalmedien Austria AG	62,5 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Möbeleinzelhandel** Top 2 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	89	XXXLutz KG	71,5 %	gold
2	92	Dänisches Bettenlager Handelsgesellschaft m.b.H.	71 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Nahrungsmittel-/ Konsumgüterherstellung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	68	AGRANA Beteiligungs-AG	73,5 %	gold
2	95	Ottakringer Getränke AG	70,5 %	silber
3	143	Nestlé Österreich GmbH	63,5 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Öffentlicher Dienst** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	55	Land Oberösterreich	76,5 %	gold
2	140	Wirtschaftskammer Österreich	64 %	bronze
3	160	Stadt Wien	61,5 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Papierindustrie** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	146	Smurfit Kappa Nettingsdorf AG & Co KG	63,5 %	bronze
2	168	Mayr-Melnhof Karton Gesellschaft m.b.H.	61 %	bronze
3	225	SIG Combibloc GmbH & Co KG	55,5 %	bronze

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Personalberatung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	27	epunkt GmbH	84 %	gold
2	29	IVM Technical Consultants Wien Gesellschaft m.b.H.	82,5 %	silber
3	35	Hays Österreich GmbH	81,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Pharma/Biotechnologie** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	3	ERBER Group	92 %	gold
2	41	Greiner Bio-One GmbH	80 %	silber
3	103	Boehringer Ingelheim RCV GmbH & Co KG	69 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Rechtsberatung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	30	Fellner Wratzfeld & Partner Rechtsanwälte GmbH	82,5 %	gold
2	40	WOLF THEISS Rechtsanwälte GmbH & Co KG	80 %	silber
3	60	Schönherr Rechtsanwälte GmbH	75,5 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Transport/Verkehr/Logistik** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	10	WALTER GROUP	88,5 %	gold
2	57	SCHENKER & CO AG	76 %	silber
3	66	Gebrüder Weiss GmbH	74 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Unterhaltungsmedien-/-elektronikeinzelhandel** Sieger der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	85	Thalia Buch & Medien GmbH	71,5 %	gold

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Unternehmensberatung/ Wirtschaftsprüfung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	4	BDO Austria GmbH	91,5 %	gold
2	13	PwC Österreich GmbH	88 %	silber
3	16	EY Österreich	88 %	silber

Ranking in der Branche	**Ranking** im Gesamt-vergleich	**Versicherung** Top 3 der Branche	**Gesamt-punkte** in Prozent	**Siegel**
1	15	Vienna Insurance Group AG Wiener Versicherung Gruppe	88 %	gold
2	76	Wüstenrot Gruppe	72,5 %	silber
3	117	D.A.S. Rechtsschutz AG	67,5 %	bronze

Branchenranking

Wie im Vorjahr hat die Branche Unternehmensberatung/Wirtschaftsprüfung die Nase vorn, auf Platz 2 liegen erneut die PersonalberaterInnen. Die Branche IT/Software/Telekommunikation konnte sich vom fünften auf den dritten Platz verbessern. Den letzten Platz belegen diesmal Facility-/Security-Services.

Ranking 2019/20	**Ranking** 2018/19	**Branche**	**durchschnittliche Gesamtpunkte 2019/20**
1	1	Unternehmensberatung/ Wirtschaftsprüfung	**66 %**
2	2	Personalberatung	**63 %**
3	5	IT/Software/Telekommunikation	**62 %**
4	10	Banken/Finanzdienstleistung	**61 %**
5	24	Krankenhäuser/ (Teil-)Stationäre Einrichtungen	**59 %**
6	6	Gastronomie/Tourismus	**58 %**
7	7	Lebensmitteleinzelhandel	**58 %**
8	3	Eisen/Metall	**58 %**
9	21	Arbeitskräfteüberlassung	**58 %**
10	16	Ambulante Pflege/Betreuung	**58 %**
11	4	Chemie	**58 %**
12	12	Automotive/KFZ	**57 %**
13	8	Bau/Holz	**57 %**
14	18	Rechtsberatung	**55 %**
15	14	Großhandel/Vertrieb	**55 %**
16	9	Transport/Verkehr/Logistik	**54 %**
17	22	Industrie	**54 %**

Ranking 2019/20	**Ranking** 2018/19	**Branche**	**durchschnittliche Gesamtpunkte 2019/20**
18	15	Dienstleistung	**53 %**
19	19	Anlagen-/Maschinenbau	**53 %**
20	11	Versicherung	**53 %**
21	17	Möbeleinzelhandel	**52 %**
22	20	Immobilienwirtschaft	**51 %**
23	13	Elektro-/Elektronikherstellung	**51 %**
24	23	Pharma/Biotechnologie	**51 %**
25	25	Nahrungsmittel-/ Konsumgüterherstellung	**50 %**
26	27	Energie	**50 %**
27	29	DIY-/Zoofachhandel	**46 %**
28	26	Papierindustrie	**45 %**
29	31	Unterhaltungsmedien-/ -elektronikeinzelhandel	**44 %**
30	33	Medien/Werbung	**44 %**
31	30	Bekleidungseinzelhandel	**42 %**
32	34	Drogerie/Accessoires	**41 %**
33	28	Öffentlicher Dienst	**40 %**
34	32	Facility-/Security-Services	**39 %**

Statements der SiegerInnen

FRAGE

10 JAHRE BEST RECRUITERS – WELCHE ENTSCHEIDENDEN VERÄNDERUNGEN HAT ES IM RECRUITING IN DEN VERGANGENEN 10 JAHREN GEGEBEN?

QUO VADIS, RECRUITING – WAS ERWARTET UNS IM RECRUITING DER KOMMENDEN 10 JAHRE?

Rosemarie Bruckthaler
Leiterin Personalmanagement und QM, AMEOS Süd

AMEOS Gruppe

In den letzten 10 Jahren hat sich so einiges bewegt im Recruiting, darunter waren bei der AMEOS Gruppe auch einige größere und wichtige Meilensteine. Ziemlich genau vor 10 Jahren hat sich die AMEOS Gruppe entschieden, Inserate nicht mehr laufend mit enormem Aufwand einzeln und in unterschiedlichen Layouts aufzusetzen, sondern die Prozesse effizienter und einheitlicher zu gestalten mit Hilfe eines Multiposting-Tools. So war es ab dem Zeitpunkt möglich, als Marke auch im Bereich Recruiting erstmalig einheitlich aufzutreten und die Marke AMEOS entsprechend zu stärken. Ein weiterer Meilenstein war die Digitalisierung des Bewerbermanagementprozesses. Die AMEOS Gruppe hat 2013 gruppenweit ein Bewerbermanagement-System eingeführt und damit viele Schritte im Recruiting weiter professionalisiert. Die Entwicklung von postalischen Bewerbungen, über Bewerbungen per E-Mail, bis hin zu online-Bewerbungen sowie die Entwicklung von Printmedien, über Online-Stellenportale, bis hin zu den Social-Media-Recruiting-Kanälen hat die AMEOS Gruppe ebenfalls in diesen 10 Jahren durchlebt und erfolgreich umsetzen können. Auch unser Karriereportal ist nach und nach aus der klassischen Homepage heraus entstanden, hat sich immer weiter entwickelt und wird sich dieses Jahr noch in neuem Gewand – und gut gerüstet für die Zukunft – präsentieren.

Wenn die Entwicklung so rasant weitergeht wie in den letzten Jahren – und davon gehe ich aus – dann werden auf uns noch ganz viele spannende Herausforderungen warten. Die Digitalisierung wird auf jeden Fall weitergehen und wir werden wahrscheinlich auch nicht um das Thema künstliche Intelligenz herum kommen. Bei der AMEOS Gruppe wird Active Sourcing in den nächsten Jahren bestimmt weiter zunehmen, und vielleicht wagen wir den Schritt, uns hier durch künstliche Intelligenz unterstützen zu lassen. Wichtig werden auch neue Social Media sein, welche mit den jüngeren Generationen Einzug halten werden und aktiv im Recruiting genutzt werden sollten. Hier ist es enorm wichtig, auf dem Laufenden zu bleiben, Trends zu erkennen und sich frühzeitig zu rüsten. Unterstützend hierbei ist sicherlich, wenn in den Teams alle Altersklassen vertreten sind, damit jede Berufs- und Altersgruppe bedarfsgerecht angesprochen werden kann. Dies leben wir bereits sehr erfolgreich in der AMEOS Gruppe. Neben all diesen Themen wird eine der zentralen Fragen im Recruiting sein, wie und wo ich die richtigen Mitarbeitenden finde, wenn ich eigentlich heute noch gar nicht weiss, welche Aufgaben der entsprechende Mitarbeitende zukünftig durchführen wird, weil diese Aufgaben heute noch gar nicht existieren. Recruiting in all seinen Facetten wird spannend bleiben und mein Motto dabei: „Steter Wandel ist das Ziel“

Mag. Georg Nemeth
Director of Corporate HR

AGRANA Beteiligungs-AG

Das Ziel jedes Recruitings, jeweils bestmögliche KandidatInnen zu finden und einzustellen, blieb all die Jahre unverändert. Massiv verändert haben sich jedoch die Arbeitsmärkte sowie Suchprozesse und die Vielfalt der zur Verfügung stehenden technischen Tools. Die sozialen Medien eröffneten die Möglichkeit, mit Talenten weltweit direkt Kontakt aufnehmen zu können. Heutzutage müssen Recruiter den Umgang mit Bewerberdatenbanken, Jobbörsen und Social Media beherrschen und darüber hinaus die „richtige" Person für AGRANA rekrutieren.

AGRANA wird bei allem technischen Fortschritt der kommenden Jahre nicht von ihren Werten abrücken, dies gilt auch für das Recruiting. Damit meine ich einen wertschätzenden, respektvollen und kooperativen Umgang mit BewerberInnen. Darüber hinaus werden wir weiterhin Jobs anbieten, in denen MitarbeiterInnen täglich ihr Potenzial entfalten und ihre Kompetenzen weiterentwickeln können.

BDO Austria GmbH

Die Welt im Recruiting ist für uns um vieles schneller, automatisierter und digitaler geworden. Vor 10 Jahren war die klassische Bewerbermappe noch essenziell und Bewerbungen per Post waren keine Seltenheit. Heute spricht man schon fast von einer originellen Bewerbung, wenn man das entsprechende handgeschriebene Schreiben in Händen hält. Über digitale Bewerbungsmanagement-Systeme hat sich das Tempo in der automatisierten Verwaltung stark erhöht und die Notwendigkeit, potenziellen neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen rascheren Bewerbungsprozess zu ermöglichen, verstärkt.

Unserer Meinung nach wird es immer noch wichtiger, ein authentisches Bild des Unternehmens zu liefern und dieses auch tatsächlich zu leben! Der eigene Außenauftritt sollte unternehmensadäquat kommuniziert werden. Dabei wird es absolut notwendig sein, jene Plattformen einzubeziehen, in welchen sich die entsprechenden Zielgruppen auch tatsächlich aufhalten – Social Media. HR Abteilungen werden dazu angehalten sein, sich neu zu erfinden und nicht nur den medialen Auftritt, sondern auch die Recruiting-Prozesse, dynamischer – beispielsweise über Videos – zu gestalten.

Katharina Wild-Pelikan
Konzernleitung Personal

CA Immobilien Anlagen AG

Vor 10 Jahren haben wir Bewerbungen noch ausgedruckt, handschriftlich Kommentare vermerkt und nach A-, B- und C-KandidatInnen sortiert. Heute nutzen wir ein vollautomatisiertes Tool, die KandidatInnen uploaden ihre Bewerbungen aus den sozialen Netzwerken und das System matcht sie automatisiert je nach Job-Passung. Führungskräfte und HR erhalten Einsicht in den Bewerbungsstatus über ihr Handy und DSGVO-Aspekte sind vollautomatisiert abgedeckt.

So könnte der Prozess in einigen Jahren aussehen: Google schlägt die passenden KandidatInnen durch ein vollautomatisches Abstimmungsverfahren vor. Die KandidatInnen bewerben sich mit einem Selfie-Video, das sie auf eine Plattform hochladen. HR analysiert mit einem Algorithmus all jene Eigenschaften, Kompetenzen, Fähigkeiten, die im Unternehmen zum Erfolg führen; diese Eigenschaften werden im Tool hinterlegt. Die Plattform erkennt diese Erfolgsfaktoren aufgrund eines Algorithmus, Lesen von Mimik etc. und ordnet die KandidatInnen entsprechend den Funktionen zu. Die besten KandidatInnen werden den Führungskräften direkt vom Tool vorgeschlagen. HR braucht es in diesem Prozess vielleicht gar nicht mehr. Wirklich erfolgreich werden jedoch jene Unternehmen sein, die es schaffen, KandidatInnen persönlich anzusprechen; d.h. durch entsprechenden Bekanntheitsgrad, besonders gutes Image oder ganz einfach persönlichen Kontakt – z.B. bereits direkt an den Ausbildungsstätten – BewerberInnen für sich zu begeistern. Zu diesem Zeitpunkt kommt HR doch wieder ins Spiel.

Mag. (FH) Petra Mathi-Kogelnik
Geschäftsführerin Ressort Mitarbeiter und Region Steiermark

dm drogerie markt GmbH

Die Digitalisierung in den letzten 10 Jahren hat gerade im Bereich Recruiting etliche Chancen eröffnet,. Kampagnen und Maßnahmen zur Mitarbeitersuche sind im Detail messbar und bewertbar geworden. Wir können unsere verschiedenen Zielgruppen genauer ansprechen und sie dank der enormen Bandbreite an Kanälen auch besser erreichen. Das ist wichtig, denn besonders in größeren Unternehmen hat Vielfalt Einzug gehalten. Neue Bewerbergruppen machen es erforderlich, sich mit neuen Touchpoints zu beschäftigen. Active Sourcing ist heute in aller Munde – und das zurecht. Es genügt schon lange nicht mehr, eine Anzeige zu schalten und zu hoffen, dass sich der passende Bewerber meldet. Wir bei dm gehen mittlerweile aktiv hinaus, um Talente zu entdecken. Wir arbeiten mit Schulen, Universitäten und Institutionen zusammen, nehmen an kreativen Formaten wie Job-Speed-Datings und Jobbörsen teil. Erst kürzlich sind wir mit unserer neuen Jobplattform dm-jobs.at online gegangen, die das Bewerben besonders einfach, schnell und unkompliziert macht. Die Suche nach dem passenden Bewerber ist insgesamt nicht schwieriger geworden. Man muss sich nur mehr Gedanken darüber machen, wo man ihm begegnet und was man zu ihm sagt. Recruiting bedeutet aber nicht nur Suchen und Finden, sondern auch Behalten. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie „Lifelong Learnig“ haben vor allem in der Generation Y einen hohen Stellenwert. Darauf haben wir bei dm reagiert. Mit flexiblen Arbeitszeiten, Karenzmanagement, Angeboten zur fachlichen oder persönlichen Weiterentwicklung und vielen anderen Maßnahmen gehen wir gezielt auf diese Bedürfnisse ein. Dass unser Weg im Recruiting richtig ist, zeigen auch aktuelle Bewertungen: 2018 wurde dm von den eigenen Lehrlingen als „Bester Lehrbetrieb Österreichs“ ausgezeichnet, 2019 erreichten wir in der Umfrage zum besten österreichischen Arbeitgeber den vierten Platz aus über 1.000 Unternehmen.

Auch in den nächsten 10 Jahren wird uns das Thema Digitalisierung begleiten. Um neue Entwicklungen sofort im Blick zu haben, bedeutet das für unsere MitarbeiterInnen im Recruiting regelmäßiges Weiterbilden und zeitnahes Reagieren auf Veränderungen. Denn eine Jobplattform, die heute aktuell ist, kann in dieser schnelllebigen Zeit schon morgen durch eine andere ersetzt werden. Darüber hinaus wird künftig noch viel mehr automatisiert ablaufen. Programmatic Job Advertising bringt Unternehmen viele zusätzliche Touchpoints mit potenziellen BewerberInnen, allerdings erfordert es einiges an Know-how, damit Erfolge zu erzielen. Immer mehr an Bedeutung gewinnt auch das strategische Employer Branding. Es wird zusehends wichtiger, einzelne Maßnahmen nicht nur punktuell einzusetzen, sondern sie in ein Gesamtkonzept einzubetten. Das beginnt bei der Positionierung der Arbeitgebermarke und geht bis zur Aufbereitung des Cultural Fit für interne und externe Kanäle. Transparenz, Authentizität und Wertschätzung werden inzwischen vorausgesetzt. Es gilt, den speziellen Mehrwert, den man als Arbeitgeber mitbringt, herauszuarbeiten, zu kommunizieren und vorzuleben. Die Candidate Journey beginnt nämlich nicht erst bei der Suche nach einem Job und endet auch nicht, sobald der Bewerber die Jobzusage erhalten hat oder erstmals auf dem Bürosessel Platz nimmt. Wer sich das immer wieder vor Augen hält und Prozesse flexibel anpasst, ist definitiv für die Zukunft des Recruitings gewappnet.

Mag. Daniel Marwan
Geschäftsführer epunkt GmbH

epunkt GmbH

Recruiting hat sich von einer Auswahl- in eine Akquisitionsdisziplin entwickelt. Das verändert alles und erfordert, dass das Top-Management Recruiting auf seine Agenda nimmt. Das heißt: Wir brauchen andere Prozesse und auch andere Recruiter als vor 10 Jahren.

Der Bedarf an hochqualifizierten Spezialistinnen und Führungskräften wird aus verschiedenen Gründen – wie der Demografie oder dem technologischem Wandel – weiter steigen. Die Verfügbarkeit gut ausgebildeter KandidatInnen nicht. Der Kampf um Marktanteile wird zukünftig verstärkt auf der Recruiting-Seite gewonnen oder verloren. Auch wenn künstliche Intelligenz, Big Data und Automatisierung auch im Recruiting Einzug halten werden: Gewinnen werden die, die KandidatInnen für neue Aufgaben begeistern und Perspektiven aufzeigen können. Das wird auch weiterhin uns Menschen vorbehalten bleiben.

Dr. Heinz Flatnitzer
Director of Executive Board Operations & HR

ERBER Group

Die wesentlichste Veränderung aus unserer Sicht ist, dass sich die Unternehmen verstärkt bei den potenziellen KandidatInnen bewerben müssen. Früher war das umgekehrt. Dementsprechend ist auch das Employer Branding, also das Versprechen der Arbeitgebermarke, stärker in den Vordergrund getreten. Die Unternehmen wenden viel Zeit und Energie auf, um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Auch die Kommunikationswege haben sich entscheidend verändert: Waren es früher klassische Inserate in Print-Medien, sind es jetzt fast ausschließlich die sozialen Medien mit der Kommunikation via LinkedIn, Facebook und Co., aber auch Direct Sourcing mit Response-Zeiten von mehreren Tagen gehören der Vergangenheit an, die Kandidaten wollen sofortige Rückmeldungen.

Der Trend zur Vermarktung als Arbeitgeber wird weiter zunehmen. Auch die zweiseitige Kommunikation zwischen InteressentInnen und Unternehmen wird sich verstärken, Themen wie Mobile Recruiting zunehmen – BewerberInnen werden sämtliche „unproduktive" Zeiten nutzen, um sich über Unternehmen zu informieren und sich zu bewerben. Von den Unternehmen wird mehr Flexibilität gefordert werden – zur Selbstverwirklichung der KandidatInnen (z.B. Hobbys), aber auch zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Die Bindung der Arbeit an Zeit und Ort wird weiter abnehmen, Beruf und Freizeit zunehmend weiter verschwimmen. Die Frage ist auch, wie wird das Thema künstliche Intelligenz das Recruiting in der Zukunft beeinflussen?

Dr. Sabine Riedel
People Director

Eurest Restaurationsbetriebs-GmbH

In unseren Augen haben sich die Auswahlkriterien, warum sich BewerberInnen für ein Unternehmen entscheiden, noch mehr verstärkt als früher. Eine entscheidende Veränderung war zudem auch die Umstellung von Brief- auf Onlinebewerbungen, bis zu „one-click"-Möglichkeiten. BEST RECRUITERS hat maßgeblich dazu beigetragen, dass wir alle Veränderungen im Recruitingprozess laufend professionell umgesetzt haben und dadurch immer up to date sind.

Der verstärkte Einsatz von künstlicher Intelligenz und Algorithmen wird die Zukunft des Recruitings bestimmt dominieren. Aus unserer Sicht wird das persönliche Gespräch (hoffentlich) allerdings auch in Zukunft nicht ersetzt werden können und ein wichtiger Bestandteil des Prozesses bleiben.

Ann-Kathrin Herzog
HR Generalist

Fellner Wratzfeld & Partner Rechtsanwälte GmbH

Auch vor 10 Jahren war es schon die sprichwörtliche Suche nach der Nadel im Heuhaufen, wollte man die Spitzenleute für sich rekrutieren. Das ist uns damals gelungen, gelingt uns heute und wird uns auch in Zukunft gelingen. Das wesentliche Entscheidungskriterium in unserer Branche war, ist und bleibt, bei einer Spitzenkanzlei mit spannenden Projekten arbeiten, aktiv mitgestalten und dabei viel lernen zu können. Dies hat sich nicht geändert. Der Recruiting-Prozess hat sich aber erfreulich entwickelt: Heute haben wir im Vergleich zu früher deutlich bessere Möglichkeiten, uns zu präsentieren. War es vor 10 Jahren noch Word-of-Mouth samt Gerüchten, verbreiten sich Informationen heute wesentlich schneller und transparenter. Wir können unser Angebot umfassender darstellen und werden auch umfassender beurteilt. Unsere zukünftigen Teammitglieder sind daher bereits vorab gut informiert und wir können im Recruiting viel stärker ins entscheidende Detail gehen, wie wir den heute klar formulierten Vorstellungen der Spitzenkräfte gerecht werden können und umgekehrt.

Recruiting ist und bleibt auch in Zukunft menschlich, wahrscheinlich wird es menschlicher. Wir werden zwar im beiderseitigen Interesse zunehmend Möglichkeiten bekommen, auf hochqualifizierte Personen aufmerksam zu werden, auf die wir ohne moderne Hilfsmittel nicht aufmerksam geworden wären und umgekehrt. Die sozialen Netzwerke werden immer intelligenter und werden uns und den potenziellen Teammitgliedern vor allem auch international neue Chancen bieten. Unser Angebot können wir zielgerichteter gestalten. Bei den erforderlichen Qualifikationen sehen wir bereits jetzt deutliche Veränderungen, die sich laufend verstärken. Vernetztes und strategisches Denken werden zunehmend wichtiger als ohnehin elektronisch verfügbares, detailreiches Spezialwissen, wiewohl dessen richtiger Einsatz ein wesentlicher Puzzlestein des anwaltlichen Erfolges bleiben wird. Neben der Fachkompetenz muss unser Recruiting-Prozess sich zunehmend auf Soft Skills fokussieren und die diesbezügliche Persönlichkeitsentwicklung muss prognostiziert und Teil des weiteren Lernprozesses sein.

Dkfm. Friederikos Kariotis
Vice President Human Resources

Frequentis AG

Der Arbeitsmarkt hat sich in den letzten 10 Jahren stark in Richtung Bewerbermarkt entwickelt, der Fachkräftemangel, insbesondere in der IT-Branche, ist ungebrochen hoch. Herausforderungen in diesem Zusammenhang waren die zunehmende Digitalisierung, Active Sourcing und alles rund ums e-Recruiting. Die Rolle der RecruiterInnen hat an Vielfalt gewonnen und sie sind so viel mehr als nur Recruiting-Experten – sie sind Jäger, Coaches, Mediatoren, Sparring-Partner für BewerberInnen und interne ManagerInnen.

One size fits all? Keinesfalls, Recruiting wird sich künftig stärker an individuellen Anforderungen und Bedürfnissen orientieren. Der persönliche Kontakt zu KandidatInnen, die persönliche Beantwortung individueller Fragen auch im Sinne eines BewerberInnen-Coachings werden ein zentraler Erfolgsfaktor sein. Bereits heute ist oftmals die Jobentscheidung der BewerberInnen ausschlaggebend. Mit einer gestärkten Arbeitgebermarke können wir unsere Zielpersonen besser erreichen und für uns begeistern.

Mag. Martina Simma
Director Human Resources

FunderMax GmbH

Das vergangene Jahrzehnt war im Recruiting von umfassenden Veränderungen geprägt – angefangen bei der Gestaltung und Platzierung von Inseraten, über die Bewerberkommunikation bis hin zum starken Fokus auf Employer Branding. Das macht den Job eines Recruiters von heute vielseitiger und komplexer denn je. Neben den klassischen Kompetenzen sind IT-Skills und das Wissen über Onlinemarketing heutzutage unerlässlich.

Der Fachkräftemangel wird weiter dazu beitragen, dass Unternehmen gefordert sein werden interessante Kandidaten zu umwerben und als attraktiver Arbeitgeber aufzutreten. Natürlich spielt auch die Digitalisierung eine große Rolle. Neue Bewerber-Tools und komplexe Algorithmen von intelligenten Suchmaschinen werden den Recruitingmarkt weiter vorantreiben. Die Jobsuche mittels Sprachsteuerung á la Alexa und Co könnte nach dem Trend zur mobilen Bewerbung mittelfristig für das Recruiting relevant werden.

Claudia Major
Head of Strategic HR Management

Greiner AG

Der Arbeitsmarkt hat sich aufgrund der Wirtschaftslage und des demografischen Wandels stark verändert, weshalb sich Unternehmen stärker um potenzielle MitarbeiterInnen bemühen müssen – unter anderem durch Bereitstellung einer einfachen und unkomplizierten Online-Lösung für Bewerbungen. Eine zielgruppenorientierte BewerberInnenansprache und die Ausspielung der Stellenangebote über die richtigen Kommunikationskanäle sind in weiterer Folge essenziell für Unternehmen geworden.

In den nächsten 10 Jahren werden die Auswirkungen des demografischen Wandels und der Fachkräftemangel noch stärker sichtbar. Zudem sehen wir einen Trend dahingehend, dass Social Benefits an Bedeutung gewinnen und das Arbeits- und Unternehmensklima mindestens genauso maßgeblich für eine Jobentscheidung werden wie das Entgelt. BewerberInnen wird es zudem immer wichtiger, in einem nachhaltigen Unternehmen zu arbeiten.

Ing. Christoph Winder
Vorstand

Haberkorn GmbH

Der Markt hat sich grundlegend vom Arbeitgeber- hin zu einem Arbeitnehmermarkt gewandelt. Die Bewerber sind selbstbewusster geworden und die Ansprüche an den neuen Job vielfältiger. Für die Unternehmen heißt das, eine höhere Flexibilität zu entwickeln, um entsprechend die passenden Talente gewinnen zu können.

Der Trend hin zum Arbeitnehmermarkt wird sich fortsetzen und noch verstärken. Damit werden die Unternehmen noch mehr gefordert, sich bei den ArbeitnehmerInnen zu bewerben und sich als passender zukünftiger Arbeitgeber zu präsentieren.

Uwe Stadelbauer
Geschäftsleiter, Direktor HR

HEROLD Business Data GmbH

Die Wichtigkeit des Employer-Brandings hat maßgeblich zugenommen. Konnte man früher aus einer Großzahl an Bewerbungen die Richtige oder den Richtigen auswählen, bewerben sich heute Arbeitgeber selbst bei den Talenten, die entsprechend der Stärke der Arbeitgebermarke ihre Entscheidung treffen. Im „War for Talents“ müssen sich Arbeitgeber mit besonderer Attraktivität vom Mitbewerb abheben. Work-Life-Balance, Remote Work oder flexible Arbeitszeiten, gepaart mit einem starken und authentischen Arbeitgeberauftritt, sind nur einige Punkte, auf die sich Arbeitgeber in den letzten Jahren einstellen mussten, um so die besten Kandidatinnen und Kandidaten von sich zu überzeugen.

HR wird verstärkt die treibende Kraft bei der Förderung aller Abteilungen zur Setzung richtiger strategischer Prioritäten sein, um so Transformationsprozesse auf personeller Ebene zu ermöglichen und umzusetzen. Im Recruiting wird der Fokus ganz stark auf zielgruppenspezifischer Ansprache liegen, das heißt Menschen dort abzuholen, wo sie stehen, und das auf unterschiedlichen Kanälen. Sei es auf Social Media, in klassischen Job-Postings oder durch den Aufbau eines Talentenetzwerks, sodass Unternehmen je nach Projektbedarf auf das Netzwerk zugreifen und entsprechende Angebote legen können. Der Auftritt als Arbeitgeber muss also immer spezifischer und exakter auf die Zielgruppe abgestimmt werden. Aber in Wahrheit ist das schon heutige bzw. aktuelle Anforderung.

Gabriela Goll (l.)
Hilfswerk-Pflegedirektorin

Susanne Braun
Leitung Stabstelle Recruiting | Personalentwicklung

Hilfswerk Niederösterreich Betriebs GmbH

© Hilfswerk NÖ

Da durch das in den vergangenen Jahren stark veränderte Medienverhalten der Zeitfaktor eine wesentliche Rolle im Recruiting-Prozess spielt, bringen das Recruiting-Team sowie alle Führungskräfte des Hilfswerks Niederösterreich täglich ihr größtes Engagement zum Einsatz, damit alle BewerberInnen spätestens innerhalb von 24 bis 48 Stunden kontaktiert werden und eine professionelle sowie wertschätzende Rückmeldung zu ihrer Bewerbung erhalten. Da der Pflegebedarf stetig ansteigt, sind wir gefordert, das Image der Pflege zu heben und zu zeigen, wie spannend und vielseitig dieser Beruf ist. Es ist uns wichtig zu vermitteln, dass Pflege eine Aufgabe mit Sinn und ein äußerst professioneller Job mit Zukunftspotenzial ist.

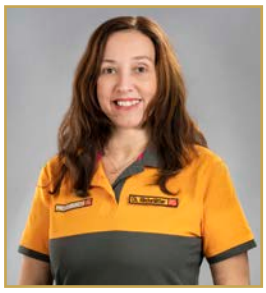
Im Hilfswerk Niederösterreich legen wir auch in den kommenden Jahren einen starken Fokus auf attraktive Angebote für Quer- und WiedereinsteigerInnen. Ebenso sind wir sehr bemüht, uns umfassend um die Präsenz der mobilen Pflege- und Betreuungsdienste in Ausbildungsstätten zu kümmern. Selbstverständlich sind auch unsere bestehenden MitarbeiterInnen eine für uns sehr wichtige Ressource. Es ist das Ziel, unter ihnen einen möglichst hohen Grad an Zufriedenheit zu erreichen. Nur so ist es möglich, der steigenden Nachfrage im Bereich Pflege gerecht zu werden.

Veronika Badics
Leiterin HR S/E

HOFER KG

Mit der zunehmenden Digitalisierung entstanden eine Vielzahl neuer Kanäle und mit ihnen neue,, spannende Möglichkeiten fürs Recruiting. Heute sind Plattformen wie Kununu, Facebook, LinkedIn, Instagram und XING auch aus der HR-Welt nicht mehr wegzudenken. Arbeitgeber im Allgemeinen sowie deren Recruiting- und Bewerbungsprozesse sind dadurch transparenter, offener und im Außenauftritt authentischer geworden.

Die Digitalisierung und die gezielte Ansprache passender BewerberInnen werden die zentralen Herausforderungen im Recruiting bleiben. Infos und Inhalte sind immer und überall zugänglich. Um sich in diesem „Content-Dschungel" von der Masse abzuheben gilt es, die richtigen BewerberInnen mit den richtigen Inhalten anzusprechen. Recruiting und Employer Branding müssen also noch kreativer und zielgruppenspezifischer werden. Auch wir bei HOFER entwickeln unsere HR-Strategie laufend weiter und setzen auch künftig auf unsere erfolgreiche Basis: einen innovativen, zielgruppenorientierten Maßnahmenmix, mit dem wir BewerberInnen mit „HOFER-fit" ansprechen und begeistern möchten.



Mag. (FH) Christa Höchstätter
HR- Managerin

HORNBACH Baumarkt GmbH

Für ein zeitgemäßes Recruiting ist das Auswählen der passenden Social-Media-Kanäle und eine durchgängige Strategie über Online-Maßnahmen die Basis. Mit neuen Methoden schaffen die Unternehmen, ihre Zielgruppe anzusprechen und diese auf ihre Karriere-Website zu locken. Das Ziel des Content Marketings ist es, die Marke bekannt und attraktiv zu machen, das Image zu verbessern, sich von der Konkurrenz abzuheben sowie mehr Bewerbungen zu generieren. In der heutigen Zeit ist nur ein professionelles Auftreten des Arbeitgebers in der Offline-Welt zu wenig, eine virtuelle Repräsentanz ist unumgänglich, um die Zielgruppe „Mitarbeiter" anzusprechen. Das Mediennutzungsverhalten hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Die Nutzung des Internets sowie die Kommunikation über Online und soziale Medien ist weiterhin stark im Wachstum.

Die Candidate Experience wird weiterhin eine große Rolle im Human Resource Management spielen. Auch zukünftig sollten die Unternehmen verstärkt auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Bewerberzielgruppen eingehen. Durch die fortschreitende Digitalisierung und die steigende mobile Internetnutzung bewegt sich das Recruiting immer weiter. Smartes Recruiting und neue Technologien sind auch in den nächsten Jahren gefragt. Eine weitere Herausforderung wird aber auch sein, die Mitarbeiter zu binden, denn besonders die jüngere Generation ist viel wechselwilliger geworden.

Brigitte Virag-Zvetolec
Head of People & Culture

ISS Facility Services GmbH

Durch den „War for Talents" wurden und werden Unternehmen vor neue Herausforderungen gestellt. Top-BewerberInnen sind heute in der Lage, sich ihren Arbeitgeber auszusuchen. Für Unternehmen bedeutet dies, sich verstärkt als attraktiver Arbeitgeber am Markt positionieren zu müssen. BewerberInnen möchten zudem schneller und einfacher mit Unternehmen in Kontakt treten. Themen wie One-Klick-Bewerbung und Social Media haben demnach stark an Bedeutung gewonnen.

Künstliche Intelligenz und Digitalisierung machen auch vor dem Recruiting nicht Halt. Schon heute werden Systeme zur automatischen Vorselektion verwendet, um Recruiter zu unterstützen. Auch Trends wie Video-Bewerbungen, um bereits vorab einen persönlichen Eindruck zu hinterlassen, sind am Vormarsch, um den Bewerbungsprozess zu beschleunigen. Der Mensch als RecruiterIn ist dennoch unerlässlich, da es der Technik nicht möglich ist, Soft Skills und den Cultural Fit zu beurteilen.

Dr. Hildegard Hartl
Leiterin der Abteilung Personal-Objektivierung

Land Oberösterreich

Im Laufe der letzten 10 Jahre haben wir eine Trendumkehr erlebt: Anfangs viele qualifizierte Bewerberinnen und Bewerber bei fast allen Jobs, durch die Bewerberflut waren mehrstufige Auswahlverfahren erforderlich. Die Herausforderungen der letzten Jahre sind: Wie positionieren wir uns als Arbeitgeber attraktiv und zielgruppenspezifisch am Bewerbermarkt? Wie und wo sprechen wir interessante und „bereits vielfach umworbene“ Bewerberinnen und Bewerber an? Wie gelingt es uns die Candidate Journey zu optimieren, damit die vielen offenen Jobs nachbesetzt werden können?

Unsere Herausforderungen in den nächsten 10 Jahren werden vor allem sein: Wie verändert sich unsere Rolle und unser Profil als Recruiterin und Recruiter? Wie gestalten wir einen effizienten, effektiven, validen und objektiven Methodenmix in der Eignungsdiagnostik? Wie reagieren wir auf die Veränderungen in der Arbeitswelt, auf den gesellschaftlichen Trend der Individualisierung sowie dem Wandel von der Biografie zur Multigrafie? Was sind die Chancen und Risiken beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz?

Petra Lehner-Grabner, MSc
Leitung Recruiting

Österreichische Lotterien GesmbH

In den letzten Jahren haben wir in der Ansprache unserer Zielgruppen einen deutlichen Trend weg von Print - hin zu Digital erlebt. Das klassische Inserat wurde durch zunehmende Direktansprache abgelöst.. Generell verlangte uns die voranschreitende Digitalisierung eine raschere Reaktionsfähigkeit ab und brachte ein schnelleres Tempo in der BewerberInnen-Kommunikation mit sich.

Recruiting auf Augenhöhe und Präsentation durch authentische Arbeitgeberprofile auf Social Media sind nicht mehr wegzudenken. Ebenso ist die Orientierung an Arbeitgeberbewertungen für BewerberInnen fester Bestandteil ihrer Candidate Journey auf dem Weg zur Einstellung geworden. Vor der Datenschutzregelung wurden Kandidatenevidenzpools aufgebaut, ab Inkrafttreten der DSGVO die Evidenzhaltung jedoch verringert. Generell hat der Stellenwert von Personalmarketing maßgeblich an Bedeutung gewonnen. Besonders positiv haben wir im Recruiting erlebt, dass BewerberInnen sich vermehrt bewusst für Unternehmen entscheiden, die Social Responsibility und Diversity ernst nehmen.

Wir sind uns sicher, dass das persönliche Gespräch im Recruitingprozess trotz Digitalisierung und Technik durch Chatbots und automatisierte Vorauswahl nicht ersetzt werden kann. Der/Die Kandidat/in steht mit ihrer/seiner individuellen Historie verstärkt im Mittelpunkt.

Durch die Vernetzung auf Social Media werden sowohl Unternehmen, als auch BewerberInnen zunehmend „transparenter“– die Direktansprache über Headhunter wird von KandidatInnen umso weniger erwünscht. Im Gegensatz dazu wird sich die persönliche Empfehlung von KandidatInnen durch Mitarbeiterempfehlungsprogramme erfolgreich etablieren.

Jahrelange Betriebszugehörigkeit in einem Unternehmen ist bei den jüngeren Generationen nicht mehr State of the Art – vielmehr wird Jobhopping als gesellschaftsfähig angesehen und somit die Berufsstationen bei einem Unternehmen kürzer werden. Um proaktiv diesem Trend entgegenzuwirken und nicht erst bei Vakanzen zu reagieren, wird zukünftig „Recruitainment“ und die Transparenz von Unternehmen eine noch größere Rolle spielen.

Gut ausgebildete KandidatInnen sind sich in Zeiten des Fachkräftemangels ihres Wertes bewusst und kommunizieren offensiv ihre Wünsche an den Arbeitgeber. Besondere Aufmerksamkeit gilt nach wie vor bestimmten Zielgruppen (50+, WiedereinsteigerInnen, Teilzeit, 18–30 Jahre) zu widmen. Ebenso können wir uns mit Sicherheit auf den Ausbau von neuartigen Formaten in der Mitarbeitersuche wie z.B. Influencer Recruiting oder Hackathons freuen.

Dr. Uta Stockbauer
Vice President Human Resources

Polytec Holding AG

Am Anfang der vergangenen 10 Jahre haben uns die Digitalisierungs- und Automatisierungsmöglichkeiten durch IT-Systeme fasziniert, und wir haben uns dafür begeistert, Prozesse strukturiert zu beschreiben und in Softwarelösungen abzubilden.

Die lange angekündigten Veränderungen auf den Arbeitsmärkten sowie der Fachkräftemangel sind voll eingetreten. Die Tiefe und Maßgeblichkeit des Wandels hat uns dennoch überrascht, vor neue Herausforderungen gestellt und Änderungen auf allen Ebenen verlangt: Anpassungen der Prozesse, der Methoden und Instrumente, der Systeme und – allem voran – des Verhaltens, der Haltungen und Einstellungen den BewerberInnen bzw. Kandidatinnen und InteressentInnen gegenüber.

Active Sourcing, Speed Recruiting, Candidate Journey bzw. Experience sind Schlagworte, die die Anforderungen an Recruiting im Arbeitnehmermarkt gut umschreiben.

Digitalisierung wird ein wichtiger Trend bleiben, auch wenn aus heutiger Sicht noch recht unvorstellbar, so werden wohl Data Analytics und KI, VR und Gamification vermehrt Einzug nehmen.

Klassische Ausschreibungs- und Bewerbungsprozesse werden zur Nischenaktivität – Active Sourcing und das Bewerben des Unternehmens werden als Trend bleiben und vom Anteil her wachsen.

Zeitlich stabile bzw. generalistische Qualifikationen, Werte, Einstellungen und Haltungen werden wichtiger als aktuell relevante fachliche Skills (die sich in kurzer Zeit überholen).

Aufgrund neuer Job-Profile und neuer, flexibler Arbeitsformen werden sich die Anforderungen an Recruiting ändern.

Man hofft auf eine Beruhigung der Arbeitsmärkte, wenngleich das mehr Wunsch bleiben wird als Wirklichkeit.

Rene Angermaier
Leiter Recruiting und Employer Branding der RLB OÖ

Raiffeisenlandesbank Oberösterreich AG

War es in der Vergangenheit so, dass BewerberInnen alles in die Waagschale werfen mussten, um überhaupt zu einem Bewerbungstermin eingeladen zu werden, so ist man heute als Unternehmen gefordert, sich bei den KandidatInnen in Position zu bringen. Somit ist die größte Veränderung im Recruiting der letzten 10 Jahre, dass es als Recruiter nicht mehr ausreicht, die besten Leute aus den Gesprächen herauszufiltern, sondern vielmehr eine passende Person zu finden. Die Digitalisierung hat zudem auch das Recruiting vollkommen verändert. Bewerber erwarten sich innerhalb kürzester Zeit Rückmeldungen und Entscheidungen zum/im Auswahlprozess. Weiters wissen sie ganz genau, was sie zu Beginn des Prozesses von ihrem zukünftigen Arbeitgeber verlangen können. Die klassische Bewerbungsmappe und das Anschreiben wurden durch die Generation "der one-click BewerberInnen" vollständig abgelöst.

Das Matching der Zukunft wird vielfach automatisiert und systembasiert erfolgen. Die Rolle des Recruitings steht somit komplett im Wandel, es wird vielmehr auf eine BeziehungsmanagerInnen-Funktion hinauslaufen, die Talente der Zukunft langfristig und proaktiv mit dem Unternehmen in Verbindung bringen, um später aus dem Talente-Pool Positionen besetzen zu können. Es wird immer wichtiger, nicht mehr nur Stelleninserate nach der "post&pray" Mentalität zu erstellen und zu veröffentlichen, sondern sich vielmehr auf Personentypen, Fähigkeiten und zukünftige Potenziale von Mitarbeitern zu fokussieren. Das klassische Stellenprofil und das damit einhergehende Anforderungsprofil–sind in einer VUKA-Welt und damit einhergehenden agilen Teams nicht mehr das probate Mittel. Somit wird sich Recruiting immer mehr vom vergangenheitsorientierten Screening von Bewerbungsunterlagen verabschieden müssen, hin zur Antizipation des Bewerberpotenzials für zukünftige Aufgabenstellungen im Unternehmen.

Michael Höttinger, MA
Leitung Siemens Competence Center Recruiting

Siemens AG Österreich

Recruiting ist komplexer und anspruchsvoller geworden. Vor 10 Jahren hat man eine offene Stelle online geschalten und/oder ein Zeitungsinserat in Auftrag gegeben. Das ist heute zu wenig, um Stellen erfolgreich besetzen zu können. Active Sourcing, Schaffung von persönlichen Netzwerken, Social-Media-Kampagnen, Mobile Recruiting sind nur einige Schlagworte, mit denen sich ein Recruiter intensiv beschäftigen muss, damit er Erfolg hat in seinem Job.

Ich denke nicht, dass Recruiter von Robotern ersetzt werden. Dazu ist der persönliche Kontakt zwischen BewerberInnen und Fachbereichen einfach zu essenziell. Welche Trends in 10 Jahren das Recruiting prägen, lässt sich derzeit nicht ableiten. Dazu ist das digitalisierte Zeitalter zu schnelllebig. Ob es z.B. Facebook in 10 Jahren noch gibt, ich würde hier keine Wette eingehen. Aber das ist auch das Schöne am Recruiting: Wer Erfolg haben möchte, muss flexibel agieren und darf kreativ sein. Langweilig wird es uns auch in den kommenden 10 Jahren nicht werden.

Marcel Braumann
Director Global Human Resources

TGW Logistics Group GmbH

Die Veränderungen am Arbeitsmarkt haben einen wesentlichen Einfluss auf das Recruiting. Klassische Inserate zeigen immer geringere Wirkung. Um gut ausgebildete und erfahrene Jobsuchende anzusprechen, sind andere Maßnahmen und zusätzliche Kanäle sowie eine stärkere Zielgruppenorientierung notwendig. So hat zum Beispiel Social Media Einzug ins Recruiting gehalten. Dies schafft aus Sicht der BewerberInnen mehr Transparenz und gewährt tiefere Einblicke ins Unternehmen. Die Ansprüche und Erwartungen von Jobsuchenden haben sich generell verändert. Der Wunsch nach mehr Work-Life-Balance fordert von Arbeitgebern flexiblere Modelle. Im Recruiting braucht es Sensibilität, die Bedürfnisse der Kandidatinnen und Kandidaten im Gespräch herauszufiltern und in die Organisation hineinzutragen. Führungskräfte erwarten nicht nur Unterstützung bei der Vorbereitung und Durchführung von Bewerbungsgesprächen, sondern einen verlässlichen und umsetzungsstarken Sparring-Partner.

Das Finden und Ausbilden von Fachkräften, der Umgang mit persönlichen Daten und die Digitalisierung werden im Recruiting immer präsenter. Das setzt Offenheit für neue Medien voraus – und eine entsprechende Flexibilität bzw. Kreativität in der Anwendung. Dafür müssen neue Technologien genutzt werden, Stichwort: Mobile Recruiting. Das Schaffen von individuellen Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven rückt immer mehr in den Fokus – nicht nur bei neuen, sondern vor allem auch bei bestehenden MitarbeiterInnen. Sind MitarbeiterInnen zufrieden, fungieren sie als BotschafterInnen und werben neue KollegInnen. Empfehlungsprogramme müssen daher weiterentwickelt und forciert werden. Das Schaffen eines breiten Netzwerks und die Positionierung sind weitere wichtige Faktoren.

Mag. Andrea Resch-Krenn
Leitung Personalmanagement

Thalia Buch & Medien GmbH

Das Recruiting hat sich mit der Gesellschaft weiterentwickelt: Alles wurde immer schneller, Online-Kanäle werden genutzt, als Arbeitgeber wurde man plötzlich bewertet und damit auch durchsichtiger. Für Unternehmen wurde es immer wichtiger, die passenden Kanäle für das Recruiting zu wählen. Ein einfaches Inserat in einer Zeitung reicht nicht mehr aus. Als Recruiter muss man wissen, wo man potenzielle BewerberInnen erreichen kann.

Die kommenden Jahre werden für das Recruiting eine Herausforderung sein. Es ist wichtig, mögliche KandidatInnen viel zielgerichteter anzusprechen. Es ist und wird wesentlich sein, dass wir unsere Candidate Personas kennen und dort finden, wo sich Privates und Berufliches kreuzt. Zukünftige MitarbeiterInnen entscheiden immer bewusster, wo sie arbeiten möchten. Als Arbeitgeber gilt es daher, auch die Arbeitgebermarke glaubwürdig zu präsentieren. Im Recruiting muss sich die Arbeitgebermarke in allen Facetten widerspiegeln und die Candidate Experience muss für zukünftige MitarbeiterInnen authentisch sein. Künstliche Intelligenz wird sich zunehmend auch in der Personalauswahl finden – wobei ich davon überzeugt bin, dass der Fit zum Unternehmen nach wie vor nur durch persönliches Kennenlernen festgestellt werden kann.

Iris Brunner
Leitung Strategisches Recruiting

Trenkwalder Personaldienste GmbH

Die Veränderungen im Recruiting der letzten 10 Jahre betreffen nicht nur den gesamten Bewerbungsprozess – Stichwort Digitalisierung –, sondern vor allem auch die Ansprache der KandidatInnen. Über traditionelle Kanäle kann man die Generationen Y und Z kaum bis gar nicht mehr erreichen, stattdessen muss man sie auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen abholen und davor durch gutes Employer Branding überzeugen. Wer hier gute Arbeit leistet, wird belohnt.

Nicole Eilenberger
Leitung Marketing

Trenkwalder Personaldienste GmbH

Veränderungen im Recruiting, die heute schon forciert werden – wie Active Sourcing, Direktansprache, länderübergreifende Recruiting-Maßnahmen, digitalisierter Bewerbungsprozess – werden in den nächsten Jahren noch mehr an Bedeutung gewinnen. In Unternehmen ist es deshalb nötig, dass Recruiting und Marketing eng zusammenarbeiten, denn nur durch das Zusammenspiel und Know-how beider Disziplinen wird es uns zukünftig gelingen, die passenden Kandidaten und Kandidatinnen zu finden und zu überzeugen.

Eva Köllner-Aulehla, B.A.
Recruiting & Personalmarketing

VERBUND AG

Neben der Digitalisierung der Bewerbungsprozesse (Stichwort E-Recruitingtool, kurze Bewerbungsformulare) hat der veränderte Bewerbermarkt einen großen Einfluss auf die Arbeit im Recruiting genommen. Interessierte werden direkter adressiert, unsere Unternehmens-Karriereseite, der Auftritt in sozialen Netzwerken und ein effektives Employer Branding haben einen größeren Stellenwert bekommen. Als Arbeitgeber sind wir gefordert, eine durchgehende, positive und vom Mitbewerb differenzierende Candidate Experience zu gewährleisten und unsere Bewerberinnen und Bewerber bei ihrer Candidate Journey bestmöglich zu begleiten.

Der Weg wird noch stärker von „Post & Pray" wegführen und die direkte Ansprache von Bewerberinnen und Bewerbern wird noch mehr an Bedeutung gewinnen. Unternehmen werden sich als Arbeitgeber stärker positionieren – der Mehrwert für Kandidatinnen und Kandidaten wird klarer und direkter adressiert werden. Darüber hinaus werden sich Arbeitgeber mit der Ansprache der nächsten Generationen stärker auseinandersetzen und im Zuge dessen neue Wege der Kommunikation erschließen und gehen müssen.

Dr. Birgit Moosmann
Leiterin VIG Personalmanagement

Vienna Insurance Group AG Wiener Versicherung Gruppe

Auf alle Fälle haben Social Media die Arbeit im Recruiting verändert, auch die Datenschutzgrundverordnung beeinflusst unseren Umgang mit Bewerbungen stark. Der Herausforderung, als Versicherer der jungen Generation zu „zeigen, was in uns steckt", sind wir mit innovativen Recruiting-Ansätzen begegnet. Was aber gleich geblieben ist: unser wertschätzender Umgang mit Bewerberinnen und Bewerbern. Aus unserer Sicht ist das Recruiting idealerweise der Beginn einer langen Kooperation!

Mag. Karin Kronsteiner
Employer Branding

voestalpine AG

Die entscheidendste Veränderung war das Bewusstsein, dass sich heute nicht mehr die BewerberInnen bei uns vorstellen, sondern dass wir uns bei den Besten als potenzieller Arbeitgeber bewerben müssen. Dafür sind vielfältigste Aktivitäten im Online- und Social-Media-Bereich immer zielführender und im Vergleich zu Print- und TV-Werbungen sehr günstig – dabei ist immer zu beachten, dass man mit der richtigen Botschaft auf der richtigen Plattform die richtige Zielgruppe erreicht! Jedoch dürfen wir nie vergessen, dass im Recruiting vor allem der persönliche Kontakt und Wertschätzung zählt. Man kann es sich heute sicherlich nicht mehr leisten, auf digitale Kommunikation zu verzichten, aber ein persönliches Telefonat mit dem/der potenziellen BewerberIn erzielt wohl nach wie vor die beste Conversion

Christopher Eberl, BSc
HR Online Editor

voestalpine AG

Die Digitalisierung ist ja im Jahr 2019 mehr als ein Schlagwort, dieser Prozess findet ja schon länger statt. Und er wird in den nächsten 10 Jahren weitere Möglichkeiten mit sich bringen. Chatbots werden ausgeklügelter und serviceorientierter werden, Voice Search aufgrund der Sprachassistenten immer wichtiger und die Jobsuche bzw. das Bewerben sich immer mehr auf das Smartphone verlagern. Aber am Ende des Tages steht hinter jeder Bewerbung ein Mensch. Mit menschlichen Bedürfnissen, der nicht von einem Chatbot den Bewerbungsstatus erfahren, sondern ein persönliches Mail oder ein kurzes Telefonat möchte.

Anna Polzhofer, MA
Human Resources

WALTER GROUP

Vor 10 Jahren wurde das Recruiting noch eher als Verwaltungsfunktion gesehen. Heute sieht es ganz anders aus, Recruiter müssen mittlerweile einiges an Marketinggeschick mitbringen. Der Markt hat sich geändert, weg von BewerberInnen als Bittsteller, hin zu einer Kommunikation auf Augenhöhe. Entsprechend liegt es an uns Recruitern, das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber zu präsentieren. Da die heutige Zielgruppe jedoch auch kritisch hinterfragt, muss dies sehr authentisch durchgeführt werden. Klassische Marketingsprüche haben ausgedient.

Wie es bereits jetzt schon der Fall ist, werden auch in Zukunft unzählige next big things auf uns zukommen. Von Bewerbungsvideos über anonyme Bewerbungen hin zu Bewerbungsgesprächen mit KI. Wichtig wird es hierbei sein, nicht zu versuchen, jedem Trend zu folgen, sondern kritisch zu hinterfragen welcher Weg der passendste für das eigene Unternehmen ist. Ein gezielter und bewusster Einsatz von Maßnahmen wird noch wichtiger werden, als überall dabei zu sein. Der Job des Recruiters wird auf alle Fälle um einiges umfangreicher sein.

Mag. Doris Fischer-Knasmüller
Personalverwaltung/Recruiting

Julia Neuwirth
Personalverwaltung/Recruiting

XXXLutz KG

Die größten Themen waren wohl einerseits der Einzug der Technik und andererseits die Individualisierung in der (nun meist aktiven) Ansprache der BewerberInnen. Der Recruiting-Prozess wird durch verschiedene Tools erleichtert und dadurch übersichtlicher. Aber auch die Medien haben sich enorm verändert, das Zeitungsinserat wurde von Social Media und Active Sourcing verdrängt.

In den nächsten Jahren wird uns vermutlich das Thema künstliche Intelligenz verstärkt begleiten und uns Prozesse abnehmen bzw. diese erleichtern, aber das Persönliche im Prozess wird immer persönlich bleiben.

Hintergrund

10 JAHRE BEST RECRUITERS

Ausgehend von einer Studie, die den Rekrutierungsprozess als wichtigsten Erfolgsfaktor jeden Unternehmens identifizierte,[1] entstand 2010 in enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsuniversität Wien das Grundgerüst für BEST RECRUITERS. Die Studie wird seither kontinuierlich in Zusammenarbeit und engem Austausch mit dem wissenschaftlichen Beirat weiterentwickelt.

Mit Abschluss des 10. Erhebungsdurchgangs in Österreich hat BEST RECRUITERS seit Initiierung der Studie in Summe 11.288 Arbeitgeber-Untersuchungen anhand von insgesamt mehr als 1,3 Millionen Einzelkriterienüberprüfungen durchgeführt. Zur Analyse des BewerberInnen-Umgangs wurden mehr als 41.000 Bewerbungen versendet sowie analysiert und 14.000 Mal mit Arbeitgebern telefonisch, per E-Mail und per Social Media Kontakt aufgenommen. Die Anzahl der pro Studie abgeprüften Kriterien hat sich von 2010 bis heute beinahe vervierfacht. Mit der jährlichen Überprüfung der Top-Arbeitgeber in Österreich, Deutschland und der Schweiz ist BEST RECRUITERS somit die größte unabhängige, wissenschaftlich fundierte Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum.
Inzwischen ist BEST RECRUITERS natürlich auch digital verfügbar – auf der BEST-RECRUITERS-Plattform können Unternehmen ihre Auswertung nach individuellem Interesse filtern und so jederzeit ein passgenaues Optimierungsportfolio erstellen.[2]

SÄULE	KATEGORIEN UND KRITERIEN	Muster AG	Ihr Mitbewerber 1 (A)	Ihr Mitbewerber 2 (B)	Ihr Mitbewerber 3 (C)	MAXIMAL-PUNKTE
1	**Online-Recruiting-Präsenz**	**31,5 %**	**37,5 %**	**29 %**	**35,5 %**	**40 %**
	Karriere-Website	15 %	18 %	16,5 %	16,5 %	20 %
	Social Web	8,5 %	9 %	9 %	9 %	9 %
	Mobile Recruiting	8 %	10,5 %	3,5 %	10 %	11 %
2	**Online-Stellenanzeige**	**13 %**	**14 %**	**7,5 %**	**6 %**	**15 %**
	Online-Stellenanzeigen-Analyse	13 %	14 %	7,5 %	6 %	15 %
3	**BewerberInnen-Umgang**	**41,5 %**	**41 %**	**38 %**	**26 %**	**45 %**
	Bewerbungsresonanz	31,5 %	32 %	27 %	18 %	32 %
	Usability im Bewerbungsprozess	2 %	3 %	5 %	5 %	5 %
	BewerberInnen-Kontaktaufnahme per E-Mail	3 %	3 %	3 %	–	3 %
	BewerberInnen-Kontaktaufnahme per Social Media	2 %	–	–	–	2 %
	Talent Relationship Management	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %
Gesamtergebnis der Säulen		**86 %**	**92,5 %**	**74,5 %**	**67,5 %**	**100 %**

[1] Gmür, M. / Schwerdt, B. (2005): Der Beitrag des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg. In: Zeitschrift für Personalforschung; Jahrgang 19,. 3 2005, S. 221–251.

[2] Screenshot BEST-RECRUITERS-Plattform

30 JAHRE CAREER VERLAG

1989 legte Markus Gruber, damals selbst noch Student an der WU Wien, mit der Publikation des ersten CAREER Karriere-Ratgebers den Grundstein für den gleichnamigen Verlag, der heute als career Institut & Verlag auch die BEST-RECRUITERS-Studie durchführt. Der Karriere-Ratgeber heißt inzwischen pre|post ACADEMICS-Guide und erscheint nach wie vor jährlich, der pre|post MATURA-Guide ergänzt das Verlagsportfolio seit 2010. Mit HUMOUR RESOURCES erschien 2017 eine humorvolle Geschichtensammlung aus erster Hand: Recruiter, HR-Manager und Personalisten erzählen von ihren skurrilsten, schrägsten und unterhaltsamsten Erlebnissen.

Auch die weiteren Publikationen des Verlags, etwa der KMU Recruiting-Leitfaden, widmen sich dem Thema Recruiting und sollen Arbeitgebern unterschiedlichster Größe dabei unterstützen, ihre Prozesse im Recruiting zu optimieren.

DER STUDIENBEIRAT

Stetige Optimierung und Entwicklung – diesen Anspruch richtet BEST RECRUITERS auch an sich selbst. Der der Studie zugrunde liegende Kriterienkatalog wird demzufolge laufend überarbeitet und an aktuelle Trends und Entwicklungen in den Bereichen Recruiting und Personalmarketing angepasst. Gerade in diesen Prozessen ist die enge Zusammenarbeit und der stetige Austausch mit unserem internationalen wissenschaftlichen Beirat besonders wertvoll.

WU WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN VIENNA UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

zh aw School of Management and Law

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Elšik,
WU Wien.

Vorstand des Instituts für Personalmanagement der Wirtschaftsuniversität Wien

Kuno Ledergerber,
ZHAW.

Leiter des Zentrums für Human Capital Management an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

DIE MENSCHEN HINTER DER STUDIE

Die Studie wird alljährlich mit höchstem Anspruch an Wissenschaftlichkeit und Genauigkeit von Mag. Agnes Koller und ihrem Team unter gewissenhafter Leitung von Mag. Julia Hauska durchgeführt.

Markus Gruber,
Studieninitiator

Mag. Julia Hauska,
Geschäftsleitung
career Institut & Verlag

Caroline Metzger, MA,
Projektleiterin
BEST RECRUITERS

Mag. Agnes Koller,
Studienleiterin
BEST RECRUITERS

Alexander Binder, BA,
Stellvertetender
Studienleiter
BEST RECRUITERS

MITARBEITERINNEN

Jörg Liwa, Msc
CTO

Jennifer Pell, MSc
Assistentin career Institut&Verlag

Sandra Kletzl, B.A.
Assistentin career Institut&Verlag

Anna Wolf, MSc
Assistentin career Institut&Verlag

Nina Bolatzky
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Yoana Danova
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Ruth Gietl, BSc.
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Lukas Hatz
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Theo Karapanagiotidis, B.A.
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Lisa Oberstaller, B.A.
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Charline Potz, B.A.
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Lukas Spring
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Alexander Rößler
Projektleiter

Tobias Bergsmann
Science Manager Europe

Hanna Feix, BSc. (WU)
Science Manager Europe

Harald Fischer
Science Manager Europe

Vera Hulwa, BA
Science Manager Europe

Mag. Raimund Karel
Science Manager Europe

DIE BEST-RECRUITERS-VERLEIHUNG

Im Zuge einer feierlichen Ehrung werden Jahr für Jahr all jenen Arbeitgebern, die sich durch herausragende Recruiting-Qualität auszeichnen, BEST-RECRUITERS-Zertifikate verliehen. Am 20. November 2018 wurden die BEST RECRUITERS Österreich 2018/19 offiziell im Novomatic Forum geehrt. Bereichert wurde die Verleihung durch die Expertise von Dr. Johannes Kopf, LL.M. (AMS Österreich), Dr. Martin Gleitsmann (WKO) und Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Elšik (WU Wien).

GRUPPENFOTO

im Novomatic Forum

Wien, am 20. November 2018

PODIUMSDISKUSSION

v.l. Univ.Prof. Dr. Wolfgang Elšik, Dr. Martin Gleitsmann, Dr. Johannes Kopf, LL.M., Markus Gruber

EHRUNG DES GESAMTSIEGERS HEROLD BUSINESS DATA GMBH

v.l. Dr. Johannes Kopf, LL.M., Univ.Prof. Dr. Wolfgang Elšik, Sabine Glück, Ines Doubek, Uwe Stadelbauer, Petra Amann, Markus Gruber

IMPRESSIONEN

Markus Gruber

IMPRESSIONEN

v.l. Mag. Julia Hauska, Mag. Agnes Koller

IMPRESSIONEN

IMPRESSIONEN

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

BEST RECRUITERS
Österreich

Mag. Julia Hauska

Geschäftsleitung career Institut & Verlag

Telefon: +43 1 585 69 69-31
E-Mail: julia.hauska@career.gmbh
Web: www.bestrecruiters.eu

Copyright © 2019 BEST RECRUITERS
All rights reserved.

Verlag: career Institut & Verlag
GPK GmbH

BEST RECRUITERS
Gußhausstraße 14/2
1040 Wien
Österreich

Kontakt: Web: www.bestrecruiters.eu
Mail: office@bestrecruiters.eu
Tel.: +43 1 585 69 69 - 31

Presseinformation
10. Jahrgang | Österreich

BEST RECRUITERS
WIR MACHEN RECRUITING-QUALITÄT MESSBAR.

Seit zehn Jahren untersucht BEST RECRUITERS jährlich die 1.300 mitarbeiter- und umsatzstärksten Unternehmen in Österreich, Deutschland und der Schweiz auf ihre Recruiting-Maßnahmen.
Der in enger Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Beirat entwickelte Kriterienkatalog wird jährlich überarbeitet, erweitert und umfasst im Jubiläumsjahrgang 2019/20 243 Einzelkriterien. So entsteht die größte unabhängige, wissenschaftliche Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum.
BEST RECRUITERS hat es sich zum Ziel gesetzt, Unternehmen dabei zu unterstützen, ihr Recruiting zu optimieren und BewerberInnen so eine verbesserte Candidate Journey zu bieten.