

NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA

Es kann durchaus Sinn machen, im Bewerbungsprozess zusätzlich Social Media-Plattformen zu nutzen.

Für geschäftliche Zwecke eignen sich „XING“ und „LinkedIn“ am besten.

Eine Anmeldung und ein beschränkter Zugriff sind in der Regel kostenlos. Wenn Sie mehr wollen (Überblick und Nutzung des gesamten Systems) ist es meistens mit (überschaubaren) Kosten verbunden. **Viele Stellenanbieter kontaktieren geeignete Kandidaten über diese beiden Plattformen.** Auf beiden Plattformen können Sie Ihr persönliches Profil inklusive Lebenslauf, Zeugnisse, Zertifikate und Diplome hinterlegen und auch jederzeit bearbeiten. Wenn Sie Facebook Nutzer sind, kann auch das für die Stellensuche und das Kontaktnetz nützlich sein.

Was ist besser?



XING vs LinkedIn



XING und **LinkedIn** stehen im Wettbewerb. Während **XING** im deutschsprachigen Raum unterwegs ist, richtet sich **LinkedIn** ganz klar global aus. Beide Netzwerke zeigen gute Nutzerzahlen. Die Plattform **XING** ist auf den deutschen Markt ausgerichtet und verfügt nach eigenen Angaben über mehr als 14 Millionen Mitglieder. In der Schweiz sind es per Ende Jahr 2017 rund 900 000 Nutzer (Quelle Statista.de). **LinkedIn** ist international ausgerichtet. Dadurch generiert **LinkedIn** automatisch höhere Nutzerzahlen und eine höhere Reichweite. **LinkedIn** hat, was die Nutzerzahlen in der Schweiz anbelangt, **XING** bereits überholt. Daraus zu schliessen, dass **XING** demnächst nicht mehr relevant ist, wäre verfrüht und falsch. Beide Plattformen haben ihre Vor- und Nachteile.

Will man auf **XING** interagieren, greift man ziemlich rasch ins Portemonnaie. Eine aktive Netzwerkpflege bedingt eine bezahlte Mitgliedschaft für Privatpersonen und für Unternehmen. **LinkedIn** wählt eine andere Strategie und man kann als Privatperson, Mitarbeitender bereits bei der kostenlosen Basismitgliedschaft in einen aktiven Austausch treten. Während **XING** die kostenlose Basis-Mitgliedschaft und die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft anbietet, wählt man bei **LinkedIn** zwischen der kostenlosen Basisversion und vier kostenpflichtigen Varianten.

Was schreibt die Presse

Blick publiziert am 21.01.2016 | aktualisiert am 29.09.2018

Welches Job-Netzwerk ist für mich besser?

Das Business-Netzwerk **XING** will in der Schweiz wachsen und mehr Nutzer gewinnen. Doch auf **LinkedIn** sind die Chancen für einen neuen Job nach wie vor grösser.

XING und **LinkedIn** haben sich international als Facebook der Arbeitswelt etabliert. Sie kämpfen um jeden einzelnen User. Jetzt kündigt **XING** in der „Finanz und Wirtschaft“ eine Offensive mit eigenem Team in der Schweiz an.

XING-CEO Thomas Vollmoeller will nun in der Schweiz in die Offensive gehen. Erster Schritt: im Mai eröffnet das deutsche Unternehmen ein Büro in Zürich. „Wir haben die Schweiz zuletzt zu sehr von unserem Hauptsitz in Hamburg aus bearbeitet“, gibt Vollmoeller zu, der hierzulande als früherer Chef der Kiosk-Kette Valora bekannt ist. Fürs Schweizer Marketing ist neu Sabina Neuhaus zuständig. Die 36-Jährige stösst vom Onlinehändler Brack.ch dazu.

Was ist überhaupt der Unterschied zwischen den beiden Plattformen?

Gustavo Salami (41) von der Social-Media-Agentur Kuble in Zürich sieht Unterschiede bereits im Wesentlichen: „**XING** ist viel intuitiver, während **LinkedIn** stellenweise kompliziert zu handhaben ist.“

XING eher für deutschsprachigen Raum

Peter Kosel (46), Managing Director der Personalberatung Humanis ergänzt: „Das amerikanische **LinkedIn** ist eine internationale Plattform. Deshalb ist sie auch englischsprachig orientiert.“ Auf der Plattform rekrutieren vor allem grössere Konzerne, wie Credit Suisse, UBS oder ABB, ihr Personal, sagt Kosel. „**XING** ist hingegen im deutschsprachigen Raum stark. Es ist beliebt bei KMUs und schweizorientierten Unternehmen.“ Dazu zählen könnte man etwa Coop oder Migros.

Grössere Chancen auf einen Job bei LinkedIn

Kosel beobachtet, dass **LinkedIn** weiter an Boden gewinnt – auch national. „Deshalb sollte sich ein Fachexperte am ehesten dort positionieren, um attraktive Jobangebote zu erhalten oder selbst die passende Stelle zu finden. Grundsätzlich empfiehlt es sich jedoch, auf beiden Plattformen präsent zu sein.“

NZZ Publiziert am 08.01.2018

Wie Personalvermittler auf LinkedIn und XING nach Talenten suchen

Personalvermittler und Unternehmen spüren mit immer ausgefeilteren Methoden gefragte Fachkräfte auf. Sie setzen dabei vor allem auf Algorithmen und soziale Netzwerke.

„Wir wissen schon vor dem Kandidaten, dass er den Job haben will“, sagt Alistair Cox, Chef von Hays. Der auf die Vermittlung von Fachkräften spezialisierte britische Personaldienstleister setzt bei der Talentsuche auf künstliche Intelligenz. Damit werden nicht nur mögliche Kandidaten selektioniert, sondern Hays erfährt auch viel über deren Verhalten im Internet und ihre latente Bereitschaft, den Arbeitgeber zu wechseln.

Fülle an Signalen

Es gebe Tausende von Signalen, ob jemand offen sei für eine neue berufliche Herausforderung, sagt Cox. Wenn eine Person nach längerer Zeit ihr Profil in den sozialen Netzwerken auf den neusten Stand bringe, gelte dies etwa als verlässlicher Hinweis. Zudem baut Hays eine elektronische Beziehung zu potenziellen Kandidaten in gesuchten Berufszweigen auf, um deren Interessen besser studieren zu können. Beobachtet wird etwa, welche zugesandten Inhalte sie lesen und welche nicht.

„Wenn jemand die Lohnstudie auf unserer Website anschaut, ist dies etwa auch ein klares Indiz dafür, dass er zu einem Wechsel bereit ist“, sagt Cox. Die einzelnen Hinweise ergäben in ihrer Gesamtheit ein Muster, dank dem man Kandidaten bereits im Auge habe, bevor eine Firma eine solche Fachkraft suche.

Zwar erforschen längst nicht alle Personaldienstleister die Bereitschaft von Talenten, den Job zu wechseln. Viele Vermittler setzen aber ebenfalls auf ausgeklügelte Methoden, um Wunschkandidaten aus der breiten Masse herauszufiltern. Bei umkämpften Fachkräften reicht es nämlich bei weitem nicht, die Stelle auszuschreiben und auf geeignete Bewerbungen zu warten. Gefragt sind vielmehr eine gezielte Identifikation und eine individuelle Ansprache der Kandidaten.

Der Personaldienstleister Manpower etwa sucht Talente in sozialen Netzwerken wie **LinkedIn**, **XING** oder Facebook über eigene Search-Tools. Die Berater geben die Stellenbeschreibung ein und erhalten daraufhin verschiedene Vorschläge. „Passt das Profil, nimmt der Berater mit der Person meist via Messenger Kontakt auf“, sagt Alexander Grasset, Client Solutions Manager bei Manpower Schweiz, der Unternehmen bei der Suche nach Fachkräften unterstützt. Besteht Interesse, kommt es zum traditionellen Bewerbungsgespräch. Erst dann zeige sich, ob auch die Persönlichkeit zur Stelle und zur Firma passe, sagt Grasset.

13 Tipps für ein erfolgreicherer LinkedIn-Profil

1. Ansprechendes Profilbild

Nehmt Sie sich Zeit für ein Fotoshooting mit einem guten Fotografen. Diese Bilder braucht Sie vielleicht auch für andere Profile und Anlässe. Es ist nachgewiesen, dass Profile mit Foto deutlich mehr Besuche und Kontaktanfragen erhalten. Präsentieren Sie sich auf Ihrem Bild daher passend zur Branche, beziehungsweise in Business-Kleidung.

2. Ein überzeugender Profil-Slogan

Neben dem Foto ist das erste, worauf der Blick in Ihrem Profil fällt, der Profil-Slogan. Dieser wird auch den Leuten angezeigt, die nach Keywords suchen, aber noch nicht mit Ihnen vernetzt sind. Benutzen Sie die wichtigsten Schlagwörter, die Sie und Ihre Tätigkeit(en) beschreiben.

3. Vanity-URL

LinkedIn ermöglicht dies seinen Nutzern. Mit Hilfe der „Vanity-Funktion“ (zu Deutsch: Eitelkeit) können Sie Ihre URL (Kontaktlink) optimieren: „**Public profile settings**“ oben rechts auf „**Edit URL**“.

4. Profil Beschreibung

Dies können Sie nutzen, um über sich und Ihre Berufserfahrungen zu schreiben. Seien Sie ausführlich und beschreiben Sie, wie Sie dahin gekommen sind, wo Sie jetzt stehen, was Sie ausmacht und in welchen Arbeitsfeldern Sie aktiv sind, resp. was Sie wollen. Verwenden Sie wichtige Schlagwörter, durch welche sich Ihre Chancen durch Keyword-Optimierung verbessern. Fügen Sie einen „**Call to Action**“ hinzu, der z.B. die Besucher auffordert, mit Ihnen in Kontakt zu treten.

5. Medien hinzufügen

Unter der Profil-Zusammenfassung und innerhalb jeder Beschreibung Ihrer Berufsetappen ist es Ihnen möglich, Links oder relevante Medien per **Upload** hinzuzufügen. Nutzen Sie diese Funktion! Gibt es interessante Zeitungsartikel, die über Sie oder Ihren Arbeitgeber geschrieben wurden? Haben Sie Interviews gegeben oder selbst Gastartikel zu Fachthemen verfasst? Dann verlinken Sie diese mit in die Sektion. Toll sind natürlich auch kleine Videoclips oder Fotos, die Sie oder Inhalte Ihrer Arbeit beschreiben.

6. Projektarbeiten auflisten

Diese Funktion bietet sich besonders für Projektmanager oder Freelancer an, ist aber letztlich auch für alle anderen sehr nützlich, die einzelne besondere Highlights Ihrer täglichen Arbeit hervorheben möchten. Sie finden die Projekt-Eingabe in der rechten Seite unter „**Add Profile Section**“ und dann unten „**Accomplishments**“.

7. Individualisierung des Profils

Eine sehr nützliche Funktion bei LinkedIn, ist, dass Sie Ihr Profil individualisieren können. Das heisst: Sie können einzelne Berufs-Etappen oder Projekte nach oben oder unten schieben. Gehen Sie dazu auf das Gitter unterhalb der Bearbeitungs-Funktion des jeweiligen Abschnitts (zum Beispiel Berufserfahrung oder aktuelle Rollen) und schieben Sie diesen nach oben oder unten.

8. Regelmässig posten

Posten Sie relevante Neuigkeiten oder Interviews, die über Sie oder auch von Ihnen publiziert wurden. Was von Ihnen bei LinkedIn gepostet wurde, wird damit über Ihr Netzwerk gestreut. So bleiben Ihre Kontakte über Sie informiert. Sehr hilfreich an LinkedIn ist die Analysefunktion zu den Posts. Hier können Sie genau sehen, wie viele Leute Sie damit erreicht haben, bei welchen Firmen diese angestellt sind und in welcher Position.

9. Eigene LinkedIn-Artikel

LinkedIn hat auch ein eigenes Publishing-Tool, das den Nutzern erlaubt, eigene Artikel auf der Plattform online zu stellen. Auch dies ist eine sehr gute Möglichkeit, um in einem Expertenbeitrag über seine Fachkenntnisse aufmerksam zu machen, über neue Projekte zu informieren oder seine eigene Meinung zu einer aktuellen Diskussion kund zu tun.

10. Aktualisierung und Pflege

Senden Sie einen oder zwei Tage nach jeder Konferenz, Messe oder Veranstaltung, die Sie besucht haben, Kontaktfanfragen an die interessanten Leute, die Sie kennengelernt haben. So vergrössert sich Ihr Netzwerk beständig. Es lohnt sich auch, in die Kontakt-Empfehlungen zu schauen, ob da nicht jemand ist, den Sie von vergangenen Projekten oder Veranstaltungen kennen.

11. Sich Endorsements oder Empfehlungen holen

Hier spielt der Interaktionsgrad mit anderen eine Rolle: Ihre Kontakte können bestimmte Fähigkeiten von Ihnen bestätigen oder Ihnen Mini-Testimonials schreiben. Diese Validierung durch Dritte stärkt Ihr Profil. Möglichkeiten, sich diese einzuholen, sind einerseits die konkrete Ansprache und Bitte Ihrer Kontakte. Andererseits können Sie selbst bestimmte Kompetenzen von Arbeitskollegen oder Partnern bestätigen. Diese werden anschliessend den Gefallen erwidern.

12. Engagement

Wie bei jeder anderen Plattform auch, bringt es nichts, nur eigene Inhalte hochzuladen. Man sollte mit seinem Netzwerk interagieren. Also: Liken Sie interessante Posts, teilen Sie, kommentieren Sie, machen Sie Leute miteinander bekannt. Je aktiver Sie sind, desto mehr steigert sich auch Ihre Sichtbarkeit.

13. Profil-Badges für E-Mail und Website

Damit auch Sie von neuen Kontakten auf LinkedIn gefunden werden, lohnt es sich, einen Hinweis auf Ihrem Profil, zum Beispiel in Ihrer E-Mail-Signatur oder auf Ihrer Website zu setzen. LinkedIn bietet dafür die Funktion sich einen eigenen „**Public Profile Badge**“ erstellen zu lassen, den Sie dafür nutzen können. Gehen Sie dazu auf Ihr Profil. Auf der rechten Seite finden Sie den Reiter „**Edit Public Profile and URL**“. Wenn Sie darauf klicken, finden Sie rechts ganz unten die Erstellungsfunktion für den Button.

13 Tipps für ein erfolgreicherer XING-Profil

1. Foto

Nutzen Sie ein authentisches und professionelles Foto, denn Personaler und Recruiter erhalten durch das Foto einen ersten persönlichen Eindruck des Bewerbers. Davon profitieren Sie: Profile mit Foto werden häufiger angeschaut als solche ohne. Wählen Sie ein Foto aus, das hochwertig ist und Sie authentisch abbildet.

Mit den Anfang des Jahres vorgenommenen Änderungen ist es für **Premium-Nutzer möglich**, nicht nur das eigene XING-Profil, sondern auch (ähnlich wie bei Facebook) sein Titelbild individuell zu gestalten. Das ist die Eintrittstür zu Ihrem XING-Profil. Daher ist es eine lohnende Investition, ein Shooting bei einem Fotografen zu buchen. Für das Titelbild eignen sich Aufnahmen, die nicht unbedingt Sie zeigen, aber einen Hinweis auf Ihre Interessen und/oder den Bereich, in dem Sie tätig sind oder waren, geben. Auch ein Zitat oder ein lustig-ironischer Spruch ist möglich. Oder Sie tauschen das Titelbild regelmässig aus und/oder zeigen hier den Banner der nächsten Konferenz, Veranstaltung etc. auf der Sie anwesend sind. Die Möglichkeiten sind vielfältig!

2. Teaser

Neben dem Foto, dem Berufstitel und der aktuellen Situation (auf Stellensuche) trifft der Blick des Talentsuchers oder Netzwerkers, der auf XING nach alten und neuen Kontakten sucht, zuerst auf Ihre Kurzbeschreibung. Dieser Teaser ist wichtig, da Sie so das Interesse auf sich lenken können, ohne dass ein Kontakt auf das Profil geht. In der Listenansicht oder Anzeige von neuen Kontaktvorschlägen ist dies ausschlaggebend. Ganz nach dem Motto „In der Kürze liegt die Würze“ ist hier also Kreativität gefragt. Geben Sie eine knackige Beschreibung dessen, was Sie ausmacht (persönlicher USP).

3. Datenfreigabe

Bevor Sie in die inhaltliche XING-Arbeit einsteigen, sollten Sie sich im Klaren darüber sein, wer was über Sie erfahren darf. Auf XING (in Einstellungen unter „Privatsphäre“) können Sie dies sehr genau steuern. Es lohnt sich einmal nachzuschauen, was für Häkchen dort aktuell gesetzt sind oder gesetzt werden können.

4. Ich suche / Ich biete

Die Schlagworte unter „Ich biete“ beschreiben Ihre beruflichen Fähigkeiten und sind relevant, damit Personaler Sie finden. Hier tragen Sie einfach ein, welche Fähigkeiten und Erfahrungen Sie ausmachen – je konkreter, desto besser. Recruiter können Sie anhand dieser Qualifikationen passenden Jobs zuordnen. **Premium-Mitglieder** können zusätzlich ihre Top-Fähigkeiten angeben. Bei „Ich suche“ geben Sie an, was Ihnen besonders wichtig ist. Erfahrungsgemäss geben Personaler bei der Suche konkrete fachspezifische Schlagwörter ein. Lassen Sie sich inspirieren: Sehen Sie sich Profile anderer aus Ihrer Branche an, um zu sehen, welche fachlichen Kompetenzen angegeben werden.

5. Visitenkarte

Auf Ihrem XING-Profil können Sie nicht nur eine, sondern mehrere berufliche Tätigkeiten angeben. Darüber hinaus ist es auch möglich, nebenberufliche Aktivitäten oder die Ausbildung aufzuzeigen. Mehr Vielfalt für Multi-Aktive.

6. Berufswege

In diesem Bereich haben Sie genügend Platz, um Auskunft darüber zu geben, was für Erfahrungen und Kompetenzen Sie in Ihrem bisherigen Berufsleben gesammelt haben. Beschreiben Sie beruflichen Stationen. Aber zeigen Sie auch Inhalte, besondere Projekte und Highlights, auf die Sie stolz sind. Es lohnt sich, etwas Mühe in diesen Bereich zu investieren .

7. Interessen

XING ist zwar ein Berufsnetzwerk, trotzdem interessiert es viele, was für ausserberufliche Interessen und Hobbys jemand hat. Mit Persönlichkeit punktet man nach wie vor. Vielleicht ergeben sich über bestimmte Interessen ja auch einmal spannende neue Anknüpfungspunkte.

8. Gruppen

Die Gruppenzugehörigkeit ist ein sehr guter, indirekter Weg, um zu zeigen, was für Fachbereiche Sie interessieren, worüber Sie sich gern austauschen und engagieren. Schauen Sie, was für verschiedene Netzwerk-Gruppen es gibt. Es kann nützlich sein, sich in aktuelle Diskussionen einzuklinken beziehungsweise von Beiträgen zu profitieren.

9. Veranstaltungen

Veranstaltungen und Events sind ein sehr gutes Instrument, um zu sehen und gesehen zu werden. Sie bekommen von Leuten einen Profilbesuch, die auf einer Veranstaltungsliste geschaut haben, wer sonst noch kommt. Schauen Sie deshalb auch selber nach, ob Messen, Konferenzen oder Themenabenden bei XING online gestellt wurden. Ein gute Möglichkeit, um neue persönlich Kontakte zu nutzen.

11. Portfolio

Diese Funktion ist nur für **Premium-Mitglieder** nutzbar! Hier können Sie PDFs, Bilder und Videos von Projekten hochladen und so noch einmal sehr klar und bildlich darstellen, womit Sie sich in der Vergangenheit beschäftigt haben und was die Resultate Ihrer Arbeit waren.

12. Regelmässiges „Pimpen“

Ein- oder zweimal die Woche sollten Sie sich die Zeit nehmen, um sich mit Ihrem XING-Profil zu beschäftigen. Nachschauen, ob neue Kontaktanfragen reingekommen sind, neue Kontakte hinzufügen, die Sie auf Veranstaltungen kennen gelernt haben, und neue Artikel oder Interviews posten, die Sie veröffentlicht oder gegeben habt! Leider erlaubt XING im Gegensatz zu LinkedIn (noch?) nicht das Posten von Fotos oder Videos, sondern nur Links. Daher ist diese Funktion etwas eingeschränkt, sollte aber trotzdem genutzt werden.

13. Impressum einbinden

Im Zuge der aktuellen Daten-Diskussionen und der europäischen Datenschutz-Grundverordnung sollte man darauf achten, auch in Netzwerken, die für berufliche Zwecke genutzt werden, ein Impressum anzulegen. Die Funktion findet man ganz unten im Profil unter „Impressum bearbeiten“.

PS

Wenn man ganz nach unten scrollt, sieht man dort, wann man sein Profil erstellt hat. Interessant ist sicher auch die Anzahl der Leute, die Ihr XING-Profil angeschaut haben. Viel Spass mit dem neuen Profil!

Zusatzinfos Nutzung

Auszug aus einer Studie der Uni Bamberg

Internet-Stellenbörse seit vielen Jahren für Kandidaten effektivster Kanal der Stellensuche:

Seit Beginn der Studienreihe sehen Stellensuchende und Karriereinteressierte in der Internet Stellenbörse den Kanal mit der größten Chance, eine neue Anstellung zu finden, gefolgt von Unternehmens-Webseiten und persönlichen Empfehlungen. Stellenbörsen sind entsprechend auch weiterhin der in der Informationsphase der Stellensuche am häufigsten genutzte Kanal, gefolgt von Unternehmens-Webseiten und Karrierenetzwerken.

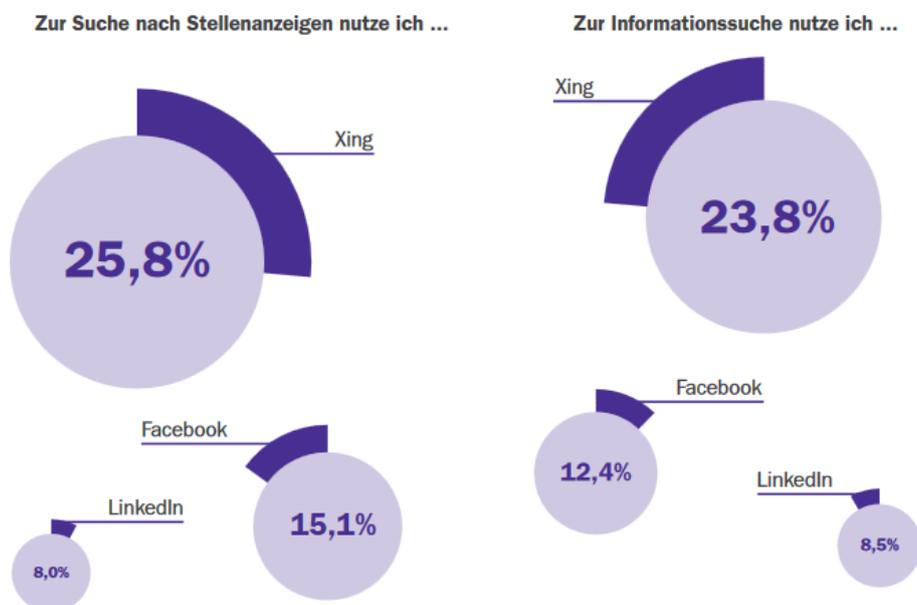
Stellensuchende wünschen interaktive Stellenanzeigen:

Ein Drittel der Befragten gibt an, dass Unternehmen vermehrt Stellenanzeigen mit interaktiven Elementen wie Videos, Links oder Facebook-Elementen schalten sollten. Insbesondere Kandidaten im Marketing, Personalwesen und Journalismus wünschen sich diese neue Form der Stellenanzeige.

Ergebnisse zur Nutzung und Bedeutung von Social Media

56,7 Prozent der Befragten finden es gut, wenn Unternehmen Social-Media für Rekrutierungszwecke einsetzen, und mindestens sechs von zehn Stellensuchende und Karriereinteressierte haben ein Profil in Xing oder Facebook. Hierbei wird Facebook allen voran für die Pflege des persönlichen Netzwerks und Xing für die aktive Suche nach Stellenanzeigen oder Informationen sowie für die Vernetzung mit anderen Personen verwendet.

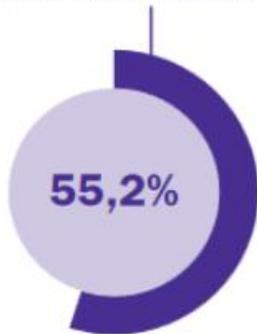
Weitere Social-Media Kanäle wie beispielsweise LinkedIn, BranchOut, BeKnown, GooglePlus und Kununu werden von den befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten selten als relevanter Social-Media Kanal für Karriereentscheidungen wahrgenommen.



Ergebnisse zur Nutzung und Bedeutung von Mobile-Recruiting

Knapp drei von zehn Teilnehmern aller Fachrichtungen nutzen ihr mobiles Endgerät (Smartphone) zur Suche nach offenen Stellen. Jedoch funktioniert die Darstellung von Karriere-Webseiten im Allgemeinen und Stellenanzeigen im Besonderen auf einem Smartphone nicht immer gut, und nur jeder fünfte Teilnehmer findet, dass die mobile Darstellung von Stellenanzeigen, die über Internet-Stellenbörsen aufgerufen werden, problemlos funktioniert. Mit 18,9 Prozent haben in etwa genauso wenige Personen positive Erfahrung mit der Darstellung von Karriere-Webseiten auf ihrem Smartphone gesammelt. Daher begrüßt mit 55,2 Prozent die Mehrheit der befragten Stellensuchenden und Karriereinteressierten, wenn Internet-Stellenbörsen auch Applikationen (sogenannte Apps) für mobile Endgeräte bereitstellen. Etwas weniger Befragte sehen unternehmensspezifische Apps als gut und sinnvoll an (44,7 Prozent). Dies spiegelt sich auch in der Nutzung wieder. So haben 24,6 Prozent schon Apps von Karrierewebsites eingesetzt, wohingegen unternehmensspezifische Apps nur bei 15,3 Prozent Verwendung fanden. Insgesamt haben sich schon 6,2 Prozent der Teilnehmer über mobile Endgeräte direkt bei einem Unternehmen auf eine vakante Stelle beworben.

Ich finde es gut, wenn Online-Karriereportalen / Internet-Stellenbörsen Applikationen (Apps) für mobile Endgeräte bereitstellen, über die ich nach offenen Stellen suchen kann.



44,7%

Ich nutze mein iPhone / Smartphone zur Suche nach offenen Stellen.

27,7%

Ich finde es gut, wenn Unternehmen Applikationen (Apps) für mobile Endgeräte bereitstellen, über die ich nach offenen Stellen suchen kann.

Quelle: [Uni Bamberg Deutschland](#)