

Der Verein „worktrain“ in Basel bezweckt die Eingliederung und Beschäftigung vermindert leistungsfähiger Menschen (Menschen mit einer Behinderung und Invalidität) in die Arbeitswelt, insbesondere durch kostenlose Vermittlung, Betreuung und/oder Schulung der betroffenen Arbeitnehmer.

Inzwischen gibt es auch Jobbörsen, die auf Fachkräfte mit Behinderung spezialisiert sind:

- Bundesagentur für Arbeit: In der Jobbörse der Arbeitsagentur kann sich jeder Arbeitgeber registrieren lassen, um zu besetzende Arbeitsplätze zu melden: <http://rehadat.link/bajobboerse>
- L2 agentur für taten GmbH: Diese Agentur vermittelt nicht nur Stellen, sondern berät auch Menschen mit Behinderung, die eine Stelle suchen. L2 agentur für taten ist eine Tochtergesellschaft des Berufsbildungswerks in Leipzig: <http://rehadat.link/l2agentur>
- Die „Myhandicap Jobbörse“ wird von der Stiftung MyHandicap gGmbH in Ismaning bei München betrieben: <http://rehadat.link/myhandicap>

- Das Stellen- und Bewerberportal der Deutschen Berufsförderungswerke bietet die Möglichkeit, sehr gezielt Anforderungen zu formulieren. Die Unternehmen erhalten ein kostenfreies Firmenkonto, sobald sie sich registriert und die erste Stellenanzeige im Standardlayout aufgegeben haben. Die Börse enthält auch Bewerberprofile, die jeweils Vermittlern zugeordnet sind. Die Kontaktierung ist kostenfrei. Der Kontakt geht an den jeweiligen Vermittler, der dann alle weiteren Schritte unternimmt: <http://www.integrationsverbund.de>

Quelle: talentplus: <http://rehadat.link/tpboerse>

Social Media

Der Einsatz von Social Media bei der Rekrutierung wird immer beliebter, weil damit viele Menschen erreicht werden können. Allerdings ist die Verbreitung in den Unternehmen, vor allem in KMU noch nicht sehr weit vorangeschritten: Erst ein Viertel aller Unternehmen nutzen überhaupt Social Media, bei den großen Unternehmen sind es schon mehr als die Hälfte, nämlich 56 Prozent (Tab. 2). Angesichts des sich verschärfenden Fachkräftemangels wird diese Art des Einsatzes für Unternehmen immer wichtiger, weil sie erstens kostengünstig ist und zweitens sehr viele Personen der richtigen Zielgruppe erreichen kann.

Tab. 2: Unternehmen in Deutschland: Nutzung von Social Media 2014 - in Prozent

	Alle Unternehmen	Unternehmen mit 1 bis 9 Beschäftigten	Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten	Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten	Unternehmen mit 250 Beschäftigten und mehr
Social Media insgesamt	24	23	31	41	56
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, LinkedIn, Xing, Google+)	22	21	29	38	51
Unternehmens-Weblogs oder Mikroblogging-Dienste (z.B. Twitter, Yammer, Communote)	3	0	4	10	20
Multimedia-Portale (z.B. YouTube, Picasa, Slideshare, Podcast)	6	5	10	17	30

Befragung von 20.000 Unternehmen im Sommer 2014
Quelle: Statistisches Bundesamt 2015