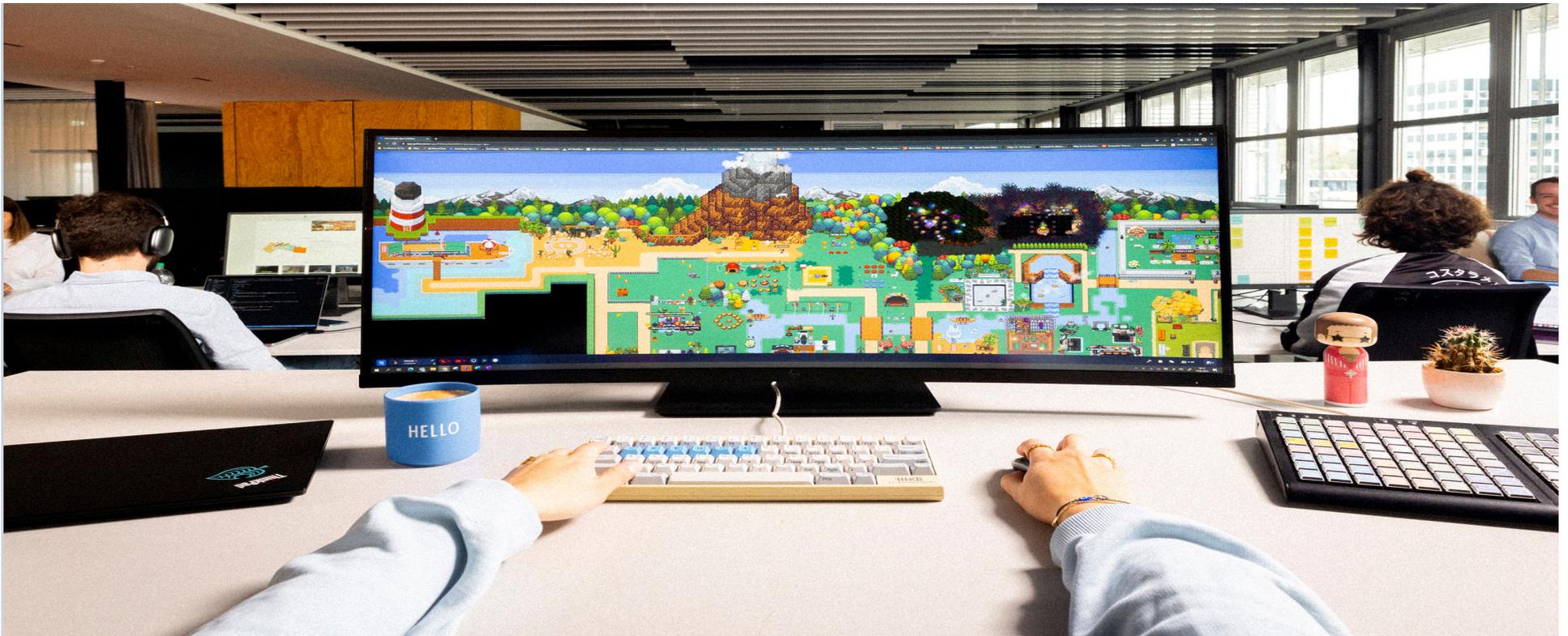


06. Oktober 2025

VON TRADITION ZU INNOVATION: DER BDIGITAL-WEG



DR. FLORIAN CHITIC

breuninger

VORSTELLUNG



Dr. Florian Chitic

Head of Recruiting & Employer Branding

Seit 01/2022 bei **Breuninger**

Seit 03/2023 Vertretungsprofessor **Hochschule Mainz**

Professur für HRM

Co-Gründer **talentefinder GmbH**,
N.1 Matchmaking Plattform für Recruiting-
Events



breuninger

AUFBAU UND GLIEDERUNG

1	AUSGANGSLAGE	Informationen, Grundlagen, Intro, Hintergründe		<i>Was sind die Rahmenbedingungen des Themas? Welche Informationen wichtig, um den Kontext zu verstehen?</i>
2	HERAUSFORDERUNG	Problemstellung, Hürden, Restriktionen		<i>Welches Problem möchte ich mit der Maßnahme lösen? Welche sonstigen Herausforderungen (z.B.: Timing, Budget, usw.) gibt es?</i>
3	ZIELE	Zielgruppen, KPI, Zielstellung		<i>Welches konkrete Ziel wird verfolgt? Wie soll/kann dieses messbar gemacht werden?</i>
Bei Briefings:				Bei Konzeptpräsentationen:
4a	AUFGABE	Aufgabenstellung, Scope, To Do's	<i>Was ist konkret zu tun (für interne oder externe Umsetzer)?</i>	oder
4b	KONZEPT			z.B. Ablauf, Aktionen, Flächenplan <i>Was sind die (bisherigen) Elemente des Konzepts?</i>
5	BUDGET & TIMING	Kostenaufstellung, Budgetplanung, Timingübersicht		
6	NEXT STEPS	Nächste Schritte, offene/zu klärende Fragen		
7	ANHANG	Anhang		



1

AUSGANGSLAGE &
HERAUSFORDERUNGEN

2

ZIELE & ERFOLGE

3

KONZEPT & AUSARBEITUNG

4

NEXT STEPS

AUSGANGSLAGE & HERAUSFORDERUNG



Ausgangslage

TALENTSUCHE IM FOKUS

In digitalen Berufsfeldern ist der Markt von Talenten jeden Alters reich an Chancen, aber auch von intensiver Konkurrenz geprägt.

1. Hohe Nachfrage, starke Konkurrenz
2. Untersuchung von 100 Arbeitgebern im Rahmen einer Benchmarkinganalyse
3. Fachkräfteknappheit und geringe Wechselbereitschaft

Von Tradition zu Innovation: Der Bdigital-Weg



Herausforderungen ARBEITSMARKTHÜRDEN

1

Für jede Stelle „digital“ mindestens 500 Arbeitgeber
→ große und starke Konkurrenz um gute Mitarbeiter:innen

2

Rahmenbedingungen für die Zielgruppe sehr divers

Suchbegriffe nach Klicks

1. data engineer	22,82 %
2. data	4,06 %
3. data analyst	3,45 %
4. python	2,23 %
5. machine learning	1,83 %
6. machine learning engineer	1,77 %
7. junior data engineer	1,75 %
8. data science	1,64 %
9. data scientist	1,51 %
10. sql	1,48 %

3

Ansprache und Suche der Zielgruppe oftmals überraschend

4

Als namenhafter Arbeitgeber müssen wir uns in diesem Bereich erst einmal etablieren





Herausforderungen

WAS WAREN DIE HYPOTHESEN



BUDGET

Budget sind in der Regel da, um gesprengt zu werden. Grundhypothese war, dass mit dem Budget ein MVP möglich ist.

STAKEHOLDER

Stakeholdermanagement ist in einer Organisation mit 143 Jahren Historie ein wichtiger, jedoch durchaus zeitintensiver Prozess.

BRAND FIRST

Breuninger zeichnet sich durch eine sehr starke Brand aus. Bisweilen stand jedoch im Raum:
Brand = Employer Brand

PRIORITÄT

Aufgrund der anhaltend guten Erfolge im Recruiting, habe ich die Priorität der Subbrand für die Stakeholder eher niedrig eingeschätzt.



ZIELE & ERFOLGE

HR-ZIELE FÜR DEN REIBUNGSLOSEN ABLAUF



ZIELSTELLUNG

- **Talentgewinnung- und bindung**
 - Anziehung erstklassiger Talente
 - Aufbau eines engagierten und diversen Teams
 - Implementierung von Maßnahmen zur Retention
- **Effektive Onboarding-Programme**
 - Schnelle Integration neuer Mitarbeiter:innen
 - Gewährleistung eines reibungslosen Einstiegs
 - Förderung von Teamzusammenhalt und Unternehmenskultur
- **Schulung und Entwicklung**
 - Aufbau eines qualifizierten und kundenorientierten Teams
 - Förderung von Potentialträger:innen

ZIELGRUPPE

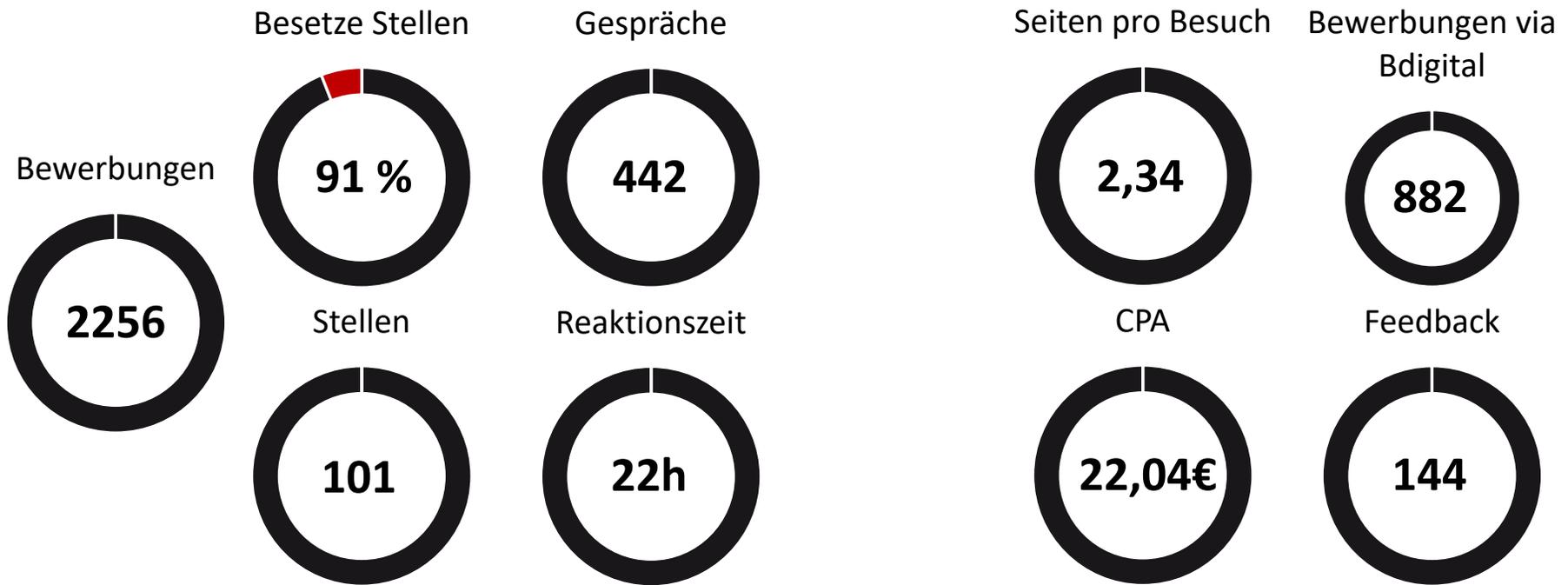
- IT
- Digitales Produktmanagement
- Digital Business & Customer Success

KPIs

- **Anzahl Einstellungen**
- **Anzahl Vorstellungsgespräche**
- **Durchschnittlicher CPA**
- **Reaktionszeit**
- **Seitenaufrufe**



KPIs



A close-up photograph of a computer keyboard. The keys are primarily white, but a diagonal sequence of keys is highlighted in a vibrant blue color. These blue keys are B, R, E, U, N, and I. The surrounding white keys include function keys (F1-F7), alphanumeric keys (A, S, D, F, G, H, Z, X, C, V), and special keys like 'Vol_Dn', 'Vol_Up', 'Mute', and 'Eject'. The text 'KONZEPT & AUSARBEITUNG' is overlaid in red, bold, sans-serif font across the center of the keyboard.

KONZEPT & AUSARBEITUNG

Briefing

RECRUITING MIT STIL: WEN WIR SUCHEN

Wir suchen kreative
Vordenker:innen, die etwas
bewegen wollen.

Von Tradition zu Innovation: Der Bdigital-Weg



Briefing

RECRUITING MIT STIL

3 Standorte

20+ Teams

400+ Kolleg:innen

98 Nationen

Von Tradition zu Innovation: Der Bdigital-Weg



STRATEGISCHE REICHWEITENGENERIERUNG



INSTAGRAM

Wir nutzen den Breuninger Feed und die Story-Funktion, sowie lokalisierte Bezahlformate, um auf das Recruitment aufmerksam zu machen.



FACEBOOK

Wir nutzen den Breuninger Kanal sowie Bezahlformate, um die Zielgruppe von Awareness zu Engagement zu leiten.



LINKEDIN/ XING

Über den Breuninger Kanal und Bezahlformate leiten wir interessierte Personen direkt zur Stellenausschreibung und Bewerbungsmöglichkeit.



GOOGLE ADS

Wir nutzen SEA, um noch mehr Aufmerksamkeit zu generieren und eine breite Zielgruppe zu erreichen.



(D)OOH

Wir nutzen die Reichweite von (D)OOH, um noch mehr Aufmerksamkeit zu generieren und die Lücke zwischen Off- & Online zu schließen.



LOCAL MEDIA

Wir nutzen die Reichweite von lokalen Printmedien, um gezielt auf die Kampagne aufmerksam zu machen.

Herausforderungen

WAS WURDE AUS DEN HYPOTHESEN? NEXT STEPS?



BUDGET

Ging klar.



STAKEHOLDER

Ein wahnsinnig machendes Konstrukt.



BRAND FIRST

Brand Education als mein persönliches Learning.



PRIORITÄT

Erfolge werden immer gerne gesehen.



REICHWEITE

Aktuell generieren wir Reichweite ausschließlich durch die Verlinkung in den Stellenanzeigen + SEO.



CORPORATE
INFLUENCER

Anlehnend an die Reichweitengenerierung.



Dr. Florian Chitic
florian.chitic@breuninger.de





breuninger