

Neue Jobs statt Kurzarbeit

Infinity Media zählt zu jenen Unternehmen, die heuer personell aufgestockt haben.

•• Von Britta Biron

WIEN. Laut der aktuellen AMS-Statistik waren per Ende November 457.197 Personen arbeitslos beziehungsweise in Schulungen (+25% zur Vergleichszeitraum 2019) sowie 276.000 Personen in Kurzarbeit. Und eine rasche Erholung scheint derzeit nicht in Sicht.

Ein Blick auf die Jobportale zeigt allerdings, dass das Arbeitspensum in manchen Bereichen auch steigt. Zu den Unternehmen, die im Corona-Jahr 2020 ihr Team ausgebaut haben, gehört Infinity Media, ein Start-up im Sektor Digital-out-of-Home-Werbung. **medianet** hat mit Nico Schluga, Mitgründer und COO des Unternehmens, gesprochen.

medianet: Herr Schluga, wie viele neue Mitarbeiter wurden heuer eingestellt?

Nico Schluga: Insgesamt vier: zwei für den Sales-Bereich, einen Grafik Designer und einen Technikverantwortlichen.

medianet: Planen Sie einen weiteren Ausbau in den nächsten Monaten und wenn ja, in welchen Bereichen?

Schluga: Ganz klar haben wir vor, unser Team noch weiter zu vergrößern, und zwar in fast allen Bereichen – vermutlich auch in solchen, über die wir bisher vielleicht noch gar nicht nachgedacht haben.

Denn in einer so jungen und dynamischen Branche wie Digital-Out-of-Home eröffnen sich auch immer wieder neue Tätigkeitsbereiche, die man im Recruiting berücksichtigen muss.

medianet: Über welche Kanäle suchen Sie neue Mitarbeiter?

Schluga: Bis jetzt haben wir auf Inserate auf Job-Plattformen



© Infinity Media/Andreas Aust

gesetzt und zusätzlich auch auf Empfehlung aus unserem Netzwerk.

medianet: Betreibt Infinity Media gezieltes Employer Branding bzw. womit kann das Unternehmen Ihrer Meinung nach als Arbeitgeber besonders punkten?

Schluga: Da wir noch relativ

klein und neu am Markt sind, beginnen wir erst allmählich, uns als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Es ist uns dabei sehr wichtig, potenzielle Arbeitnehmer auf persönlicher Ebene anzusprechen und ihnen zu vermitteln, dass wir *mehr* als einen reinen Job bieten, sondern die Möglichkeit, Verantwortung

zu übernehmen und den Erfolg des Unternehmens maßgeblich zu beeinflussen. Zu unserem jungen und dynamischen Mindset gehören weiters Spaß an der Arbeit, die Förderung der Interessen und Stärken jedes einzelnen Mitarbeiters und ein stark ausgeprägter Teamgeist.

medianet: Wie schätzen Sie das Image der Werbebranche am Arbeitsmarkt ein?

Schluga: Die Wahrnehmung der Werbebranche ist generell sehr attraktiv, vor allem bei jungen Menschen. Das liegt wahrscheinlich daran, dass Kreativität, Weltoffenheit und Geselligkeit oft die ersten Assoziationen sind, die

”

Bei uns tauscht keiner Zeit gegen Geld, sondern entwickelt sich mit jeder Sekunde weiter und kommt, im besten Fall, seinen Lebenszielen näher.

Nico Schluga
Co-Founder & COO
Infinity Media

“

man mit einer Tätigkeit in diesem Bereich verbindet. Allerdings gibt es auch in der Werbung – wie in jeder anderen Branche – natürlich auch Schattenseiten. Wir versuchen daher, Bewerbern ein möglichst realistisches Bild zu vermitteln, um falsche Erwartungen, die dann zu Enttäuschungen führen, auszuräumen.