

# Barometer Personalvermittlung 2022

Wachstumspotenziale für ein  
modernes Recruiting

Fokusthema:  
**KI im  
Recruiting**



Titelbild: denisismagilov – stock.adobe.com

## ÜBER DIE INDEX GRUPPE

index Research ist der auf Personalmarktforschung spezialisierte Service der index Gruppe. Mit den Bereichen Arbeitsmarkt, Stellenmarkt und Personal deckt index Research Themen aus dem gesamten HR-Bereich ab, von der Entwicklung und dem Erfolg von Stellenanzeigen über Trends im Arbeits- und Bewerbermarkt bis hin zu spezifischen Fragestellungen des Personalbereichs in Unternehmen.

Weitere Informationen unter [research.index.de](https://www.research.index.de).

index Agentur ist Partner für alle, die sich professionell mit Personalmarktthemen beschäftigen. Die Unternehmensgruppe hilft Unternehmen, sich optimal als Arbeitgeber zu präsentieren und mehr Bewerber zu gewinnen. Für Wirtschaftsförderer und öffentliche Auftraggeber arbeitet index in den Bereichen Standortmarketing und Fachkräftesicherung. Personaldienstleister, Verlage und Jobbörsen unterstützt index mit Vertriebsdaten.

Weitere Informationen unter [hr-marketing.index.de](https://www.hr-marketing.index.de).

Mit index Anzeigendaten ist die Unternehmensgruppe europäischer Marktführer in der Stellenmarktauswertung. Die eigens entwickelte Online-Datenbank erfasst und analysiert kontinuierlich die Veröffentlichung von Stellenanzeigen in über 500 Printmedien und Online-Stellenbörsen sowie rund 250.000 Unternehmenswebsites in insgesamt zehn europäischen Ländern.

Weitere Informationen unter [anzeigendaten.index.de](https://www.anzeigendaten.index.de).

## ÜBER DEN VERBANDSBEREICH PERSONALVERMITTLUNG (VBPV)

Der Verbandsbereich Personalvermittlung (VBPV) des Bundesarbeitgeberverbandes der Personaldienstleister e.V. (BAP) fördert die Arbeits- und Wirtschaftsbedingungen der Personalvermittler und nimmt deren Interessen im politischen Raum wahr. Damit ist der Verbandsbereich erster Ansprechpartner bei Interessen und Fragen rund um das Thema Personalvermittlung. Der VBPV besteht aus zwölf Mitgliedsunternehmen, die wiederum einen Vorsitzenden und einen Stellvertreter aus ihren Reihen wählen. Zweimal im Jahr trifft sich das Gremium zum fachlichen Austausch und organisiert u.a. den jährlich stattfindenden Thementag Personalvermittlung.

Weitere Informationen unter [www.personaldienstleister.de/personalvermittlung](https://www.personaldienstleister.de/personalvermittlung).

## ÜBER DEN BUNDESARBEITGEBERVERBAND DER PERSONALDIENSTLEISTER e.V. (BAP)

Der Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e.V. (BAP) ist die führende Interessenvertretung der Personaldienstleistungsbranche in Deutschland. Als Unternehmens- und Arbeitgeberverband bündelt der BAP die Kräfte der kleinen, mittleren und großen Personaldienstleistungsunternehmen und setzt sich dafür ein, die gemeinsamen Interessen seiner Mitglieder zu wahren und zu fördern. Im BAP sind ca. 1.800 Mitglieder organisiert.

Weitere Informationen unter [www.personaldienstleister.de](https://www.personaldienstleister.de).

**Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt, natürlich beziehen sich die Angaben auf Angehörige aller Geschlechter.**

# Summary

## Mit digitalem Recruiting-Prozess aus der Masse herausstechen

Der Personalmarkt und das Recruiting befinden sich im Wandel. Fachkräfte werden branchenübergreifend händierend gesucht – der Arbeitgebermarkt wandelt sich zum Arbeitnehmermarkt. Unternehmen müssen sich verstärkt bei den Fachkräften bewerben und nicht mehr umgekehrt. Dies führt zu besonderen Herausforderungen für die Recruiter sowohl in den Unternehmen als auch in der Personalvermittlungsbranche. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen: **Künstliche Intelligenz (KI) kann unterstützend dafür eingesetzt werden, effizienter den perfekt passenden Kandidaten zu finden.** Viele Personalvermittler haben auf diesem Gebiet schon einige Erfahrungen sammeln können. **Bereits über die Hälfte der befragten Personalvermittlungsunternehmen setzen KI-Tools im Recruiting-Prozess ein.** Bei größeren Vermittlungsunternehmen mit über 50 Mitarbeitern liegt der Anteil bereits bei über 60 Prozent. Insgesamt geben über die Hälfte der Vermittler an, dass KI im Recruiting in den nächsten fünf Jahren eine entscheidende Rolle spielen wird.

**Anders hingegen bei den auftraggebenden Unternehmen (im Folgenden: Unternehmen): Viele haben auf dem Gebiet des durch KI unterstützten Recruitings noch große Wissenslücken und entsprechenden Nachholbedarf.** Denn rund 80 Prozent der Unternehmen setzen bisher noch nicht auf die Unterstützung der KI. **Kandidaten sind diesem Thema gegenüber deutlich aufgeschlossener als die Unternehmen.** Besonders Matching-Tools und Chat-Bots werden gut angenommen. Auffällig ist dabei: Vor allem die jüngere Zielgruppe ist offen für KI im Recruiting, sofern die individuelle Beratung nicht vernachlässigt wird.

## Erneut hohe Zufriedenheit mit Personalvermittlung

Wie bereits in den Vorjahren konnte eine hohe Zufriedenheit der Kandidaten und der Unternehmen in der Zusammenarbeit mit Personalvermittlungsunternehmen festgestellt werden. **Bei den Unternehmen ist die Zufriedenheit im Vergleich zu den Vorjahren sogar leicht gestiegen.**

Insgesamt 59 Prozent der Kandidaten würden sich bei einem nächsten Arbeitgeberwechsel von einem Personalvermittlungsunternehmen unterstützen lassen. **Potenziale gibt es vor allem in den Berufsgruppen Consulting und Beratung, im Bereich der Infor-**

**mations- und Kommunikationstechnologie (ITK) sowie in der Forschung und Entwicklung.** Insbesondere Fachkräfte bis 35 Jahre wünschen sich verstärkt die Unterstützung bei der Jobsuche.

## Das perfekte Match steht im Vordergrund

Kandidaten haben derzeit eine große Auswahl an Jobangeboten. Das kann den Entscheidungsprozess erschweren. Bei der Zusammenarbeit mit einem Personalvermittlungsunternehmen legen die Kandidaten einen gesteigerten Wert auf die individuelle Betreuung und Beratung und letztendlich auf die Vermittlung des perfekt passenden Top-Jobs. **Die Bedeutung ist im Vergleich zum Vorjahr sogar noch gestiegen.** Neben einem passenden Gehalt wünscht sich der Großteil der Kandidaten attraktive Aufgaben und eine ausgeglichene Work-Life-Balance. Trotz zunehmender Flexibilität ist ein gut zu erreichender Arbeitsort nach wie vor ein wichtiges Entscheidungskriterium, ihm wird derzeit eine erhöhte Bedeutung zugeschrieben. In unsicheren Zeiten punkten die Unternehmen ebenfalls mit unbefristeten Arbeitsverträgen.

Die Unternehmen erwarten bei der Zusammenarbeit mit einer Vermittlung eine zeitnahe Besetzung durch einen Kandidaten, der perfekt zu den Anforderungen passt. Besonders wichtig sind neben den fachlichen Kompetenzen die Soft Skills eines potenziellen Kandidaten.

## Individuelle Direktansprache ist erfolgsversprechend

Personalvermittler setzen im Vergleich zu den Vorjahren noch stärker auf Active Sourcing. Gleichzeitig haben 14 Prozent aller Kandidaten ihren letzten Job über eine Direktansprache gefunden, deutlich mehr als in den Vorjahren. **Neben einer persönlichen Empfehlung aus dem privaten Umfeld gehört die Direktansprache nun erstmals zu den Top Recruiting-Instrumenten.** Zielführend ist ebenfalls die Schaltung der Stellenanzeige auf der eigenen Karriere-Website und auf Indeed, denn über diese Kanäle hat ein Großteil der Befragten den letzten Job gefunden.

## Inhalt

1 Hintergrund, Zielsetzung und Methodik	3
2 Marktdaten	4
3 Fachkräftemangel entgegenwirken: Optimierung des Recruiting-Prozesses	6
<b>4 Fokusthema: KI im Recruiting</b>	<b>8</b>
5 Erfahrung und Nutzung von Personalvermittlungsunternehmen	14
6 Zukünftige Zusammenarbeit mit Personalvermittlungsunternehmen	15
7 Faktoren für die Jobwahl	16
8 Die richtigen Kanäle für die richtige Zielgruppe	17
9 Anforderungen und Erwartungen an Personalvermittlungsunternehmen	20
10 Vier Handlungsempfehlungen	22

# 1

## Hintergrund, Zielsetzung und Methodik

Bereits zum dritten Mal wirft index Research im Auftrag des Verbandsbereichs Personalvermittlung (VBPV) des Bundesarbeitgeberverbandes der Personaldienstleister e. V. (BAP) mit der vorliegenden großangelegten Studie „Barometer Personalvermittlung 2022“ einen 360-Grad-Blick auf aktuelle Trends des Personalmarkts und liefert Personalvermittlern wertvolles Wissen und Empfehlungen für ein erfolgreiches Recruiting.

Die Bekanntheit und das Image der Personalvermittlungsbranche sollen gesteigert werden. Potenzielle Kandidaten und auftraggebende Unternehmen (im Folgenden: Unternehmen) sollen von der Expertise der Vermittlungsunternehmen profitieren und die Personalvermittlung für ihre Personal- bzw. Stellensuche als kompetente, erfahrene und seriöse Partner in Betracht ziehen.

Erstmals wurde in diesem Jahr ein Fokusthema der Studie festgelegt: Im Mittelpunkt steht der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) im Recruiting-Prozess, deren Wahrnehmung und Nutzungsbereitschaft von Kandidaten, Unternehmen sowie Personalvermittlern.

Die Studie bietet ebenfalls spannende Erkenntnisse zu klassischen Recruiting-Themen und bildet seit drei Jahren die Trends und Entwicklungen ab: Welche Erfahrungen konnten Unternehmen und Kandidaten mit Personalvermittlungen sammeln? Wo gibt es noch Potenziale für die Vermittlungsbranche? Was sind die Wünsche und Anforderungen an die Personalvermittler und wie ticken die Kandidaten? Informationen zu den Branchen- und Berufsgruppenschwerpunkten runden die Studie ab.

Datengrundlage für diese Studie sind die Antworten der im Mai und Juni 2022 befragten 1.000 potenziellen Kandidaten\*, 879 Unternehmen und 608 Personalvermittlern. Im Vergleich zu den beiden Vorjahren sind die Teilnehmerzahlen deutlich gestiegen – diese Entwicklung deutet auf einen wachsenden Bedarf bzw. eine gesteigerte Bekanntheit hin.

Es wurden insgesamt drei anonyme Online-Befragungen durchgeführt. In jedem teilnehmenden Unternehmen konnte jeweils nur eine Person den Fragebogen beantworten.

### ZUSAMMENSETZUNG DER STUDIENTEILNEHMER



\*Unter Kandidaten werden im folgenden Personen zwischen 17 und 65 Jahren bezeichnet, die aktuell oder in der Vergangenheit bei einem Arbeitgeber beschäftigt sind bzw. waren.

# 2 Marktdaten

## Kandidaten: Geschlecht, Alter und Berufsebenen

An der Onlinebefragung haben sich, wie bereits in den beiden Vorjahren, insgesamt 1.000 potenzielle **Kandidaten** beteiligt. 442 Personen waren weiblich, 526 männlich und zwei Personen ordneten sich keinem Geschlecht zu. Die jüngsten Teilnehmer waren zwischen 17 und 22 Jahre alt (zehn Prozent). 28 Prozent ordneten sich der Altersgruppe 23 bis 35 Jahren zu. Der größte Anteil (49 Prozent) war im Alter zwischen 36 bis 55 Jahren, 14 Prozent waren 56 bis 65 Jahre alt. Knapp 14 Prozent der Teilnehmer arbeiten im Gesundheitsbereich oder in einem sozialen Beruf. 13 Prozent sind im Bereich Bauwesen und Handwerk beschäftigt, dicht gefolgt von Vertrieblern und Verkäufern (zwölf Prozent der Befragten). Die Berufsgruppenverteilung dieser Befragung spiegelt gleichzeitig die aktuelle Beschäftigtenanzahlen je Berufsbereich sowie das Suchvolumen der personal-suchenden Unternehmen wider<sup>1</sup>. Somit ist die Umfrage repräsentativ nach Geschlecht, Alter und Berufsbereich.

Der Anteil der Fachkräfte mit einer Berufsausbildung ist mit 49 Prozent am größten, gefolgt von akademischen Fachkräften (15 Prozent). Jeder sechste Teilnehmer ist in einer Führungsposition tätig.

## Wechselwilligkeit und Jobsuche

Im letzten Jahr haben 17 Prozent ihren Job gewechselt, in den vergangenen zwei bis drei Jahren war es fast jeder fünfte. 29 Prozent sind seit mehr als zehn Jahren in ihrem jetzigen Job beschäftigt. Aktuell auf aktiver Jobsuche befinden sich 14 Prozent der Teilnehmer. Den größten Anteil an aktuell Jobsuchenden ist in der Berufsgruppe Consulting und Beratung (33 Prozent dieser Berufsgruppe) zu beobachten, gefolgt vom Bereich Sekretariat, Office Management und Verwaltung sowie Gesundheit, Medizin und Soziales (jeweils 17 Prozent).

<sup>1</sup> Bundesagentur für Arbeit: <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Berufe-auf-einen-Blick/Berufe-auf-einen-Blick-Anwendung-Nav.html> sowie index Anzeigendaten

### TOP 10 BERUFSBEREICHE DER KANDIDATEN

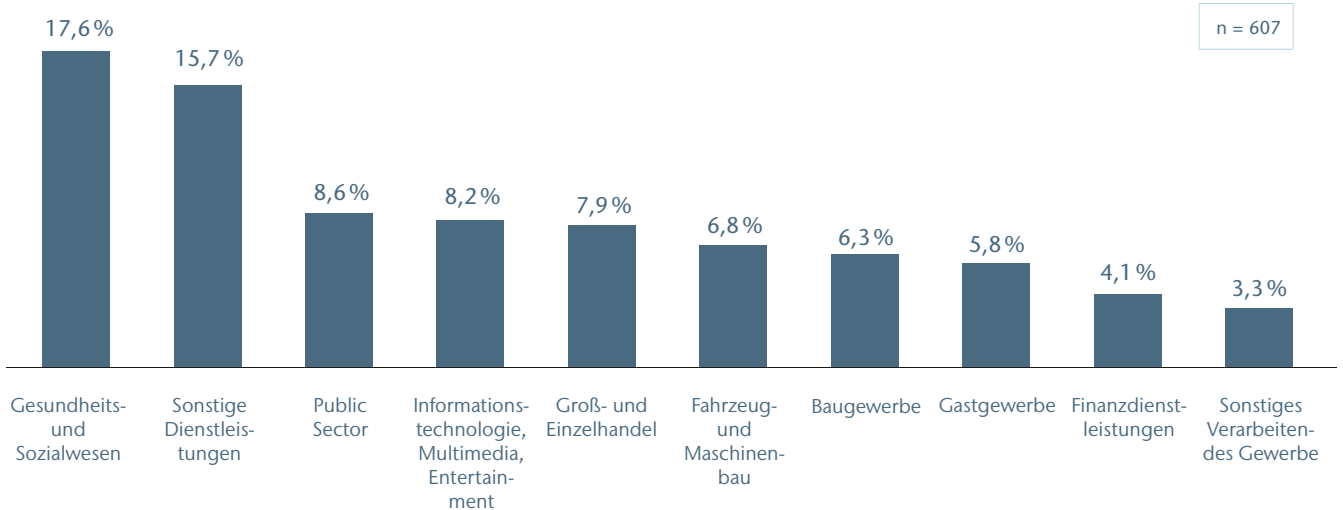


## Unternehmen: Top 10 Branchen

879 **Unternehmen** haben sich an der Befragung beteiligt, davon 34 Prozent kleine Unternehmen unter 50 Mitarbeitern, 40 Prozent mittelständische Unternehmen mit 50 bis 250 Mitarbeitern sowie 26 Prozent mit mehr als 250 Mitarbeitern. Der größte Anteil ordnet sich dem Bereich Gesundheits- und Sozialwesen (18 Prozent) zu, gefolgt von sonstigen Dienstleistungen (16 Prozent), dem Public Sector (neun Prozent) sowie der ITK-Branche (acht Prozent). Die Befragung richtete sich an Entscheidungsträger:

So wurden nur Personen mit Personalverantwortung bzw. Kenntnis zu Personalthemen befragt. Knapp die Hälfte der Teilnehmer sind in einer Führungsposition als Geschäftsführer, Inhaber oder als Personalleitung tätig. Weitere Teilnehmer haben entweder eine Anstellung in der Personalabteilung oder sind Mitarbeiter mit Personalverantwortung aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens.

## TOP 10 UNTERNEHMENSBRANCHEN



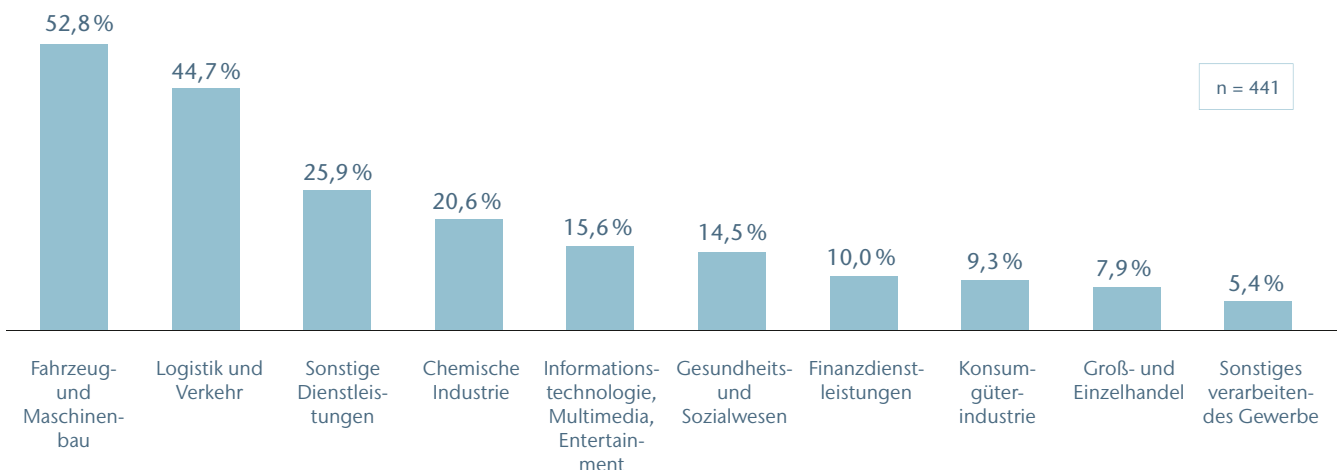
## Personalvermittlungsunternehmen: Zwei Drittel betreiben Zeitarbeit und Vermittlung

Bei der diesjährigen Befragung haben sich deutlich mehr **Personalvermittlungsunternehmen** als im Vorjahr beteiligt. Insgesamt haben 608 Unternehmen an der Befragung teilgenommen. Davon betreiben 24 Prozent der Unternehmen ausschließlich Personalvermittlung, während rund 76 Prozent sowohl Vermittlung als auch Zeitarbeit anbieten. Personalvermittlung wurde vorab definiert als „die Übernahme des Recruiting-Prozesses für ein Kundenunternehmen. Die Vermittlung wird von dem Unternehmen finanziert und nicht seitens der Kandidaten.“ Headhunting (gezielte Abwerbung von Personal) oder Zeitarbeit (befristete Arbeitnehmerüberlassung) wurde über Screeningfragen ausgeschlossen.

Rund 55 Prozent der Teilnehmer sind in Personalvermittlungsunternehmen mit bis zu 50 internen Mitarbeitern beschäftigt; in 18 Prozent sind bis zu 250 Personen für die Vermittlung zuständig. 21 Prozent der Unternehmen beschäftigen mehr als 250 interne Personalvermittler. Auch bei dieser Befragung liegt der Fokus auf den Entscheidungsträgern: Der Anteil der Geschäftsführer, Inhaber und Niederlassungsleitungen beträgt über 50 Prozent.

Den größten Umsatz erzielen die meisten Unternehmen mit der Vermittlung von Fachkräften in den Bereichen Fahrzeug- und Maschinenbau (53 Prozent), gefolgt von der Logistik- und Verkehrsbranche (45 Prozent).

## TOP 10 BRANCHEN, MIT DENEN PERSONALVERMITTLUNGSUNTERNEHMEN DEN HÖCHSTEN UMSATZ ERZIELEN



# 3 Fachkräftemangel entgegenwirken: Optimierung des Recruiting-Prozesses

97 Prozent der befragten **Unternehmen** gaben an, Probleme bei der Gewinnung von Fachkräften zu haben. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Zum einen sorgt der demografische Wandel dafür, dass junge Fachkräfte die Lücke der sinkenden Zahl an Erwerbsfähigen nicht schließen können. Gleichzeitig entstehen durch technische Innovationen und Entwicklungen zum Teil neue Berufsfelder, die besonders spezialisiertes Fachwissen erfordern. Durch die zunehmende Akademisierung haben zudem viele Ausbildungsberufe an Attraktivität verloren.

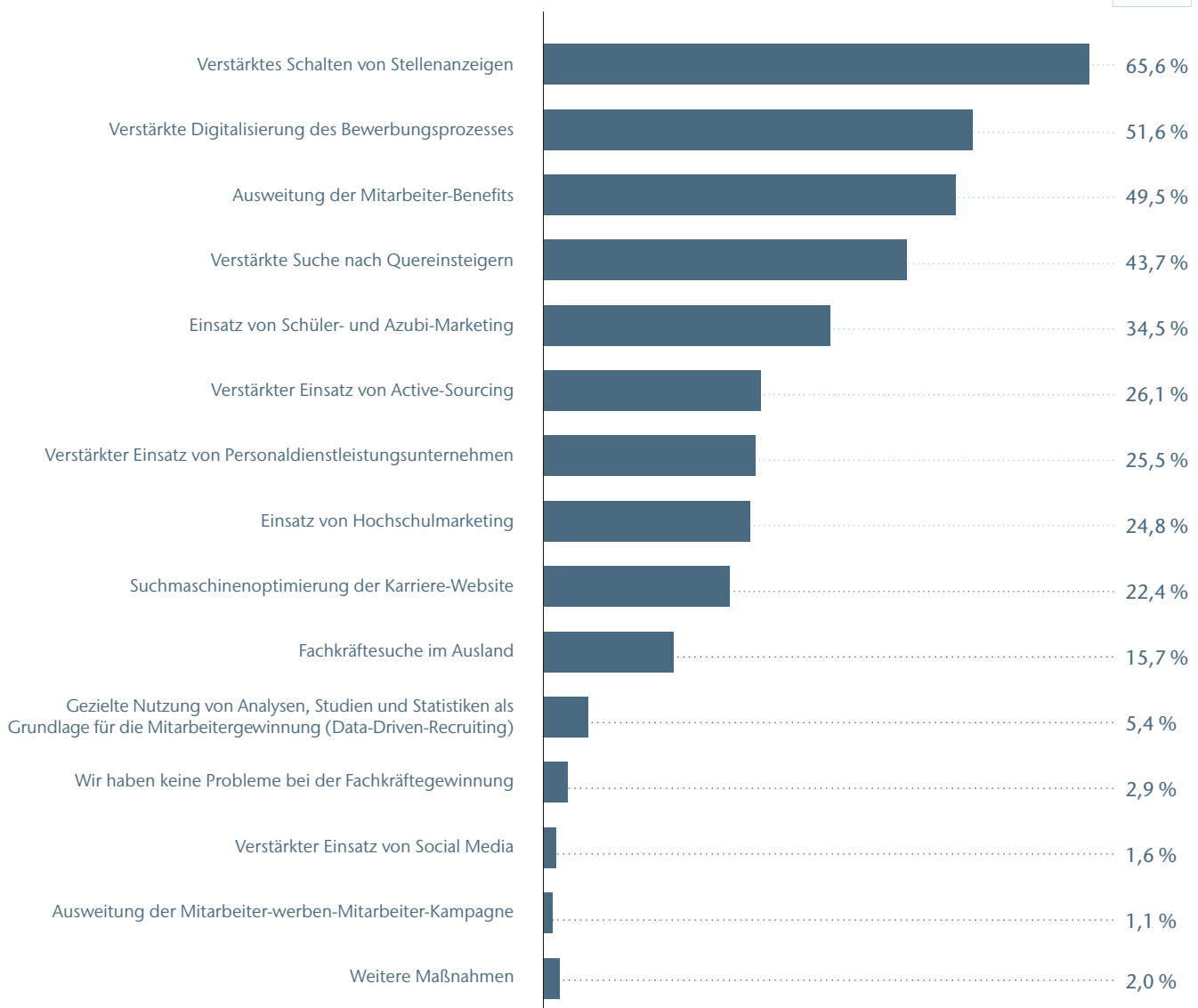
Der Fach- und Arbeitskräftemangel hat in den vergangenen Jahren das Recruiting immer stärker beeinflusst. Die Unternehmen wurden gefragt, auf welche Maßnahmen sie derzeit verstärkt setzen, um Fachkräfte zu gewinnen. 66 Prozent der Unternehmen reagieren mit einem stärkeren Schalten von Stellenanzeigen

in verschiedenen Medien. Diesen Trend beobachtet die Personalmarktforschung index Research bereits seit einigen Jahren durch die Analyse der ausgeschriebenen Jobinsere. Zu Beginn der Corona-Pandemie sind zunächst die Schaltungen deutlich zurückgegangen, doch seit Anfang des Jahres 2021 war das Vor-Corona-Niveau bereits wieder erreicht und seitdem steigen die Ausschreibungen kontinuierlich an.

Neben dem vermehrten aktiven Suchen nach Bewerbern über Stellenanzeigen und der Direktansprache zeigt sich ein deutlicher **Digitalisierungstrend im Recruiting**. Den Recruiting-Prozess zu optimieren und digitaler zu gestalten, ist ein wichtiger Entwicklungsprozess, um sich als attraktiver Arbeitgeber darzustellen. Diesen Schritt gehen über die Hälfte der Unternehmen verstärkt an.

## AUF WELCHE MAßNAHMEN SETZEN SIE VERSTÄRKT, UM FACHKRÄFTE FÜR IHR UNTERNEHMEN ZU FINDEN?

n = 701





Weitere Maßnahmen sind zusätzlich die Ausweitung der angebotenen Mitarbeiter-Benefits (50 Prozent) sowie die verstärkte Suche von Quereinsteigern (44 Prozent). Eine Analyse der Stellenanzeigen zeigt, dass Benefits wie Remote-Work, d. h. das ortsunabhängige Arbeiten, und flexible Arbeitszeiten inzwischen fast schon dem Standard entsprechen, es wird hier also bereits deutlich schwieriger, sich von der Konkurrenz abzuheben.

Ebenfalls wird die Suche nach jungen Fachkräften intensiviert und somit der Einsatz von Azubi- und Schüler-Marketing-Maßnahmen ausgebaut (35 Prozent). Auch Hochschulmarketing (25 Prozent) wird häufig eingesetzt.

Eine angespannte Fachkräftesituation wirkt sich positiv auf die Auftragslage der Personalvermittler aus. Der Arbeitsmarkt verändert sich von einem auftragsbezogenen hin zu einem kandidatenorientierten Markt. Auch die Stellenmarktdaten von index Research zeigen: Jobangebote, veröffentlicht von Personalvermittlern, nehmen deutlich zu. **Denn jedes vierte Unternehmen nutzt stärker als in der Vergangenheit die Expertise der Personalvermittlungsbranche.**

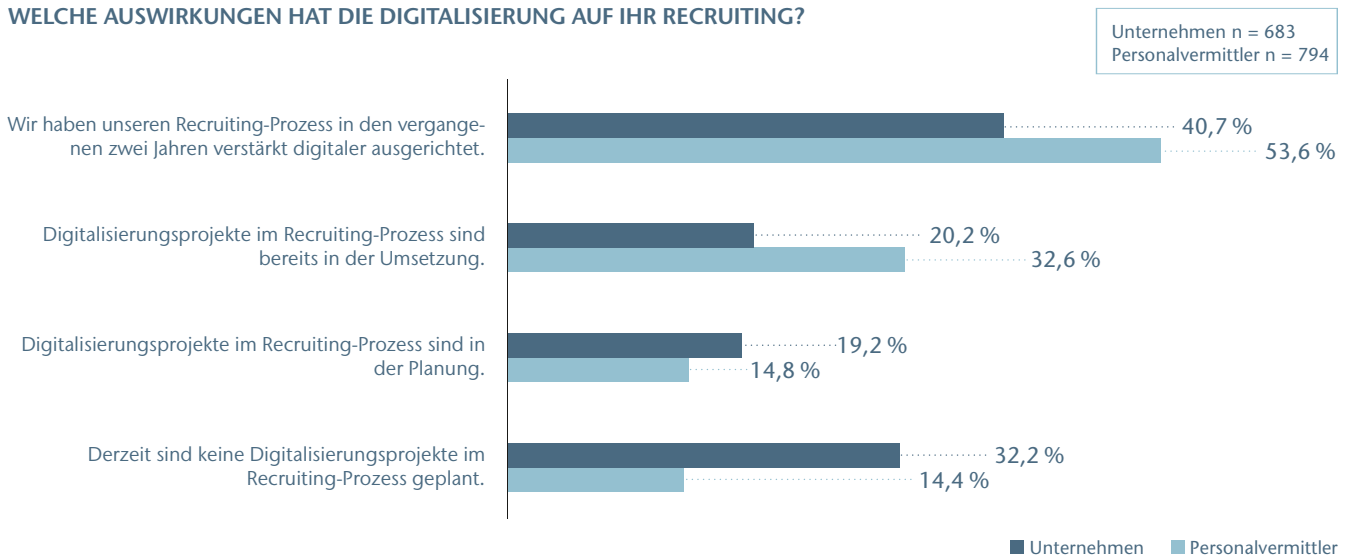
Seltener genannt wurde dagegen die Suchmaschinenoptimierung der eigenen Karriere-Website, damit diese bei der Google-Suche besser zu finden ist.



Hier werden Potenziale verschenkt, denn eine schlechte Auffindbarkeit sorgt für weniger Sichtbarkeit und damit für weniger Kandidaten.

Eine entsprechende Data-Driven-Recruiting-Strategie setzen gerade einmal fünf Prozent der Unternehmen ein, obwohl gezielte Analysen zum Arbeitsmarkt und zu Bewerbern einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil liefern.

## WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DIE DIGITALISIERUNG AUF IHR RECRUITING?



## Personalvermittler stellen sich digital auf

Die Trendthemen Digitalisierung sowie Künstliche Intelligenz (KI) sind tagtägliche Begleiter, nicht nur auf dem Arbeitsmarkt. Neu ist jedoch aktuell das Tempo des Wandels.

Es wurde noch einmal genauer nachgefragt, wie sich in den letzten zwei Jahren der Digitalisierungsstand des Recruiting-Prozesses verändert hat. Danach haben sich 41 Prozent der Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren stärker digital ausgerichtet. Und jede fünfte Firma befand sich zum Zeitpunkt der Befragung in der Umsetzung. Rund ein Fünftel (19 Prozent) planen aktuell einen digitalen Recruiting-Prozess. Knapp ein Drittel gibt an, derzeit keine Digitalisierungsprojekte anzugehen. **Das Digitalisierungspotenzial ist somit bei Weitem nicht ausgeschöpft.**

### Personalvermittlungsunternehmen hingegen legten einen stärkeren Fokus auf einen smarten und digitalen Prozess.

Über die Hälfte dieser Unternehmen hat in den vergangenen zwei Jahren verstärkt seine Recruiting-Prozesse digitalisiert. Gleichzeitig gehen aktuell viele Personalvermittler die Digitalisierung an (33 Prozent) oder planen diese (15 Prozent).

### Digitalisierung im Recruiting eröffnet sowohl den Unternehmen und Personalvermittlern als auch den Kandidaten viele neue Möglichkeiten.

Große Datenmengen werden in kürzester Zeit verarbeitet und mit Hilfe von Algorithmen in sinnvolle und geordnete Informationen umgewandelt. Welche Rolle spielt bei der Digitalisierung von Arbeitsschritten im Recruiting eine KI? Wie wird diese von den Personalvermittlern und Unternehmen eingesetzt und welche Unterschiede gibt es? Wie wird KI von den Kandidaten wahrgenommen?

# 4 Fokusthema: KI im Recruiting

## Personalvermittler sehen größeres Potenzial

Talente mittels KI-basierter Verfahren zu finden ist keine Zukunftsmusik mehr. In Zeiten des Fachkräftemangels, in denen viele offene Stellen immer schneller besetzt werden müssen, setzen die Personalvermittler auf Digitalisierungsprozesse, darunter auch auf KI-Tools, wie die folgenden Ergebnisse zeigen.

Personalvermittler sind bereits etwas vertrauter mit diesem Thema: Über die Hälfte von ihnen sind davon überzeugt, dass KI

im Recruiting in den nächsten fünf Jahren einen wichtigen Stellenwert im eigenen Unternehmen einnehmen wird. Gleichzeitig nehmen 49 Prozent an, dass durch die KI Entscheidungen im Recruiting-Prozess deutlich vereinfacht werden könnten oder in Zukunft können. **Die Unternehmen sind noch etwas zurückhaltender: Gerade ein knappes Drittel stimmt der ersten Aussage zu.** Ob die KI die gewünschte Vereinfachung bringt, sehen die Unternehmen ebenfalls häufiger skeptisch.

### EINSATZ VON KI IM RECRUITING

Unternehmen n = 618  
Personalvermittler n = 442



In den nächsten fünf Jahren wird KI im Recruiting einen sehr wichtigen Stellenwert in unserem Unternehmen einnehmen.

Durch KI im Recruiting können/könnten Entscheidungen in unserem Unternehmen vereinfacht werden.

■ Unternehmen ■ Personalvermittler

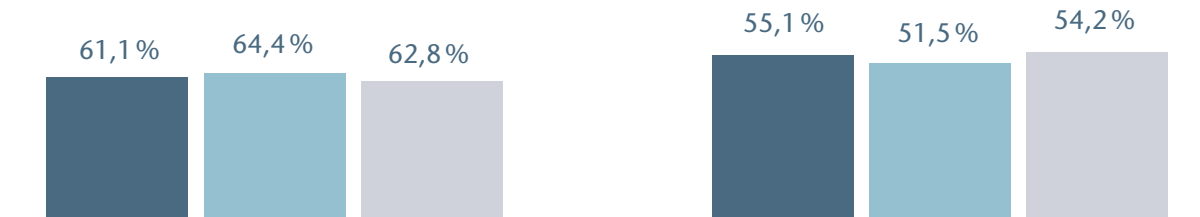
## Ist KI vorurteilsfrei?

Je diverser, desto besser: Führt KI im Recruiting zu mehr Gerechtigkeit? Ein Großteil der Befragten aller drei Gruppen stimmt der Aussage zu, dass KI im ersten Auswahlverfahren Diskriminierungen aufgrund des Alters, Geschlechts oder der Herkunft der Bewerber vermindert. Denn KI entscheidet aufgrund der Faktenbasis und nicht durch subjektive Einschätzungen, Voreingenommenheit und Erfahrungen. Das setzt jedoch

voraus, dass die Programmierung des KI-Algorithmus fair und eben vorurteilsfrei ist. Gleichzeitig geben über die Hälfte der Unternehmen, Kandidaten und Personalvermittler an, dass durch KI auch geeignete verdeckte Talente gefunden werden können, die eine menschliche Auswahl von vorneherein abgelehnt hätte. Doch welche KI-Tools werden von den Personalvermittlern und Unternehmen eingesetzt?

### TRENDTHESEN

Unternehmen n = 613 Personalvermittler n = 441 Kandidaten n = 1.000



KI im Auswahlverfahren von Bewerbern ist vorurteilsfrei. Diskriminierung aufgrund von Alter, Geschlecht und Herkunft wird verhindert.

KI kann Personaler dabei unterstützen, „verdeckte“ geeignete Talente für die vakante Position zu identifizieren, die eine menschliche Auswahl von vorneherein abgelehnt hätte.

■ Unternehmen ■ Personalvermittler ■ Kandidaten

## Personalvermittler sind Vorreiter bei unterstützender KI

Künstliche Intelligenz im Recruiting kann unterstützende (schwache KI) oder selbstentscheidende Funktionen (starke KI) übernehmen. Matching-Tools werden dafür eingesetzt, um eine zeitlich effektivere Auswahl aufgrund von eigens definierten Kriterien zu starten, damit die Personaler eine Vorauswahl qualitativ passender Kandidaten erhalten.

Darüber hinaus kann die KI bereits einen Schritt vorher im Recruiting-Prozess unterstützen. Sie kann zur Stellentitel- und Anzeigenoptimierung eingesetzt werden und in Form von Chat-Bots auf einfache Fragen der Bewerber direkt eingehen. Einen Schritt weiter gehen selbstentscheidende KI-Tools, die beispielsweise im Assessment Center oder bei Bewerbungsgesprächen zum Einsatz kommen.

Die Ergebnisse zeigen auch hier, dass Personalvermittler schon deutlich mehr Erfahrungen mit KI gesammelt haben als die Unternehmen: **In jedem zweiten Personalvermittlungsunternehmen werden KI-Technologien als fester Bestandteil genutzt, in den großen Vermittlungsunternehmen sind es bereits über 60 Prozent. 80 Prozent der befragten Unternehmen geben dagegen an, keine KI-Tools im Recruiting-Prozess zu verwenden.**

**Personalvermittler** nutzen verstärkt Matching-Tools (25 Prozent). 64 Prozent der Personalvermittler sehen sie sogar zukünftig stärker im Fokus als klassische Jobbörsen. Mehr als die Hälfte der Unternehmen stimmt dieser These ebenfalls zu. Gleichzeitig

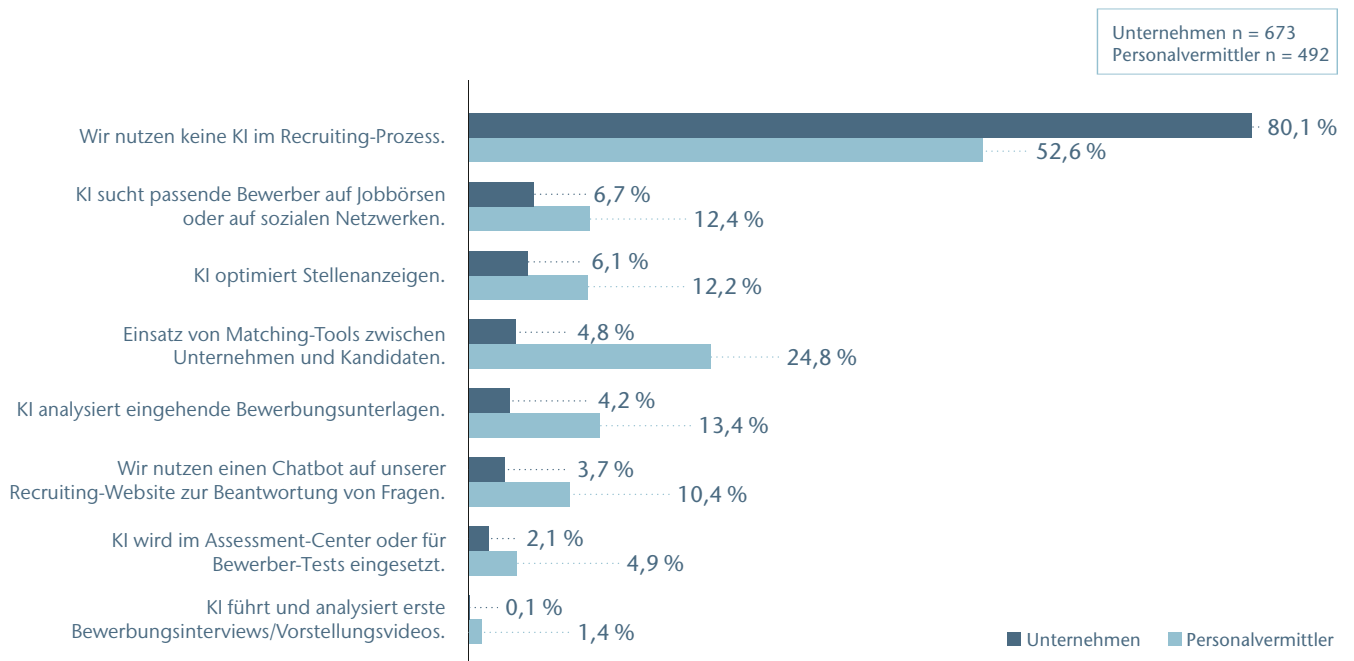
geben fast 60 Prozent der Vermittler an, dass diese Tools bereits zum Alltag gehören, während die Firmen sich wieder etwas zurückhaltender äußern.

Eine KI zur Analyse von eingehenden Bewerbungsunterlagen nutzen 13 Prozent, um im ersten Schritt des Recruiting-Prozesses wertvolle Zeit zu gewinnen. Optimierungen der Stellenaussagen werden von zwölf Prozent genutzt und einen Chat-Bot hat jede zehnte Personalvermittlung auf ihrer Karriere-Website eingebunden. Insgesamt ist den Vermittlern besonders wichtig, mit der Unterstützung der KI das perfekte Match zu schaffen und gleichzeitig Zeit und Ressourcen zu sparen (96 Prozent Zustimmung). Die Kostenersparnis spielt eine untergeordnete Rolle.

Die **Unternehmen** setzen dagegen eher auf Stellenaussagenoptimierung und auf KI-Unterstützung in Jobbörsen und bei Social Media. **Sehr zurückhaltend sind Personalvermittler hingegen bei selbstentscheidenden Tools.** Denn KI im Assessment-Center nutzen bisher fünf Prozent. Bei **Unternehmen** spielen diese Tools keine Rolle.

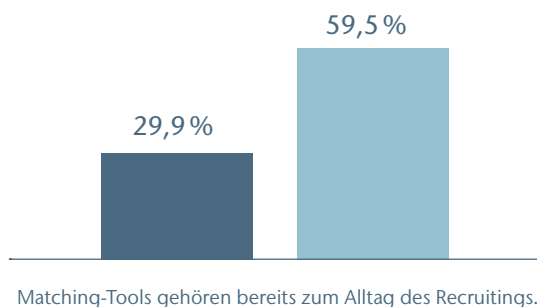
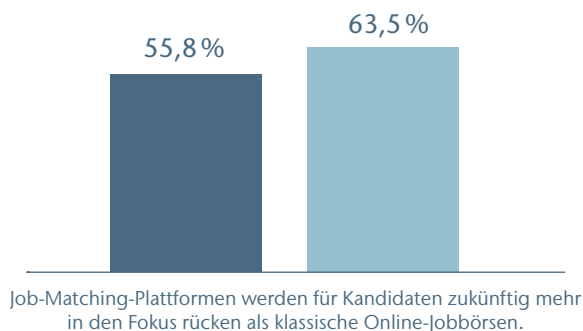
**Rund 80 Prozent der Personalvermittler und der Unternehmen sind sehr zufrieden oder zufrieden mit dem Einsatz der KI.** Besonders positiv bewertet werden Matching-Tools von den Personalvermittlern sowie die Optimierung der Stellenaussagen von Unternehmen.

### WELCHE KI-TOOLS NUTZT IHR UNTERNEHMEN IM BEWERBUNGS- UND AUSWAHLPROZESS?



## JOB-MATCHING-PLATTFORMEN: DIE ZUKUNFT DES RECRUITINGS?

Unternehmen n = 618  
Personalvermittler n = 442



■ Unternehmen ■ Personalvermittler

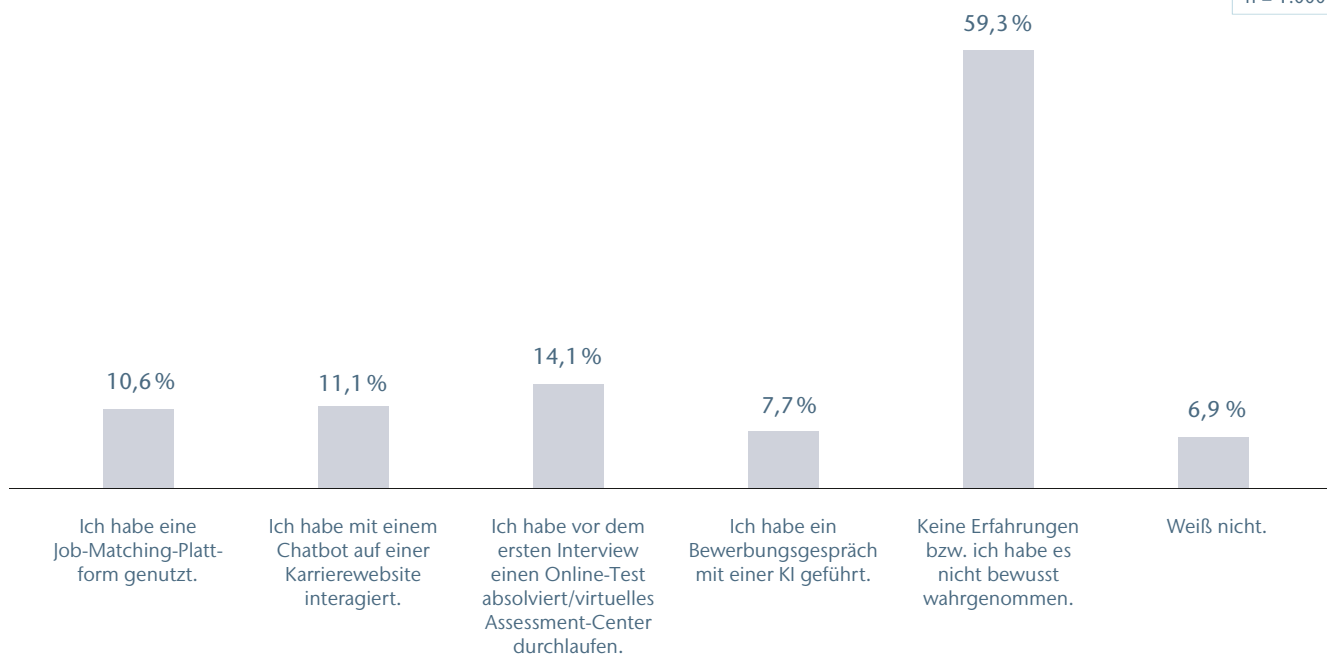
## Kandidaten haben bislang wenig Erfahrung mit KI

Doch wie haben die **Kandidaten** KI im Bewerbungsprozess wahrgenommen und welche Tools wurden bereits selbst verwendet? 59 Prozent der Kandidaten geben an, dass sie noch keine Erfahrungen gemacht bzw. es zumindest nicht wahrgenommen haben, ob KI eingesetzt wurde. Denn oftmals wird KI in der heutigen Zeit gar nicht als solche erkannt. Die Kandidaten, die in den letzten drei Jahren ihren Job gewechselt haben, haben schon deutlich mehr Erfahrungen sammeln können, über 60 Prozent kamen mit einer KI in Berührung.

Einen KI-gestützten Online-Test bzw. ein Assessment-Center haben die meisten Kandidaten durchlaufen (14 Prozent), gefolgt von der Nutzung eines Chat-Bots oder einer Job-Matching-Plattform (jeweils elf Prozent). Immerhin fast acht Prozent hatten bereits ein KI-gesteuertes Bewerbungsgespräch.

## WELCHE ERFAHRUNGEN HABEN SIE BEREITS MIT KI-TOOLS IM BEWERBUNGSPROZESS GEMACHT?

n = 1.000



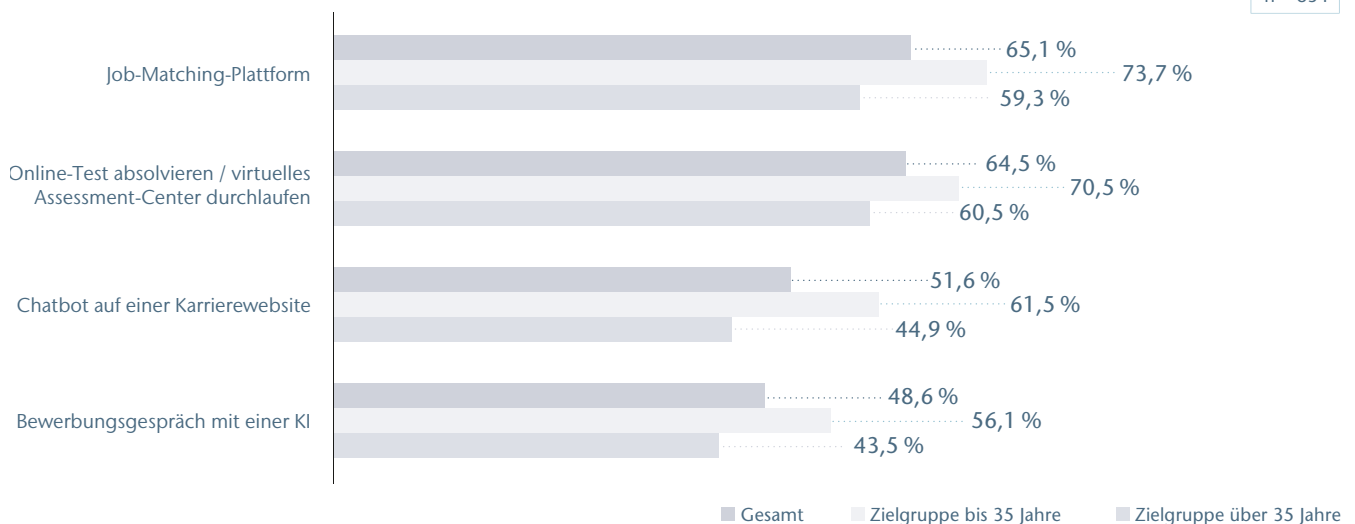
## Kandidaten offen für KI-Tools im Recruiting-Prozess

Obwohl die Kandidaten bisher wenig Erfahrung mit KI im Recruiting-Prozess gesammelt bzw. diese nicht bewusst wahrgenommen haben, ist die Nutzungsbereitschaft für zukünftige Bewerbungsprozesse sehr ausgeprägt. Besonders Job-Matching-Plattformen sind aus Sicht der Kandidaten attraktiv: 65 Prozent würden diese in einem zukünftigen Bewerbungsprozess nutzen, explizit die jüngere Zielgruppe bis 35 Jahre (74 Prozent). Einen KI-gestützten Online-Test oder ein Assessment-Center würden ebenfalls 65 Prozent nutzen, gefolgt von einem Chat-Bot. Gerade die jüngere Zielgruppe ist Schnelligkeit gewohnt und erwartet, in Sekundenschnelle

einfache Fragen beantwortet zu bekommen oder Termine zu vereinbaren. Ein Bewerbungsgespräch mit einer KI würde rund die Hälfte der Kandidaten führen. Bei der Auswertung nach Berufsgruppen zeigt sich: Fachkräfte aus den Bereichen Marketing, PR, Werbung (43 Prozent aller Fachkräfte dieses Bereichs), Organisation und Projektmanagement (40 Prozent), IT und Telekommunikation (36 Prozent), Forschung und Entwicklung (35 Prozent) und Transport, Verkehr, Logistik und Lager (32 Prozent) sind besonders offen für KI im Recruiting-Prozess. Zurückhaltender sind Fachkräfte aus den Bereichen Gesundheit, Medizin und Soziales (22 Prozent) sowie Rechts- und Steuerwesen (18 Prozent).

### WELCHE KI-TOOLS WÜRDEN SIE IN EINEM ZUKÜNFTIGEN BEWERBUNGSPROZESS NUTZEN?

n = 834



## Unternehmen sind noch zurückhaltender

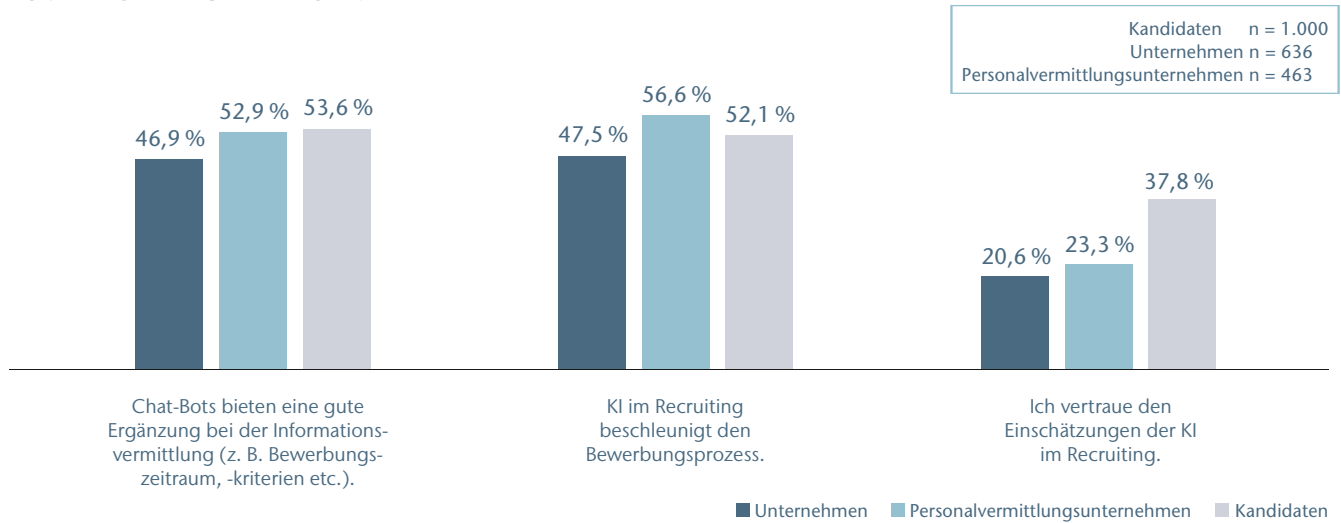
Unternehmen, die bisher keine KI im Recruiting einsetzen, stehen einer zukünftigen Nutzung mit gemischten Gefühlen gegenüber. Die Personalvermittler sind hier etwas offener. **Fast 60 Prozent sind überzeugt, dass KI zur Beschleunigung des Recruiting-Prozesses beiträgt und damit die Vermittlung attraktiver für Kandidaten und Unternehmen verläuft.** Auch über die Hälfte der Kandidaten stimmen dieser These zu.

Sehr großes Potenzial sehen sowohl Personalvermittler als auch Unternehmen bei KI-Tools zur Optimierung von Stellenanzeigen

sowie Matching-Tools. Über 60 Prozent der Vermittler und über die Hälfte der Firmen würden zukünftig diese KI-Tools in das Recruiting integrieren.

Chat-Bots auf der Karriere-Website sind besonders für große Personalvermittlungsunternehmen relevant. Unternehmen mit mehr als 150 Mitarbeitern sehen hier ebenfalls Unterstützungspotenzial, organisatorische Fragen unkompliziert zu beantworten. Mehr als die Hälfte der Kandidaten sehen in Chat-Bots eine gute Ergänzung bei der Informationsvermittlung.

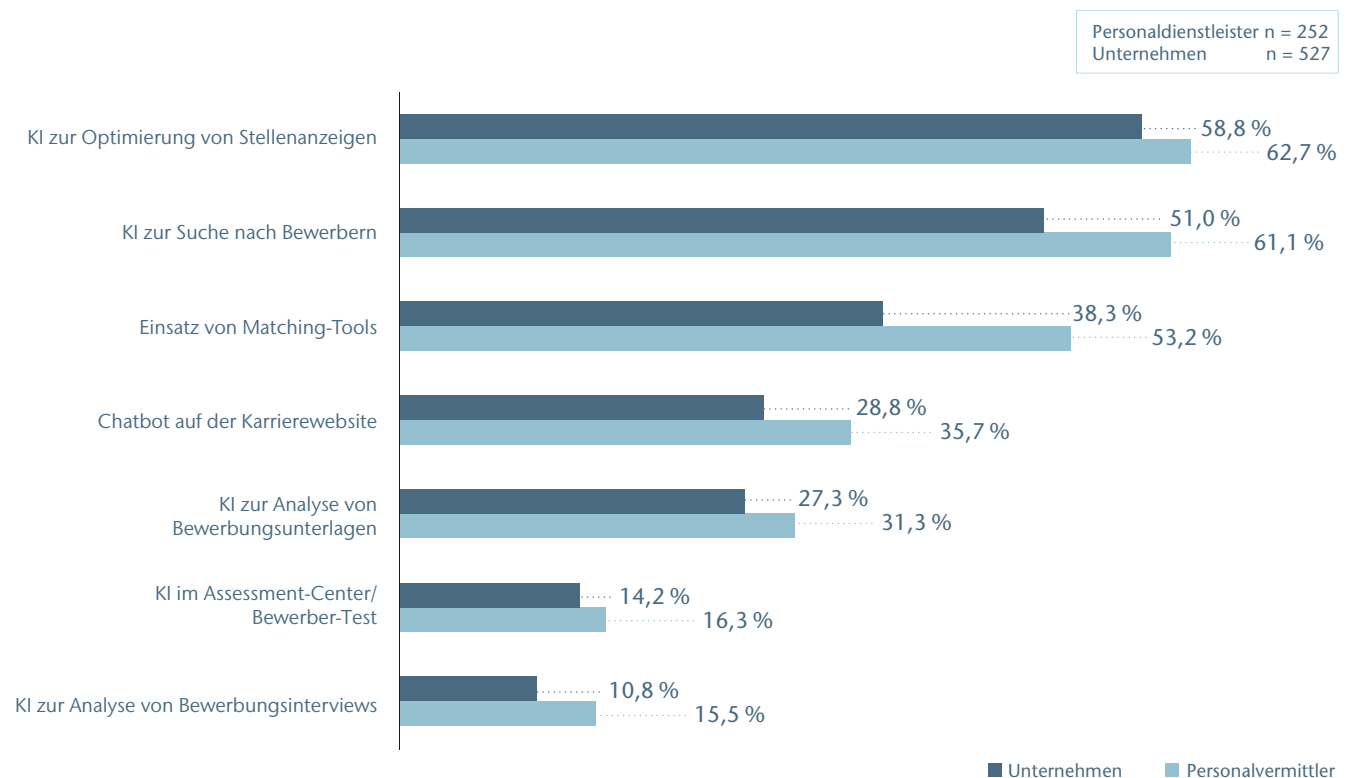
## VORTEILE UND NACHTEILE VON KI



**Etwas weniger überzeugt sind Unternehmen und Personalvermittler, wenn die KI eigene Entscheidungen im fortgeschrittenen Bewerbungsprozess trifft.** Nur 23 Prozent der Personalvermittler und 21 Prozent der Unternehmen geben an, der selbstentscheidenden KI zu vertrauen. Bei den Kandidaten ist das Vertrauen ausgeprägter. Gleichzeitig würden nur 31 Pro-

zent der Personalvermittler und 27 Prozent der Unternehmen auf KI-Tools zur Analyse von Bewerbungsunterlagen zurückgreifen. **Ebenfalls skeptisch sind die Befragten bei einem KI-Einsatz im Assessment-Center.** Immerhin 16 Prozent der Vermittler könnten sich in Zukunft vorstellen, eine KI zur Analyse von Bewerbungsinterviews zu nutzen.

## KÖNNTEN SIE SICH VORSTELLEN, ZUKÜNFTIG KI IM RECRUITING ZU INTEGRIEREN?

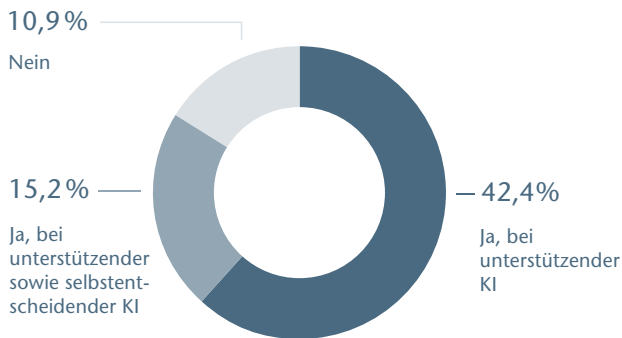


## Fortschrittsversprechend: KI-Tools als Unterstützung nutzen

Obwohl die **Unternehmen** sich bei der Nutzung von KI-Tools noch zurückhalten, befürwortet ein Großteil der Firmen, die mit Personalvermittlern zusammenarbeiten, den Einsatz von KI im Vermittlungsprozess. Nur elf Prozent lehnen KI vollständig ab.

**BEFÜRWORTEN SIE DEN EINSATZ VON KI IM BEWERBUNGS- UND RECRUITING-PROZESS BEI DEM VON IHNEN AUSGEWÄHLTEN PERSONALVERMITTLUNGSUNTERNEHMEN?**

n = 492



Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass KI im Recruiting-Prozess noch nicht vollständig akzeptiert wird. **Es wächst jedoch die Bereitschaft und vor allem die Kandidaten sind offen für KI-Technologien.**

**Es sollte daher zukünftig das Ziel sein, KI-Technologien im Recruiting bewusst dort zu nutzen, wo Zeit- und Kosteneinsparungen möglich sind und Entscheidungen vereinfacht werden können, ohne dass die individuellen Wünsche des Kandidaten vernachlässigt werden.**

Gleichzeitig kann die KI Diskriminierung im ersten Auswahlprozess minimieren, sofern die Auswahlkriterien vorurteilsfrei formuliert wurden. **Personalvermittlungsunternehmen können ihren Vorsprung nutzen und sich als Experten für KI-Recruiting positionieren.** Denn sie haben neben den Ressourcen vor allem die Motivation, die Digitalisierung im Recruiting voranzutreiben. Schließlich suchen sie deutlich mehr Kandidaten als ein klassisches Unternehmen. Je nach Branchenspezialisierung und Zielgruppenorientierung, beispielsweise im ITK-Bereich und einer jungen Zielgruppe, kann zur Unterstützung zukünftig KI häufiger eingesetzt werden.

**Entscheidend dabei ist jedoch: Der persönliche Kontakt zum Kandidaten darf nicht vernachlässigt werden und sogenanntes „Robot Recruiting“ ohne menschlichen Kontakt**

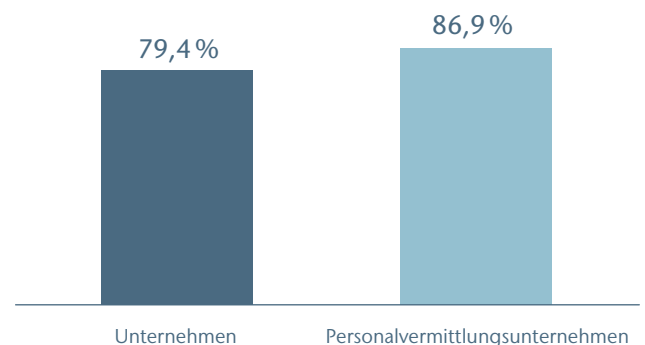
**sollte auch in Zukunft nicht zum Standard werden.** Der These, dass KI *allein* nicht über das perfekte Match entscheiden sollte, stimmen Unternehmen und Personalvermittler deutlich zu.



Im „War for Talents“ ist ein schneller und transparenter Recruiting-Prozess, in dem ein persönlicher Ansprechpartner zur Verfügung steht, ein entscheidender Faktor für Kandidaten, einen neuen Job anzunehmen.

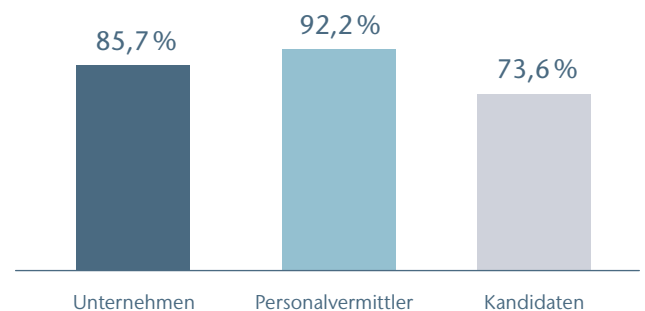
### KI ALLEINE KANN NICHT ÜBER DAS PERFEKTE MATCHING ZWISCHEN KANDIDAT UND UNTERNEHMEN ENTSCHEIDEN

Personalvermittler n = 442  
Unternehmen n = 618



### DER PERSÖNLICHE KONTAKT ZU DEN UNTERNEHMEN/ PERSONALVERMITTLERN MUSS WEITERHIN IM VORDERGRUND STEHEN.

Unternehmen n = 636  
Personalvermittler n = 463  
Kandidaten n = 1.000



# 5 Erfahrung und Nutzung von Personalvermittlungsunternehmen

## Personalvermittlungen werden stärker in Anspruch genommen

Neben der stärkeren Schaltung von Stellenanzeigen auf Online-Jobbörsen und der Digitalisierung von Recruiting-Prozessen geben rund 25 Prozent der Unternehmen an, in Zukunft verstärkt auf Personalvermittlungsdienstleistungen zurückzugreifen. Wie zufrieden sind denn die Unternehmen und Kandidaten mit den Personalvermittlern und wie gestaltet sich die Zusammenarbeit in Zukunft?

59 Prozent der befragten **Unternehmen** nehmen derzeit die Dienste eines Personalvermittlungsunternehmens in Anspruch oder taten dies in der Vergangenheit. Damit ist der Anteil im Vergleich zur vorherigen Studie bereits um fünf Prozentpunkte gestiegen, was die These des steigenden Bedarfs an Unterstützung bestätigt. Ebenfalls etwas gestiegen ist die Zufriedenheit der Zusammenarbeit im Vergleich zum Vorjahr: **73 Prozent der Unternehmen bewerten die Erfahrungen als sehr positiv oder eher positiv, was einem Anstieg um rund drei Prozentpunkte entspricht.** Nur ein Prozent hat in der Vergangenheit sehr negative Erfahrungen gesammelt.

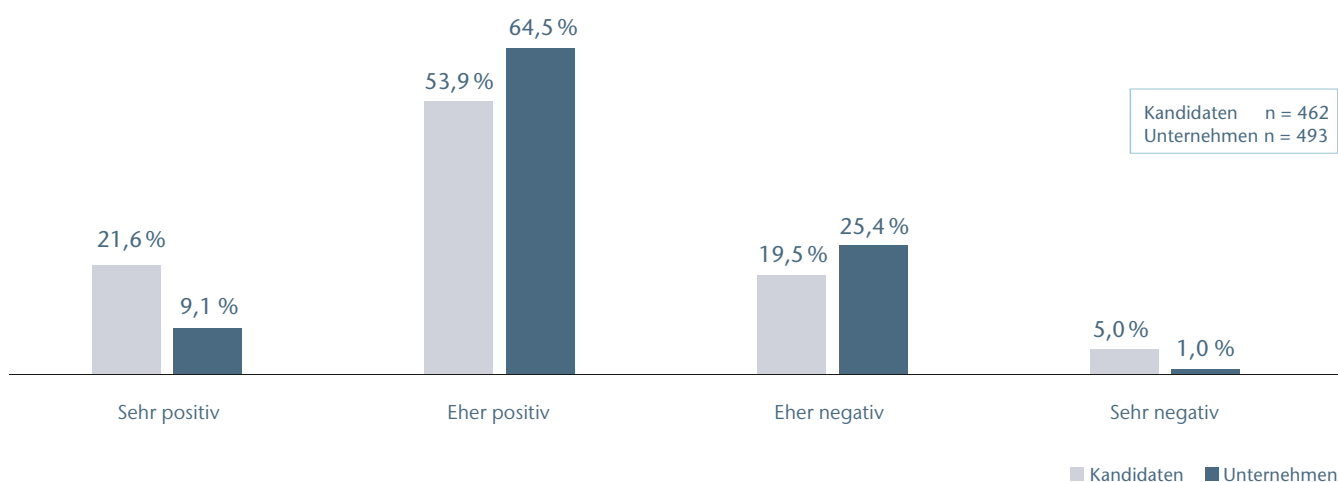
Ebenfalls spannend sind die Ergebnisse, wie viele Personalvermittlungsunternehmen gleichzeitig beauftragt werden. Denn hier geht der Trend weiter zur Exklusivität. Knapp die Hälfte der Unternehmen beauftragt lediglich eine Vermittlung. Im letzten Jahr waren es nur 43 Prozent.

Von den Unternehmen, die bislang noch keine professionelle Personalvermittlung in Anspruch genommen haben, wurden unterschiedliche Gründe angeführt. Sie gaben unter anderem an, ausschließlich selbst zu suchen (79 Prozent), mit der Bundesagentur für Arbeit (55 Prozent) zusammen zu arbeiten oder auf interne Personalausbildung (31 Prozent) zu setzen. Der Kostenfaktor (37 Prozent) spielt dabei insgesamt eine etwas geringere Rolle als 2021. Geringes Vertrauen wurde ebenfalls seltener als im Vorjahr angegeben.

Und wie sieht es auf der Seite der **Kandidaten** aus? Hier haben bereits 46 Prozent der befragten Kandidaten eine Vermittlung in Anspruch genommen. Im Vergleich zu den beiden Vorjahren hat sich dieser Anteil nicht signifikant verändert. **Die Erfahrungen sind, wie bei den Unternehmen, ebenfalls größtenteils positiv: 76 Prozent gaben sehr positiv oder eher positiv an.** Jedoch ist die Zufriedenheit im Vergleich zu den letzten beiden Befragungen geringfügig gesunken.

Insgesamt haben Frauen bisher etwas bessere Erfahrungen gesammelt als Männer (76 Prozent vs. 74 Prozent). Auch jüngere Kandidaten kamen schon häufiger mit einer Vermittlung in Berührung und geben eine größere Zufriedenheit an.

## WIE WAREN IHRE ERFAHRUNGEN MIT PERSONALVERMITTLUNGSUNTERNEHMEN?





# 6 Zukünftige Zusammenarbeit mit Personalvermittlungsunternehmen

## Potenziale nutzen: Qualifizierte Fachkräfte wünschen Unterstützung

Ein gutes Signal für die Personalvermittlungsbranche: Momentan haben Kandidaten auf dem Arbeitsmarkt sehr gute Chancen und Perspektiven. Die Arbeitslosigkeit ist auf einem historisch niedrigen Niveau<sup>2</sup> und der demografische Wandel führt dazu, dass in den kommenden Jahren viele Stellen neu besetzt werden müssen. **Trotzdem würde sich ein Großteil der Kandidaten für die Expertise der Vermittler bei der nächsten Jobsuche entscheiden: 59 Prozent der Kandidaten beantworten die Frage, ob sie beim nächsten Arbeitgeberwechsel die Dienste eines Personalvermittlungsunternehmens in Anspruch nehmen würden, mit ja.** Bei Männern (61 Prozent) ist die Bereitschaft etwas höher als bei Frauen (57 Prozent). Außerdem zeigt sich, dass besonders die jüngere Zielgruppe bis 35 Jahre offen für eine Zusammenarbeit ist (66 Prozent). Mit zunehmendem Alter sinkt die Zustimmung (36–55 Jahre: 61 Prozent; über 56 Jahre: 36 Prozent), gleichzeitig ist bei älteren Arbeitnehmern jedoch insgesamt die Wechselbereitschaft unabhängig von einer Vermittlung weniger stark ausgeprägt.

Sehr spannend ist die Auswertung nach verschiedenen Berufsgruppen und Potenzialen. Bei Fachkräften aus dem Bereich Consulting und Beratung liegt die Zustimmung bei über 90 Prozent. Hier ist der Anteil im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen (plus 17 Prozentpunkte). Ebenfalls hoch ist die Zustimmung bei Fachkräften im Bereich Einkauf (82 Prozent), Marketing (75 Prozent) sowie in der IT und Telekommunikation (72 Prozent).

<sup>2</sup> <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Konjunkturindikatoren/Arbeitsmarkt/arb210a.html>



Gerade in den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie in der Wissenschaft, Aus- und Weiterbildung, die ebenfalls eine hohe Vermittlungsbereitschaft aufweisen, sind bisher wenige Personalvermittler vertreten. Hier können Personalvermittler ansetzen.

Die Potenziale sind jedoch längst noch nicht ausgeschöpft: Knapp ein Viertel der Kandidaten gibt an, in Zukunft keine Personalvermittlungen nutzen zu wollen. Als Grund dafür wird unter anderem die eigenständige Jobsuche, für die keine Unterstützung benötigt wird (68 Prozent), angegeben. Um auch diese Zielgruppe zu erreichen, müssen Personalvermittler noch einmal stärker ihre Kernkompetenzen in den Vordergrund stellen. Es gilt außerdem, eine transparente und authentische Basis zu schaffen, um Vertrauen zu generieren. Denn mangelndes Vertrauen in die Vermittlung geben 38 Prozent der Kandidaten als weiteren Grund an, gefolgt von 19 Prozent, die in der Vergangenheit schlechte Erfahrungen gemacht haben. **Erfreulich ist der Rückgang des Anteils der Befragten, die angaben, sich mit Personalvermittlung nicht auszukennen (sechs Prozent). In den letzten beiden Befragungen lag der Anteil hier deutlich über 15 Prozent. Das bedeutet, die Bekanntheit der Personalvermittlungsbranche und das Verständnis für die Vermittlungen wächst.** Insgesamt 17 Prozent möchten ihren Job in Zukunft nicht (mehr) wechseln.

## WÜRDEN SIE EVENTUELL BEIM NÄCHSTEN ARBEITGEBERWECHSEL DIE DIENSTE EINER PERSONALVERMITTLUNG IN ANSPRUCH NEHMEN?

Zustimmung nach Berufsgruppen

n = 1.000



# 7 Faktoren für die Jobwahl

## Gehalt allein ist nicht alles. Was muss der (neue) Job bieten?

Eine entscheidende Frage im Bewerbungsprozess: Mit welchen Faktoren punkten Unternehmen bei den Kandidaten? Natürlich sind die Jobauswahlfaktoren eine sehr individuelle Fragestellung und meist ist das Zusammenwirken mehrerer Faktoren entscheidend. Doch zeigen die Befragungsergebnisse der 1.000 Kandidaten eine gewisse Tendenz und leichte Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig unterscheidet sich die Sicht der Unternehmen und Personalvermittler leicht.

Viele Bewerber schauen zuerst auf das Gehalt: Wie in den beiden Vorjahren ist die Entlohnung der wichtigste Jobwahlfaktor für die meisten Kandidaten (65 Prozent). Zwischen Männern und Frauen zeigt sich kein Unterschied in den Ergebnissen. Personalvermittler schätzen das Gehalt sogar noch einmal wichtiger (71 Prozent) ein als die Kandidaten und die Unternehmen (55 Prozent).

Doch nicht allein die Höhe des Gehaltseingangs am Ende des Monats ist ausschlaggebend. Ein flexibles Arbeitszeitmodell (32 Prozent) und attraktive Aufgaben (41 Prozent) sind für die Kandidaten ebenfalls besonders entscheidend. Vor allem jüngere Fachkräfte legen einen hohen Wert auf freie Zeiteinteilung, gleichzeitig geben mehr Frauen als Männer an, sich flexible Arbeitszeiten zu wünschen.

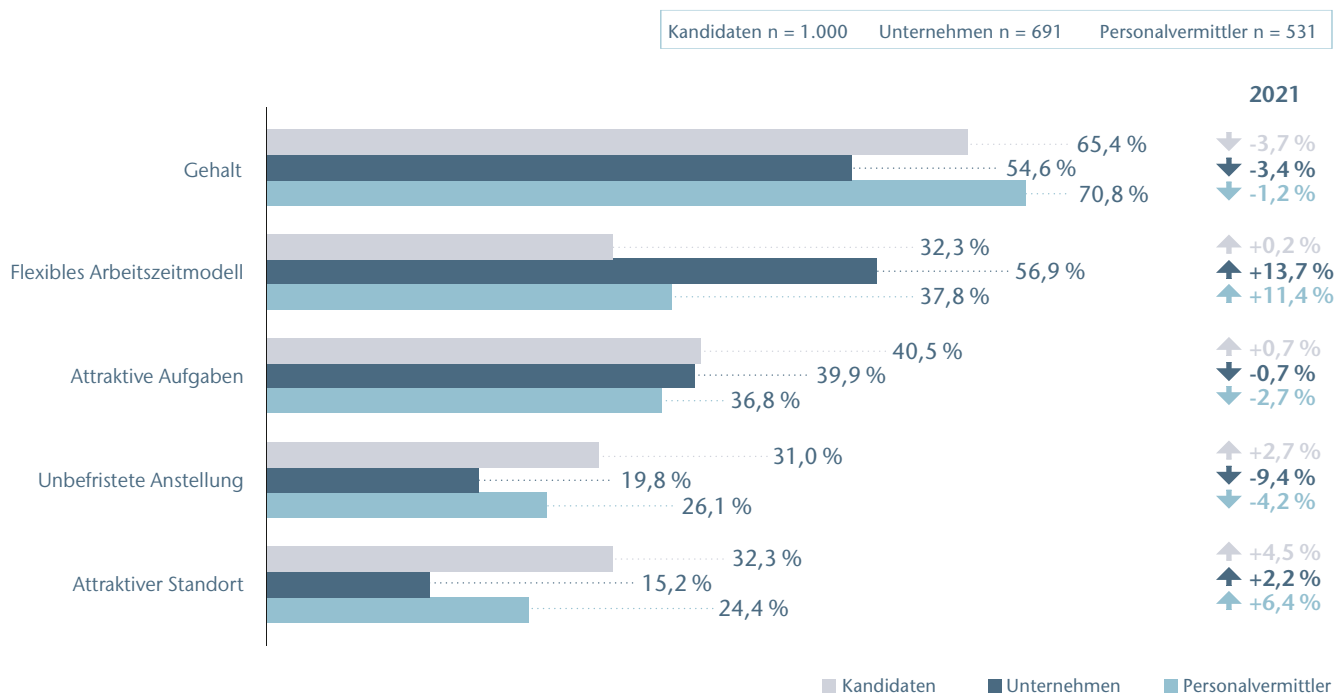
**Flexibles bzw. digitales Arbeiten hat während der Coronapandemie deutlich an Bedeutung gewonnen und scheint nun auf dem Arbeitsmarkt endgültig angekommen zu sein.**

Noch in den vergangenen beiden Studien wünschten sich die Kandidaten verstärkt unterschiedliche Arbeitszeitmodelle von den Unternehmen. In diesem Jahr zeigen die Ergebnisse erstmals, dass auch Firmen und Personalvermittler erkennen, welchen Stellenwert flexibles und mobiles Arbeiten einnimmt. Unternehmen schätzen das flexible Arbeiten sogar als wichtigsten Auswahlfaktor ein (57 Prozent), der Anstieg zum Vorjahr beträgt knapp 14 Prozentpunkte.

Deutlich gestiegen ist aus Sicht der Kandidaten ein attraktiver Standort des Unternehmens (plus vier Prozentpunkte). Obwohl Remote-Work inzwischen verbreiteter ist als noch vor ein paar Jahren, spielt in diesem Jahr wieder verstärkt der Arbeitsplatz und dessen Erreichbarkeit eine Rolle. Unternehmen unterschätzen diesen Faktor etwas im Vergleich zu den Kandidaten.

Sehr relevant, aber nicht zu den entscheidenden Faktoren zählen für die Kandidaten das Image des Unternehmens, neue Herausforderungen sowie Karriereperspektiven.

### TOP 5 JOBAUSWAHLFAKTOREN



# 8 Die richtigen Kanäle für die richtige Zielgruppe

## Persönliche Ansprache, Empfehlung und Indeed: So werden Kandidaten erreicht

Sind die **Personalvermittler** auf den richtigen Kanälen unterwegs, um ihre Zielgruppe zu erreichen?

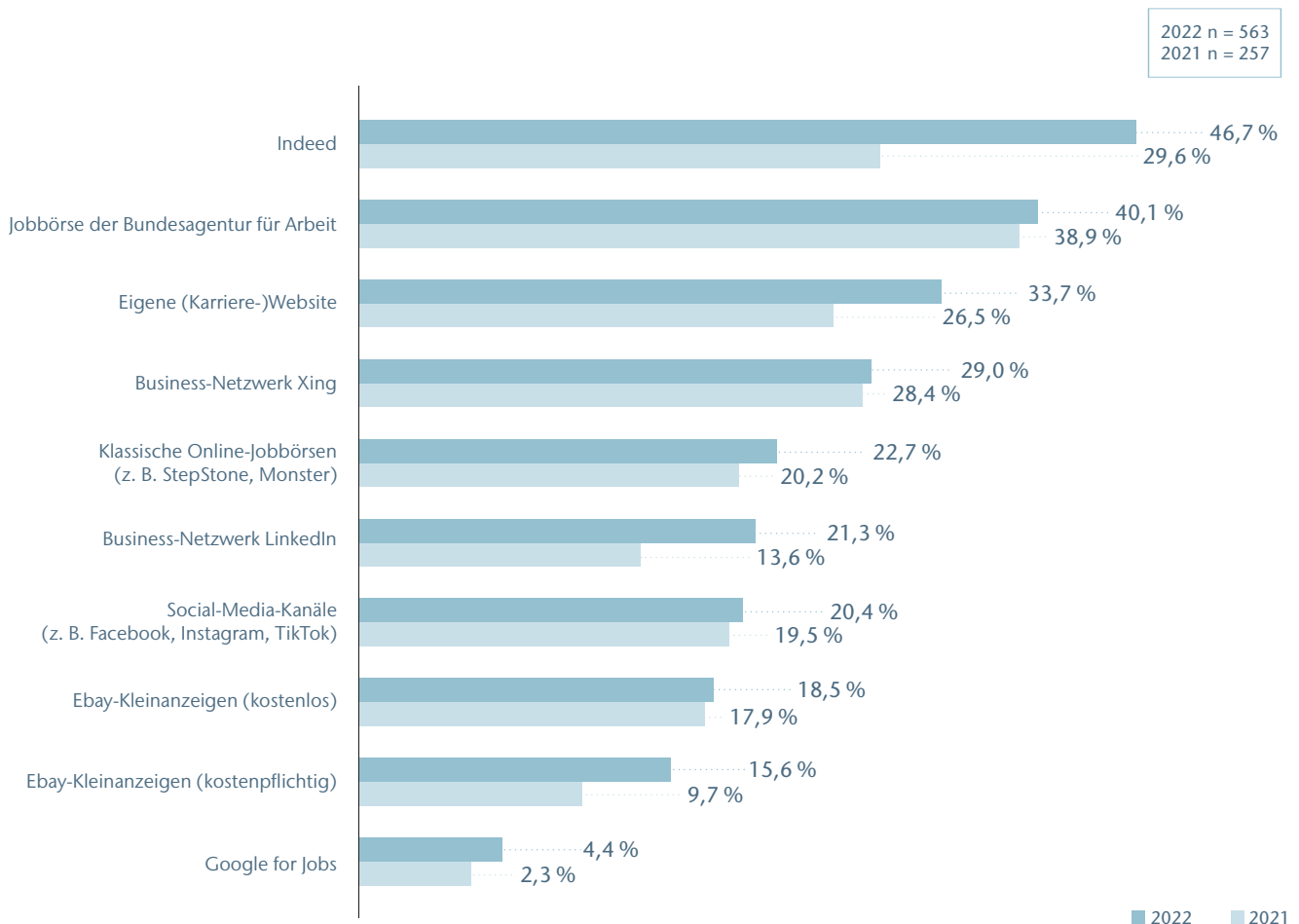
Zunächst zeigt sich: **Personalvermittler setzen noch stärker auf Active Sourcing als in den vergangenen zwei Jahren.** Es wurde gefragt, wie sich das Verhältnis zwischen klassischem Recruiting wie Anzeigenschaltung und Direct Search verteilt: 40 Prozent geben an, beide Maßnahmen gleichermaßen einzusetzen. Der Anteil der Firmen, die überwiegend Active Sourcing und ergänzend klassisches Recruiting anwenden, ist im Vorjahresvergleich gestiegen und beträgt nun 19 Prozent. Ausschließlich klassisches Recruiting nutzen nur noch sechs Prozent, drei Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Nur Active Sourcing betreiben lediglich drei Prozent der Personalvermittler.

Doch über welche Kanäle werden die meisten Kandidaten gefunden? Die eigene Kandidaten-Datenbank und die darauf-

folgende persönliche Ansprache belegt den ersten Platz. Im Vergleich zur letzten Befragung zeigen sich im weiteren Ranking einige Veränderungen: Indeed ist der Kanal Nummer eins für die Veröffentlichung von Stellenanzeigen und löst damit die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit ab. Auch die eigene Karriere-Website hat deutlich an Bedeutung gewonnen: Neben offenen Stellenangeboten befinden sich hier zusätzlich alle weiterführenden Informationen an einem Ort.

Doch neben den kostenfreien Möglichkeiten ist ebenfalls eine gewisse Investition in Stellenanzeigen wichtig: Das Business-Netzwerk XING gehört ebenfalls zu den Top Kanälen, um Kandidaten zu rekrutieren. Gleichzeitig nimmt die Beliebtheit des internationaleren Businessnetzwerks LinkedIn im Vergleich zum letzten Jahr deutlich zu (plus sieben Prozentpunkte). Klassische Jobbörsen folgen auf dem sechsten Platz und sind ebenfalls wieder etwas wichtiger geworden.

### ÜBER WELCHE KANÄLE WERDEN DIE MEISTEN VERMITTELTEN KANDIDATEN GEFUNDEN?



## Empfehlungsmarketing zahlt sich aus, Direktansprache und Indeed hoch im Kurs

Die Direktansprache ist sehr erfolgreich, wie die Antworten auf die Frage, wo bzw. wie die **Kandidaten** ihren letzten Job gefunden haben, zeigen. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil hier um sechs Prozentpunkte auf 14 Prozent gestiegen. Doch noch vor der Direktansprache ist wie in den vergangenen Jahren eine Empfehlung aus dem privaten Umfeld am häufigsten ausschlaggebend dafür, dass ein Kandidat einen neuen Job annimmt.

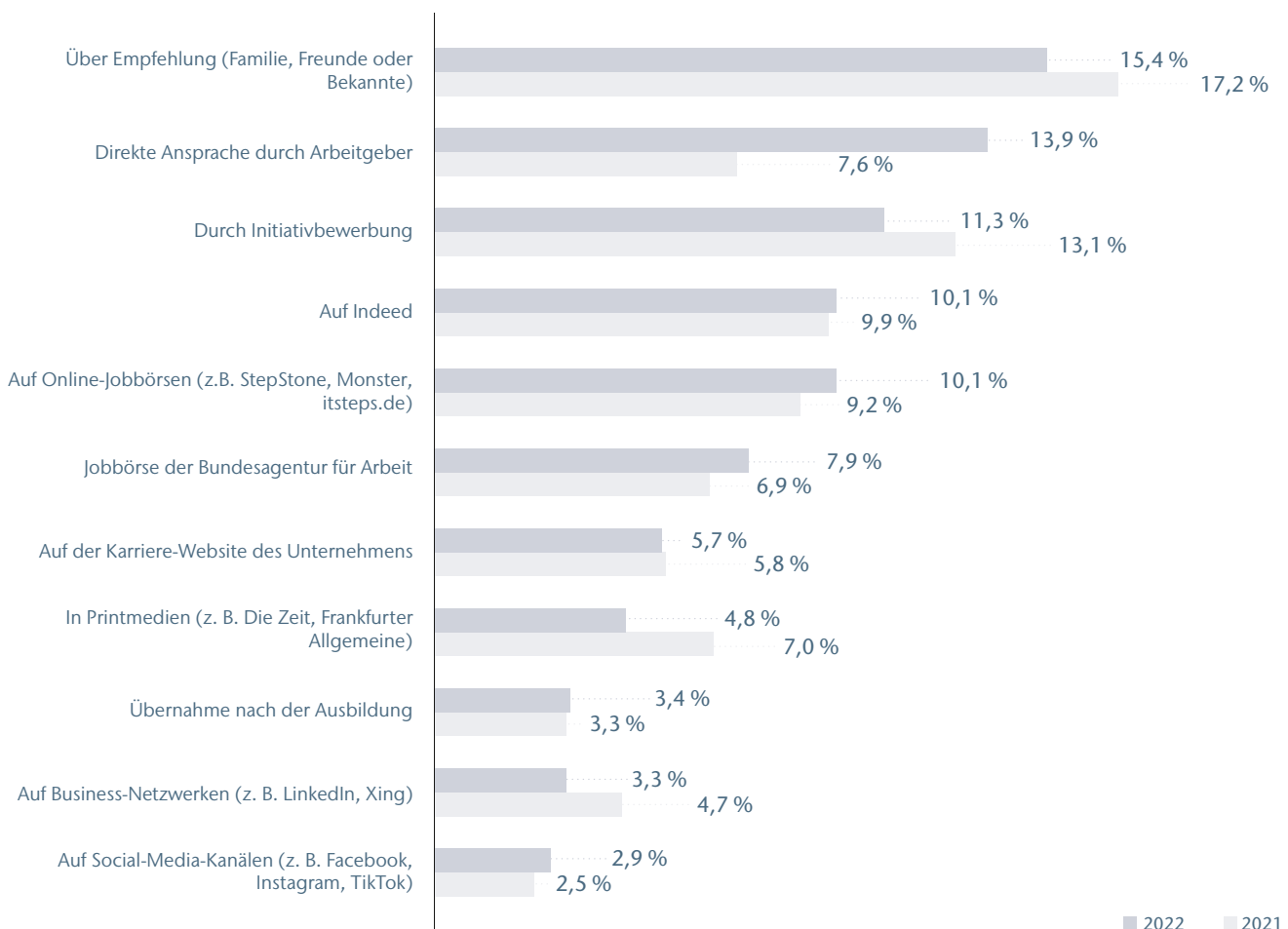
Indeed liegt noch vor Online-Jobbörsen und dem Portal der Bundesagentur für Arbeit.



Ein Empfehlungsprogramm für Mitarbeiter kann neben dem klassischen Recruiting verstärkt als Instrument eingesetzt werden.

### WIE HABEN SIE IHREN LETZTEN JOB GEFUNDEN?

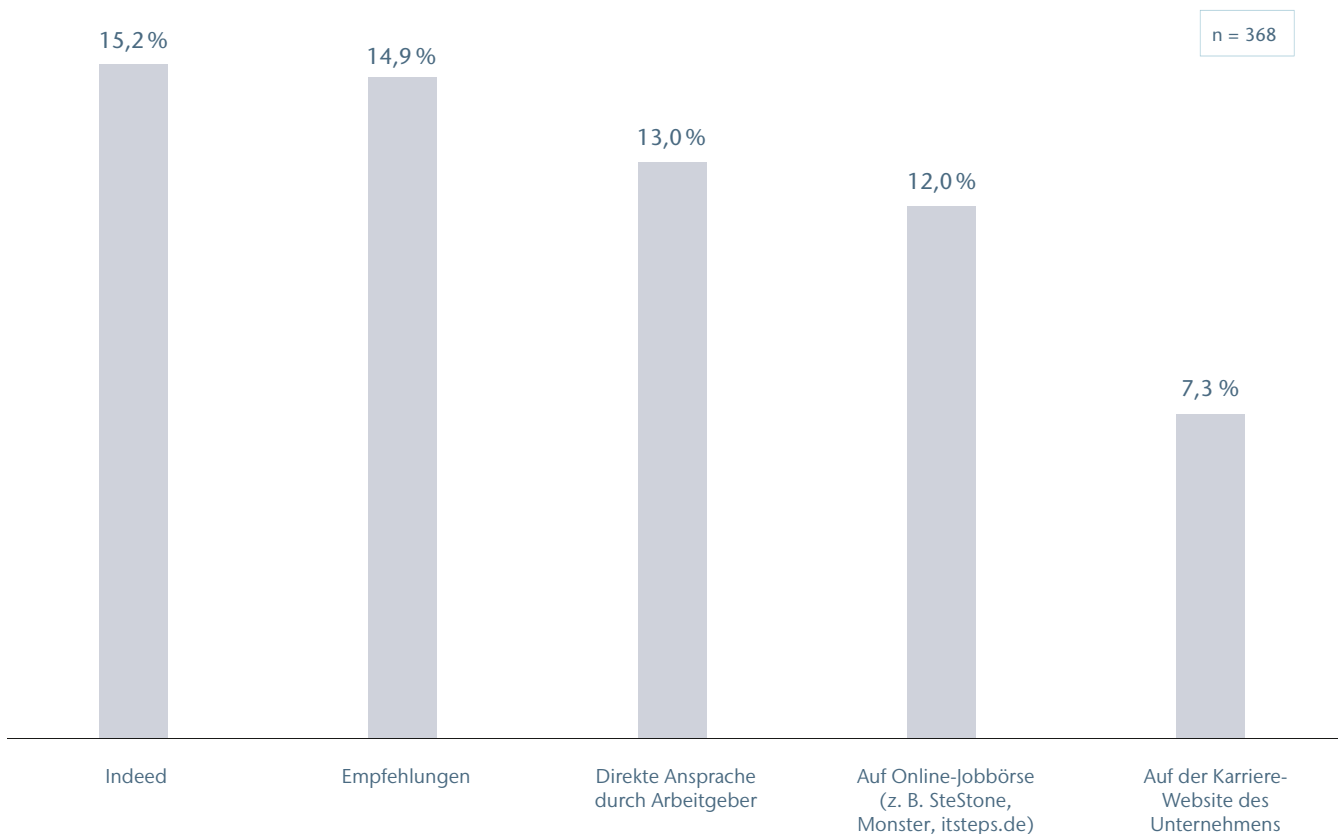
n = 1.000



Betrachtet man nur den Teil der Kandidaten, die in den vergangenen drei Jahren den Job gewechselt haben, zeigt sich ein leicht verändertes Ranking: Indeed belegt den ersten Platz. Fast jeder siebte Kandidat hat seinen Job auf dieser Plattform gefunden, gefolgt von Empfehlungen (15 Prozent) und der direkten Ansprache (13 Prozent) sowie klassischen Online-Jobbör-

sen (zwölf Prozent). Social Media und die Business-Netzwerke schaffen es mit knapp sieben Prozent nicht ins Top 5 Ranking, liegen aber deutlich vor Printanzeigen. Die Bedeutung von Initiativbewerbungen ging dagegen in den letzten Jahren zurück: Nur fünf Prozent geben an, so ihren letzten Job gefunden zu haben.

#### TOP 5 KANÄLE DER KANDIDATEN, DIE IN DEN LETZTEN 3 JAHREN IHREN JOB GEWECHSELT HABEN



**Insgesamt zeigt sich: Personalvermittler sind bereits in den richtigen Kanälen unterwegs, um die passgenauen Kandidaten für das Auftragsunternehmen zu finden.** Ausschlaggebend beim erfolgreichen Active Sourcing ist jedoch die persönliche Ansprache. Des Weiteren ist der Recruiting-Mix entscheidend: Nicht die Nutzung nur eines bestimmten Kanals ist zielführend.



Erfolgsversprechend sind das Zusammenspiel aus der Direktansprache und der Schaltung von Anzeigen auf verschiedenen (kostenpflichtigen) Kanälen, auf denen die Zielgruppe unterwegs ist. Die Bereitstellung weiterer Informationen auf der eigenen Karriere-Website ist ebenfalls wichtig.

# 9 Anforderungen und Erwartungen an Personalvermittlungsunternehmen

## Kandidaten, Unternehmen und Personalvermittler einig: Perfektes Match ist entscheidend

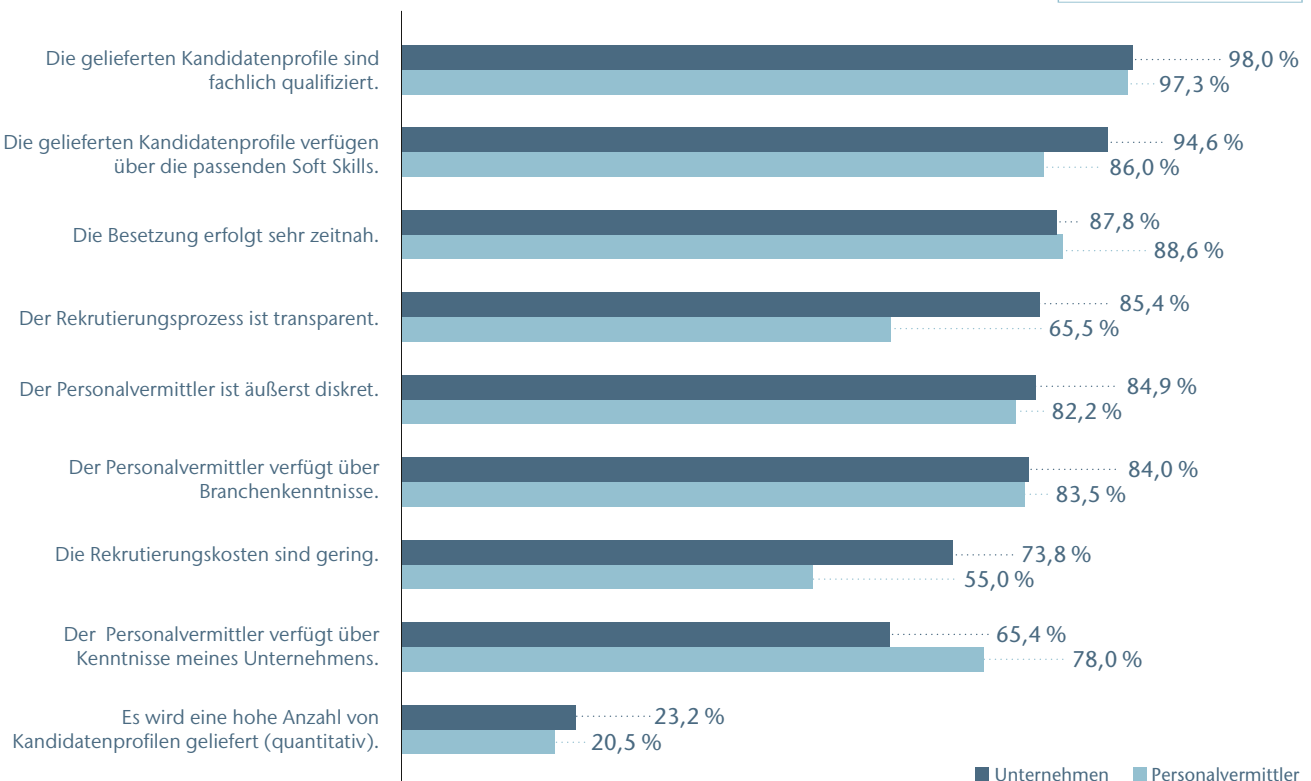
Worin liegen die Vorteile, mit einer Personalvermittlung zusammen zu arbeiten, und was erhoffen sich die Unternehmen und die Kandidaten? Personalvermittlungsunternehmen haben insgesamt viel Erfahrung und größere Ressourcen für den Auswahlprozess. Durch ihre hohe Vernetzung erreichen sie einen größeren Kandidatenpool und können gezielter und schneller Kandidaten akquirieren. Punkten können die Vermittler mit einer hohen Übereinstimmung der geforderten Kandidatenkriterien. **Unternehmen wünschen sich nämlich bei der Zusammenarbeit mit einer Personalvermittlung in erster Linie Kandidatenprofile mit optimal passender Qualifikation (98 Prozent Zustimmung). Gleichzeitig sollte es nicht nur auf der fachlichen Seite passen, sondern der Kandidat soll auch entsprechende**

**Soft Skills mitbringen, um sich gut in das Unternehmen zu integrieren.** Diese sind im Vergleich zum Vorjahr sogar nochmals als etwas relevanter eingestuft worden. Die Schnelligkeit bei der Besetzung der offenen Position spielt für 88 Prozent der Unternehmen eine entscheidende Rolle, ebenso relevant ist der transparente und diskrete Recruiting-Prozess. Branchen- und Unternehmenskenntnisse werden ebenfalls vorausgesetzt. Quantität ist weniger relevant: Nur 23 Prozent der Unternehmen ist es sehr wichtig, dass eine hohe Anzahl an Kandidaten geliefert wird.

Stimmt die Einschätzung der Personalvermittler mit den Anforderungen der Unternehmen überein? Grundsätzlich besteht sehr große Kongruenz bei den drei wichtigsten Kriterien. Qualifizierte Kandidaten mit den richtigen Soft Skills zeitnah zu rekrutieren, steht an erster Stelle. Personalvermittler unterschätzen jedoch etwas, dass sich Unternehmen einen transparenten Recruiting-Prozess wünschen.

### WIE WICHTIG SIND IHNEN FOLGENDE KRITERIEN UND ANFORDERUNGEN BEI DER ERFOLGREICHEN ZUSAMMENARBEIT MIT EINEM PERSONALVERMITTLUNGSUNTERNEHMEN?

Unternehmen n = 405  
Personalvermittler n = 527



## Mit Personalvermittlung zum Traumjob

Mit den **Kandidaten** schließt sich der Kreis der 360-Grad-Betrachtung. Der Fokus liegt hier ebenfalls auf dem perfekten Match zwischen eigenen Anforderungen und passendem Arbeitgeber. Für 58 Prozent der Kandidaten besteht die wichtigste Anforderung darin, einen Top-Job zu finden. Egal ob individuelle Bedürfnisse, Karriereziele, besondere Stärken, Werte und Einstellungen oder eine Teilzeitstelle: Die Personalvermittlung soll, ja muss, auf diese Wünsche des Kandidaten eingehen, persönlich beraten und letztendlich den „richtigen“ Job liefern. **Diese Erwartung ist im Vergleich zu 2021 noch einmal deutlich gestiegen und stärkt nochmals die Schlüsselkompetenz der Personalvermittlung, den passenden Kandidaten mit dem passenden Unternehmen zusammenzubringen.**

Erst auf dem zweiten Platz folgt die Erzielung eines möglichst hohen Gehalts. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies geringfügig

weniger wichtig (zwei Prozentpunkte). Obwohl die meisten Kandidaten angegeben haben, dass das Gehalt der wichtigste Jobwahlfaktor ist, muss zunächst das Gesamtpaket des Jobs stimmen.

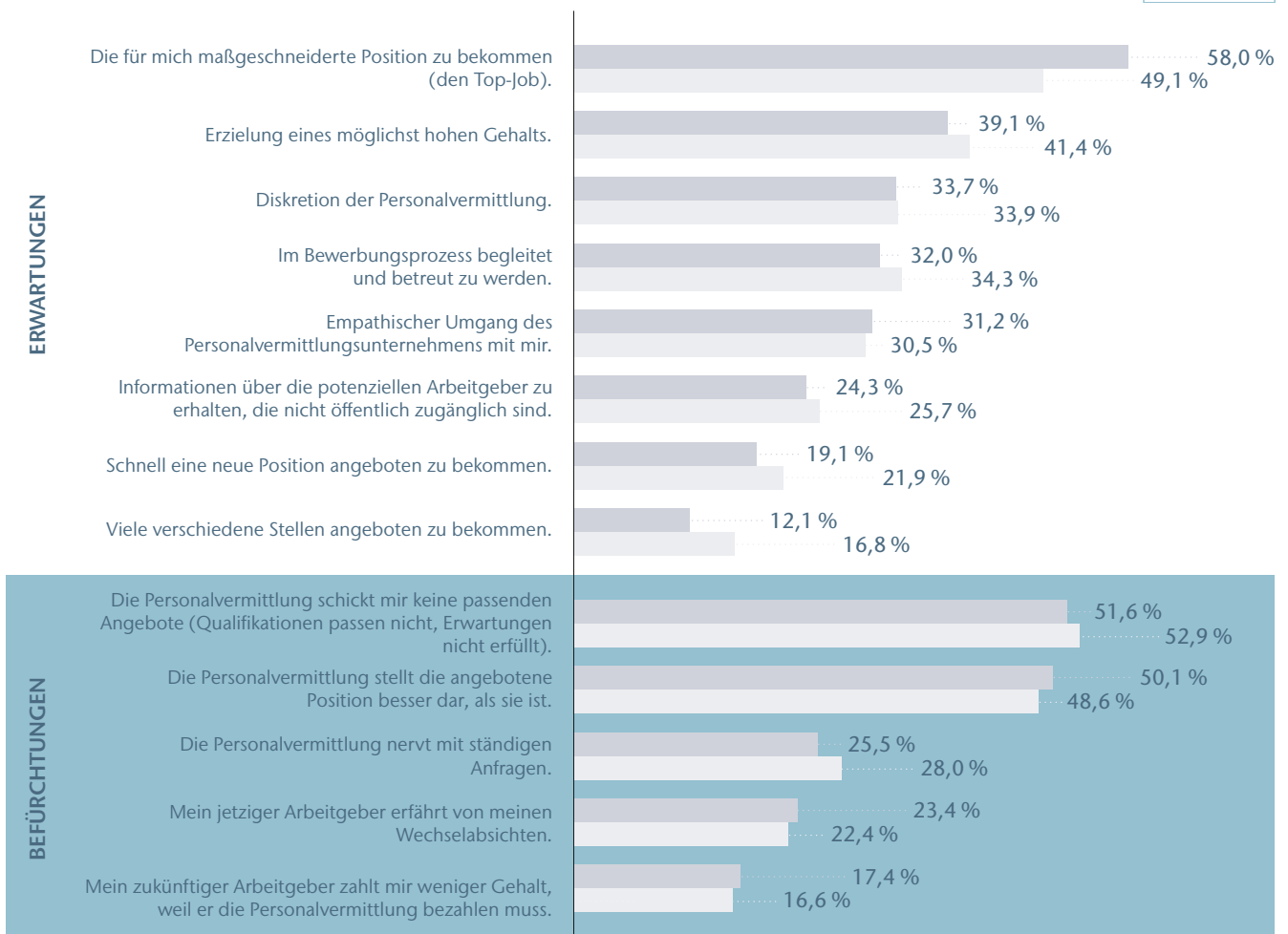


Diskretion sowie Begleitung und Betreuung im gesamten Bewerbungsprozess gehören – wie bereits in den Vorjahren – ebenfalls zu den wichtigsten Kriterien bei der Zusammenarbeit.

Wie auch den Unternehmen ist die Anzahl vieler verschiedener Stellen weniger relevant. Eine schnellstmögliche Vermittlung wird nicht gefordert. **Die Kandidaten wünschen sich eher den einen passgenauen Top-Job als viele verschiedene, dafür aber weniger passende Angebote.** Dass der neue Arbeitgeber dann ein geringeres Gehalt bezahlt, weil schon die Vermittlung vergütet werden musste, befürchten nur 17 Prozent der Kandidaten.

### WENN SIE IN ZUKUNFT DIE DIENSTE EINER PERSONALVERMITTLUNG IN ANSPRUCH NEHMEN, WAS WÄREN IHRE WICHTIGSTEN ERWARTUNGEN/GRÖßTEN BEFÜRCHTUNGEN?

2022 n = 593  
2021 n = 607



■ 2022 ■ 2021

# 10 Vier Handlungsempfehlungen

Basierend auf den Befragungsergebnissen lassen sich folgende vier Handlungsempfehlungen für Personalvermittlungsunternehmen zusammenfassen:

- 1. Handeln Sie zukunftsorientiert und seien Sie innovativ.** Personalvermittler sind bereits die Vorreiter bei KI und Digitalisierung im Recruiting. Sie sollten KI-Potenziale erkennen und nutzen: KI zur Unterstützung (z. B. Chat-Bots, Matching-Tools, Stellenanzeigen-Optimierung, erste Analyse von Bewerbungsunterlagen) einsetzen, um den Bewerbungsprozess zu erleichtern, zu beschleunigen und zu optimieren. Dennoch sollte es ein Zusammenspiel aus einem smarten, digitalen Recruiting-Prozess mit persönlicher Betreuung sein, um dem Kandidaten Vertrauen und Wertschätzung entgegenzubringen. Mit zunehmender Digitalisierung im Bewerbungsprozess kann die jüngere Zielgruppe besser erreicht werden, insgesamt stehen die Kandidaten KI eher aufgeschlossen gegenüber, besonders Fachkräfte aus der IKT- und Dienstleistungsbranche.
- 2. Präsentieren Sie sich als Experte bei der Suche nach Fachkräften.** Die Kernkompetenz der Personalvermittlung sollte in den Vordergrund gestellt werden und die Vermittler sollten sich stärker als Experten für die Fachkräftesuche präsentieren. Der Fokus sollte dabei auf der individuellen Betreuung und Beratung der Kandidaten und Unternehmen liegen, um Wünsche, Besonderheiten und Schwerpunkte zu berücksichtigen. Es gilt: Qualität vor Quantität. Wichtig sind eine transparente Kommunikation und Preisstruktur, Kenntnisse des Unternehmens und der Branche. Entscheidend ist das perfekte Match.
- 3. Kennen Sie Ihre Zielgruppen? Nutzen Sie Marktanalysen im Recruiting.** Branchenkenntnisse sind für die Personalvermittlung sehr wichtig. Neben dem alltäglichen Recruiting-Geschäft sollten sich Personalvermittlungsunternehmen im Hintergrund verstärkt mit der wettbewerbsorientierten Markt- und Branchenanalyse auseinandersetzen. Dazu gehört eine konkrete Zielgruppendefinition: Wer gehört zur (potenziellen) Zielgruppe, wie kann diese erreicht werden und welche Jobwahl-Faktoren sind dieser Gruppe besonders wichtig? Ergänzt werden sollte diese Analyse durch eine datenbasierte Auswertung des Wettbewerbs. So kann insgesamt die konkrete Ansprache verbessert und die Medienschaltung optimiert werden.
- 4. Schaffen Sie Aufmerksamkeit und betrachten Sie auch die Kandidaten als Kunden.** Unternehmen geben an, zukünftig verstärkt auf Personalvermittlungen zu setzen. Gleichzeitig ist die Bekanntheit auch bei den Kandidaten gestiegen und sollte verstärkt genutzt werden. Ein zentraler Touchpoint in der Candidate Journey ist die Karriere-Website. Sie sollte weiter ausgebaut werden, um sich Unternehmen und Kandidaten zu präsentieren. Denn Sympathie und Vertrauen zu schaffen, sind neben der Ansprache der richtigen Zielgruppe die entscheidenden Faktoren. Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) sollte dabei nicht vernachlässigt werden. Bei der Schaltung von Stellenanzeigen empfiehlt es sich, auf den richtigen Mix der Portale und auf eine ausreichende Investitionssumme zu setzen, um neben dem Wettbewerb wahrgenommen zu werden. Neben Indeed und den klassischen Portalen eignen sich die Business-Netzwerke sowie spezialisierte Börsen. Die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit kann ergänzend eingesetzt werden. Empfehlungsmarketing ist eine sinnvolle zusätzliche Recruiting-Strategie, um potenzielle Kandidaten anzusprechen, die nicht über die klassischen Kanäle erreicht werden können.



Notizen

[A series of horizontal dotted lines providing a space for notes.]

## Notizen

A series of horizontal dotted lines for writing notes.



## **index Research**

ein Service der index Internet und  
Mediaforschung GmbH

Friedrichstraße 62

10117 Berlin

Telefon: +49 30 390 88 403

Telefax: +49 30 390 88 199

[research@index.de](mailto:research@index.de)

[www.index.de](http://www.index.de)

[research.index.de](http://research.index.de)



## **Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e. V. (BAP)**

Universitätsstraße 2-3a

10117 Berlin

Telefon: +49 30 20 60 98-0

Telefax: +49 30 20 60 98-70

[info@personaldienstleister.de](mailto:info@personaldienstleister.de)

[www.personaldienstleister.de](http://www.personaldienstleister.de)

