



Auf einen Blick

„Studie Barometer Personalvermittlung 2023“: Mit Active Placement neue Zielgruppen gewinnen

Active Placement gewinnt in der Personalvermittlung immer mehr an Bedeutung. Laut der aktuellen Studie „Barometer Personalvermittlung 2023 – Wachstumspotenziale für ein modernes Recruiting“ nutzt die Mehrheit der Personalvermittlungsunternehmen Active Placement, jedoch machen 60 Prozent der Studienteilnehmer (noch) keinen signifikanten Umsatz damit.

index Research hat zum vierten Mal im Auftrag des Vorgängerverbandes Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister (BAP), der auf den Gesamtverband der Personaldienstleister (GVP) verschmolzen ist, die großangelegte Recruiting-Studie „Barometer Personalvermittlung 2023“ veröffentlicht. Sie bietet mit ihrem 360-Grad-Blick auf aktuelle Trends des Personalmarkts Personalvermittlern wertvolles Wissen und Empfehlungen für ein erfolgreiches Recruiting. Im Mittelpunkt steht Active Placement als proaktiver Vertrieb passender Kandidatenprofile und die Erfahrungen von Kandidaten*, Unternehmen sowie Personalvermittlern. Dafür wurden die Antworten von 1.000 potenziellen Kandidaten, 1.152 auftraggebenden Unternehmen und 531 Personalvermittlern ausgewertet. Im Folgenden finden Sie wichtige Ergebnisse und Handlungsempfehlungen für die Praxis der Personalvermittlungsunternehmen.

Spielregeln ändern: Mit Active Placement neue Zielgruppe erreichen

Die meisten Personalvermittler betreiben bereits Active Placement, allerdings in unterschiedlichem Ausmaß: 81 Prozent versuchen aktiv, interessante Bewerber den bestehenden Kunden anzubieten, knapp 70 Prozent sprechen auch aktiv passende Firmen an, die noch keine Kunden sind. 40 Prozent der Personalvermittler geben an, dass Active Placement mittlerweile einen wichtigen

Umsatzanteil des Geschäfts hat, ein Viertel betreiben Active Placement nur in Ausnahmefällen.

Es ist zu erwarten, dass der Trend zu Active Placement sich in Zukunft durchsetzen wird. Mehr als die Hälfte (52 Prozent) haben zukünftig vor, Active Placement verstärkt umzusetzen. Knapp zwei Drittel stimmen der Aussage zu, dass Active Placement in der Branche zukünftig mehr an Bedeutung gewinnen wird.

Tipp: Warten Sie nicht auf Aufträge, sondern gehen Sie von den vorhandenen Kandidaten aus und platzieren diese aktiv. Unternehmen, die noch keine Erfahrung mit Active Placement haben, stehen diesem Vorgehen offen gegenüber und wünschen sich aktive Angebote von Personalvermittlern - hier können Sie neue Kunden gewinnen und rennen bei den Kandidaten offene Türen ein!

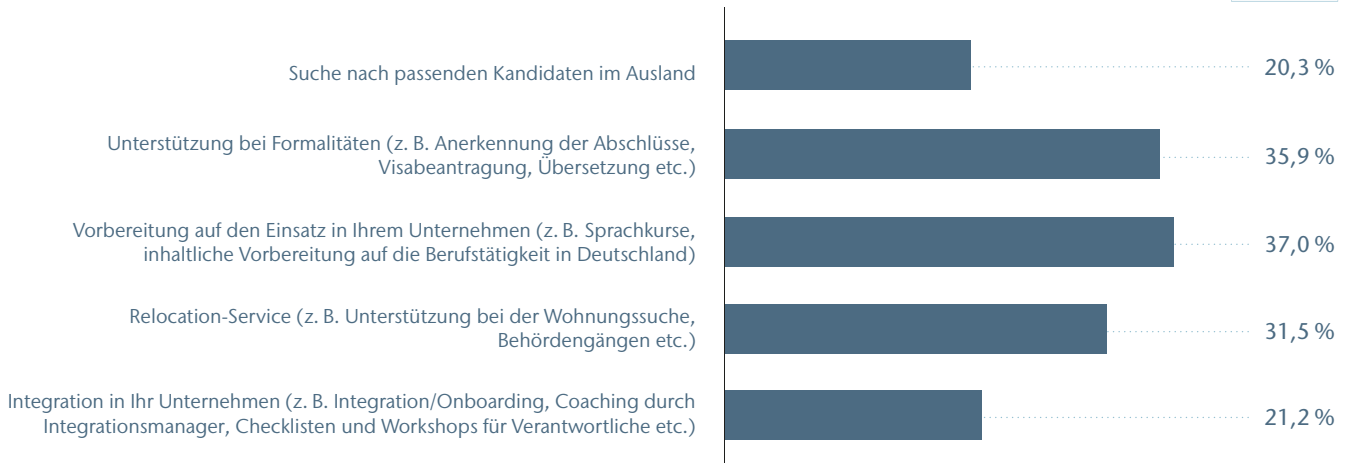
Ein Markt mit Potenzial: Fachkräftesuche im Ausland

Etwa jeder Zehnte der befragten Personalvermittler (13,9 Prozent) gibt an, regelmäßig nach Kandidaten im Ausland zu suchen. Bei den Unternehmen sieht die Situation ähnlich aus: Lediglich 12,1 Prozent der Unternehmen geben an, die Fachkräftesuche im Ausland als Maßnahme

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

WIE WAHRSCHEINLICH WÜRDEN SIE FOLGENDE KOSTENPFLICHTIGE UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE VON EXTERNEN DIENSTLEISTERN FÜR DIE FACHKRÄFTESUCHE IM AUSLAND IN ANSPRUCH NEHMEN?

n = 1.094



gegen den Fachkräftemangel einzusetzen. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Nutzung sogar gesunken (2022: 15,7 Prozent). Allerdings sagt nur etwa ein Viertel (28,6 Prozent), dass sie keinen Bedarf an ausländischen Fachkräften haben. Der Hauptgrund für die selten eingesetzte Rekrutierung im Ausland liegt vor allem an der schwierigen Umsetzung. Mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen (75,5 Prozent) geben an, dass sprachliche Verständigungsschwierigkeiten für sie ein ernsthaftes Problem bei der Fachkräftesuche im Ausland darstellen.

Tipp: Profitieren Sie von Ihrer Erfahrung als Recruiter im Ausland: Die meisten Unternehmen haben Bedarf an ausländischen Fachkräften. Hier können Sie ansetzen und Dienstleistungen wie die Vorbereitung auf den Einsatz im Unternehmen (z. B. Sprachkurse, inhaltliche Vorbereitung auf die Berufstätigkeit in Deutschland) sowie Unterstützung bei den Formalitäten anbieten. Verfügen Sie bereits über Erfahrung in der Auslandsrekrutierung, sollten Sie diese Expertise verstärkt nach außen kommunizieren. Bauen Sie Ihr Dienstleistungs-Portfolio weiter aus: Denn knapp 40 Prozent der Unternehmen sind bereit, externe Dienstleistungen als Unterstützung zu beauftragen, um Fachkräfte im Ausland zu gewinnen!

Faktoren für eine erfolgreiche Vermittlung

Bei der Personalvermittlung stehen für die Unternehmen, wie auch in den Vorjahren, in erster Linie die fachlichen Qualifikationen (97,1 Prozent) und die passenden Soft Skills (93 Prozent) der gelieferten Kandidatenprofile im Vordergrund. Geringe Rekrutierungskosten als Kriterium guter Zusammenarbeit nennen 82 Prozent der Unternehmen (2022: 55 Prozent). Im Gegensatz zu Unternehmen erachten nur 58,8 Prozent der Personalvermittler die Preise für ihre Dienstleistung als entscheidenden Faktor für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Ebenfalls unterschätzt wird von Personalvermittlern die Transparenz des Rekrutierungsprozesses, deren Bedeutung für Unternehmen seit 2022 deutlich angestiegen ist und in der aktuellen Studie zu den drei wichtigsten Faktoren zählt.

Für die Hälfte der befragten Kandidaten (53,5 Prozent) ist es am wichtigsten, mit Hilfe der Personalvermittlung die maßgeschneiderte Position zu bekommen. Erst auf dem zweiten Platz folgt die Erzielung eines möglichst hohen Gehalts, das sich Kandidaten aus der Zusammenarbeit mit Personalvermittlern erhoffen.

Tipp: Personalvermittler sollten sich über das aktuell gestiegene Kostenbewusstsein auf Seiten der Auftraggeber im Klaren sein und damit einhergehend die Rekrutierungsprozesse transparent darstellen.