



TRANSFORMATION
IM RECRUITING:

**KI UND
EMPLOYER
BRANDING
IM FOKUS**

INHALT

Vorwort	3
Executive Summary	4
Survey Facts	5
Aktuelle Situation auf dem Arbeitsmarkt	8
Recruiting-Maßnahmen	10
Erfolgreichste Recruiting-Instrumente	11
Budgets und Einsatzzwecke	12
Aufkommende Trends im Recruiting	13
KPIs im Recruiting	14
Employer Branding	15
Wichtige Arbeitgeberattribute	16
Herausforderungen im Employer Branding	17
Digitales Recruiting: Ein aufstrebender Trend?	18
Die Rolle von digitalen und klassischen Recruiting-Instrumenten	19
Herausforderungen und Optimierungspotenziale im Recruiting	20
KI im Recruiting	21
Einsatz von KI im Recruiting	22
Effizienz und Herausforderungen von KI	23
Zuversichtlich in die Zukunft?	25
Stellenanzeigen im Fokus	26
Investitionsschwerpunkte	27
Fazit: Transformation im Recruiting	28

VORWORT

Liebe Leser:innen,

wir freuen uns, Ihnen den aktuellen Recruiting-Report 2024 von index zu präsentieren. Alle zwei Jahre bieten wir Ihnen mit unserem Bericht einen prägnanten Überblick über die neusten Trends und Herausforderung in der Personalbeschaffung. Grundlage bildet eine Online-Umfrage, die unsere Personalmarktforschung index Research zwischen dem 1. Juni und dem 31. Juli 2024 unter 638 Personalverantwortlichen in Deutschland durchgeführt hat.

Weil wir in jedem teilnehmendem Unternehmen nur eine Person befragt haben, erzielten wir besonders präzise Ergebnisse. Unser Fokus lag auf Unternehmen, die in den letzten sechs Monaten mindestens vier Stellenanzeigen geschaltet haben. Dadurch stellten wir sicher, dass die Ergebnisse ein realistisches Bild der aktuellen Herausforderungen und Chancen im Recruiting zeichnen.

Die Welt des Recruitings verändert sich ständig. Durch die wachsenden Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt und den steigenden Wettbewerb um Talente müssen Unternehmen nicht nur flexibel, sondern auch innovativ sein, um erfolgreich zu bleiben. Damit sich Unternehmen an die veränderten Rahmenbedingungen anpassen können, müssen sie Wege finden, die traditionelle Methoden und neue Technologien kombinieren.

Wie navigieren Unternehmen in diesem zunehmend anspruchsvollen Personalmarkt? Welche Methoden und Technologien setzen sie ein, und wie erfolgreich sind sie dabei? Diese Fragen standen im Mittelpunkt unserer Untersuchung und die Antworten darauf bieten Ihnen wertvolle Einblicke in die aktuelle Praxis des Recruitings.

Wir hoffen, dass die Erkenntnisse aus diesem Report Ihnen hilfreiche Anregungen für Ihre Personalgewinnung bieten und Ihnen neue Perspektiven aufzeigen, die Sie in Ihrer täglichen Arbeit unterstützen. Nutzen Sie die Erfahrungen der teilnehmenden Unternehmen, um passende Strategien zu entwickeln und im Wettbewerb um die besten Talente erfolgreich zu sein.

Annette Raschke
Agentur- und Marketingleitung



Olga Golubchikova
Teamleitung index Research

EXECUTIVE SUMMARY

Die aktuelle Situation auf dem Arbeitsmarkt prägen ganz unterschiedliche Herausforderungen: ganze Hierarchiestufen und Berufsgruppen sind immer schwieriger zu besetzen, die Renteneintrittswelle ist in vollem Gange, der Wettbewerb, nicht nur in Deutschland, rüstet digital auf. Für eine wachsende Anzahl an Unternehmen werfen diese Probleme existenzielle Fragen auf.

Gravierende Probleme im mittleren Management und bei spezialisierten Fachkräften

Der Fachkräftemangel macht auch vor dem mittleren Management nicht halt. Hier haben 53 Prozent der Unternehmen Schwierigkeiten, geeignete Kandidat:innen zu finden. Besonders gefragt sind gewerbliche Fachkräfte (30 Prozent) sowie Führungskräfte wie Projekt- und Abteilungsleiter:innen (23 Prozent).

Auch für Sachbearbeiter:innen (21 Prozent) und Auszubildende (21 Prozent) gibt es Herausforderungen. Berufseinsteiger:innen, Werkstudent:innen und Praktikant:innen sind hingegen leichter zu finden. Nur 2 bzw. 8 Prozent der Unternehmen sehen hier Schwierigkeiten.

Fachkräftemangel in IT und Verwaltung

Vor allem in der Administration, Verwaltung, IT und Softwareentwicklung kämpfen die Unternehmen mit Besetzungsproblemen (jeweils 14 Prozent). Ebenfalls betroffen sind Bereiche wie Controlling, Buchhaltung, Finanzen und Dienstleistungen (jeweils 12 Prozent) sowie das Hotel- und Gastgewerbe und die Produktion (jeweils 8 Prozent). Nur 8 Prozent der Unternehmen gaben an, keine Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung zu haben.

Handwerk und Bau geraten zunehmend in Bedrängnis

Der Fachkräftemangel in Handwerk und Bau ist besonders gravierend. Laut unserer Umfrage hatten 17 Prozent der Unternehmen aus diesen Berufsgruppen in den letzten 12 Monaten die größten Schwierigkeiten, offene Stellen in diesen Bereichen zu besetzen. Sie sind besonders stark vom Fachkräftemangel betroffen. Gründe dafür sind die körperlich anstrengenden Arbeitsbedingungen und die geringe Attraktivität der Berufe, die traditionell von Männern dominiert werden. Viele junge Menschen scheuen die harten Bedingungen auf dem Bau, der frühe Renteneintritt vieler Bauarbeiter:innen verschärft die Lage zusätzlich.

Lösungen von morgen für Probleme von heute?

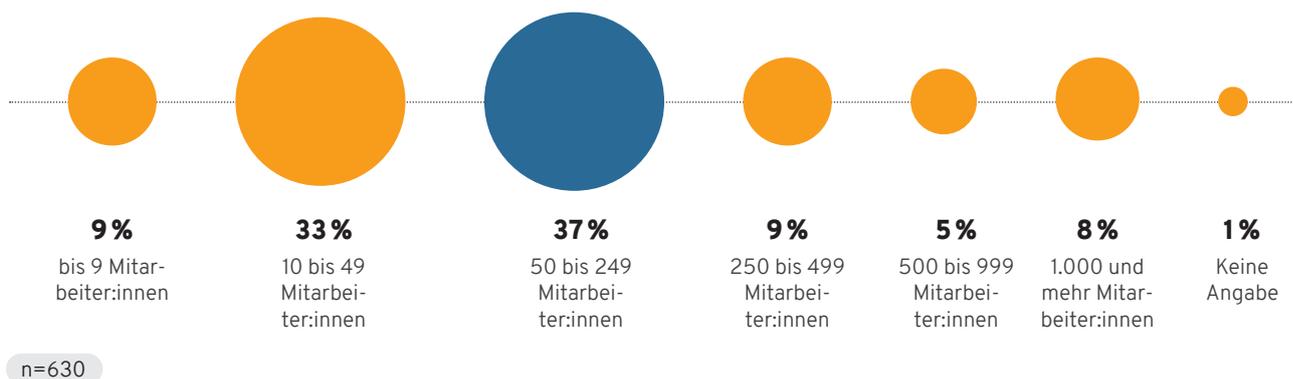
Die Situation auf dem Arbeitsmarkt spitzt sich seit Jahren zu, das Potenzial ist also enorm. Die technischen Möglichkeiten von heute sind mehr als vielversprechend. Und dennoch plagen sich viele Unternehmen mit unterschiedlichen Hürden bei ihrer Implementierung.



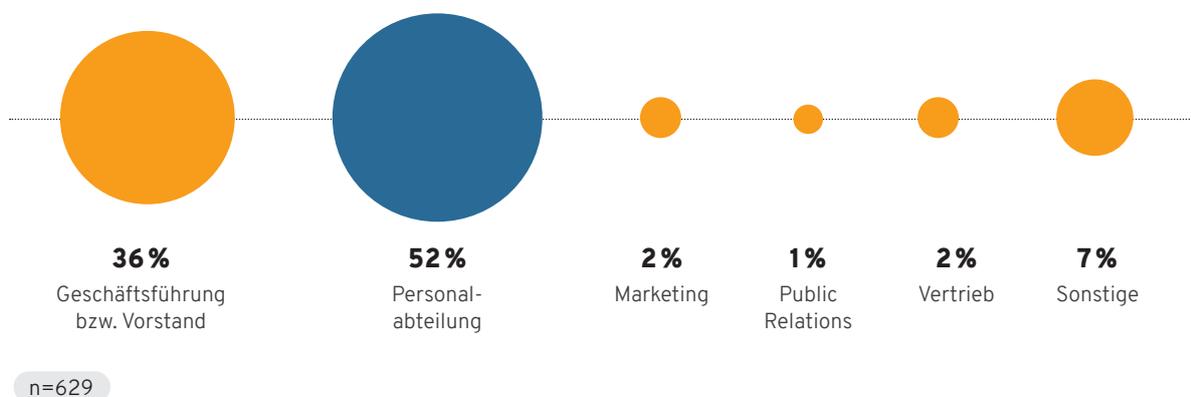
SURVEY FACTS

Der Großteil der Umfrageteilnehmer:innen setzt sich mit 52 Prozent aus Personaler:innen und zu 36 Prozent aus Mitgliedern der Geschäftsführung zusammen. Etwa 78 Prozent der Befragten arbeiten in kleinen und mittelständischen Unternehmen. Unabhängig von der Unternehmensgröße beschäftigen sich in fast der Hälfte der befragten Firmen 2 bis 5 Personen mit dem Recruiting.

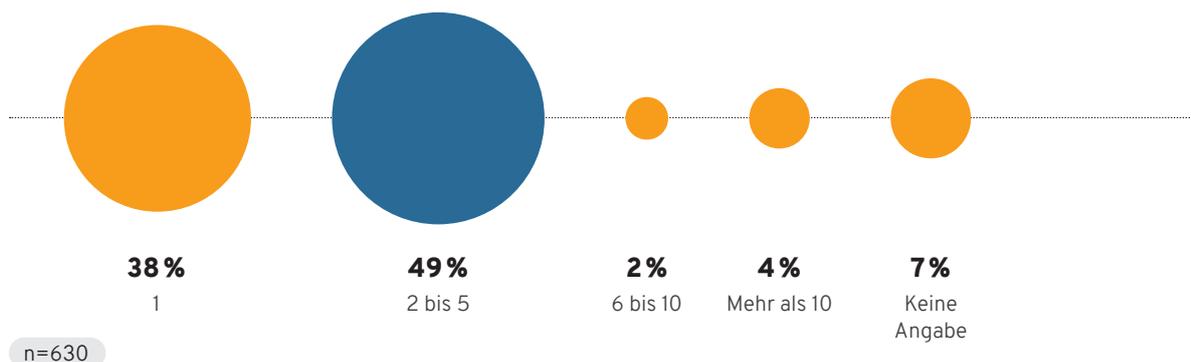
Wie viele Mitarbeiter:innen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?



Zu welcher Abteilung gehören Sie in Ihrem Unternehmen?



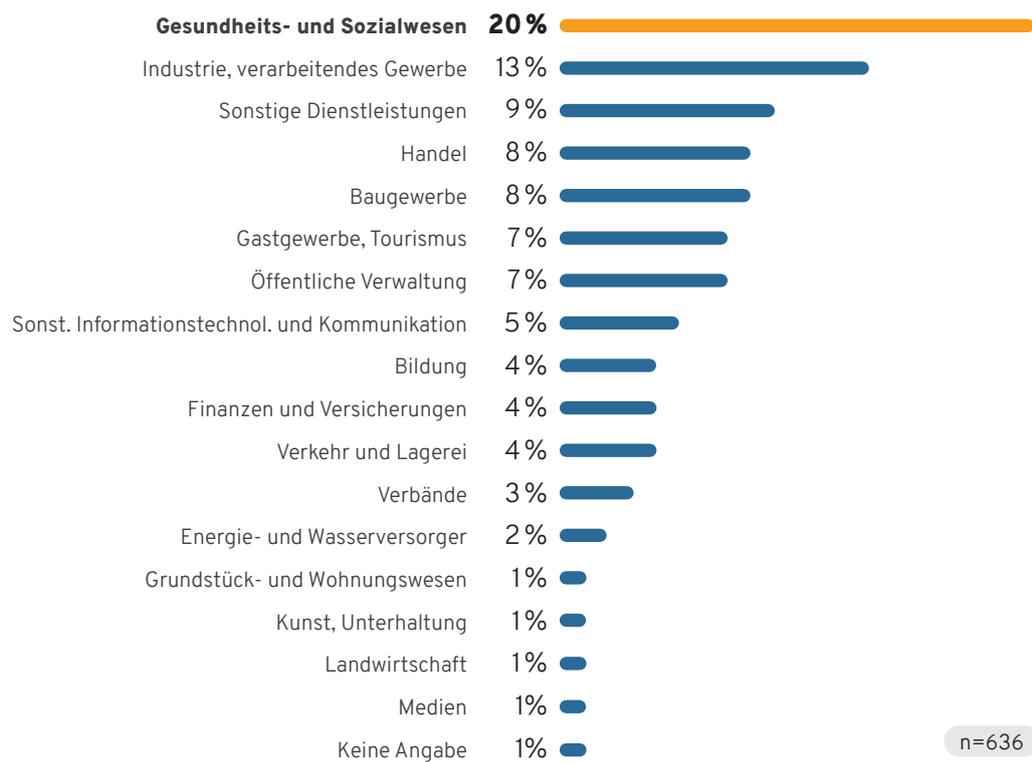
Wie viele Mitarbeiter:innen befassen sich in Ihrem Unternehmen mit Recruiting?



Teilnehmer:innen aus 17 Branchen

Besonders stark vertreten sind Unternehmen aus dem Gesundheits- und Sozialwesen (20 Prozent), gefolgt von der Industrie (13 Prozent) und sonstigen Dienstleistungen (9 Prozent). Alle weiteren Berufsgruppen sind relativ gleichmäßig verteilt.

Branchenverteilung





**AKTUELLE
SITUATION AUF
DEM ARBEITS-
MARKT**

Schwer zu besetzende Berufsgruppen

Mehrfachauswahl möglich



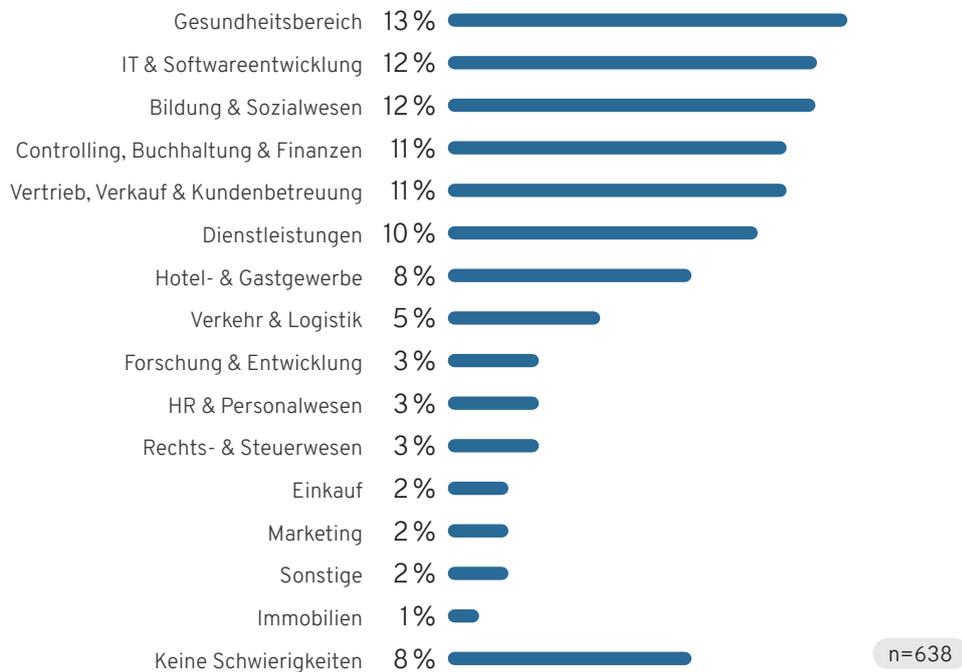
17%
Handwerk
& Bau



14%
Technik &
Produktion

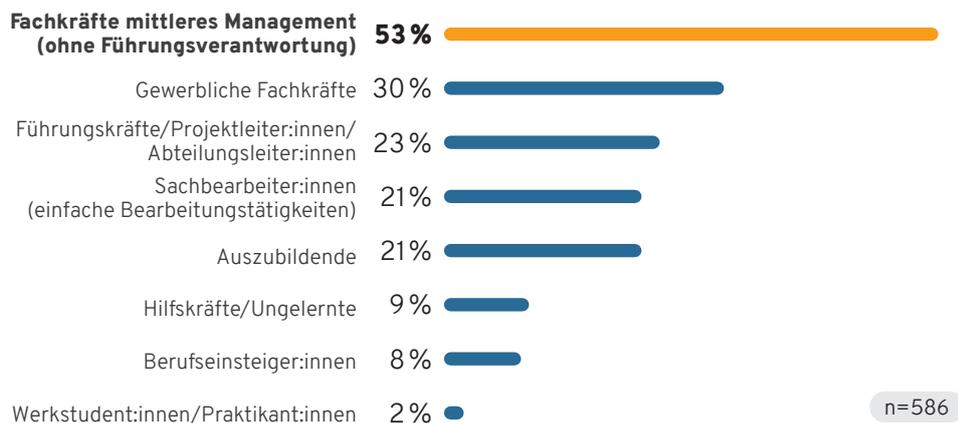


14%
Administration
& Verwaltung



Schwer zu besetzende Hierarchiestufen

Mehrfachauswahl möglich



RECRUITING- MASSNAHMEN

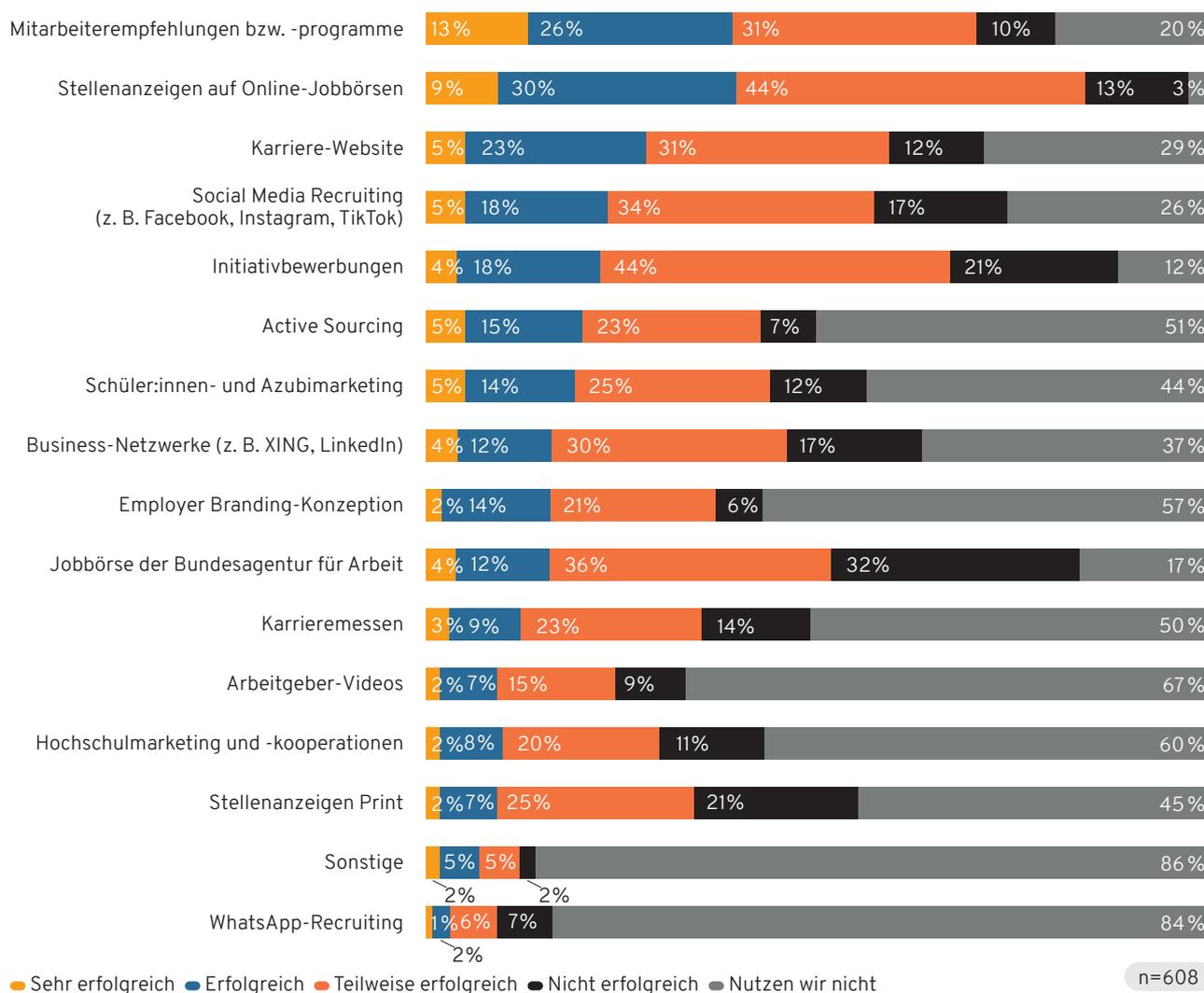
In der heutigen dynamischen Arbeitswelt, in welcher der Wettbewerb um Talente immer intensiver wird, sind innovative Recruiting-Maßnahmen unverzichtbar. Unser Recruiting-Report nimmt die verschiedenen Strategien und Instrumente unter die Lupe, die Unternehmen nutzen, um die besten Kandidat:innen zu finden und für sich zu gewinnen. Wir werfen einen detaillierten Blick auf die erfolgreichsten Methoden, die auf dem heutigen Markt dominieren, und beleuchten aufkommende Trends, die das Recruiting der Zukunft prägen werden.

Erfolgreichste Recruiting-Instrumente

Online-Jobbörsen und Mitarbeiterempfehlungen zählen zu den erfolgreichsten Recruiting-Methoden. Etwa 40 Prozent der Unternehmen bewerten diese Instrumente aktuell als äußerst effektiv. Im Gegensatz dazu wird die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit von mehr als 30 Prozent der Befragten als wenig effektiv eingeschätzt. Printmedien verlieren zunehmend an Bedeutung – nahezu 45 Prozent der befragten Unternehmen setzen sie nicht mehr ein.

Welche Maßnahmen bei der Mitarbeitergewinnung realisieren Sie derzeit und wie erfolgreich waren diese im vergangenen Jahr aus Ihrer Sicht?

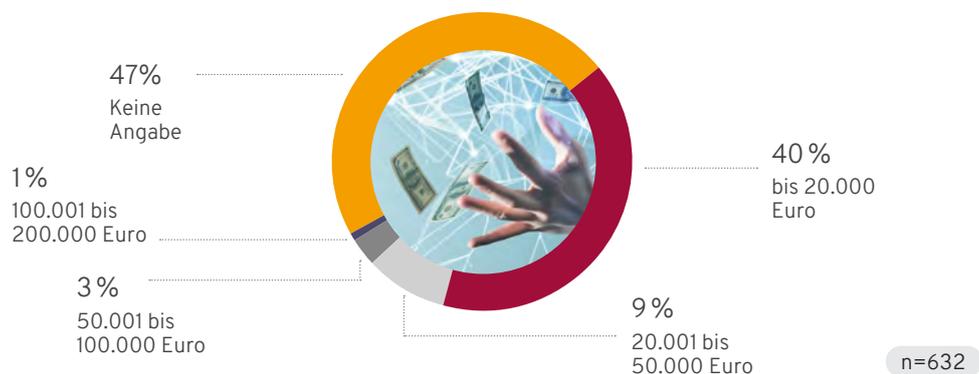
Mehrfachauswahl möglich



Budgets und Einsatzzwecke

Was das Recruiting-Budget betrifft, so geben 40 Prozent der Unternehmen an, jährlich bis zu 20.000 Euro auszugeben. Knapp die Hälfte der Befragten machten keine Angabe zum Recruiting-Budget.

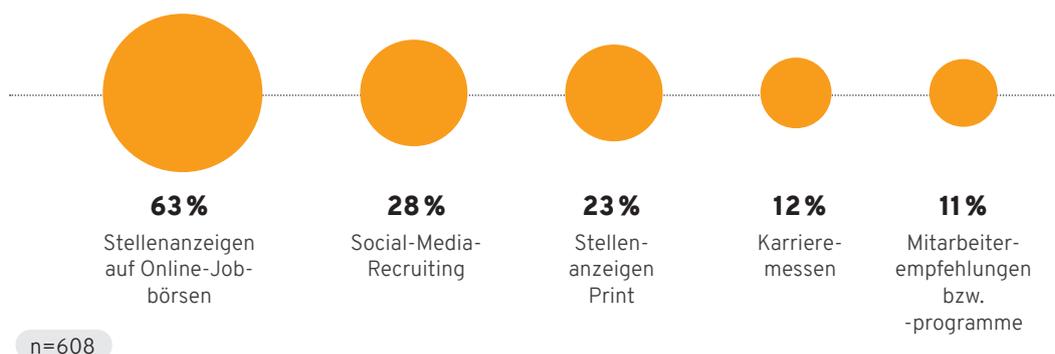
Wie hoch ist das jährliche Recruiting-Budget Ihres Unternehmens?



Mit über 60 Prozent wird weiterhin der Großteil des Recruiting-Budgets laut Angaben der Befragten in Online-Jobbörsen investiert. 30 Prozent der Unternehmen investieren einen erheblichen Teil ihres Budgets in Social-Media-Kampagnen. Die Investitionen in Mitarbeiterempfehlungsprogramme sind im Vergleich zum Recruiting-Report 2022 um 0,8 Prozent leicht angestiegen.

Top 5 Recruiting-Maßnahmen, für die das meiste Budget aufgewendet wurde

Mehrfachauswahl möglich



n=608

Aufkommende Trends im Recruiting

Social-Media-Recruiting gewinnt nicht nur an Budget, sondern auch zunehmend an Bedeutung. Mehr als die Hälfte der Befragten betrachtet dies als den wichtigsten Trend des kommenden Jahres. Auch Active Sourcing und skill-basiertes Recruiting (jeweils 27,7 Prozent) sind bedeutende Strategien zur Ansprache von Fachkräften und zur Weiterentwicklung bestehender Mitarbeiter:innen. Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) finden hingegen nur bei 7 Prozent der Unternehmen Anwendung. Als zweitwichtigsten Punkt nennen die Befragten das sogenannte Employer Engagement, welches das Maß der emotionalen Bindung zwischen einem Unternehmen und seinen Mitarbeiter:innen beschreibt.

Welche Themen werden Ihrer Meinung nach im kommenden Jahr die wichtigsten Trends im Recruiting sein?

Mehrfachauswahl möglich

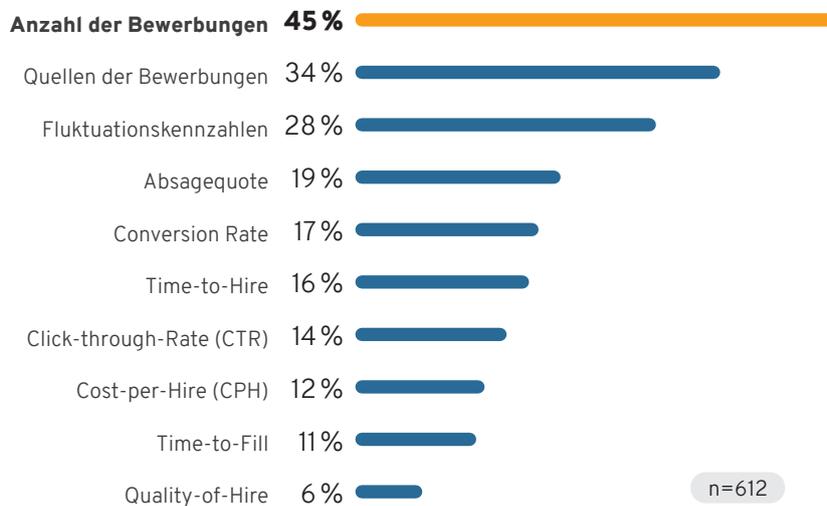


KPIs im Recruiting

KPIs sind entscheidend für die Bewertung des Recruiting-Erfolgs, jedoch erfassen 46 Prozent der Unternehmen diese nicht regelmäßig, häufig aufgrund mangelnder Ressourcen oder fehlender Expertise. Die Anzahl der Bewerbungen und deren Quellen gehören zu den am häufigsten gemessenen KPIs (45 Prozent bzw. 34 Prozent). Die Absagequote wird von 19 Prozent der Unternehmen erfasst, während KPIs wie Quality-of-Hire (6 Prozent) und Time-to-Fill (11 Prozent) seltener verwendet werden. Dies deutet darauf hin, dass die Bewertung der Qualität und Geschwindigkeit der Besetzung komplexer ist.

Welche KPIs misst Ihr Unternehmen?

Mehrfachauswahl möglich



GLOSSAR

Time-to-Fill

Misst die Zeit, die vergeht, bis eine vakante Position besetzt ist.

Time-to-Hire

Zeit, die allein das Recruiting vereinnahmt.

Click-through-Rate

Bildet das Verhältnis zwischen Anzeigerate und tatsächlicher Klickzahl ab.

Conversion Rate

Bezeichnet im Personalbereich das Verhältnis zwischen eingegangenen Bewerbungen und letztendlichen Neueinstellungen.

Cost-per-Hire

Bezeichnet die Kosten des gesamten Recruitings im Verhältnis zur Anzahl der tatsächlichen Neueinstellungen.

Quality-of-Hire

Wie gut erfüllt eine neu eingestellte Person die Erwartungen des Arbeitgebers.



EMPLOYER BRANDING

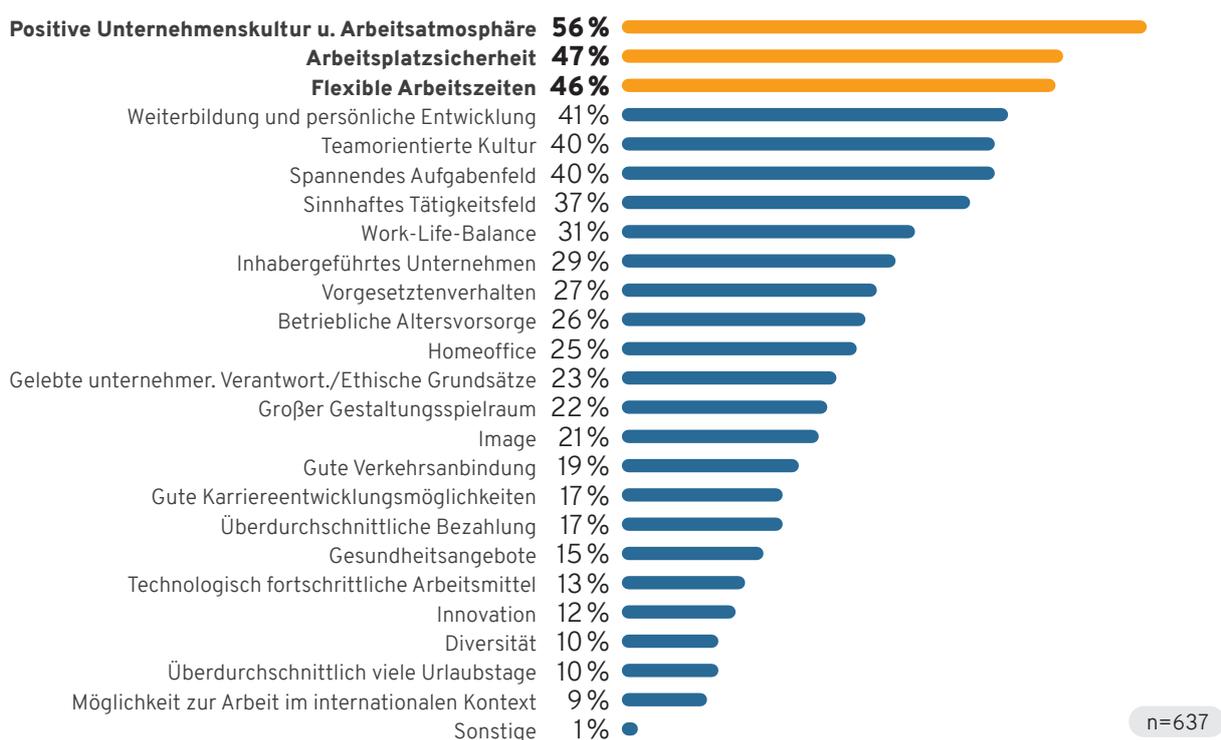
Employer Branding ist weit mehr als nur ein Trend – es ist die Kunst, sich als Arbeitgeber so zu positionieren, dass man die besten Talente anzieht und langfristig bindet. In einer Welt, in der Fachkräfte knapp sind und die Erwartungen an Arbeitgeber steigen, wird die Art und Weise, wie Unternehmen sich selbst darstellen, entscheidend für ihren Erfolg. Dieses Kapitel beleuchtet die Elemente, die für ein starkes Employer Branding unerlässlich sind, und zeigt sowohl die Schlüsselfaktoren, die die Attraktivität eines Arbeitgebers bestimmen, als auch die Herausforderungen, denen viele Unternehmen bei der Umsetzung gegenüberstehen, auf.

Wichtige Arbeitgeberattribute

Was macht einen Arbeitgeber wirklich attraktiv? Laut unserer Umfrage sind es vor allem eine positive Unternehmenskultur und ein angenehmes Arbeitsumfeld, die 56 Prozent der Befragten als unverzichtbar erachten. Arbeitsplatzsicherheit ist ebenfalls ein großer Pluspunkt für 47 Prozent, während flexible Arbeitszeiten für 46 Prozent besonders wichtig sind. Weiterbildung und persönliche Entwicklung stehen für 41 Prozent an erster Stelle. Teamorientierung, spannende Aufgaben und ein sinnvolles Tätigkeitsfeld sind für jeweils 40 Prozent entscheidend. Auch eine ausgewogene Work-Life-Balance (31 Prozent), ein inhabergeführtes Unternehmen (29 Prozent) und positives Vorgesetztenverhalten (27 Prozent) zählen zu den ausschlaggebenden Faktoren. Homeoffice und Diversität sind weniger vorrangig (25 Prozent bzw. 10 Prozent), ebenso wie überdurchschnittliche Bezahlung und internationale Arbeitsmöglichkeiten, die zwar relevant sind, aber nicht ganz oben auf der Liste stehen.

Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Arbeitgeberattribute, mit denen Ihr Unternehmen überzeugt?

Mehrfachauswahl möglich

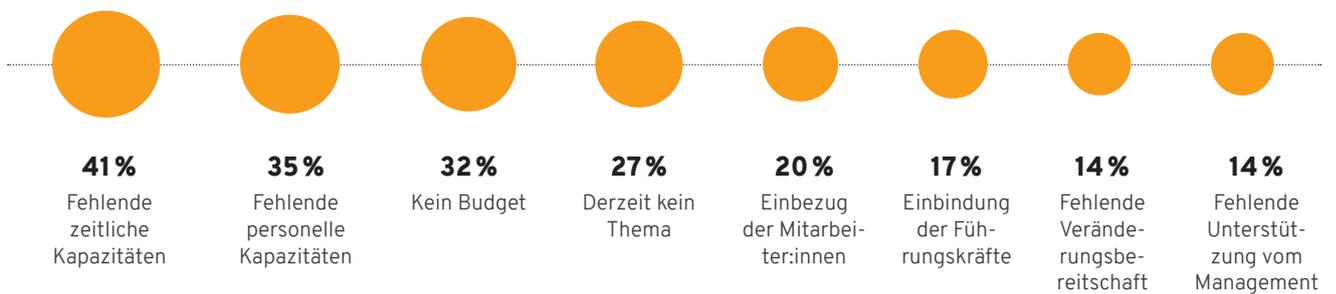


Herausforderungen im Employer Branding

Viele Unternehmen stehen bei der Umsetzung ihres Employer Brandings vor großen Herausforderungen. Zeitmangel ist für 41 Prozent das größte Hindernis, während 35 Prozent an fehlenden personellen Ressourcen scheitern. Ein weiteres Drittel kämpft mit Budgetengpässen. Zudem betrachten 27 Prozent Employer Branding als weniger wichtig, was auf eine oft unterschätzte Bedeutung hinweist – besonders in kleinen und mittelständischen Unternehmen

Vor welchen Herausforderungen stehen Sie im Employer-Branding-Prozess?

Mehrfachauswahl möglich



n=613



**DIGITALES
RECRUITING: EIN
AUFSTREBENDER
TREND?**

Digitale Technologien dringen zunehmend in alle Lebensbereiche vor, hierbei ist das Recruiting keine Ausnahme. Die Digitalisierung, beschleunigt durch die Corona-Pandemie, hat die Art und Weise, wie Unternehmen Talente suchen und auswählen, grundlegend verändert. Virtuelle Vorstellungsgespräche und digitale Bewerbungsplattformen sind inzwischen fester Bestandteil des Rekrutierungsprozesses und bieten eine neue Dimension der Reichweite und Flexibilität. Trotz dieser fortschrittlichen Entwicklungen bleibt die Frage: Wie gut haben sich diese neuen digitalen Instrumente im Vergleich zu bewährten klassischen Methoden etabliert?

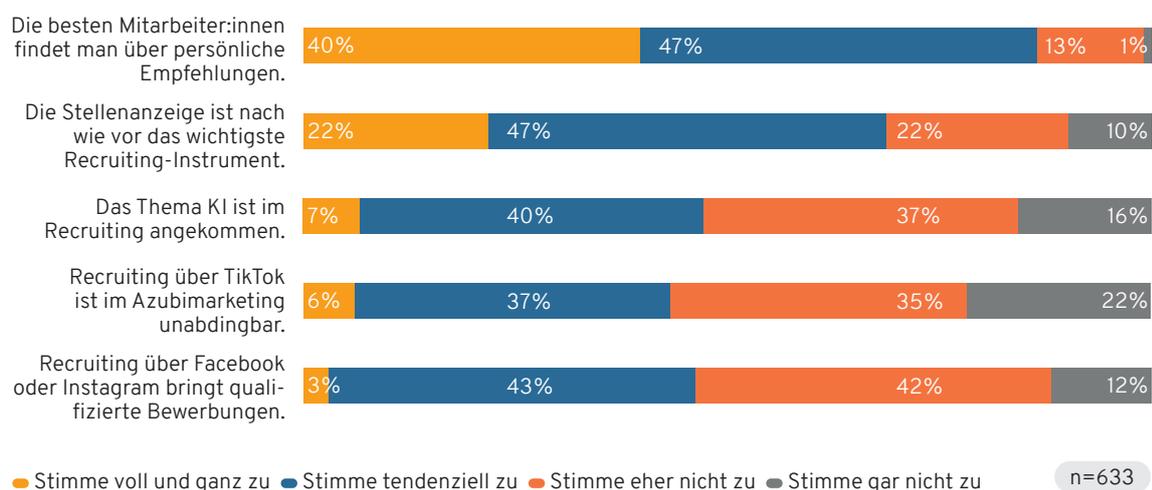
Die Rolle von digitalen und klassischen Recruiting-Instrumenten

Trotz der digitalen Neuerungen bleibt die klassische Stellenanzeige für viele unverzichtbar. 70 Prozent der Befragten sehen sie als zentrales Werkzeug im Recruiting. Auch persönliche Empfehlungen sind nach wie vor eine der effektivsten Methoden zur Rekrutierung, wie 90 Prozent bestätigen.

Social Media und KI-Tools gewinnen an Bedeutung. Etwa 40 Prozent der Befragten nutzen bereits KI im Recruiting, 37 Prozent finden TikTok zunehmend relevant für das Azubimarketing. Dennoch sind diese digitalen Kanäle noch nicht vollständig etabliert und werden oft kritisch bewertet.

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Thema Recruiting allgemein

Mehrfachauswahl möglich



Herausforderungen und Optimierungspotenziale im Recruiting

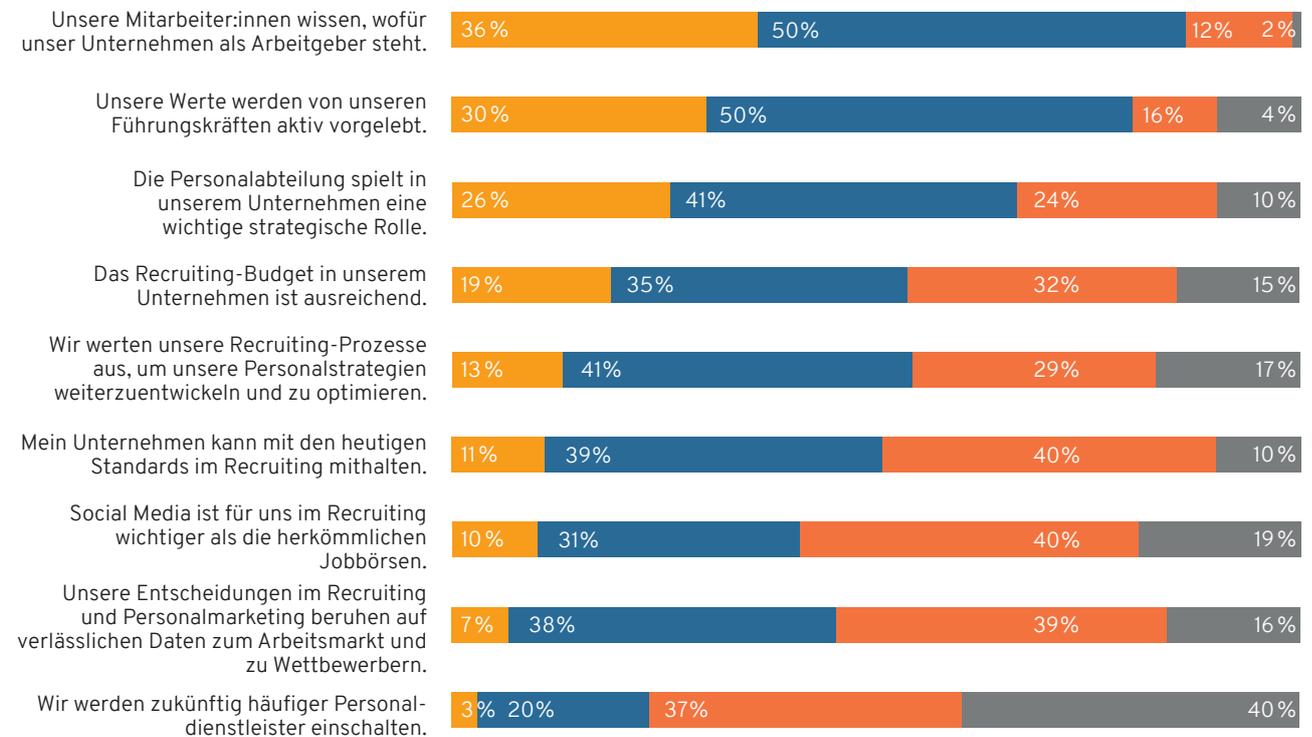
Viele Unternehmen tun sich schwer, mit den neuesten Recruiting-Trends und Technologien Schritt zu halten. Rund die Hälfte der Befragten gibt an, dass sie mit den aktuellen Standards im Recruiting nicht mithalten können. Sie kennen weder das Innenleben ihres Unternehmens, noch binden sie ihre Corporate Brand in Recruiting-Prozesse ein.

Traditionelle Jobbörsen bleiben wichtig, da nur 41 Prozent der Befragten Social Media als vorrangig ansehen. Datenbasiertes Recruiting ist noch nicht weit verbreitet: Nur 7 Prozent nutzen verlässliche Marktdaten zur Entscheidungsfindung. Budget- und Integrationsprobleme sind ebenfalls Herausforderungen. 47 Prozent der Befragten finden das Recruiting-Budget unzureichend und ein weiteres Drittel sieht die Personalabteilung nicht ausreichend strategisch eingebunden. Skepsis gegenüber Personaldienstleistungen sind weiterhin verbreitet. Nur 23 Prozent wollen künftig häufiger Personaldienstleister beauftragen.

80 Prozent der Befragten glauben, dass ihre Unternehmenswerte von Führungskräften aktiv vorgelebt werden. Zudem sind 86 Prozent der Meinung, dass die Mitarbeiter:innen wissen, wofür das Unternehmen steht. Dies betont die Bedeutung einer klaren und aktiven Kommunikation der Unternehmenswerte.

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Thema Recruiting in Ihrem Unternehmen:

Mehrfachauswahl möglich



● Stimme voll und ganz zu
 ● Stimme tendenziell zu
 ● Stimme eher nicht zu
 ● Stimme gar nicht zu

n=621



**KI IM
RECRUITING**

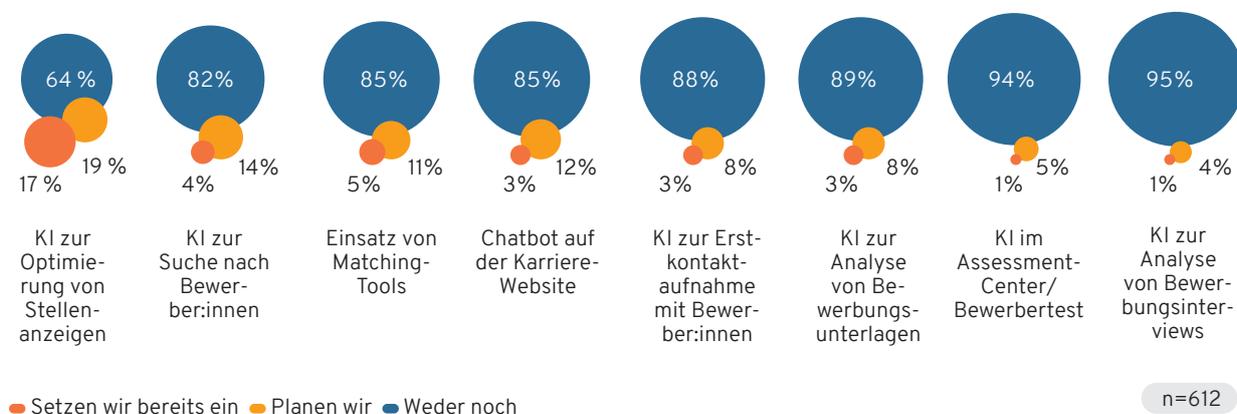
In der heutigen digitalen Ära, in der Technologien sich rasant entwickeln, hat Künstliche Intelligenz (KI) das Potenzial, das Recruiting grundlegend zu verändern. Sie verspricht unter anderem eine Effizienzsteigerung und präzisere Matching-Prozesse. Doch wie genau wird KI im Recruiting eingesetzt und wie stehen die Fachleute dazu?

Einsatz von KI im Recruiting

Derzeit wird KI von den Befragten überwiegend zur Optimierung von Stellenanzeigen eingesetzt: 19 Prozent der Befragten nutzen diese Technologie bereits und 17 Prozent planen, dies bald zu tun. KI kann helfen, ansprechendere und gezieltere Anzeigen zu erstellen. Andere Einsatzmöglichkeiten wie die Bewerbersuche und Matching-Tools sind ebenfalls relevant, jedoch weniger verbreitet. KI findet in Assessment-Centern und Interviews kaum Anwendung. Die Akzeptanz von KI ist gemischt: Rund 50 Prozent der Befragten können den Nutzen und die Auswirkungen von KI im Recruiting nicht einschätzen. Trotz der technologischen Fortschritte halten 87 Prozent den persönlichen Kontakt im Recruiting für unverzichtbar.

In welchen der folgenden Bereiche setzen Sie KI im Recruiting bereits ein oder planen Sie dies?

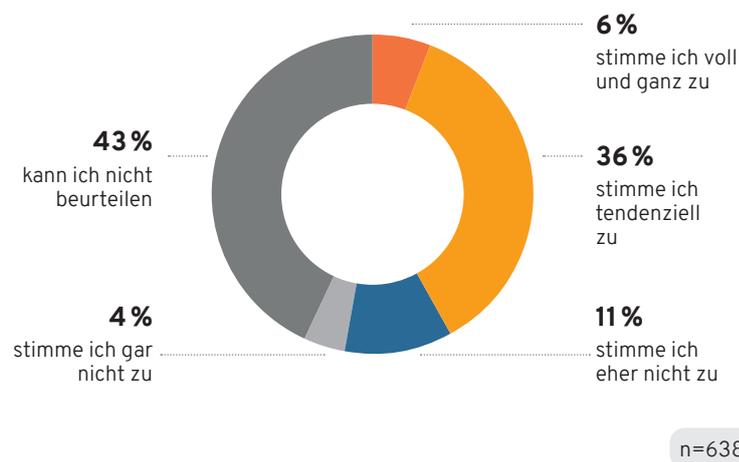
Mehrfachauswahl möglich



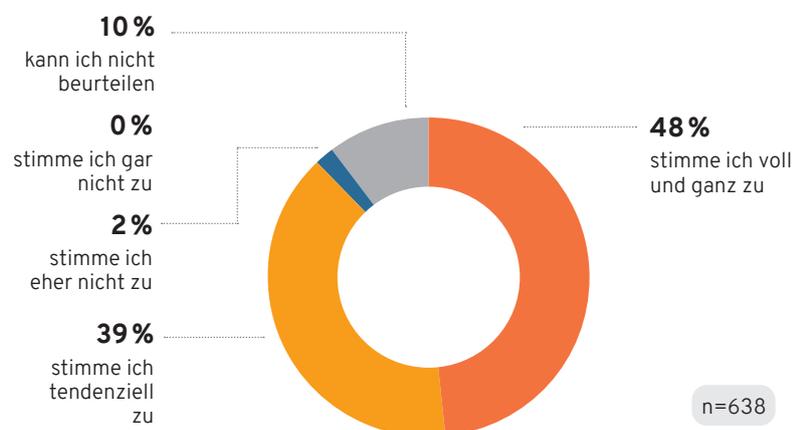
Effizienz und Herausforderungen von KI

Die Meinungen zur Effizienz von KI im Recruiting sind geteilt. 29 Prozent finden, dass KI die Abläufe vereinfacht, während 24 Prozent Chatbots als wenig effektiv empfinden. Es gibt Bedenken, dass KI die zwischenmenschliche Interaktion negativ beeinflussen könnte – 69 Prozent befürchten dies. Zudem halten 40 Prozent fehlerhafte KI-Einschätzungen für ein echtes Risiko. Kosten sind ein weiterer kritischer Punkt: Mehr als die Hälfte der Befragten kann die Kosten für KI nicht einschätzen, und 30 Prozent halten sie für zu teuer. 50 Prozent sorgen sich zudem, dass KI-Fehler die Glaubwürdigkeit des Unternehmens schädigen könnten. Weitere Ergebnisse in Bezug zu KI finden Sie in den nachfolgenden Grafiken dargestellt.

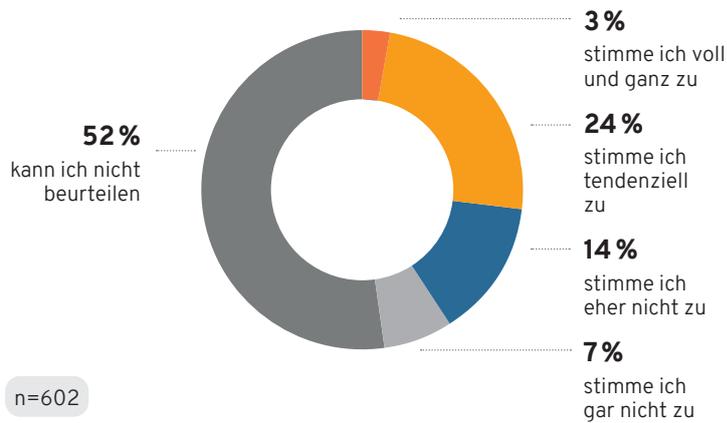
Job-Matching-Plattformen werden für Kandidat:innen zukünftig mehr in den Fokus rücken als klassische (Online-)Jobbörsen.



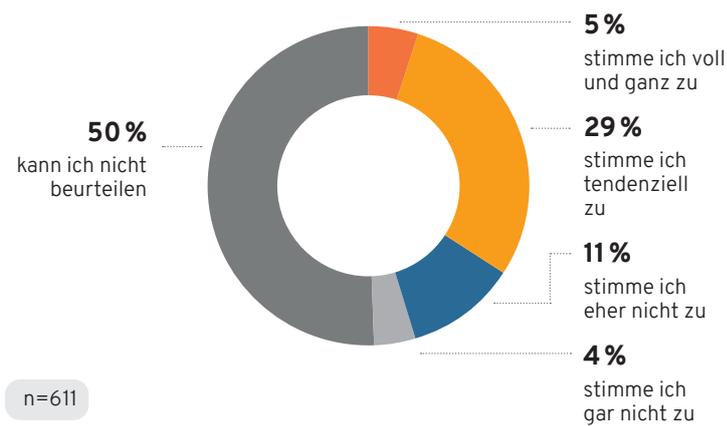
Der persönliche Kontakt zu den Unternehmen steht weiterhin im Vordergrund.



Chatbots auf der Karriere-Website ermöglichen einen effizienteren Recruiting-Prozess.



Der Einsatz von KI vereinfacht die Recruiting-Abläufe enorm.



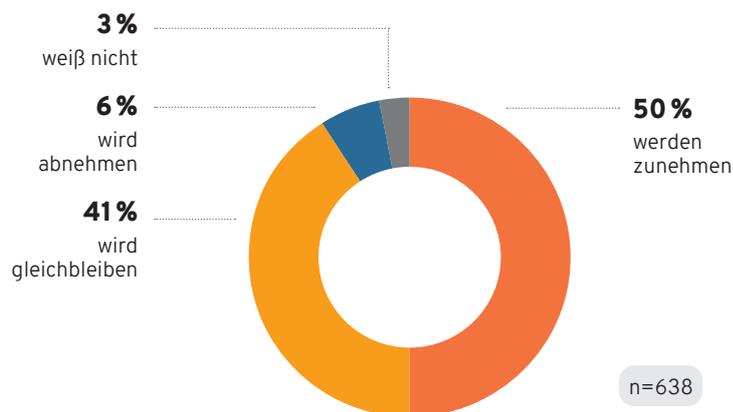
**ZUVER-
SICHTLICH
IN DIE
ZUKUNFT?**

Trotz der aktuellen Herausforderungen, die viele Unternehmen beschäftigen, gibt es einen klar optimistischen Trend. Die Hälfte der befragten Firmen sehen positiv in die Zukunft und erwarten, dass sie in den kommenden Monaten mehr qualifizierte Mitarbeiter:innen brauchen werden. Nur 6 Prozent rechnen damit, dass der Bedarf sinkt. Diese Zuversicht zeigt, dass Unternehmen bereit sind, sich den Herausforderungen der Zukunft zu stellen und gezielt in ihre wichtigsten Ressourcen zu investieren: ihre Mitarbeiter:innen.

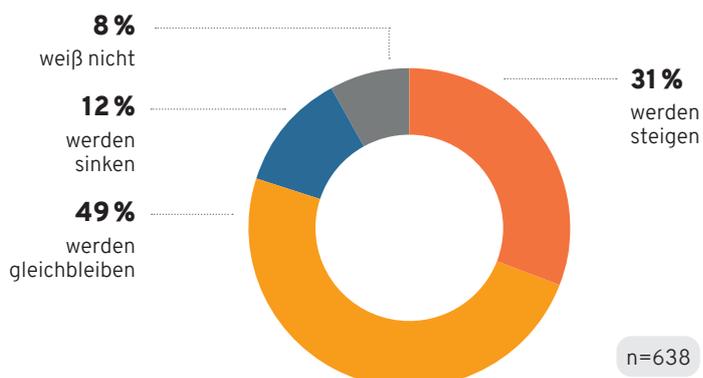
Stellenanzeigen im Fokus

Trotz der digitalen Transformation bleibt die klassische Stellenanzeige ein unverzichtbares Werkzeug im Recruiting. Ein Drittel der Unternehmen plant sogar, die Ausgaben für dieses bewährte Mittel zu erhöhen. Das unterstreicht die anhaltende Relevanz traditioneller Methoden, die nach wie vor einen festen Platz im Rekrutierungsprozess haben.

Wie wird sich der Mitarbeiterbedarf Ihres Unternehmens voraussichtlich in den nächsten 12 Monaten entwickeln?



Wie werden sich Ihre Ausgaben für die Stellenanzeigenschaltung in diesem Jahr gegenüber dem Vorjahr entwickeln?



Investitionsschwerpunkte

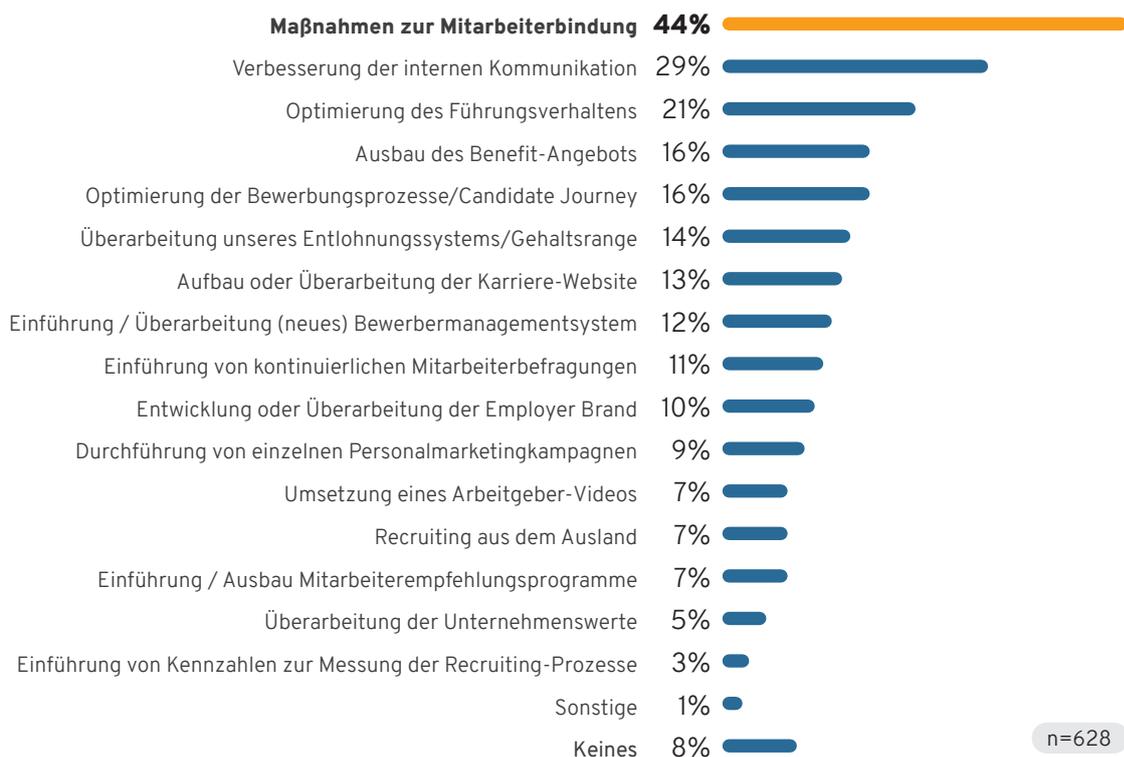
Unternehmen richten ihre Investitionen gezielt auf Schlüsselbereiche aus, um langfristig erfolgreich zu bleiben:

- **Mitarbeiterbindung (44%):** Die langfristige Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen steht im Fokus. Maßnahmen wie Entwicklungsprogramme und gezielte Karriereplanung sind von Vorteil, um das Engagement und die Loyalität der Mitarbeiter:innen nachhaltig zu fördern.
- **Interne Kommunikation (29%):** Verbesserte Kommunikationsstrukturen sollen die Effizienz und das Arbeitsklima stärken.
- **Führungsverhalten (21%):** Investitionen in die Führungskräfteentwicklung sollen die Unternehmensführung optimieren.
- **Benefit-Angebot (16%):** Erweiterung der Zusatzleistungen, um den Mitarbeiter:innen mehr Flexibilität und Wohlbefinden zu bieten. Dazu gehören unter anderem flexible Arbeitszeiten und umfassende Gesundheitsangebote.

Trotz der wichtigen Rolle von Kennzahlen planen nur 3 Prozent der Unternehmen, zentrale KPIs für den Recruiting-Prozess einzuführen. Eine systematische Erfassung könnte jedoch entscheidend zur Optimierung beitragen und kann für viele Unternehmen einen echten Game-Changer darstellen.

Welche HR-Projekte haben in Ihrem Unternehmen in den nächsten 12 Monaten die höchste Priorität?

Mehrfachauswahl möglich



FAZIT

Vorbehalten begegnen – mutig handeln

Demografie und Wirtschaftslage befeuern die Verschärfung des Fachkräftemangels in Deutschland. Die weitere Verzögerung einer grundlegenden Transformation im Recruiting wird für eine wachsende Anzahl an Unternehmen zur existenziellen Bedrohung. Mut und Pioniergeist hingegen pflastern den Weg zu einer nachhaltig erfolgreichen Stellenbesetzung.

Die Digitalisierung, die in den letzten Jahren unaufhörlich voranschreitet, bietet vielerorts noch ungenutzte Möglichkeiten im Recruiting. Während viele Firmen weiterhin auf klassische Methoden wie Online-Stellenanzeigen und Mitarbeiterempfehlungen setzen, bleiben moderne Ansätze wie WhatsApp-Recruiting und Arbeitgebervideos verblüffender Weise ungenutzt. Social Media Recruiting gewinnt zwar für viele Arbeitgeber an Bedeutung, kann sich jedoch noch nicht ganz gegen die etablierten Methoden durchsetzen. Dabei gilt es für Unternehmen auf unterschiedlichen Kanälen einen erweiterten Zielgruppenkreis für ihren Kandidatenpool zu erschließen.

Auch der Einsatz von datenbasiertem Recruiting und Künstlicher Intelligenz (KI) ist bislang begrenzt. Viele Unternehmen erfassen ihre KPIs nicht systematisch, was die Effizienz im Recruiting-Prozess einschränkt und den Handlungsspielraum der Personalabteilung innerhalb des Unternehmens budgetär begrenzen kann. Immerhin: KI wird bereits vielfach zur Optimierung von Stellenanzeigen verwendet.

Im Bereich des Employer Branding kämpfen viele Firmen mit begrenzten Ressourcen und dem mangelnden Wissen um dessen elementare Bedeutung für die Attraktivität eines Arbeitgebers. Rund 30 Prozent sehen das Thema als nicht besonders relevant an. Ein konsequentes Umdenken kann an dieser Stelle hausgemachte Probleme verhindern.

Unternehmen müssen ihre Hemmungen gegenüber transformativen Prozessen und neuen Methoden im Recruiting überwinden. Wo verläuft die Grenze zwischen Vorbehalt und kalkulierbarem Risiko und vor allem: Zu welchem Preis werden Kurskorrekturen weiter hinausgezögert? Mithilfe einer umfassenden Neuausrichtung können sich Unternehmen als attraktive Arbeitgeber positionieren und erfolgreich Talente gewinnen. Führende Unternehmen tun dies bereits.

INDEX - PARTNER DER PERSONALPROFIS

index-Anzeigendaten

Das Vertriebssystem für mehr Umsatz im HR-Bereich.

Daten aus jährlich mehr als 80 Millionen Stellenanzeigen helfen Personaldienstleistern, Verlagen, Jobbörsen und Agenturen, neue Vertriebspotenziale zu erschließen, Marktauswertungen zu erstellen und Akquiseprozesse zu optimieren.

index-Agentur

HR-Kommunikation und Consulting.

Von der Stellenanzeige bis zum vollumfänglichen Employer Branding überzeugt unser Personalmarketing jede Ihrer Zielgruppen. Im Rahmen unserer Beratungsleistungen finden wir mit unseren Kunden Lösungen für ihre Mitarbeiterbindung, ihre Führungsrichtlinien und alle weiteren HR-Anliegen.

index-Research

Mehr Wissen über HR-Themen.

Personalmarktforschung aus einer Hand – Umfragen, Analysen und Statistiken zum Stellenmarkt, zu Recruiting und Arbeitgebern.

index 

**Melden Sie
sich bei uns!**



Olga Golubchykova
Teamleitung index Research
E-Mail: o.golubchykova@index.de
Tel.: 030 - 390 88 345

index

index Research –
ein Geschäftsbereich
der index Internet und
Mediaforschung GmbH
Friedrichstraße 62
10117 Berlin

www.index.de

Weitere Studien



index Social-Recruiting-
Report 2024
Deutschland



index Recruiting-
Report 2022
Deutschland



index Studie zum
Stellenmarkt 2020
Deutschland



index Recruiting-
Report 2019
Deutschland

Haftungsausschluss: Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die index Internet und Mediaforschung GmbH keine Gewähr.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Aufnahme in Online Dienste und ins Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträgern dürfen nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung des Herausgebers erfolgen. Alle Daten und Studien von index Research oder der index Internet und Mediaforschung GmbH sind in keinem Fall ohne vorherige Erlaubnis des Herausgebers kostenlos oder entgeltlich an Dritte weiterzugeben.

© index Internet und Mediaforschung GmbH, August 2024

Fotos Erstellt unter Mithilfe von KI, Porträt-Fotos: index