

Recruiting-Studie - Trends im Jahr 2021

Eine Studie von Talention



Inhalte

Vorwort.....	3
Ausgangssituation 2020.....	4
Studiendesign und Ziel.....	5
Die Teilnehmer.....	6
Beweggründe der Teilnehmer.....	7
Erkenntnisse.....	9
3 unwichtige Themen.....	12
5 Trend – Themen.....	13
Überraschende Themen.....	15
Über Talention.....	17

Vorwort

Die vorliegende Studie thematisiert die Recruiting-Trends für das Jahr 2021. Durch unsere kontinuierlichen Befragungen wollen wir einen Mehrwert für die Recruiting Community im deutschsprachigen Raum gewährleisten. In diesem Jahr haben sich über 200 Unternehmen an der umfassenden Umfrage beteiligt.

Durch die Corona-Pandemie merken wir, dass die Nachfrage nach digitalem Recruiting steigt. Das Offline Recruiting rückt dabei zunehmend in den Hintergrund. Ein Beispiel dafür ist das gesteigerte Interesse an Suchmaschinenoptimierung.

Recruiting beginnt nicht erst, wenn die Stelle ausgeschrieben wird, sondern hat sich zu einem kontinuierlichen Prozess entwickelt. Der Ansatz geeignete Kandidaten frühzeitig kennenzulernen wird immer wichtiger.

Heutzutage wollen Unternehmen am besten alle potenziellen Kandidaten in ihrem Markt kennen, um diese bei offenen Vakanzen einfach kontaktieren zu können. Die Bedeutung vom sogenannten Candidate Relationship Management steigt zusehends.

Die Corona-Pandemie hat in vielen Marktsegmenten den Fachkräftemangel verschärft, da durch die Reisebeschränkungen kein Recruiting im Ausland stattfinden kann.

Durch den höheren Wettbewerb im Markt wird es für die Unternehmen immer wichtiger sich von ihrer Konkurrenz inhaltlich abzugrenzen, Vorteile zu erarbeiten und Mehrwert zu bieten. So ist es auch nicht überraschend, dass der Aufbau einer Arbeitgebermarke einen sehr wichtigen Trend darstellt.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen der Studie.

Steffen Braun
Geschäftsführender Gesellschafter
Talention



➔ Ausgangssituation 2020

Die Corona-Pandemie und die daraus folgenden Lockdowns im Frühjahr und Winter 2020 haben die Arbeitswelt verändert. Viele Unternehmen mussten Kurzarbeit anmelden und ihre Mitarbeiter ins Homeoffice schicken. Der Recruiting-Prozess blieb davon nicht verschont.

Vorstellungsgespräche mussten und müssen weiterhin über Video-Plattformen stattfinden. Auch Telefoninterviews sind mittlerweile fester Bestandteil in Recruiting-Prozessen und helfen den Recruitern einen ersten Eindruck von ihren Bewerbern zu gewinnen. Der Trend zur Digitalisierung des Recruiting-Prozesses steigt folglich.



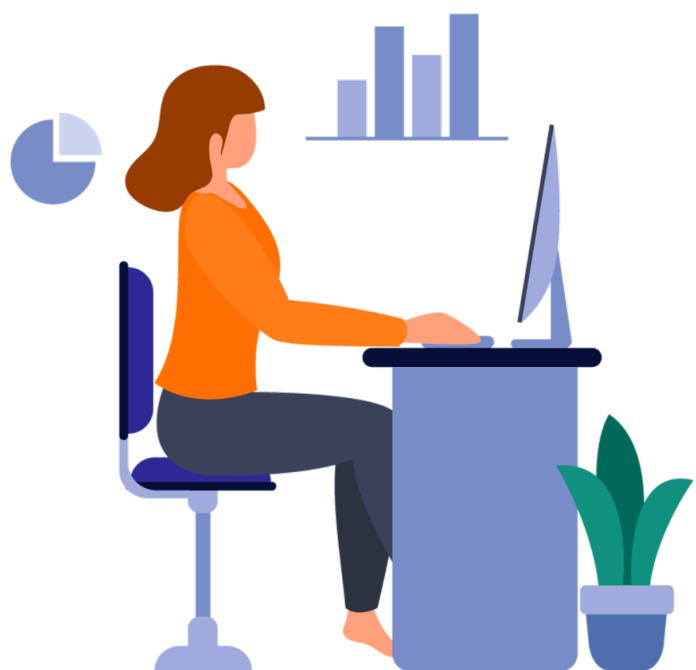
👉 Studiendesign und Ziel

Das Unternehmen Talention hat im ersten Lockdown 2020 online eine Webinarreihe zu Recruiting-Themen gestartet. An dieser Reihe nahmen ca. 1.500 Teilnehmer teil, welche daraufhin repräsentativ einen Fragebogen für ihr Unternehmen bekamen.

Die Inhalte des Fragebogens wurden vorab anhand qualitativer Interviews identifiziert und auf 30 Recruiting-relevante Themen eingegrenzt. Vom 10. – 14. Dezember wurden die Fragebogen freigeschaltet. Zusätzlich wurde die Möglichkeit eingeräumt, mit „Unbekannt“ zu antworten, falls das Unternehmen zu einem Aspekt keine Auskunft geben wollte.

Zum Zeitpunkt der Auswertung am 15. Dezember 2020 beteiligten sich 213 Unternehmen an dieser Studie.

Ziel der Studie war es, mehr über den Einfluss und die Folgen der Corona-Pandemie auf den Recruiting-Prozess zu erfahren, um Recruiting Trends für 2021 abzuleiten.

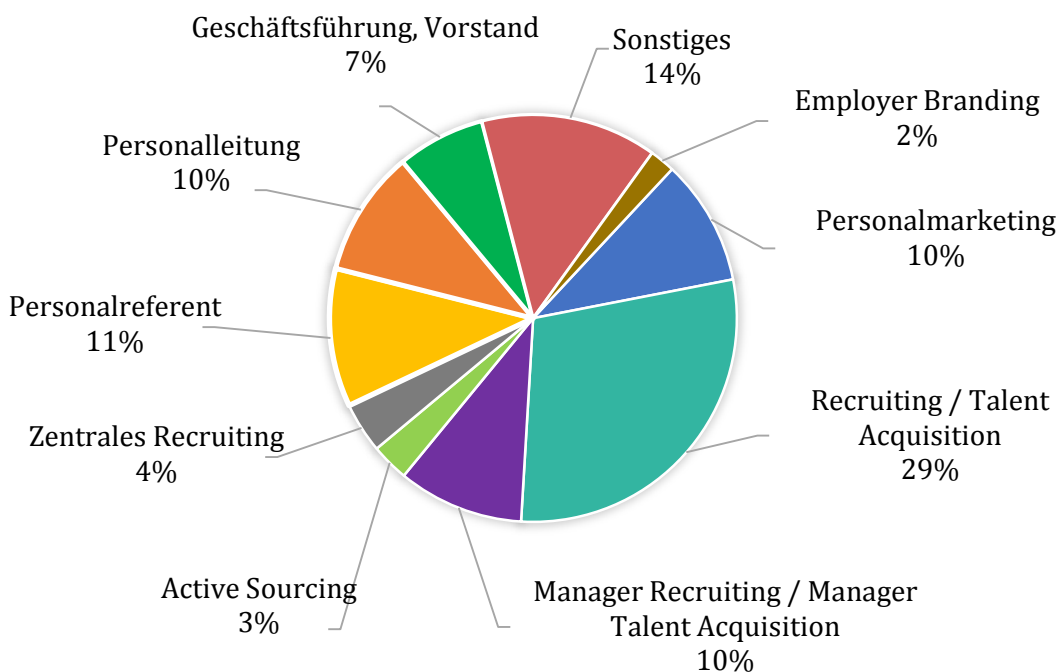


Die Teilnehmer

Branchenanteile der befragten Unternehmen

Personalberatung / Headhunting	17 %
Personaldienstleistung	9 %
IT / Software / E-Business	23 %
Maschinenbau / Produktion	7 %
Gesundheitswesen / Pflege	5 %
Kommunen / Bildungseinrichtungen	2 %
Banken / Versicherungen	5 %
Agenturen	3 %
Andere	29 %

Stellentitel der Umfrageteilnehmer



🔍 Beweggründe der Teilnehmer

Gesuchte Profile

5 % Auszubildende / Studenten

15 % Einfache Fachkräfte

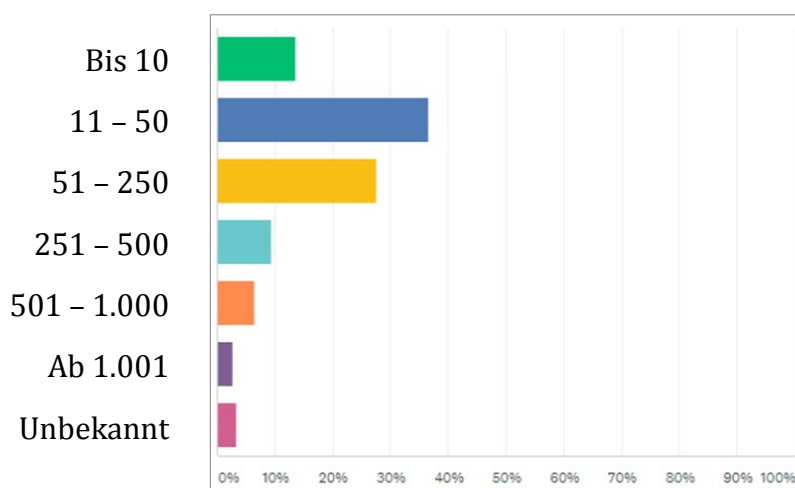
16 % Young Professionals

49 % Spezialisierte Fachkräfte

13 % High Professionals

2 % Unbekannt

Jährliches Recruiting-Volumen (Anzahl der Stellenbesetzungen)



🔍 Beweggründe der Teilnehmer

Aktuelle Recruiting-Aktivitäten

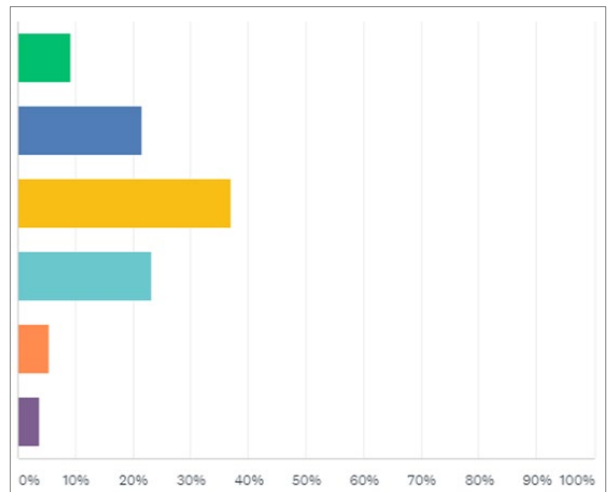
Aktive Ansprache von Kandidaten	27 %
Aufbau und Pflege von Beziehungen zu potenziellen Kandidaten in einem Talentpool	5 %
Personalmarketing über zielgruppen-relevante Inhalte (Landingpages), Events und Newsletter	7 %
Verwaltung, Schaltung und Auswertung von diversen Kanälen	10 %
Schaltung von Werbeanzeigen in Social Media	3 %
Buchung von Stellenanzeigen in Jobbörsen (Multiposting)	15 %
Bewerberauswahl und Abstimmung mit der Fachabteilung	23 %
Koordination und Terminierung von Telefoninterviews und Vorstellungsgesprächen	2 %
Internes Personalmarketing für Mitarbeiter (Unternehmenskommunikation, Intranet, Mitarbeiter-Newsletter)	3 %
Unbekannt	5 %

Erkenntnisse

Die Studienergebnisse geben Aufschlüsse über diverse Themen, die einen unmittelbaren Einfluss auf die Recruiting-Aktivitäten innerhalb der Unternehmen besitzen. Insbesondere auf die unterschiedlichen Facetten des Recruiting-Budgets wird folgend näher eingegangen.

Stand der Digitalisierung

In puncto Stand der Digitalisierung des Recruitments im Unternehmen im Vergleich zu anderen Unternehmen schätzen sich mehr als 35 % der Befragten in etwa wie der Durchschnitt ein. Unter- sowie überdurchschnittlich schätzen sich jeweils knapp über 20 % ein.



■ weit unter dem Ø
 ■ unterdurchschnittlich
 ■ in etwa im Ø
 ■ überdurchschnittlich
 ■ weit über dem Ø
 ■ unbekannt

Zufriedenheit mit der genutzten Recruiting Software

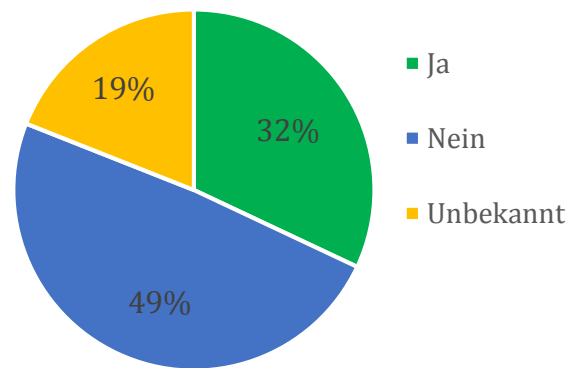
Zum Zeitpunkt der Umfrage im Dezember 2020 hatten die meisten Teilnehmer schon einige Monate im Home Office gearbeitet. In der Studie fragte Talention deswegen nach der Zufriedenheit hinsichtlich der benutzten Recruiting Software. Das Ergebnis zur Empfehlung an einen Freund oder Kollegen fiel dabei negativ aus. Sie sind keine Promotoren für die benutzte Software.

Net
Promoter
Score **Ø 5,4**

Erkenntnisse

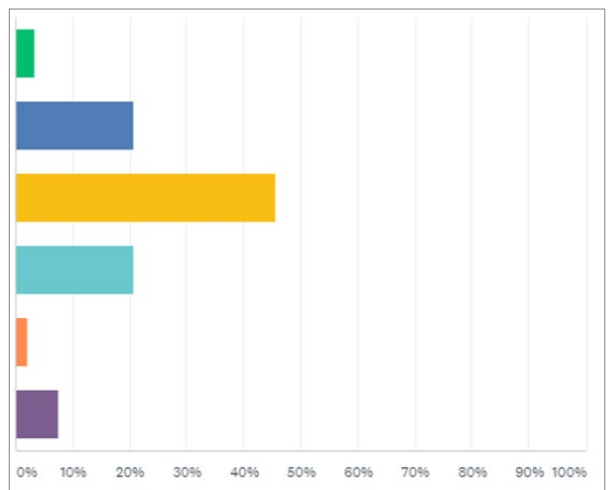
Employer Branding Budget (Ohne Stellenanzeigen)

Fast 50 % der Unternehmen besitzen kein Employer Branding Budget, welches unabhängig von den Stellenanzeigen eingesetzt wird. Zum Aufbau der Arbeitgebermarke besitzen 32 % der Teilnehmer ein Budget.



Entwicklung des Recruitingbedarfs

Aufgrund von COVID-19 wurde in der Presse viel über Kurzarbeit, Home Office und die Einflüsse auf den Arbeitsmarkt berichtet. Doch wie hat Corona den Recruitingbedarf verändert? 45 % der befragten Unternehmen gaben an, dass ihr Recruitingbedarf konstant bleibt. Jeweils 20 % sagten, dass es mehr bzw. weniger wird.

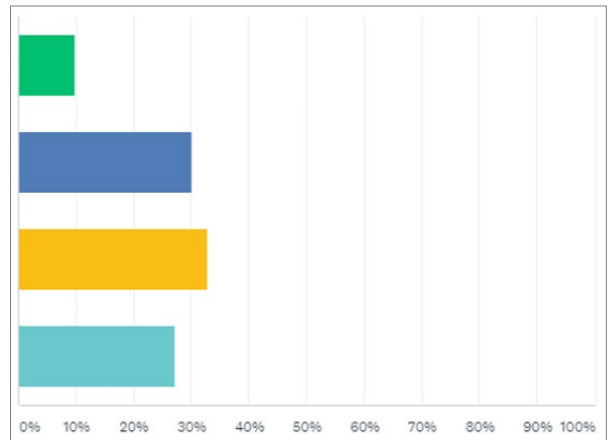


- wird sehr viel mehr
- wird mehr
- bleibt gleich
- wird weniger
- wird sehr viel weniger
- unbekannt

Erkenntnisse

Entwicklung des Recruiting Budgets

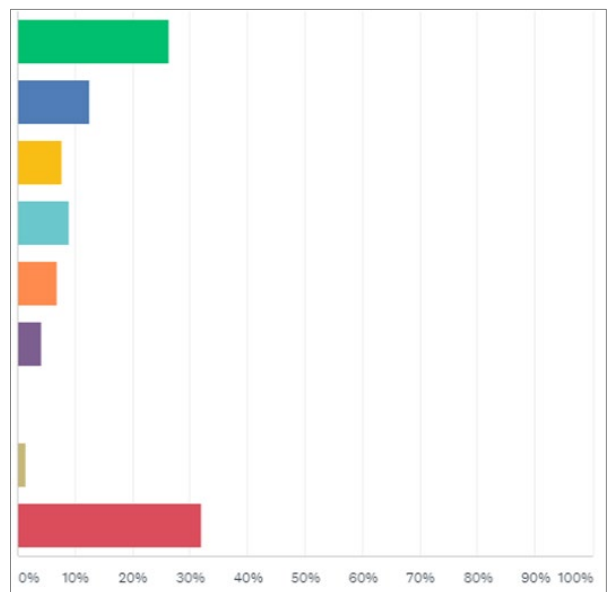
Hinsichtlich des Recruiting Budgets für 2021 wollen über 30 % der teilnehmenden Unternehmen mehr investieren als noch im Vergleich zu dem Jahr 2020. Genau 30 % gaben an, dass sich ihr Budget stagnierend zu 2020 verhält. Nur 10 % erwarten ein rückläufiges Budget.



■ rückläufig
 ■ stagniert
 ■ erhöht sich
 ■ unbekannt

Höhe des geplanten Budgets für 2021

Rund 20 % der Befragten planen für 2021 ein Budget von über 50.000 € ein. Weitere 20 % wollen 10.001 € - 50.000 € für ihre Stellenanzeigen aufbringen. Nur ein Viertel der Befragten gab an, weniger als 10.000 € für 2021 eingeplant zu haben.



■ 0 € - 10.000 €
 ■ 10.001 € - 25.000 €
 ■ 25.001 € - 50.000 €
 ■ 50.001 € - 100.000 €
 ■ 100.001 € - 200.000 €

■ 200.001 € - 500.000 €
 ■ 500.001 € - 750.000 €
 ■ Ab 751.000 €
 ■ Unbekannt

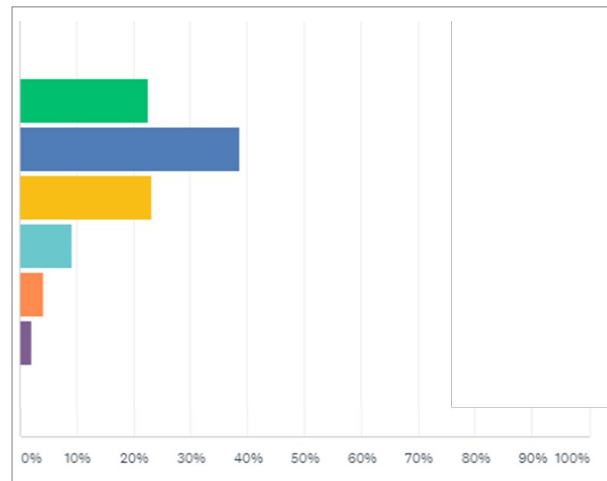
3 unwichtige Themen

Die Umfrageergebnisse ermöglichen eine Einschätzung der Wichtigkeit einzelner Themen für das Jahr 2021. Folgend werden die drei unwichtigsten Themen vorgestellt.

■ völlig unwichtig
 ■ unwichtig
 ■ neutral
 ■ wichtig
 ■ sehr wichtig
 ■ unbekannt

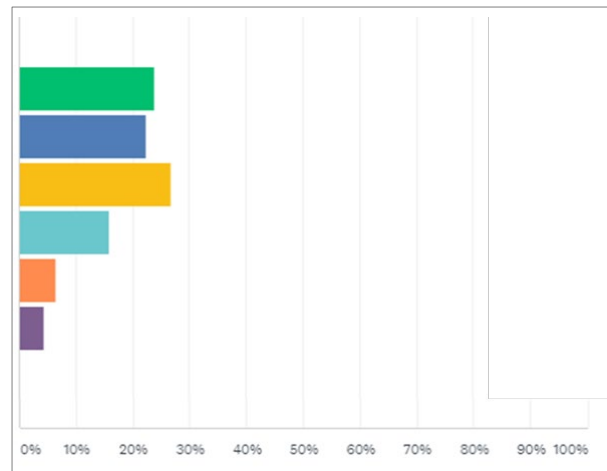
Outsourcing von Recruiting Prozessen (Headhunting, RPO)

Das Outsourcing von Recruiting Prozessen (Headhunting, RPO) wird im Jahr 2021 eine unwichtige bis völlig unwichtige Rolle einnehmen. Mit knapp 60 % gibt dies einen Hinweis auf die Tendenz zu internen Lösungen.



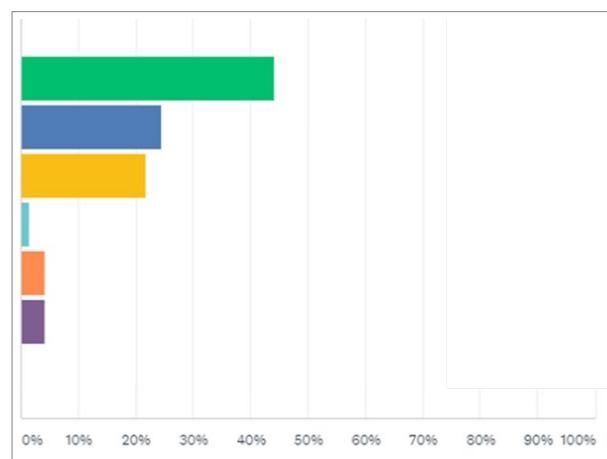
Chatbots

Das Thema Chatbots wird als weniger wichtig eingeordnet. Die Tendenz zeigt eine unwichtige (18 %) bis völlig unwichtige (20 %) Entwicklung.



Bessere Verwaltung postalischer Bewerbungen

Der Trend zu Online-Bewerbungen schlägt sich auch in dem Umgang mit postalischen Bewerbungen nieder. Die Möglichkeit postalische Bewerbungen besser zu verwalten wird im Jahr 2021 eine völlig unwichtige Rolle spielen (43 %).



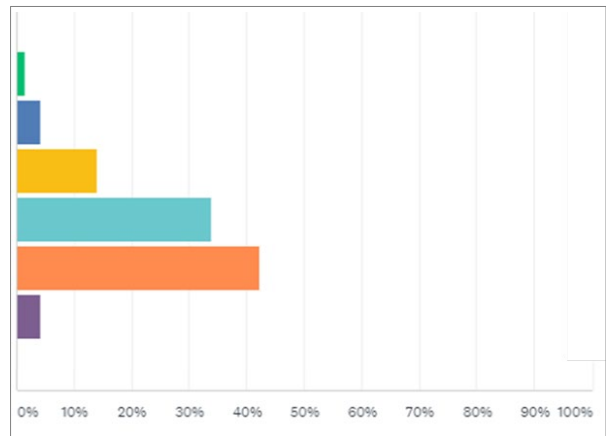
5 Trend - Themen

Neben den unwichtigen Inhalten können auch deutlich Themen identifiziert werden, die als wichtig eingestuft werden. Fünf Themen werden demzufolge im Jahr 2021 weiter in den Mittelpunkt rücken.

■ völlig unwichtig
 ■ unwichtig
 ■ neutral
 ■ wichtig
 ■ sehr wichtig
 ■ unbekannt

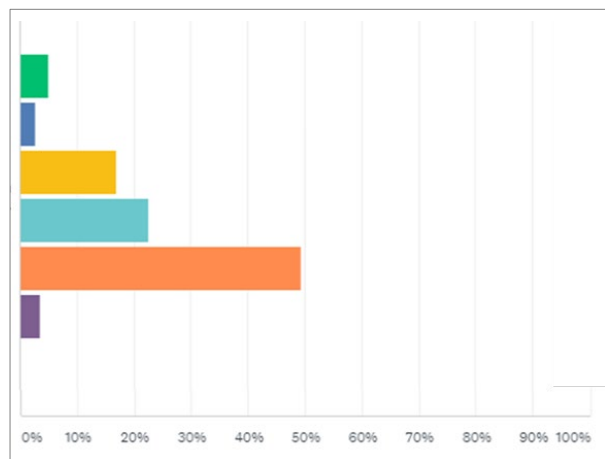
Platz 5: Social Media Recruiting

Auf Platz 5 wird im Jahr 2021 Social Media Recruiting ein sehr wichtiges bis wichtiges Thema sein. Über 70 % der befragten Unternehmen entschieden sich für eine der beiden Antworten.



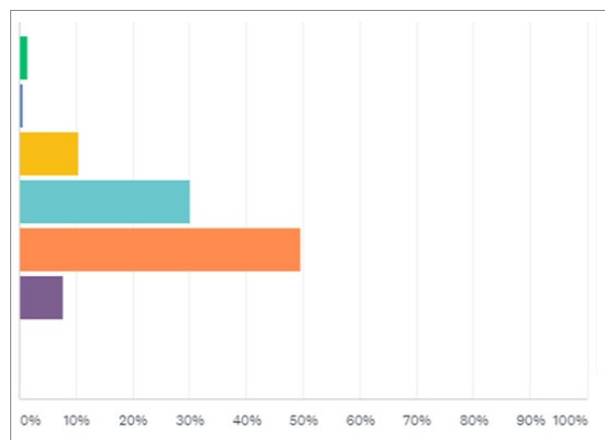
Platz 4: Beziehungen zu Fachvorgesetzten / Hiring Managern

Die Beziehungen zu Fachvorgesetzten bzw. Hiring Managern wird von fast 50 % als ein sehr wichtiger Punkt angesehen.



Platz 3: Candidate Experience / Candidate Journey

Die Bedeutsamkeit einer Candidate Experience bzw. Candidate Journey sehen fast 50 % der Befragten als sehr wichtig an, 20 % als wichtig.

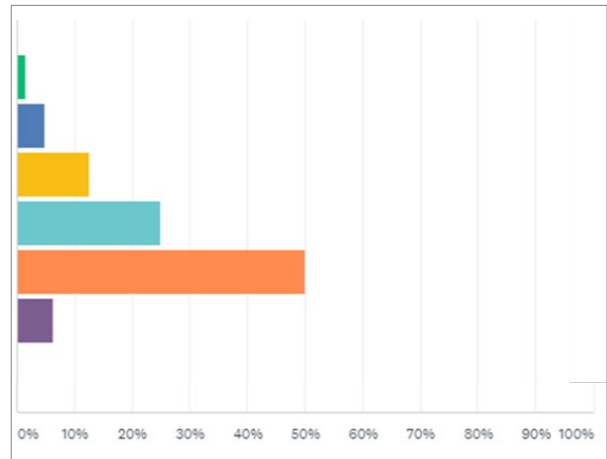


5 Trend - Themen

■ völlig unwichtig
 ■ unwichtig
 ■ neutral
 ■ wichtig
 ■ sehr wichtig
 ■ unbekannt

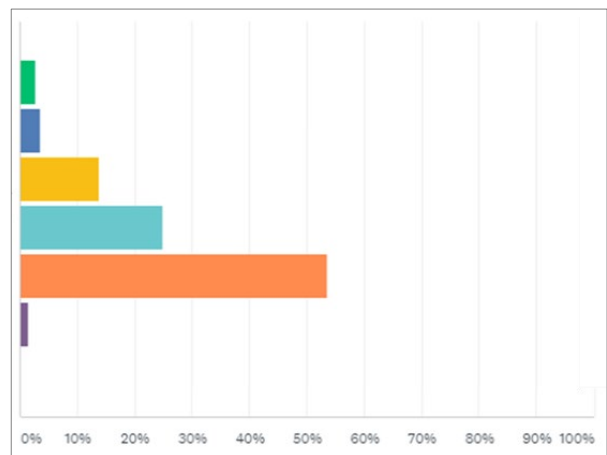
Platz 2: Active Sourcing

Fast 75 % der befragten Unternehmen gaben an, dass das Thema Active Sourcing im Jahr 2021 sehr wichtig bis wichtig sein wird.



Platz 1: Strategischer Aufbau der Arbeitgebermarke (Employer Branding)

Das Top-Thema für das Jahr 2021 ist der strategische Aufbau der Arbeitgebermarke, auch Employer Branding genannt. Auch hier bestätigten fast 75 %, dass dieser Recruiting-Trend sehr wichtig bis wichtig sein wird.



👁️ Überraschende Themen

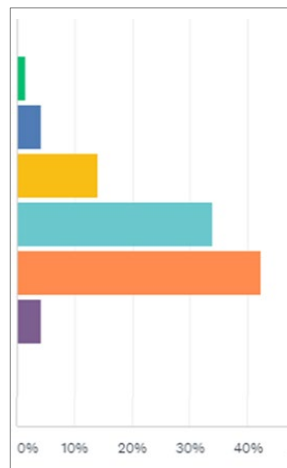
Neben den unwichtigen und wichtigen Themen für das Jahr 2021, ergab die Studie auch überraschende Ergebnisse, die interessante Einblicke in die zu erwartende Entwicklung des Recruitings der Zukunft geben.

■ völlig unwichtig
 ■ unwichtig
 ■ neutral
 ■ wichtig
 ■ sehr wichtig
 ■ unbekannt

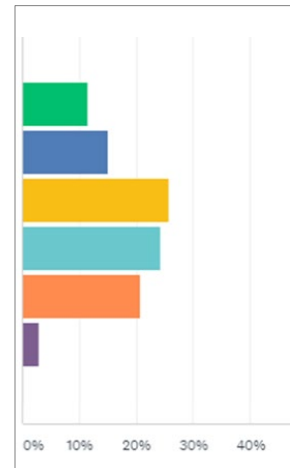
Social Media Recruiting und Facebook Job Ads

Ein Trendthema 2021 ist das Social Media Recruiting. Zu diesem Bereich gehören auch Facebook Job Ads. 25 % der Befragten sehen dieses Thema als neutral an, 23 % als wichtig und 20 % als sehr wichtig. Ebenso wie die Wichtigkeit von Social Media scheint die Wichtigkeit von Facebook Job Ads zu steigen.

Social Media Recruiting

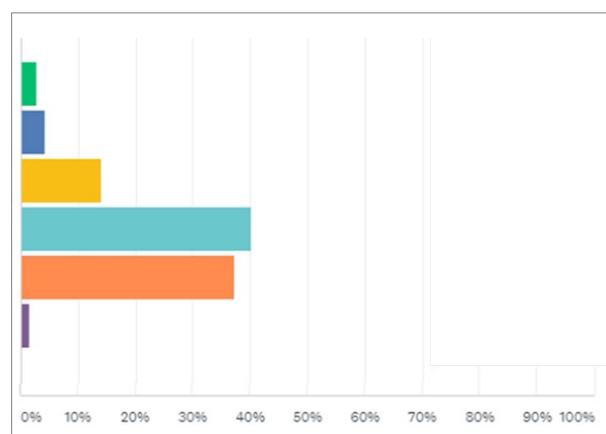


Facebook Job Ads



Talent Pipeline / Talent Pooling / Candidate Relationship Management

Einhergehend mit Active Sourcing (Platz 2 der Trends) hat Talent Pipeline / CRM knapp die Top 5 verpasst. Hervorzuheben ist die rasant ansteigende Bewertung der Relevanz dieses Themas im Vergleich mit dem, was die Vergangenheit gezeigt hat. Über 70 % stufen diesen Prozess mittlerweile als wichtig bis sehr wichtig ein.

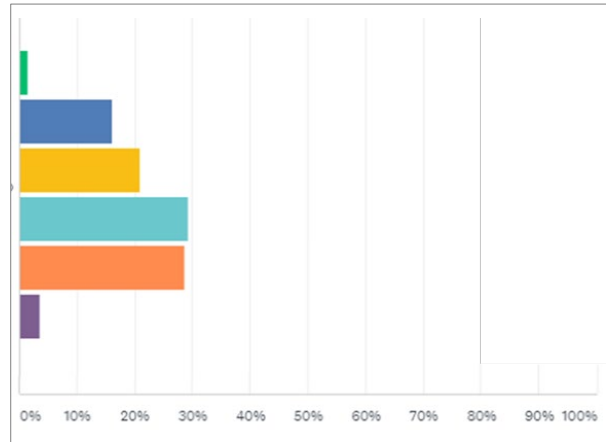


👁️ Überraschende Themen

■ völlig unwichtig
 ■ unwichtig
 ■ neutral
 ■ wichtig
 ■ sehr wichtig
 ■ unbekannt

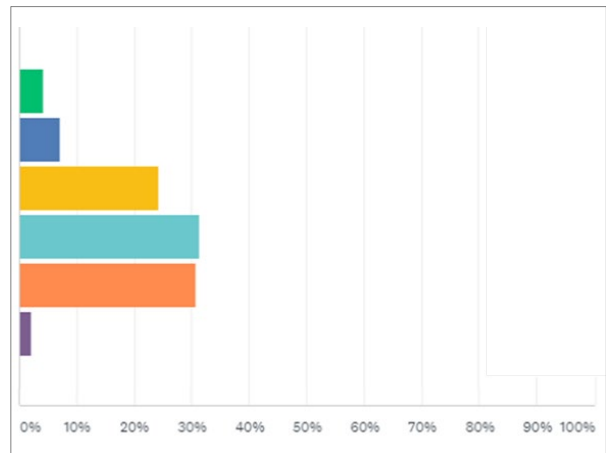
Suchmaschinenoptimierung / SEO

Im Hinblick auf den Punkt Suchmaschinenoptimierung / SEO zeigt sich die Tendenz, dass es für viele Teilnehmer immer wichtiger wird. Die Prozentzahlen sind mit knapp unter 60 % (Antworten „wichtig“ und „sehr wichtig“) auf dem Weg nach oben.



Recruiting Trichter / Reporting

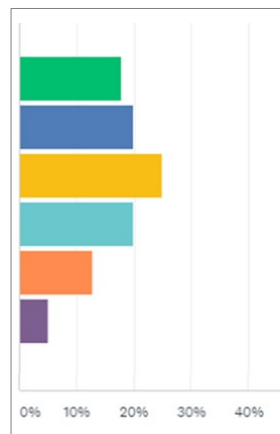
Das Thema Recruiting Trichter/ Reporting unterstützt den Trend zum strategischem Aufbau einer Arbeitgebermarke. Bei dieser Frage ordneten knapp über 60 % der Teilnehmer das Thema als wichtig bis sehr wichtig ein.



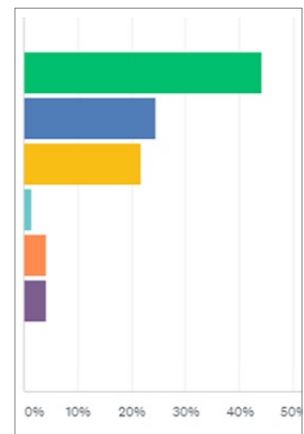
Bessere Verwaltung der Bewerbungen

Die bessere Verwaltung von E-Mail Bewerbungen ist im Vergleich zur besseren Verwaltung von postalischen Bewerbungen immer noch für 30 % der Teilnehmer wichtig bis sehr wichtig. Die Tendenz zeigt ein Festhalten an E-Mail Bewerbungen.

E-Mail



Postalisch



👉 Über Talention

Talention ist eine moderne Recruiting Marketing Software, der über 500 Kunden vertrauen, um ihr Recruiting, Personalmarketing und Employer Branding nachhaltig zu verbessern. Talention bietet alle Tools und Analysen, die Unternehmen benötigen, um Top-Kandidaten anzuziehen, an sich zu binden und erfolgreich zu rekrutieren.

Diese Basis-Technologie von Talention entstand aus der Forschung in 2010, gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Großen Wert wird auf Datensicherheit gelegt. Die Server von Talention stehen in Deutschland.

Heute ist Talention eine der führenden Recruiting Marketing Software Lösungen auf dem europäischen Markt.



Talention / TFI GmbH
Ohligsmühle 3
42103 Wuppertal

Tel: 0202 261 494 880
www.talention.de