



**BAROMETER  
PERSONALVERMITTLUNG 2020**

---

Wachstumspotenziale für ein modernes Recruiting

## ÜBER DEN VERBANDSBEREICH PERSONALVERMITTLUNG (VBPV)

Der Verbandsbereich Personalvermittlung (VBPV) des BAP, hervorgegangen aus der Integration des Bundesverbandes Personalvermittlung e.V. (BPV), 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.

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

Der Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e. V. (BAP) ist die führende Interessenvertretung der Personaldienstleistungs- und Zeitarbeitsbranche in Deutschland. Im BAP sind ca. 2.000 Mitglieder mit über 4.600 Personaldienstleistungsbetrieben organisiert. Weitere Informationen finden Sie unter [www.personaldienstleister.de](http://www.personaldienstleister.de).

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

# Summary

Fast 70 Prozent der befragten Kandidaten würden es beim nächsten Arbeitgeberwechsel in Betracht ziehen, die Dienste eines Personalvermittlers in Anspruch zu nehmen. Diese Aussage beruht auf der allgemeinen Zufriedenheit der Teilnehmer in der Zusammenarbeit mit Vermittlern.

## WAS MACHT PERSONALVERMITTLUNG AUS?

55 Prozent der Kandidaten finden es am wichtigsten, den maßgeschneiderten Traumjob vermittelt zu bekommen. Im Gegenzug stimmen 99 Prozent der Unternehmen voll und ganz bzw. weitgehend zu, dass sie in Zusammenarbeit mit Personalvermittlern es essentiell finden, dass die perfekt geeigneten Kandidaten vorgestellt werden. Eine ebenfalls sehr wichtige Rolle spielt, dass Kandidaten schnell eine Position angeboten wird und in Unternehmen die vakante Position zeitnah besetzt werden kann. Dabei gilt auch hier: Qualität geht vor Quantität. Führungskräfte und Spezialisten werden am häufigsten nachgefragt. Potenzial besteht ebenfalls in zusätzlichen Beratungskompetenzen. Unternehmen wünschen sich Unterstützung beim Employer Branding und der Beratung sowie bei der Umsetzung von Recruitingstrategien.

Einen sinnstiftenden und nachhaltigen Job ausüben finden 67 Prozent der Teilnehmer wichtiger als ein hohes Gehalt. Demgegenüber glauben die Unternehmen und Personalvermittler, dass das Gehalt der wichtigste Faktor für die Kandidaten sei. Allerdings nennen Kandidaten, die auf der Suche nach einem neuen Job sind, ein höheres Einkommen als wichtigsten Faktor. Für das

perfekte Match müssen in erster Linie die persönlichen Stärken und Fähigkeiten des Kandidaten betrachtet werden und mit den Anforderungen des Unternehmens übereinstimmen. Dabei sollte individuell auf die Wünsche des Kandidaten und des Unternehmens eingegangen werden, um Gehaltsfragen, Weiterentwicklungsmöglichkeiten und berufliche Ziele bereits im Vorfeld abzustimmen.

## ÜBER WELCHE KANÄLE WÄHLEN KANDIDATEN PERSONALVERMITTLER AUS?

Um neue Zielgruppen zu erreichen, sollten vor allem die veröffentlichten Stellenanzeigen und die Karrierewebsite optimiert werden. Laut der Kandidaten sind das mit jeweils über 50 Prozent die beiden Hauptkriterien bei der Auswahl eines Personalvermittlers. Auch Empfehlungen durch Familie, Freunde und Bekannte sollten nicht vernachlässigt werden.

## WELCHE KANÄLE SIND BEI DER JOBSUCHE RELEVANT?

Während Kandidaten ihren letzten Job zumeist auf klassischen Jobbörsen gefunden haben, nutzen Personalvermittler an erster Stelle die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit. Social-Media-Kanäle werden immer beliebter, besonders die jüngere Generation nutzt zunehmend auch neuere Plattformen zur Jobsuche.

## INHALT

1 Hintergrund, Zielsetzung und Methodik	5
2 Marktdaten	6
3 Erfahrung mit Personalvermittlern	8
4 Auswahl und Zusammenarbeit mit Personalvermittlern	9
5 Die richtigen Kanäle für die richtige Zielgruppe	11
6 Faktoren für Jobwahl und Zufriedenheit	13
7 Einschätzungen und Handlungsempfehlungen	15

# 1 Hintergrund, Zielsetzung und Methodik

Die vorliegende großangelegte Studie „Barometer Personalvermittlung“ des Verbandsbereichs Personalvermittlung (VBPV) richtet erstmals einen 360° Grad Blick auf die Personalvermittlungsbranche. Mit dieser Studie will der VBPV mehr Transparenz über die bisher nur wenig beleuchtete Branche der Personalvermittlung schaffen.

Dafür wurden online potenzielle Kandidaten\*, Unternehmen und Personalvermittler befragt. Die Umfragen wurden im Auftrag des VBPV vom renommierten Personalmarktforscher index Research organisiert, durchgeführt und ausgewertet. index Research ist ein Service der index Internet und Mediaforschung GmbH und befragt jährlich tausende Personalverantwortliche zu aktuellen HR-Themen und analysiert rund 31 Mio. Stellenanzeigen in 10 europäischen Ländern.

Die Kandidaten-Umfrage fand im April 2020 statt, die Unternehmens- und Personalvermittlerumfragen wurden zeitgleich im Juni 2020 durchgeführt. In jedem teilnehmenden Unternehmen konnte jeweils nur eine Person den Fragebogen beantworten.

Die Teilnehmer wurden u. a. gebeten, Auskünfte hinsichtlich ihrer Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Personalvermittlern, aber auch über ihr Such- bzw. Recruitingverhalten zu geben. Des Weiteren wurden Unternehmen und Personalvermittler gebeten, Stellung zu vorgegebenen Trendthesen zu beziehen. Darüber hinaus bildet die Studie erstmalig Marktdaten der Branche ab und gibt damit wertvolle Einblicke.

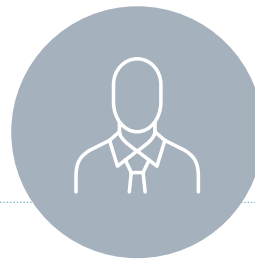
## ZUSAMMENSETZUNG DER STUDIENTEILNEHMER



Kandidaten  
1.000



Unternehmen  
1.409



Personalvermittler  
787

\*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

Insgesamt haben sich 1.000 Kandidaten an der Umfrage beteiligt. Davon waren 500 Personen männlich, 498 Personen weiblich und zwei Personen ordneten sich keinem Geschlecht zu. Die Altersgruppen verteilen sich auf vier repräsentative Gruppen.

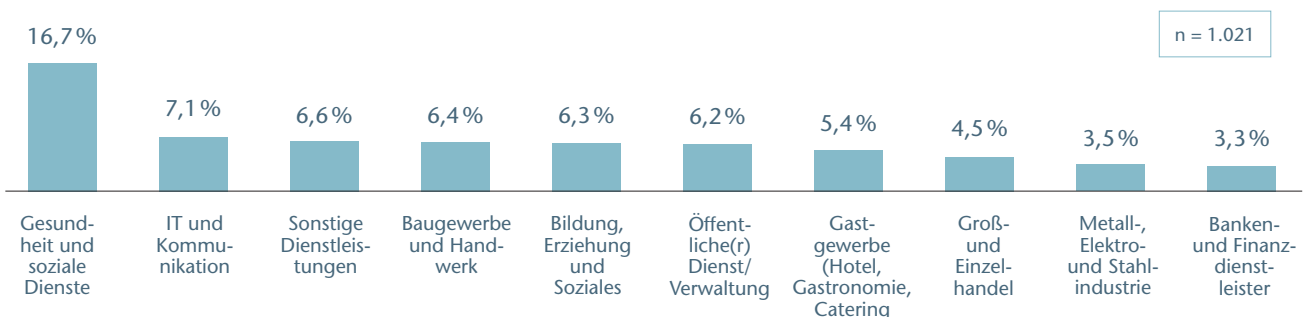
Teilnehmer aus 20 verschiedenen Berufsgruppen sind vertreten. Die meisten befragten Personen arbeiten im Bereich Gesundheit, Medizin und Soziales, dicht gefolgt von Fachkräften aus dem Bereich Bauwesen, Handwerk und Umwelt und Vertrieb und Verkauf. Technische Fachkräfte folgen auf dem vierten Platz mit knapp elf Prozent.

Alle Hierarchieebenen sind vertreten: Mehr als ein Drittel der Personen sind Fachkräfte mit Berufsausbildung. Einen akademischen Hintergrund haben 15 Prozent und sieben Prozent der Befragten sind gewerbliche Fachkräfte. 25 Prozent sind Führungskräfte, davon drei Prozent Vorstände und Geschäftsführer, 15 Prozent Abteilungs- und sieben Prozent Projektleiter. Der Anteil an Berufseinsteigern, Praktikanten und Auszubildenden beträgt acht Prozent.

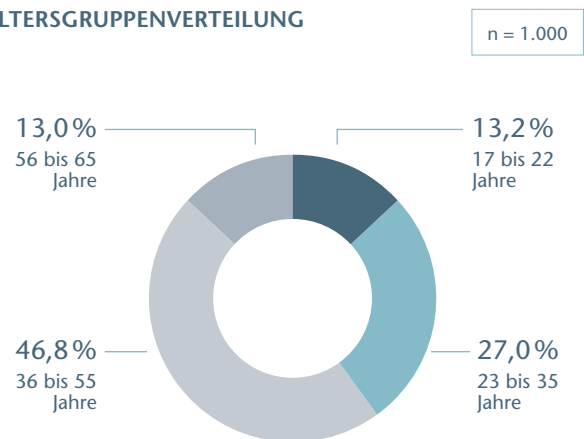
## Unternehmen

An der Unternehmensbefragung haben 1.409 Unternehmen aus 37 Branchen teilgenommen. 17 Prozent der Unternehmen sind aus der Branche Gesundheit und soziale Dienste, gefolgt von IT und Kommunikation mit sieben Prozent der Teilnehmer. Ebenfalls sieben Prozent sind in der Dienstleistungsbranche tätig und sechs Prozent im Baugewerbe und Handwerk. 60 Prozent der Teilnehmer sind entweder Geschäftsführer oder als Personalleiter tätig und weitere 24 Prozent sind Mitarbeiter in der Personalabteilung mit Personalverantwortung. 888 Unternehmen haben bereits mit einem Personalvermittler oder einer Personalberatung zusammengearbeitet. Etwas mehr als die Hälfte dieser Unter-

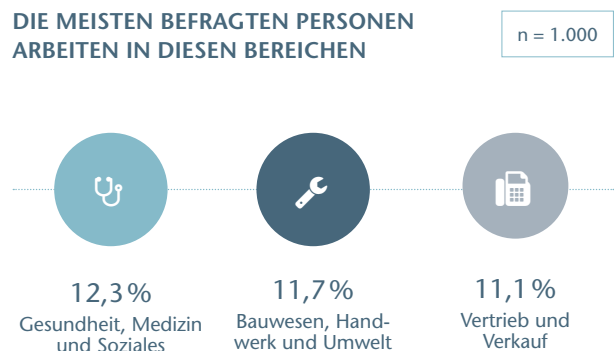
### TOP 10 BRANCHEN



### ALTERSGRUPPENVERTEILUNG



### DIE MEISTEN BEFRAGTEN PERSONEN ARBEITEN IN DIESEN BEREICHEN



nehmen beauftragen einen Personalvermittler zur Besetzung einer Position. 39 Prozent gaben an, dass sie zwei bis drei Personalvermittler gleichzeitig beauftragen. Mit fast 50 Prozent sind die meisten Teilnehmer in mittelständischen Unternehmen (51-500 Mitarbeiter) tätig. Der Anteil der kleinen Unternehmen beträgt rund 40 Prozent. 14 Prozent der Unternehmen beschäftigen mehr als 500 Mitarbeiter.

## Personalvermittler

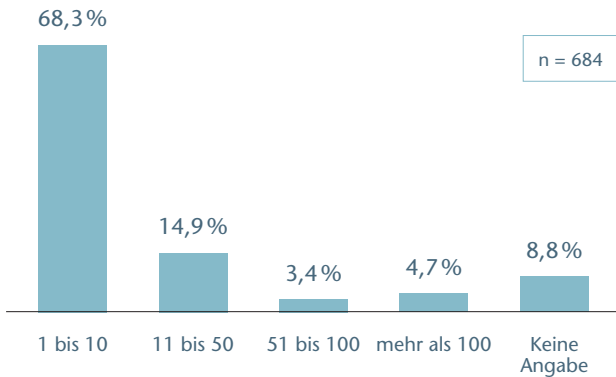
787 Personalvermittler haben sich an der Umfrage beteiligt. Davon betreiben 250 ausschließlich Personalvermittlung und 537 bieten sowohl Personalvermittlung, als auch Zeitarbeit an. Knapp die Hälfte der befragten Personen sind Geschäftsführer, gefolgt von Niederlassungsleitern (18 Prozent) und Managern (12 Prozent).

Mit den Branchen Maschinen- und Anlagenbau, Metall-, Elektro- und Stahlindustrie sowie IT und Telekommunikation konnten die Personalvermittler den größten Umsatz erzielen. Die Branche Gesundheit und soziale Dienste folgt auf dem neunten Platz hinter der Dienstleistungs- sowie Logistikbranche. Knapp 30 Prozent der teilnehmenden Personalvermittler konnten im vergangenen Jahr bis zu 20 Positionen besetzen. Bis 50 Positionen wurden von rund zwölf Prozent vermittelt. Ein Prozent gab an, im letzten Jahr mehr als 500 Positionen besetzen zu können. Die Hälfte der Teilnehmer traf keine Aussage.

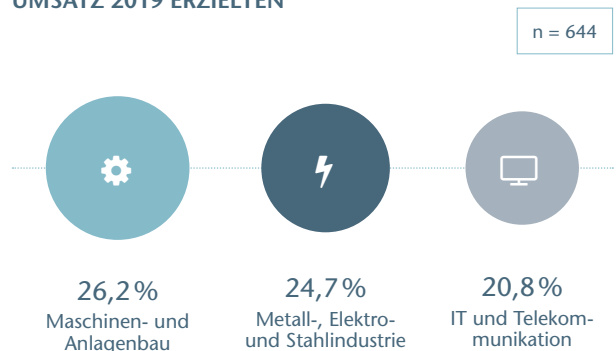
42 Prozent gab an, im Jahr 2019 einen Umsatz von bis zu 250.000 Euro nur mit Personalvermittlung erzielt zu haben. Bei 13 Prozent lag der Umsatz zwischen 250.000 und 500.000 Euro. Über fünf Millionen Euro konnten rund drei Prozent der Personalvermittler als Umsatz verbuchen. Bei Unternehmen, die ebenfalls Zeitarbeit anbieten, beträgt der Anteil für Personalvermittlung am Gesamtumsatz meist nur einen geringen Anteil. Fast 40 Prozent gaben an, dass der Anteil unter 20 Prozent beträgt.

Bei über 63 Prozent der Personalvermittler orientiert sich das Honorar am Zieleinkommen der vermittelten Person. Die durchschnittliche Honorarhöhe dieser Personalvermittler beträgt 23 Prozent am Zieleinkommen. Kleinere Unternehmen (1-50 Mitarbeiter) haben durchschnittlich mit 22 Prozent eine geringere Honorarhöhe am Zieleinkommen als mittelständische Unternehmen (25 Prozent) und große Unternehmen (28 Prozent) mit mehr als 250 Mitarbeitern.

### ANZAHL DER MITARBEITER, DIE NUR FÜR PERSONALVERMITTLUNG TÄTIG SIND

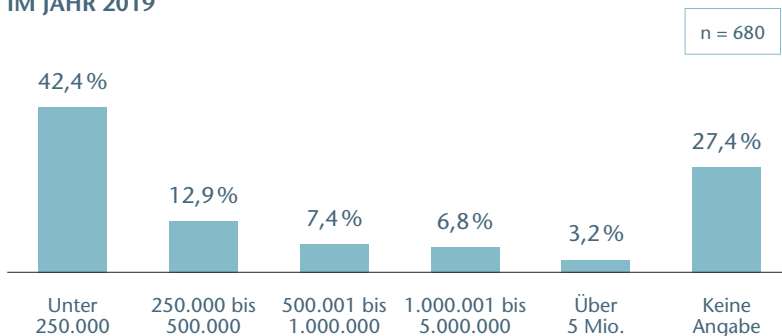


### TOP DREI BRANCHEN, MIT DENEN PERSONALVERMITTLER DEN HÖCHSTEN UMSATZ 2019 ERZIELTEN



Mehrfachnennung möglich

### UMSATZ MIT PERSONALVERMITTLUNG IM JAHR 2019



# 3 Erfahrung mit Personalvermittlern

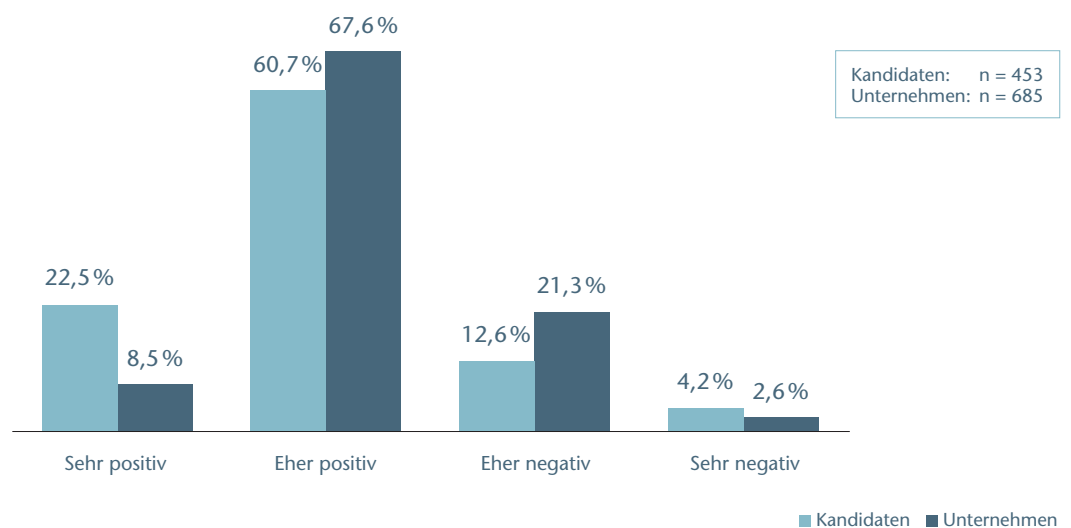
## Kandidaten und Unternehmen sind mit der Zusammenarbeit zufrieden

Knapp die Hälfte der Kandidaten hat bereits Personalvermittler zur Jobsuche in Anspruch genommen (45 Prozent). Je nach Berufsgruppe der Teilnehmer unterscheidet sich die Nachfrage hingegen: In der Berufsgruppe IT und Telekommunikation gaben 66 Prozent an, bereits mit Personalvermittlern gearbeitet zu haben. Auch im Verkehrs- und Logistikbereich und bei den technischen Berufen liegt der Anteil mit über 60 Prozent recht hoch. Am seltensten nahmen Befragte aus dem Bereich Vertrieb und Verkauf (34 Prozent) Personalvermittlerdienste in Anspruch.

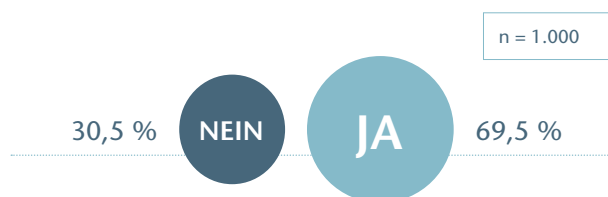
Im Geschlechtervergleich zeichnen sich ebenfalls Unterschiede ab: Insgesamt nahmen Männer mit 54 Prozent deutlich häufiger Personalvermittler in Anspruch als Frauen. Hier lag der Anteil bei etwas weniger als 40 Prozent der Teilnehmerinnen. Folglich ist das Potenzial der weiblichen Zielgruppe noch deutlich weniger ausgeschöpft.

Die Erfahrungen der Kandidaten und der Unternehmen sind größtenteils sehr positiv: 83 Prozent der Kandidaten gaben an, sehr gute und gute Erfahrungen gesammelt zu haben. Besonders die Altersklasse der 17- bis 35-Jährigen nimmt Personalvermittler positiv wahr: Über 90 Prozent waren mit der Zusammenarbeit zufrieden. Auch Unternehmen haben hauptsächlich gute Erfahrungen sammeln können, denn mehr als 76 Prozent stufen die Zusammenarbeit als positiv ein. Unternehmen, die bisher noch nicht mit Personalvermittlern zusammengearbeitet haben, nennen als Gründe, ein vorhandenes eigenes Recruitingteam (68 Prozent), die Höhe der anfallenden Vermittlungskosten (26 Prozent) sowie zu spezifische Berufsprofile (5 Prozent).

### WIE BEURTEILEN SIE ALLGEMEIN IHRE BISHERIGE ZUSAMMENARBEIT MIT PERSONALVERMITTLERN?



### WÜRDEN SIE BEIM NÄCHSTEN ARBEITGEBERWECHSEL DIE DIENSTE EINES PERSONALVERMITTLERS IN ANSPRUCH NEHMEN?



Auch in Zukunft werden die Kandidaten auf die Expertise der Personalvermittler zurückgreifen: Rund 70 Prozent der Befragten gaben an, eventuell beim nächsten Arbeitgeberwechsel die Dienste eines Personalvermittlers in Anspruch zu nehmen. Kandidaten, die nicht mit Personaldienstleistern zusammenarbeiten möchten, nannten als Gründe die Kosten für eine Vermittlung (12 Prozent), schlechte Erfahrungen oder kein Vertrauen (12 Prozent) sowie fehlendes Wissen über Personalvermittlungen (6 Prozent).



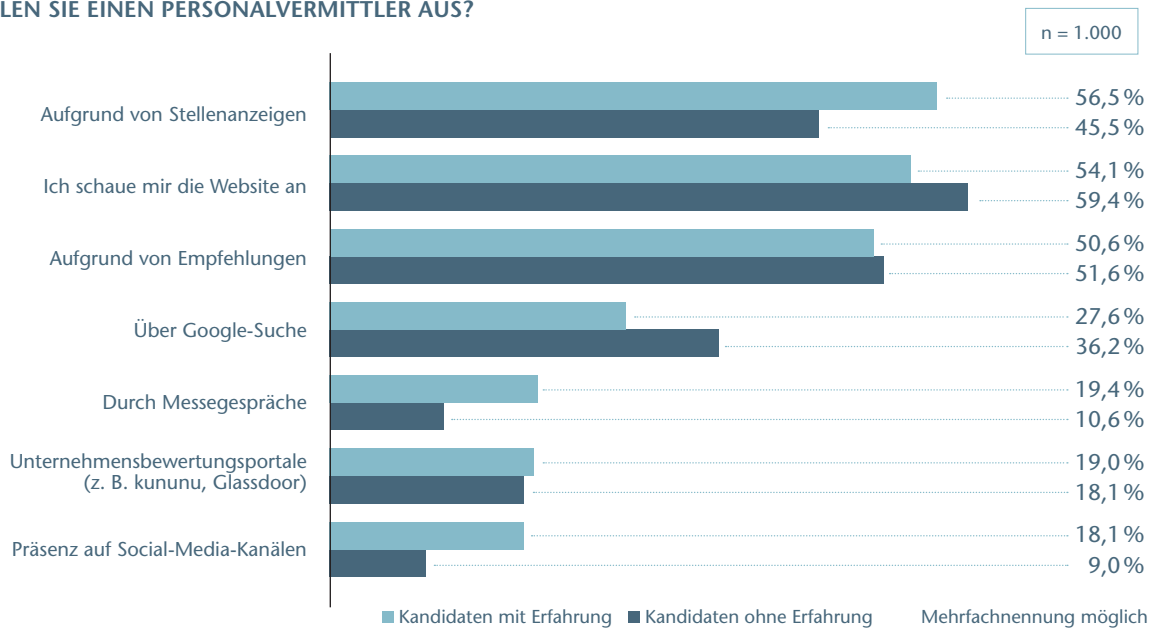
# 4 Auswahl und Zusammenarbeit mit Personalvermittlern

## Stellenanzeigen und Karrierewebsite wichtigste Auswahlkriterien

Die meisten Kandidaten wählen den Personalvermittler aufgrund der ausgeschriebenen Stellenanzeige aus. Die Website eines Personalvermittlers ist die nächste Anlaufstelle und mit

54 Prozent ebenfalls ein beliebtes Auswahl- und Entscheidungskriterium der Kandidaten. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer vertrauen auf Empfehlungen von Freunden, Bekannten oder Kollegen. Personen, die bisher noch keine Erfahrung mit Personalvermittlern gesammelt haben, würden sich zunächst die Website anschauen (59 Prozent).

### WIE WÄHLEN SIE EINEN PERSONALVERMITTLER AUS?

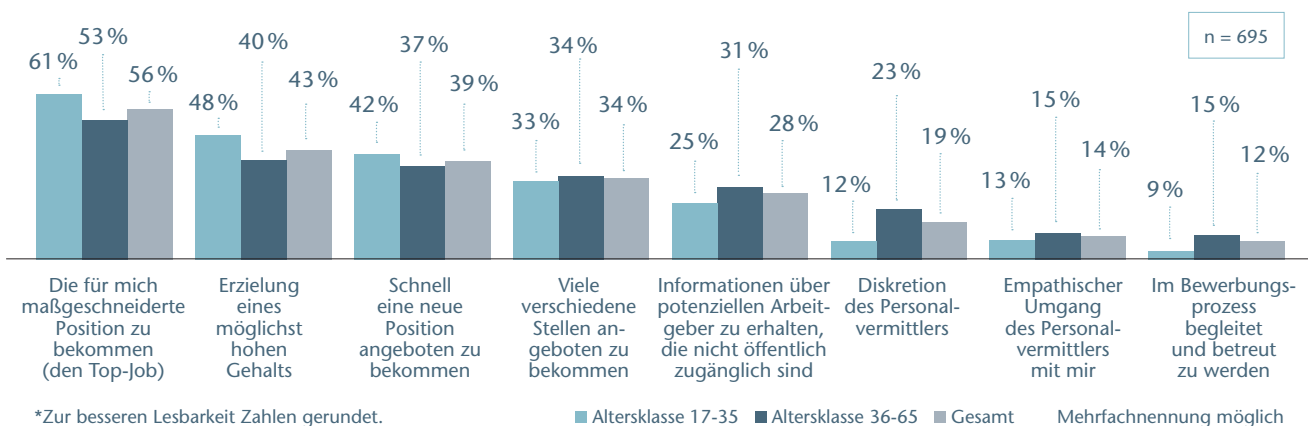


## Kandidaten wünschen sich Traumjob

Der jüngeren Generation ist die Vermittlung der maßgeschneiderten Position besonders wichtig bei der Zusammenarbeit mit einem Personalvermittler (61 Prozent). Auch bei der Erzielung eines möglichst hohen Gehalts liegt die Altersklasse der

17- bis 35-Jährigen vorne (48 Prozent). Die Diskretion der Personalvermittler ist hingegen der älteren Generation deutlich wichtiger als der jüngeren Altersklasse (23 Prozent gegenüber 12 Prozent) und auch Informationen über den potenziellen Arbeitgeber zu erhalten, sind für sie relevanter (31 Prozent).

### DIE WICHTIGSTEN ERWARTUNGEN DER KANDIDATEN AN PERSONALVERMITTLER\*



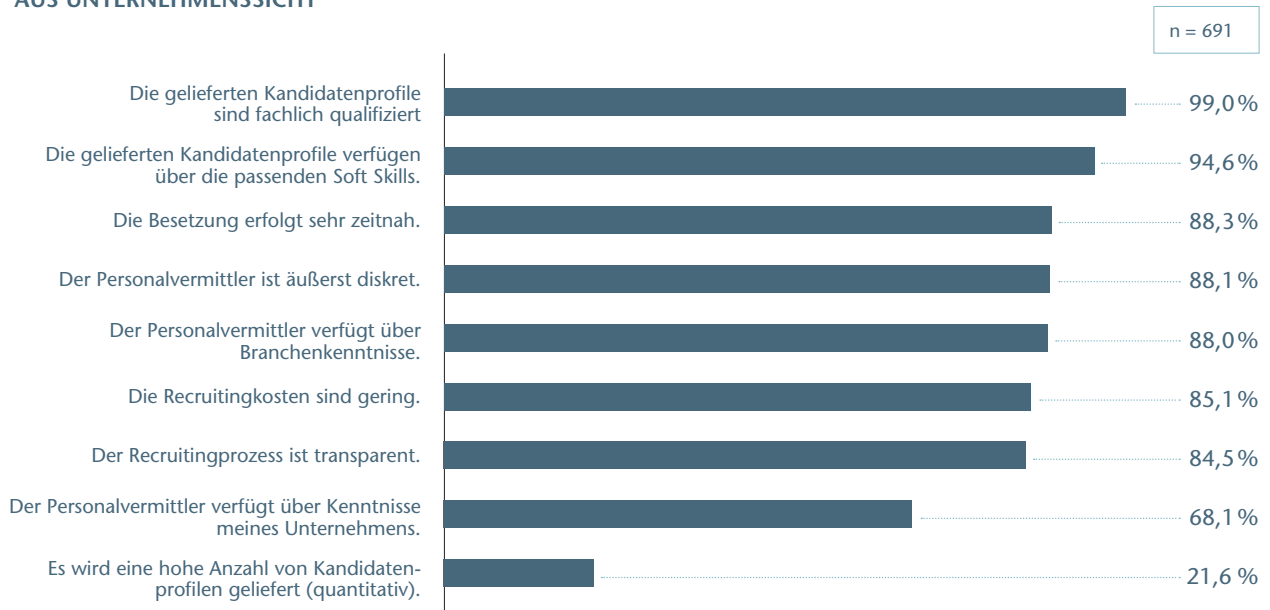
\*Zur besseren Lesbarkeit Zahlen gerundet.

## Qualität vor Quantität – das wünschen sich die Unternehmen

Qualifizierte Kandidatenprofile von den Personalvermittlern zu erhalten, ist den Unternehmen am wichtigsten (99 Prozent Zustimmung). Mit fast 95 Prozent spielen für die Unter-

nehmen aber auch die passenden Soft Skills der Kandidaten eine sehr wichtige Rolle. Eine sehr zeitnahe Besetzung und, dass der Personalvermittler diskret ist, folgen auf den Plätzen drei und vier. Zusätzlich wünschen sich Unternehmen von Personalvermittlern, dass sie sich mit der DSGVO auskennen.

### KRITERIEN DER ERFOLGREICHEN ZUSAMMENARBEIT AUS UNTERNEHMENSICHT\*

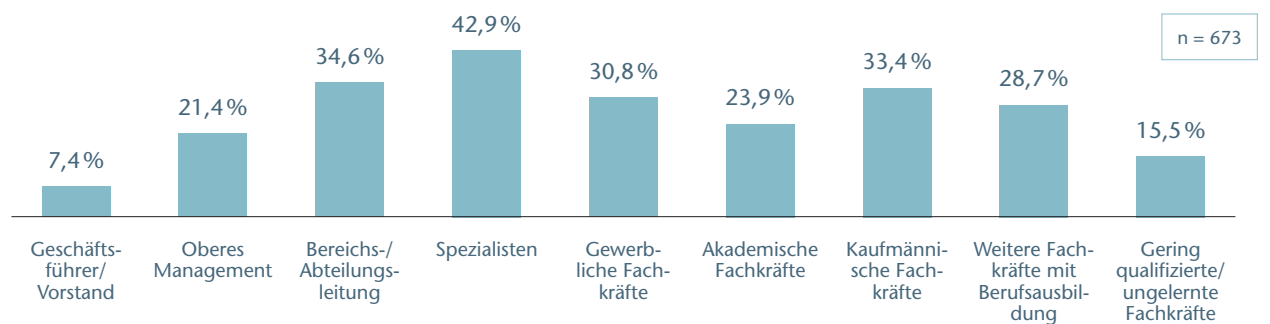


\*Zusammengefasste Darstellung der Antwortkategorien „sehr zufrieden“, „zufrieden“

## Unternehmen wünschen sich qualifizierte Fachkräfte

Bei der Suche nach Spezialisten und Führungskräften setzen die Unternehmen am häufigsten auf die Unterstützung der Personalvermittler. Der Anteil an ungelerten Fachkräften ist mit rund 16 Prozent verhältnismäßig gering.

### FÜR WELCHE POSITIONEN WERDEN PERSONALVERMITTLER IN ANSPRUCH GENOMMEN?



Mehrfachnennung möglich

# 5 Die richtigen Kanäle für die richtige Zielgruppe

## Online-Jobbörsen sind erste Anlaufstelle

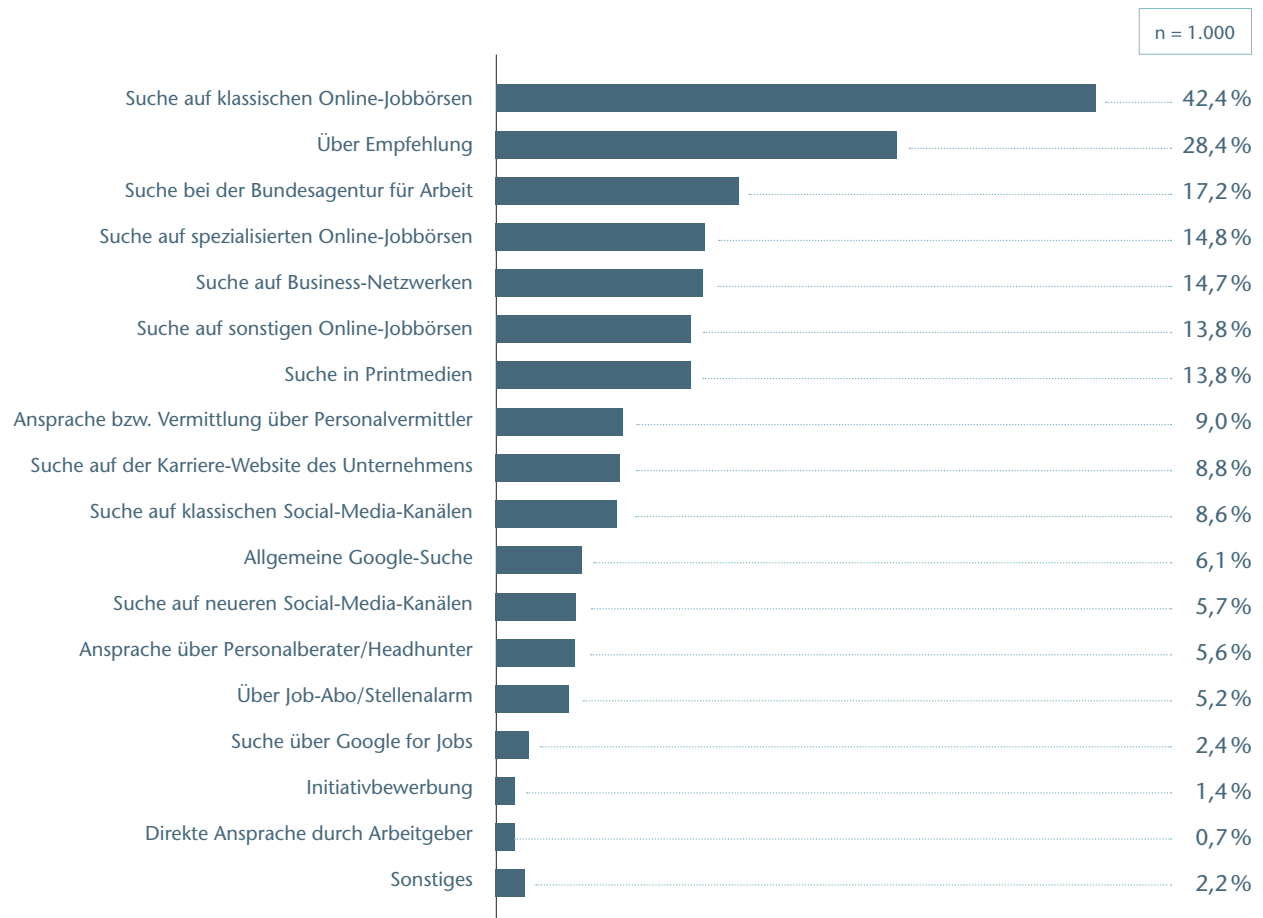
Klassische Online-Jobbörsen sind nach wie vor das Top-Suchmedium der Kandidaten: 42 Prozent der befragten Teilnehmer haben ihren letzten Job über generalistische Jobbörsen wie StepStone, Indeed oder Monster gefunden. Fast jeder dritte Kandidat kam über eine Empfehlung zu einem neuen Job (28 Prozent). Die Bundesagentur für Arbeit folgt auf dem dritten Platz mit rund 17 Prozent.

Die Daten zeigen darüber hinaus, dass Social-Media-Kanäle bei der Jobsuche immer beliebter werden. Insgesamt 30 Prozent der Kandidaten suchten auf Business-Netzwerken, klassischen und neueren Social-Media-Kanälen.

Wobei besonders die jüngere Generation auf die neueren sozialen Medien setzt: Fast neun Prozent der 17- bis 35-jährigen nutzen Instagram, Snapchat und TikTok zur Jobsuche, bei der Altersklasse 36 bis 65 liegt der Anteil immerhin bei rund vier Prozent. Fachkräfte im Bereich IT und Telekommunikation nutzen mit 14 Prozent neuere Social-Media-Kanäle zur Jobsuche am häufigsten. Bei technischen Fachkräften beträgt der Anteil rund zehn Prozent. Potenzial besteht im Bereich Gesundheit, Medizin und Soziales, hier nutzen nur zwei Prozent der befragten Fachkräfte Instagram, Snapchat oder TikTok zur Jobsuche.

Seit Mitte 2019 sorgt der Algorithmus Google for Jobs für Aufmerksamkeit unter Personalverantwortlichen. Bisher haben jedoch weniger als drei Prozent der Kandidaten Google for Jobs zur Jobsuche verwendet.

## WIE HABEN SIE IHREN LETZTEN JOB GESUCHT BZW. GEFUNDEN?



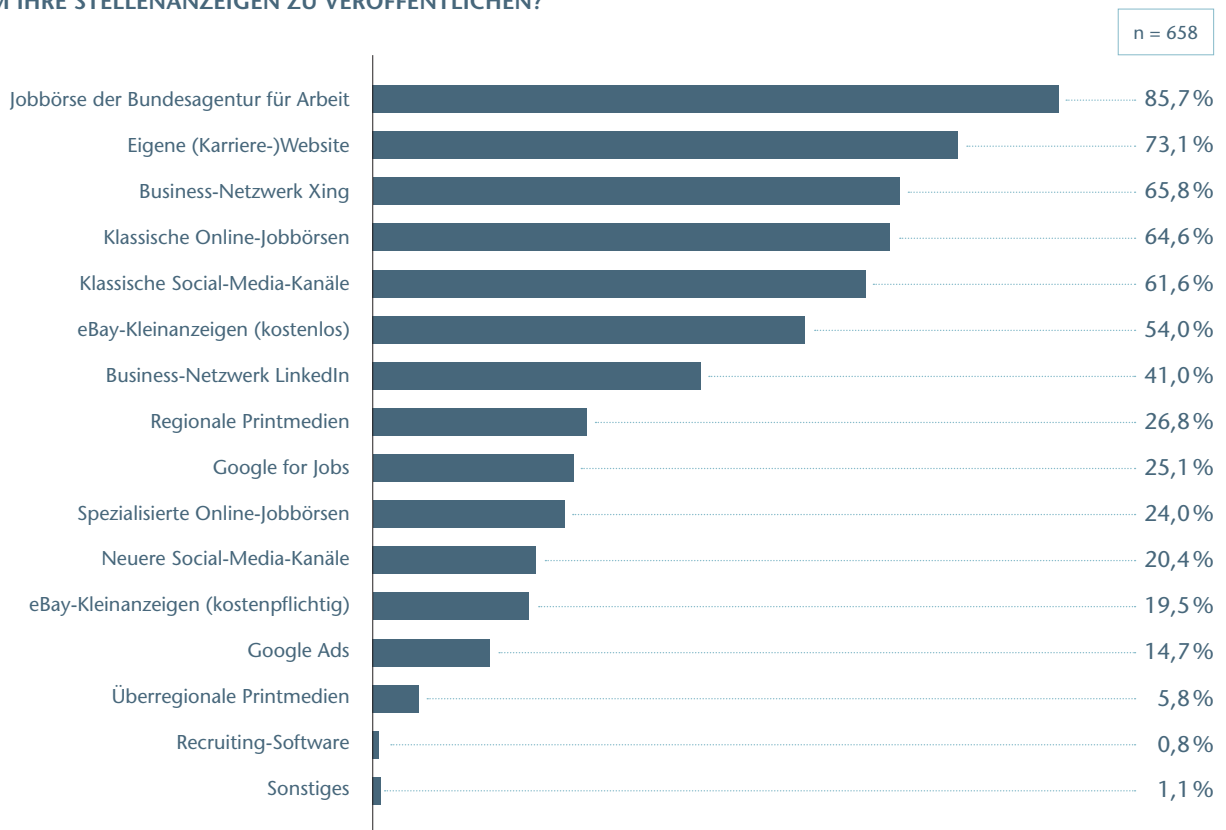
Mehrfachnennung möglich

## Bundesagentur für Arbeit allein reicht nicht

Über drei Viertel der Personalvermittler nutzen zum Veröffentlichen von Stellenanzeigen die kostenlose Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit. 73 Prozent verwenden die eigene Karrierewebsite, um Jobangebote online zu stellen. Das Business-Netzwerk Xing folgt auf dem dritten Platz mit 66 Prozent. Klassische Online-Jobbörsen wie StepStone, Indeed oder Monster platzieren sich mit 65 Prozent erst auf Platz

vier; außerdem nutzen fast 62 Prozent klassische Social-Media-Kanäle. Nur rund sechs Prozent der Personalvermittler gaben an, ausschließlich Anzeigenschaltung als Recruitingmaßnahme einzusetzen, während die restlichen Teilnehmer ebenfalls über Active-Sourcing-Kanäle nach geeignetem Personal suchen. Hauptsächlich verwenden die Personalvermittler zur Kandidatensuche ihre eigene Datenbank mit Kandidatenpool (77 Prozent), sowie Xing (74 Prozent) und persönliche Netzwerke (64 Prozent).

## WELCHE KANÄLE NUTZEN PERSONALVERMITTLER, UM IHRE STELLENANZEIGEN ZU VERÖFFENTLICHEN?

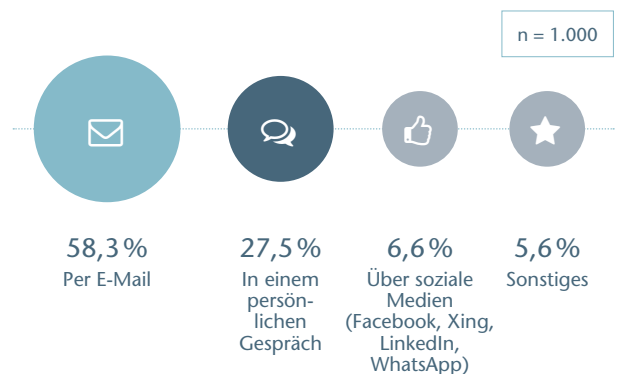


Mehrfachnennung möglich

## Beliebtestes Bewerbungsmedium

Fast 60 Prozent der Kandidaten möchten sich auf eine Stellenanzeige per E-Mail bewerben. 28 Prozent bevorzugen eine Bewerbung in einem persönlichen Gespräch. Eine Bewerbung über soziale Medien wie Facebook, Xing, LinkedIn oder WhatsApp zu versenden, hat sich noch nicht durchgesetzt (rund 7 Prozent), wird aber immer beliebter. Bei den 17- bis 35-Jährigen liegt der Anteil bereits bei zehn Prozent.

## WIE MÖCHTEN SIE SICH AM LIEBSTEN AUF EINE STELLENANZEIGE BEWERBEN?



# 6 Faktoren für Jobwahl und Zufriedenheit

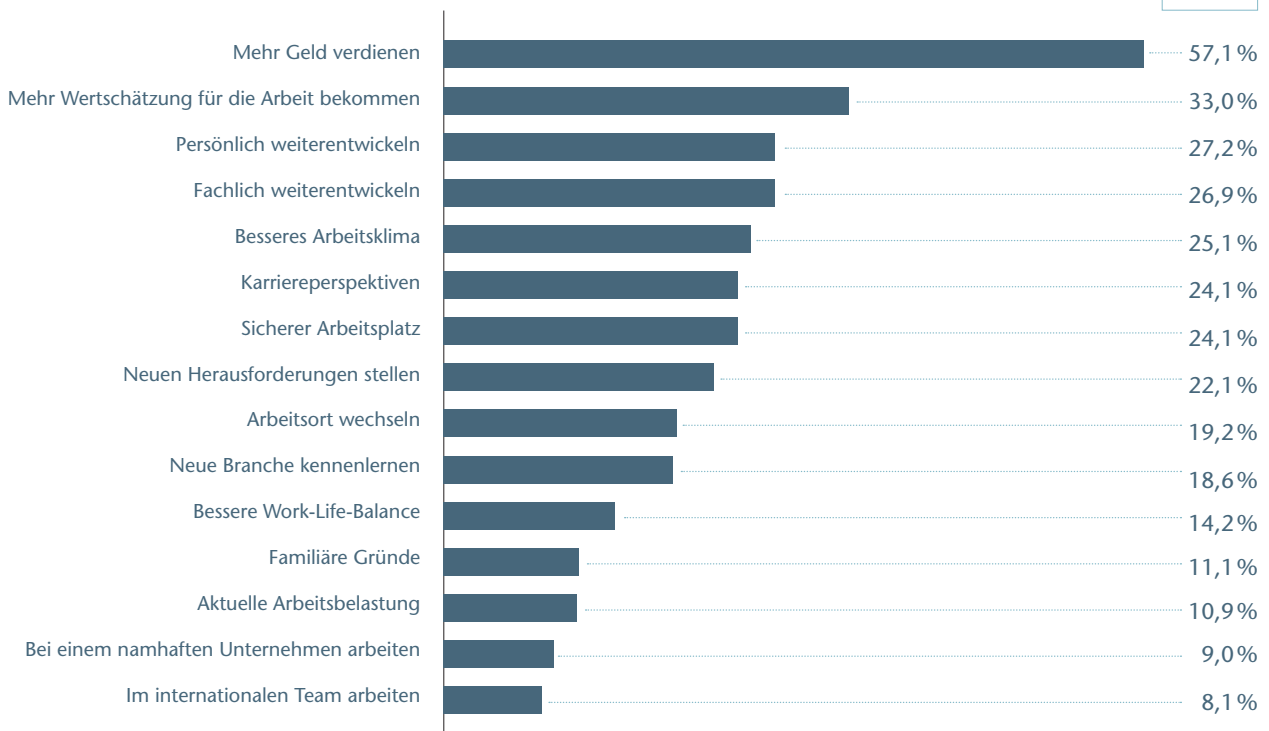
## Gehalt ist wichtigster Faktor bei Jobwechsel

Über 57 Prozent der wechselwilligen Kandidaten sehen das Gehalt als wichtigsten Grund, sich über einen neuen Job zu informieren. Bei der jüngeren Generation beträgt der Anteil sogar über 62 Prozent, während Frauen und Männern das Gehalt gleich wichtig ist (jeweils 57 Prozent). An zweiter Stelle folgt die Wertschätzung für die Arbeit (33 Prozent). Die persönliche sowie die fachliche Weiterentwicklung sind für jeweils 27 Prozent der Befragten wichtige Gründe, den Job zu wechseln. Frauen ist die persönliche Weiterentwicklung mit 36 Prozent wichtiger als Männern (31 Prozent), während die Aufstiegsmöglichkeiten höheren Stellenwert bei den Männern haben (25 Prozent vs. 23 Prozent).

Rund 34 Prozent der 17- bis 35-Jährigen möchten im neuen Job bessere Karriereperspektiven haben, während bei den 36- bis 65-Jährigen der Anteil nur noch bei 17 Prozent liegt. Auch den Arbeitsort wechseln möchte eher die jüngere (26 Prozent) als die ältere Generation (14 Prozent).

## AUS WELCHEM GRUND INFORMIEREN SIE SICH ÜBER EINEN NEUEN JOB, OBWOHL SIE SICH IN EINEM ARBEITSVERHÄLTNIS BEFINDEN?

n = 569

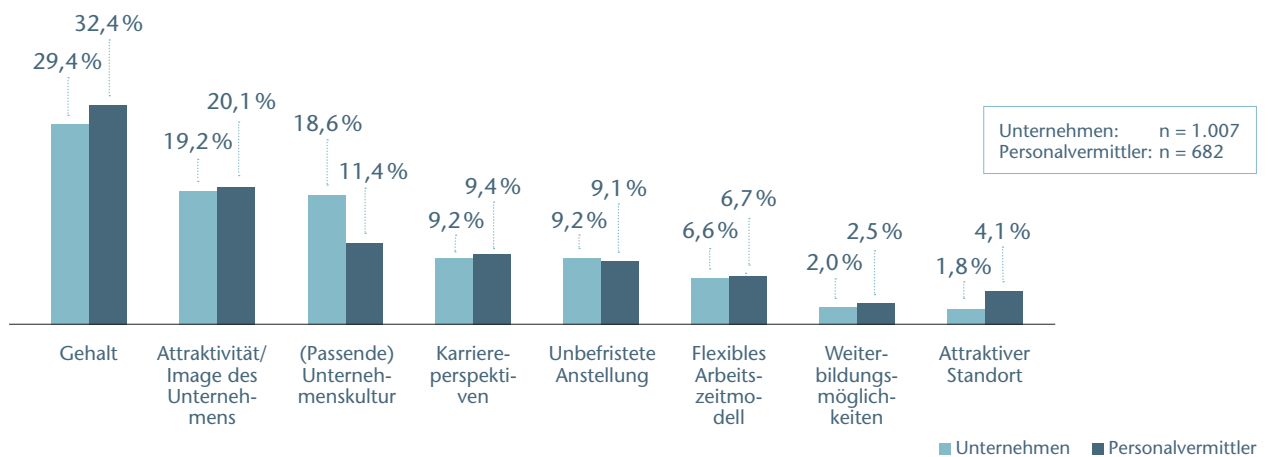


Mehrfachnennung möglich

## Unternehmen und Personalvermittler sehen Gehalt als wichtigsten Faktor

Unternehmen und Personalvermittler sind sich einig, welches ihrer Meinung nach der entscheidende Faktor ist, ein Jobangebot anzunehmen: Beide sehen das Gehalt als wichtigsten Faktor bei der Jobwahl. Mit deutlichem Abstand folgt auf dem zweiten Platz die Attraktivität bzw. das Image eines Unternehmens mit jeweils rund 20 Prozent.

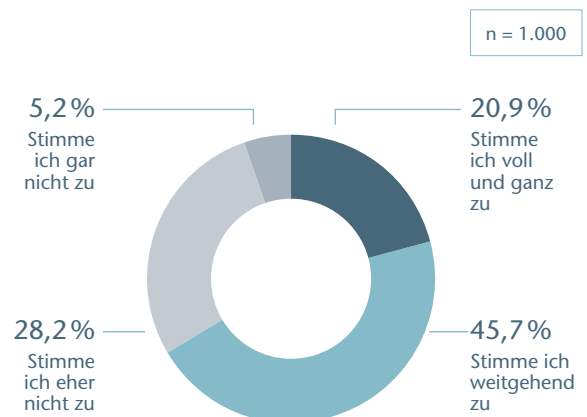
### ENTSCHEIDENDE FAKTOREN FÜR KANDIDATEN, EIN STELLENANGEBOT ANZUNEHMEN



## Eine sinnstiftende Position ist den meisten Kandidaten wichtiger als ein hohes Gehalt

Während das Gehalt den wichtigsten Faktor bei der Jobwahl darstellt, reicht er langfristig als Zufriedenheitsfaktor nicht aus – in der Arbeitswelt angekommen ziehen 67 Prozent eine sinnstiftende, nachhaltige Tätigkeit einem hohen Gehalt vor. Bei den 17- bis 35-jährigen liegt der Anteil mit rund 70 Prozent noch etwas höher, während die 36- bis 65-jährigen zu 64 Prozent zustimmen.

## FÜR MICH ZÄHLT IM JOB EINE SINNSTIFTENDE, NACHHALTIGE TÄTIGKEIT UND WENIGER DAS GEHALT.



# 7 Einschätzung und Handlungsempfehlungen

Basierend auf den Ergebnissen dieser Studie werden im Folgenden die wichtigsten Handlungsempfehlungen für Personalvermittler zusammengefasst:

- Die Digitalisierung wird weiter fortschreiten. Trotzdem stimmen 99 Prozent der Unternehmen und 98 Prozent der Personalvermittler der These zu, dass der persönliche Kontakt zu Kandidaten und Unternehmen weiterhin der wichtigste Erfolgsfaktor sein wird. Personalvermittler sollten also verstärkt auf die persönliche Kommunikation setzen, um sich einen Vorteil gegenüber anderen Vermittlern zu verschaffen.
- Individuelle und persönliche Abstimmung mit Kandidaten und Unternehmen führen zum perfekten Match, denn es zählt vor allem die Qualität und weniger die Quantität: Hier können Personalvermittler ansetzen und den Werte-Dialog in und zwischen Unternehmen anregen und sie gezielt mit Bewerbern vernetzen – zusätzlich könnten Personalvermittler ihre Beratungskompetenzen ausbauen und Unternehmen im Employer Branding, bei Recruitingstrategien sowie bei Themen wie Schulungen und Weiterbildungen unterstützen.
- Um dem Unternehmenswunsch einer zeitnahen Besetzung gerechter zu werden, sollten Personalvermittler ihre Bewerber-Datenbank stets sehr gut pflegen – am besten eignet sich eine CV-Datenbank, indem ein Kandidat nur dann sein Profil anlegt, wenn er wirklich wechseln möchte. Dies gepaart mit einem beschleunigten Besetzungsprozess verschafft dem Personalvermittler sicherlich einen klaren Wettbewerbsvorteil.
- In den Bereichen IT und Technik arbeiten bereits viele Fachkräfte mit Personalvermittlern zusammen. Diese stetig wachsenden Branchen bieten also noch Potenzial. Darüber hinaus sollten sie versuchen, mehr Frauen als Zielgruppe zu gewinnen.
- Kandidaten setzen auf die Empfehlung durch Familienmitglieder, Freunde oder Bekannte. Das Etablieren eines Mitarbeiterempfehlungsprogrammes kann somit ein erfolgreiches Mittel für Personalvermittler sein, Neukunden zu gewinnen. Es gilt also die Aufmerksamkeit (Employer Branding) hoch zu halten – sei es durch Veranstaltungen, Fachbeiträge oder Empfehlungsprogramme (z. B. Teilen, Kommentieren und Weiterempfehlen) mit monetären Anreizen.
- Darüber hinaus können Tutorials oder Webinare (z. B. zu Soft- und Fachskills) in Kooperation mit einem Weiterbildungsträger potenziellen Kandidaten Anreize schaffen, einen Personalvermittler zu beauftragen.
- Stellenanzeigen und die Karrierewebsite sind die ersten Anlaufstellen für Kandidaten. Diese sollten sowohl inhaltlich als auch designtechnisch auf die Zielgruppe abgestimmt sein. Um die Sichtbarkeit für potenzielle Kandidaten zu optimieren, sollten Personalvermittler an ihrer Auffindbarkeit feilen und für mehr Suchmaschinenoptimierung sorgen.
- Ein weiterer Wettbewerbsvorteil auch zu klassischen Unternehmen könnte im Ausbau eines Bewerbersystems per E-Mail liegen. Bewerbermanagementsysteme sind sehr anonym und werden von Kandidaten weniger geschätzt.
- Die richtige Plattform für die passende Zielgruppe nutzen: Die Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit bietet zwar eine gute Möglichkeit, kostenlose Stellenanzeigen zu veröffentlichen – die Kandidaten suchen aber verstärkt auf klassischen Online-Jobbörsen. Um die Zielgruppen optimal zu erreichen, sollten Personalvermittler ihre Stellenanzeigen folglich stärker auf klassischen und auf spezialisierten Online-Jobbörsen veröffentlichen. Business-Netzwerke, klassische und neuere Social-Media-Plattformen bieten darüber hinaus unterschiedliche Möglichkeiten, verschiedene Berufsgruppen und vor allem die jüngere Generation zu erreichen.
- Insgesamt müssen Personalvermittler zwingend mehr Transparenz schaffen, um das Vertrauen von Kandidaten und Unternehmen zu gewinnen. Zum einen sollte die Kostenstruktur transparent dargestellt werden – Personalvermittlung verursacht für den Kandidaten keine Kosten. Außerdem sollte der Unterschied zur Zeitarbeit viel stärker herausgestellt werden.

Die Studie zeigt Wachstumspotenziale auf, wie sich ein Personalvermittler als passgenauer Anbieter positionieren kann, der die Wünsche der Kandidaten und Unternehmen versteht, danach handelt und für alle Seiten einen Mehrwert schafft.



Bundesarbeitgeberverband  
der Personaldienstleister e. V. (BAP)

Universitätsstraße 2-3a  
10117 Berlin

Telefon 0 30 20 60 98 - 0

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

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

