

Presseinformation
9. Jahrgang | Deutschland



BEST RECRUITERS

Presseinformation



bestrecruiters.eu

BEST RECRUITERS
9. JAHRGANG 2020/21 | DEUTSCHLAND

PRESSEINFORMATION



INHALTSVERZEICHNIS

Über die Studie	5
Methodik	5
Siegel	8
Stichprobe	9
Studien-Erkenntnisse	11
Ergebnisse im Vergleich	11
Ergebnisse in den Kategorien	16
Karriere-Website	16
Social Web	17
Mobile Recruiting	18
Inhalt der Online-Stellenanzeige	19
Usability der Online-Stellenanzeige	20
Bewerbungsresonanz	21
Usability im Bewerbungsprozess	22
Kontaktaufnahme per E-Mail	23
Talent Relationship Management	24
Die Top 100	25
Branchensieger	29
Die Top 100 – Krisenfestigkeit	35
Branchenranking	39
Statements der SiegerInnen	41
Hintergrund	47

Im Sinne flüssiger Lesbarkeit wird im Folgenden punktuell das generische Maskulinum verwendet. Selbstverständlich sind das weibliche Geschlecht sowie weitere Geschlechteridentitäten dabei stets mitgemeint.

Über die Studie

METHODIK

Jeder Arbeitgeber der Stichprobe wurde im Jahrgang 2020/21 nach 233 wissenschaftlichen Kriterien untersucht, die in 4 Säulen, 9 Erhebungskategorien und 6 Indizes eingeteilt sind.



KRISENFESTIGKEIT MESSBAR MACHEN – DER NEUE BEST-RECRUITERS-INDEX

2020/21 war geprägt von Herausforderungen, die Arbeitgebern und Mitarbeitenden einiges an Flexibilität abverlangt haben. Aber auch BewerberInnen sind von den Auswirkungen der weltweiten Covid-19-Pandemie direkt betroffen und achten in der Wahl ihrer neuen beruflichen Heimat nunmehr verstärkt darauf, wie krisenfest und innovativ sich ein potenzieller Arbeitgeber im Hinblick auf moderne Arbeitsgestaltung präsentiert – eine Entwicklung, die zweifelsohne ebenso Eingang ins „neue Normal“ finden wird.

New Work als zugrunde liegendes Konzept zukunftsweisender Arbeitsgestaltung wurde bereits in den 1980er-Jahren von Frithjof Bergmann, einem austro-amerikanischen Philosophen, entwickelt, genießt heute jedoch größere Aktualität denn je. Im Kern behandelt es die Flexibilisierung von Arbeitsort und -zeit sowie von generellen Strukturen und Denkmustern, aber auch unternehmenskulturelle Aspekte wie Diversität und Inklusion. Essenziell in der praktischen Umsetzung ist, dass es sich nicht um punktuelle, schönheitskosmetische Maßnahmen, sondern ein strategisches Gesamtkonzept handelt, das für sämtliche Unternehmensbereiche gilt.¹ Als solches soll es auch für Talente entlang der gesamten Candidate Journey spür- und erlebbar sein, weswegen die Indizes zur Krisenfestigkeit alle Säulen und Kategorien des BEST-RECRUITERS-Kriterienkatalogs umspannen. Für jeden Index werden relevante Elemente des Kriterienkatalogs zusammengefasst und das Ergebnis als Prozent der pro Index maximal möglichen Punkte ausgewiesen. Die neuartigen Indizes geben somit nicht nur Aufschluss über die

¹ New Work – Gute Arbeit gestalten; Carsten C. Schemuly; Haufe Verlag, 2. Auflage 2019

eigene Arbeitgeberattraktivität in diesem zentralen Themenfeld, sondern ermöglichen darüber hinaus eine einzigartige Vergleichbarkeit mit dem Wettbewerb. Auf nationaler Ebene lassen sie für den Wirtschaftsstandort Deutschland auf die Innovationskraft der Top-Arbeitgeber im Hinblick auf richtungsweisende Methoden der Arbeitsorganisation schließen.

INDEX KRISENFESTIGKEIT

Der übergeordnete Index *Krisenfestigkeit* vereint fünf Sub-Indizes – *Digitalisierung, Arbeitsgestaltung, Diversity & Inclusion, Wissens- und Gesundheitsmanagement* sowie *Cultural Fit* – in sich und spiegelt folglich unterschiedliche Facetten der Darstellung als resilienter und zukunftsweisender Arbeitgeber wider. Mit 49 maximal zu erreichenden Prozentpunkten schließt er nahezu die Hälfte des gesamten BEST-RECRUITERS-Kriterienkatalogs mit ein, was die zentrale Bedeutung dieser Themengebiete im Wettstreit um Right Potentials noch unterstreicht. Denn selbst wenn derzeit kurzfristig mehr BewerberInnen am Arbeitsmarkt verfügbar sind, so stehen den besten Talenten in der Regel nach wie vor mehrere Optionen offen. Hinzu kommt, dass gerade in Zeiten angespannter Budgets herausragender Recruiting-Qualität noch mehr Bedeutung zufällt, um keine Fehlbesetzungen zu riskieren und teure Frühfluktuation zu vermeiden.

INDEX DIGITALISIERUNG

Der Index *Digitalisierung* beschreibt, in welchem Umfang moderne digitale Technologien im Recruiting zum Einsatz gelangen, um den Bewerbungsprozess möglichst nutzerfreundlich zu gestalten. Er beinhaltet Kriterien aus den Kategorien *Karriere-Website, Social Web, Mobile Recruiting, Inhalt* und *Usability der Online-Stellenanzeige* sowie *Usability im Bewerbungsprozess* und *Talent Relationship Management*. Punkte werden neben einer mobil optimierten Candidate Journey unter anderem für Gamification, Chatbots oder die Möglichkeit einer Videobewerbung vergeben. Maximal können im Rahmen des Index 19,5 Prozentpunkte erzielt werden.

INDEX ARBEITSGESTALTUNG

Ob Work-Life-Blending oder -Balance: Um den Anforderungen unterschiedlicher Talente an die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben gerecht zu werden, braucht es Flexibilität in der Arbeitsgestaltung. Neben konkreten innovativen Arbeitsmodellen wie Jobsharing oder Sabbaticals zeigt dieser Index auf, inwieweit BewerberInnen über Remote-Working-Konditionen und neue Ansätze der Arbeitsorganisation, beispielsweise Jobcrafting, informiert werden. Ergänzend fließen die Ergebnisse der Kontaktanfrage per E-Mail ein, die inhaltlich in diesem Themenfeld angesiedelt ist. Insgesamt sind 8,5 Prozentpunkte zu erreichen.

INDEX DIVERSITY & INCLUSION

Ein vielfältiges Arbeitsumfeld trägt nicht nur zu gesteigerter Zufriedenheit der Mitarbeitenden und wirtschaftlichem Erfolg bei, es unterstützt auch das Aufbrechen etablierter Denkmuster und fördert somit die Krisenfestigkeit. Der Index *Diversity & Inclusion* bildet unter anderem ab, wie barrierearm die Karriere-Website gestaltet ist, wie transparent KandidatInnen über gelebte Maßnahmen rund um Diversität und Inklusion sowie Familienfreundlichkeit im Arbeitsalltag informiert werden, aber auch ob Stellenanzeigen diskriminierende Elemente enthalten. Der Index umfasst insgesamt 17 Kriterien aus zwei Kriterien-Pools der Karriere-Website und aus der Kategorie *Inhalt der Online-Stellenanzeige*.

INDEX WISSENS- & GESUNDHEITSMANAGEMENT

Mitarbeitende gezielt im Unternehmen beziehungsweise der Institution gemäß ihren Interessen und Fähigkeiten weiterzuentwickeln, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor von New Work. Voraussetzung dafür ist die psychische wie physische Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden. Der Index *Wissens- & Gesundheitsmanagement* beinhaltet daher sowohl Maßnahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements als auch individuelle Entwicklungsangebote wie E-Learning, Coaching oder Altersteilzeit, die auf der Karriere-Website und/oder direkt in den Stellenanzeigen kommuniziert werden. Insgesamt können 3,5 Prozentpunkte erzielt werden.

INDEX CULTURAL FIT

Der Index *Cultural Fit* gibt Aufschluss darüber, wie umfassend und transparent KandidatInnen vor und während des Bewerbungsprozesses Einblick in die Unternehmenskultur erhalten. So kann sichergestellt werden, dass letztlich jene den Zuschlag bekommen, die dank optimaler Identifikation mit dem Arbeitgeber intrinsisch motiviert maximal zu unternehmerischer Resilienz und wirtschaftlichem Erfolg beitragen. Kern des Index ist die Verfügbarkeit persönlicher Ansprechpersonen aus dem HR entlang der gesamten Candidate Journey. Darüber hinaus werden MitarbeiterInnen-Testimonials, variantenreiche Einblicke in die Unternehmenskultur – beispielsweise durch Details zu Führungs- und Fehlerkultur oder Bildmaterial mit Mehrwert in Jobinseraten – und wertschätzende Bewerber-Kommunikation berücksichtigt. Daraus ergeben sich 13,5 maximal mögliche Prozentpunkte.

SÄULE 1: ONLINE-RECRUITING-PRÄSENZ

Die BEST-RECRUITERS-Erhebungssäule 1 beschäftigt sich mit dem Webauftritt des Arbeitgebers auf unterschiedlichen Kanälen und beinhaltet die Kategorien *Karriere-Website*, *Mobile Recruiting* sowie *Social Web*. Die Analyse der Karriere-Website in der Desktop-Version reicht dabei von Hard Facts wie zuständigen Ansprechpersonen im HR inklusive Kontaktmöglichkeit oder Details zum Personalauswahlprozess über die zielgruppenspezifische Informationsaufbereitung bis hin zu Employer-Branding-Aspekten wie einer facettenreichen Darstellung der Unternehmenskultur oder der gebotenen Arbeitgeber-Leistungen. Zusätzlich wird untersucht, ob die Karriereseite mobil optimiert ist und welche Schritte des Bewerbungsprozesses via Tablet und Smartphone möglich sind. Weitere Kriterien beschäftigen sich mit Anzahl, Ausführlichkeit und Aktualität der Social-Media-Auftritte. Die in dieser Säule zu erreichenden Punkte umfassen 40 % der Gesamtpunkte.

SÄULE 2: ONLINE-STELLENANZEIGEN

In Säule 2 rücken Inhalt und Usability von Online-Stellenanzeigen in den Fokus. Arbeitgeber punkten hier mit hohem Informationsgehalt, konkreten Bewerbungsanreizen sowie der persönlichen Note in Form von Kontaktdaten der Ansprechperson, Bild- und Videomaterial. Untersucht wird unter anderem auch die Ausgewogenheit der in Stellenanzeigen aufgelisteten Anforderungen und Anreize. Außerdem wird die Usability der Anzeigen hinsichtlich technischer und inhaltlicher Aspekte analysiert. Insgesamt können in dieser Säule 15 % der Gesamtpunkte erreicht werden.

SÄULE 3: BEWERBER/INNEN-UMGANG

Säule 3 beleuchtet den direkten Kontakt mit Talenten in Form von *Bewerbungsresonanz*, *Talent Relationship Management* sowie einer *Kontaktanfrage per E-Mail*. Auch die *Usability im*

Bewerbungsprozess spielt eine wichtige Rolle. BEST RECRUITERS erstellt hierzu Avatare – fiktive Charaktere mit unterschiedlichen Ausbildungen, Backgrounds und Fähigkeiten – und versendet vier Bewerbungsschreiben an jedes Unternehmen und jede Institution. Nach Möglichkeit beziehen sich drei davon auf eine ausgeschriebene Position, ein/e BewerberIn wendet sich initiativ an den Arbeitgeber. Analysiert wird in der Folge die Resonanz, also sowohl die Dauer der Rückmeldungen als auch deren Inhalt, etwa, ob die KandidatInnen im Antwortschreiben persönlich und wertschätzend angesprochen werden. Zusätzlich wird jeder Arbeitgeber der Stichprobe via E-Mail mit einer Frage rund um den Bewerbungsprozess kontaktiert, auch hier werden Dauer und Inhalt der Antwort bewertet. Zusammen ergeben die Kategorien der Säule 3 45 % der möglichen Gesamtpunkte.



SÄULE 4: BEWERBER/INNEN-FEEDBACK

Arbeitgeber können ihre KandidatInnen einladen, einen Fragebogen zu ihren Erfahrungen und Erlebnissen im Bewerbungsprozess zu beantworten, BEST RECRUITERS stellt dazu die Plattform und ein Signet zur Verfügung, das Unternehmen auf allen Kanälen einbinden können. Die Ergebnisse dieser Befragung, die sowohl geschlossene als auch offene Fragen beinhaltet, fließen aufgrund ihrer Subjektivität nicht in die BEST-RECRUITERS-Wertung mit ein, werden den Arbeitgebern aber vertraulich zur Verfügung zu gestellt. Das Feedback von BewerberInnen leistet einen wertvollen Beitrag zur qualitativen Weiterentwicklung des Bewerbungsprozesses in Unternehmen und Institutionen.

SIEGEL

Nach Auswertung sämtlicher Daten werden die Rankings erstellt und die BEST-RECRUITERS-Gütesiegel vergeben. Das Prüfverfahren zur Zertifizierungsberechtigung basiert auf der Berechnung von Durchschnittswerten.



GÜTESIEGEL IN BRONZE

Für das Gütesiegel in Bronze werden die durchschnittlich erreichten Prozentpunkte aller Arbeitgeber ermittelt. In der Erhebung 2020/21 beträgt dieser Durchschnitt 56 % der Gesamtpunkte. Alle Unternehmen, die diese Prozentzahl erreichen oder übertreffen, sind prinzipiell zertifizierungsberechtigt, dürfen also das Gütesiegel in Bronze führen.

GÜTESIEGEL IN SILBER

Für das Gütesiegel in Silber wird die Gruppe der zertifizierungsberechtigten Arbeitgeber als neue Grundgesamtheit herangezogen und ein neuer Durchschnittswert errechnet. Allen Unternehmen und Institutionen, die diese Prozentzahl erreichen oder übertreffen, steht grundsätzlich das Gütesiegel in Silber zu. 2020/21 sind das 66 % der maximal möglichen Punkte.

GÜTESIEGEL IN GOLD

Voraussetzung für das Gütesiegel in Gold ist die Berechtigung, das Gütesiegel in Silber zu führen sowie das Erreichen des ersten Platzes in der jeweiligen Branche. 2020/21 wird 29 Branchensiegern das goldene Siegel verliehen.

STICHPROBE

Die Stichprobe der in der BEST-RECRUITERS-Studie untersuchten Arbeitgeber wird in mehreren Schritten zusammengestellt. Sie umfasst 2020/21 in Deutschland 409 Unternehmen und Institutionen.

SCHRITT 1 – DIE BASIS

Als Basis der Stichprobe dienen zunächst die 500 umsatz- und mitarbeiterstärksten Arbeitgeber Deutschlands, die aus externen Quellen (FAZ, CIO) recherchiert werden. Daraufhin werden die dadurch entstandenen Doubletten entfernt.

Holding-Organisationen werden hinsichtlich ihrer Abgrenzbarkeit in der Außenwahrnehmung überprüft und nur in die Stichprobe aufgenommen, wenn sie von BewerberInnen als eigenständige Arbeitgebermarke wahrgenommen werden.

SCHRITT 2 – ZUSÄTZLICHE BRANCHEN

Um auch unterrepräsentierte Branchen in der BEST-RECRUITERS-Stichprobe abbilden zu können, wird auf zusätzliche Quellen zurückgegriffen. Im Jahrgang 2020/21 wurde mit folgenden Quellen gearbeitet:

- Top-15-Rechtsberatung (JUVE, Aufruf: 29.7.2020)
- Top-10-Medien (bpb: Die 10 umsatzstärksten Medienkonzerne Deutschlands, Stand: 27.8.2019)
- Top-15-Versicherungskonzerne (Welt.de, Artikel vom 1.8.2019)
- Top-15-Zeitarbeitsfirmen (Lünendonk: Führende Zeitarbeitsunternehmen in Deutschland, Stand: 28.4.2020)
- Top-5-Städte in Deutschland (Handelsblatt, Aufruf: 4.6.2020)
- Top-5-Bundesländer (dbb, Stand: Januar 2019)
- Top-7-Fleischwirtschaft (Fleischwirtschaft.de, Aufruf: 20.5.2020)
- Top-5-Systemgastronomen (DEHOGA Bundesverband, Aufruf: 20.5.2020)
- Top-10-Bauunternehmen (bauindustrie.de, Aufruf: 4.6.2020)

SCHRITT 3 – ERHEBUNGSAUFRÄGE

Unternehmen und Institutionen, die nicht automatisch in der Stichprobe vertreten sind, können einen Erhebungsauftrag stellen und so an der Studie teilnehmen.

SCHRITT 4 – BRANCHENZUORDNUNG

Zuletzt werden die Arbeitgeber der Stichprobe in 29 für das Recruiting relevante Branchen eingeteilt.

Branche	Zahl der getesteten Arbeitgeber	Branche	Zahl der getesteten Arbeitgeber
Anlagen-/Maschinenbau	27	Gesundheits-/Sozialwesen	13
Automotive/KFZ	28	Großhandel/Vertrieb	23
Banken/Finanzdienstleistung	19	Industrie	18
Bau/Holz	11	IT/Software/Telekommunikation	18
Bekleidungs-/Schuheinzelhandel	9	Lebensmitteleinzelhandel	13
Chemie	11	Medien	11
Dienstleistung	10	Nahrungsmittel-/Konsumgüterherstellung	9
DIY-/Zoofachhandel	9	Öffentlicher Dienst	12
Einzelhandel	12	Personaldienstleistung	19
Eisen/Metall	8	Pharma/Biotechnologie	10
Elektro-/Elektronikherstellung	11	Rechtsberatung	15
Energie	23	Transport/Verkehr/Logistik	15
Facility-/Security-Services	9	Unternehmensberatung	12
Fleischwirtschaft	7	Versicherung	15
Gastronomie/Tourismus	12	Gesamt	409

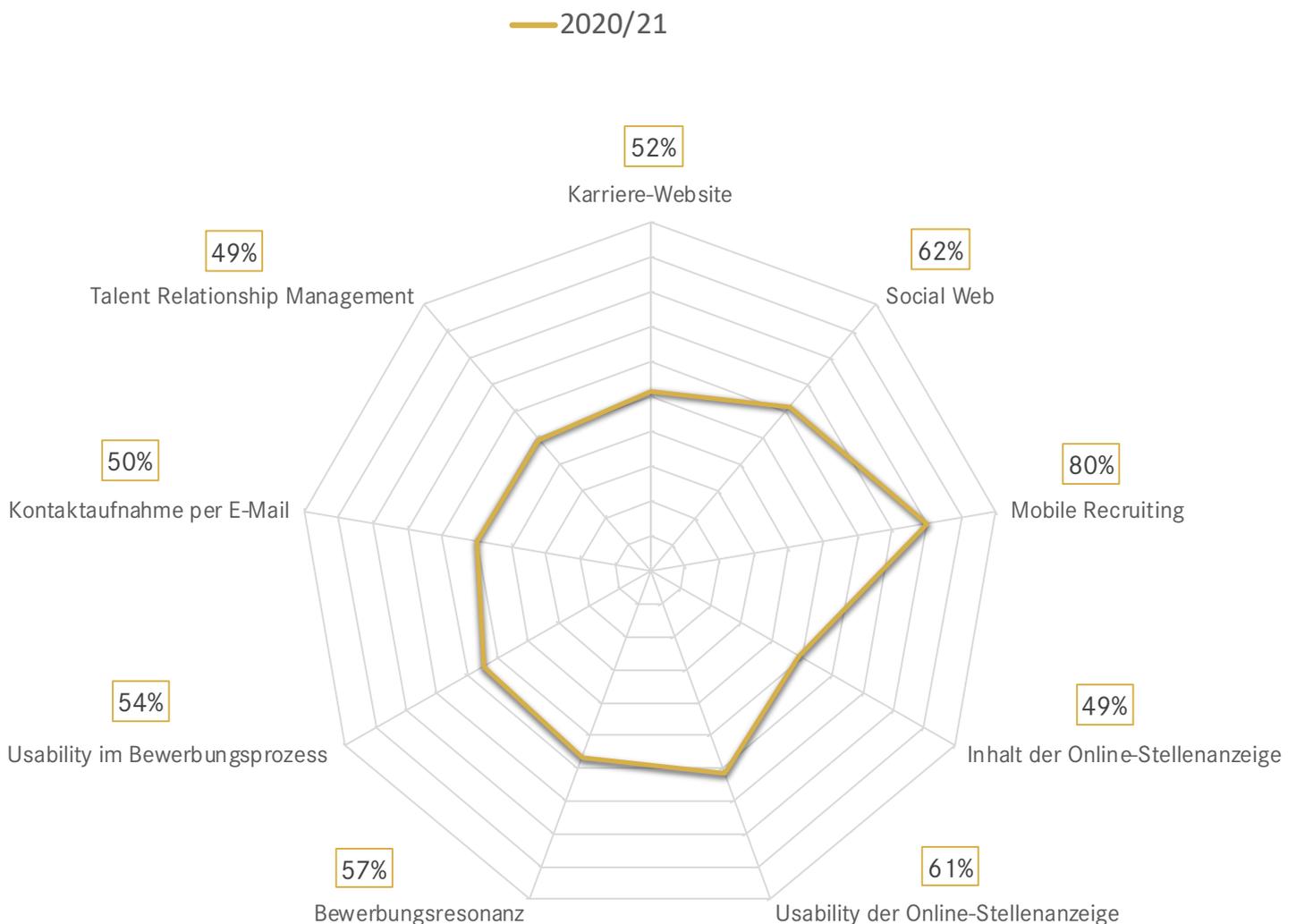
Studien-Erkenntnisse

ERGEBNISSE IM VERGLEICH

DIE ERGEBNISSE IN DEN ERHEBUNGSKATEGORIEN

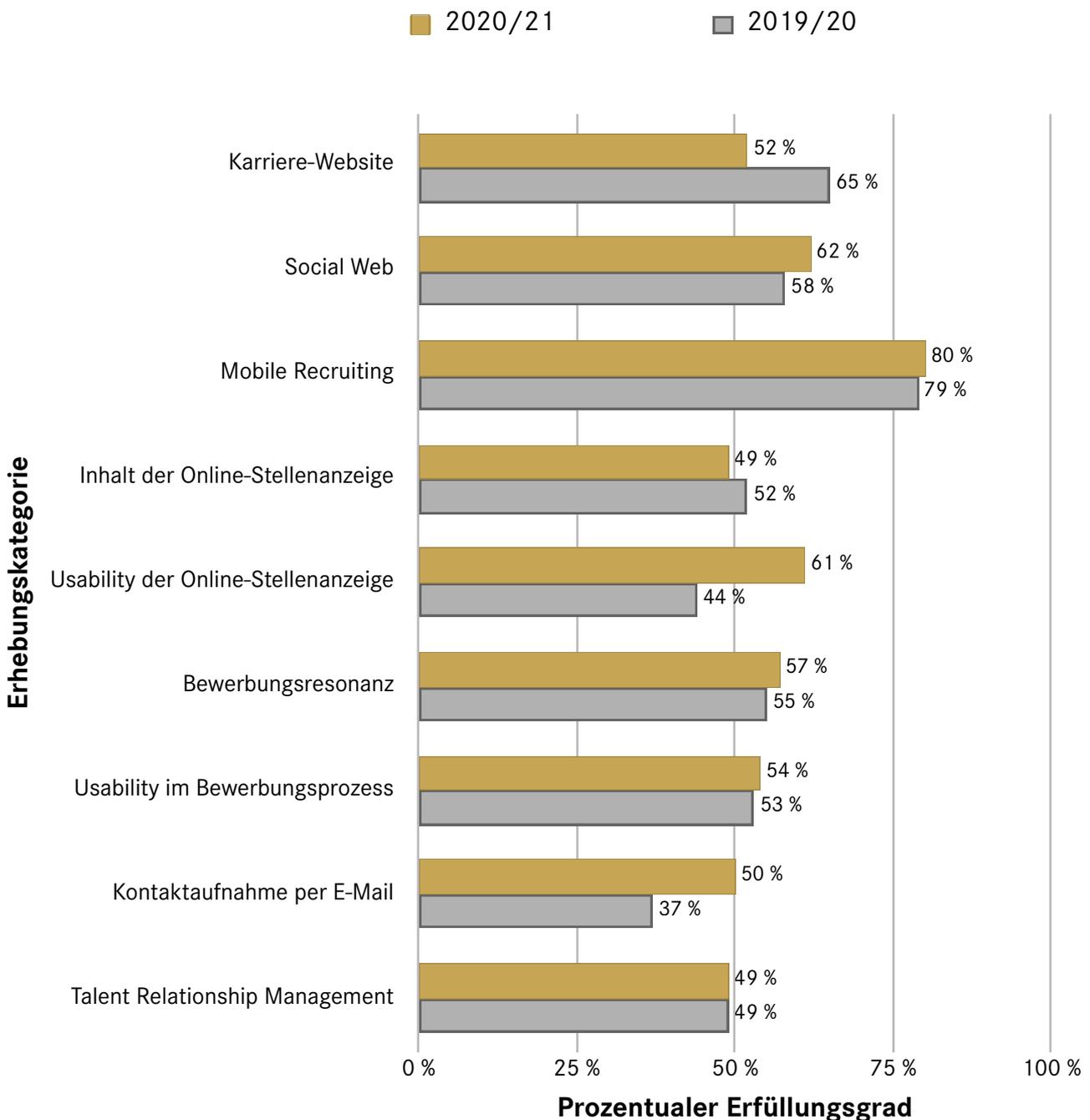
Das vorliegende Spinnendiagramm gibt Aufschluss über jene Themengebiete, die 2020/21 bei Deutschlands Recruiting-Verantwortlichen besonders im Fokus standen, und zeigt die durchschnittlich erreichten Punkte in den neun Erhebungskategorien in Relation zur Maximalpunktzahl. In sieben der neun Kategorien werden dieses Jahr im Schnitt zumindest die Hälfte der möglichen Punkte erzielt, das beste Ergebnis erreichen die 409 getesteten Arbeitgeber in der Kategorie *Mobile Recruiting* mit 80 % der maximalen Punkte. Auf Rang zwei folgt die Kategorie *Social Web* mit durchschnittlich 62 % der Maximalpunkte, was auf eine anhaltend professionelle Krisenkommunikation, selbst in Zeiten von Covid-19, schließen lässt.

Am meisten Potenzial bergen die Kategorien *Inhalt der Online-Stellenanzeige* und *Talent Relationship Management* mit jeweils 49 %.



DIE ERHEBUNGSKATEGORIEN IM VORJAHRESVERGLEICH

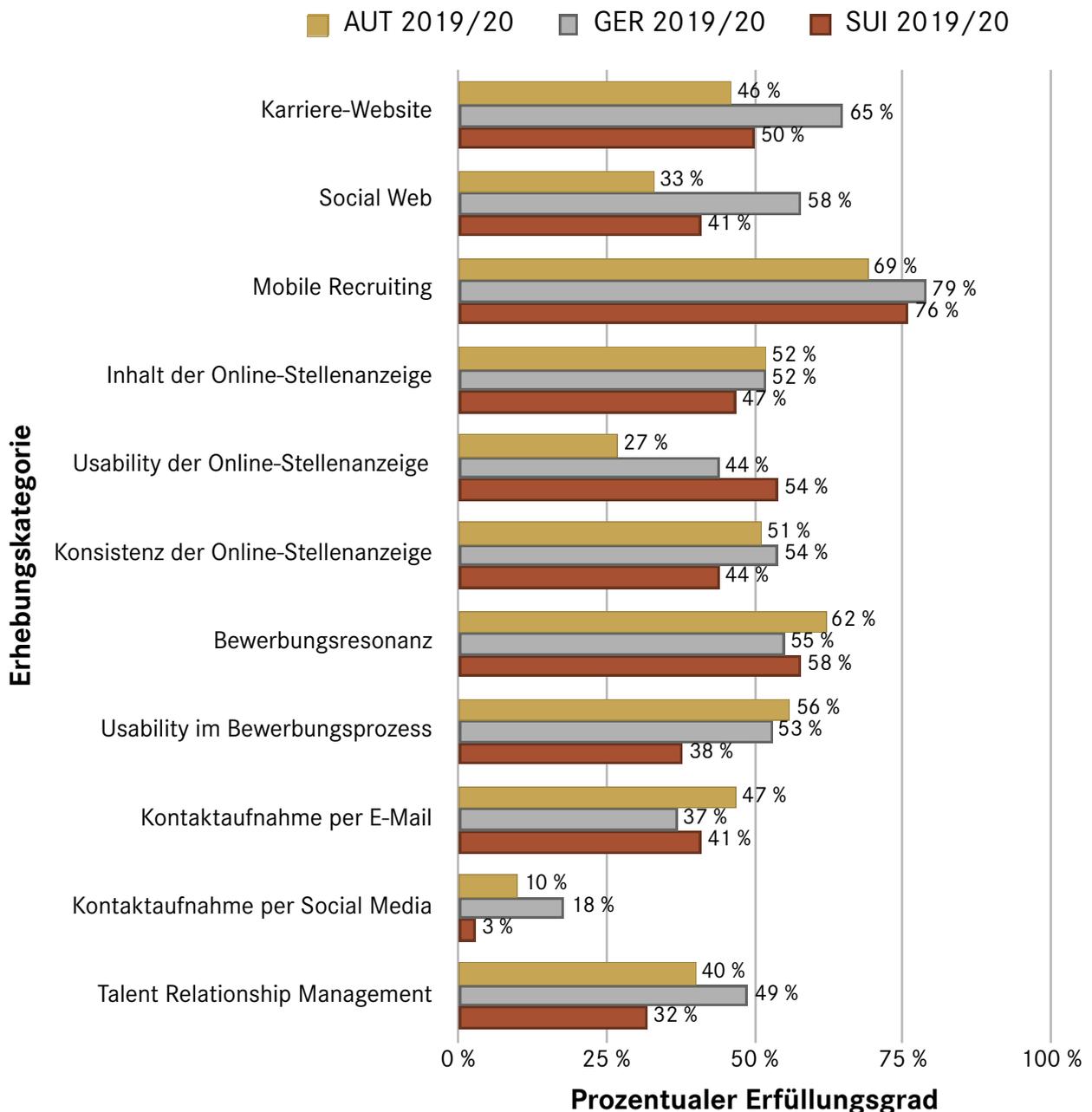
In Anbetracht der vielfältigen Herausforderungen, die 2020/21 für HR-Abteilungen bereit hielt, ergibt die Gegenüberstellung mit dem Vorjahr vergleichsweise solide Ergebnisse. Im so essenziellen direkten Kontakt mit Talenten zeigt sich beispielsweise, dass die Reaktion auf eingehende Bewerbungen (*Bewerbungsresonanz*) ähnlich professionell gehandhabt wird wie 2019/20. Der informellere Austausch ausgehend von einer Kontaktanfrage per E-Mail durch einen potenziellen Kandidaten gewinnt stark an Bedeutung, was sich in einem Plus von 13 Prozentpunkten in der gleichnamigen Kategorie niederschlägt. Im Vorjahresvergleich nochmals deutlicher wird der Handlungsbedarf in den Kategorien *Karriere-Website* und *Inhalt der Online-Stellenanzeige*, über die sich in Zeiten von Social Distancing besonders viele hinsichtlich potenzieller Arbeitgeber informieren.



DIE ERHEBUNGSKATEGORIEN IM D-A-CH-VERGLEICH 2019/20

Der Studienstart 2020/21 in Österreich läutete den sechsten vollumfänglich vergleichbaren internationalen Erhebungszyklus ein, dessen Resultate mit Abschluss der Schweiz-Studie im Sommer 2021 verfügbar sein werden. Das vorliegende Balkendiagramm veranschaulicht den vollständig abgeschlossenen Studienzyklus 2019/20 in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Im D-A-CH-Vergleich demonstrieren die deutschen Arbeitgeber ihre Stärke in sechs von elf Kategorien, nämlich *Karriere-Website*, *Social Web*, *Mobile Recruiting*, *Konsistenz der Online-Stellenanzeige*, *Kontaktaufnahme per Social Media* sowie *Talent Relationship Management*. Die österreichischen Nachbarn führen in den Kategorien *Bewerbungsresonanz*, *Usability im Bewerbungsprozess* und *Kontaktaufnahme per E-Mail*, die Schweizer in der *Usability der Online-Stellenanzeige*.



INDEX KRISENFESTIGKEIT

Anhand des 2020/21 erstmals erhobenen Index Krisenfestigkeit lassen sich die Innovationskraft deutscher Arbeitgeber in Sachen moderner Arbeitsgestaltung und die Transparenz in der Kommunikation mit potenziellen BewerberInnen messen. Da dies die gesamte Candidate Journey betrifft, werden für den Index Elemente aus sämtlichen Säulen und Kategorien des BEST-RECRUITERS-Kriterienkatalogs berücksichtigt. Maximal sind im Index 49 Prozentpunkte zu erreichen – durchschnittlich 22 davon erfüllen die 409 im aktuellen Jahrgang untersuchten Arbeitgeber.

Das Ergebnis ist in unterschiedlichen Ausprägungen an den einzelnen Sub-Indizes *Digitalisierung*, *Arbeitsgestaltung*, *Wissens- & Gesundheitsmanagement*, *Diversity & Inclusion* sowie *Cultural Fit* festzumachen, wie die Abbildung auf der Folgeseite illustriert.

Der Index *Wissens- & Gesundheitsmanagement* weist dabei mit 65 % der Maximalpunkte den höchsten Erfüllungsgrad auf, wobei auf Deutschlands Karriere-Websites vorrangig über klassische Aus-, Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten wie Berufsausbildungen oder firmeninterne Seminar- und Kursangebote informiert wird. Aktuell besonders relevante Aspekte wie Coaching oder E-Learning sind merklich präsenter als im Vorjahr und werden 2020/21 jeweils von 26 % der Arbeitgeber aktiv thematisiert. Im Bereich des Betrieblichen Gesundheitsmanagements liegt der Schwerpunkt auf sportlichen und betriebsärztlichen Services – Psychosoziales wird deutlich seltener angesprochen.

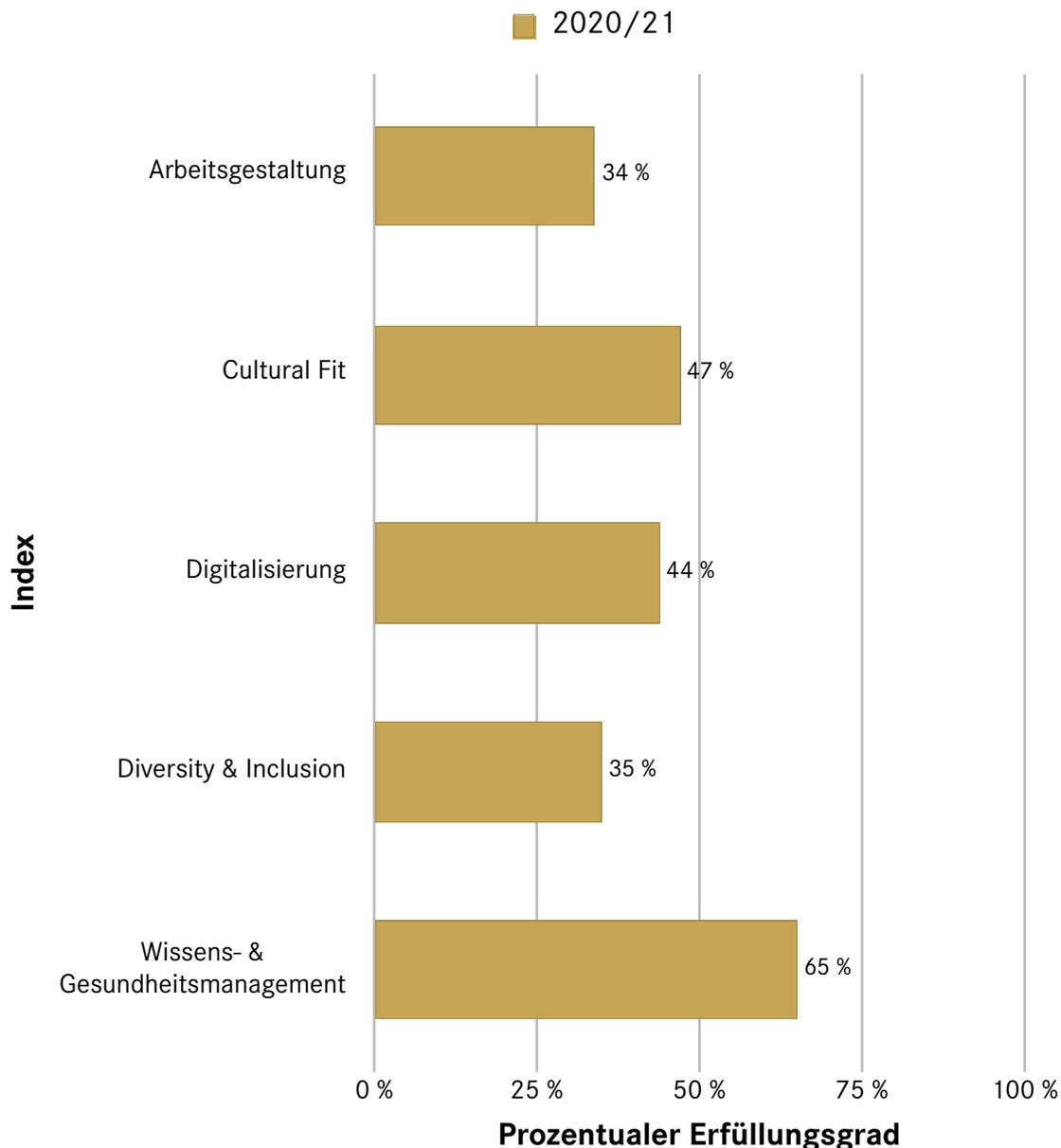
Der Index *Cultural Fit* – mit einem durchschnittlichen Erfüllungsgrad von 47 % auf Rang 2 – beleuchtet unter anderem die persönliche Kommunikationsebene zwischen Arbeitgeber und potenziellen BewerberInnen, wo bekanntlich die Unternehmenskultur am authentischsten transportiert wird. Hier zeigt sich Potenzial, da insbesondere in Zeiten physischer Distanz die virtuelle Kommunikation an Relevanz gewinnt, jedoch beispielsweise nur 43 % der untersuchten Arbeitgeber eine persönliche Ansprechperson aus dem HR inklusive Kontaktmöglichkeit auf der Karriere-Website anführen.

***Deutschlands 409 Top-Arbeitgeber
erreichen 2020/21 durchschnittlich...
22 von 49 möglichen Punkten
... im Index Krisenfestigkeit.***

Im Index *Digitalisierung* agieren Deutschlands Top-Arbeitgeber besonders stark im Bereich *Mobile Recruiting* – 84 % der untersuchten Unternehmen und Institutionen bieten BewerberInnen nunmehr eine vollständig mobil optimierte Candidate Journey. HR-Chatbots oder Gamification-Elemente rangieren hingegen im einstelligen Bereich.

Die Ergebnisse im Index *Arbeitsgestaltung* machen nochmals deutlich, wie essenziell es ist, den Wechsel auf weitgehendes Remote Working nicht nur in der Praxis zu bewerkstelligen, sondern auch potenzielle BewerberInnen abzuholen. 45 % der 409 getesteten Arbeitgeber sprechen die Home-Office-Möglichkeit konkret auf der Karriere-Website an, 24 % davon führen an, Mitarbeitende dabei gezielt mit entsprechenden Devices wie Laptops oder Handys zu unterstützen. Auch flexible Arbeitsmodelle wie Gleitzeit, Vertrauensarbeitszeit oder Jobsharing werden vergleichsweise selten ins Treffen geführt, letzteres in 6 % der Fälle.

35 % der Maximalpunkte erzielen die deutschen Arbeitgeber im Index *Diversity & Inclusion*, der auch das Themenfeld *Familienfreundlichkeit* umfasst. Eine aktive Förderung des Vaterschaftsurlaubs wird beispielsweise von 3 % der Stichprobe angeführt.





STUDIENRÜCKBLICK



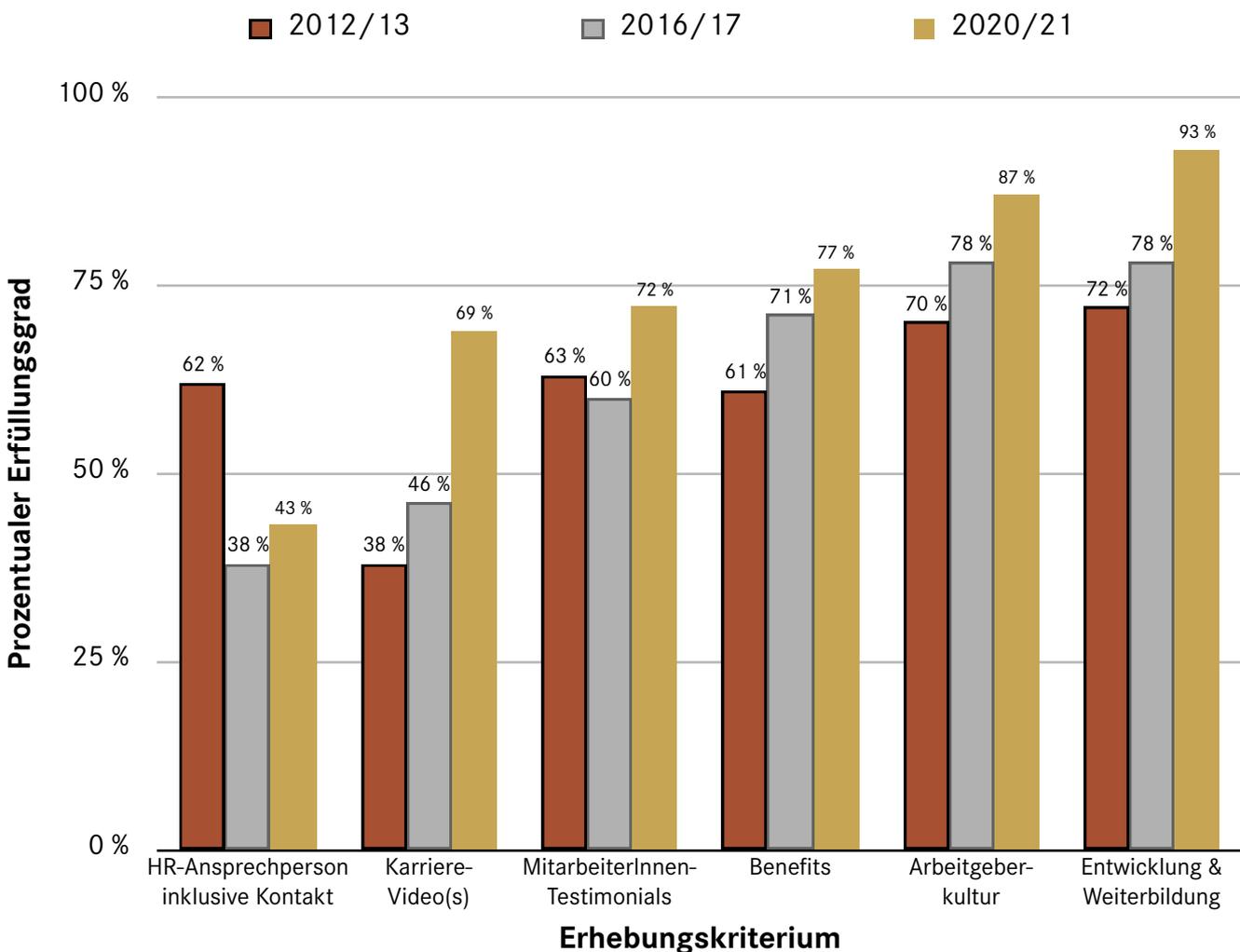
Ergebnisse in den Kategorien

KARRIERE-WEBSITE

Prüft man die Ergebnisse der Kategorie *Karriere-Website* im Detail, so wird deutlich, dass das Minus von 13 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr (von durchschnittlich 65 % auf 52 % der Maximalpunkte) nicht jenen Kriterien geschuldet ist, die bereits länger im Rahmen der Studie erhoben werden. Hier lassen sich durchwegs teilweise markante Zuwachsraten verzeichnen, speziell was die Einbindung von Karriere-Videos oder MitarbeiterInnen-Testimonials betrifft. Ebenfalls positiv zu vermerken ist, dass jeweils rund neun von zehn Arbeitgebern Interessierte über ihre Kultur (87 %) sowie Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten (93 %) informieren.

Die persönliche Ansprechbarkeit der Arbeitgeber – wie transparent also Kontaktmöglichkeiten der HR-Verantwortlichen auf der Karriere-Website kommuniziert werden – war 2012/13 mit 62 % besonders hoch. Seitdem bewegt sich der Wert zwischen 38 % und 47 %. Verglichen dem Vorjahr ist er um einen Prozentpunkt auf nunmehr 43 % gestiegen.

Zurückführen lässt sich das übergeordnete Ergebnis der Kategorie allerdings vielmehr auf Kriterien, die neu Eingang in den Kriterienkatalog gefunden haben und beispielsweise Remote Working betreffen.



SOCIAL WEB

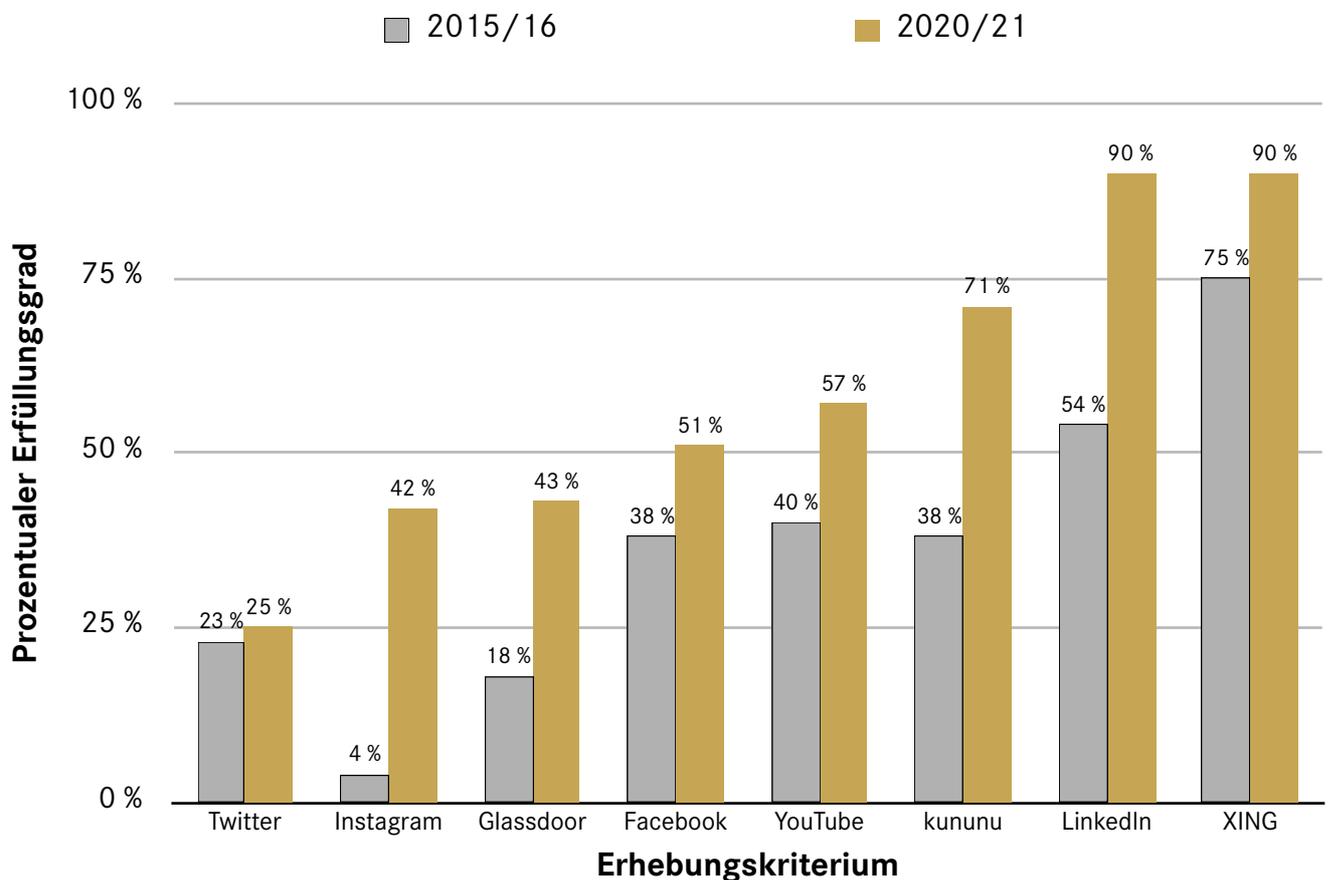
In der Kategorie *Social Web* wird zunächst untersucht, welche Plattformen Deutschlands Top-Arbeitgeber für ihr Recruiting heranziehen. In Folge liegt der Fokus jedoch auf der Frage, ob die erstellten Arbeitgeber-Profile regelmäßig mit relevanten, abwechslungsreichen Informationen für potenzielle BewerberInnen bespielt werden.

Insgesamt zeigt sich ein stetiger Trend zur Verbreiterung, insofern als gegenüber 2015/16 nahezu alle analysierten Plattformen einen markanten Anstieg aufweisen. Einzige Ausnahme bildet Twitter mit einem Plus von lediglich 2 Prozentpunkten. Angeführt wird das Ranking nach wie vor von XING und LinkedIn, in denen jeweils neun von zehn Arbeitgebern präsent sind. Die Schere zwischen den beiden Business-Netzwerken hat sich heute vollständig geschlossen – 2015/16 betrug der Gap noch 21 Prozentpunkte zugunsten von XING.

In der Gunst der Recruiting-Verantwortlichen stark gewonnen hat vor allem auch das damals noch unbekannte Instagram, das einen Zuwachs von 38 Prozentpunkten generierte und somit bereits von über zwei Fünftel der untersuchten Arbeitgeber für Karriere-Belange genutzt wird.



**2020/21 werden durchschnittlich...
4,9 Social-Media-Plattformen
... von deutschen Arbeitgebern für
Recruiting-Zwecke genutzt.**



STUDIENRÜCKBLICK



MOBILE RECRUITING

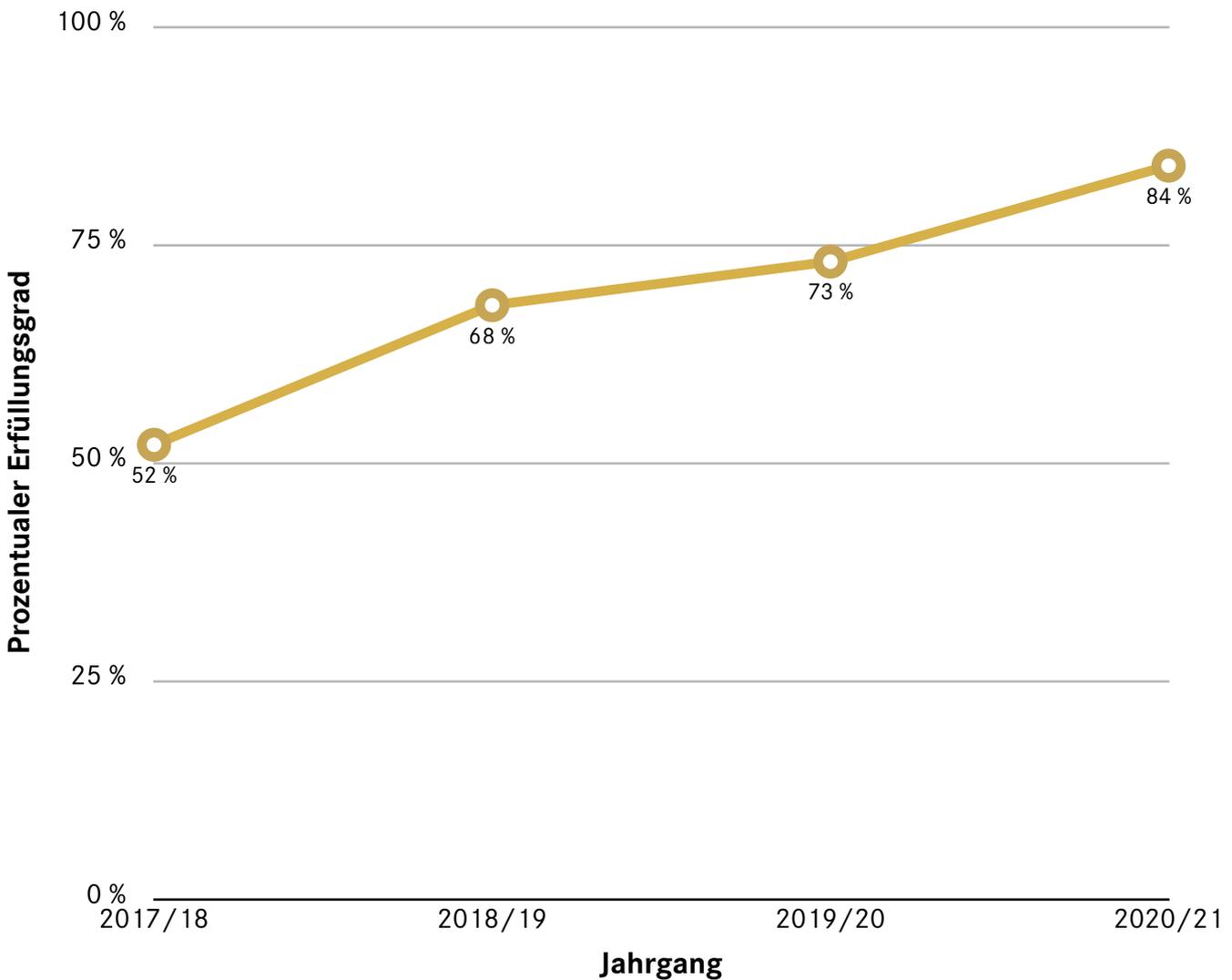
2020/21 bieten 84 % der 409 untersuchten Arbeitgeber BewerberInnen eine vollständig mobil optimierte Candidate Journey: von der Karriere-Website über Stellenmarkt und -anzeigen bis hin zur tatsächlichen Bewerbungsmöglichkeit per mobilem Endgerät. Das bedeutet eine Steigerung von 11 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.

Eine detailliertere Beleuchtung der einzelnen Elemente und ihrer jeweiligen mobilen Optimierung fördert Unterschiede zutage. Die größte Zuwachsrate im Vergleich mit 2019/20 verzeichnet die Bewerbung per Smartphone – konkret handelt es sich um ein Plus von 9 Prozentpunkten auf nunmehr 91 %. Damit liegt sie nun gleichauf mit mobil optimierten Stellenanzeigen und nur 5 Prozentpunkte hinter der mobil optimierten Karriere-Website.

84 %

der getesteten Arbeitgeber bieten eine vollständig mobil optimierte Candidate Journey.

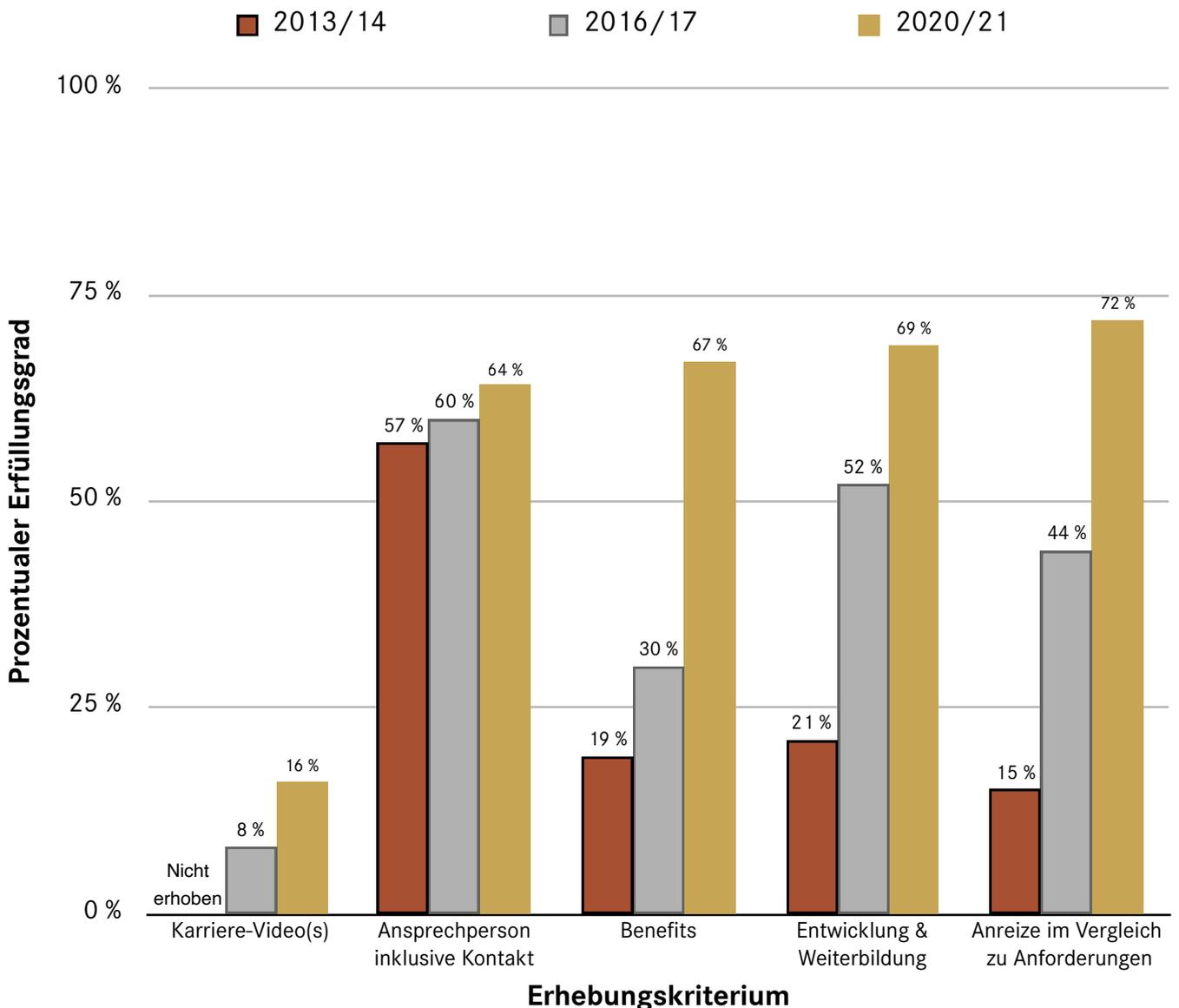
◇ Vollständig mobil optimierte Candidate Journey



INHALT DER ONLINE-STELLENANZEIGE

Stellenanzeigen zählen zu den erfolgskritischsten Medien im Recruiting. KandidatInnen sollen durch sie möglichst anschaulich erfahren, was von ihnen erwartet wird und welche Aufgaben die zukünftige Position umfasst. Arbeitgeber können Stellenanzeigen als Bühne nutzen, sich bestmöglich zu präsentieren und die richtigen BewerberInnen auf sich und die vakante Stelle aufmerksam zu machen. Zentral dabei: ein ausgewogenes Verhältnis von Anforderungen und gebotenen Bewerbungsanreizen nicht aus den Augen zu verlieren. Der Erfüllungsgrad dieses Kriteriums liegt aktuell dreimal so hoch wie noch vor sieben Jahren (von 15 % auf 72 %). Auch konkrete Benefits (67 %) sowie Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten (69 %) sind heute deutlich häufiger Thema in Stellenanzeigen als noch 2013/14.

Ein weiterer wichtiger Faktor, der in Zeiten von Covid-19 noch mehr an Schlagkraft gewinnt, betrifft die persönliche Kommunikationsebene. Nachdem die Zahl jener Arbeitgeber, die Talenten in Stellenanzeigen die Möglichkeit bieten, bei Fragen mit einer zuständigen Ansprechperson Kontakt aufzunehmen, mehrere Jahre stagniert hatte beziehungsweise sogar leicht gesunken war, steigt sie 2020/21 um 7 Prozentpunkte auf insgesamt 64 %.



STUDIENRÜCKBLICK

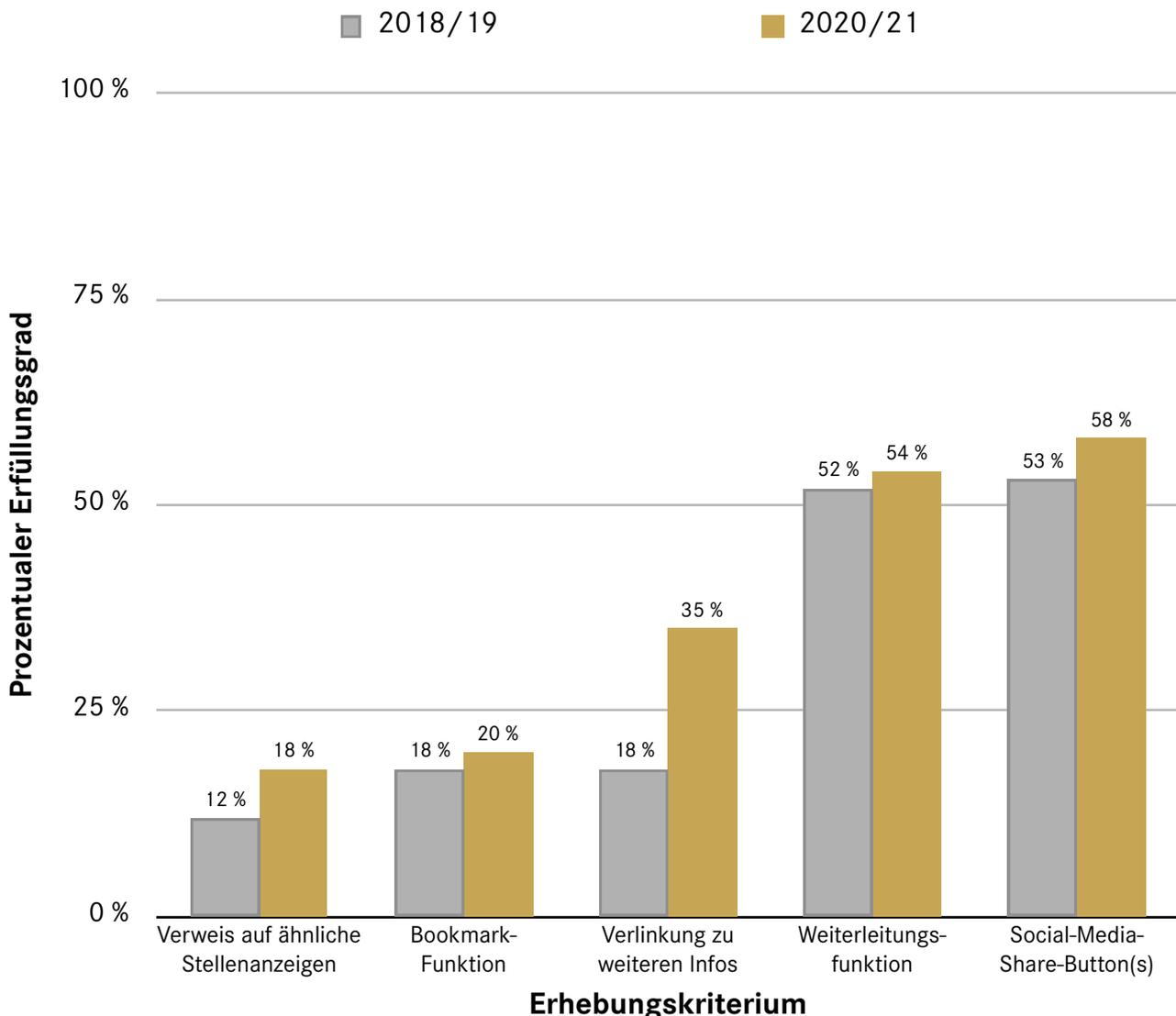


USABILITY DER ONLINE-STELLENANZEIGE

Die Kategorie *Usability der Online-Stellenanzeige* beleuchtet unterschiedliche Maßnahmen und Services, die BewerberInnen die Jobsuche erleichtern können. Wie die ausgewählten Ergebnisse untermauern, ist die Nutzerfreundlichkeit von Stellenanzeigen aktuell stärker in den Fokus von Recruiting-Verantwortlichen gerückt. Besonders häufig kommen dabei Social-Media-Share-Buttons (58 %) und Weiterleitungsfunktionen (54 %) zum Einsatz, was zum einen für die steigende Bedeutung von sozialen Netzwerken im Recruiting spricht. Zum anderen bieten derartige Tools Arbeitgebern die Möglichkeit, kostenlos Reichweite in spannenden Zielgruppen zu generieren – beispielsweise weil KandidatInnen animiert werden, Stellenanzeigen, die dem eigenen Profil nicht entsprechen, in relevanten Freundes- oder Bekanntenkreisen zu teilen.

18 % der Arbeitgeber verweisen direkt in Inseraten auf ähnliche Stellen, um Talenten weitere, möglicherweise passenden Vakanzen gezielt schmackhaft zu machen. Zusätzlich kann so die Verweildauer im eigenen Stellenmarkt erhöht werden.

Im Vergleich mit den Vorjahren besonders an Relevanz gewonnen hat das Verlinken zu weiterführenden Informationen rund um die vakante Position, sodass potenzielle BewerberInnen bei Interesse tiefer in die Welt des Arbeitgebers eintauchen können. Gegenüber 2018/19 wird dieses Kriterium um 17 Prozentpunkte häufiger erfüllt.



BEWERBUNGSRESONANZ

Für die Untersuchung der Bewerbungsresonanz werden Avatare - fiktive Charaktere mit unterschiedlichen Ausbildungen, Berufserfahrungen und Backgrounds - geschaffen und von diesen vier Bewerbungen an jeden Arbeitgeber aus der Stichprobe versandt. Sofern möglich, erfolgen drei dieser Bewerbungen auf eine ausgeschriebene Stelle, eine Bewerbung wird initiativ versandt.

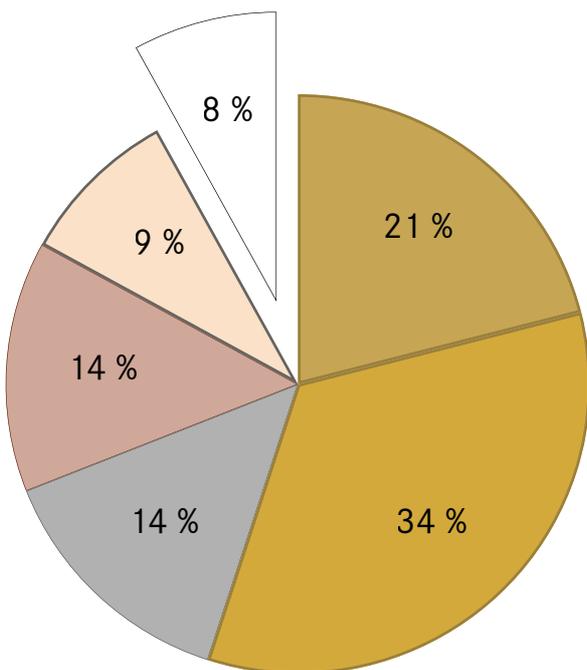
Zunächst wird der Zeitraum bis zur ersten Rückmeldung gemessen - erhalten die BewerberInnen innerhalb von 10 Werktagen eine Eingangsbestätigung oder erste Antwort auf ihre Zusendung, wird die Frist auf 20 Werktagen verlängert. Erfolgt innerhalb dieser Zeit eine Absage oder Einladung zu einem Gespräch, gilt dies als Bewerbungsabschluss. Geschieht der Bewerbungsabschluss außerhalb der Frist oder erhalten BewerberInnen keinerlei Rückmeldung, werden keine Punkte vergeben.

In der Gegenüberstellung mit dem letzten Erhebungsjahrgang 2019/20 fällt auf, dass die Reaktionsgeschwindigkeit annähernd ident geblieben ist. Trotz der Corona-Krise agieren Deutschlands Personalverantwortliche hier also auf einem anhaltend hohen Professionalitätslevel. Allein der Anteil jener Bewerbungen, die binnen 4 bis 10 Werktagen final beantwortet wurden, ist gegenüber dem Vorjahr um 2 Prozentpunkte auf nunmehr 32 % gesunken. Allerdings blieben 2020/21 auch um 3 Prozentpunkte mehr Bewerbungen gänzlich ohne Rückmeldung.

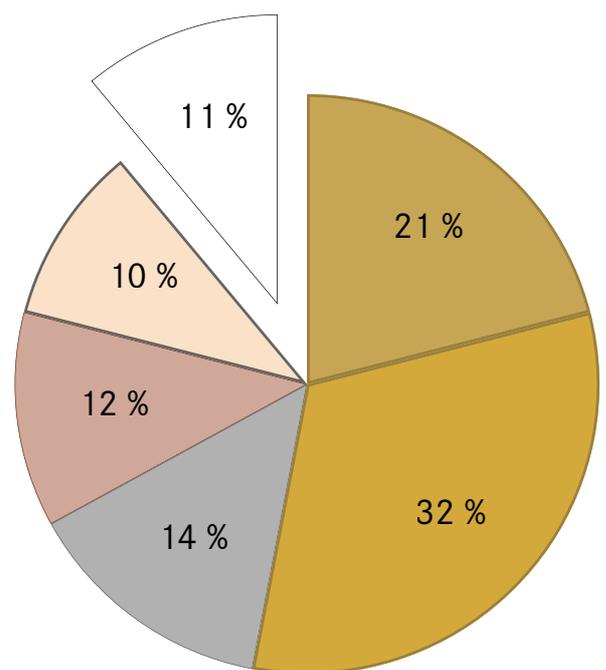


- Abschluss binnen 3 Werktagen
- Abschluss binnen 4 bis 10 Werktagen
- Abschluss binnen 11 bis 20 Werktagen
- Abschluss außerhalb der Frist
- Erstmeldung, aber kein Abschluss
- Keine Rückmeldung

2019/20 – alle Bewerbungen



2020/21 – alle Bewerbungen

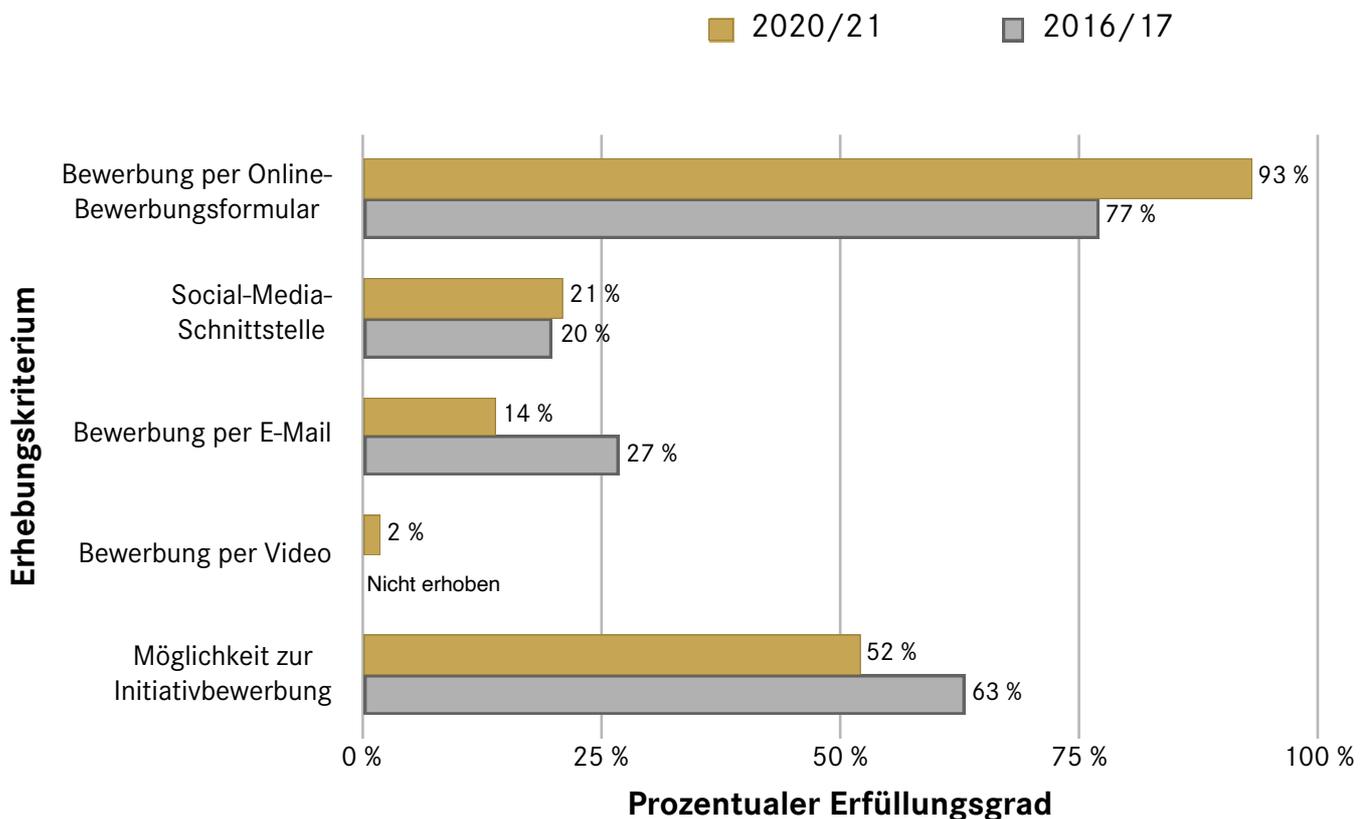


USABILITY IM BEWERBUNGSPROZESS

Die Kategorie *Usability im Bewerbungsprozess* liefert Aufschlussreiches zur Frage, welche Hürden KandidatInnen für eine Bewerbung beim gewünschten Arbeitgeber überwinden müssen beziehungsweise welche Services und Hilfsmittel ihnen dabei zur Verfügung gestellt werden. Dies beginnt bereits bei der entsprechenden Information: Obwohl der überwiegende Teil der Unternehmen und Institutionen Initiativbewerbungen akzeptiert, informieren nur fünf von zehn mögliche KandidatInnen im Rahmen der Karriere-Website darüber, welcher Kanal hierfür heranzuziehen ist (52 %). Im Studienzyklus 2016/17 lag dieser Wert mit 63 % noch höher.

Für die tatsächliche Bewerbungsübermittlung ist in einem nächsten Schritt entscheidend, welche und auch wie viele Kanäle hierfür angeboten werden. Aus Bewerbersicht ist es zum einen essenziell, dass der Versand so reibungslos wie möglich vonstatten geht, zum anderen zeugt es von Wertschätzung, sofern je nach individueller Vorliebe der passende Kanal gewählt werden kann. Beispielsweise ist eine Videobewerbung – die aktuell 2 % der Gesamtstichprobe ermöglichen – zweifelsohne nicht für alle Zielgruppen der persönliche „Channel of Choice“.

**Im Durchschnitt stellen deutsche Arbeitgeber...
1,3 Bewerbungskanäle
... in Stellenanzeigen zur Verfügung.**



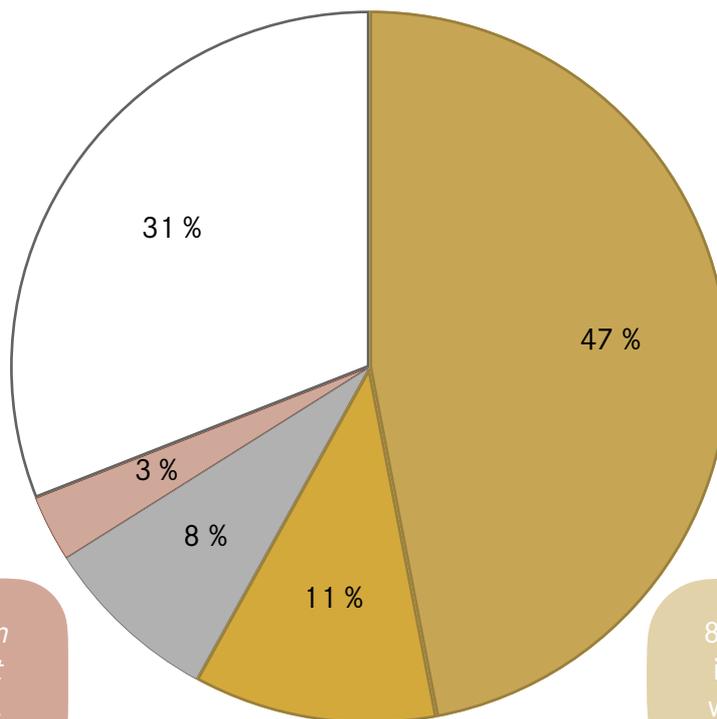
KONTAKTAUFNAHME PER E-MAIL

Neben der Resonanz auf Bewerbungen wird der direkte Umgang mit BewerberInnen auch in Form einer Interessenanfrage per E-Mail gemessen. Im aktuellen Studienjahr erkundigte sich ein Kandidat nach längerfristigen Möglichkeiten und konkreten Rahmenbedingungen für Teleworking – aktuell ein hochbrisantes Thema für ArbeitnehmerInnen.

Innerhalb der beiden studienrelevanten Fristen von 10 Werktagen reagierte mehr als die Hälfte der Arbeitgeber (58 %) auf die Nachricht, wobei sich der überwiegende Teil transparent zur Anfrage äußerte. Zum Vergleich: Auf der Karriere-Website erwähnen 45 % der Arbeitgeber die Option auf Remote Working.

3 % der Stichprobe antworteten außerhalb der Frist und 8 % übermittelten thematisch unpassende Antworten, beispielsweise eine Bewerbungsabsage.

- Beantwortung der Anfrage binnen 3 Werktagen
- Beantwortung binnen 4 bis 10 Werktagen
- Thematisch unpassende Beantwortung
- Abschluss außerhalb der Frist
- Keine Rückmeldung



85 % der Antworten außerhalb der Frist waren transparent.

86 % der Antworten innerhalb der Frist waren transparent.

STUDIENRÜCKBLICK

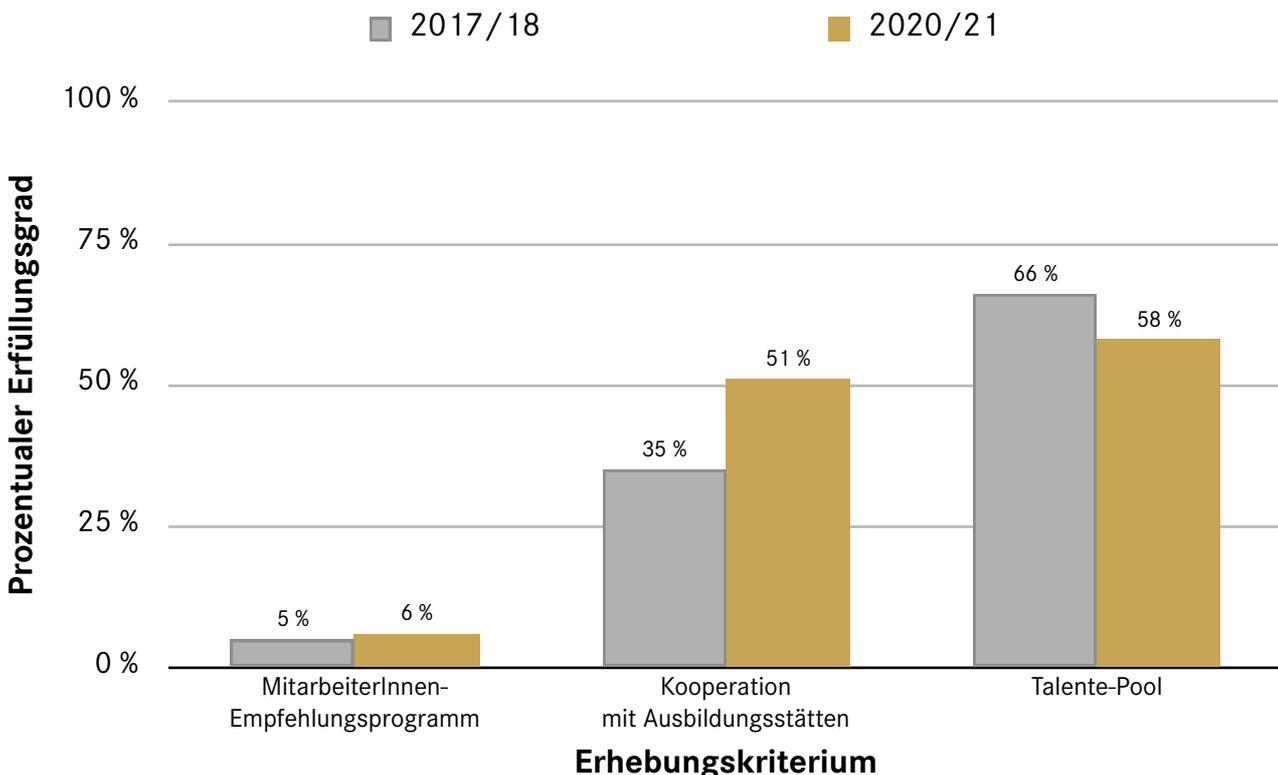


TALENT RELATIONSHIP MANAGEMENT

Im Rahmen der Kategorie *Talent Relationship Management* wird analysiert, welche Maßnahmen Arbeitgeber setzen, um frühzeitig in Kontakt mit vielversprechenden Talenten zu kommen und diese Verbindung auch längerfristig zu halten. Auch inwieweit sie BewerberInnen über diese Aktivitäten informieren, wird ermittelt. Dies kann beispielsweise dazu führen, dass potenzielle KandidatInnen ihr Profil in ausgewählten Netzwerken besonders akribisch pflegen, sofern ihr gewünschter Arbeitgeber dort Active Sourcing betreibt. Die Information über ein MitarbeiterInnen-Empfehlungsprogramm kann BewerberInnen dazu animieren, proaktiv mit Bekannten in Kontakt zu treten, die bei dem Unternehmen oder der Institution tätig sind, aber ungestützt nicht „top-of-mind“ gewesen wären. In Folge lässt sich auf diese Weise die kulturelle Passung für beide Seiten besser verifizieren.

Eines der wichtigsten Tools im Umfeld des Talent Relationship Management stellen zweifels- ohne Talente-Pools und -Netzwerke dar, die zum Beispiel mit evident gehaltenen und/oder A-KandidatInnen gespeist werden, die knapp nicht den Zuschlag für eine Stelle erhalten haben. Aber auch ehemalige Mitarbeitende, sogenannte Alumni, deren Cultural Fit bereits geprüft wurde und die nun Erfahrungen bei anderen Arbeitgebern machen möchten, sind wertvolle KandidatInnen, mit denen es sich lohnt, den Kontakt zu halten.

Besonders effizient sind diese Pools, wenn sie nicht nur intern geführt werden, sondern für Interessierte zudem die Möglichkeit besteht, sich proaktiv dafür zu registrieren. Auch wenn die Richtlinien der DSGVO ihren Einsatz nun enger reglementieren, zeugt die Entwicklung der letzten Jahre von anhaltender Akzeptanz: 2020/21 betreiben 58 % der Arbeitgeber des Gesamtsamples einen für die Registrierung freigeschalteten Talente-Pool, um 8 Prozentpunkte weniger als 2017/18.



Die Top 100

Das Ranking zeigt die Top 100 aller 409 getesteten Arbeitgeber des Studienjahrgangs 2020/21. Die Reihung erfolgt gemäß der Gesamtpunktzahl in Prozent. Bei Gleichstand wird das Abschneiden in den drei Säulen herangezogen: Dabei wird Säule 3 vor Säule 1 und diese wiederum vor Säule 2 gewertet.

DIE TOP 100

„NEU“ sind jene Arbeitgeber, die in der Erhebung 2019/20 nicht Teil der Stichprobe waren.

(↑) - im Vorjahr nicht zertifizierungsberechtigt und nun unter den Top 100

Ranking 2020/21	Ranking 2019/20	Arbeitgeber Platz 1 – 20	Gesamtpunkte in Prozent
1	27	ALTANA AG	88,5 %
2	1	Randstad Deutschland GmbH & Co. KG	87,5 %
3	3	OTTO (GmbH & Co KG)	87 %
4	8	Deloitte	85,5 %
5	4	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG	83,5 %
6	115	Fresenius SE & Co KGaA	82,5 %
7	11	Wieland-Werke AG	81,5 %
8	NEU	Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (UK-SH)	81 %
9	106	MAHLE GmbH	81 %
10	40	Bechtle AG	80,5 %
11	26	EY Deutschland	80 %
12	134	REWE Group	79,5 %
13	116	MVV Energie AG	79 %
14	—	Adesso SE	79 %
15	29	BASF SE	79 %
16	76	Infineon Technologies AG	78,5 %
17	9	STIHL	78 %
18	17	Techniker Krankenkasse	78 %
19	10	ROHDE & SCHWARZ GmbH & Co. KG	78 %
20	7	ThyssenKrupp AG	78 %



Ranking 2020/21	Ranking 2019/20	Arbeitgeber Platz 21 – 50	Gesamtpunkte in Prozent
21	130	Hogan Lovells	77,5 %
22	35	REHAU AG + Co	77,5 %
23	24	TARGOBANK AG	77,5 %
24	38	OSRAM GmbH	77,5 %
25	15	Hannover Rück SE	77 %
26	47	Commerzbank AG	76,5 %
27	5	HUK-Coburg Versicherungsgruppe	76,5 %
28	73	EWE AG	76 %
29	97	Stadtwerke München GmbH	76 %
30	217	British American Tobacco (Germany) GmbH	76 %
31	6	Genuss & Harmonie Holding GmbH	75,5 %
32	21	ALDI SÜD	75,5 %
33	62	Hilti Deutschland AG	75,5 %
34	14	STRABAG AG	75,5 %
35	NEU	Sopra Steria SE	74,5 %
36	71	Deutsche Bahn AG	74,5 %
37	NEU	CA Immo Deutschland GmbH	74 %
38	89	Bundesagentur für Arbeit	74 %
39	80	Kaufland	73,5 %
40	172	ERGO Group AG	73,5 %
41	2	Trenkwalder Personaldienste GmbH	73,5 %
42	↑	Webasto Group	73 %
43	23	Amadeus FiRe AG	73 %
44	48	LEONHARD WEISS GmbH & Co. KG	72,5 %
45	20	Axel Springer Konzern	72,5 %
46	127	SEW-EURODRIVE GmbH & Co KG	72 %
47	33	diva-e Digital Value Excellence GmbH	72 %
48	72	Fresenius Medical Care Deutschland GmbH	72 %
49	163	Talanx AG	71,5 %
50	149	Continental AG	71,5 %

Ranking 2020/21	Ranking 2019/20	Arbeitgeber Platz 51 – 80	Gesamt- punkte in Prozent
51	114	Mercedes-AMG GmbH	71,5 %
52	54	ProSiebenSat.1 Media SE	71,5 %
53	129	STARK Deutschland GmbH	71 %
54	74	Hubert Burda Media	71 %
55	18	KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	71 %
56	63	Deutsche Telekom AG	71 %
57	91	BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH	70,5 %
58	51	Leadec Holding BV & Co. KG	70,5 %
59	16	Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG	70,5 %
60	12	Hays AG	70,5 %
61	81	AMEOS Gruppe	70 %
62	181	HypoVereinsbank - Member of UniCredit	70 %
63	79	MTU Aero Engines AG	70 %
64	213	BMW AG	69,5 %
65	155	ConSol Consulting & Solutions Software GmbH	69 %
66	25	PHOENIX CONTACT GmbH & Co. KG	69 %
67	184	EUROBAUSTOFF Handelsgesellschaft mbH & Co KG	68,5 %
68	139	BSH Hausgeräte GmbH	68 %
69	22	Asklepios Kliniken GmbH & Co. KGaA	68 %
70	169	Clifford Chance LLP	68 %
71	180	RWE AG	68 %
72	↑	Arbeitgeber Bundeswehr	68 %
73	52	Bayerische Landesbank	67,5 %
74	41	Thüga Aktiengesellschaft	67,5 %
75	173	Noerr LLP	67,5 %
76	124	Penny-Markt GmbH	67,5 %
77	36	HORNBACK Baumarkt AG	67 %
78	↑	arvato AG	67 %
79	221	Piening GmbH	66,5 %
80	45	Bertelsmann SE & Co. KGaA	66,5 %

Ranking 2020/21	Ranking 2019/20	Arbeitgeber Platz 81 – 100	Gesamt- punkte in Prozent
81	44	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	66,5 %
82	136	Müller Holding GmbH & Co. KG	66 %
83	64	Tönnies Lebensmittel GmbH & Co. KG	66 %
84	83	JOB AG Personaldienstleistungen AG	66 %
85	122	McDonalds Deutschland LLC	66 %
86	NEU	NTT Data	66 %
87	66	Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH + Co. KG	66 %
88	NEU	Currenta GmbH & Co. OHG	66 %
89	55	Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG	66 %
90	167	Heuking Kühn Lüer Wojtek	65,5 %
91	131	persona service AG & Co. KG	65,5 %
92	↑	AGAPLESION gAG	65,5 %
93	96	Amprion GmbH	65,5 %
94	60	Krones AG	65 %
95	↑	EDEKA ZENTRALE AG & Co KG	65 %
96	135	Lindner Group KG	65 %
97	46	DRÄXLMAIER Group	65 %
98	144	HOCHTIEF AG	64,5 %
99	78	TÜV SÜD AG	64,5 %
100	28	toom Baumarkt GmbH	64,5 %

Branchensieger

Die nachstehenden Rankings bieten einen Überblick der Top-3-Recruiter jeder Branche.

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Anlagen-/Maschinenbau Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	17	STIHL	78 %	gold
2	33	Hilti Deutschland AG	75,5 %	silber
3	46	SEW-EURODRIVE GmbH & Co KG	72 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Automotive/KFZ Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	9	MAHLE GmbH	81 %	gold
2	42	Webasto Group	73 %	silber
3	50	Continental AG	71,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Banken/Finanzdienstleistung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	23	TARGOBANK AG	77,5 %	gold
2	26	Commerzbank AG	76,5 %	silber
3	62	HypoVereinsbank - Member of UniCredit	70 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Bau/Holz Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	34	STRABAG AG	75,5 %	gold
2	44	LEONHARD WEISS GmbH & Co. KG	72,5 %	silber
3	96	Lindner Group KG	65 %	bronze



Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Bekleidungs-/Schuheinzelhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	3	OTTO (GmbH & Co KG)	87 %	gold
2	139	s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG	61 %	bronze
3	146	Zalando SE	60,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Chemie Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	1	ALTANA AG	88,5 %	gold
2	15	BASF SE	79 %	silber
3	120	K+S AG	63 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Dienstleistung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	37	CA Immo Deutschland GmbH	74 %	gold
2	78	arvato AG	67 %	silber
3	99	TÜV SÜD AG	64,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	DIY-/Zoofachhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	67	EUROBAUSTOFF Handelsgesellschaft mbH & Co KG	68,5 %	gold
2	77	HORNBACH Baumarkt AG	67 %	silber
3	100	toom Baumarkt GmbH	64,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Einzelhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	82	Müller Holding GmbH & Co. KG	66 %	gold
2	172	IKEA Deutschland GmbH & Co KG	58,5 %	bronze
3	180	Tchibo GmbH	58 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Eisen/Metall Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	7	Wieland-Werke AG	81,5 %	gold
2	20	ThyssenKrupp AG	78 %	silber
3	193	Aurubis AG	57 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Elektro-/Elektronikherstellung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	16	Infineon Technologies AG	78,5 %	gold
2	24	OSRAM GmbH	77,5 %	silber
3	66	PHOENIX CONTACT GmbH & Co. KG	69 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Energie Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	13	MVV Energie AG	79 %	gold
2	28	EWE AG	76 %	silber
3	29	Stadtwerke München GmbH	76 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Facility-/Security-Services Top 2 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	87	Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH + Co. KG	66 %	gold
2	118	KÖTTER GmbH & Co. KG Verwaltungsdienstleistungen	63 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Fleischwirtschaft Sieger der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	83	Tönnies Lebensmittel GmbH & Co. KG	66 %	gold

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Gastronomie/Tourismus Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	31	Genuss & Harmonie Holding GmbH	75,5 %	gold
2	85	McDonalds Deutschland LLC	66 %	silber
3	105	AIDA Cruises	64 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Gesundheits-/Sozialwesen Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	8	Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (UK-SH)	81 %	gold
2	61	AMEOS Gruppe	70 %	silber
3	69	Asklepios Kliniken GmbH & Co. KGaA	68 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Großhandel/Vertrieb Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	53	STARK Deutschland GmbH	71 %	gold
2	109	Adolf Würth GmbH & Co. KG	64 %	bronze
3	116	Franz Haniel & Cie. GmbH	63 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Industrie Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	22	REHAU AG + Co	77,5 %	gold
2	63	MTU Aero Engines AG	70 %	silber
3	88	Currenta GmbH & Co. OHG	66 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	IT/Software/Telekommunikation Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	10	Bechtle AG	80,5 %	gold
2	14	Adesso SE	79 %	silber
3	19	ROHDE & SCHWARZ GmbH & Co. KG	78 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Lebensmitteleinzelhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	12	REWE Group	79,5 %	gold
2	32	ALDI SÜD	75,5 %	silber
3	39	Kaufland	73,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Medien Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	45	Axel Springer Konzern	72,5 %	gold
2	52	ProSiebenSat.1 Media SE	71,5 %	silber
3	54	Hubert Burda Media	71 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Nahrungsmittel-/ Konsumgüterherstellung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	30	British American Tobacco (Germany) GmbH	76 %	gold
2	110	Henkel AG & Co. KGaA	63,5 %	bronze
3	112	Nestlé Deutschland AG	63,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Öffentlicher Dienst Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	38	Bundesagentur für Arbeit	74 %	gold
2	72	Arbeitgeber Bundeswehr	68 %	silber
3	204	Landeshauptstadt München	56,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Personaldienstleistung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	2	Randstad Deutschland GmbH & Co. KG	87,5 %	gold
2	41	Trenkwalder Personaldienste GmbH	73,5 %	silber
3	43	Amadeus FiRe AG	73 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Pharma/Biotechnologie Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	6	Fresenius SE & Co KGaA	82,5 %	gold
2	48	Fresenius Medical Care Deutschland GmbH	72 %	silber
3	147	Bayer	60,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Rechtsberatung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	21	Hogan Lovells	77,5 %	gold
2	57	BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH	70,5 %	silber
3	70	Clifford Chance LLP	68 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Transport/Verkehr/Logistik Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	5	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG	83,5 %	gold
2	36	Deutsche Bahn AG	74,5 %	silber
3	130	Hermes Europe GmbH	62 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Unternehmensberatung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	4	Deloitte	85,5 %	gold
2	11	EY Deutschland	80 %	silber
3	35	Sopra Steria SE	74,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Versicherung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	18	Techniker Krankenkasse	78 %	gold
2	25	Hannover Rück SE	77 %	silber
3	27	HUK-Coburg Versicherungsgruppe	76,5 %	silber

Die Top 100 – Krisenfestigkeit

Das Ranking zeigt die Top 100 aller 409 getesteten Arbeitgeber des Studienjahrgangs 2020/21 im Index Krisenfestigkeit. Die Reihung erfolgt gemäß der Gesamtpunktzahl in Prozent. Bei Gleichstand wird das Abschneiden in den fünf Sub-Indizes herangezogen, wobei diese aufgrund der maximal zu erreichenden Punkte wie folgt gereiht sind: *Digitalisierung*, *Cultural Fit*, *Arbeitsgestaltung*, *Diversity & Inclusion* und *Wissens- & Gesundheitsmanagement*.

Index Ranking 2020/21	Arbeitgeber Platz 1 – 20	Index Krisenfestigkeit in Prozent
1	OTTO (GmbH & Co KG)	78 %
2	ALTANA AG	77 %
3	Deutsche Bahn AG	74 %
4	Deutsche Telekom AG	71 %
5	Deloitte	71 %
6	Fresenius SE & Co KGaA	70 %
7	Randstad Deutschland GmbH & Co. KG	70 %
8	Trenkwalder Personaldienste GmbH	69 %
9	ProSiebenSat.1 Media SE	69 %
10	Adesso SE	69 %
11	Fresenius Medical Care Deutschland GmbH	67 %
12	Mercedes-AMG GmbH	67 %
13	British American Tobacco (Germany) GmbH	67 %
14	OSRAM GmbH	67 %
15	diva-e Digital Value Excellence GmbH	66 %
16	Continental AG	65 %
17	KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	65 %
18	TARGOBANK AG	64 %
19	Infineon Technologies AG	64 %
20	Hilti Deutschland AG	63 %

Index Ranking 2020/21	Arbeitgeber Platz 21 – 50	Index Krisenfestigkeit in Prozent
21	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	63 %
22	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG	63 %
23	Axel Springer Konzern	63 %
24	CA Immo Deutschland GmbH	63 %
25	Asklepios Kliniken GmbH & Co. KGaA	63 %
26	Techniker Krankenkasse	62 %
27	Axa Konzern AG	62 %
28	MVV Energie AG	62 %
29	REWE Group	61 %
30	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	61 %
31	Genuss & Harmonie Holding GmbH	60 %
32	Drägerwerk AG & Co. KGaA	60 %
33	STIHL	60 %
34	STARK Deutschland GmbH	60 %
35	Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG	60 %
36	EY Deutschland	60 %
37	Ed. Züblin AG	59 %
38	Hays AG	59 %
39	T-Systems International GmbH	59 %
40	REHAU AG + Co	59 %
41	Bundesagentur für Arbeit	59 %
42	BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH	59 %
43	MAHLE GmbH	59 %
44	Henkel AG & Co. KGaA	58 %
45	Bertrandt AG	58 %
46	Stadtwerke München GmbH	58 %
47	BASF SE	58 %
48	Thüga Aktiengesellschaft	58 %
49	Wieland-Werke AG	58 %
50	STRABAG AG	57 %

Index Ranking 2020/21	Arbeitgeber Platz 51 – 79	Index Krisenfestigkeit in Prozent
51	TÜV SÜD AG	57 %
52	SAP Deutschland AG & Co. KG	57 %
53	Nestlé Deutschland AG	57 %
54	ThyssenKrupp AG	57 %
55	Leadec Holding BV & Co. KG	57 %
56	ROHDE & SCHWARZ GmbH & Co. KG	57 %
57	BMW AG	57 %
58	Hannover Rück SE	57 %
59	toom Baumarkt GmbH	57 %
60	HypoVereinsbank - Member of UniCredit	57 %
61	Webasto Group	57 %
62	Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (UK-SH)	57 %
63	Hogan Lovells	57 %
64	HORNBACH Baumarkt AG	56 %
65	DRÄXLMAIER Group	56 %
66	Amprion GmbH	56 %
67	Hermes Europe GmbH	56 %
68	Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH	56 %
69	Kaufland	56 %
70	Volkswagen Financial Services AG	56 %
71	BARTELS-LANGNESS Handelsgesellschaft mbH & Co KG	56 %
72	Bechtle AG	56 %
73	Orizon GmbH	55 %
74	Robert Bosch GmbH	55 %
75	SCHOTT AG	55 %
76	arvato AG	55 %
77	MTU Aero Engines AG	55 %
78	OBI Group Holding SE & Co. KGaA	55 %
79	LEONHARD WEISS GmbH & Co. KG	55 %

Index Ranking 2020/21	Arbeitgeber Platz 80 – 100	Index Krisenfestigkeit in Prozent
80	Commerzbank AG	55 %
81	DekaBank Deutsche Girozentrale	55 %
82	K+S AG	54 %
83	ERGO Group AG	54 %
84	TUI Group	54 %
85	RheinEnergie AG	54 %
86	Clifford Chance LLP	54 %
87	Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH	54 %
88	Landeshauptstadt München	54 %
89	Gleiss Lutz	54 %
90	ConSol Consulting & Solutions Software GmbH	54 %
91	Robert Bosch Automotive Steering GmbH	53 %
92	Bertelsmann SE & Co. KGaA	53 %
93	RWE AG	53 %
94	Vattenfall	53 %
95	MAN Truck & Bus AG	53 %
96	Robert Half Deutschland GmbH & Co. KG	53 %
97	Wacker Chemie AG	53 %
98	EWE AG	53 %
99	Franz Haniel & Cie. GmbH	53 %
100	Deutsche Rentenversicherung	53 %

Branchenranking

Die Recruiting-Herausforderungen 2020/21 besonders professionell meistern kann die Unternehmensberatung, die sich gegenüber dem Vorjahr um vier Plätze steigert und als Branche im Schnitt 66 % der maximal möglichen Punkte erreicht. Auf den Rängen 2 und 3 folgen Versicherung und IT/Software/Telekommunikation, die seit 2019/20 ebenfalls deutlich zulegen.

Ranking 2020/21	Ranking 2019/20	Branche	durchschnittliche Gesamtpunkte 2020/21 (gerundet)
1	5	Unternehmensberatung	66 %
2	7	Versicherung	62 %
3	8	IT/Software/Telekommunikation	61 %
4	3	Personaldienstleistung	61 %
5	22	Bau/Holz	60 %
6	6	Lebensmitteleinzelhandel	60 %
7	4	Rechtsberatung	60 %
8	—	DIY-/Zoofachhandel	58 %
9	17	Nahrungsmittel-/ Konsumgüterherstellung	57 %
10	25	Chemie	57 %
11	14	Banken/Finanzdienstleistung	57 %
12	9	Dienstleistung	57 %
13	2	Bekleidungs-/Schuheinzelhandel	57 %
14	13	Pharma/Biotechnologie	56 %
15	20	Transport/Verkehr/Logistik	56 %
16	18	Automotive/KFZ	55 %
17	15	Elektro-/Elektronikherstellung	55 %
18	11	Anlagen-/Maschinenbau	54 %
19	23	Großhandel/Vertrieb	54 %

Ranking 2020/21	Ranking 2019/20	Branche	durchschnittliche Gesamtpunkte 2020/21 (gerundet)
20	12	Medien	54 %
21	21	Industrie	54 %
22	16	Gesundheits-/Sozialwesen	54 %
23	1	Eisen/Metall	53 %
24	26	Energie	53 %
25	10	Einzelhandel	51 %
26	27	Öffentlicher Dienst	50 %
27	19	Gastronomie/Tourismus	49 %
28	24	Facility-/Security-Services	48 %
29	—	Fleischwirtschaft	45 %

Statements der SiegerInnen

FRAGE

2020/21 HAT SIE ALS RECRUITING-VERANTWORTLICHE(N) VOR VIELE HERAUSFORDERUNGEN GESTELLT UND IHNEN EINIGES AN FLEXIBILITÄT UND RESILIENZ ABVERLANGT. DIE BEST-RECRUITERS-AUSZEICHNUNG MIT SPEZIELLEM FOKUS AUF KRISENFESTIGKEIT SPRICHT DAFÜR, DASS SIE DIESE PROFESSIONELL GEMEISTERT HABEN. WELCHES IST DAHER IHR WICHTIGSTES LEARNING AUS DIESER ZEIT?

Andrea Pfister

CoE Talent Management – Talent Acquisition

ALTANA AG

Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung. Eine großartige Bestätigung für uns, dass wir diese große Bewährungsprobe der vergangenen Monate gemeinsam im Team haben meistern können. Der Erfolg hängt entscheidend von den handelnden Personen ab und nicht nur von den eingesetzten Tools und Systemen. Die effektivste Form, das Recruiting zu verbessern, besteht darin, unsere Kollegen bei allen Veränderungen zu begleiten und nicht an eingefahrenen Strukturen festzuhalten, sondern flexibel und kundenorientiert nach Lösungen zu suchen. „Keep Changing“ war und ist seit jeher Teil unserer DNA. Wir sind bereit und fähig, Veränderungen aktiv zu gestalten, ohne dabei unsere Identität zu verlieren. Das ALTANA Leitbild ist hierbei mehr als eine gute Basis, um die Pandemie zusammen zu bewältigen. Denn nur in einer Atmosphäre von Offenheit und Vertrauen, Handlungsspielraum und Wertschätzung können wir unseren Bewerbern jetzt und in der Zukunft zur Seite stehen – egal ob vor Ort oder virtuell. Hierbei versuchen wir bereits frühzeitig die Bedürfnisse unserer internen und externen „Kunden“ zu verstehen und unsere Prozesse flexibel und individuell anzupassen.

Wir stellen unseren Kollegen an der Basis die Services und Systeme bereit, es ist jedoch die Aufgabe jeder einzelnen Recruiting-Organisation, dieses Angebot bestmöglich für sich umzusetzen. So haben viele Recruiter und Fachbereiche Erfahrungen mit Videogesprächen oder der Digitalisierung der Bewerbungsprozesse sammeln können. Das war ein gemeinsames Learning. Remote-Arbeiten hat der digitalen Zusammenarbeit und somit auch dem Recruiting eine völlig neue Perspektive gegeben. Nur im gemeinsamen Dialog zwischen HR, Fachbereichen und Bewerbern kann es gelingen, nachhaltig erfolgreich zu sein und zufriedenstellende Lösungen für alle Seiten anzubieten.



Tanja Spezzano-Hoffmann

Head of Human Resources

CA Immo Deutschland GmbH

Als eine der führenden zentraleuropäischen Immobiliengesellschaften hat CA Immo es sich zur Aufgabe gemacht, Büroräume zu schaffen, in welchen sich sowohl unsere Mieter*innen als auch unsere eigenen Mitarbeiter*innen wohlfühlen können – Räumlichkeiten, in denen man kreativ und produktiv arbeiten kann, aber auch Räumlichkeiten, in denen man zusammenkommt und Ideen austauscht.

Auch aus diesem Grund war es für uns als international agierendes und vernetztes Unternehmen im letzten Jahr eine besondere Herausforderung, den Recruiting- und Onboarding-Prozess überwiegend remote zu gestalten und diesen auf eine Art und Weise umzusetzen, die es den Bewerber*innen dennoch ermöglicht, einen guten Einblick in die Arbeitskultur der CA Immo zu erlangen. Dabei war es uns wichtig, speziell im Onboarding durch verstärkten persönlichen Austausch und virtuelle Teambuildings sowie einen digitalen Welcome Day neuen Kolleg*innen den Einstieg ins CA Immo Team zu erleichtern. Darüber hinaus war es uns in dieser Zeit auch ein besonderes Anliegen, unsere Führungskräfte zu unterstützen und diese durch eine Remote Leadership Journey mit dem nötigen Wissen und Werkzeugen auszustatten, um ihre Teams und unser Unternehmen erfolgreich durch die Corona-Krise zu führen.

Die positivste Erkenntnis aus dem vergangenen Jahr ist und bleibt allerdings, dass wir als CA Immo auch in dieser unberechenbaren Zeit immer auf unsere Mitarbeiter*innen, ihr Engagement und Durchhaltevermögen bauen können.





Christa Prechtl

Bereichsleiterin Rekrutierung / Qualifizierung im Bereich Personal / Organisationsentwicklung

Bundesagentur für Arbeit

Die Corona-Krise wirkte sich natürlich auch auf die Rekrutierung der BA aus. Da aufgrund der Kontaktbeschränkungen Vorstellungsgespräche häufig nicht vor Ort stattfinden konnten, sind wir auf virtuelle Gespräche umgestiegen. Ein Erfolgsfaktor war, dass sich unsere Recruiterinnen und Recruiter da sehr gut und schnell darauf eingestellt haben.

Auch unser IT-Bereich hat schnell reagiert und innerhalb kürzester Zeit die Anzahl der Homeoffice-Arbeitsplätze massiv aufgestockt. Damit wurde eine wichtige Voraussetzung geschaffen, dass bis zu 65.000 Kolleginnen und Kollegen täglich von Zuhause aus arbeiten können. Kurz vor der Corona-Krise waren es maximal 5.000.

Vor der Corona-Krise wurden Auswahlgespräche ausschließlich in Präsenz durchgeführt. Im vergangenen Jahr wurden binnen kürzester Zeit über tausend neue Kolleginnen und Kollegen für die Bearbeitung von Kurzarbeitergeld oder Insolvenzgeld erfolgreich über digitale Auswahlgespräche rekrutiert. Hier hat sich gezeigt, dass virtuelle Auswahlgespräche eine gute Alternative zu den Auswahlgesprächen in Präsenz sind und eine professionelle Personalauswahl in Zukunft auch auf digitalem Weg erfolgen kann.

Vielleicht überrascht es, dass unser zweites großes Learning im Recruiting die Bedeutung der Kontinuität ist. Der Personalbedarf der BA ist auch in Krisenzeiten wie der Corona-Krise ungebrochen. Wie wir im vergangenen Sommer durch unsere Personalmarketing-Kampagne „Systemheld*innen“ kommunizieren konnten, trägt die BA stark zur sozialen Sicherheit bei. Sie sorgt für gesellschaftliche Stabilität und ist besonders für Bewerberinnen und Bewerber interessant, die eine sinnhafte Aufgabe und einen sicheren Arbeitsplatz suchen.

Die Zahl der Nachwuchskräfte (Studierende und Auszubildende) wurde in diesem besonderen Jahr nicht verringert, sondern es wurden im September 2020 mit rund 1.300 Nachwuchskräften genauso viele wie geplant eingestellt. Diese Verlässlichkeit ist ein wichtiger Faktor für die Attraktivität der BA als Arbeitgeberin.



Jens Plinke

Head of Employer Branding & Attraction

Deloitte

Das letzte Jahr hat neben diversen Herausforderungen vor allem gezeigt, wie gut wir auch als virtuelles Team miteinander agieren. Intensive Kommunikation und Flexibilität waren elementar. Wir haben uns schnell auf die neue Situation eingestellt und weiterhin einen klaren Fokus auf digitale Innovationen im Kontext von Employer Branding & Talent Attraction gesetzt. Von Online-Workshops mit Studierenden, über virtuelle Bewerbertage bis hin zum virtuellen Onboarding oder 100% remote-Praktikum – es war alles dabei. Und nicht selten haben wir so auch Formate entwickelt, die auch nach der Pandemie Bestand haben werden.

Claudia Wolf

Manager HR Recruiting & Development

General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG

Die Logistikbranche befindet sich auf der Überholspur, wodurch auch das Recruiting noch anspruchsvoller wurde – das bekamen wir letztes Jahr deutlich zu spüren. Wir mussten sehr schnell sehr flexibel werden und stetig auf die neuen Beschlüsse reagieren. Vom Standard-Recruiting-Prozess mussten wir uns verabschieden. Vorstellungsgespräche bequem digital durchzuführen, war für uns glücklicherweise keine neue Erkenntnis, da wir bereits 2019 ein Videorecruitingtool eingeführt haben und dadurch in verschiedenen Bewerbungsprozessschritten einen wesentlichen Vorteil hatten. Neben den sich ändernden Hintergrundprozessen war es uns ein besonderes Anliegen, potentielle Kandidat:innen so transparent wie möglich über den neuen Recruiting-Prozess zu informieren. Ob auf der Karriereseite, in Social Media oder in den Stellenanzeigen. Ein weiterer wichtiger Faktor war der Teamzusammenhalt. Mit einer sehr schnellen und offenen Mitarbeiterkommunikation haben alle Kolleg:innen trotz Home-Office und der Ungewissheit toll zusammengehalten – und sind dabei sehr motiviert geblieben. Unsere größten Learnings: Alle Stakeholder mit an Bord nehmen. Informieren. Offen und transparent kommunizieren. Denn: Gemeinsam schaffen wir alles!

**Svenja Kelkel**

Teamleiterin HR Corporate Service Center

Genuss & Harmonie Holding GmbH

Genuss & Harmonie ist der führende Contract-Caterer in Qualität und Service. Dies stellen wir auch in diesen schwierigen Zeiten wieder unter Beweis. Obwohl unsere Branche besonders hart von der Corona-Pandemie betroffen ist, lassen wir hinsichtlich dieser Komponenten nicht nach. Mit Qualität und Service überzeugen wir nicht nur täglich unsere Tischgäste, sondern auch unsere Mitarbeiter, unsere Lieferanten, unsere Geschäftspartner und natürlich auch unsere Bewerber.

Als familiengeführtes Unternehmen sind wir agil und können innerhalb kürzester Zeit flexibel auf sich ändernde Gegebenheiten reagieren. Von heute auf morgen haben wir unseren Servicebereich HR Recruiting ins Home-Office verlagert und arbeiten seither on remote. Trotz räumlicher Distanz arbeiten wir enger denn je zusammen. Dies funktioniert schlichtweg nur mit Menschen, die eine gewohnt hohe Leistung erbringen möchten und mit Verständnis, Zuversicht, Freude und Durchhaltevermögen an die Arbeit gehen – eben HRler durch und durch sind.

Dank moderner Kommunikationsmöglichkeiten, wie beispielsweise Microsoft Teams, stehen wir per Chat oder Videokonferenz ständig im Austausch. Man bekommt fast das Gefühl, in einem Büro zu sitzen, und kann auch mal einen gemeinsamen Kaffee miteinander trinken, so bekommt man zumindest ein Stückchen Normalität zurück.

Ähnlich intensiv stehen wir mit unseren Kandidaten in Kontakt. Situationsbedingt können wir manche Positionen nicht wie ursprünglich geplant besetzen. Dies geben wir direkt zu Beginn transparent an den Kandidaten weiter. Auch wenn wir leider nicht immer eine verbindliche Aussage über den weiteren Prozess treffen können, möchten wir unsere Kandidaten stets über den aktuellen Stand ihrer Bewerbung informieren. Uns ist es wichtig, dass wir einen transparenten Bewerbungsprozess auch in diesen Zeiten gewährleisten können. Zudem möchten wir den Kandidaten, die aktuell auf der Suche sind, ein gutes Gefühl geben. Es wird auch eine Zeit nach der Pandemie geben, dann werden wieder händierend Fachkräfte gesucht. Da gerade die Personen in der Gastronomie stark von der Corona-Pandemie betroffen sind, tut ihnen ein positives Signal durchaus gut.

An dieser Stelle ein großes Dankeschön an die Frischemacher aus dem Servicebereich HR Recruiting bei Genuss & Harmonie. Marie-Louise Hortenbach, Lisa Lindner, Sarah Taieg und Aleksandar Sakotic, ihr macht einen großartigen Job, ihr begeistert täglich Menschen aufs Neue und leistet einen wertvollen Beitrag. DANKE.





Gabriele Bauer

Team Lead Talent Attraction Munich

Infineon Technologies AG

Das wichtigste Learning aus dieser Zeit: was man mit Teamwork alles schaffen kann! Wir sind sehr stolz, dass wir an vielen Stellen so rasch auf die neue (Corona-)Situation reagieren konnten, wie zum Beispiel die dauerhafte Umstellung auf reine Video-Interviews, die Erstellung der „Virtual Interviewing Tips“, die unsere Hiring Manager besser auf virtuelle Interviews vorbereiten sollte, oder auch die Umstellung der eigenen Zusammenarbeit auf rein virtuell. Recht schnell konnten wir auch von der neuen Situation profitieren und wollen diese Learnings auf jeden Fall in die „Post-Corona“-Zeit mitnehmen, wie zum Beispiel die bessere Chancengleichheit für Bewerber: In Interviews war es auf einmal unerheblich, ob jemand aus Singapur kam oder aus München – das stellt eine große Chance für uns als global agierendes Unternehmen dar. Das wollen wir selbstverständlich auch nach Corona weiterhin nutzen!



Dr. Günther Helm

Geschäftsführer

Müller Holding GmbH & Co. KG

Die Pandemie hat uns vor einem Jahr das Wichtigste genommen: den persönlichen Austausch mit Bewerbern. Doch die Konsequenz dieses Verlustes war ein Gewinn. Ein Wachstumsschub für das Recruitment 4.0 bei Müller.

Von jetzt auf gleich mussten wir den gesamten Bewerbungsprozess digital abbilden. Flexible Lösungsorientierung statt Perfektion war und ist hier unser Credo. Vorstellungsgespräche via Videocall machten wir zum neuen Standard. Trotz Abstand nah am Bewerber bleiben, offenen Austausch digital aufrechterhalten. Das war der erste Schritt. Unsere Candidate Journey ganzheitlich virtuell erlebbar machen, war der zweite.

Die Teilnahme an ersten virtuellen Messen wurde zur Pflicht, ganz gleich wie sehr die Formate noch in den Kinderschuhen stecken. Präsenz gewinnt. Das gilt auch für unsere sozialen Plattformen wie LinkedIn, das wir in der Krise als HR-Akquisekanal ausbauten. Mit dem Upgrade der Karriereseite launchten wir unser neues Employer Branding. Illustrativ, prägnant, modern. Um Azubis und Professionals zielgruppengerecht dort abzuholen, wo sie sich bewegen – im digitalen Raum.

Covid 19 hat den Digitalisierungsprozess im Recruiting bei Müller befeuert. Mit Schnelligkeit, Offenheit und Optimierungswille gelingt es uns, auch in Krisenzeiten eine professionelle Candidate Experience zu gestalten und vielversprechende neue Mitarbeiter zu gewinnen.



Brigitte Heßler

Manager HR Shared Services

Randstad Deutschland GmbH & Co. KG

Das letzte Jahr hat unsere „Tech & Touch“-Strategie noch einmal bestätigt. Der Recruiting-Prozess ist noch digitaler geworden und neben den Bewerbungsgesprächen wurde auch der Onboarding-Prozess beinahe komplett online gestaltet. Da war es ideal, dass im letzten Jahr auch unser neuer e.campus mit vielen Lernangeboten live gegangen ist und so auch neue Kolleginnen und Kollegen in ihrer Einarbeitungsphase begleitet und unterstützt. Neben der technischen Weiterentwicklung hat aber noch mehr als sonst der „Touch“-Faktor eine entscheidende Rolle gespielt – vielleicht unser wichtigstes Learning aus dieser Zeit: Gerade wenn das Recruiting nur virtuell stattfinden kann, ist das persönliche Element ausschlaggebend, denn offene und transparente Kommunikation ist entscheidend, um Vertrauen zu schaffen.

Kristin Voigt

Senior Recruiterin

REHAU AG + Co

2020 und bisher 2021 waren turbulente Monate für jeden von uns und alle Geschäftsbereiche bei REHAU, das stimmt. Mit besonderem Blick aufs Recruiting bedeutete es für uns, noch flexibler in der Denk- und Herangehensweise zu sein. Die Zeiten waren / sind unsicher. Wir wussten nicht, wie Kandidaten darauf reagieren. Sind sie offen für neue Möglichkeiten oder sind sie dazu gezwungen? Auf diese unterschiedlichen Konstellationen einzugehen, dazu gehörte noch mehr Empathie, als wir es so schon in unserem Job brauchen. Und dann ihnen in der Krise auch zu zeigen, dass wir ein verlässlicher Partner sind, hat uns viele Pluspunkte eingesammelt.

Das Jahr hat uns auch gelehrt, bloß weil es eine Krise ist, ist das Recruiting nicht vorbei. Unsere Recruiting-Aktivitäten (in der Anzahl) haben wir fast unverändert fortgesetzt und das war gut so. Das zu vernachlässigen, wäre ein Stopp in die Zukunftsfähigkeit von REHAU.

Wie in allen Bereichen hat uns dieses Jahr natürlich den Spiegel vorgehalten, in welchen Bereichen / Prozessen wir weiter digitalisieren dürfen. Da ist noch Luft nach oben. Wir freuen uns darauf, diese Herausforderungen anzugehen.



STARK Deutschland GmbH

Das Jahr 2020/2021 war für jeden sehr ungewohnt und herausfordernd. Neben den Corona-Rahmenbedingungen haben wir die Integration in die STARK Group, unseren neuen Eigentümer, gemeistert. In diesem Zuge haben wir auch unsere gesamte Website sowie den Karrierebereich 2020 komplett neu aufgestellt.

Klar, dass die derzeitigen Herausforderungen, denen wir alle im Alltag begegnen, sich auch auf das Arbeitsleben und somit das Recruiting neuer Talente für unser Unternehmen auswirken. Wir mussten hier neue Wege gehen, den üblichen Bewerbungs- und Kennenlern-Prozess weiterentwickeln.

Dabei war uns wichtig: Wir wollen unserer Vorreiterrolle im Markt gerecht werden und die gesamte digitale Bandbreite nutzen. So wurden Bewerbungsgespräche frühzeitig in Microsoft Teams verlagert oder via Facetime am Handy geführt. Bewerberinnen und Bewerber hatten zudem die Möglichkeit, uns Videobewerbungen zukommen zu lassen. Damit muss man als Recruiter, aber auch als Bewerberin oder Bewerber natürlich erst einmal umgehen lernen. Aber der Zulauf war spitze und unsere Erfahrungen haben gezeigt: So kann es gehen!

Die persönliche Begegnung von Mensch zu Mensch kann man so natürlich nicht vollständig ersetzen, deswegen haben wir – da wo zulässig – Präsenztermine ermöglicht. Mit entsprechendem Sicherheitskonzept und strengen Abstands- und Hygieneregeln. Die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist für uns das höchste Gut. Es ist besonders wichtig, hier keinerlei Risiken einzugehen und die richtigen Sicherheitsmaßnahmen schnell und konsequent umzusetzen.

Weiterhin haben wir im Recruiting verstärkt und erfolgreich auf Empfehlungsmarketing und unsere Kampagne „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ gesetzt. Wir haben unsere Präsenz im Rundfunk ausgebaut und mit Beiträgen – zum Beispiel auf BIG.FM – STARK Deutschland bekannter gemacht. Im Bereich Social Media waren wir aktiv, konnten dort Ausschreibungen platzieren und erfolgreich besetzen. Zukünftig wollen wir auch unsere Azubis stärker beteiligen und in dem Format „aus dem Alltag“ Einblicke in ihre tägliche Arbeit gewähren. Eine tolle Aktion, die unsere Attraktivität als Arbeitgeber auch im Ausbildungsbereich unterstreichen soll. Bei der Umsetzung aller unserer Maßnahmen achten wir stets auch auf den regionalen Bezug.

Das Geschäft in unseren 209 Niederlassungen in Deutschland ist weitergelaufen – wenn auch unter erschwerten Corona-Bedingungen. Ohne den gemeinsamen Einsatz und die Ausrichtung auf Hygiene und Sicherheit im Interesse aller Kolleginnen und Kollegen, Bewerberinnen und Bewerber sowie Kunden hätten wir das nicht geschafft.





Jessica Hütter

Leitung Personalmarketing

STIHL

Corona hat den Recruiting-Alltag auf den Kopf gestellt – formal sowieso, aber vor allem im Kontakt zu den Menschen. Unsere größte Herausforderung bestand darin, Distanz zu wahren und zugleich nahbar zu sein. Wir punkten bei Bewerbenden mit unserem sehr besonderen familiären Spirit, der im persönlichen Gespräch deutlich spürbar wird. Dieses Gefühl mussten wir nun online erzeugen. Die entsprechenden Tools und Kanäle in kürzester Zeit einzurichten, war das Eine. Die Menschen virtuell zu erreichen, sie für STIHL zu begeistern, das geht nur mit einem extrem engagierten, überzeugten Team aus Recruiting und Fachbereich. Es ist uns gelungen, die klare Botschaft zu senden: „Leute, wir sind für euch da!“ Und auch wenn nicht alles gleich perfekt klappt, wir machen das Beste aus dieser Situation.



Hendrike Linke

HR-Referentin
Im Bild links

Nicole Singler

HR-Referentin
Im Bild rechts

Techniker Krankenkasse

New Work, Candidate Journey, Candidate Experience, "weg von Post & Pray" sind Buzzwords, die wir Personaler tagtäglich hören und lesen. Wir bei der Techniker haben uns auf die Fahne geschrieben, dies tatsächlich auch zu leben und unseren Kandidat:innen eine wirklich gute "Bewerbungsreise" zu bieten. Dabei sind wir innovativ und inspirierend unterwegs und schwimmen nicht nur mit dem Strom, sondern setzen eigene Ideen um. Das auch während der Corona-Krise. Unser wichtigstes Learning: Manchmal braucht es einen Anstoß von außen, um innere Hürden schnell zu überwinden. Viele unserer Führungskräfte waren vor Corona sehr skeptisch, was das Führen von Online-Bewerbungsgesprächen angeht. Durch Corona – und weil wir nach wie vor viele Stellen zu besetzen haben – mussten wir hier schnell handeln und mittlerweile gehören diese Gespräche sowie die daraus resultierenden Einstellungen zu unserem Alltag. Und wir sind überzeugt davon, remote gute Entscheidungen treffen zu können und uns unseren Kandidat:innen als Arbeitgeber gut und authentisch zu präsentieren.

Um die besten Kandidat:innen zu finden, setzen wir auf mehrere Standbeine. Neben dem Posten von Stellenanzeigen in Stellenbörsen haben wir im letzten Jahr einen eigenen Talent Pool auf die Beine gestellt, in welchem Interessenten sich registrieren können. Wir haben ein gut laufendes Mitarbeitende-werben-Mitarbeitende-Programm. Wir sind vor Corona auf IT-Fachmessen mit eigenen Speakern und einem Recruiting-Stand unterwegs gewesen und haben dies während des Lockdowns auch online praktiziert (freuen uns aber auch darauf, wenn diese Veranstaltungen wieder in Präsenz möglich sind). Und wir sind sehr stark ins Active Sourcing eingestiegen und bauen dies noch weiter aus. Im Social Media-Bereich testen wir stetig neue Kanäle. Den Anfang machten wir 2012 auf Facebook. Im Laufe der Jahre folgten dann auch unsere Präsenzen auf Twitter, YouTube, XING, kununu, LinkedIn und Snapchat. Mit dem Hashtag #tk4yourfuture haben wir 2020 außerdem erstmals das Social-Media-Küken TikTok im Bereich des Azubi-Marketings getestet. Es bleibt also spannend und wir können sagen, dass wir mit vielen Learnings und vor allem vielen tollen neuen Kolleg:innen durch die Corona-Krise kommen.



Michaela Schuler

Head of HR-Marketing & Recruiting

Wieland-Werke AG

Wir freuen uns riesig und sind sehr stolz darauf, in diesem Jahr wieder den ersten Platz in der Branche Eisen/Metall zu belegen. Für uns ist es, besonders aufgrund der turbulenten und herausfordernden Zeiten, eine tolle Bestätigung unseres Tuns und bekräftigt uns, optimistisch und begeistert die Dinge anzugehen. Unser wichtigstes Learning aus dem letzten Jahr ist daher, immer flexibel zu sein und aus jeder Situation einfach das Beste zu machen sowie an uns als Team zu glauben. Es ist unsere Ambition, uns kontinuierlichen zu verbessern und unsere Recruiting-Aktivitäten stets den aktuellen Gegebenheiten anzupassen. Unsere Bewerber*innen können sich schon auf baldige innovative Neuerungen freuen.

Hintergrund

DIE GRÖßTE RECRUITING-STUDIE IN D-A-CH

Ausgehend von einer Studie, die den Rekrutierungsprozess als wichtigsten Erfolgsfaktor jedes Unternehmens identifizierte², entstand 2010 in enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsuniversität Wien das Grundgerüst für BEST RECRUITERS. Die Studie wird seither kontinuierlich in Abstimmung und engem Austausch mit dem internationalen Beirat aus Wissenschaft sowie Praxis weiterentwickelt.

Mit Abschluss des 9. Erhebungsdurchgangs in Deutschland hat BEST RECRUITERS seit Initiierung der Studie in Summe 13.049 Arbeitgeber-Untersuchungen anhand von insgesamt rund 1,75 Millionen Einzelkriterien-Überprüfungen durchgeführt. Zur Analyse des BewerberInnen-Umgangs wurden 48.900 Bewerbungen versendet sowie analysiert und über 17.400 Mal mit Arbeitgebern telefonisch, per Social Media und per E-Mail Kontakt aufgenommen. Die Anzahl der pro Studie untersuchten Kriterien hat sich von 2010 bis heute beinahe vervierfacht. Mit der jährlichen Analyse der Top-Arbeitgeber in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist BEST RECRUITERS somit die größte unabhängige, wissenschaftlich fundierte Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum. Inzwischen ist BEST RECRUITERS selbstverständlich auch digital verfügbar – im BEST- RECRUITERS-Kundenportal können Unternehmen und Institutionen ihre Auswertung nach individuellem Interesse filtern und so jederzeit ein passgenaues Optimierungsportfolio erstellen.³

SÄULE	KATEGORIEN UND KRITERIEN	Muster AG	Ihr Mitbewerber 1	Ihr Mitbewerber 2	Ihr Mitbewerber 3	MAXIMAL-PUNKTE
		1	A	B	C	
1	Online-Recruiting-Präsenz	31,5 %	37,5 %	29 %	35,5 %	40 %
	Karriere-Website ?	15 %	18 %	16,5 %	16,5 %	20 %
	Social Web ?	8,5 %	9 %	9 %	9 %	9 %
	Mobile Recruiting ?	8 %	10,5 %	3,5 %	10 %	11 %
2	Online-Stellenanzeige	13 %	14 %	7,5 %	6 %	15 %
	Online-Stellenanzeigen-Analyse ?	13 %	14 %	7,5 %	6 %	15 %
3	BewerberInnen-Umgang	41,5 %	41 %	38 %	26 %	45 %
	Bewerbungsresonanz ?	31,5 %	32 %	27 %	18 %	32 %
	Usability im Bewerbungsprozess ? →	2 %	3 %	5 %	5 %	5 %
	BewerberInnen-Kontaktaufnahme per E-Mail ?	3 %	3 %	3 %	–	3 %
	BewerberInnen-Kontaktaufnahme per Social Media ?	2 %	–	–	–	2 %
	Talent Relationship Management ? →	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %
Gesamtergebnis der Säulen		86 %	92,5 %	74,5 %	67,5 %	100 %

² Gmür, M. / Schwerdt, B. (2005): Der Beitrag des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg. In: Zeitschrift für Personalforschung; Jahrgang 19, 3 2005, S. 221-251.

³ Screenshot BEST-RECRUITERS-Kundenportal

DIE SIEGEL



DER BESTE PARTNER FÜR RECRUITING UND KARRIERE

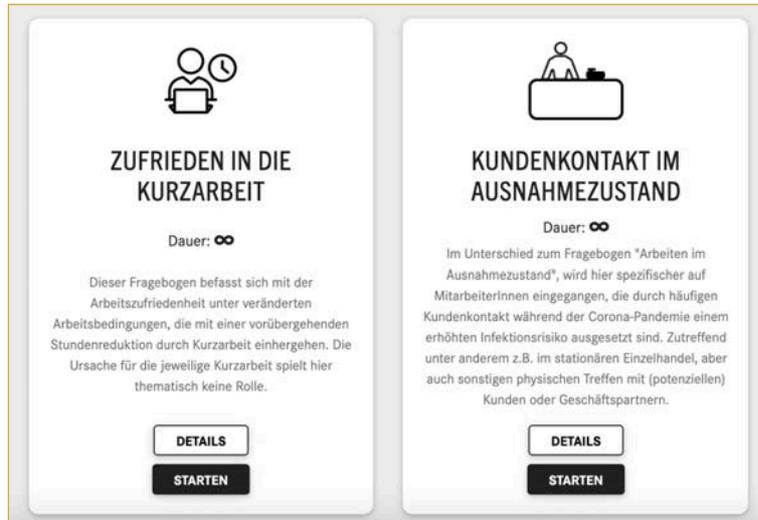
career Institut & Verlag unterstützt seit über 30 Jahren erfolgreiche Entscheidungen im individuellen Karriereprozess – nicht nur mit BEST RECRUITERS. Das Portfolio wurde in dieser Zeit laufend den Anforderungen entsprechend ausgebaut und geschärft.

1989 – der best career AkademikerInnen-Guide, damals CAREER, geht zum ersten Mal in Druck und setzt sich an die Spitze der Karriere-Literatur. Unser Grundstein ist gelegt.

15 Jahre später – Anforderungen werden höher: Rechtzeitig informieren heißt besser starten. Der best career MaturantInnen-Guide für AbiturientInnen setzt noch früher an und ergänzt seinen Vorgänger.

2019. Digitalisierung – die Veränderungsgeschwindigkeit steigt und unsere Guides werden um eine Online-Plattform mit KI erweitert: best career bringt zusammen, was zusammengehört. Best match.

2020. Weiterentwicklung – HR endet nicht beim Recruiting: Wissen, was los ist, dabei hilft das Stimmungsbarometer robin mood. Einfach, preiswert und vor allem anonym.⁴



robin mood

⁴ Screenshot robin mood

DER STUDIENBEIRAT

Stetige Optimierung und Entwicklung – diesen Anspruch richtet BEST RECRUITERS auch an sich selbst. Der der Studie zugrunde liegende Kriterienkatalog wird demzufolge laufend überarbeitet und an aktuelle Trends und Entwicklungen in den Bereichen Recruiting und Personalmarketing angepasst. Gerade in diesen Prozessen ist die enge Zusammenarbeit und der stetige Austausch mit unseren internationalen BeirätInnen aus Wissenschaft und Praxis besonders wertvoll.



Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Elšik



Julia Hauska



Kuno Ledergerber



DIE MENSCHEN HINTER DER STUDIE

Die Studie wird alljährlich mit höchstem Anspruch an Wissenschaftlichkeit und Genauigkeit von Agnes Koller und ihrem Team durchgeführt.



Markus Gruber,
Studieninitiator
BEST RECRUITERS



Agnes Koller,
Studienleiterin
BEST RECRUITERS



Alexander Binder,
Stv. Studienleiter
BEST RECRUITERS

MITARBEITER/INNEN

Sandra Kletzl

Junior Project &
Communication Manager

Christina Nebel

Junior Project &
Communication Manager

Charline Potz

Junior HR & Project Manager

Tobias Krukenfellner

Junior Developer

Theo Karapanagiotidis

Assistant

Yoana Danova

Project Assistant

Lisa Oberstaller

Project Assistant

Marina Holzer

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Julian Lechner

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Darja Maibach

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Michelle Mirkes

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Jennifer Pell

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Lisa-Marie Reinthaler

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Raimund Karel

Science Manager Europe

Nourhan Rihan

Science Manager Europe

DIE BEST-RECRUITERS-VERLEIHUNG

Im Zuge einer feierlichen Ehrung werden Jahr für Jahr all jenen Arbeitgebern, die sich durch herausragende Recruiting-Qualität auszeichnen, BEST-RECRUITERS-Zertifikate verliehen.

Die Verleihung für Deutschland 2019/20, die ursprünglich im Rahmen der Zukunft-Personal-Süd-Messe in Stuttgart stattfinden sollte, wurde im vergangenen Jahr aufgrund der Corona-Situation erstmalig online abgehalten.

Aufgeteilt auf insgesamt fünf Etappen, in denen nach und nach die einzelnen Branchensieger bekanntgegeben wurden, startete am 27. Mai 2020 das digitale BEST-RECRUITERS-Event auf YouTube mit einem Video, in dem Julia Hauska – zum Zeitpunkt Geschäftsleiterin von career Institut & Verlag – die Studie und deren Methodik präsentierte und fünf praktische Recruiting-Hacks für Unternehmen vorstellte, die auch in Krisensituationen anwendbar sind.

Am Folgetag thematisierte Agnes Koller, Studienleiterin von BEST RECRUITERS, in einem zweiten Video die besonders für die Zukunft relevanten Aspekte New Work / Future of Work, Mitarbeitenden-Gesundheit sowie Recruiting-Resilienz und führte hilfreiche Tipps zum Umgang mit Bewerbenden in der Corona-Krise an.

Darum, wie Arbeitgeber auf Bewerbungen reagieren, was sich KandidatInnen vom Bewerbungsprozess wünschen und welche Maßnahmen zum Finden von Talenten eingesetzt werden, drehte sich alles im dritten Video, welches am 2. Juni 2020 auf YouTube veröffentlicht und von Anna Wolf moderiert wurde.

Im vorletzten Teil der Online-Verleihung lag der Fokus dann auf den innovativsten Ideen in der Personalgewinnung und darauf, wie mit kreativen Recruiting-Lösungen die besten Erfolge erzielt werden können. Neben internationalen Beispielen führte Agnes Koller auch Best Practices aus Deutschland an.

Am 4. Juni 2020 war es schließlich soweit: Im fünften und letzten Teil der Online-Verleihung präsentierte Julia Hauska in einer Live-Übertragung das Top-10-Ranking der BEST-RECRUITERS 2019/20 aus Deutschland. Neben Trommelwirbel und virtuellem Feuerwerk wurden als besonderes Highlight nach jeder Platzierung auch Video-Interviews von Recruiting-Verantwortlichen der Unternehmen eingespielt. Der Gesamtsieger und die Zweitplatzierten waren anschließend sogar live via Video-Stream mit dabei.



RÜCKBLICK

BEST-RECRUITERS-Deutschland-Verleihung 2018/19

Bisher hatten die Verleihungen stets persönlich stattgefunden und Siege wurden vor Ort gemeinsam gefeiert.

VERLEIHUNG: TEIL 1

2019/20 wurde zum ersten Mal eine mehrteilige Online-Verleihung auf YouTube veröffentlicht.

Das erste Video beleuchtet die Methodik der Studie und enthält wertvolle Recruiting-Hacks.



BEST-RECRUITERS-Online-Verleihung: Deutschland 2019/20 - 1. TEIL



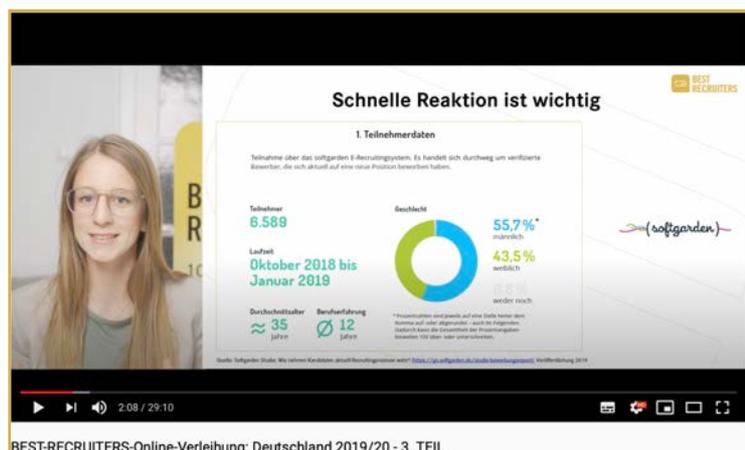
BEST-RECRUITERS-Online-Verleihung: Deutschland 2019/20 - 2. TEIL

VERLEIHUNG: TEIL 2

Agnes Koller thematisiert Recruiting in Zeiten von Corona sowie die Aspekte New Work / Future of Work, Mitarbeitenden-Gesundheit und Recruiting-Resilienz.

VERLEIHUNG: TEIL 3

Im dritten Teil werden Bewerbungsprozesse und Maßnahmen zur Gewinnung von Talenten analysiert.



BEST-RECRUITERS-Online-Verleihung: Deutschland 2019/20 - 3. TEIL

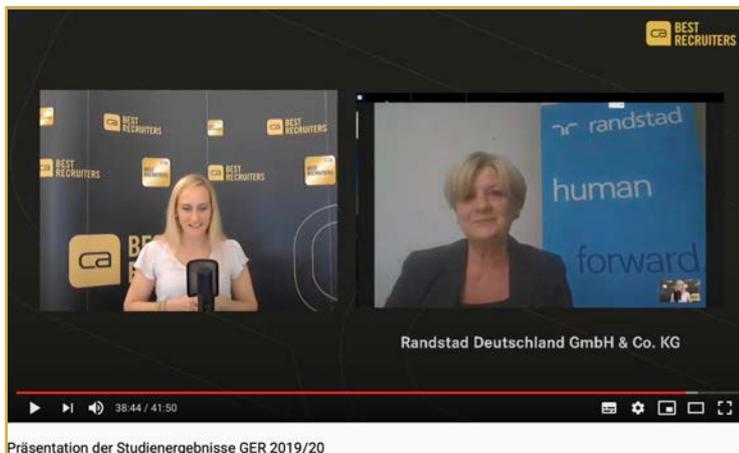


VERLEIHUNG: TEIL 4

Agnes Koller stellt kreative Recruiting-Methoden vor.

VERLEIHUNG: TEIL 5

Live-Verkündung von Deutschlands Top 10 Arbeitgebern.



LIVE DABEI

Julia Hauska im Livestream mit Brigitte Heßler, Manager HR Shared Services bei Randstad Deutschland.

LIVE DABEI

Julia Hauska im Livestream mit Mark Pollok (CFO/COO) und Michaela Hrdlicka, Leiterin Bewerbermanagement bei Trenkwalder Personaldienste GmbH.



Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

BEST RECRUITERS

Deutschland

Raimund Karel

Science Manager Europe

Telefon: +43 1 585 69 69-30

E-Mail: raimund.karel@bestrecruiters.eu

Medienkontakt:

Sandra Kletzl

Junior Project & Communication
Manager

Telefon: +43 1 585 69 69-26

E-Mail: sandra.kletzl@bestrecruiters.eu

Web: www.bestrecruiters.eu

Copyright © 2021 BEST RECRUITERS

All rights reserved.

Verlag: career Institut & Verlag GmbH
GPK GmbH

BEST RECRUITERS
Gußhausstraße 14/2
1040 Wien
Österreich

Kontakt: Web: www.bestrecruiters.eu
Mail: office@bestrecruiters.eu
Tel.: +43 1 585 69 69 - 30

BEST RECRUITERS WIR MACHEN RECRUITING-QUALITÄT MESSBAR.

Seit 2010 untersucht BEST RECRUITERS jährlich die 1.300 umsatz- und mitarbeiterstärksten Unternehmen in Österreich, Deutschland und der Schweiz auf ihre Recruiting-Maßnahmen.

Der Kriterienkatalog wird jedes Jahr in enger Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Beirat auf aktuellste Entwicklungen im HR abgestimmt und umfasst 2020/21 233 Einzelkriterien. So entsteht die größte unabhängige, wissenschaftliche Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum.

BEST RECRUITERS hat es sich zum Ziel gesetzt, Unternehmen und Institutionen dabei zu unterstützen, ihr Recruiting zu optimieren und BewerberInnen so eine verbesserte Candidate Journey zu bieten. Damit die richtigen Talente und die richtigen Arbeitgeber zueinander finden.