

Studienexzerpt
12. Jahrgang | Deutschland

ca
**BEST
RECRUITERS**
23|24 d-a-ch

BEST RECRUITERS

Studienbericht 23 | 24

bestrecruiters.eu

BEST RECRUITERS
12. JAHRGANG 2023/24 | DEUTSCHLAND

STUDIENEXZERPT



INHALTSVERZEICHNIS

BEST RECRUITERS auf einen Blick	5
Der Studienbeirat	6
Die Menschen hinter der Studie	6
Die Ergebnisse	8
Ergebnisse in den Erhebungskategorien	8
Fokus 2023/24	9
Ergebnisse in den Kategorien	11
Karriere-Website	11
Storytelling	13
Social Web	14
Online-Stellenanzeige	15
Bewerbungsresonanz	16
Top 100	17
Branchensieger:innen	20
Branchenranking	25
Medienberichte	26
Siegelnutzung	29
Statements der Sieger:innen	30
Hintergrund	37
Die BEST-RECRUITERS-Werte	38
Systematisiertes Bewerber:innen-Feedback	39
Initiativen am jungen Arbeitsmarkt	40
Personenzertifizierung nach ISO 17024	41

Wie effizient ist Ihre Bewerber:innen-Ansprache?

01

Online-Recruiting-Präsenz

Fokus auf:

- Karriere-Website
- Mobile Recruiting
- Social Web
 - Präsenz
 - Aktivitäten

Wie aussagekräftig und ansprechend sind Ihre Online-Stellenanzeigen?

02

Online-Stellenanzeigen

Fokus auf:

- Inhaltlich
 - Informationsgehalt
 - Qualität
 - Umfang
 - Gestaltung
- Usability
 - Technisch
 - Inhaltlich

Wie reagieren Sie auf Bewerbungen und wie verhalten Sie sich im persönlichen Bewerber:innen-Kontakt?

03

Bewerber:innen-Umgang

Fokus auf:

- Reaktionsüberprüfung bei vier Bewerbungen
- Kompetenz und Engagement Ihrer HR-Abteilung
- Usability im Bewerbungsprozess
 - Desktop
 - Mobil
- Talent Relationship Management

Welche Eindrücke hinterlassen Sie im Bewerbungsverfahren?

04

Bewerber:innen-Feedback

Fokus auf:

- Erfahrungsberichte Ihrer Bewerber:innen
- Feedback zum Bewerbungsprozess

Ergebnisse fließen nicht in die Bewertung ein.

DIE ERHEBUNGS-SÄULEN 2023/24

BEST RECRUITERS auf einen Blick

325 Kriterien aus 10 Erhebungskategorien entlang der Candidate Journey

> 1.200 analysierte Arbeitgeber jährlich im D-A-CH-Raum

> 17.000 vollumfängliche Arbeitgeber-Untersuchungen seit 2010

DIE SIEGEL

+

BEST RECRUITERS
23|24 d-a-ch

BEST RECRUITERS
23|24 d-a-ch

BEST RECRUITERS
23|24 d-a-ch

DER STUDIENBEIRAT

Stetige Optimierung und Entwicklung – diesen Anspruch richtet **BEST RECRUITERS** nicht nur an Arbeitgeber, sondern in erster Linie 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 / Employer Branding angepasst. Gerade in diesen Prozessen sind die enge Zusammenarbeit und der stetige Austausch mit dem internationalen wissenschaftlichen Beirat besonders wertvoll.



**Univ.-Prof. Dr.
Wolfgang Elšik**
 Vorstand des Instituts für
 Personalmanagement,
 Wirtschaftsuniversität Wien



**Prof.in Dr.in
Silvia Ettl-Huber**
 Departmentleiterin Wirt-
 schaft an der Fachhoch-
 schule Burgenland



Kuno Ledergerber
 ehemaliger Leiter des Zen-
 trum für Human Capital
 Management an der Zür-
 cher Hochschule für Ange-
 wandte Wissenschaften
 (ZHAW)



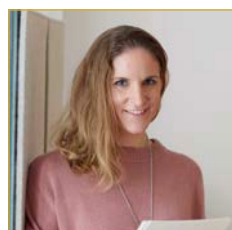
Prof. Dr. Marco Furtner
 Professor für Entrepre-
 neurship und Leadership an
 der Universität Liechten-
 stein

DIE MENSCHEN HINTER DER STUDIE

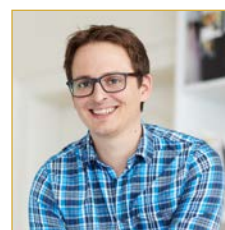
Die Studie wird alljährlich mit höchstem Anspruch an Wissenschaftlichkeit und Genauigkeit von Agnes Koller (Head of Scientific Research bei career Institut & Verlag), Alexander Binder (Deputy Head of Scientific Research) und ihrem Team durchgeführt.



Markus Gruber
 Studieninitiator
 Geschäftsführer
 career Institut &
 Verlag



Agnes Koller
 Studienleiterin
BEST RECRUITERS



Alexander Binder
 stv. Studienleiter
BEST RECRUITERS

SÄULE 1: ONLINE-RECRUITING-PRÄSENZ

Säule 1 beschäftigt sich mit dem Webauftritt des Arbeitgebers auf unterschiedlichen Kanälen. 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 (persönlich / remote) über die zielgruppenspezifische Informationsaufbereitung bis hin zu Employer-Branding-Aspekten wie einer facettenreichen Darstellung der (hybriden) Unternehmenskultur, des Corporate Purpose oder der gebotenen Arbeitgeber-Leistungen. Zusätzlich wird untersucht, welche Phasen der **Candidate Journey für mobile Endgeräte** optimiert sind. Weitere Kriterien beschäftigen sich mit Anzahl, Ausführlichkeit und Aktualität der **Social-Media-Auftritte**. Die in dieser Säule zu erreichenden Punkte umfassen 38 % der Gesamtpunkte.

SÄULE 2: ONLINE-STELLENANZEIGEN

In Säule 2 rücken 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. Betrachtet 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, inklusive einer Untersuchung der **zugrunde liegenden (strukturierten) Daten**, die nebst anderem für Google for Jobs von Relevanz sind. Insgesamt können in dieser Säule 15 % der Gesamtpunkte erreicht werden.

SÄULE 3: BEWERBER:INNEN-UMGANG

BEST RECRUITERS erstellt Avatare – fiktive Charaktere mit unterschiedlichen Ausbildungen, Backgrounds und Fähigkeiten – und versendet vier Bewerbungsschreiben an jedes Unternehmen und jede Institution. Nach Möglichkeit beziehen sich diese jeweils auf eine ausgeschriebene Position, alternativ wenden sich die Bewerber:innen initiativ an den Arbeitgeber. Analysiert werden im Zuge dessen zunächst die **Usability der Bewerbungsübermittlung in Desktop- und Mobil-Version** sowie in Folge die Resonanz, also sowohl die **Dauer der Rückmeldungen** als auch deren **Inhalt**, etwa, ob die Kandidat:innen 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. Initiativen in Verbindung mit nachhaltigem **Talent Relationship Management** komplettieren die Beleuchtung des Bewerber:innen-Umgangs. Zusammen ergeben die Kategorien der 3. Säule 47 % der möglichen Punkte.

SÄULE 4: BEWERBER:INNEN-FEEDBACK

Arbeitgeber können Kandidat:innen – insbesondere jene, die ein Job-Interview absolviert haben – einladen, anonym Fragen zu ihren Erfahrungen und Erlebnissen im Bewerbungsprozess zu beantworten. Die **Befragung** wurde in Zusammenarbeit mit Arbeitspsycholog:innen und Recruiting-Expert:innen erarbeitet und kann individuell angepasst werden. Aufgrund ihrer Subjektivität fließen die Ergebnisse nicht in die Wertung mit ein, sondern werden Arbeitgebern ausschließlich vertraulich zur Verfügung gestellt. Säule 4 ist direkt in **robin mood** – das wissenschaftlich fundierte Stimmungsbarometer von career Institut & Verlag – eingebettet. Arbeitgeber erhalten so die Chance, ehrliches Feedback frisch aus der Candidate Journey direkt im Tool auszuwerten und so etwaigen Handlungsbedarf sofort zu erkennen. Das Feedback von Bewerber:innen leistet einen wertvollen Beitrag zur qualitativen Weiterentwicklung des Bewerbungsprozesses in Unternehmen und Institutionen und signalisiert Bewerber:innen Wertschätzung sowie Transparenz.



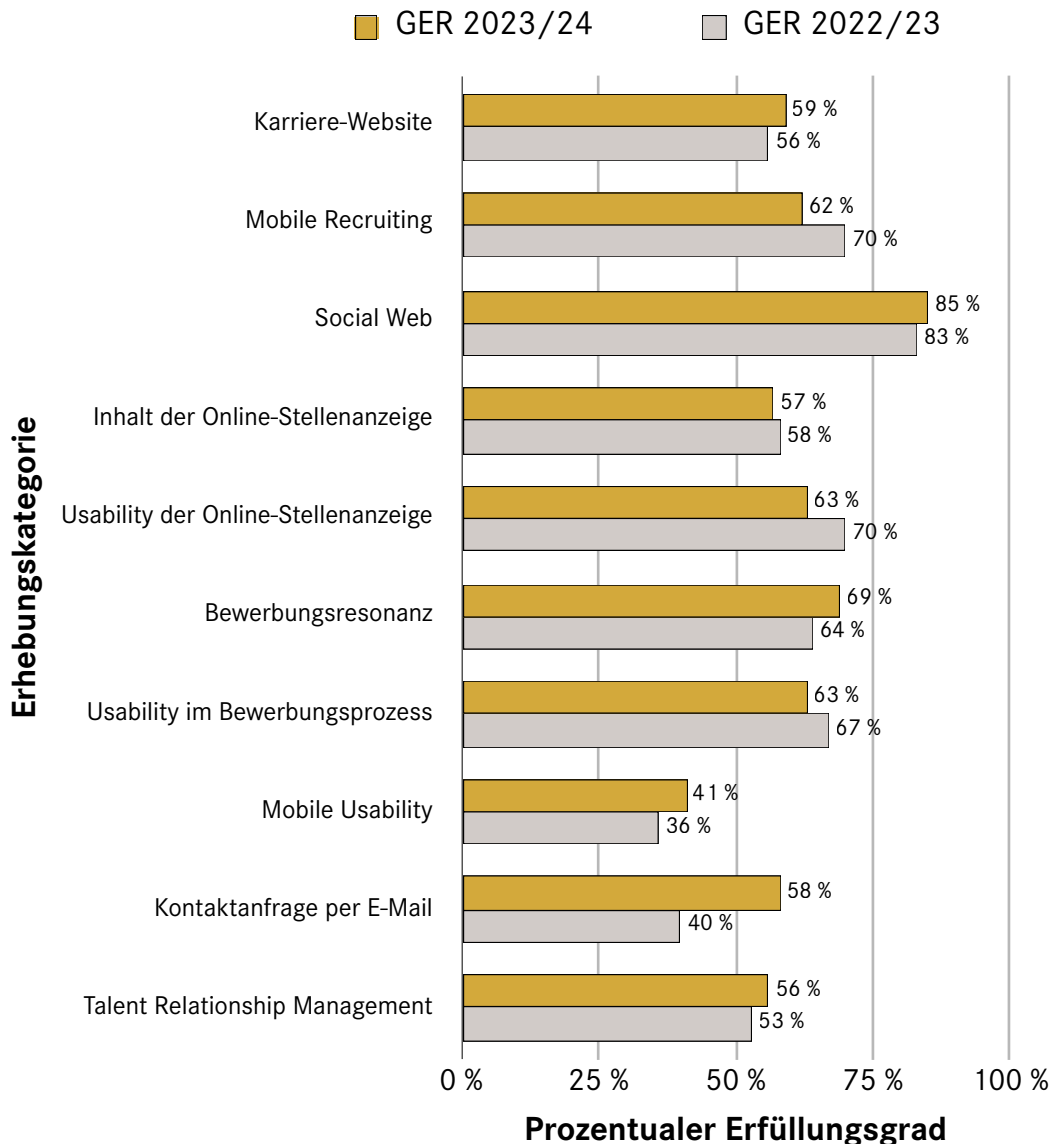
Die Ergebnisse

ERGEBNISSE IN DEN ERHEBUNGSKATEGORIEN

Das Diagramm zeigt die seitens der Deutschland-Stichprobe durchschnittlich erreichten Punkte in den zehn Erhebungskategorien, jeweils in Relation zur Maximalpunktzahl. Insgesamt wurden in Deutschland 2023/24 die Recruiting-Maßnahmen von 254 Unternehmen und Institutionen aus 25 Branchen erhoben.

Die Kategorie-Ergebnisse zeigen den größten Anstieg – abgesehen von der jährlich wechselnden Kontaktanfrage – für die *Mobile Usability* sowie die *Bewerbungsresonanz*: In mobilen Bewerbungsformularen werden tendenziell etwas weniger Daten abgefragt als im letzten Jahr; die Beantwortung von Bewerbungen erfolgt durchschnittlich etwas schneller; gleichzeitig bleiben weniger Bewerbungen unbeantwortet.

In der Kategorie *Kontaktanfrage per E-Mail* wurde dieses Jahr der Status einer Bewerbung erfragt; dies wurde deutlich häufiger transparent beantwortet als die Bitte um den Kontakt in eine Fachabteilung aus dem Vorjahr.



FOKUS 2023/24

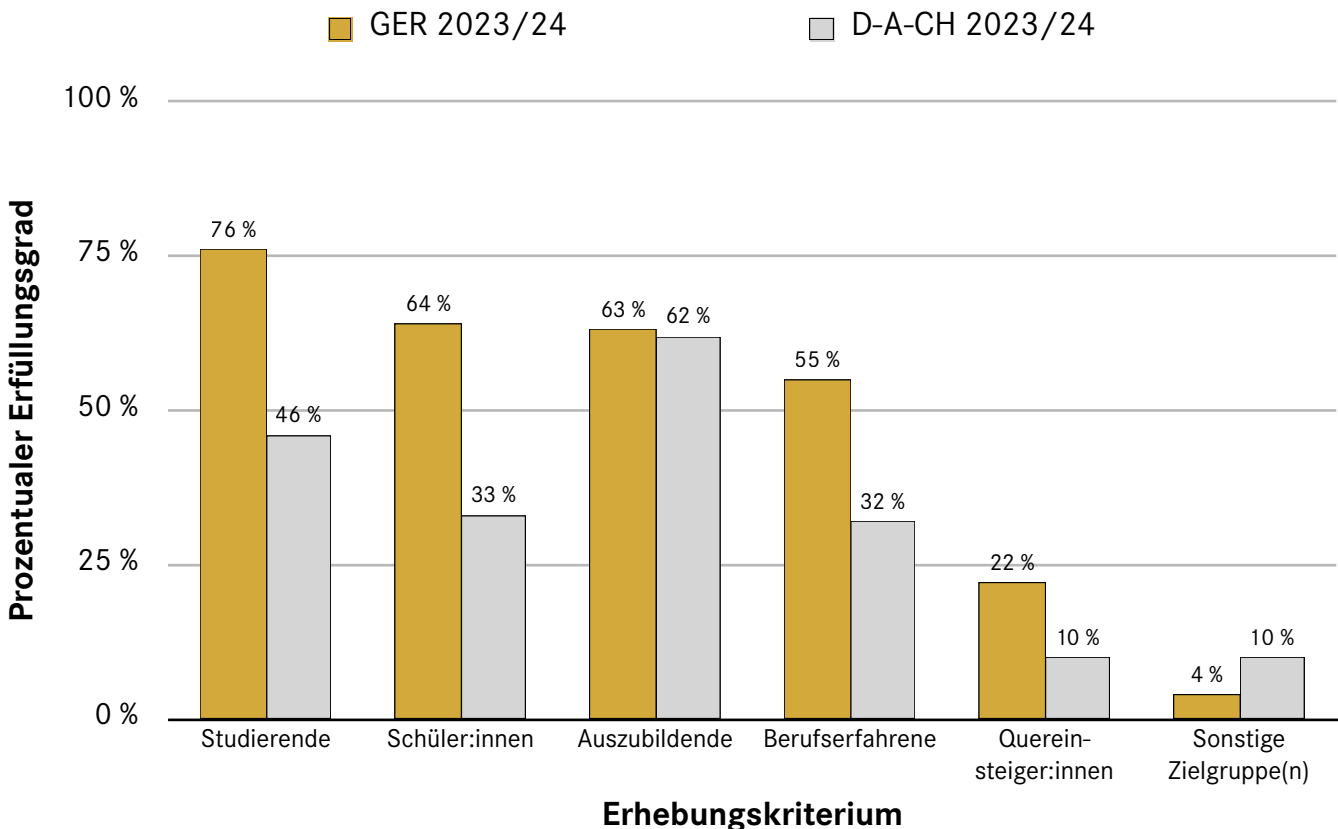
ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE ANSPRACHE

Die potenziellen Bewerber:innen dort abholen, wo sie sind: Wird eine Stelle ausgeschrieben, haben Recruiting-Verantwortliche und zukünftige Kolleg:innen häufig eine **Candidate Persona** im Kopf, der die Bewerbenden im Idealfall entsprechen sollen. Klar ist, dass die Karriere-Website nicht bei jeder Ausschreibung exakt auf die Bedürfnisse der jeweiligen Persona abgestimmt werden kann, aber häufig wiederkehrende, **übergeordnete Zielgruppen** können explizit angesprochen werden. 89 % der untersuchten Arbeitgeber in Deutschland bereiten auf ihrer Karriere-Website Informationen für mindestens eine Zielgruppe speziell auf; dieser Wert ist in Deutschland seit 2020/21 stabil. Im D-A-CH-Schnitt liegt dieser Wert vergleichbar konstant bei 76 %

2023/24 wurde detailliert untersucht, welche Zielgruppen mit welcher Häufigkeit berücksichtigt werden. In Deutschland stehen junge Zielgruppen – Studierende und Schüler:innen – stärker im Fokus als im D-A-CH-Schnitt; dort sind es vor allem Auszubildende, die zielgruppenspezifisch abgeholt werden.

Auffallend ist, dass Menschen mit Berufserfahrung verhältnismäßig selten als individuelle Zielgruppe adressiert werden. Das betrifft einschlägige Fachkräfte ebenso wie Quereinsteiger:innen, die sich zwar fachlich umorientieren, aber dennoch Skills aus vorangehenden Anstellungen mitbringen. In Deutschland liegen die Werte jeweils deutlich über dem D-A-CH-Durchschnitt; nichtsdestotrotz liegt hier Potenzial, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

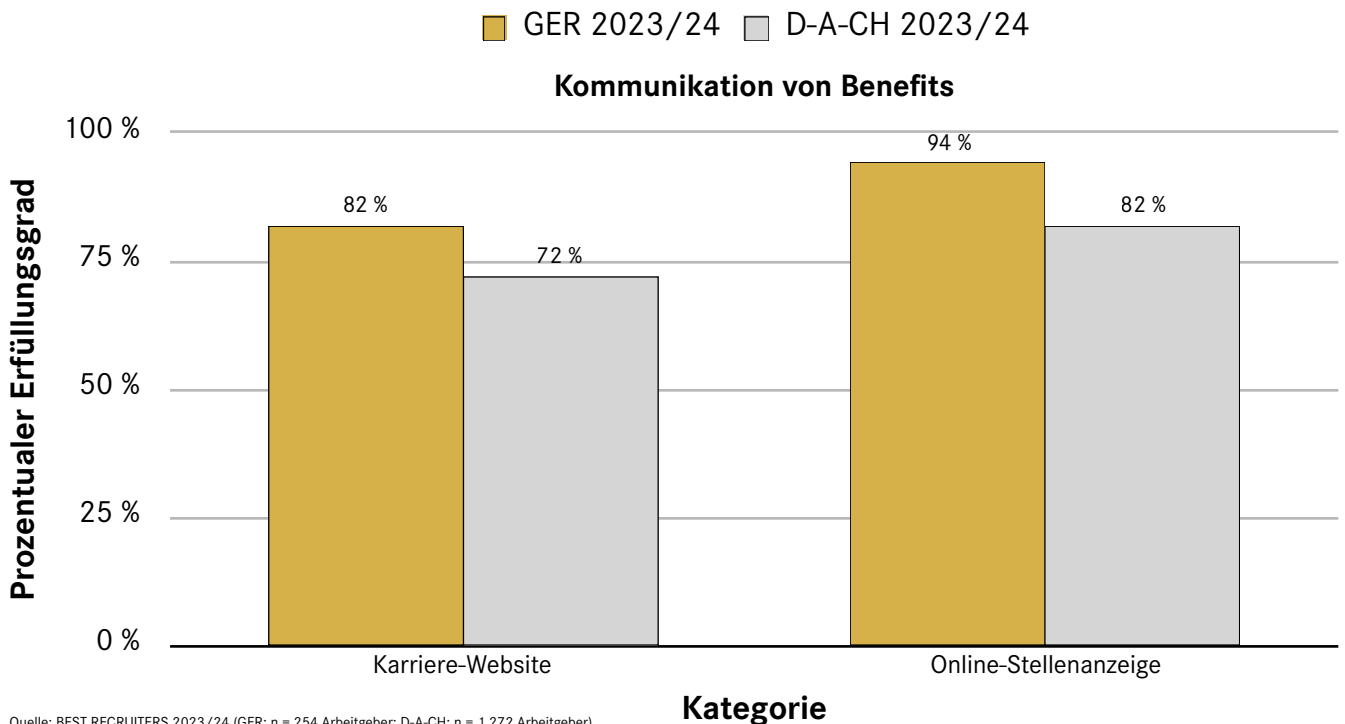
Insgesamt liegt der Fokus also deutlich auf Berufseinsteiger:innen. Wer sich beruflich umorientieren will, findet bei jedem zehnten D-A-CH-Arbeitgeber spezifisch aufbereitete Informationen.



Quelle: BEST RECRUITERS 2023/24 (GER: n = 254 Arbeitgeber; D-A-CH: n = 1.272 Arbeitgeber)

BENEFITS

Goodies, die über das Gehalt hinausgehen und gleichzeitig Wertschätzung vermitteln: Fringe Benefits sind aus der Arbeitswelt nicht mehr wegzudenken. Am Bewerber:innenmarkt überzeugt man auf diese Weise womöglich Menschen, die sich sonst für einen anderen Arbeitgeber entschieden hätten – beispielsweise weil bestimmte Arbeitgeberleistungen den Alltag angenehmer machen. Damit das Benefits-Portfolio für Mitarbeiter:innen sowie Bewerber:innen gleichermaßen attraktiv bleibt, sollte es regelmäßig evaluiert und aktualisiert werden. Derzeit führen nur 36 % der deutschen Unternehmen Zufriedenheitsabfragen unter Mitarbeiter:innen zu angebotenen Benefits durch; mehr als die Hälfte misst nicht, ob diese auch tatsächlich genutzt werden.¹ Essenziell ist es, Benefits auf die Zielgruppe abgestimmt darzustellen, um bereits Bewerber:innen einen echten Mehrwert zu vermitteln. Maßnahmen, die vor Ort greifen, erreichen beispielsweise keine Bewerber:innen für Remote-Positionen.



Die Kommunikation von Benefits auf deutschen Karriere-Websites zeigt sich zuletzt leicht rückläufig: 2021/22 lag der Erfüllungsgrad noch bei 89 %, im aktuellen Studienjahrgang sind Benefits auf 82 % der untersuchten Karriere-Websites verankert. D-A-CH-weit ist dies zwar um zehn Prozentpunkte seltener der Fall, allerdings ist die Tendenz hier steigend (plus fünf Prozentpunkte im vergangenen Jahr).

Bei Online-Stellenanzeigen wird hingegen auch in Deutschland ein Aufwärtstrend verzeichnet: Aktuell sind Benefits hier mit 94 % beinahe flächendeckend vorgesehen. Verglichen mit 2021/22 entspricht das einem Anstieg um sechs Prozentpunkte. Im gesamten D-A-CH-Raum werden seit 2022/23 Benefits häufiger in Stellenanzeigen als auf der Karriere-Website platziert. Dies erlaubt Rückschlüsse darauf, dass Arbeitgeber zielgerichteter vorgehen und die kommunizierten Anreize tatsächlich auf die jeweilige Stelle abstimmen, anstatt diese allgemein zu halten.

¹ Quelle: https://www.haufe.de/personal/hr-management/mitarbeiterbenefits-unternehmen-kennen-bedeutung-nicht_80_606388.html, abgerufen am 27. Juni 2024

Ergebnisse in den Kategorien

KARRIERE-WEBSITE

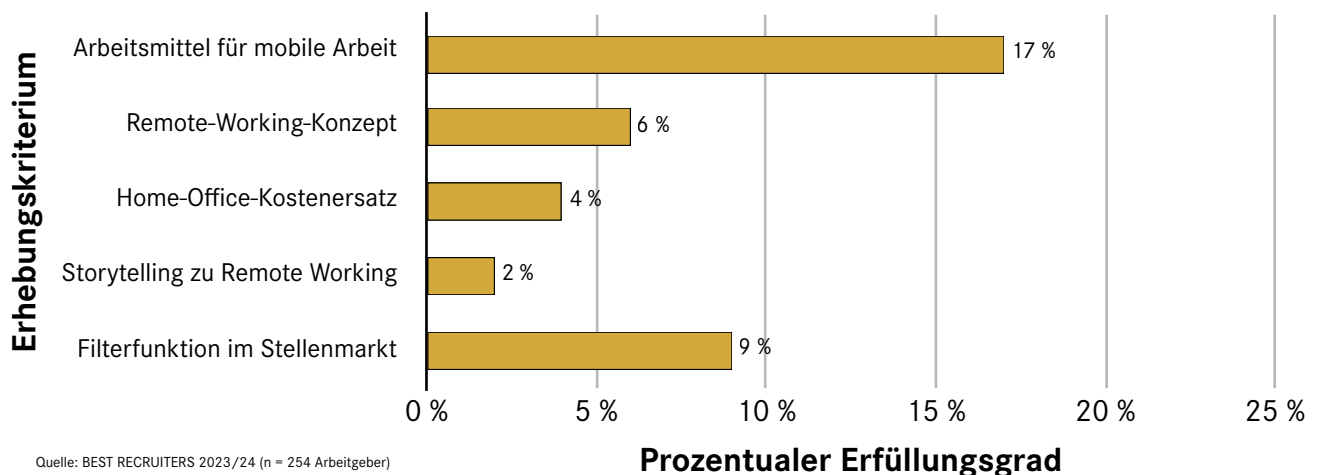
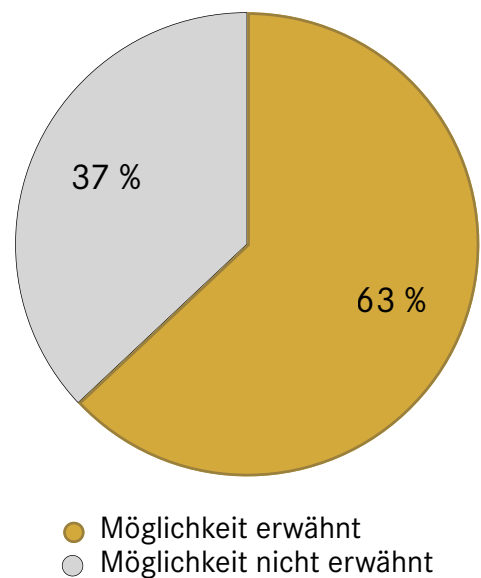
In der Kategorie *Karriere-Website* erzielen die 254 untersuchten deutschen Arbeitgeber im Schnitt 59 % der möglichen Punkte – eine Steigerung von drei Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.

Zuwächse lassen sich beispielsweise in der **Darstellung von Empowerment-Maßnahmen und agilen Arbeitsmethoden** oder in der **gezielten Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen** verzeichnen. Beide Teilbereiche zeigen, dass der Fokus verstärkt auf individuelle Bedürfnisse von Bewerber:innen gerichtet wird. Auch **CSR/ESG** – gestützt etwa durch konkretes **Corporate Volunteering** – wird häufiger thematisiert und steht exemplarisch dafür, dass Arbeitgeber das Bewusstsein ihrer sozialen Verantwortung nunmehr noch verstärkt für ihre Arbeitgebermarke nutzen.

HOME-OFFICE JA, ABER WIE IN DER PRAXIS?

Mit 63 % Erfüllungsgrad sprechen deutsche Arbeitgeber Home-Office auf der Karriere-Website gleich häufig an wie im Vorjahr. Im D-A-CH-Schnitt steigt der Anteil jener Arbeitgeber, die Home-Office-Möglichkeiten erwähnen, von 43 % auf 49 % an. Ähnlich wie bei flexiblen Arbeitszeiten kann auch hier die Umsetzung je nach Betrieb unterschiedlich ausfallen: So kann die Anzahl der möglichen Home-Office-Tage stark variieren; mancherorts sind individuelle Freigaben durch die Führungskraft oder frühzeitige Beantragung Voraussetzung. Was **intern gelebte Selbstverständlichkeit** darstellt, ist oft **extern nicht bekannt** und sorgt für Unsicherheit oder falsche Erwartungen. Details zu Home-Office-Modalitäten werden nur selten transparent nach außen kommuniziert; **Storytelling** als probates Mittel setzen gerade 2 % der Deutschland-Stichprobe für diesen Bereich ein. Zudem bietet es sich an, auch den **Stellenmarkt** mit einem **Filter** für jene Positionen mit Home-Office-Möglichkeit zu versehen. 9 % der deutschen Arbeitgeber bieten dieses Service für Kandidat:innen bereits an, um die Candidate Experience zu optimieren.

Remote Working –
Karriere-Website | GER 2023/24



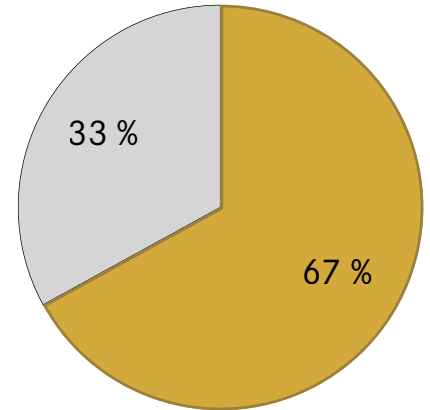
Quelle: BEST RECRUITERS 2023/24 (n = 254 Arbeitgeber)

DARSTELLUNG SPEZIFISCHER BERUFSBILDER

Die **Vielfalt möglicher Berufsbilder** im Unternehmen beziehungsweise der Institution aufzuzeigen, zählt nicht nur grundsätzlich auf die Wahrnehmung der **Arbeitgeberattraktivität** ein, sondern unterstützt insbesondere auch jüngere Zielgruppen in ihrer **Entscheidungsfindung**. Dazu kommt, dass sich Bewerber:innen-Zielgruppen natürlich nicht nur anhand ihres Erfahrungslevels einteilen lassen (cf. Seite 9). Auch die Fachrichtung spielt eine wichtige Rolle in Formulierung und Auswahl **passgenauer Botschaften und Inhalte**. Das Klischee des Software-Entwicklers, der am liebsten nachts in Jogginghose arbeitet, ist wohl in vielen Fällen übertrieben, aber zweifelsohne lässt sich ein gemeinsamer Nenner in den Bedürfnissen finden.

Zwei Drittel der deutschen Arbeitgeber zeigen mindestens ein Berufsbild im Rahmen ihrer Karriere-Website auf. Zumeist handelt es sich dabei um kaufmännische Berufe, gefolgt von IT-Profilen und technischen Berufen.

Vorstellen spezifischer Berufsbilder | GER 2023/24

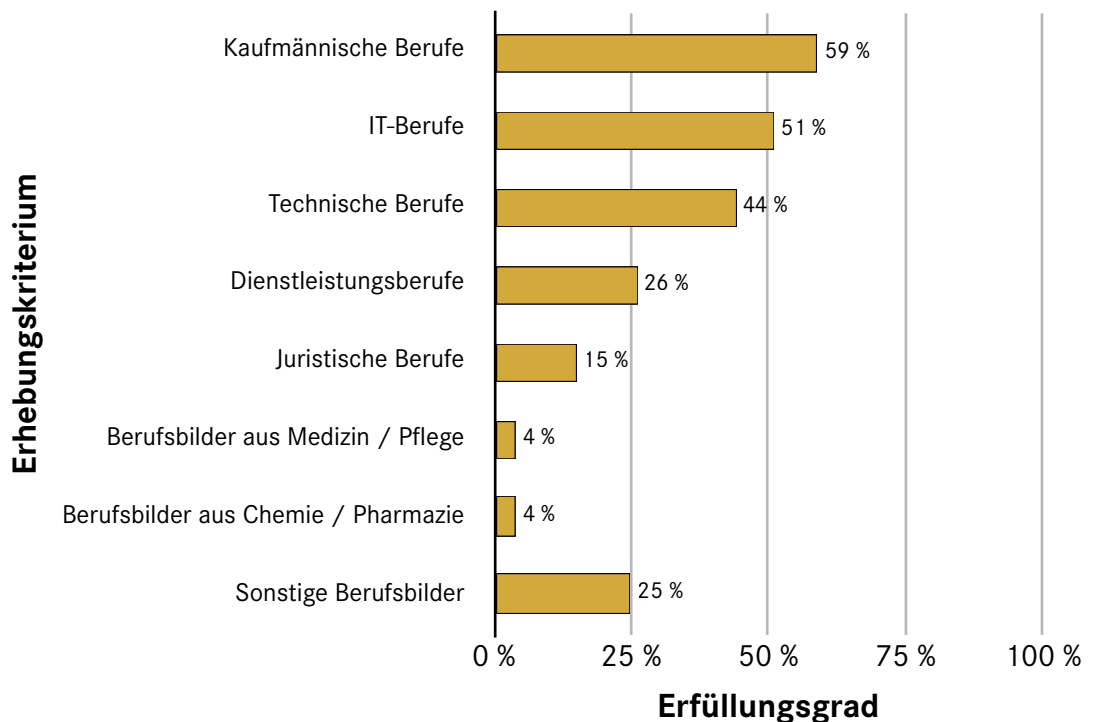


- Mindestens ein Berufsbild
- Keine Berufsbilder



„Die Vielfalt möglicher Berufsbilder aufzuzeigen, zählt nicht nur auf die Arbeitgeberattraktivität ein, sondern unterstützt auch in der Entscheidungsfindung.“

Agnes Koller, Studienleiterin BEST RECRUITERS



Quelle: BEST RECRUITERS 2023/24 (n = 254 Arbeitgeber)

STORYTELLING

Geschichten begeistern nicht nur Kinder, auch Bewerber:innen freuen sich über gute Storys. Während es in Kinderbüchern aber oft darum geht, sich etwas vorzustellen, das nicht real ist, ist es bei Geschichten in Bewerbungsprozessen anders: Hier wollen – und sollen – sich Bewerber:innen etwas vorstellen können, das zwar noch nicht in ihrer Realität, aber in jener eines Arbeitgebers stattfindet. Dadurch werden nicht zuletzt **Selbstselektion** von Bewerber:innen und in Folge **realistische Rekrutierung** gefördert.

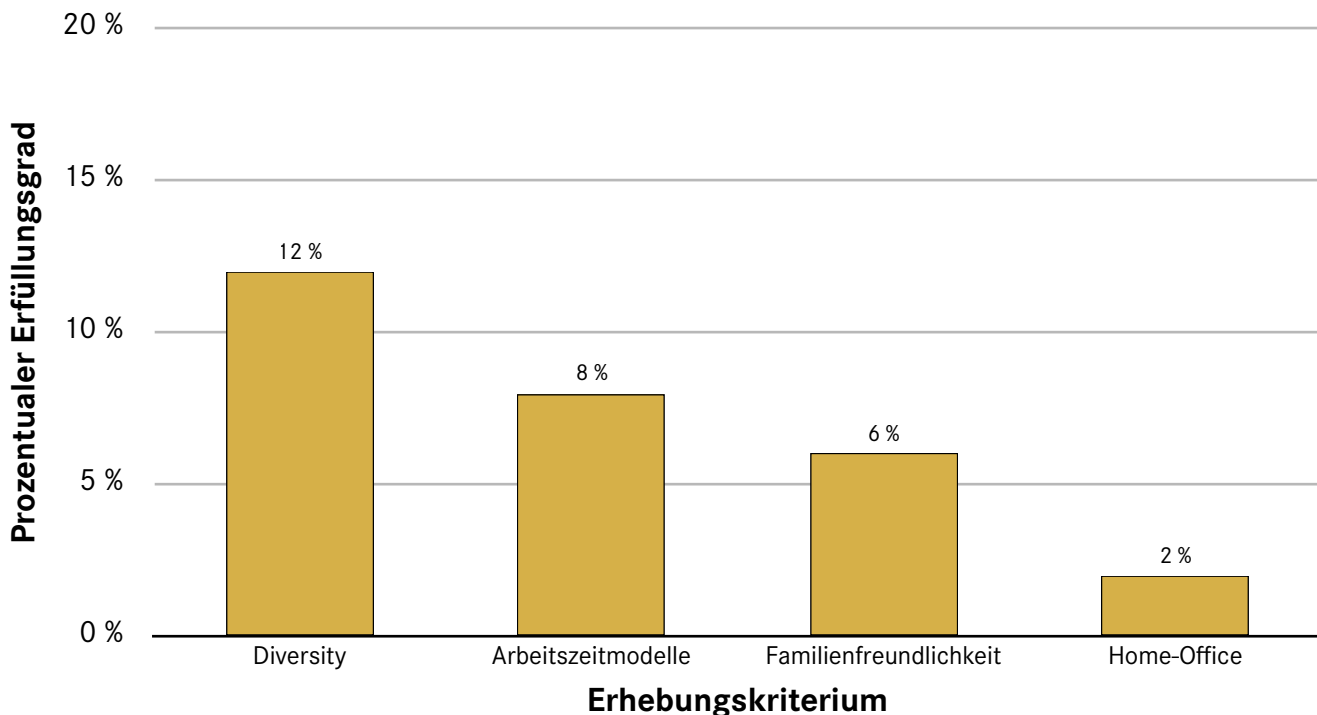
Die **Themenvielfalt**, für die Storytelling eingesetzt werden kann, ist groß: Exemplarisch wurde hierfür bereits 2022/23 das Thema **Arbeitszeitmodelle** untersucht, im aktuellen Studienjahrgang 2023/24 sind die Storytelling-Analysen um die Aspekte **Home-Office, Familienfreundlichkeit und Diversity** erweitert. Die Untersuchung zeigt, dass Storytelling nach wie vor als Alleinstellungsmerkmal fungieren kann. Am weitesten verbreitet wird es in Zusammenhang mit Diversity, Equity und Inclusion eingesetzt, aber auch hier betrifft dies – in Ansätzen – erst 12 % der Arbeitgeber. Geschichten rund um flexible Arbeitszeiten erzählen 8 % der Arbeitgeber, gefolgt von Familienfreundlichkeit mit 6 %. Home-Office wird nur in Einzelfällen durch Storytelling gestützt transportiert.



„Storytelling hat erst in wenige Karriere-Präsenzen Einzug gefunden. Dabei ist gerade das Geschichtenerzählen ein außerordentlich zielführendes Mittel, um die Arbeitsrealität zwar exemplarisch, aber auch realitätsnah abzubilden.“

Silvia Ettl-Huber, Professorin für Narrationsforschung, Studienbeirätin

Storytelling nach Themenbereich | GER 2023/24



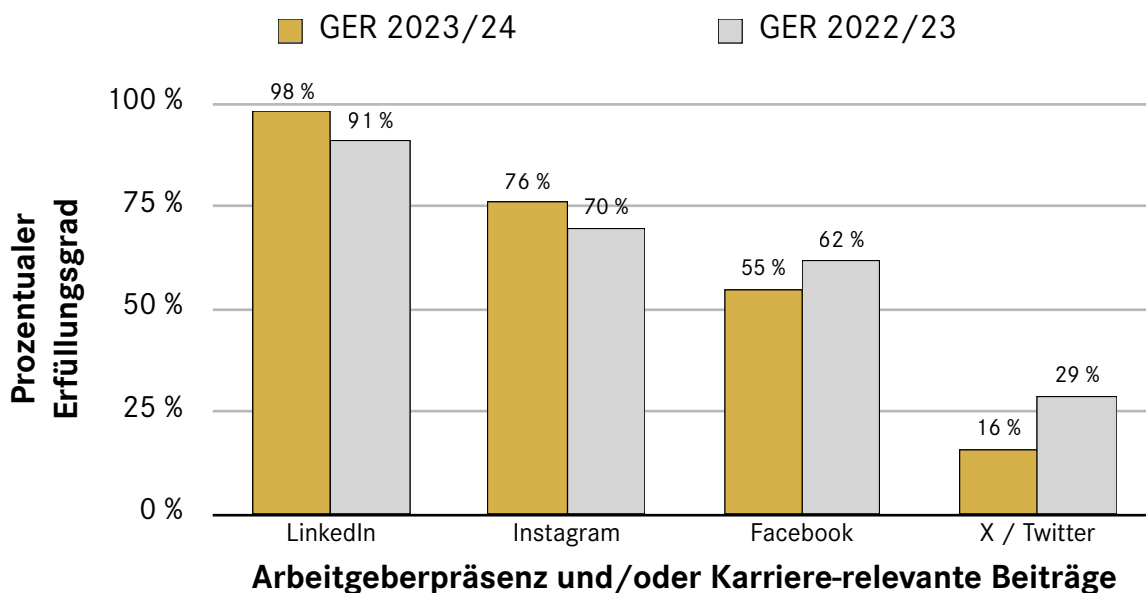
Quelle: BEST RECRUITERS 2023/24: n = 254 Arbeitgeber

SOCIAL WEB

Instagram stetig steigend, Facebook weiterhin rückläufig – so lässt sich die Entwicklung der beiden sozialen Netzwerke des Meta-Konzerns in Bezug auf Karriere-Aktivitäten zusammenfassen. Konkret bedeutet dies, dass viele Arbeitgeber nun eigene Karriere-Profile auf „Insta“ erstellen (plus sieben Prozentpunkte gegenüber 2022/23). Der Anteil jener, die ein allgemeines Unternehmensprofil betreiben, wächst im selben Zeitraum nur um einen Prozentpunkt. Mit 63 % relativ konstant ist auch der Prozentsatz jener Arbeitgeber, die grundsätzlich regelmäßig Karriere-News posten – ob über Unternehmens- oder Karriere-Profil. Gerade diese Posting-Frequenz ist auf Facebook nun stark im Sinken begriffen: In nur einem Jahr fällt sie von 58 % auf 48 %.

Gegenüber dem Vorjahr misst die Studie sowohl mehr Arbeitgeberprofile (plus sieben Prozentpunkte) als auch mehr regelmäßig postende Unternehmen (plus sechs Prozentpunkte). Im D-A-CH-Raum verzeichnet LinkedIn ebenfalls einen sanften Anstieg und ist nun bei 92 % der Arbeitgeber im Einsatz. Regelmäßige Karriere-Posts werden von 58 % der D-A-CH-Arbeitgeber veröffentlicht; in Deutschland tun dies sogar drei Viertel. Dass sich der einstige Konkurrent **XING** in Richtung Stellenmarkt umorientiert², unterstreichen nunmehr auch die Analyse-Ergebnisse: 75 % der D-A-CH-Arbeitgeber haben noch ein Profil, allerdings posten nur mehr 9 % regelmäßig Neuigkeiten.

Seit den Umstrukturierungen durch Elon Musk geht die Nutzung von X, vmls. Twitter, für Recruiting-Zwecke weiter zurück: Statt 27 % zwitschern in Deutschland nur noch 10 % der Arbeitgeber; D-A-CH-weit verhält es sich ähnlich. Zum Vergleich: Bereits 11 % der D-A-CH-Arbeitgeber betreiben einen **TikTok**-Kanal – auch wenn dieser nicht immer dezidiert dem Rekrutieren gewidmet, aber zumindest auf der Karriere-Seite verlinkt ist. Das zuletzt in jüngeren Zielgruppen gehypte Netzwerk **BeReal** findet hingegen bei keinem deutschen Arbeitgeber Eingang in den Social-Media-Mix; unter Umständen bedingt durch Security-Policies, aber auch durch die noch limitierten Einsatzmöglichkeiten für Organisationen. Einzig in der Schweiz präsentiert sich eine Handvoll Arbeitgeber auf der Plattform mit Authentizitätsanspruch.



Quelle: BEST RECRUITERS 2023/24 (n = 254 Arbeitgeber)

² <https://www.xing.com/news/insiders/articles/xing-mit-klarem-fokus-warum-wir-jobs-in-den-mittelpunkt-rucken-6049062>, abgerufen am 28.6.2024

<https://onlyfy.com/de/blog/kacper-potega-interview/>, abgerufen am 28.6.2024

ONLINE-STELLENANZEIGE

Deutsche Jobinserate fokussieren stark auf **Bewerbungsanreize**: Über die Hälfte der Online-Stellenanzeigen in Deutschland – konkret 56 % – enthalten sogar **mehr Anreize als Anforderungen**. Zum Vergleich: Im D-A-CH-Schnitt sind es 41 % der Stellenanzeigen, die mehr Anreize als Anforderungen enthalten; gleichzeitig gestaltet sich hier jede zehnte Stellenanzeige komplett ohne Anreize. Dementsprechend wichtig wird die konkrete Ausgestaltung in Form individueller Auswahl von Anreizen, in Abstimmung mit der jeweiligen Zielgruppe.

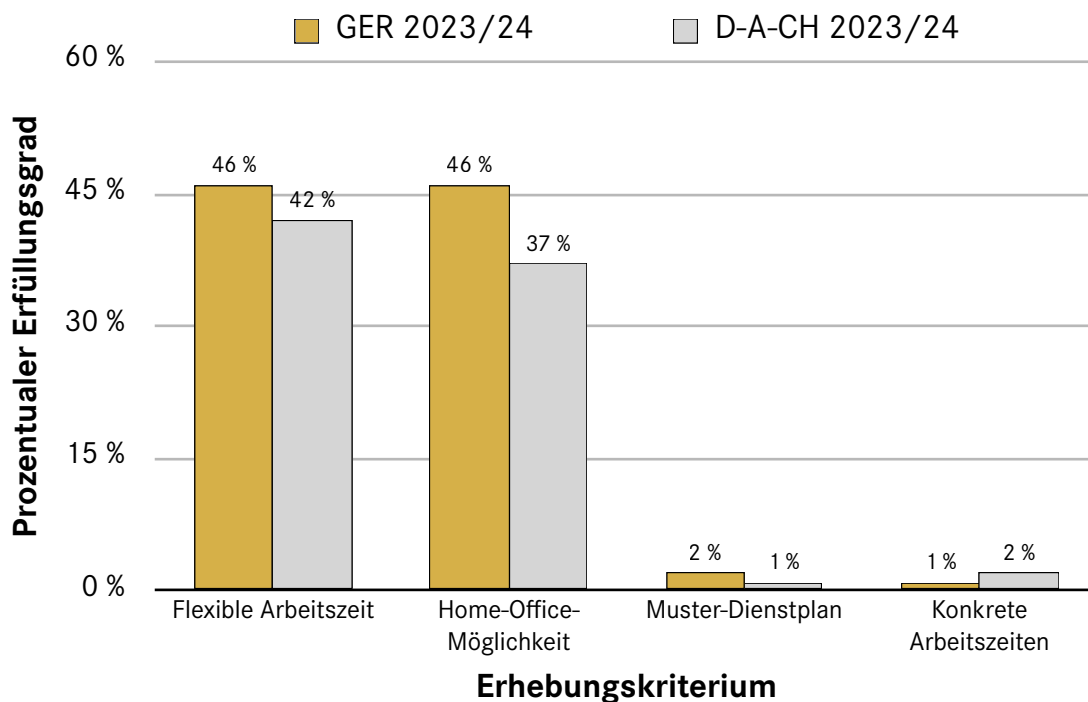
Ebenfalls anhaltend Eingang in Jobinserate finden Informationen zu konkreten **Rahmenbedingungen**: 46 % der untersuchten deutschen Anzeigen enthalten einen Verweis auf **Home-Office-Möglichkeiten** (Vorjahr: 48 %); D-A-CH-weit sind es 37 %. **Flexible Arbeitszeiten** werden ebenfalls in 46 % der Fälle allgemein erwähnt, konkreter wird es jedoch selten. Informationen zu konkreten Arbeitszeitrahmen wie Kernzeiten oder sogar Muster-Arbeitspläne sind nur vereinzelt zu finden. Diese würden die Selbstselektion von Bewerber:innen fördern.

Wenig Konkretes bieten Jobinserate auch, was das **zukünftige Team** anbelangt: Weniger als jede fünfte Anzeige sieht zumindest eine **Beschreibung der Abteilung** vor (minus vier Prozentpunkte). Zum Vergleich: Der Arbeitgeber wird in 54 % der Inserate vorgestellt. **Fotos** potenzieller Kolleg:innen oder immerhin der HR-Ansprechperson sehen Kandidat:innen in nur 23 % der deutschen Ausschreibungen. Gerade die individuelle Anpassung der Stellenanzeige ist es jedoch, die die zukünftige Arbeitsrealität am besten wiedergibt – wenngleich es sich beim oben Beschriebenen um ein D-A-CH-weites und kein rein deutsches Thema handelt.



„Je mehr konkrete Details Kandidat:innen aus Stellenanzeigen erfahren – etwa zu Home-Office oder Arbeitszeiten – umso besser können sie vorab den Fit mit ihrer Lebensrealität prüfen.“

Agnes Koller, Studienleiterin BEST RECRUITERS



Quelle: BEST RECRUITERS 2023/24 (GER: n = 254 Arbeitgeber, D-A-CH: n = 1.272 Arbeitgeber)

BEWERBUNGSRESONANZ

Fünf Prozentpunkte mehr als 2022/23 erzielen die 254 untersuchten deutschen Arbeitgeber in der Kategorie *Bewerbungsresonanz*. Im Vergleich zum Vorjahr wurden die im Rahmen der Studie versandten Bewerbungen einerseits **schneller beantwortet**, andererseits blieben auch **weniger Bewerbungen unbeantwortet**. Bei 32 % der Bewerbungen wurde innerhalb von drei Werktagen eine Absage oder Interview-Einladung ausgesprochen. % der Bewerbungen wurden nicht abgeschlossen – die Kandidat:innen erfuhren also auch nach Ablauf der Studienfrist von maximal 20 Werktagen nicht, ob sie für die nächste Bewerbungsrunde vorgesehen waren; im Vergleich zum Vorjahr ist dieser Wert um sechs Prozentpunkte gesunken. Etwas mehr als die Hälfte dieser nicht abgeschlossenen Bewerbungen (5 %) wurden zunächst mit einer Empfangsbestätigung beantwortet, dann aber nicht mehr weiterführend behandelt.

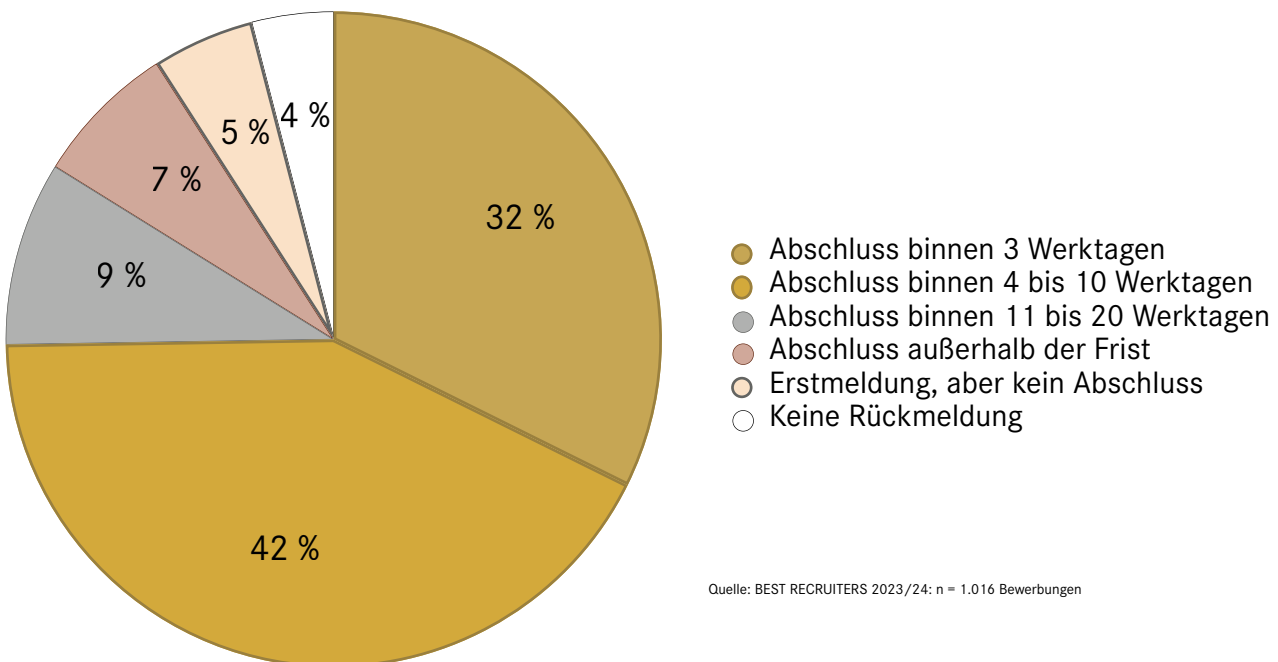
Absageschreiben gestalten sich allerdings etwas unpersönlicher als im Vorjahr: Der Anteil an Absageschreiben in Deutschland, in denen eine **Ansprechperson** inklusive Kontaktmöglichkeit genannt wird, beträgt aktuell mit 54 % um drei Prozentpunkte weniger als im Vorjahr – vor zwei Jahren waren es gar noch 62 %. Im D-A-CH-Schnitt beträgt der Erfüllungsgrad noch 61 %, wobei auch hier ein Rückgang zu verzeichnen ist. Systematisiertes **Feedback** findet in 5 % der Fälle Eingang in Absageschreiben – sowohl im D-A-CH-Schnitt als auch in Deutschland –, wobei hier einerseits ein Feedback-Angebot an Kandidat:innen, andererseits aber auch die Bitte um Prozess-Feedback durch Arbeitgeber berücksichtigt wird.



„Der persönliche Kontakt mit Bewerber:innen sollte auch persönlich gestaltet sein: Selbst im Fall einer Absage kann so die Employer Brand gestärkt werden.“

Agnes Koller, Studienleiterin BEST RECRUITERS

Reaktionsgeschwindigkeit auf Bewerbungen | GER 2023/24



Top 100

Das Ranking zeigt die Top 100 aller 254 getesteten Arbeitgeber des Studienjahrgangs 2023/24. 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.

TOP 100

„NEU“ sind jene Arbeitgeber, die in der Erhebung 2022/23 nicht Teil der Stichprobe waren.

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

Ranking 2023/24	Ranking 2022/23	Arbeitgeber Platz 1 – 29	Gesamtpunkte in Prozent
1	1	OTTO (GmbH & Co KG)	92,5 %
2	38	RheinEnergie AG	89,5 %
3	2	KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	89 %
4	21	Trenkwalder Personaldienste GmbH	85 %
5	82	Continental AG	84,5 %
6	NEU	ProSiebenSat.1 Media SE	84,5 %
7	20	toom Baumarkt GmbH	84 %
8	16	Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG	83,5 %
9	14	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	83 %
10	62	Infineon Technologies AG	83 %
11	72	ALTANA AG	83 %
12	80	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	83 %
13	29	Kaufland	82,5 %
14	26	EY Deutschland	82,5 %
15	12	STRABAG AG	82 %
16	27	Webasto Group	81,5 %
17	18	ALDI SÜD	81 %
18	55	Deutsche Telekom AG	81 %
19	6	Hays AG	80,5 %
20	99	mömax Deutschland GmbH	80,5 %
21	7	Fresenius SE & Co KGaA	80,5 %
22	42	Deloitte	80,5 %
23	48	STIHL	80 %
24	52	Talanx AG	79,5 %
25	65	Deutsche Bahn AG	79,5 %
26	NEU	JYSK SE	79 %
27	10	ConSol Consulting & Solutions Software GmbH	79 %
28	9	AVANTGARDE EXPERTS GmbH	79 %
29	25	diva-e Digital Value Excellence GmbH	79 %

Ranking 2023/24	Ranking 2022/23	Arbeitgeber Platz 30 – 63	Gesamtpunkte in Prozent
30	78	Techniker Krankenkasse	79 %
31	17	Robert Bosch GmbH	79 %
32	94	K+S AG	79 %
33	53	Wieland-Werke AG	78,5 %
34	69	PHOENIX CONTACT GmbH & Co. KG	78,5 %
35	60	TenneT TSO GmbH	78,5 %
36	15	CNACOM SE	78 %
37	32	Henkel AG & Co. KGaA	77,5 %
38	22	CA Immo Deutschland GmbH	77,5 %
39	112	GOLDBECK GmbH	77,5 %
40	36	ThyssenKrupp AG	77,5 %
41	NEU	Walbusch-Gruppe	77 %
42	NEU	MERKUR GROUP	77 %
43	24	Drees & Sommer SE	77 %
44	3	Bundesagentur für Arbeit	77 %
45	57	Axel Springer	77 %
46	NEU	Roche in Deutschland	76,5 %
47	NEU	Mazars GmbH & Co. KG	76,5 %
48	54	HORNBACH Baumarkt AG	76 %
49	37	ERGO Group AG	76 %
50	NEU	Drägerwerk AG & Co. KGaA	76 %
51	169	Amadeus FiRe AG	75,5 %
52	34	Hannover Rück SE	75,5 %
53	43	TÜV SÜD AG	75,5 %
54	NEU	Boehringer Ingelheim Pharma & Co. KG	75,5 %
55	19	Bechtle AG	75,5 %
56	51	Computacenter AG & Co. OHG	75 %
57	133	Landeshauptstadt München	75 %
58	110	R+V Versicherung AG	75 %
59	40	ODU GmbH & Co. KG	74,5 %
60	13	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG	74,5 %
61	NEU	TUI Cruises GmbH	74 %
62	116	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	74 %
63	11	TARGOBANK AG	74 %

Ranking 2023/24	Ranking 2022/23	Arbeitgeber Platz 64 – 100	Gesamt- punkte in Prozent
64	47	MAHLE GmbH	73,5 %
65	NEU	The Customization Group	73 %
66	↑	Raiffeisen Waren GmbH	73 %
67	74	Sana Kliniken AG	73 %
68	5	Randstad Deutschland GmbH & Co. KG	73 %
69	120	OBI Group Holding SE & Co. KGaA	72,5 %
70	23	Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG	72,5 %
71	119	Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH & Co. KG	72 %
72	35	dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	72 %
73	NEU	CEWE Stiftung & Co. KGaA	71,5 %
74	NEU	Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf	71,5 %
75	NEU	Kienbaum Consultants International GmbH	71 %
76	139	Kromberg & Schubert GmbH & Co. KG	70,5 %
77	95	HOCHTIEF AG	70,5 %
78	44	REHAU AG + Co	70,5 %
79	122	Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG	70 %
80	166	Vaillant GmbH	70 %
81	NEU	Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	70 %
82	31	BASF SE	70 %
83	49	ARGUS DATA INSIGHTS Deutschland GmbH	69,5 %
84	77	Arbeitgeber Bundeswehr	69,5 %
85	68	AUDI AG	69,5 %
86	NEU	Gleiss Lutz	69,5 %
87	NEU	TUI Group	69,5 %
88	NEU	EUROBAUSTOFF Handelsgesellschaft mbH & Co KG	69 %
89	56	HUK-Coburg Versicherungsgruppe	69 %
90	↑	Energieversorgung Mittelrhein AG	69 %
91	97	Deutsche Bundesbank	69 %
92	33	Commerzbank AG	68,5 %
93	NEU	badenova AG & Co. KG	68,5 %
94	106	Kühne + Nagel (AG & Co.) KG	68,5 %
95	96	SCHOTT AG	68,5 %
96	4	Gothaer Versicherungsbank VVaG	68,5 %
97	NEU	hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG	68 %
98	66	Manpower Group Deutschland GmbH & Co KG	68 %
99	141	LEONHARD WEISS GmbH & Co. KG	68 %
100	105	Versicherungskammer	68 %



SIEGELVERGABE D-A-CH

Aufgrund der Stichprobenzusammenstellung in Deutschland erfolgt die Siegelvergabe auf Basis der gesamten D-A-CH-Stichprobe. Ein goldenes Siegel steht daher für einen D-A-CH-weiten Sieg in der jeweiligen Branche.

Branchensieger:innen

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

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Anlagen-/Maschinenbau Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	23	STIHL	80 %	gold
2	81	Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	70 %	silber
3	129	STIEBEL ELTRON GMBH & CO. KG	64,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Automotive/KFZ Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	5	Continental AG	84,5 %	gold
2	16	Webasto Group	81,5 %	silber
3	31	Robert Bosch GmbH	79 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Banken/Finanzdienstleistung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	63	TARGOBANK AG	74 %	silber
2	91	Deutsche Bundesbank	69 %	bronze
3	92	Commerzbank AG	68,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Bau/Holz Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	15	STRABAG AG	82 %	gold
2	39	GOLDBECK GmbH	77,5 %	silber
3	77	HOCHTIEF AG	70,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Chemie Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	11	ALTANA AG	83 %	gold
2	32	K+S AG	79 %	silber
3	82	BASF SE	70 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Dienstleistung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	6	ProSiebenSat.1 Media SE	84,5 %	silber
2	38	CA Immo Deutschland GmbH	77,5 %	silber
3	45	Axel Springer	77 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	DIY-/Zoofachhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	7	toom Baumarkt GmbH	84 %	silber
2	48	HORNBACH Baumarkt AG	76 %	silber
3	69	OBI Group Holding SE & Co. KGaA	72,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Einzelhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	1	OTTO (GmbH & Co KG)	92,5 %	gold
2	41	Walbusch-Gruppe	77 %	silber
3	74	Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf	71,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Elektro-/Elektronikherstellung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	10	Infineon Technologies AG	83 %	gold
2	34	PHOENIX CONTACT GmbH & Co. KG	78,5 %	silber
3	42	MERKUR GROUP	77 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Energie Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	2	RheinEnergie AG	89,5 %	gold
2	9	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	83 %	silber
3	35	TenneT TSO GmbH	78,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Facility-/Security-Services Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	71	Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH + Co KG	72 %	silber
2	124	KÖTTER GmbH & Co. KG Verwaltungsdienstleistungen	65 %	bronze
3	146	WISAG Facility Service Holding GmbH & Co. KG	63 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Gastronomie/Tourismus Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	61	TUI Cruises GmbH	74 %	silber
2	87	TUI Group	69,5 %	silber
3	147	FTI Touristik GmbH	63 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Gesundheits-/Sozialwesen/ Öffentlicher Dienst Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	44	Bundesagentur für Arbeit	77 %	silber
2	57	Landeshauptstadt München	75 %	silber
3	67	Sana Kliniken AG	73 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Großhandel/Vertrieb Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	66	Raiffeien Waren GmbH	73 %	silber
2	150	STARK Deutschland GmbH	63 %	bronze
3	151	Adolf Würth GmbH & Co. KG	63 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Industrie Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	33	Wieland-Werke AG	78,5 %	silber
2	40	ThyssenKrupp AG	77,5 %	silber
3	78	REHAU AG + Co	70,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	IT/Software/Telekommunikation Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	8	Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG	83,5 %	silber
2	18	Deutsche Telekom AG	81 %	silber
3	27	ConSol Consulting & Solutions Software GmbH	79 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Lebensmitteleinzelhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	13	Kaufland	82,5 %	silber
2	17	ALDI SÜD	81 %	silber
3	70	Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG	72,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Möbeleinzelhandel Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	20	mömax Deutschland GmbH	80,5 %	gold
2	26	JYSK SE	79 %	silber
3	106	POCO Einrichtungsmärkte GmbH Deutschland	67 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Nahrungsmittel-/Konsumgüterherstellung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	37	Henkel AG & Co. KGaA	77,5 %	silber
2	109	Beiersdorf AG	67 %	bronze
3	119	Nestlé Deutschland AG	65,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Personaldienstleistung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	4	Trenkwalder Personaldienste GmbH	85 %	silber
2	19	Hays	80,5 %	silber
3	28	AVANTGARDE EXPERTS GmbH	79 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Pharma/Biotechnologie/ Medizinaltechnik Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	21	Fresenius SE & Co KGaA	80,5 %	gold
2	46	Roche in Deutschland	76,5 %	silber
3	50	Drägerwerk AG & Co. KGaA	76 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Rechtsberatung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	86	Gleiss Lutz	69,5 %	silber
2	103	Noerr LLP	67,5 %	bronze
3	104	BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH	67,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Transport/Verkehr/Logistik Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	25	Deutsche Bahn AG	79,5 %	silber
2	60	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG	74,5 %	silber
3	62	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	74 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Unternehmensberatung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	3	KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	89 %	silber
2	12	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	83 %	silber
3	14	EY Deutschland	82,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamtvergleich	Versicherung Top 3 der Branche	Gesamtpunkte in Prozent	Siegel
1	24	Talanx AG	79,5 %	silber
2	30	Techniker Krankenkasse	79 %	silber
3	49	ERGO Group AG	76 %	silber

Branchenranking

Den ersten Platz im Branchenranking belegt im Studienjahrgang 2023/24 die Branche DIY-/Zoofachhandel; diese war im vergangenen Jahrgang Teil der Branche Einzelhandel. Gefolgt wird diese von Elektro-/Elektronikherstellung und der Unternehmensberatung. Auf dem letzten Platz rangieren Facility-/Security-Services. Die Vorjahressiegerbranche Beratung wurde 2023/24 in Unternehmensberatung und Rechtsberatung aufgeteilt.

Ranking 2023/24	Ranking 2022/23	Branche	durchschnittliche Gesamtpunkte 2023/24 (gerundet)
1	-	DIY-/Zoofachhandel	73 %
2	17	Elektro-/Elektronikherstellung	73 %
3	-	Unternehmensberatung	71 %
4	5	Gesundheits-/Sozialwesen/ Öffentlicher Dienst	70 %
5	7	Energie	69 %
6	2	IT/Software/Telekommunikation	68 %
7	6	Transport/Verkehr/Logistik	68 %
8	4	Lebensmitteleinzelhandel	68 %
9	16	Chemie	66 %
10	8	Einzelhandel	66 %
11	12	Versicherung	66 %
12	-	Pharma/Biotechnologie/ Medizinaltechnik	65 %
13	15	Dienstleistung	64 %
14	9	Personaldienstleistung	63 %
15	-	Rechtsberatung	63 %
16	3	Banken/Finanzdienstleistung	63 %
17	10	Industrie	63 %
18	14	Automotive/KFZ	62 %
19	20	Nahrungsmittel-/Konsumgüterher- stellung	61 %
20	11	Bau/Holz	61 %
21	13	Anlagen-/Maschinenbau	60 %
22	-	Möbeleinzelhandel	60 %
23	19	Großhandel/Vertrieb	59 %
24	21	Gastronomie/Tourismus	59 %
25	18	Facility-/Security-Services	54 %

Medienberichte

Internationale sowie nationale Medien berichten regelmäßig sowohl über die allgemeinen Studienergebnisse als auch über individuelle Erfolge der Arbeitgeber. Zudem werden die Studienverantwortlichen laufend als Gastautor:innen beziehungsweise Interviewpartner:innen für HR-relevante Themen eingeladen.

Deutschlands Top-Recruiter ausgezeichnet

Eine Studie hat die Unternehmen mit den derzeit besten Recruiting-Aktivitäten ermittelt. Deutsche Recruiter punkten insbesondere beim Einsatz sozialer Medien.

4. September 2023 – von Ute Wolter



Bereits zum elften Mal hat die Studie „Best Recruiters“ die Recruiting-Qualität der Top-Arbeitgeber in der DACH-Region unter die Lupe genommen. Für die Studie 2022/2023 wurden insgesamt 1.263 Arbeitgeber berücksichtigt, davon 252 aus Deutschland. Die deutschen Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen auf veränderte Anforderungen der Kandidaten reagieren. Dazu gehört, dass sie in [Stellenanzeigen](#) vermehrt auf ihre Homeoffice- und Gesundheitsangebote hinweisen, aber auch den Unternehmenszweck häufiger thematisieren.

Deutsche Unternehmen vorn, nur bei Kontaktaufnahme per E-Mail nicht

Die Recruiting-Qualität wird anhand von Erhebungssäulen Online-Recruiting-Präsenz, Online-Stellenanzeigen, Umgang mit Bewerbern und Bewerber-Feedback ermittelt. Diese sind in zehn Kategorien eingeteilt: Karriere-Website, Social Web, Mobile Recruiting, Inhalt der Online-Stellenanzeigen, Mobile Usability, Usability der Online-Stellenanzeige, Usability im Bewerbungsprozess, Kontaktaufnahme per E-Mail, Bewerbungsresonanz und Talent Relationship Management. Insgesamt wurden 287 Kriterien überprüft. Wie in der Vorgängerstudie liegen die deutschen Ergebnisse in allen Kategorien über denen in Österreich und der Schweiz mit einer Ausnahme: der Kontaktaufnahme per E-Mail. Hier reagierten österreichische Arbeitgeber generell häufiger, rascher und auch transparenter als deutsche, aber auch Schweizer Unternehmen. Besonders gut schneiden Recruiting-Abteilungen hierzulande beim Einsatz sozialer Medien ab, die sie für die passgenaue Zielgruppenansprache nutzen. Aber auch die Usability der Online-Stellenanzeigen hebt sich positiv hervor, während die Mobile Usability noch ausbaufähig ist.

Personalwirtschaft

PERSONALWIRTSCHAFT

Ausgabe vom 04.09.2023

Die zehn besten Arbeitgeber in Sachen Recruiting

Die diesjährigen Top-Ten-Arbeitgeber in Deutschland sind Otto, KPMG, Bundesagentur für Arbeit, Gothaer Versicherungsbank, Randstad Deutschland, Hays, Fresenius, Asklepios Kliniken, Avangarde Experts und ConSol Consulting & Solutions Software. Die kompletten Rankings für alle drei Länder sind [hier](#) zu finden.

Aus den aktuellen Studienergebnissen geht hervor, dass sich einige HR-Trends verstetigen oder neu hinzukommen. So weist jede zweite Stellenanzeige (50 Prozent) in Deutschland auf Maßnahmen zum [betrieblichen Gesundheitsmanagement](#) im Unternehmen hin. Fast genauso viele Jobinserate (48 Prozent) erwähnen die Möglichkeit zum ortsunabhängigen Arbeiten. Auch Unternehmenszweck und -sinn rücken stärker in den Fokus: 40 Prozent der kommunizieren auf der Karriere-Website ihren Corporate Purpose und etwas mehr als ein Fünftel (22 Prozent) geht auch in den Stellenanzeigen darauf ein.

Verbesserungspotenzial bei mobilen Bewerbungen und Einblicken in den Arbeitsalltag

Die Analyse zeigt jedoch auch Schwachstellen auf. So fordern 55 Prozent der deutschen Unternehmen bei mobilen Bewerbungen von den Nutzern, einen Bewerbungs-Account zu erstellen. Dies ist laut Studie jedoch vielen Jobsuchenden zu umständlich. Und auch die Bewerbungsübermittlung ist im Vergleich aufwändig: Bei 44 Prozent der mobilen Bewerbungsformulare müssen Jobinteressierte mehr als 20 Felder per Smartphone ausfüllen, während dieser Anteil im Durchschnitt der DACH-Region mit 35 Prozent etwas niedriger liegt. Studienleiterin Agnes Koller weist außerdem darauf hin, dass Unternehmen zu wenig Praxisbeispiele in Form von persönlichen Geschichten und Erfahrungen präsentieren, die authentisch aufzeigen, wie etwa die flexible Arbeitsgestaltung konkret abläuft.

Die Präsentation der Studienergebnisse sowie die Auszeichnung der Best Recruiters 2022/2023 wird vom 4. bis 8. September in Form von [Branchenvideos auf Youtube](#) veröffentlicht.

BEITRÄGE BEI FACHVERANSTALTUNGEN



OTTO vor KPMG und der Bundesagentur für Arbeit

06.09.2023

Von



Hans Königges (Bessortleiter)

[FOLGEN](#)

Deutsche Arbeitgeber wissen mittlerweile, dass sie auf allen Kanälen Bewerber suchen müssen. Luft nach oben ist in authentischen Berichten aus dem Arbeitsalltag sowie im mobilen Bewerbungsverfahren.

- Empfehlen
- Drucken
- PDF
- URL
- Xing
- LinkedIn
- Twitter
- Facebook
- Feedback



Remote-Arbeit und Gesundheit werden für Arbeitnehmer immer wichtiger.

Foto: Oleezo - shutterstock.com

Weniger gut schneiden sie beim neuen Kriterium Mobile Usability ab, welches darstellt, wie einfach es ist, sich über ein mobiles Endgerät zu bewerben. Hier erzielen deutsche Arbeitgeber nur 36 Prozent der maximal möglichen Punktzahl.

Remote-Arbeit und Gesundheit werden wichtiger

Die Veränderung der Prioritäten durch die Pandemie sei nachhaltig spürbar - und messbar, stellen die Studienautoren fest. So findet man in Stellenanzeigen verstärkt Informationen zu Arbeitsort-Flexibilität sowie Gesundheit. Beinahe die Hälfte der untersuchten Stellenanzeigen weist mittlerweile auf die Möglichkeit zum ortsunabhängigen Arbeiten hin.

Maßnahmen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement werden ebenfalls von 50 Prozent der Arbeitgeber kommuniziert. "Im gesamten deutschsprachigen Raum legen Arbeitgeber heute mehr Wert darauf, ein gesundes und flexibles Arbeitsumfeld zu schaffen, das den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeitenden entspricht. Die Zuwächse liegen hier jeweils bei mehr als zehn Prozent", erklärt Studienleiterin Agnes Koller.

Keine Lust auf einen Bewerber-Account

Karriere-Websites (99 Prozent), [Stellenmärkte](#) und Online-Stellenanzeigen (jeweils 98 Prozent) sind in Deutschland nahezu flächendeckend für mobile Geräte optimiert. Ebenso bieten 98 Prozent der analysierten deutschen Arbeitgeber ein mobiles Bewerbungsformular (Vorjahr: 89 Prozent). In der Praxis stoßen Bewerbende hier aber häufig auf Hürden: So fordern etwa 44 Prozent der Arbeitgeber die Erstellung eines Bewerbungsaccounts. Ein Account kann bei mehreren Bewerbungen für denselben Arbeitgeber zwar von Vorteil sein, ist jedoch vielen Jobsuchenden zu umständlich.

Im weiteren Schritt stellt die Bewerbungsübermittlung oft ein Hindernis dar: Bei 44 Prozent der mobilen Bewerbungsformulare müssen Jobinteressierte mehr als 20 Felder per Smartphone ausfüllen.

Den vielzitierten Purpose sollten Arbeitgeber nicht unterschätzen

Immer mehr Menschen legen Wert darauf, den Sinn in ihrer Arbeit zu erkennen und etwas zu einem übergeordneten Ziel beizutragen, wie beispielsweise das Arbeitsbarometer 2023 von Randstad zeigt. Bereits 40 Prozent der Arbeitgeber nutzen den [Corporate Purpose](#), um sich im Wettbewerb um Fachkräfte zu differenzieren, und kommunizieren ihn auf ihrer Karriere-Website. Gut ein Fünftel von ihnen geht auch in den Stellenanzeigen darauf ein.

COMPUTERWOCHE

VOICE OF DIGITAL

COMPUTERWOCHE

Ausgabe vom 06.09.2023

Mehr Storytelling erwünscht

"Potenzielle Bewerbende wollen wissen, wie der Arbeitsalltag tatsächlich abläuft. In Form persönlicher Geschichten und Erfahrungen lässt sich dies greifbar vermitteln", erläutert Studienleiterin Koller. "Unternehmen werben vermehrt mit flexibler Arbeitszeitgestaltung, allerdings ist dieser Begriff nicht konkret genug, es braucht Praxisbeispiele."

Während deutsche Arbeitgeber mit Testimonials (80 Prozent), Videos (74 Prozent) und umfangreichen [Social-Media-Aktivitäten](#) ihre Arbeitgebermarke auf Hochglanz poliert präsentieren, gelangt die authentische Kulturvermittlung in Form von Storytelling ins Hintertreffen - im Zusammenhang mit Arbeitszeitmodellen wird dies nur von fünf Prozent praktiziert.

Die Top-10-Arbeitgeber in Deutschland:

1. OTTO (GmbH & Co KG)
2. KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
3. Bundesagentur für Arbeit
4. Gothaer Versicherungsbank VVaG
5. Randstad Deutschland GmbH & Co. KG
6. Hays AG
7. Fresenius SE & Co KGaA
8. Asklepios Kliniken GmbH & Co. KGaA
9. Avantgarde Experts GmbH
10. ConSol Consulting & Solutions Software GmbH

Auf der Website stehen die [aktuellen Rankings](#), die [Presseinformation](#) mit weiteren ausgewählten Studienresultaten und Analysen über den Studienzyklus 2022/23 sowie allgemeine Informationen zur Studie zur Verfügung.

hotel & touristik

HR BEST RECRUITERS 2022/23

Auszeichnung für Eurest und Klüh

Von Redaktion (gvp/pxis) | Donnerstag, 14. September 2023



Vorbildliche Recruiting-Strategien: Auszeichnung für Klüh in Deutschland, für Eurest in Österreich

Beim Best Recruiters-Ranking für die Region DACH kürte sich Eurest in Österreich zum Gesamtsieger von 560 untersuchten Unternehmen und Multiservice-Anbieter Klüh holte sich in Deutschland den Sieg im Bereich "Facility-/Security-Services".

HOTEL & TOURISTIK

Ausgabe vom 14.09.2023



“Vermeidung von blinden Flecken in der BewerberInnenreise” mit Agnes Koller (Episode #125)

HRM.de
Fachportal für Human Resources Professionals

Gastgeber

Alexander R. Petsch
CEO Chief Enabling Officer bei HRM Institute / barbing messe AG

Gast

Agnes Koller
Studienleiterin bei BEST RECRUITERS

HRM.DE
Podcast-Folge vom
22.04.2024

Was ist entscheidend bei einem Bewerbungsprozess, die Noten oder der Einstellungstest? Welchen Fehler begehen die meisten Unternehmen auf Ihrer Karriereseite, und wie lässt sich dieser beheben? Wie sorgen Sie für mehr Glaubwürdigkeit, aber auch Passung mit Ihren WunschkandidatInnen bei der Stellenanzeige? Diese und viele weitere Fragen besprechen in der heutigen HRM Hacks-Episode Agnes Koller und Alexander Petsch, CEO des HRM Institute.

Agnes Koller arbeitet als Head of Scientific Research beim Career Institute in Wien, wo sie bereits seit vielen Jahren wissenschaftlich die Studie “Best Recruiters” betreut. Außerdem lehrt Koller HRM und Arbeitsrecht an der Fachhochschule Burgenland.

Live aus der Podcastbox auf der TalentPro 2023 sprechen Agnes Koller und Alexander Petsch über blinde Flecken in der BewerberInnenreise, und wie Sie diese von der Arbeitgeberseite aus vermeiden können.

personal manager

PERSONALMANAGER
Ausgabe 02/2024



Hinunter in den Kaninchenbau Candidate Centricity in Österreich

Individuelle, auf Kandidatinnen und Kandidaten maßgeschneiderte Prozesse sind in aller Munde – nicht erst, seit die KI wertvolle Unterstützung für die Umsetzung liefert. Doch während es in der Theorie des HR-Wunderlandes nicht nur großartig, sondern auch ziemlich unkompliziert klingt, die eigene Candidate Journey aus der Sicht von Bewerbenden zu evaluieren, spricht die Praxis doch manchmal eine andere Sprache.

Das beginnt oftmals direkt beim Eingang in den Kaninchenbau, bevor der Korridor der Türen überhaupt erreicht ist. Ich erinnere mich noch gut an den Austausch mit einem HR-Chef, der mit seinem Team eine verbreitete Herausforderung zu meistern hatte: Viele Führungskräfte im Unternehmen hatten sehr strikte Vorstellungen, was die Qualifikation ihrer Wunschmitarbeitenden anbelangte. Die richtige Ausbildung inklusive entsprechender Noten war absolute Grundvoraussetzung. Um im Sinne eines agileren Recruiting-Zugangs auch unkonventionelleren Talenten eine Chance einzuräumen, gelang dem HR-Team in zähen Verhandlungen mit der Linie ein großer Durchbruch: Vor jede Bewerbung wurde ein Online-Assessment-Center geschaltet, sodass den Führungskräften mit den klassischen Bewerbungsunterlagen auch die Ergebnisse dieser praktischen Tests vorgelegt werden konnten. Große Erleichterung machte sich breit, ab jetzt würde alles besser.

Doch ganz so einfach war es dann doch nicht. Denn im Eifer des Erfolgs hatte niemand daran gedacht, die Online-ACs aus Sicht der Bewerbenden zu betrachten, denen diese Vorgehensweise helfen sollte. Für diese präsentierte sich der neue Prozess wie folgt: Um ihre Bewerbungsunterlagen einreichen zu können, mussten sie jetzt eine Stunde lang Aufgaben absolvieren, die nicht direkt mit dem gewünschten Job zu tun hatten. Statt dadurch mehr über die Aufgaben der Position zu erfahren, waren sie mit Postkorb-Übungen und Kopfrechnen beschäftigt. Falls sie sich auf mehrere Stellen bewerben wollten, mussten sie das AC mehrmals durchlaufen. Sie erhielten keine Auswertung, kein Feedback zu ihrem Ergebnis. Und, allem voran: Sie hatten keine Ahnung, dass die ACs im Grunde FÜR SIE installiert worden waren. Dass das HR-Team sich richtig für sie ins Zeug gelegt hatte. Das hatte ihnen nämlich niemand gesagt. Untergegangen im Daily Business des Projektmanagements.



// AUTORIN
Agnes Koller
Studienleiterin,
BEST RECRUITERS,
Lektorin für Recruitment
an der FH Burgenland

BEST-RECRUITERS-Studie 2023/24: Nur 40% der Unternehmen machen Angaben zu Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Zürich, 24. April 2024 – Zum elften Mal in Folge hat die BEST-RECRUITERS-Studie die Recruiting-Prozesse der 450 grössten Unternehmen und Institutionen in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein untersucht. Am 23. April wurden in Zürich aktuellen Trends präsentiert und die BEST RECRUITERS des Landes gekürt. Mit herausragenden Ergebnissen in allen Kategorien erzielt die Migros Bank AG den diesjährigen Gesamtsieg.

Teilen



Unter den rund 150 Gästen im Papiersaal Zürich befanden sich neben Vertretern aus Human Resources und Top-Management der grössten Arbeitgeber der beiden Länder auch die wissenschaftlichen Beiräte Kuno Ledergerber, ehem. Leiter des Zentrums für Human Capital Management, ZHAW sowie Marco Furtner, Professor für Entrepreneurship und Leadership, Universität Liechtenstein.

Die umfangreichste wissenschaftliche Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum bietet erneut hochaktuelle Daten aus dem Recruiting-Sektor, unter besonderer Bezugnahme auf die neuesten Entwicklungen am Arbeitsmarkt. Im Studienjahrgang 2023/24 wurden 326 Kriterien aus 10 Kategorien entlang der Candidate Journey erhoben. Eine hohe Recruiting-Qualität ist in Zeiten des Fachkräftemangels besonders essenziell; gerade bei Nachwuchstalenten ist beispielsweise deren zielgruppenspezifische Ansprache ein wichtiges Recruiting-Instrument.

PERSONALSCHWEIZ

24.04.2024

Siegelnutzung

Die durch überdurchschnittliche, hochwertige oder ausgezeichnete Recruiting-Qualität verdienten Siegel können wirksam in der Innen- sowie der Außenkommunikation eingesetzt werden – etwa auf der Karriere-Website, in Stellenanzeigen, Blogs, sozialen Netzwerken, Medienarbeit, Intranet, Mitarbeiter:innen-Zeitung etc.

Ohne Registrierung bewerben

Schnell, einfach, online - auch per XING oder LinkedIn.

Jetzt bewerben



JOBINSERATE

Die RheinEnergie AG führt das BEST-RECRUITERS-Siegel beispielsweise in Inseraten an.



SOCIAL MEDIA

Auf LinkedIn, Facebook, Instagram und Co. teilt die STRABAG AG neben ihrer Freude auch das ihnen verliehenen Siegel.



Statements der Sieger:innen

FRAGE

WAS BEDEUTET IHNEN DIE AUSZEICHNUNG ALS BEST RECRUITER 2023/24?

WELCHE ROLLE SPIELT FEEDBACK VON BEWERBER:INNEN BEI DER OPTIMIERUNG IHRER CANDIDATE JOURNEY?



Andrea Pfister

CoE Talent Management - Talent Acquisition

ALTANA AG

Wir freuen uns sehr über die erneute Auszeichnung als BEST RECRUITER unserer Branche. Eine großartige Bestätigung für uns, dass wir die Herausforderungen im Wettbewerb um Talente gemeinsam im Team haben meistern können. Der Erfolg hängt entscheidend von den handelnden Personen ab und nicht nur von den eingesetzten Tools und Systemen. Wir versuchen bereits frühzeitig die Bedürfnisse unserer internen und externen „Kunden“ zu verstehen und danach zu handeln. Die Auszeichnung zeigt, dass wir auf einem guten Wege sind, die Candidate Journey positiv zu gestalten und jeder unserer Kolleginnen und Kollegen tagtäglich einen tollen Job macht.

Das Recruiting wird auch für uns als Spezialchemiekonzern immer herausfordernder: zum einen, was die Quantität und Qualität der Bewerbungen betrifft als auch zum anderen die veränderten Erwartungen der Bewerberinnen und Bewerber. „Keep Changing“ war und ist jedoch bereits seit langem Teil unserer DNA. Daher sind wir bereit und fähig, Veränderungen aktiv zu gestalten, ohne dabei unsere Identität zu verlieren. Das ALTANA Leitbild ist hierbei mehr als eine gute Basis, um Veränderungen zusammen zu bewältigen. Denn nur in einer Atmosphäre von Offenheit und Vertrauen, Handlungsspielraum und Wertschätzung können wir unseren Bewerberinnen und Bewerbern eine positive Candidate Experience ermöglichen.



Isabell Baumgarten

Head of Employer Branding

EnBW Energie Baden-Württemberg AG

Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung. Wir haben 2023 rund 3.400 neue Mitarbeitende eingestellt, die gemeinsam mit uns die Energiezukunft gestalten möchten. Die Zufriedenheit der Kandidat*innen mit unserer Recruiting Journey ist uns sehr wichtig und die Auszeichnung zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Regelmäßiges und konstruktives Feedback ist Teil unserer Unternehmenskultur und ein zentrales Element im Recruitingprozess. Wir erfassen und validieren das Feedback der Kandidat*innen und optimieren damit die Candidate Journey.



Claudia Marx

Director Office Administration und Human Resources

Gleiss Lutz

Die Auszeichnung bedeutet uns sehr viel. Inspirierte, engagierte und entwicklungsbereite Talente und Professionals sind für uns als Spitzenkanzlei unser wichtigstes Kapital und zentral für unseren Erfolg.

Das Feedback ist sehr wichtig, um die Bedürfnisse der Bewerber:innen zu verstehen, die Candidate Journey und die Touchpoints daran zu spiegeln und am Puls der Zeit auszurichten. Nur so können wir unserem Exzellenz-Anspruch auch im Recruiting gerecht werden.

Almuth Schlosser

Leiterin Personalentwicklung

Bundesagentur für Arbeit

Auch wir in der BA spüren den demografischen Wandel deutlich und werden in den nächsten Jahren sehr viele Beschäftigte durch Altersabgänge verlieren, so dass in Zukunft ein nennenswerter Personalbedarf besteht. Wir als BA sind wie alle anderen Arbeitgeber auch gefordert, uns im zunehmenden „War for talents“ als attraktive Arbeitgeberin zu behaupten. Dabei orientieren wir uns bei der Personalgewinnung an aktuellen Trends und Entwicklungen. Ein Blick von außen durch die BEST-RECRUITERS-Studie und ein unabhängiges Feedback zur eigenen Rekrutierungs-Performance ist für uns ein wesentlicher Gradmesser, um festzustellen, wo wir als BA bei der Rekrutierung stehen. Die individuelle Rückmeldung in den jeweiligen Studienberichten ist eine wertvolle Grundlage und für uns zugleich auch Ansporn, um bei der Personalgewinnung noch besser zu werden. Insofern freuen wir uns sehr, dass wir bei der BEST-RECRUITERS-Studie Branchensiegerin der Branche Gesundheits-/Sozialwesen/Öffentlicher Dienst geworden sind.

Das unmittelbare Feedback derjenigen, die sich bei uns bewerben, ist uns sehr wichtig. Wir sind auf Dauer nur dann in der Rekrutierung erfolgreich, wenn unser Verfahren die Bewerberinnen und Bewerber anspricht und von uns als Arbeitgeberin überzeugt. Erfahrungen, die Kandidatinnen und Kandidaten im Rahmen ihres Bewerbungsprozesses mit uns als Arbeitgeberin machen, sind daher eine ganz entscheidende Erkenntnisquelle und unterstützen uns bei der kontinuierlichen Verbesserung unseres Recruitings. Eine positive Candidate Experience trägt zu einem positiven Bild als Arbeitgeberin bei und hilft uns im Wettbewerb um die besten Talente erfolgreich zu sein. Alle Bewerberinnen und Bewerber werden zu ihren Erfahrungen mit uns als Arbeitgeberin im Rekrutierungs- und Auswahlprozess befragt. Dabei orientieren sich die Fragen an unseren wesentlichen Touchpoints im Prozess und gehen auf verschiedene Aspekte ein. So erhalten wir Informationen aus erster Hand, wie unser Recruiting auf unsere Bewerberinnen und Bewerber wirkt und von ihnen erlebt wird. Aus den Ergebnissen leiten wir systematisch Handlungs- und Optimierungsbedarfe für die Weiterentwicklung unserer Prozesse ab. Da wir alle Bewerberinnen und Bewerber befragen, verfügen wir über einen großen Fundus an Rückmeldungen und Verbesserungsansätzen, auf dem wir unsere Weiterentwicklungen planen und aufbauen können.



Severine Fiegler

Vice President Talent Acquisition, Head of Diversity and Inclusion

Infineon Technologies AG

Die Auszeichnung als BEST RECRUITER ist für uns eine große Anerkennung und Motivation! Sie bestätigt unser tägliches Streben danach, die beste Candidate Journey für unsere Bewerber:innen zu schaffen.

Unsere Candidate Journey ist geprägt von Transparenz, Offenheit und persönlicher Ansprache. Wir möchten, dass sich unsere Bewerber:innen während des gesamten Recruiting-Prozesses wertgeschätzt und informiert fühlen. Feedback spielt dabei eine entscheidende Rolle, daher sind Befragungen ein fester Bestandteil unseres Recruiting-Prozesses. Diese Auswertungen helfen uns, die individuellen Bedürfnisse noch besser zu verstehen. Nur so können wir unsere Services kontinuierlich optimieren und anpassen, um noch besser unterstützen zu können.





Nadine Elfinger

Teamleitung Arbeitgebermarketing

Kaufland

Entlang der gesamten Candidate Journey steht für uns der Mensch im Mittelpunkt. Bei unseren Personalmarketing- und Recruitingmaßnahmen ist es uns wichtig, potenzielle Mitarbeitende zielgruppengerecht und individuell abzuholen. Wir freuen uns sehr über den Branchensieg der Recruiting-Studie BEST RECRUITERS, die uns widerspiegelt, dass wir unsere HR-Arbeit an den Bedürfnissen unserer Zielgruppen ausrichten. Gleichzeitig gibt sie uns wertvolle Anregungen für unsere zukünftigen Employer-Branding-Aktivitäten, bei denen wir kontinuierlich daran arbeiten, jeden Tag noch besser zu werden.

Das Feedback unserer Bewerber:innen stellt für uns einen zentralen Baustein in unserer Candidate Journey dar. Es ermöglicht uns, unsere Prozesse nochmal aus einem ganz anderen Blickwinkel zu hinterfragen und daraus Optimierungen abzuleiten. Hierfür nutzen wir beispielsweise eine anonyme Candidate Experience Befragung zur Evaluierung unseres Bewerbungsprozesses oder analysieren regelmäßig unsere Bewertungen auf unserem kununu-Arbeitgeberprofil.



Florian Schmidt

Leitung Human Resources DE/AT

mömax Deutschland GmbH

Die Auszeichnung als BEST RECRUITER hat für uns eine herausragende Bedeutung. Sie bestätigt unsere kontinuierlichen Bemühungen, ein erstklassiges Rekrutierungserlebnis zu bieten. Dieses Prädikat zeigt, dass unsere Strategien und Prozesse effektiv sind und von unseren Bewerber:innen positiv wahrgenommen werden. Zudem verdeutlicht es, dass wir zukunftssicher aufgestellt sind. BEST RECRUITERS motiviert uns, weiterhin höchste Standards in unserem Recruiting-Prozess zu wahren und kontinuierlich zu verbessern.

Das Feedback von Bewerber:innen ist für uns von entscheidender Bedeutung bei der Optimierung der Candidate Journey. Wir nutzen die Rückmeldungen an den verschiedenen Kontaktpunkten, um unsere Prozesse kontinuierlich zu verbessern. Mithilfe unterschiedlichster Umfragen gestalten wir die einzelnen Prozessschritte kandidatenzentrierter und optimieren die Rahmenbedingungen fortlaufend.

Ann-Kathrin Budke

Personalentwicklung und Recruiting

Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH & Co. KG

Wir empfinden die Auszeichnung als große Wertschätzung. Die Situation als Recruiter ist auf dem Arbeitsmarkt aktuell nicht leicht. Gleichzeitig arbeiten wir täglich daran, auf die steigenden Anforderungen zu reagieren – mit unkomplizierten Bewerbungsprozessen, Schnelligkeit, einer neuen Karriereseite und vielen Maßnahmen mehr. Deshalb freuen wir uns natürlich sehr darüber, dass wir zu den BEST RECRUITERS gehören. Das bestätigt uns darin, dass wir auf dem richtigen Weg sind!

Es ist uns sehr wichtig, uns immer wieder in die Bewerber-Rolle hineinzudenken. Ziel ist es, unsere "Candidate Journey" zu optimieren. Für unterschiedliche Zielgruppen haben wir verschiedene Prozesse und versuchen so, eine zielgruppengerechte Journey aufzubauen. Denn wir suchen von der Reinigungskraft über den Elektriker bis hin zum Azubi und Geschäftsführer regelmäßig in sehr stark abweichenden Zielgruppen.



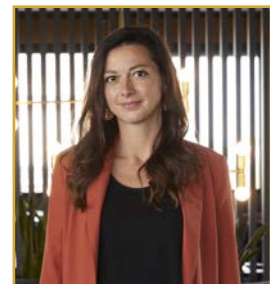
Cécile Venzlaff

Head of Recruiting

ProSiebenSat.1 Media SE

Wir freuen uns sehr darüber, dass sich unser Engagement im Recruiting auszahlt. Einerseits zeigt uns diese Auszeichnung, dass wir die richtigen Strategien und Prozesse implementiert haben, um qualifizierte Kandidat:innen anzuziehen und einzustellen. Andererseits motiviert sie uns auch weiterhin exzellente Arbeit zu leisten. Vielen lieben Dank für die Auszeichnung. Wir werden uns auch weiterhin dafür einsetzen, die besten Talente für unser Unternehmen zu gewinnen.

Das Feedback von Bewerber:innen spielt eine zentrale Rolle bei der Optimierung unserer Candidate Journey. Es ermöglicht uns, wertvolle Einblicke in den Bewerbungsprozess aus Sicht der Bewerber:innen zu gewinnen und potenzielle Schwachstellen zu identifizieren. Auf dieser Grundlage können wir dann gezielte Maßnahmen ergreifen, um den Bewerbungsprozess noch effizienter zu gestalten.





André Preis

Head of Recruiting & Sourcing

Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG

Die Auszeichnung BEST RECRUITER ist für uns eine riesen Freude und Bestätigung unserer täglichen Arbeit. Wir versuchen uns mit Blick auf unsere Kunden kontinuierlich weiterzuentwickeln. Hierfür nutzen wir die Lean Philosophie, um Kundenbedürfnisse zu erkennen, unsere Tätigkeiten daran auszurichten und möglichst effizient zu sein. BEST RECRUITERS ist als unabhängige Auszeichnung für uns eine riesen Anerkennung, dass wir dabei auf dem richtigen Weg sind und unser persönlicher „Oscar“.

Seit einigen Jahren erheben wir regelmäßig Feedback von unseren Kandidaten. Dabei spielen verschiedene Faktoren von Geschwindigkeit unseres Prozesses, über Transparenz bis hin zu Qualität der Gespräche eine Rolle. Die für uns entscheidende Frage ist, ob die Bewerber uns als Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Die Informationen, die wir hieraus sammeln, nutzen wir, um uns immer wieder zu hinterfragen und zu verbessern. Feedback der Kandidaten ist dabei ein zentraler Faktor, ohne den wir uns nicht weiterentwickeln können.



Gerd Dörfler

Teamleiter Recruiting

STIHL

Die Auszeichnung als BEST RECRUITER ist für uns eine tolle Anerkennung unserer kontinuierlichen Bemühungen, die besten Talente für unser Unternehmen zu identifizieren und zu gewinnen. Sie bestätigt, dass unsere Strategien und Prozesse im Recruiting erfolgreich sind und bei den Talenten ankommen. Uns ist wichtig, unseren Bewerbenden authentisch und wertschätzend zu begegnen und – gerade in herausfordernden Zeiten – ein positives Recruiting-Erlebnis zu bieten. Das bedeutet vor allem eine zielgruppenorientierte Kommunikation, Transparenz und einfache Prozesse. Der Branchensieg zeigt uns, dass wir hier mit unserem Team auf dem richtigen Weg sind und am Puls der Zeit agieren.

Feedback ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Als Familienunternehmen ist uns eine authentische Kommunikation auf Augenhöhe wichtig – und diese sollte bereits beim Bewerbungsprozess beginnen. Wir sind bestrebt, unseren Bewerbenden ein positives Erlebnis zu bieten, wissen aber auch, dass Menschen unterschiedliche Erwartungen und Ansprüche haben. Daher freuen wir uns immer über ehrliches Feedback, um unsere Prozesse weiter zu verbessern und zielgruppengerecht zu gestalten. Feedback ermöglicht uns dabei, direkte Einblicke in die Erfahrungen und Wahrnehmungen der Bewerbenden zu gewinnen und gezielt Anpassungen vorzunehmen. Durch die Analyse des Feedbacks können wir Potenziale identifizieren und Prozesse entsprechend gestalten, um eine reibungslosere und positivere Erfahrung zu gewährleisten. Unter anderem nehmen wir daher auch Rückmeldungen auf nunnu oder anderen Social-Media-Plattformen sehr ernst und werten diese entsprechend aus.

Daniela Bacher

Bereichsleitung Employer Branding & Recruiting

STRABAG AG

Wir freuen uns sehr, wieder als eines der besten Unternehmen für unsere Recruitingaktivitäten von BEST RECRUITERS ausgezeichnet worden zu sein. Besonders stolz sind wir, das goldene Siegel als Branchensieger in der Kategorie Bau erhalten zu haben. Diese Auszeichnung bestätigt, dass wir mit unseren intensiven Bemühungen im Bereich Employer Branding und Recruiting genau auf dem richtigen Weg sind. Für uns ist diese Auszeichnung mehr als nur ein Preis, sie ist ein wertvolles Instrument zur Stärkung unserer Arbeitgebermarke, zur Gewinnung von Top-Talenten und zur Verbesserung unserer Rekrutierungsstrategien. Die Auszeichnung ermöglicht STRABAG, sich als attraktive und zukunftsorientierte Arbeitgeberin zu präsentieren.

Wir gewinnen wertvolle Erkenntnisse und Impulse zur kontinuierlichen Verbesserung unserer Prozesse, indem wir aktiv Feedback von Kandidat:innen im Bewerbungsprozess einholen. Ebenso analysieren wir die Ergebnisse von renommierten Auszeichnungen wie "BEST RECRUITERS" und leiten entsprechende Maßnahmen ab. Diese Informationen helfen uns, geeignete Bewerber:innen besser zu identifizieren und tragen somit dazu bei, dass wir eine hervorragende Candidate Experience bieten. Wir optimieren bereits jetzt unsere relevanten Touchpoints in der Candidate Journey und verbessern den Bewerbungsprozess von der Orientierungsphase bis zur Bindungsphase. Dabei ist ein zentraler Bestandteil unserer Recruiting-Philosophie die offene und transparente Kommunikation mit allen Bewerber:innen. Direktes Feedback von beiden Seiten ist uns dabei sehr wichtig. Zusätzlich weisen wir auch auf die Möglichkeit hin unseren Bewerbungsprozess anonym auf Arbeitgeberplattformen, wie kununu oder Glassdoor, zu bewerten. Unser Slogan „Work On Progress“ prägt sowohl unsere Recruiting-Kommunikation als auch unsere Unternehmenskultur und zieht sich durch alle digitalen und analogen Kanäle. Wir begegnen allen Bewerber:innen mit höchster Professionalität und setzen uns aktiv für Gleichberechtigung, Diversität und Inklusion ein, um ein optimales Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiter:innen zu schaffen.

**Torsten Ledor**

Abteilungsleiter Zentrales Recruiting

TARGOBANK AG

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital. Deshalb legen wir großen Wert auf unseren Auftritt als Arbeitgeberin – und das vom ersten Kontakt an. Wir setzen unter anderem auf niedrigschwellige Angebote zur Kontaktaufnahme und einen umfassenden Social-Media-Auftritt. Zudem haben wir unbürokratische und schnelle Bewerbungsprozesse etabliert: Ein aussagekräftiger Lebenslauf reicht völlig aus, denn wir möchten schnell mit Kandidatinnen und Kandidaten ins Gespräch kommen und uns austauschen. Die Auszeichnung als BEST RECRUITER ist für uns Wertschätzung und Bestätigung unserer Arbeit. Besonders stolz sind wir, dass wir wie im Vorjahr den ersten Platz in der Bankenbranche belegen.

Feedback ist für uns als lernende Organisation grundsätzlich ein wichtiges Werkzeug, um Prozesse zu optimieren und uns weiterzuentwickeln. Das gilt auch mit Blick auf die Candidate Journey. Deshalb bitten wir im Anschluss an Bewerbungsgespräche aktiv um Feedback. Weitere wichtige Quellen, die wir screenen, sind unsere Social-Media-Kanäle sowie Bewertungsportale. Auch die Rückmeldungen, die wir hieraus übermittelt bekommen, fließen in die fortlaufende Optimierung unserer Prozesse ein.





Mark Pollok

CEO Trenkwalder Deutschland & Österreich | CEO Trenkwalder Group)

Trenkwalder Personaldienste GmbH

Die Auszeichnung ist für uns ein wichtiger Meilenstein und eine großartige Bestätigung unserer Bemühungen insbesondere im letzten Jahr. Mit unserem Marken-Relaunch haben wir neue Maßstäbe in der Branche gesetzt und frische Impulse gegeben. Wir haben unsere Identität als Unternehmen geschärft und unsere Werte und unsere Mission noch klarer kommuniziert. Die Auszeichnung unterstreicht, dass wir in der Lage sind, in einem wettbewerbsintensiven Markt hervorragende Arbeit zu leisten und uns durch unsere Recruiting-Strategien klar zu positionieren. Zudem spiegelt sie nicht nur die harte Arbeit und das Engagement unseres Teams wider, sondern auch unser kontinuierliches Bestreben, exzellente Dienstleistungen anzubieten, die sowohl den Bedürfnissen der Unternehmen als auch der Kandidaten gerecht werden. Sie bestätigt, dass unser Ansatz, auf moderne, effektive und kandidatenzentrierte Recruiting-Strategien zu setzen, der richtige Weg ist. Wir sehen dies als Ansporn, unsere Prozesse weiter zu optimieren und auch in Zukunft innovative und effektive Recruiting-Lösungen zu entwickeln.

Das Feedback unserer Bewerber spielt eine zentrale Rolle in der kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer Candidate Journey. Es liefert uns wichtige Einblicke in die Wahrnehmung unserer Recruiting-Prozesse und zeigt uns auf, wo wir noch Verbesserungspotenzial haben. Unsere Neuausrichtung hat nicht nur unser äußeres Erscheinungsbild verändert, sondern auch unsere internen Prozesse und die Art und Weise, wie wir mit Kandidat:innen kommunizieren und interagieren. Eine optimierte Candidate Journey ist ein entscheidender Faktor für unseren Erfolg, da sie die Grundlage für eine positive Erfahrung unserer Kandidat:innen bildet und letztlich darüber entscheidet, ob wir als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden. Durch regelmäßiges Einholen und Auswerten des Feedbacks können wir gezielt Anpassungen vornehmen und sicherstellen, dass unsere Bewerbungsprozesse transparent, effizient und wertschätzend sind. Damit setzen wir innovative Standards in der Branche. Wir gewährleisten damit, dass wir nicht nur die besten Talente anziehen, sondern ihnen auch eine außergewöhnliche Bewerbungserfahrung bieten, die Vertrauen schafft und unsere Marke nachhaltig stärkt.

Hintergrund

DIE GRÖSSTE RECRUITING-STUDIE IN D-A-CH

Ausgehend von einer Studie, die den Rekrutierungsprozess als wichtigsten Erfolgsfaktor jedes Unternehmens identifizierte³, 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 12. Erhebungsdurchgangs in Deutschland hat **BEST RECRUITERS** seit Initiierung der Studie in Summe 17.196 Arbeitgeber-Untersuchungen anhand von insgesamt rund 2,9 Millionen Einzelkriterien-Überprüfungen durchgeführt. Zur Analyse des Bewerber:innen-Umgangs wurden 65.500 Bewerbungen versendet sowie analysiert und über 22.796 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 von über 1.200 Arbeitgebern 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-Kund:innenportal können Unternehmen und Institutionen ihre Auswertung nach individuellem Interesse filtern und so jederzeit ein passgenaues Optimierungsportfolio erstellen.⁴

The screenshot shows the 'BR Ergebnisse' (BR Results) page in the BEST RECRUITERS portal. The user is logged in as 'BR AUT 22/23' and is viewing the 'Arbeitgebervergleich' (Employer Comparison) tab. The table below compares the performance of three companies (A, B, C) across various recruitment criteria, grouped into three pillars. The 'erreichte Punkte' (achieved points) are shown for each criterion, along with the 'max. Punkte' (maximum possible points).

Säulen und Kategorien	erreichte Punkte	A	B	C	max. Punkte
Säule 1: Online-Recruiting-Präsenz	31,5	33,5	32,5	35	38
Karriere-Website	18,5	20,5	21	22	25
Social Web	10	10	9	10	10
Mobile Recruiting	3	3	2,5	3	3
Säule 2: Online-Stellenanzeige	8	10,5	13	10,5	15
Inhalt der Online-Stellenanzeige	6,5	8	10	8	12
Usability der Online-Stellenanzeige	1,5	2,5	3	2,5	3
Säule 3: Bewerber:innen-Umgang	6	38	44	35	47
Bewerbungsresonanz	0	28	31,5	26	34
Usability im Bewerbungsprozess	2	3	4	3	4
Mobile Usability	0	3	2,5	0	3
Kontaktaufnahme per E-Mail	3	2	3	3	3
Talent Relationship Management	1	2	3	3	3
Gesamtergebnis	45,5	82	89,5	80,5	100

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

⁴ Screenshot BEST-RECRUITERS-Kund:innenportal



Die BEST-RECRUITERS-Werte

Alle Mitarbeiter:innen bei **BEST RECRUITERS** agieren stets im Einklang mit den folgenden Werten und Prinzipien. Sie sind entscheidend, um die hochgesteckten Ziele zu erreichen, relevante, valide Ergebnisse zu liefern und den Arbeitsmarkt optimal zu unterstützen.

BEWERBER:INNENNAH

Oberste Prämisse bei **BEST RECRUITERS** ist die Sicht der Bewerber:innen. In diesem Zusammenhang ist das Studiendesign vor allem an den Interessen und Bedürfnissen potenzieller Arbeitnehmer:innen ausgerichtet. Diese Betrachtungsweise erlaubt es auf einzigartige Weise, Verbesserungspotenziale für Personalabteilungen aufzudecken und somit eine bessere Ansprache der einzelnen Zielgruppen zu ermöglichen.

ZUKUNFTSWEISEND

BEST RECRUITERS wird laufend an die jüngsten Entwicklungen im Recruiting angepasst: Interessiert widmen sich die wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen neuen Recruiting-Trends und analysieren zukunftsweisende Erfolgsfaktoren im HR-Umfeld. So können Arbeitgebern stets zeitgemäße Optimierungsvorschläge unterbreitet werden.

OPTIMIEREND

Basierend auf den Studienergebnissen identifiziert **BEST RECRUITERS** Optimierungspotenziale und leitet konkrete Verbesserungsmaßnahmen zur Erhöhung der Recruiting-Qualität eines Arbeitgebers ab. Um dieser verantwortungsvollen Rolle gerecht zu werden, bedarf es auch von Seiten der Studie einer kontinuierlichen Weiterentwicklung. Zu diesem Zweck werden nach jedem Erhebungszyklus qualitätssteigernde Maßnahmen durchlaufen.

PRAXISNAH

Im Rahmen der jährlich stattfindenden Feedback-Gespräche mit Kund:innen und Geschäftspartner:innen werden umfassende Verbesserungsmöglichkeiten erfasst. Nach Evaluation und Prüfung durch das **BEST-RECRUITERS**-Team und die wissenschaftlichen Beirät:innen finden regelmäßig Optimierungsmaßnahmen Eingang in die Studie.

WISSENSCHAFTLICH

Die Studie wird von qualifizierten Mitarbeiter:innen in enger Kooperation mit dem Studienbeirat durchgeführt. Im Sinne der Wissenschaftlichkeit wird bei der Bewertung der Arbeitgeber auf die notwendige Strenge, Objektivität und Transparenz gesetzt.

FAIR

Der Umgang mit den Ergebnissen der **BEST-RECRUITERS**-Studie erfolgt stets diskret. Ziel der Studie ist eine Steigerung der Recruiting-Qualität, nicht die Brandmarkung einzelner Arbeitgeber. Individuelle Ergebnisse gehen daher nur an die jeweilige Personalabteilung. Es werden ausschließlich zertifizierungsreife Arbeitgeber veröffentlicht, also nur jene Unternehmen und Institutionen, die überdurchschnittlich gut abschneiden. Dabei wird rein die Platzierung und kein individuelles Ergebnis dargestellt.

Systematisiertes Bewerber:innen-Feedback

BEST RECRUITERS bietet Arbeitgebern die Chance, Kandidat:innen – insbesondere jenen, die ein Job-Interview absolviert haben – anonym Fragen zu ihren Erfahrungen und Erlebnissen im Bewerbungsprozess zu stellen. Die Befragung wurde in Zusammenarbeit mit Arbeitspsycholog:innen und Recruiting-Expert:innen erarbeitet und kann individuell angepasst werden. Aufgrund ihrer Subjektivität fließen die Ergebnisse nicht in die **BEST-RECRUITERS**-Wertung mit ein, sondern werden Arbeitgebern ausschließlich vertraulich zur Verfügung gestellt. Seit dem Studienjahrgang 2022/23 ist die Bewerber:innen-Feedback-Befragung direkt in **robin mood** – das wissenschaftlich fundierte Stimmungsbarometer von career Institut & Verlag – eingebettet. Arbeitgeber erhalten so die Chance, ehrliches Feedback frisch aus der Candidate Journey direkt im Tool auszuwerten und so etwaigen Handlungsbedarf sofort zu erkennen.

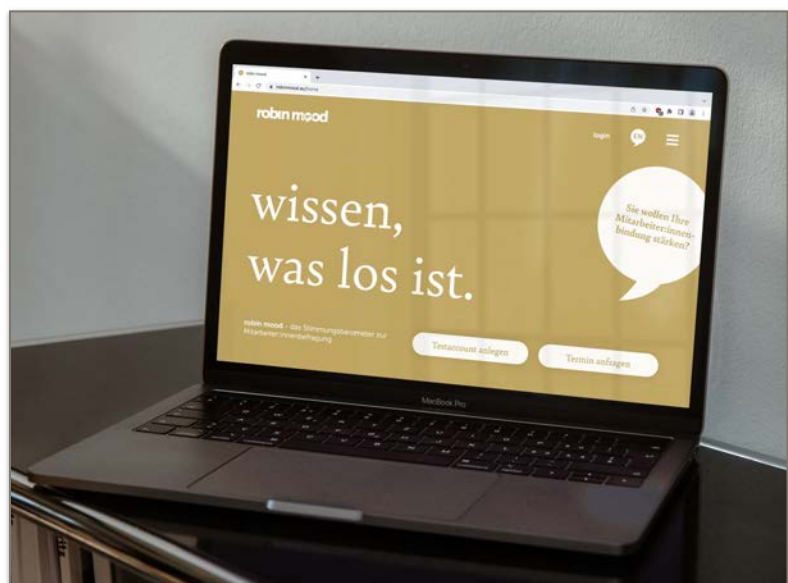
ÜBER ROBIN MOOD

Speziell auf Mitarbeiter:innen-Befragungen abgestimmt ist das vielseitige digitale Stimmungsbarometer und Umfragetool **robin mood**, welches gemeinsam mit Arbeitspsycholog:innen entwickelt wurde und somit wissenschaftlich abgesicherte Inhalte garantiert. Auch die technische Entwicklung und Betreuung wurde und wird von hauseigenen Spezialist:innen durchgeführt. robin mood ist einfach und intuitiv in Implementierung, Administration, Anwendung und Auswertung. Die Befragungen erfolgen multimedial (via E-Mail, App, SMS und/oder QR-Code) und sind extern bezüglich DSGVO-Konformität, Datensicherheit und Anonymität zertifiziert. Mit dem integrierten Kolland-Rohner-Index erlaubt es robin mood, nicht nur Stimmung, sondern auch die Bindung der Mitarbeiter:innen an den Arbeitgeber zu messen. Der Bindungsindex wird automatisch aus den Befragungsergebnissen errechnet

Einige Key Features von robin mood:

- Intervallbefragungen
- Kolland-Rohner-Index zur Messung der Bindung
- KI-Sentiment-Analyse der Kommentare
- Handlungsempfehlungen
- bereits in elf Sprachen verfügbar

www.robinmood.eu





Initiativen am jungen Arbeitsmarkt

career Institut & Verlag befasst sich seit über 30 Jahren in vielfältigen Projekten intensiv mit dem Ausbildungs- und dem jungen Arbeitsmarkt sowie den diversen relevanten Stakeholder:innen. So unterstützen wir beispielsweise durch unsere Initiativen Abiturient:innen bei der Wahl des individuellen passenden Karrierewegs. Dies erfolgt durch regelmäßige Publikationen und durch laufenden, durch großes Vertrauen geprägten Austausch mit Expert:innen, der Schüler:innenvertretung, Hochschulen inkl. Career Centern sowie der HR-Community.

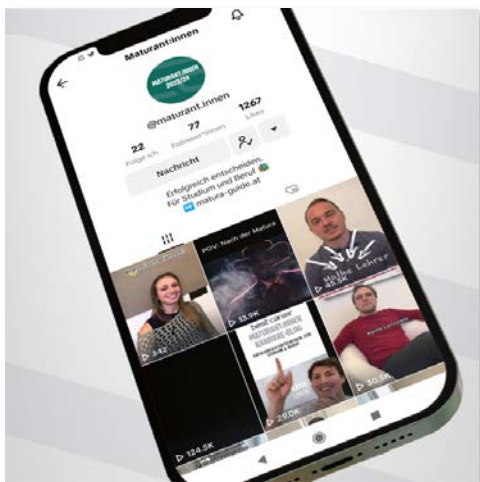
Der Erfolg begründet sich unter anderem in der engen Zusammenarbeit mit oftmals schwer erreichbaren Key Playern wie den Schüler:innen- und Bildungsberater:innen (Pädagog:innen mit Zusatzausbildung, verantwortlich für Berufsorientierung direkt an den Schulen), der Schülerunion Österreich, welche mit über 30.000 Mitgliedern die größte Schüler:innenorganisation Österreichs ist, sowie den Career Centern und Alumniclubs, die Anlaufstellen für Jobsuchende an heimischen Hochschulen.

Die **Maturant:innen-Initiative** von career Institut & Verlag ist seit 19 Jahren die führende Anlaufstelle für Österreichs Abiturient:innen bei Fragen zur Bildungs- und Berufswahl. Sie präsentiert die Top-Arbeitgeber des Landes liefert wichtige Karriere-Infos, unterstützt bei der Entscheidungsfindung und zeigt Job-, Aus- sowie Weiterbildungsmöglichkeiten auf. Das Herzstück der Kampagne – der Maturant:innen-Guide (als Buch und Blog) – wird ergänzt durch Events, Newsletter sowie digitale Kommunikation.

Dem Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen entsprechend startete career Institut & Verlag zusammen mit **GPK public** 2023 das Projekt „TikTok“. Seither werden die fundierten Infos für Studien- und Berufseinsteiger:innen auch auf der beliebten Bewegtbild-Plattform geteilt – gleichermaßen nützlich wie unterhaltsam.

Schnell konnte das ganze Team für den einen oder anderen Clip gewonnen werden: Wer ist unser CEO? Unser **Chocolate Eating Officer** ist auch auf dem Kanal zu sehen – mit einem Augenzwinkern natürlich!

www.matura-guide.at



Personenzertifizierung nach ISO 17024

CERTIFIED RECRUITMENT EXPERT – DER EXZELLENZNACHWEIS FÜR PROFESSIONALS IM RECRUITING

Mit der **BEST-RECRUITERS**-Studie stellt career Institut & Verlag seit 2010 die Recruiting-Qualität von Arbeitgeber-Systemen fest. Seit 2023 kann nun auch die persönliche Recruiting-Qualität von Einzelpersonen Normen-basiert zertifiziert werden – in Kooperation mit dem unabhängigen Zertifizierungsinstitut **Premium Cert**.

Voraussetzungen für Anwarter:innen umfassen Integrität, zwei Jahre aufrechte Praxis im Recruiting sowie einschlägige Kurse oder Studien. Für die erfolgreiche Zertifizierung wird ein Case aus der eigenen Praxis mit einer erfahrenen Expert:innen-Kommission unter dem Vorsitz von Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Elšik, Institutsvorstand für Personalmanagement an der WU Wien, diskutiert.

Gerade in Zeiten herausfordernder Rahmenbedingungen am Arbeitsmarkt tragen Recruiter:innen eine besonders große, persönliche Verantwortung. Neben klassischen Gütekriterien der Personalgewinnung wie etwa zeitnahe Bewerbungsmanagement gilt es, laufend neue Wege in der Ansprache relevanter Zielgruppen zu evaluieren – von Programmatic Job Advertising bis hin zu agilen Interview-Techniken. Die Zertifizierung als Recruitment Expert stellt topaktuelles Wissen gepaart mit praktischer Kompetenz und der Fähigkeit zu kritischer Reflexion unter Beweis. Ein absolutes Asset im Human Branding.

www.premiumcert.eu/zertifizierungen



Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

BEST RECRUITERS

Deutschland

Für Arbeitgeber:

Raimund Karel

Telefon: +43 1 585 69 69 - 30

E-Mail: raimund.karel@bestrecruiters.eu

Jessika Krzemien

Telefon: +43 1 585 69 69 - 23

E-Mail: jessika.krzemien@bestrecruiters.eu

Medienkontakt:

Bernhard Schwingsandl

Telefon: +43 1 585 69 69 - 26

E-Mail: bernhard.schwingsandl@bestrecruiters.eu

Agnes Koller

Head of Scientific Research

Alexander Binder

Deputy Head of Scientific Research

Copyright © 2024 **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 - 0

BEST RECRUITERS AUSGEZEICHNETE RECRUITING-QUALITÄT

Seit 2010 untersucht BEST RECRUITERS jährlich mehr als 1.200 der umsatz- und mitarbeitendenstärksten Arbeitgeber in Österreich, Deutschland, der Schweiz sowie Liechtenstein auf ihre Recruiting-Maßnahmen. Der Kriterienkatalog wird jedes Jahr in enger Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Beirat auf aktuellste Entwicklungen im HR abgestimmt und umfasst 2023/24 326 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 Bewerber:innen so eine verbesserte Candidate Journey zu bieten. Damit die richtigen Talente und die richtigen Arbeitgeber zueinander finden.