

Studienexzerpt

14. Jahrgang | Deutschland



BEST RECRUITERS

Studienexzerpt 2025/26



bestrecruiters.eu

BEST RECRUITERS
14. Jahrgang 2025/26 | Deutschland

Studienexzerpt



Inhaltsverzeichnis

BEST RECRUITERS auf einen Blick	5
Der Studienbeirat	6
Die Menschen hinter der Studie	6
Das BEST-RECRUITERS-PORTAL	8
Die Ergebnisse	9
Ergebnisse in den Erhebungskategorien	9
Fachkräfte gezielt ansprechen	10
Ergebnisse in den Kategorien	11
Karriere-Website	11
Social Media	13
Online-Stellenanzeige	14
Bewerbungsresonanz	15
Kontaktanfrage: Umgang mit KI	16
Top 100	17
Branchensieger:innen	20
Branchenranking	26
BEST RECRUITERS zeichnet aus	28
BEST-RECRUITERS-Verleihung	28
Medienberichte	29
Siegelnutzung	31
Statements der Sieger:innen	32
Hintergrund	39
Die BEST-RECRUITERS-Werte	40
Systematisiertes Bewerber:innen-Feedback	41
BEST RECRUITERS Deep Dive	42
Personenzertifizierung nach ISO 17024	43

BEST RECRUITERS auf einen Blick

ERHEBUNGS-
SÄULEN
2025/26



robin mood

Ergebnisse haben keinen Einfluss auf die Bewertung.

330 Kriterien aus 10 Erhebungskategorien entlang der Candidate Journey

> 1.400 analysierte Arbeitgeber jährlich im D-A-CH-Raum

> 19.100 vollumfängliche Arbeitgeber-Untersuchungen seit 2010

DIE SIEGEL



Der Studienbeirat

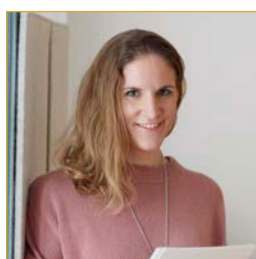
Stetige Optimierung und Entwicklung – diesen Anspruch richtet **BEST RECRUITERS** nicht nur an Arbeitgeber, sondern in erster Linie auch an sich selbst. Der Kriterienkatalog wird demzufolge laufend überarbeitet und an aktuelle Trends und Entwicklungen in den Bereichen Recruiting und Employer Branding angepasst. Gerade in diesen Prozessen sind die enge Zusammenarbeit und der stetige Austausch mit dem internationalen wissenschaftlichen Beirat besonders wertvoll.



Kuno Ledergerber
ehemaliger Leiter des
Zentrum für Human Ca-
pital Management an der
Zürcher Hochschule für
Angewandte Wissen-
schaften (ZHAW)



Prof. Dr. Marco Furtner
Professor für Entrepre-
neurship und Leadership
an der Universität Liech-
tenstein



Mag. Agnes Koller
Lehrende an der Hoch-
schule Burgenland, ehe-
malige Studienleiterin
BEST RECRUITERS



**Prof. Dr. Silvia Ettl-
Huber**
Departmentleiterin Wirt-
schaft an der Hochschule
Burgenland

Die Menschen hinter der Studie

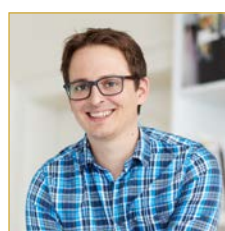
Die Studie wird alljährlich mit höchstem Anspruch an Wissenschaftlichkeit und Genauigkeit von Christian Pasteka, Alexander Binder und ihrem Team durchgeführt.



Markus Gruber
Studieninitiator
Geschäftsführer
career Institut &
Verlag



Christian Pasteka
Studienleiter
BEST RECRUITERS



Alexander Binder
operativer 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 und Details zum Personal-auswahlprozess über die zielgruppenspezifische Informationsaufbereitung bis hin zu Employer-Branding-Aspekten wie einer facettenreichen Darstellung der (hybriden) Unternehmenskultur oder des Corporate Purpose. Zusätzlich wird untersucht, welche Phasen der **Candidate Journey für mobile Endgeräte** optimiert sind. Weitere Kriterien beschäftigen sich mit der Aktivität der **Social-Media-Auftritte**. Die in dieser Säule zu erreichenden Punkte umfassen 37 % der Gesamtpunkte.

SÄULE 2: ONLINE-STELLENANZEIGEN

In Säule 2 rücken Stellenanzeigen in den Fokus. Arbeitgeber punkten hier etwa mit konkreten Bewerbungsanreizen sowie der persönlichen Note in Form von Kontaktdaten der Ansprechperson, Bild- und Videomaterial. Betrachtet wird auch die Ausgewogenheit der in Stellenanzeigen aufgelisteten Anforderungen und Anreize. Außerdem wird die **Usability** der Anzeigen analysiert, inklusive einer Untersuchung der **zugrunde liegenden (strukturierten) Daten**, die für Google for Jobs von Relevanz sind. Insgesamt können in dieser Säule 17 % der Gesamtpunkte erreicht werden.

SÄULE 3: BEWERBER:INNEN-UMGANG

BEST RECRUITERS erstellt Avatare – fiktive Charaktere mit unterschiedlichen, Backgrounds – und versendet fünf 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. Initiativen in Verbindung mit **Talent Relationship Management** komplettieren die Beleuchtung des Bewerber:innen-Umgangs. Zusammen ergeben die Kategorien der 3. Säule 46 % 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 direkt im Tool auszuwerten und so etwaigen Handlungsbedarf zu erkennen. Das Feedback leistet einen wertvollen Beitrag zur qualitativen Weiterentwicklung des Bewerbungsprozesses in Unternehmen und Institutionen und signalisiert Bewerber:innen Wertschätzung sowie Transparenz.

Das BEST-RECRUITERS-PORTAL

Das grunderneuerte BEST-RECRUITERS-PORTAL lässt sich individuell an die Bedürfnisse der Kund:innen anpassen. Für eine optimale User Experience wurde es in enger Zusammenarbeit mit Expert:innen aus Theorie und Praxis entwickelt – etwa im Hinblick auf Informationsdesign und Usability. Die detaillierte Analyse von Kund:innen-Feedbacks stellt einen weiteren wichtigen Eckpfeiler für das neue Portal dar. Kund:innen erhalten damit eine übersichtliche und zugleich tiefgreifende Analyse ihrer Recruiting-Prozesse, kombiniert mit **Benchmarks, Best Practices, abgestimmten Optimierungsstrategien sowie individuellen Erweiterungsmöglichkeiten**.

Das Portal bildet die umfassenden **Studienergebnisse** kompakt, maßgeschneidert auf aktuelle Bedarfe dar und setzt diese übersichtlich in Relation zum Wettbewerb auf nationaler und internationaler Ebene. Parallel ermöglicht es den gezielten Fokus auf individuell gesetzte **Schwerpunkte**; persönliche Erweiterungsoptionen stärken zusätzlich die eigene Recruiting-Strategie. Durch regelmäßige Updates mit neuen Features wird das Portal laufend erweitert.

Kund:innen können im Portal ihre **Detaillergebnisse**, relevante **Best Practices** aus der Praxis sowie sämtliche **Hintergrundinformationen** und weiterführende Studien zu den untersuchten Kriterien abrufen. Die praktische **Bookmark-Funktion** erlaubt den Fokus auf spezifische Kernthemen.

Mithilfe des **Arbeitgebervergleichs** können Kund:innen ihr Ergebnis jenem von drei Arbeitgebern ihrer Wahl gegenüberstellen. Optional kann der Vergleich um **zwei zusätzliche Arbeitgeber** erweitert werden. Das Österreich-Gesamtranking sowie das Ranking der eigenen Branche stehen ebenfalls für eine **Standortbestimmung** zur Verfügung.

Verliehene **Zertifikate** können im **Self-Service-Bereich** heruntergeladen werden. Darüber hinaus steht der **Studienbericht** wie bisher gewohnt als PDF-Download bereit.

Um die User Experience laufend weiter zu verbessern, besteht die Möglichkeit, jederzeit online Feedback zu Portal und Features zu übermitteln.

Das Portal ist **ab sofort** verfügbar und ohne zusätzliche Kosten in BEST RECRUITERS Classic enthalten. Ein kostenloser Ergebnisüberblick ist durch eine Registrierung im Portal möglich.



Die Ergebnisse

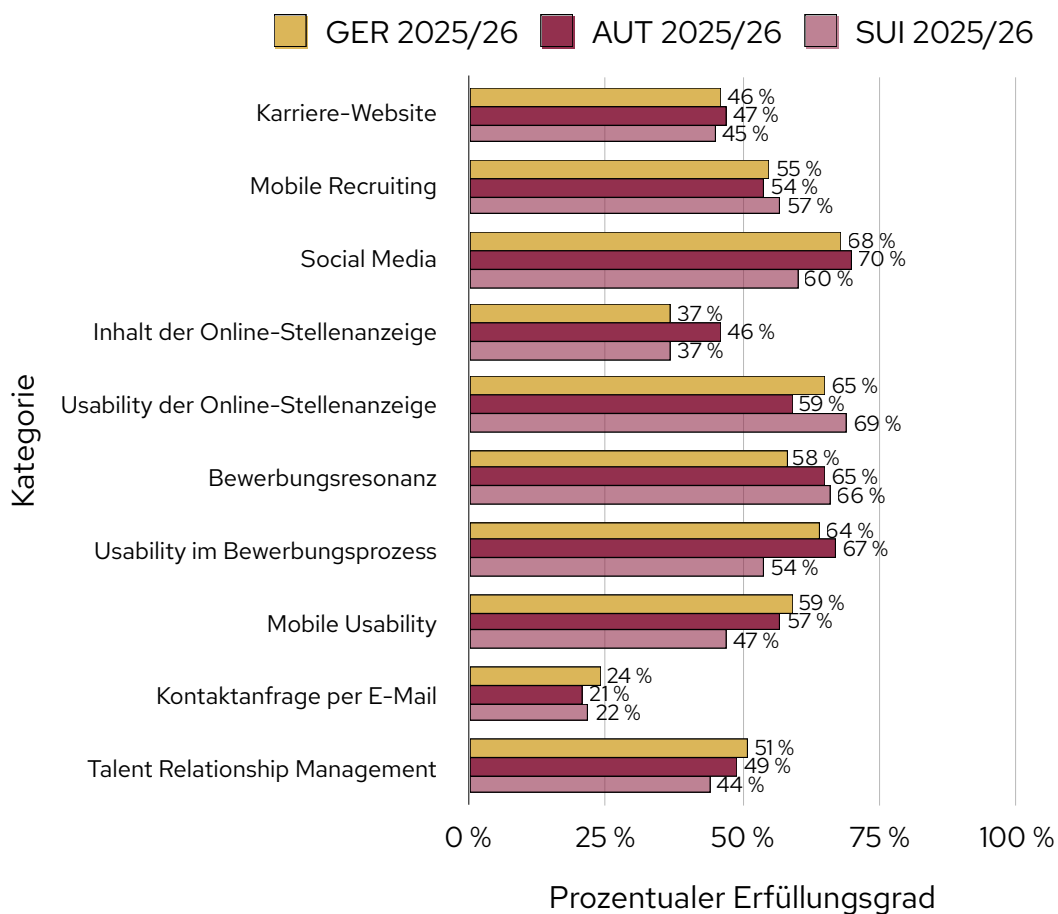
Ergebnisse in den Erhebungskategorien

Das Diagramm zeigt die seitens der Gesamtstichprobe durchschnittlich erreichten **Punkte** in den zehn Erhebungskategorien, jeweils in Relation zur Maximalpunktzahl. Insgesamt wurden in der Deutschland 2025/26 die Recruiting-Maßnahmen von **517 Unternehmen aus 29 Branchen** erhoben. Im Vergleich sind die Ergebnisse aus Österreich und der Schweiz zu sehen.

Das höchste durchschnittliche Ergebnis wird im Bereich *Social Media* erzielt: Dies ist nicht zuletzt dadurch bedingt, dass sich die Präsenzen derzeit auf weniger Plattformen **konsolidieren**, die dafür häufiger und mit **qualitativem Content** bespielt werden.

Hohe Ergebnisse werden auch in den Kategorien *Usability der Online-Stellenanzeige* sowie *Usability im Bewerbungsprozess* erzielt. Aufgrund des weitläufig **persönlichkeitsorientierten Zugangs** sind die österreichischen und Schweizer Arbeitgeber in der *Bewerbungsresonanz* stärker als die deutschen Nachbarn.

Im Studienjahrgang 2025/26 erkundigte sich ein fiktiver Jobinteressierter zur **Verwendung Künstlicher Intelligenz** im Arbeitsalltag. Der niedrige Punkteschnitt bei der *Kontaktanfrage per E-Mail* resultiert aus der niedrigen Antwortquote: Nur gut ein Viertel der Anfragen wurde beantwortet.



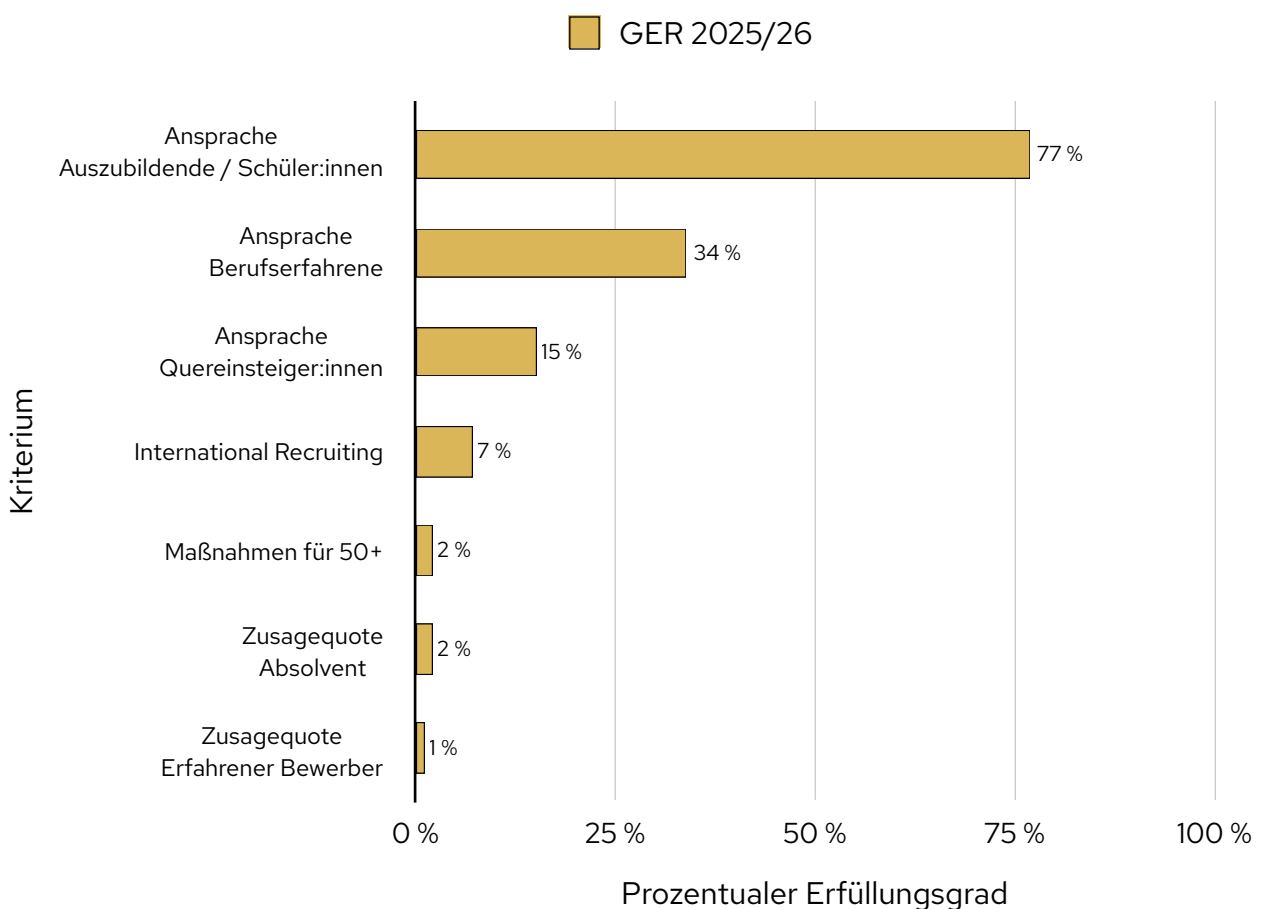
Quelle: BEST RECRUITERS 2025/26 GER (n = 517 Arbeitgeber), AUT (n = 556 Arbeitgeber), SUI (423 Arbeitgeber)

Fachkräfte gezielt ansprechen

Während die Situation am Arbeitsmarkt für Bewerbende schwieriger wird, dauert der Fachkräftemangel an. Neben der Akquisition von **Fachkräften** aus dem Ausland – für die 7 % der Karriere-Websites spezielle Informationen bieten – sollten auch potenzielle Bewerbende angesprochen werden, die bereits über mehr **Lebens- und Berufserfahrung** verfügen, da hier viel Fachkräftepotenzial zu holen ist. Spezielle Maßnahmen, die Mitarbeitende aus der **Altersgruppe 50+** fördern sollen, werden ebenso nur von 2 % der Arbeitgeber nach außen kommuniziert.

Im Rahmen der Studie wurde untersucht, für welche **Zielgruppen** spezifische Informationen auf der Karriere-Website bereitgestellt werden. Während 77 % der Arbeitgeber:innen die Zielgruppe der **Auszubildenden bzw. Schüler:innen** ansprechen, werden **Berufserfahrene** nur auf 34 % der untersuchten Karriere-Websites mit gezielten Informationen versorgt. Auf **Quereinsteiger:innen** gehen nur 15 % ein.

Auffallend ist auch die **Zusagequote** bei den versandten Bewerbungen: Bei der Bewerbung auf Leadership-Stellen wurde jeweils eine Bewerbung einer Person versandt, die direkt nach dem Studienabschluss steht – parallel dazu bewarb sich auch eine Person mit Berufserfahrung auf dieselbe Stelle. Angesichts der **Leadership-Aspekte** der ausgeschriebenen Stelle wäre zu erwarten, dass die erfahrene Person häufiger Einladungen zum Bewerbungsgespräch erhält; hier wurden aber keine signifikanten Unterschiede in den Quoten festgestellt, die erfahrene Person wurde sogar etwas seltener eingeladen.



Quelle: BEST RECRUITERS 2025/26 (n = 517 Arbeitgeber)

Ergebnisse in den Kategorien

Karriere-Website

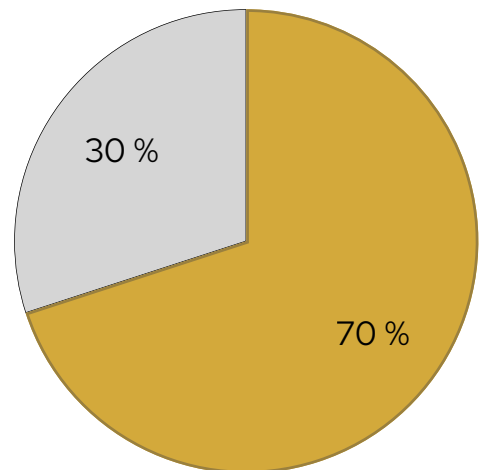
In der Kategorie *Karriere-Website* erzielen die **517 untersuchten deutschen Arbeitgeber** im Schnitt 46 % der möglichen Punkte – ein Prozentpunkt weniger als im Vorjahr.

Die Kommunikation von **Entwicklung, Up- & Reskilling-Maßnahmen** ist um fünf Prozentpunkte angestiegen: 95 % der Arbeitgeber kommunizieren entsprechende Initiativen. Leichte Anstiege verzeichnet das Themenfeld *flexibles Arbeiten*. Eine **Home-Office-Möglichkeit** ist nun auf 52 % der Karriere-Websites zu finden, flexible **Arbeitszeitmodelle** auf 46 % der Seiten. Drei von zehn Arbeitgebern sprechen über **Organisationsformen** wie räumliche Maßnahmen oder Agilität. *Familienfreundlichkeit* wird etwas häufiger thematisiert als im Vorjahr: 44 % der Arbeitgeber sprechen nun die Vereinbarkeit von **Beruf und Familie** an.

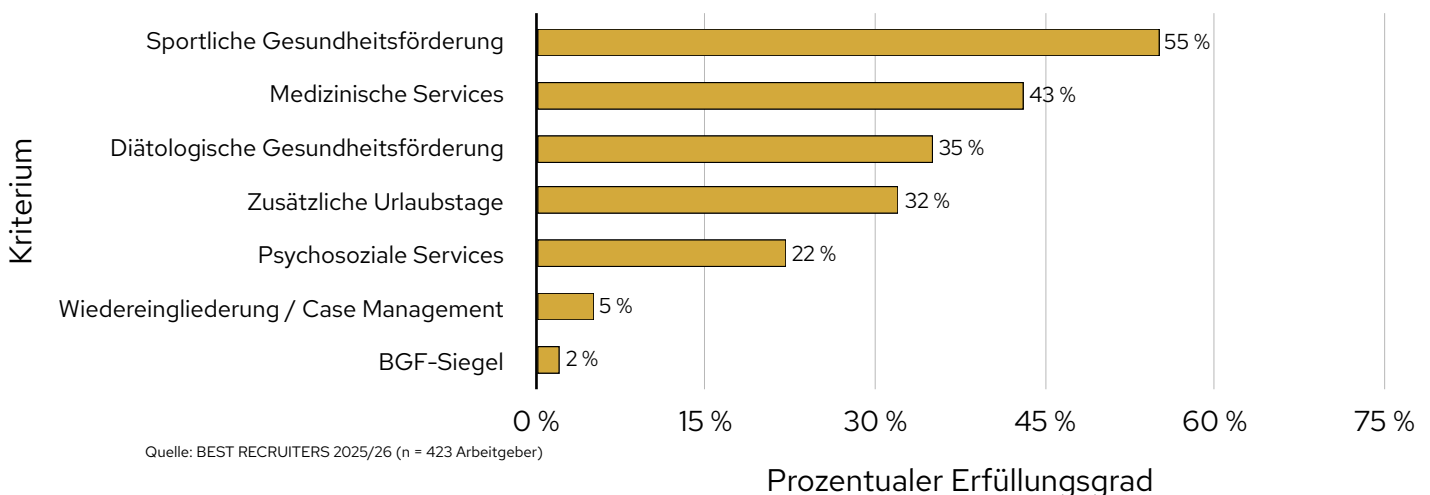
GESUNDHEIT IST PRIORITÄT

Gestiegen ist auch die Kommunikation des **Betrieblichen Gesundheitsmanagements**: 70 % der Arbeitgeber kommunizieren Maßnahmen in diesem Themenfeld. Mit Abstand am häufigsten werden **sportliche Initiativen** genannt, etwa Fitnesscenter-Zuschüsse, Laufgruppen oder gemeinsame sportliche Aktivitäten im Team, die die Gesundheit der Mitarbeitenden begünstigen sollen. **Medizinische Leistungen** wie Betriebsärzt:innen oder Impfaktionen sind am zweithäufigsten zu finden. 35 % der Arbeitgeber bieten zusätzliche Urlaubstage, die der Erholung dienen und somit die Gesundheit fördern. **Psychosoziale Services** wie Beratung oder spezielle Hotlines kommen bei 22 % der Arbeitgeber zum Einsatz. Wenige Arbeitgeber thematisieren die **Wiedereingliederung** nach langen Krankenständen. Externe **Siegel**, die gesundheitliches Engagement bestätigen, kommen mit 2 % sehr selten zum Einsatz.

Betriebliches Gesundheitsmanagement
Karriere-Website



- BGM thematisiert
- BGM nicht thematisiert



(WEITER)-BILDUNG ALS RETENTION-TOOL

Die **Herausforderungen** für die HR-Abteilungen sind vielfältig: Mitunter können nicht alle Positionen ausgeschrieben werden, die als nötig angesehen werden, gleichzeitig müssen **Nachbesetzungen** durchgeführt werden; der Recruiting-Auftritt darf also nicht vernachlässigt werden. Durch den Fachkräftemangel stoßen Arbeitgeber je nach Region und Branche auf zusätzliche Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung. Bewerbende äußern vermehrt den Wunsch nach **Jobsicherheit**, Fachkräfte müssen gehalten werden.

Entwicklungsmaßnahmen sind daher nicht nur intern von großer Bedeutung, sondern sollten auch für Bewerbende nach außen kommuniziert werden, um Fachkräften zu vermitteln, dass der Arbeitgeber auf die **langfristige Bindung und Entwicklung** Wert legt.

Maßnahmen aus dem Themenkomplex *Entwicklung, Up- & Reskilling* werden von **95 % der deutschen Arbeitgeber** in unterschiedlicher Ausprägung und Dimension kommuniziert.

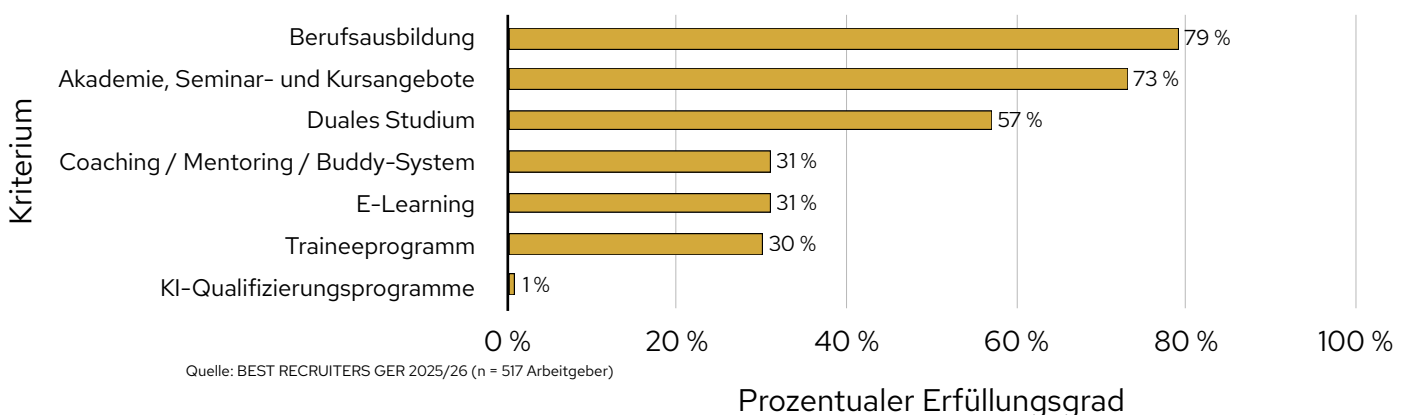
Erstmals wurde in diesem Bereich der Studie untersucht, ob spezielle Schulungen zum **Umgang mit KI** kommuniziert werden; diese sind durch den **AI Act** verpflichtend, wenn Künstliche Intelligenz im Unternehmen zum Einsatz kommt. Nach außen werden diese aber nur von 1 % kommuniziert.

Im Weiterbildungssektor werden am häufigsten Angebote wie **Seminare und Kurse** oder unternehmenseigene **Akademien** angesprochen. Durch letztere wird vermittelt, dass Weiterbildung nicht nur punktuell und aktionistisch gehandhabt wird, sondern ein klares Konzept dahintersteht. Knapp drei Viertel der Arbeitgeber kommunizieren derartige Angebote. 31 % setzen spezifisch auf **E-Learning-Angebote**.

Systeme, die sich mit 1:1-Unterstützung befassen, sind etwas häufiger als im Vorjahr vertreten und kommen bei 31 % der Arbeitgeber vor. In diese Kategorie fallen sowohl **Buddy-Systeme** als auch **Mentoring- und Coaching-Programme**, die die Entwicklung in späteren Berufsphasen fördern.

Die **Berufsausbildung** ist jene Bildungsmaßnahme, die am frühesten ansetzt und bei 75 % der untersuchten Unternehmen und Institutionen auf der Karriere-Website zu finden ist. **Trainee-Programme** sprechen häufig ältere Zielgruppen an als die Ausbildung und sind niederschwelliger als das Commitment zu einem Beruf; diese werden von 30 % thematisiert.

Duale Studien sind in Deutschland **weit verbreitet** und werden daher von 57 % der Arbeitgeber kommuniziert; **das Länderergebnis sticht im D-A-CH-Vergleich stark hervor**. Zum Vergleich: In Österreich kommunizieren 11 % der Arbeitgeber diese Möglichkeit, in der Schweiz 13 %.



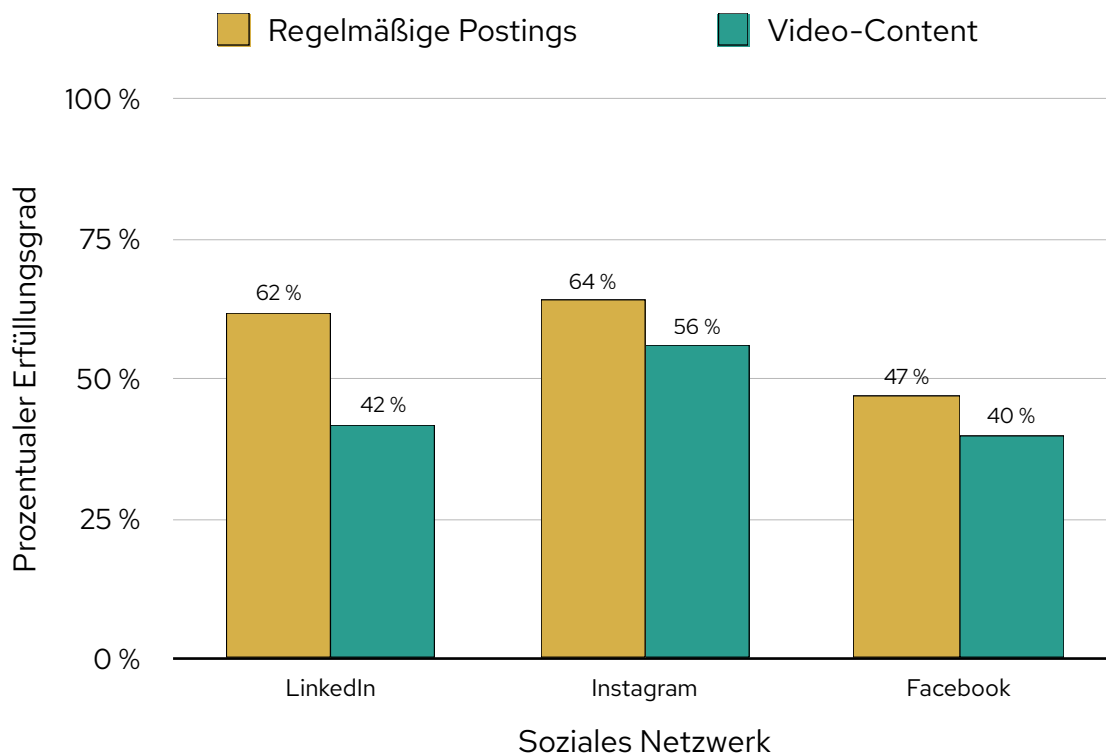
Social Media

Die Social-Media-Präsenzen der Unternehmen und Institutionen konzentrieren sich zunehmend auf **LinkedIn und Instagram**. Durch die Bevorzugung von Video-Content im Algorithmus wird die Bespielung mit qualitativem Content gleichzeitig immer aufwändiger.

Im Rahmen der Studie wird untersucht, ob Arbeitgeber auf verschiedenen Social-Media-Präsenzen zugegen sind und dort regelmäßigen Content posten. Zur qualitativen Analyse in Bezug auf **Reichweitenpotenzial** durch den Algorithmus wurde erstmals untersucht, ob **Videomaterial** in den Posts zum Einsatz kommt.

Die Studienergebnisse zeigen, dass je nach Plattform **bis zu 56 % der Arbeitgeber** auf Video-Content setzen; auf Instagram ist dieser am weitesten verbreitet. Dies rührt von der Struktur der Plattform her, welche Reels stark in den Vordergrund gerückt hat. Da **Meta** die Nutzer:innen verknüpfter Seiten stark ermutigt, den Content auch auf **Facebook** zu veröffentlichen, ist der Anteil hier ebenfalls relativ hoch. Nur vereinzelt werden Inhalte spezifisch für Facebook erstellt.

Auf **LinkedIn** sind Videos im Verhältnis seltener zu finden. Auch LinkedIn versuchte, Video-Content zu incentivieren, der Video-Tab in der App ist aber wieder verschwunden. Durch die verstärkte Desktop-Nutzung der Plattform sind hier außerdem auch **Querformat-Videos** häufiger zu sehen, welche für Instagram aufgrund der hochformatigen Smartphone-Bildschirme nicht geeignet wären. Anders als in Österreich und der Schweiz ist LinkedIn in Deutschland nicht die meistbespielte Plattform, sondern wurde von Instagram überholt.



Quelle: BEST RECRUITERS GER 2025/26 (n = 517 Arbeitgeber)

Online-Stellenanzeige

Durch **multimediale Inhalte** werden auch Stellenanzeigen attraktiver: Mit Videos punkten Arbeitgeber nicht nur auf Social Media, sondern auch in den Stellenanzeigen. 14 % der Stellenanzeigen enthalten mittlerweile **Videomaterial** – ein leichter Anstieg, aber viel Luft nach oben. Zum Vergleich: 22 % der österreichischen und 26 % der Schweizer Stellenanzeigen enthalten Videomaterial. 62 % der deutschen Stellenanzeigen enthalten jedoch abgestimmtes Bildmaterial, also solches, das zur Stelle bzw. zum Employer-Branding-Konzept passt oder die **Ansprechpersonen** beinhaltet.

Letztere sind auf Stellenanzeigen etwas seltener zu finden als im Vorjahr. Der Anteil ist um drei Prozentpunkte gesunken, auf den Karriere-Websites stagniert er mit 34 %.

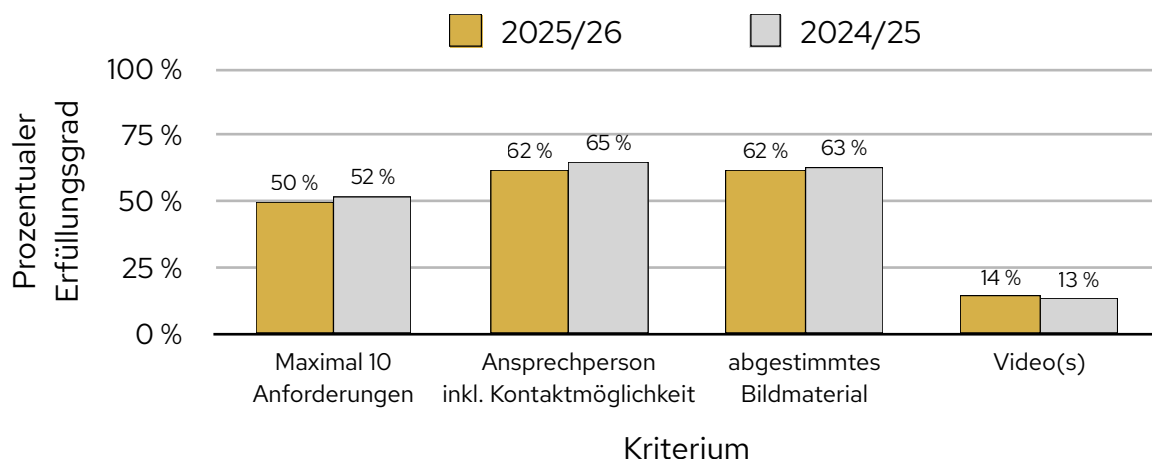
Stellenanzeigen sind fordernder geworden: Nur jede zweite Stellenanzeige beschränkt ihr **Anforderungsprofil** auf maximal zehn Punkte. In Österreich liegt der Anteil mit 47 % noch leicht darunter, die Schweizer Arbeitgeber haben mit einem Erfüllungsgrad von 60 % eine stärkere Tendenz zu schlanken Anforderungsprofilen.

Gleichzeitig werden auch weniger **Anreize** kommuniziert: Benefits sind in 86 % der deutschen Stellenanzeigen enthalten, vier Prozentpunkte weniger als im Vorjahr, besonders attraktiv sind aber jene 57 % der Stellenanzeigen, die mehr Anreize als Anforderungen erhalten und damit als **guter Deal von Bewerber:innenseite** wahrgenommen werden, sofern die Anreize auch den echten Bedürfnissen der jeweiligen Bewerbenden entsprechen. Auch hier ist der Anteil um zwei Prozentpunkte zurückgegangen, das Niveau ist aber ähnlich wie in Österreich und deutlich höher als in der Schweiz. Deutsche Arbeitgeber verfolgen also eine andere Strategie: Sie fordern mehr, gleichen das aber durch vermehrte Anreize aus. Dennoch besteht die Gefahr einer Überladung der Stellenanzeigen.



„Unter der Oberfläche muss auch Substanz liegen: Anforderungen sollten sich auf das Wesentliche konzentrieren, Anreize den echten Bedürfnissen entsprechen. Wer die Zielgruppe kennt, kann auch entsprechende Benefits anbieten.“

Christian Pasteka, Studienleiter BEST RECRUITERS



Quelle: BEST RECRUITERS 2025/26 GER (n = 519 Arbeitgeber), 2024/25 GER (n = 433 Arbeitgeber)

Bewerbungsresonanz

Im Rahmen der Studie werden jährlich **Bewerbungen von Avataren** versendet und deren Rückmeldungen analysiert. Erstmals erhielt jeder Arbeitgeber fünf Bewerbungen. 95 % der Bewerbungen konnten via **Online-Bewerbungsformular** eingereicht werden, bei 5 % stand nur die Bewerbungsmöglichkeit per E-Mail zur Verfügung. Aus den Rückmeldungen werden die Reaktionszeiten gemessen, ebenso werden die Antwortschreiben inhaltlich analysiert.

Unter den Bewerbungen wurde ein Vergleichsszenario getestet: Bei **Leadership-Stellen** wurden jeweils zwei gleich strukturierte Bewerbungen eingereicht. Eine davon kam von einem jungen Studienabgänger, die andere von einem älteren Menschen mit Berufserfahrung. Bei einer solchen Stelle wäre zu erwarten, dass der erfahrene Bewerber deutlich häufiger zu einem Gespräch eingeladen wird als der Bewerber ohne Berufserfahrung; die Zusagequote zeigte aber **keine statistisch signifikanten Unterschiede**. (siehe S. 10)



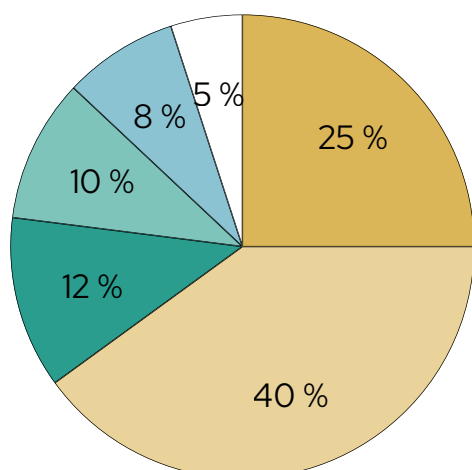
„Ältere und somit erfahrene Bewerbende werden häufig übersehen, selbst wenn sie die optimalen Qualifikationen mitbringen. Potenziale werden so oft nicht genutzt.“

Christian Pasteka, Studienleiter BEST RECRUITERS

Die Beantwortungsdauer der Bewerbungen ist im Vorjahresvergleich länger geworden: 25 % der Bewerbungen erhielten eine Antwort binnen drei Werktagen; vier Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. In der Frist von vier bis zehn Werktagen wurden 40 % der Bewerbungen beantwortet. **13 % der Bewerbungen erhielten jedoch keine Antwort**, auch wenn teilweise eine Empfangsbestätigung zugestellt wurde. Im Vorjahresvergleich ist der Anteil der unbeantworteten Bewerbungen leicht um einen Prozentpunkte gestiegen.

Die persönliche Note in den Absageschreiben sinkt ebenfalls: Eine **persönliche Anrede** mit 87 % sowie eine **Kontaktperson** mit 55 % waren weniger häufig in den Absageschreiben zu finden wie im Vorjahr; die Absageschreiben mit Kontaktperson sind sogar um zehn Prozentpunkte zurückgegangen.

Reaktionsgeschwindigkeit auf Bewerbungen



Quelle: BEST RECRUITERS 2025/26 GER (n = 2.585 Bewerbungen)

- 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

Kontaktanfrage: Umgang mit KI

Im Rahmen der BEST-RECRUITERS-Studie wird neben Bewerbungen auch eine jährlich wechselnde **Interessenanfrage** aus der Sicht von Kandidat:innen übermittelt. Ziel dieser Anfrage ist die ergänzende Beleuchtung relevanter Themen für Bewerber:innen sowie eine Analyse der **Ansprechbarkeit von HR-Abteilungen**, abseits klassischer Bewerbungsprozesse.

Im Studienjahrgang 2025/26 steht hierbei der **Umgang mit Künstlicher Intelligenz** im Fokus. Ein Interessent erkundigte sich darüber, wie der jeweilige Arbeitgeber zur Nutzung von KI im Arbeitsalltag steht. Er begründet die Frage damit, dass eine Bewerbung für ihn nur dann sinnvoll ist, wenn er die Kenntnisse, die er sich zu diesem Thema angeeignet hat, auch nutzen darf.

Die Anfrage wurde nur **von 27 % der Arbeitgeber beantwortet**, wobei ein Großteil der Antworten innerhalb von drei Werktagen zugesandt wurde. Insgesamt zeigen sich die Unternehmen und Institutionen nicht sehr auskunftsfreudig.

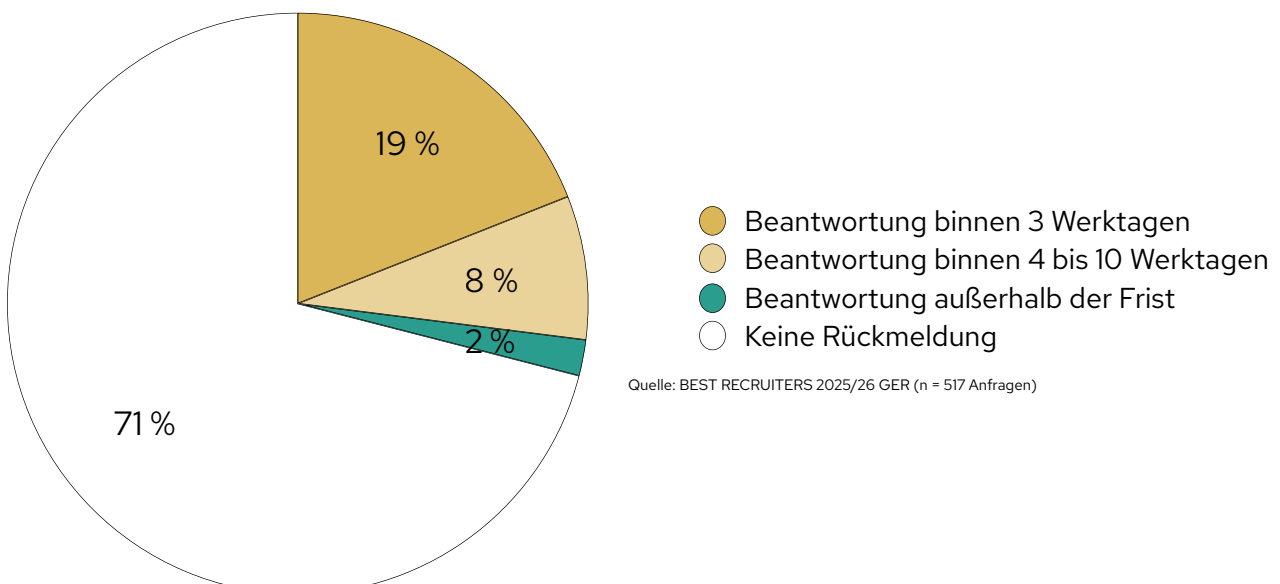
Gleichzeitig wurden die Arbeitgeber befragt, ob sie im Bewerbungsprozess auf Künstliche Intelligenz zurückgreifen. Das Ergebnis: Von den Unternehmen, die **KI im Recruiting einsetzen**, wird diese in allen drei Ländern am häufigsten zur **Erstellung von Stellenanzeigen, Recruiting-Texten und Kommunikationsinhalten** verwendet. Während Schweizer Unternehmen KI vergleichsweise häufig zur Unterstützung im Auswahlprozess nutzen, zeigt sich in Deutschland ein deutlich stärkerer Fokus auf **Active Sourcing** und die Identifikation potenzieller Kandidat:innen. Österreichische Arbeitgeber verwenden KI dagegen primär zur Optimierung von Recruiting-Kommunikation und Employer Branding.



„Künstliche Intelligenz ist noch eine große Blackbox: Bewerbende werden häufig über den Einsatz dieser Zukunftstechnologie im Dunkeln gelassen.“

Christian Pasteka, Studienleiter BEST RECRUITERS

Kontaktanfrage



Top 100

Das Ranking zeigt die Top 100 aller 517 untersuchten Arbeitgeber des Studienjahrgangs 2025/26. 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.

Ranking 2025/26	Ranking 2024/25	Arbeitgeber Platz 1 – 30	Gesamtpunkte in Prozent
1	57	Klüh Service Management GmbH	87 %
2	6	Deloitte	85,5 %
3	20	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG	84 %
4	80	All for One Group SE	83,5 %
5	8	Bundesagentur für Arbeit	83 %
6	5	KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	83 %
7	9	BarmeniaGothaer AG	83 %
8	2	Kaufland	82 %
9	NEU	Deutsche Bahn	81,5 %
10	12	ProSiebenSat.1 Media SE	81,5 %
11	1	RheinEnergie AG	80,5 %
12	32	ERGO Group AG	80 %
13	11	EY Deutschland	80 %
14	4	TenneT TSO GmbH	79,5 %
15	15	Hama GmbH & Co KG	79 %
16	19	Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG	78 %
17	21	mömax Deutschland GmbH	77,5 %
18	31	Trenkwalder Personaldienste GmbH (Deutschland)	76,5 %
19	55	Asklepios Kliniken GmbH & Co. KGaA	76 %
20	41	TARGOBANK AG	76 %
21	22	toom Baumarkt GmbH	76 %
22	NEU	Wüstenrot & Württembergische AG	75,5 %
23	43	ConSol Consulting & Solutions Software GmbH	75,5 %
24	NEU	Hays AG	75 %
25	77	badenova AG & Co. KG	75 %
26	129	Peter Cremer Holding GmbH & Co. KG	74,5 %
27	65	YER Talents GmbH	74,5 %
28	NEU	Commerzbank AG	74,5 %
29	17	Peek & Cloppenburg Düsseldorf B.V. & Co. KG	74,5 %
30	16	ALTANA AG	74,5 %

TOP 100

„NEU“ sind jene Arbeitgeber, die in der Erhebung 2024/25 nicht Teil der Stichprobe waren.

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

Ranking 2025/26	Ranking 2024/25	Arbeitgeber Platz 31 – 65	Gesamt- punkte in Prozent
31	18	PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	74,5 %
32	26	ALDI SÜD	74,5 %
33	7	Randstad Deutschland GmbH & Co. KG	74,5 %
34	146	E.ON SE	74 %
35	14	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	74 %
36	27	OPTIMA packaging group GmbH	73 %
37	104	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	73 %
38	35	Fresenius SE & Co KGaA	73 %
39	NEU	VZ VermögensZentrum Bank AG	72,5 %
40	28	Mazars GmbH & Co. KG	72,5 %
41	74	EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG	72,5 %
42	34	Baker Tilly Holding GmbH	72 %
43	40	Bechtle AG	72 %
44	59	Gleiss Lutz	72 %
45	48	CLAAS	72 %
46	62	TUI Cruises GmbH	71 %
47	114	XXXL Zentralverwaltung GmbH & Co. KG	71 %
48	149	N-ERGIE Aktiengesellschaft	71 %
49	54	DKV EURO SERVICE GmbH + Co. KG	70,5 %
50	39	Drees & Sommer SE	70 %
51	144	FMG Flughafen München GmbH	69,5 %
52	NEU	Wilhelm Böllhoff GmbH & Co. KG	69,5 %
53	58	Coppenrath & Wiese GmbH & Co. KG	69,5 %
54	NEU	UVEX WINTER HOLDING GmbH & Co. KG	69 %
55	NEU	Hüttenwerke Krupp Mannesmann GmbH	69 %
56	25	Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG	69 %
57	162	Popken Fashion Services GmbH	68,5 %
58	68	Dirk Rossmann GmbH	68,5 %
59	102	valantic GmbH	68,5 %
60	24	Axel Springer	68 %
61	29	Henkel AG & Co. KGaA	68 %
62	10	STIHL	68 %
63	209	VNG AG	67,5 %
64	207	Wackler Holding SE	67,5 %
65	176	Salzgitter Flachstahl GmbH	67,5 %

Ranking 2025/26	Ranking 2024/25	Arbeitgeber Platz 66 – 100	Gesamt- punkte in Prozent
66	169	EUROIMMUN Medizinische Labordiagnostika AG	67,5 %
67	63	Raiffeisen Waren GmbH	67 %
68	30	Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH + Co. KG	67 %
69	101	WISAG Facility Service Holding GmbH & Co. KG	67 %
70	64	MAHLE GmbH	67 %
71	86	Procter & Gamble Germany GmbH & Co Operations oHG	67 %
72	33	STRABAG AG (Deutschland)	67 %
73	90	Accenture GmbH (Deutschland)	66,5 %
74	NEU	Veolia Holding Deutschland GmbH	66,5 %
75	13	Walbusch-Gruppe	66,5 %
76	115	Münchner Verkehrsgesellschaft mbH (MVG)	66,5 %
77	NEU	Kühne + Nagel (AG & Co.) KG	66 %
78	103	GEZE GmbH	66 %
79	38	R+V Versicherung AG	66 %
80	NEU	Zalando SE	66 %
81	95	CMS Hasche Sigle Partnerschaft von Rechtsanwäl- ten und Steuerberatern mbB	66 %
82	82	Sartorius AG	66 %
83	121	hema electronic GmbH	65,5 %
84	↑	NOWEDA eG Apothekergenossenschaft	65,5 %
85	127	INTER Versicherungsgruppe	65,5 %
86	49	RWE AG	65,5 %
87	56	Salzgitter AG	65,5 %
88	↑	ARGUS DATA INSIGHTS Deutschland GmbH	65 %
89	↑	Premium Food Group ApS & Co. KG	65 %
90	100	Elbe Flugzeugwerke GmbH	65 %
91	88	ODU GmbH & Co. KG	65 %
92	205	DRÄXLMAIER Group	65 %
93	168	PAUL HARTMANN AG	65 %
94	69	DekaBank Deutsche Girozentrale	65 %
95	87	Interhyp Gruppe	65 %
96	NEU	DATAGROUP SE	65 %
97	46	Lafim-Diakonie	65 %
98	44	Sana Kliniken AG	65 %
99	42	Infineon Technologies AG	65 %
100	123	REWE Group (Deutschland)	65 %

Branchensieger:innen

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

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Anlagen-/Maschinenbau Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	45	CLAAS	72,0 %	gold
2	62	STIHL	68,0 %	silber
3	109	FRICKE Group SE & Co. KG	64,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Automotive/KFZ Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	70	MAHLE GmbH	67,0 %	gold
2	90	Elbe Flugzeugwerke GmbH	65,0 %	silber
3	92	DRÄXLMAIER Group	65,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Banken/Finanzdienstleistung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	20	TARGOBANK AG	76,0 %	gold
2	28	Commerzbank AG	74,5 %	silber
3	39	VZ VermögensZentrum Bank AG	72,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Bau/Holz Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	72	STRABAG AG (Deutschland)	67,0 %	gold
2	78	GEZE GmbH	66,0 %	silber
3	101	Rhomberg Bau Gruppe Deutschland	64,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Chemie/Life Sciences/Medizintechnik Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	30	ALTANA AG	74,5 %	gold
2	38	Fresenius SE & Co KGaA	73,0 %	silber
3	66	EUROIMMUN Medizinische Labordiagnostika AG	67,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Dienstleistung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	49	DKV EURO SERVICE GmbH + Co. KG	70,5 %	gold
2	74	Veolia Holding Deutschland GmbH	66,5 %	silber
3	154	FitX Deutschland GmbH	60,0 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Einzelhandel Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	17	mömax Deutschland GmbH	77,5 %	gold
2	21	toom Baumarkt GmbH	76,0 %	silber
3	29	Peek & Cloppenburg Düsseldorf B.V. & Co.	74,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Eisen/Metall Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	55	Hüttenwerke Krupp Mannesmann GmbH	69,0 %	gold
2	65	Salzgitter Flachstahl GmbH	67,5 %	silber
3	102	Butting Gruppe GmbH & Co. KG	64,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Elektro-/Elektronikherstellung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	15	Hama GmbH & Co KG	79,0 %	gold
2	83	hema electronic GmbH	65,5 %	silber
3	91	ODU GmbH & Co. KG	65,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Energie Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	11	RheinEnergie AG	80,5 %	gold
2	14	TenneT TSO GmbH	79,5 %	silber
3	25	badenova AG & Co. KG	75,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Facility-/Security-Services Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	1	Klüh Service Management GmbH	87,0 %	gold
2	64	Wackler Holding SE	67,5 %	silber
3	68	Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH +	67,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Gastronomie/Tourismus Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	46	TUI Cruises GmbH	71,0 %	gold
2	192	Motel One GmbH	56,5 %	bronze
3	268	schauinsland-reisen gmbh	52,0 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Gesundheitliche Primärversorgung/ Rehabilitation Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	97	Lafim-Diakonie	65,0 %	gold
2	132	Burchard Führer GmbH	62,0 %	silber
3	147	evidia Europe GmbH	60,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Getränkeherstellung Top 2 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	189	Radeberger Gruppe KG	56,5 %	bronze
2	280	Coca-Cola Europacific Partners Deutschland GmbH	52,0 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Großhandel/Vertrieb Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	26	Peter Cremer Holding GmbH & Co. KG	74,5 %	gold
2	67	Raiffeisen Waren GmbH	67,0 %	silber
3	84	NOWEDA eG Apothekergenossenschaft	65,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	IT/Software/Telekommunikation Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	4	All for One Group SE	83,5 %	gold
2	23	ConSol Consulting & Solutions Software GmbH	75,5 %	silber
3	43	Bechtle AG	72,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Industrie Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	52	Wilhelm Böllhoff GmbH & Co. KG	69,5 %	gold
2	87	Salzgitter AG	65,5 %	silber
3	115	HYDAC International GmbH	64,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Konsumgüterherstellung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	61	Henkel AG & Co. KGaA	68,0 %	gold
2	71	Procter & Gamble Germany GmbH & Co	67,0 %	silber
3	129	Beiersdorf AG	63,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Krankenhäuser/ Stationäre Einrichtungen Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	19	Asklepios Kliniken GmbH & Co. KGaA	76,0 %	gold
2	98	Sana Kliniken AG	65,0 %	silber
3	107	Niels-Stensen-Kliniken Marienhospital Osnabrück GmbH	64,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Lebensmitteleinzelhandel Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	8	Kaufland	82,0 %	gold
2	16	Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG	78,0 %	silber
3	32	ALDI SÜD	74,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Medien/Werbung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	10	ProSiebenSat.1 Media SE	81,5 %	gold
2	60	Axel Springer	68,0 %	silber
3	88	ARGUS DATA INSIGHTS Deutschland GmbH	65,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Nahrungsmittelherstellung Top der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	53	Conditorei Coppenrath & Wiese KG	69,5 %	gold
2	89	Premium Food Group ApS & Co. KG	65,0 %	silber
3	123	Zott SE & Co. KG	63,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Öffentlicher Dienst/ Staatsnahe Betriebe Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	5	Bundesagentur für Arbeit	83,0 %	gold
2	76	Münchner Verkehrsgesellschaft mbH (MVG)	66,5 %	silber
3	181	Landeshauptstadt München	57,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Personaldienstleistung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	18	Trenkwalder Personaldienste GmbH	76,5 %	gold
2	24	Hays AG	75,0 %	silber
3	27	YER Talents GmbH	74,5 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Rechtsberatung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	44	Gleiss Lutz	72,0 %	gold
2	81	CMS Hasche Sigle Partnerschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern mbB	66,0 %	silber
3	157	Noerr LLP	60,0 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Transport/Verkehr/Logistik Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	3	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG	84,0 %	gold
2	9	Deutsche Bahn	81,5 %	silber
3	37	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	73,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Unternehmensberatung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	2	Deloitte	85,5 %	gold
2	6	KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	83,0 %	silber
3	13	EY Deutschland	80,0 %	silber

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Verpackungsindustrie Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	36	OPTIMA packaging group GmbH	73,0 %	gold
2	152	Edelmann GmbH	60,0 %	bronze
3	180	THIMM Holding GmbH + Co. KG	57,5 %	bronze

Ranking in der Branche	Ranking im Gesamt- vergleich	Versicherung Top 3 der Branche	Gesamt- punkte in Prozent	Siegel
1	7	BarmeniaGothaer AG	83,0 %	gold
2	12	ERGO Group AG	80,0 %	silber
3	22	Wüstenrot & Württembergische AG	75,5 %	silber

Branchenranking

Den ersten Platz im Ranking der besten Branchen belegt im Studienjahrgang 2025/26 die Branche Unternehmensberatung – vor Versicherung und Energie. Den letzten Platz belegt die Branche Getränkeherstellung.

Ranking 2025/26	Ranking 2024/25	Branche	Durchschnittliche Gesamtpunkte 2025/26 (gerundet)
1	1	Unternehmensberatung	66 %
2	3	Versicherung	64 %
3	4	Energie	62 %
4	2	Lebensmitteleinzelhandel	62 %
5	6	Einzelhandel	60 %
6	5	Banken/Finanzdienstleistung	58 %
7	13	Medien/Werbung	56 %
8	7	Öffentlicher Dienst/ Staatsnahe Betriebe	56 %
9	10	Rechtsberatung	55 %
10	11	IT/Software/Telekommunikation	55 %
11	14	Chemie/Life Sciences/ Medizintechnik	54 %
12	9	Elektro-/Elektronikherstellung	54 %
13	15	Krankenhäuser/ Stationäre Einrichtungen	53 %
14	19	Nahrungsmittelherstellung	53 %
15	20	Großhandel/Vertrieb	53 %
16	12	Bau/Holz	52 %
17	22	Transport/Verkehr/Logistik	51 %
18	26	Verpackungsindustrie	51 %
19	8	Personaldienstleistung	51 %
20	21	Industrie	49 %

Ranking 2025/26	Ranking 2024/25	Branche	Durchschnittliche Gesamtpunkte 2025/26 (gerundet)
21	17	Anlagen-/Maschinenbau	49 %
22	18	Dienstleistung	49 %
23	29	Eisen/Metall	48 %
24	16	Gastronomie/Tourismus	48 %
25	23	Gesundheitliche Primärversorgung/ Rehabilitation	48 %
26	28	Konsumgüterherstellung	47 %
27	25	Facility-/Security-Services	46 %
28	24	Automotive/KFZ	44 %
29	27	Getränkeherstellung	44 %

BEST RECRUITERS zeichnet aus

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. Am 10. Juli 2025 wurden am WeAreDevelopers World Congress in der Messe Berlin die **BEST RECRUITERS** 2024/25 Deutschlands verkündet und die Branchensieger mit dem goldenen Gütesiegel gekürt.

Ivana Spiridonovic, Bernhard Schwingsandl und Studienleiter Christian Pasteka zeichneten die **BEST RECRUITERS** 2024/25 aus. Neben zahlreichen Insights aus der Studie konnten die Verleihungsgäste auch vom HR Leaders Summit profitieren, der als Teil des WeAreDevelopers World Congress stattfand.

Auf der **BEST-RECRUITERS**-Website sind Fotos von der Veranstaltung abrufbar.



VERLEIHUNG IM FEIERLICHEN RAHMEN

Im Rahmen des HR Leaders Summit beim WeAreDevelopers World Congress wurden die Besten der Besten aus Deutschland ausgezeichnet: Die Verleihung wurde von Studienleiter Christian Pasteka, unterstützt durch Ivana Spiridonovic von WeAreDevelopers sowie Bernhard Schwingsandl durchgeführt.

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.

ELEKTRONIKNET

15.07.2025

elektroniknet.de

RheinEnergie rekrutiert am besten

15. Juli 2025, 9:01 Uhr | Corinne Schindlbeck



Die Best-Recruiters-Studie 2024/25 bewertet die Recruiting-Qualität von über 400 deutschen Arbeitgebern, über 1400 im DACH-Raum. Spitzenreiter in Deutschland ist die RheinEnergie AG.

Eine neue Studie hat die Stärken und Schwächen deutscher Unternehmen im Recruiting untersucht. Demnach wird die Persönlichkeit zum zentralen Erfolgsfaktor. Das Unternehmen RheinEnergie führt das Ranking in Deutschland an. Stören sich Arbeitgeber an KI-generierten Bewerbungen?

► Diesen Artikel anhören

Die Studie Best-Recruiters 2024/25 bewertet die Recruiting-Qualität von über 400 deutschen Arbeitgebern. Insgesamt wurden über 1400 Arbeitgeber im DACH-Raum untersucht. Spitzenreiter ist die RheinEnergie AG, gefolgt von Kaufland und der Telekom.

Auch in den Branchenwertungen liegen bekannte Namen vorne: In der Elektro-/Elektronikherstellung etwa Hama, Infineon und der Mess- und Sensortechnik-Spezialist Jumo.

Die Top 3 im Sektor IT, Software und Telekommunikation bilden die Deutsche Telekom (Platz 1), Rohde & Schwarz sowie die Bechtle AG.

MÜNSTERJOURNAL

11.07.2025

MÜNSTER JOURNAL

Auszeichnung / Klüh erhält BEST RECRUITERS-Siegel für vorbildliches Bewerbermanagement

Peter Oeding 11. Juli 2025



Düsseldorf (ots) –

Der Multiservice-Anbieter Klüh wurde auch in diesem Jahr im Rahmen der BEST RECRUITERS-Studie 2024/25 für seine hohe Recruiting-Qualität ausgezeichnet. Im aktuellen Ranking des career Institut & Verlags erreichte das Familienunternehmen den 3. Platz in der Branche „Facility-/Security-Services“ und konnte sich im Gesamtranking unter den Top 100 behaupten – auf Platz 57 von insgesamt 433 untersuchten Arbeitgebern in Deutschland.

TARGOBANK erneut als „Best Recruiter“ ausgezeichnet

Peter Oeding 11. Juli 2025



Düsseldorf (ots) –

– Siegel honoriert Maßnahmen zur Personalgewinnung
– Bank setzt auf schlanken Bewerbungsprozess und Online-Präsenz
– TARGOBANK stellt weiter ein: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Einheiten der Bank gesucht



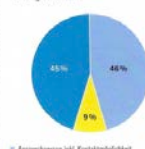
Karriereseite mit Charakter So gestalten Sie Ihre digitale Visitenkarte

Für Jobsuchende sind Karriereseiten oft die ersten bewusst wahrgenommenen Kontaktpunkte mit einem Unternehmen. Daher sind sie für das Recruiting so wichtig. Wie Unternehmen die Potenziale ihrer Karriereseiten voll ausschöpfen können, zeigen die Ergebnisse der BEST-RECRUITERS-Studie 2024/25.

Wo Empathie den Takt vorgibt: Kontakt zu echten Menschen

In einer Zeit, in der sich Prozesse zunehmend standardisieren und durch Algorithmen abbilden lassen, wird die Kommunikation mit echten Menschen immer wertvoller. Das spiegelt sich aber lediglich teilweise auf den Karriereseiten der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber wider, wie die Studie BEST RECRUITERS unter den 550 größten Unternehmen und Institutionen Österreichs zeigt. Nur 46 Prozent bieten Ansprechpersonen aus dem Recruiting mit Kontaktdaten auf ihren Karriereseiten an. 9 Prozent nennen zumindest Kontakte für eine bestimmte Zielgruppe. Knapp die Hälfte bietet allerdings keine Möglichkeit, mit Recruitingverantwortlichen direkt in Kontakt zu treten.

gläubwürdig sind Informationen, die sie über Familie, Freunde und Bekannte erhalten. Dahinter rangieren Aussagen und Videos, die sich auf Karriereseiten befinden. Immerhin sprechen hier Menschen, die aus eigener Erfahrung berichten.



Autor
Christian Petek
Studienleiter
BEST RECRUITERS

Dabei sind Menschen und ihre Geschichten für Jobsuchende sehr interessant. Sie wollen wissen, wie sich die Arbeit in einer neuen Umgebung wirklich anfühlt. Besonders

Abbildung 1: Personalisierte Kontaktmöglichkeit auf Karriereseiten (Quelle: BEST RECRUITERS AUF 2024/25, n=552 Arbeitgeber)

PERSONALMANAGER

Ausgabe 3/2025

personal manager

Mehr Persönlichkeit: Was im Recruiting nicht vergessen werden sollte

veröffentlicht am 05.05.2025 // gu

Eine aktuelle BEST-RECRUITERS-Studie hat spannende Einblicke in die Bewerbungsprozesse von Unternehmen in der Schweiz und Liechtenstein geliefert, meint Bernhard Schwingsand, Project & Communication Manager bei Best Recruiters: Ein Fokus liegt auf der persönlichen Ansprache und dem Kontakt zu Bewerbern. Mobile Karriere-Websites spielen eine entscheidende Rolle, doch nur wenige erfüllen alle Anforderungen. Interessant ist auch der steigende Einsatz von Videos in der Personalgewinnung.



(Bild: picture alliance / AnnaStoffs / Anna Tolpova)

Auf der Suche nach einem neuen Job stellen sich viele Fragen: Wie sieht es mit den Arbeitsbedingungen aus? Welche Anforderungen hat der Arbeitgeber an mich, und wie wichtig sind sie wirklich? Passe ich ins Team? Welche Ziele, welchen Purpose verfolgt das Unternehmen, bei dem ich mich bewerben möchte? Und wenn ich mich tatsächlich bewerbe, wie lange muss ich auf eine Antwort warten?

PERSONALINTERN.DE

Ausgabe vom 05.05.2025

TRENDS 2025 | NEWS | BUSINESS | TRENDS KOMMUNIKATION | KOMMUNIKATION

Recruiter – Persönlichkeit wird zum Schlüsselfaktor in Zeiten von KI

13. Juli 2025



foto: freepik

Nur 4 % nennen das Gehalt, kaum Aussagen zu Führung – neue Studie zeigt Stärken und Schwächen im Recruiting deutscher Unternehmen und Institutionen. Top 3 IT/Software/Telekommunikation: 1. Deutsche Telekom AG / 2. Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG / 3. Bechtle AG

RheinEnergie AG ist Deutschlands BEST RECRUITER 2024/25. Das ergibt die aktuelle BEST-RECRUITERS-Studie, die zum 13. Mal die Recruiting-Qualität von über 400 deutschen Arbeitgebern analysiert. Die Ergebnispräsentation beim HR-Leaders Summit in Berlin offenbart ein differenziertes Bild: Während deutsche Unternehmen bei Social Media und mobil optimierten Bewerbungsprozessen punkten, mangelt es häufig an persönlichen Ansprechpartnern; Angaben zum Gehalt und Aussagen zur Führungskultur fehlen fast flächendeckend. KI-generierte Bewerbungen haben keine negativen Effekte auf die Akzeptanz von Bewerbungen, die persönliche Kommunikation mit Bewerberinnen und Bewerber ist genau deshalb entscheidender denn je.

MANAGE IT

Ausgabe vom
13.07.2025

PERSONALMAGAZIN

Verlagsbeilage 04/2025

4

Trends im Recruiting

Wo suchen Menschen nach Jobs? Überall dort, wo sie passende Jobs finden. Die Vorlieben hängen vom Alter und Beruf ab, aber Jobbörsen liegen weiterhin vorn, ermittelte eine Umfrage. Eine andere Studie zeigt: Bewerbungen werden nutzerfreundlicher.

Die Sicht der Jobsuchenden



● Lieber Google, Jobbörse oder Social Media für die Jobsuche nutzen? Die Antwort ist ganz klar: Jobbörse. Das ermittelte die Umfrage „Marke und Medien“ von Softgard, für die 2024 über 5.000 Bewerberinnen und Bewerber befragt wurden. 83 Prozent der Befragten sagen, dass sie in den großen allgemeinen Jobbörsen am ehesten Stellenangebote finden, die für sie passen würden. 63 Prozent sind zufrieden mit den Suchergebnissen bei speziellen Jobbörsen für ihren Beruf oder ihre Branche und 60 Prozent sprechen regionalen Jobbörsen gute Ergebnisse zu. Erst an vierter Stelle folgt Google mit 53 Prozent. Das Schlusslicht bilden Social Media mit 48 Prozent Zustimmung.

Allerdings fallen diese Vorlieben je nach Alters- und Berufsgruppe etwas anders aus. Eine Auswertung der Studiendaten nach bestimmten Teilzielgruppen zeigt abweichende Zahlen: Ältere Stellensuchende über 44 Jahre trauen Google (36 Prozent) und Social Media (28 Prozent) deutlich weniger für ihre Jobsuche zu als Jüngere unter 25 Jahren (Google: 66 Prozent,

Von Daniela Furkel

personalmagazin Trends im Recruiting

Stellensuche

5

Social Media: 54 Prozent). Akademikerinnen und Akademiker vertrauen seltener auf Google (49 Prozent) als Menschen mit einfachem Schulabschluss (85 Prozent). Bewerberinnen und Bewerber für Pflegeberufe setzen stärker auf Google (71 Prozent) als Menschen, die sich für IT-Berufe bewerben (52 Prozent).

Die Stärken der Jobportale

Aus Sicht der Stellensuchenden bringen die jeweiligen Kanäle unterschiedliche Pluspunkte mit sich. Die großen generalistischen Jobbörsen schneiden beim Thema „Angebote für den eigenen Beruf“ und „größtes Angebot an Jobs“ am besten ab. Google liegt bei diesen Kriterien auf Platz zwei. Beim Kriterium „Jobs in der Region“ können die regionalen Jobportale – wenig überraschend – die höchste Zustimmung verbuchen. Eine kleine Mehrheit der Befragten sieht Spezialisten-Jobbörsen vorn, wenn es darum geht, Stellenangebote zu finden, die woanders nicht veröffentlicht sind.

Auch hier zeigen sich bei einzelnen Zielgruppen abweichende Meinungen. So sagen 41 Prozent der IT-Profis über große Jobbörsen: „Ich finde dort viele Angebote für meinen Beruf“, aber nur 30 Prozent der Pflegekräfte sind dieser Ansicht. Jüngere Stellensuchende unter 25 trauen Google eher zu, viele Angebote für ihren Beruf bereitzustellen, als Ältere über 44.

Verbesserter Bewerbungsprozess

Bei den Angeboten der Arbeitgeber gibt es erfreuliche Entwicklungen, stellt die aktuelle Studie „Best Recruiters“ fest. Hierfür wurden 325 Kriterien entlang der Candidate Journey analysiert und über 1.200 Arbeitgeber im Dach-Raum unter-

sucht. In Deutschland haben sich vor allem die Mobile Usability und die Bewerbungsresonanz verbessert. Das heißt: In mobilen Bewerbungsformularen werden etwas weniger Daten abgefragt als im Vorjahr. Die Beantwortung von Bewerbungen erfolgt etwas schneller, gleichzeitig bleiben weniger Bewerbungen unbeantwortet. Auch bei den Kontaktanfragen per E-Mail geht es in die richtige Richtung: Die Frage nach dem Status der Bewerbung wurde deutlich häufiger beantwortet als die Bitte um einen Kontakt in die Fachabteilung, die im Vorjahr erfragt wurde.

Arbeitgeberleistungen, die über das Gehalt hinausgehen, stellen mittlerweile einen wichtigen Faktor dar, um neue Mitarbeitende für das Unternehmen zu gewinnen. Im aktuellen Jahrgang der Best-Recruiters-Studie sind Benefits auf 82 Prozent der untersuchten Karriereseiten verankert – sieben Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Bei Online-Stellenanzeigen gibt es hingegen einen Aufwärtstrend: Aktuell sind Benefits in 94 Prozent der untersuchten Stellenanzeigen angegeben – ein Anstieg um sechs Prozentpunkte. Die Studienautoren schließen daraus, dass Arbeitgeber zielgerichteter vorgehen und die kommunizierten Anreize tatsächlich auf die jeweilige Stelle abstimmen, anstatt diese allgemein zu halten.

Auch bei zielgruppenspezifisch präsentierten Inhalten auf der Karrierewebsite sind die Arbeitgeber in Deutschland gut aufgestellt: 89 Prozent bereiten auf ihrer Karriereseite Informationen für mindestens eine Zielgruppe speziell auf. Dieser Wert ist seit 2020/21 stabil. Vor allem Studierende, Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende werden zielgruppenspezifisch abgeholt. Dagegen werden Menschen mit Berufserfahrung verhältnismäßig selten als individuelle Zielgruppe adressiert. ■

Siegelnutzung

Die durch überdurchschnittliche, hochwertige oder herausragende 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.

SOCIAL MEDIA

Die Hama GmbH & Co KG und die Bundesagentur für Arbeit kommunizieren ihren Branchensiegel beispielsweise auf LinkedIn.



STELLENANZEIGEN

Die RheinEnergie AG hat das Siegel präsent in ihren Stellenanzeigen platziert.

Ingenieur / Kraftwerksmeister als Koordinator Produktion Strom und Wärme (m/w/d)



Vollzeit



Unbefristet



Köln



Fach & Führungskräfte



UNTERNEHMENSBLOG

Die TARGOBANK AG kommuniziert die Auszeichnung im Unternehmensblog und macht so die herausragenden Leistungen des Recruiting-Teams intern und extern sichtbar.

Statements der Sieger:innen

FRAGE

WAS BEDEUTET IHNEN DIE AUSZEICHNUNG ALS BEST RECRUITER?

BEST AGER (Ü50) HABEN HÄUFIG SCHWIERIGKEITEN AM ARBEITSMARKT, OBWOHL SIE VIEL POTENZIAL MITBRINGEN. WIE SORGEN SIE DAFÜR, DASS SICH ERFAHRENE ARBEITSKRÄFTE IM BEWERBUNGSPROZESS ANGESPROCHEN FÜHLEN UND STEUERN EINER MÖGLICHEN ALTERSDISKRIMINIERUNG ENTGEGEN?



Andrea Pfister

CoE Talent Management – Talent Acquisition

ALTANA AG

Der Branchensieg und die Auszeichnung als BEST RECRUITER 2025/26 sind für uns eine besondere Bestätigung für die konsequente Weiterentwicklung unseres Recruitings. Wir sind sehr stolz auf diesen Erfolg – insbesondere, weil bereits unser neues ALTANA Job Portal sowie unsere neue EVP und das überarbeitete Design der Stellenausschreibungen in die Bewertung eingeflossen sind. Der Branchensieg unterstreicht, dass wir mit unserem ganzheitlichen Ansatz – von der Candidate Journey bis hin zu einer klaren, attraktiven Arbeitgeberpositionierung – auf dem richtigen Weg sind. Gleichzeitig ist dieser Erfolg vor allem ein großartiges Teamergebnis. Unser herzlicher Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen, die mit viel Engagement, Expertise und Teamgeist dazu beigetragen haben, unser Recruiting kontinuierlich zu verbessern und auf ein neues Level zu heben.

Erfahrene Arbeitskräfte bringen ein enormes Maß an Fachwissen, Perspektivenvielfalt und Stabilität mit – Potenziale, die wir bei ALTANA ganz bewusst fördern und wertschätzen. Für uns ist entscheidend, dass sich Menschen unabhängig vom Alter im Bewerbungsprozess angesprochen fühlen und gleiche Chancen erhalten. Deshalb achten wir bereits bei der Gestaltung unserer Stellenausschreibungen und im gesamten Recruiting-Prozess auf eine inklusive, wertschätzende Ansprache, die unterschiedliche Lebens- und Karrierewege berücksichtigt. Unsere Auswahlprozesse sind klar strukturiert und kompetenzbasiert ausgerichtet, um eine faire und objektive Bewertung sicherzustellen und Altersdiskriminierung aktiv entgegenzuwirken. Unser Anspruch ist es, eine Arbeitsumgebung zu schaffen, in der sich Talente in jeder Lebensphase willkommen fühlen, ihre Stärken einbringen können und langfristig erfolgreich sind.



Alexander Hohaus

Head of Employer Branding & Talent Marketing

BarmeniaGothaer AG

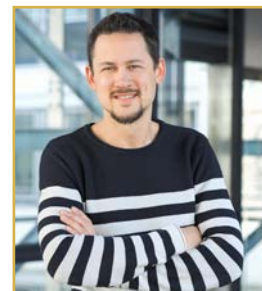
Die Auszeichnung als BEST RECRUITER 2025/26 – und besonders der Branchensieg – wenige Monate nach dem go-live unseres neuen Arbeitgeberauftritts, bestätigt unseren strategischen Ansatz und die intensive Arbeit, die wir in die Entwicklung unserer Karriere-Website, unseres Stellenportals und unserer Stellenausschreibungen gesteckt haben. Gleichzeitig ist sie für uns Ansporn, diesen Weg konsequent weiterzugehen und die Experience kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Jean-Pascal Boeff

Teamleiter Recruiting & Talent Acquisition

BarmeniaGothaer AG

Erfahrung ist für uns ein echter Mehrwert. Deshalb betrachten wir im Recruiting ausschließlich Qualifikation, Motivation und den Menschen hinter der Bewerbung – unabhängig von Alter, Herkunft oder Lebenslauf. Um auch erfahrene Fachkräfte gezielt anzusprechen, setzen wir auf eine inklusive Kommunikation, altersneutrale Stellenanzeigen und einen transparenten Bewerbungsprozess. Unser Ziel ist es, Vorurteile gar nicht erst entstehen zu lassen und Bewerber*innen die gleichen Chancen zu bieten. Denn Vielfalt entsteht nicht durch Quoten, sondern durch Chancengleichheit.

**Franziska Bender**

Leitung Produktcenter Personalgewinnung

Bundesagentur für Arbeit

Wir sind stolz, wieder als Branchensiegerin „Öffentlicher Dienst und staatsnahe Betriebe“ der BEST-RECRUITERES-Studie 2025/26 ausgezeichnet zu werden. Diese Auszeichnung motiviert uns, an der konsequenten Weiterentwicklung unserer Recruiting-Prozesse zu arbeiten. Gerade vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels ist ein modernes und zielgerichtetes Recruiting entscheidend, um die richtigen Talente zu erreichen, als Arbeitgeberin zu überzeugen und Menschen für unseren gesellschaftlichen Auftrag zu begeistern. Die Ergebnisse der Studie liefern uns hierfür wertvolle Erkenntnisse und konkrete Impulse für die weitere Optimierung. Diese werden wir gezielt nutzen, um die Candidate Experience weiterzuentwickeln sowie unsere Attraktivität als Arbeitgeberin nachhaltig zu stärken.

Die Bundesagentur für Arbeit (BA) als Arbeitgeberin setzt sich mit vielfältigen Maßnahmen dafür ein, dass das Alter im Bewerbungsprozess keine Rolle spielt und wirkt Altersdiskriminierung entgegen. Die BA stellt sicher, dass Stellenausschreibungen altersneutral sind und alle Altersgruppen gleichermaßen ansprechen. Dies bedeutet, dass die Ausschreibungen auf die Qualifikation und Erfahrung der Bewerbenden sowie auf die bestmögliche Passung zur vakanten Position abstellen, anstatt auf ihr Alter. Zudem lebt die BA eine kulturelle Offenheit und legt höchsten Wert auf Gleichbehandlung. Dies beinhaltet auch eine positive Haltung gegenüber altersgemischten Teams, um den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Altersgruppen zu fördern. So profitieren jüngere Kolleginnen und Kollegen vom Erfahrungsschatz und Wissen der älteren Beschäftigten und umgekehrt. Alle Führungskräfte werden regelmäßig für das Thema sensibilisiert und unterstützen aktiv Wissenstransfer und ein „voneinander lernen“ unter den Beschäftigten. Wir verfolgen einen inklusiven, altersunabhängigen und chancengerechten Lernansatz, der allen Mitarbeitenden unabhängig vom Alter einen gleichberechtigten Zugang zu Entwicklungsmöglichkeiten sowie Lernangeboten eröffnet. Das Bildungsportfolio der BA ist bewusst generationenübergreifend ausgerichtet und steht allen Mitarbeitenden gleichermaßen offen. Die Lernangebote orientieren sich am individuellen Lernbedarf sowie an den für die jeweilige Tätigkeit erforderlichen Fähigkeiten und Kompetenzen und ermöglichen damit eine zielgerichtete und bedarfsgerechte Weiterbildung für Beschäftigte aller Altersgruppen.





Anja Fellenberg

Head of Talent Acquisition

Deloitte

Auszeichnung freut uns sehr – sie ist für uns ein starkes Signal von außen, dass wir mit unserem Verständnis von zeitgemäßem Recruiting & Employer Branding den richtigen Weg gehen: Es ist für uns weit mehr als ein effizienter Prozess, es ist der erste Schritt in eine mögliche vertrauensvolle Zusammenarbeit. Dabei setzen wir gezielt auf moderne Technologien und KI, behalten aber immer den Menschen im Mittelpunkt. Persönliche Begegnungen, ehrliches Interesse und ein authentischer Austausch sind für uns ebenso wichtig wie ein reibungsloser Ablauf. Dass unser Engagement jetzt mit dieser Auszeichnung gewürdigt wird, bestärkt uns, diesen Weg weiterzugehen – mit Fokus auf Innovation, Qualität und den Menschen.



Anja Herter

Director Human Resources

General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG

Die Auszeichnung ist für uns ein starkes Signal: Unser Anspruch, Recruiting mit klaren Prozessen und positiver Candidate Experience genauso digital wie menschlich zu gestalten, bringt uns aufs Podium von BEST RECRUITERS. Der Branchensieg und der dritte Platz im Gesamtranking machen uns unglaublich stolz. Ein guter Moment, um kurz innezuhalten und gemeinsam zu feiern – bevor wir wieder Tempo aufnehmen und unseren Weg beherzt weitergehen. Schließlich möchten wir auch künftig Akzente setzen und Talente auf ganzer Strecke überzeugen.

Eine wichtige Grundlage dafür ist unsere gelebte Vielfalt. Sie ist in Betrieb und Büro so selbstverständlich, dass niemand darauf kommt, sie für ein Buzzword zu halten. Gerade erfahrene Arbeitskräfte bringen wertvolles Know-how, Souveränität und Perspektiven mit, die unsere Teams bereichern. Deshalb gestalten wir unsere Talent Acquisition so, dass sich Menschen unabhängig von Alter, Herkunft oder Lebensweg gleichermaßen willkommen fühlen. Bereits in der Ansprache setzen wir auf wertschätzende Kommunikation. Klare Kriterien und strukturierte Gespräche sind unser Schlüssel für einen fairen sowie nachvollziehbaren Auswahlprozess. Unbewussten Vorurteilen begegnen wir aktiv durch regelmäßige Sensibilisierung und transparente Entscheidungsgrundlagen. Für uns zählt nicht das Geburtsjahr, sondern die Persönlichkeit, die Erfahrung und die Kompetenzen, die ein Mensch mitbringt.



Claudia Marx

Director Office Administration and Human Resources Support Staff

Dr. Norman-Patric Bade

Director Human Resources Legal

Gleiss Lutz

Die erneute Auszeichnung als Sieger der BEST-RECRUITERS-Studie in der Branche ‚Rechtsberatung‘ bestätigt unseren Anspruch, Recruiting konsequent aus Sicht der Kandidatinnen und Kandidaten zu denken. Der Award zeigt, dass wir Talente mit den richtigen Themen und der richtigen Ansprache erreichen.

Als führende Wirtschaftskanzlei stehen für uns fachliche Exzellenz, unternehmerisches Denken und persönliche Eignung im Mittelpunkt. Unterschiedliche berufliche und persönliche Hintergründe bereichern unsere Teams und erweitern den Blick auf die komplexen Fragestellungen unserer Mandanten.



Christina Ebermayer

Teamleitung Personalgewinnung & -bindung

Hama GmbH & Co KG

Die Auszeichnung bedeutet uns sehr viel und macht uns stolz. Sie ist eine wertvolle Anerkennung für die Leidenschaft und das Engagement, mit denen das gesamte Team unser Recruiting kontinuierlich weiterentwickelt. Unser Ziel ist es, Menschen zu gewinnen, die wirklich zu Hama passen. Dafür geben wir jeden Tag unser Bestes und stellen die Bedürfnisse unserer Kandidatinnen und Kandidaten konsequent in den Mittelpunkt – wertschätzend, transparent und auf Augenhöhe.

Für uns zählt nicht das Alter, sondern die Qualifikation und die persönliche Passung zu Hama. Deshalb erhält jede Bewerberin und jeder Bewerber die gleichen Chancen. Dieser Anspruch zieht sich durch den gesamten Bewerbungsprozess – von der ersten Ansprache bis zur finalen Auswahlentscheidung. Vielfalt ist für uns ein wichtiger Erfolgsfaktor, denn unterschiedliche Perspektiven, Erfahrungen und Hintergründe bereichern unsere Teams und stärken unsere Innovationskraft.

**Franziska Knoll**

Leiterin Recruiting & Personalmarketing

Kaufland

Respekt, Vertrauen und Leistung – das sind die Werte, die wir im Austausch mit unseren Bewerbenden entlang der gesamten Candidate Journey leben – heute wie in Zukunft. Die wiederholte Auszeichnung mit dem goldenen Siegel als BEST RECRUITER 2025/26 in unserer Branche ist eine großartige Anerkennung für das tägliche Engagement unseres gesamten Recruiting- und Personalmarketing-Teams. Dieser Erfolg bestätigt uns, dass unsere Werte im Alltag echte Wirkung zeigen und gelebt werden. Gleichzeitig verstehen wir diesen Meilenstein als wertvollen Impuls, der uns künftige Potenziale aufzeigt und uns motiviert, die Qualität unserer Prozesse weiter voranzutreiben sowie gezielt die passenden Talente für das Team Kaufland zu gewinnen.

Unabhängig von der Lebensphase: Bei Kaufland zählt der Mensch, nicht das Alter. Für uns ist entscheidend, dass neue Teammitglieder nicht nur fachlich, sondern auch menschlich zu uns passen. Die wertschätzende Ansprache erfahrener Fachkräfte im Bewerbungsprozess und die gezielte Entwicklung aus den eigenen Reihen sind für uns der Schlüssel zu diversen Teams über alle Altersklassen hinweg. Um allen Generationen eine optimale Entfaltung zu ermöglichen, fördern wir unsere Mitarbeitenden mit attraktiven Benefits: Dazu gehören flexible Arbeitszeitmodelle, umfassende Gesundheits- und Altersvorsorgeangebote sowie Unterstützung bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Das Zusammenspiel aus individueller Qualifikation und generationenübergreifendem Teamgeist macht uns gemeinsam stark.





Viktoria Kaiser

Personalleiterin

Klüh Service Management GmbH

Als BEST RECRUITER 2025/26 und damit beste Recruiting-Abteilung Deutschlands ausgezeichnet zu werden, macht uns stolz. Die Auszeichnung ist eine Bestätigung für die harte und konsequente Arbeit unseres Teams. Hinter diesem Erfolg stehen die tägliche, zeitnahe Bearbeitung tausender Bewerbungen, die kontinuierliche Analyse und Optimierung unserer Recruiting-Kennzahlen, die stetige Weiterentwicklung unserer Stellenanzeigen und Karriereseite sowie die konsequente Umsetzung neuer Ideen zur Verbesserung der Candidate Experience. Unser Anspruch ist es, Bewerberinnen und Bewerbern jederzeit einen professionellen, wertschätzenden und modernen Bewerbungsprozess zu bieten. Dass dieser Einsatz nun mit dem 1. Platz in Deutschland ausgezeichnet wird, freut uns ganz besonders.

Wir sind überzeugt, dass die beste Candidate Experience dann entsteht, wenn unterschiedliche Perspektiven zusammenkommen. Deshalb entwickeln wir unsere Recruiting-Maßnahmen nicht am Reißbrett, sondern im engen Austausch innerhalb unseres divers aufgestellten Recruiting-Teams. Unterschiedliche Altersgruppen, Geschlechter, Erfahrungen und Blickwinkel helfen uns dabei, die Bedürfnisse verschiedener Bewerbergruppen besser zu verstehen und zu berücksichtigen. Besonders wichtig ist dabei die Sprache. Sie prägt den ersten Eindruck eines Arbeitgebers und entscheidet oft darüber, wer sich bewirbt – und wer nicht. Deshalb setzen wir bewusst auf eine klare, sachliche und inklusive Ansprache. Unser Ziel ist nicht, einzelne Zielgruppen anzusprechen, sondern alle Talente zu erreichen. Gute Kandidatinnen und Kandidaten gibt es in jeder Altersgruppe.



Cécile Venzlaff

VP Talent Acquisition

ProSiebenSat.1 Media SE

Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung als BEST RECRUITER 2025/26. Sie ist eine besondere Anerkennung für das Engagement unseres Teams und zeigt uns, dass unser kontinuierlicher Einsatz für faire, transparente Prozesse und eine überzeugende Candidate Experience wahrgenommen und wertgeschätzt wird. Chancengleichheit ist für uns ein zentraler Bestandteil erfolgreicher Personalarbeit. Deshalb begegnen wir allen Bewerber:innen mit derselben Offenheit und Fairness – unabhängig von Alter, Herkunft oder anderen persönlichen Merkmalen. Dieses Verständnis prägt unser Handeln und bildet die Grundlage für (nachhaltiges) und verantwortungsvolles Recruiting.

Peeter Walo

Lead Recruiting

RheinEnergie AG

Die erneute Auszeichnung als BEST RECRUITER ist für uns Anerkennung und Ansporn zugleich. Sie bestätigt unseren Anspruch, Bewerbenden auf Augenhöhe zu begegnen und die besten Talente für RheinEnergie zu gewinnen. Hinter diesem Erfolg steht die engagierte Arbeit unseres gesamten Teams, das jeden Tag für eine professionelle, wertschätzende und moderne Candidate Experience sorgt.

Bei der RheinEnergie sind Erfahrung und Kompetenz entscheidend – nicht das Geburtsdatum. Als Unternehmen, das die Energiewende aktiv mitgestaltet, schätzen wir die unterschiedlichen Perspektiven und Erfahrungen aller Generationen. Deshalb achten wir darauf, dass sich Menschen unabhängig vom Alter in unseren Stellenanzeigen und im Bewerbungsprozess gleichermaßen angesprochen fühlen. Im Mittelpunkt stehen für uns Qualifikation, Potenzial und die passende Motivation für die Aufgabe.

**Melanie Schönberg**

Bereichsleitung Attract & Recruit

TARGOBANK AG

Die Auszeichnung macht mich sehr stolz auf unser Recruiting-Team und die Leistung, die wir jeden Tag für unsere Business Units und die Kandidatinnen und Kandidaten erbringen. Dass wir diese Auszeichnung nun sogar zum wiederholten Male bekommen, zeigt, dass eine exzellente Candidate Experience unser Kernanliegen ist und wir hieran nachhaltig und konsequent arbeiten, um unsere hohen Standards kontinuierlich zu erfüllen. Wir reflektieren und optimieren unsere Dienstleistung andauernd, bauen unseren Service weiter aus und versuchen uns immer wieder auch in innovativen Ansätzen, um unsere Hiring Manager und Teams schnell und effizient zu unterstützen. Die Auszeichnung belegt, dass wir das Richtige tun. Das erfüllt mich mit Freude und Motivation, genauso weiter zu machen.

Wir bei der TARGOBANK stehen für Chancengleichheit, Diversität und Fairness. Diese Selbstverpflichtung richtet sich auf sämtliche potentiellen Diskriminierungssachverhalte, also natürlich auch auf das Thema Alter. Unser Ziel ist es, Menschen für die TARGOBANK zu gewinnen und zu begeistern, die unsere Haltung und Mentalität teilen: Bank.Echt.Anders. ist unser Claim. Wir glauben an die Kraft der Veränderung, weil wir an die Menschen und ihre vielfältigen Potenziale glauben – zukunftsorientiert und mit dem Menschen im Mittelpunkt. Deshalb suchen wir Mitarbeitende, die sich nicht mit dem Status Quo zufriedengeben, sondern gemeinsam etwas bewegen wollen. Und bieten ihnen im Gegenzug Verlässlichkeit in einem sich stetig verändernden Arbeitsleben. Wir sind uns sicher, dass wir damit Talente aller Altersklassen ansprechen und für uns gewinnen können. Ich sehe das in meinem eigenen Team – das ist in vielerlei Hinsicht total divers: Geschlecht, professioneller Hintergrund, Betriebszugehörigkeit und auch Alter. Von verschiedenen Perspektiven und Erfahrungsschätzen profitieren am Ende alle, daher forcieren wir im Personalmarketing wie auch im Recruiting eine Ansprache, die altersgruppenunabhängig ist.





Elén Maluche

Director People & Culture

TUI Cruises GmbH

Die Auszeichnung als BEST RECRUITER 2025/26 und insbesondere der Titel als Branchensieger zum dritten Mal in Folge freuen uns sehr. Sie bestätigt, dass wir unseren hohen Anspruch an einen wertschätzenden, transparenten und professionellen Recruitingprozess nicht nur einmalig erfüllen, sondern ihn kontinuierlich leben, weiterentwickeln und fest in unserer täglichen Arbeit verankert haben. Für uns steht die Auszeichnung vor allem für Kontinuität im Sinne eines dauerhaft hohen Niveaus: Bewerberinnen und Bewerber sollen sich vom ersten Kontakt an fair, respektvoll und auf Augenhöhe behandelt fühlen. Dass dieser Anspruch erneut anerkannt wird, ist für unser gesamtes Team eine große Motivation.

Für uns stehen Qualifikation, Motivation und die Persönlichkeit eines Menschen im Mittelpunkt – nicht das Alter. Erfahrene Bewerberinnen und Bewerber bringen wertvolle Fachkompetenz, Gelassenheit und einen breiten Erfahrungsschatz mit, von dem Teams nachhaltig profitieren können. Unsere Stellenausschreibungen richten sich an Menschen aller Altersgruppen, und Entscheidungen treffen wir ausschließlich auf Grundlage der fachlichen und persönlichen Eignung. Gleichzeitig legen wir großen Wert auf einen persönlichen Austausch, um Potenziale sichtbar zu machen, die sich nicht immer allein aus einem Lebenslauf ergeben. Vielfalt – auch im Hinblick auf unterschiedliche Generationen – sehen wir als wichtigen Erfolgsfaktor für unser Unternehmen.



Mark Pollok

CEO

Trenkwalder Personaldienste GmbH

Die Auszeichnung als BEST RECRUITER 2025/26 hat für uns eine ganz besondere Bedeutung, weil sie unsere Leistung im direkten Vergleich mit 517 Arbeitgebern und innerhalb von 29 Branchen messbar macht. Dass wir dabei den 1. Platz in der Personaldienstleistung erreicht haben, bestätigt unseren Anspruch, Recruiting nicht nur effizient, sondern vor allem qualitativ hochwertig und konsequent zu gestalten. Gerade in unserer Branche, in der Geschwindigkeit oft eine große Rolle spielt, ist es für uns entscheidend, gleichzeitig höchste Standards bei Kommunikation, Transparenz und Candidate Experience zu gewährleisten – und genau das spiegelt diese Auszeichnung wider. Das goldene BEST-RECRUITERS-Siegel bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Gleichzeitig ist es für uns ein klarer Ansporn, weiter nach vorne zu blicken. Wir bleiben nicht stehen – ganz im Gegenteil: Wir entwickeln uns kontinuierlich weiter und investieren gezielt in innovative Recruiting-Ansätze. Dabei bauen wir insbesondere den Einsatz von KI entlang der gesamten Candidate Journey aus. So können Kandidatinnen und Kandidaten heute per Chat oder Sprachmemo schnell und unkompliziert ihr Talentprofil erstellen, während KI uns dabei unterstützt, Stärken besser zu erkennen und passgenaue Job-Matches herzustellen. Unser Ziel ist es, Technologie so einzusetzen, dass sie echten Mehrwert schafft – für Bewerbende wie für Kundenunternehmen. Für uns ist das goldene BEST-RECRUITERS-Siegel daher mehr als ein Qualitätssiegel: Es zeigt, dass unsere Investitionen in strukturierte Prozesse, digitale, KI-gestützte Lösungen und vor allem in die Kompetenz unserer Recruiterinnen und Recruiter den richtigen Unterschied machen. Gleichzeitig verstehen wir die Auszeichnung als klaren Auftrag, diesen Weg konsequent weiterzugehen und Recruiting aktiv weiterzuentwickeln.

Erfahrene Arbeitskräfte sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Unternehmen – ihre Expertise, Verlässlichkeit und soziale Kompetenz sind durch nichts zu ersetzen. Umso wichtiger ist es für uns, im Recruiting bewusst auf Chancengleichheit und eine wertschätzende Ansprache aller Altersgruppen zu achten. Wir setzen gezielt auf altersneutrale Stellenausschreibungen, transparente Auswahlprozesse und eine Sensibilisierung unserer Recruiterinnen und Recruiter für unbewusste Vorurteile. Gleichzeitig achten wir darauf, den Mehrwert von Berufserfahrung aktiv hervorzuheben und passgenaue Einsatzmöglichkeiten zu schaffen. Darüber hinaus beraten wir unsere Kundenunternehmen intensiv, um die Potenziale von Best Ager*innen sichtbar zu machen und langfristige Beschäftigungsperspektiven zu fördern. Unser Ziel ist ein Arbeitsmarkt, der Leistung, Motivation und Erfahrung in den Mittelpunkt stellt – unabhängig vom Lebensalter.

Hintergrund

DIE GRÖSSTE RECRUITING-STUDIE IN D-A-CH

Ausgehend von einer Studie, die den Rekrutierungsprozess als wichtigsten Erfolgsfaktor jeden Unternehmens identifizierte¹, 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 14. Erhebungsdurchgangs in Deutschland hat **BEST RECRUITERS** seit Initiierung der Studie in Summe 19.612 Arbeitgeber-Untersuchungen anhand von insgesamt rund 3,69 Millionen Einzelkriterien-Überprüfungen durchgeführt. Zur Analyse des Bewerber:innen-Umgangs wurden 76.143 Bewerbungen versendet sowie analysiert und 25.212-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 1.400 Arbeitgebern in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist **BEST RECRUITERS** somit die größte unabhängige, wissenschaftlich fundierte Recruiting-Studie im deutschsprachigen Raum.



Die erste BEST-RECRUITERS-Verleihung in Österreich am 25. November 2010 – damals noch im kleineren Rahmen im damaligen Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung

¹Gmür, M. / Schwerdt, B. (2005): Der Beitrag des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg. In: Zeitschrift für Personalforschung; Jahrgang 19., 3 2005, S. 221–251.

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 jene, 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. Die Bewerber:innen-Feedback-Befragung ist direkt in **robin mood** – das wissenschaftlich fundierte Stimmungsbarometer des 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

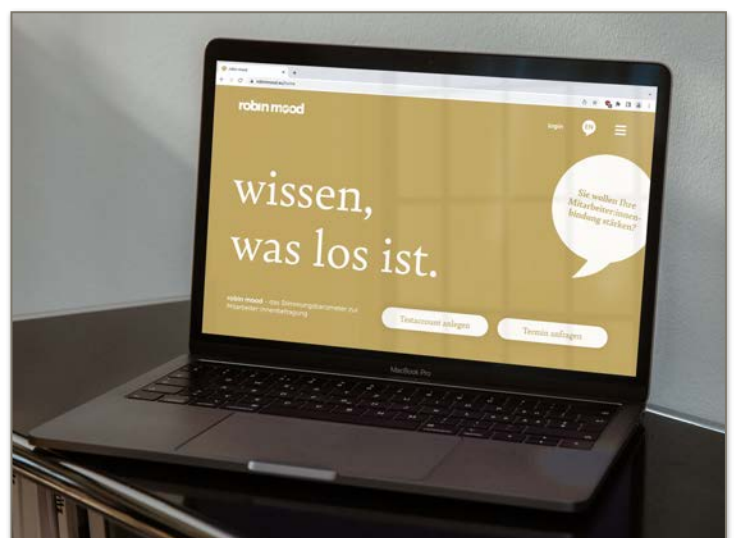
Speziell auf Mitarbeiter:innen-Befragungen abgestimmt ist das vielseitige digitale Stimmungsbarometer und Umfragetool **robin mood**, welches gemeinsam mit Arbeitspsycholog:innen entwickelt wurde und somit wissenschaftlich abgesicherte Inhalte garantiert. Auch die technische Entwicklung und Betreuung 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-Kommentarzusammenfassungen mit Sentiment-Analyse
- Übersichtliche Auswertungen und Exporte mit interaktiver Heatmap
- Handlungsempfehlungen
- Bereits in zehn Sprachen verfügbar

www.robinmood.eu





BEST RECRUITERS Deep Dive

Tauchen Sie mit uns **detailliert und individuell** in die Ergebnisse ein: Mit dem Deep Dive erhalten Sie eine **gezielte Analyse Ihrer Ergebnisse** anhand gewünschter Schwerpunkte, Ableitung **maßgeschneiderter Handlungsempfehlungen** unter Berücksichtigung spezieller Parameter wie Ihrer Branche und/oder Ihrem Mitbewerb. Die Präsentation wird als **Bildschirmpräsentation** aufbereitet, die Slides stellen wir Ihnen anschließend zur Verfügung.

Wir richten uns nach Ihnen und gehen auf die **Schwerpunkte** ein, die Ihnen den **größtmöglichen Nutzen** bieten. Die Dauer beträgt ca. 3 Stunden.

Mögliche Schwerpunkte

- Bestimmte **Kategorien** der Erhebung, z.B. Optimierung der Karriere-Website, des Social-Media-Auftritts oder Neugestaltung der Stelleninserate
- Über den Kriterienkatalog hinausgehende Untersuchung der **Bewerber:innen-Kommunikation** inklusive inhaltlicher Empfehlungen
- Weiterführender **Vergleich mit Wunscharbeitgebern** inklusive individueller Stärken und Potenziale, auf Wunsch speziell für bestimmte Kategorien;
- Tiefergehende **Analyse der Candidate Centricity** im Zuge der Bewerbungsübermittlung inkl. gezielter Maßnahmen zur Optimierung der Usability
- Ansprache einer oder mehrerer **Zielgruppen** (z.B. Lehrlinge, Professionals etc.)

Mögliche Elemente und Formate

- **Praxisbeispiele** mit Fokus auf bestimmte Arbeitgeber oder Branchen
- Aufbereitung für eine bestimmte **Zielgruppe** (Führungskräfte, C-Level etc.)
- Sofern keine **Karriere-Website** vorhanden: Erarbeitung eines einfach umzusetzenden Gerüsts, unter Einbindung möglichst vieler bereits vorhandener Inhalte (allgemeine Unternehmenswebsite, Social Media etc.)
- Speziell für dezentral organisierte HR-Abteilung: Erhebung von maximal drei **zusätzlichen Stellenanzeigen** unterschiedlicher Geschäftsbereiche inklusive Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Beantwortung **konkreter Fragen zum Bericht**
- **Argumentationsunterstützung** für die Umsetzung zukünftiger Projekte im HR-Bereich, insbesondere im Recruiting



„Die Präsentation ermöglicht uns eine Rund-um-Reflexion: Diskussion über Ergebnis und Studie, Feedback und Wertschätzung für die Arbeit unserer Recruiter:innen und Kommunikatoren und Austausch zu Trends aus Praxis und Theorie. Eine Schatzkiste an Learnings und Hinweise für Changes, die uns helfen, „one step ahead“ zu bleiben.“

Christoph Graf, Leitung HR Development & Projects
voestalpine AG

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. Auch die persönliche Recruiting-Qualität von Einzelpersonen kann normenbasiert 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 Wirtschaftsuniversität 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 top-aktuelles 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

Christian Pasteka

Head of Scientific Research

Alexander Binder

Deputy Head of Scientific Research

Copyright © 2026 **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



Studienexzerpt 2025/26

BEST RECRUITERS AUSGEZEICHNETE RECRUITING-QUALITÄT

Seit 2010 untersucht BEST RECRUITERS jährlich mehr als 1.400 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 2025/26 330 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.

