

STUDIE

Recruiting & Kommunikation: Was Bewerber:innen erwarten

Wie beurteilen Kandidat:innen neue Wege der Kommunikation? Welche Art von Informationen erwarten sie? Und wie beurteilen sie KI im Recruiting? Mehr als 50 KPIs und Best Practices aus unserer europaweiten Befragung (Mai 2023) geben Aufschluss.



CleverConnect

YouGov®

Inhalt

SEITE 04

Wie setzen sich die Teilnehmer:innen der Studie zusammen?

SEITE 08

[Beziehungsaufbau]

Auf einen guten Start kommt es an

SEITE 12

[Sich kennenlernen]

Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung, die auf den Interessen der Talente basiert

SEITE 17

[Den nächsten Schritt gehen]

Mit guter Candidate Experience zur Bewerbung motivieren

SEITE 23

[Vorausschauendes Recruiting]

Mit nicht eingestellten Bewerber:innen in Kontakt bleiben

SEITE 26

[Bonus]

Was denken Bewerber:innen über den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) im Recruiting?



Carl Hoffmann, Co-Founder & COO von CleverConnect :

Die Erwartungen von Bewerber:innen und Recruitern haben sich verändert. Die Entwicklung neuer Technologien und Recruiting-Methoden wirken dem klassischen "Post & Pray" Prozess entgegen: Veröffentlichung einer Stellenanzeige / Warten auf Bewerbungen / Vorstellungsgespräche / Auswahl des/der Kandidat:in.

Doch wie wirken sich diese Innovationen auf die Beziehung zwischen Recruiter und Bewerber:in in jeder Phase ihres Austauschs aus? In Zusammenarbeit mit dem *YouGov-Institut* haben wir ein Panel europäischer Berufstätiger nach ihrer Meinung gefragt.

Wie sehen sie ihre Beziehung zu Recruitern? Was überzeugt sie davon, sich bei Ihnen zu bewerben? Wie stellen sie sich diese Beziehung langfristig vor? Welche Hebel sollten Sie aktivieren, um eine Beziehung zu den Talenten aufzubauen, die nachhaltig auf Ihre Talent Acquisition Strategie einzahlen?

Zunächst einmal befassen wir uns mit den Schlüsselmomenten Ihrer Beziehung zu Talenten aus der Recruiter-Perspektive.

1. Sich kennenlernen: Den ersten Kontakt effizient herstellen.
2. Interagieren: Eine vertrauensvolle Beziehung aufbauen, die auf den Interessen der Talente basiert.
3. Einen guten Eindruck hinterlassen: Mit einer hochwertigen Candidate Experience überzeugen.
4. In Kontakt bleiben: mit nicht eingestellten Bewerber:innen eine langfristige Bindung aufrechterhalten.

Zu jedem dieser Momente haben wir nachfolgend die Schlüsselzahlen aus unserer europäischen Studie inkl. Fokus auf deutsche Kandidat:innen aufbereitet.

Außerdem: Wir hören immer mehr von künstlicher Intelligenz (KI); auch die Welt des HR und Recruiting bleibt davon nicht verschont... Sollte man KI im Recruiting einsetzen? Was denken Bewerber:innen über diese neuen Technologien? Haben sie einen Einfluss auf die Beziehung zwischen Recruiter und Bewerber? Alle Antworten in unserem Bonuskapitel!

Wie setzen sich die Teilnehmer:innen der Studie zusammen?

An der Umfrage in Zusammenarbeit mit YouGov nahmen **3019 Personen im Alter von 18 Jahren und älter** teil. Das YouGov Panel bildet einen repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung Deutschlands, Frankreichs und Italiens ab. Durchgeführt wurde die Studie zwischen 25. und 31. Mai 2023.



Sind die Europäer auf Jobsuche?

Etwa 50 Prozent der europäischen Befragten sind entweder auf Arbeitssuche oder halten Ausschau nach Möglichkeiten. In Italien sind es sogar 60 Prozent. Meist geschieht das jedoch nicht im klassischen Sinne: Lediglich 16 Prozent sind aktiv auf der Suche.



[FOKUS DEUTSCHLAND]

Deutschland liegt mit 16 Prozent aktiven Bewerber:innen genau auf dem europäischen Durchschnittswert. Der Anteil derer, die nicht suchen und auch nicht offen für neue Möglichkeiten sind, beträgt in Deutschland 51 Prozent. Die Zahl der Personen, die nach Gelegenheiten Ausschau halten, liegt mit 31 Prozent etwas unter dem Durchschnitt (35 %).

Die aktiv Suchenden verteilen sich in Deutschland zum größten Teil auf drei Altersgruppen:

- 21 % in der Altersgruppe 18–24 Jahre
- 27 % bei den 25– bis 34-Jährigen
- 26 % der 35– bis 44-Jährigen
- nur 9 % im Durchschnitt bei den Befragten ab 45 Jahren.

Mehr als **83 Prozent** sind passive Kandidat:innen

Mehr als 35 Prozent der Befragten suchen nicht aktiv nach einem Job, hören sich aber nach neuen Möglichkeiten um (in Italien liegt der Anteil sogar bei 45 Prozent). Fast **50 Prozent der Umfrageteilnehmer:innen sind wiederum gar nicht auf Jobsuche.**

Alle Alters- und Berufsgruppen sind davon betroffen – ohne regionale Unterschiede.

Dennoch ist es in der Regel so, dass ein gutes Angebot immer auf fruchtbaren Boden fällt. Es steckt also großes Potenzial in der Ansprache passiver Kandidat:innen.



[FOKUS DEUTSCHLAND]

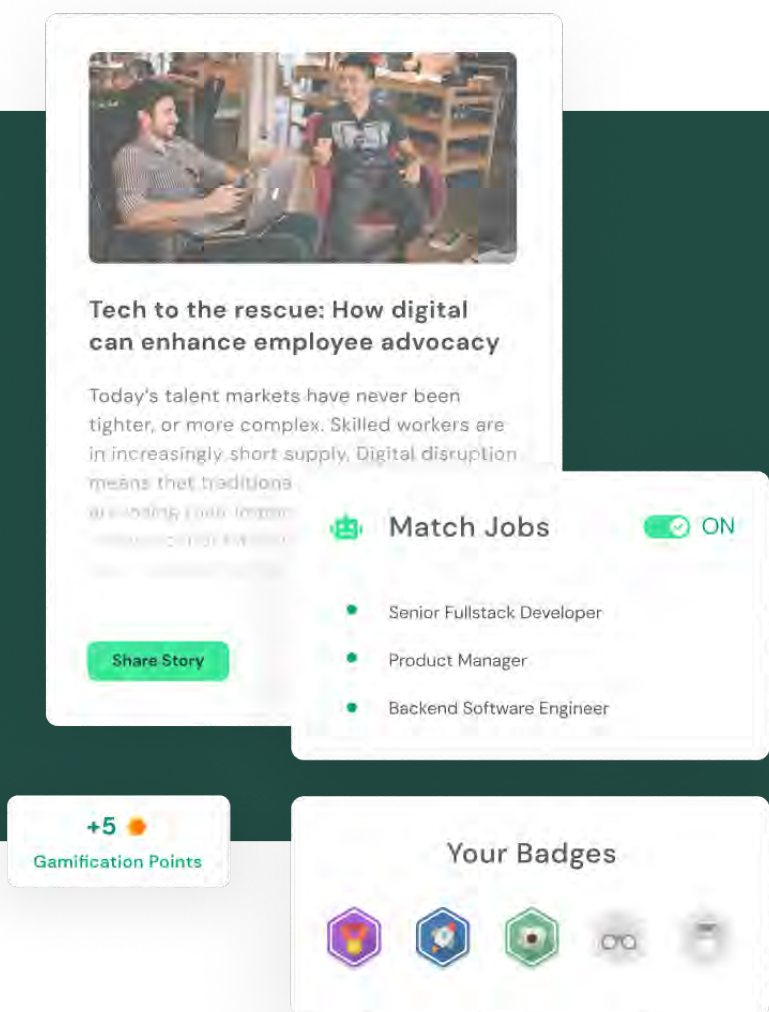
Mitarbeiterempfehlungen bergen hohes Potential. Bereits 29 % der deutschen Befragten wurden schon einmal von einer oder einem Bekannten für eine Stelle in seinem oder ihrem Unternehmen empfohlen.

Sie möchten mehr erfahren darüber, wie Sie passive Kandidat:innen für sich gewinnen können? Entdecken Sie unser E-Book [„Passive Bewerber:innen: Was tun, wenn das perfekte Profil gar nicht auf Jobsuche ist?“](#)



Sie haben bereits ein Mitarbeiterempfehlungsprogramm, setzen aber noch auf analoge Prozesse? Digitalisierung gibt Ihrem Empfehlungsprogramm einen echten Boost, vereinfacht die Abläufe für Ihre Mitarbeitenden und macht die Erfolge messbar.

[Mehr erfahren](#) →



+5
Gamification Points

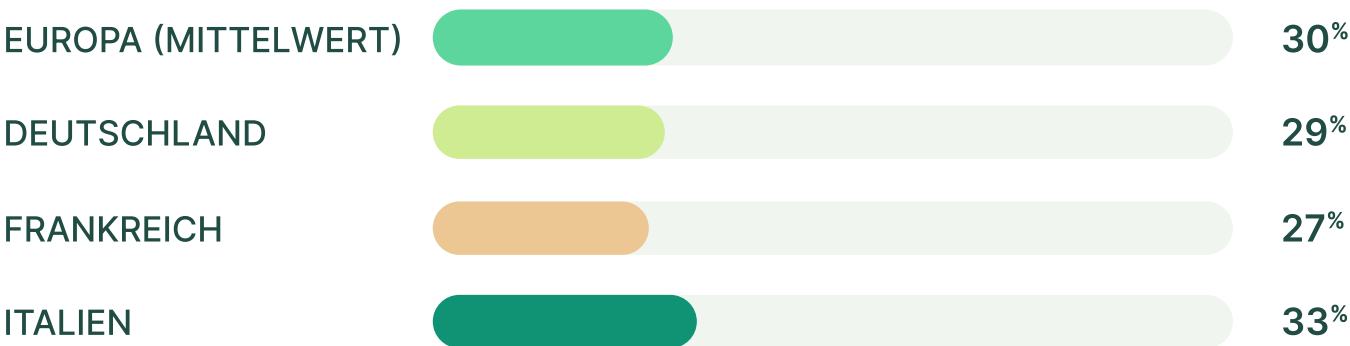
Wie verbreitet sind Alternativen zum klassischen Post and Pray?

Die Erkenntnis, dass das Warten auf Bewerbungen alleine keine Lösung für den sich verschärfenden Arbeitskräftemangel ist, ist nicht neu. Aber wie verbreitet sind Alternativen wie **Active Sourcing, Mitarbeiterempfehlungen oder Talent Nurturing mit Candidate Relationship Management?**

Diese Situationen haben unsere Studienteilnehmer:innen bereits erlebt:

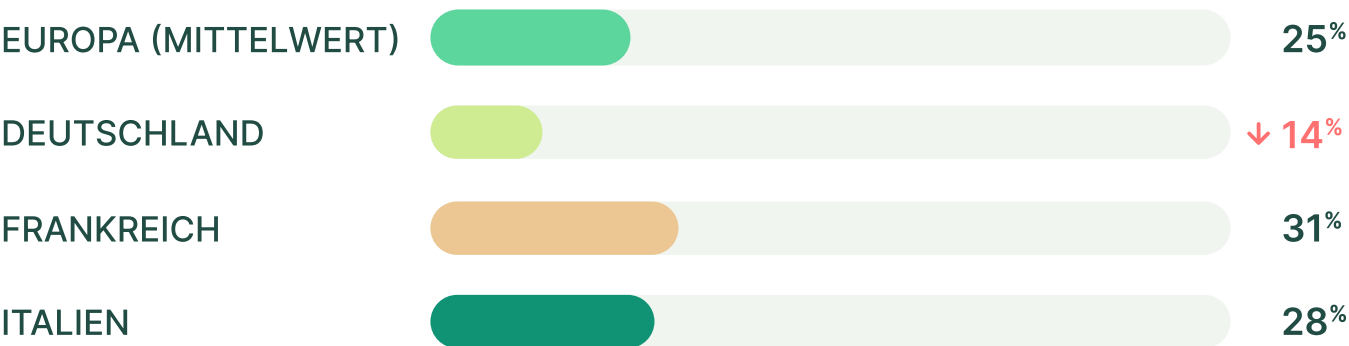
[MITARBEITEREMPFEHLUNGEN]

Ich wurde von einem/einer Bekannten kontaktiert, der/die mir vorgeschlagen hat, mich auf eine offene Stelle in seinem/ihrem Unternehmen zu bewerben



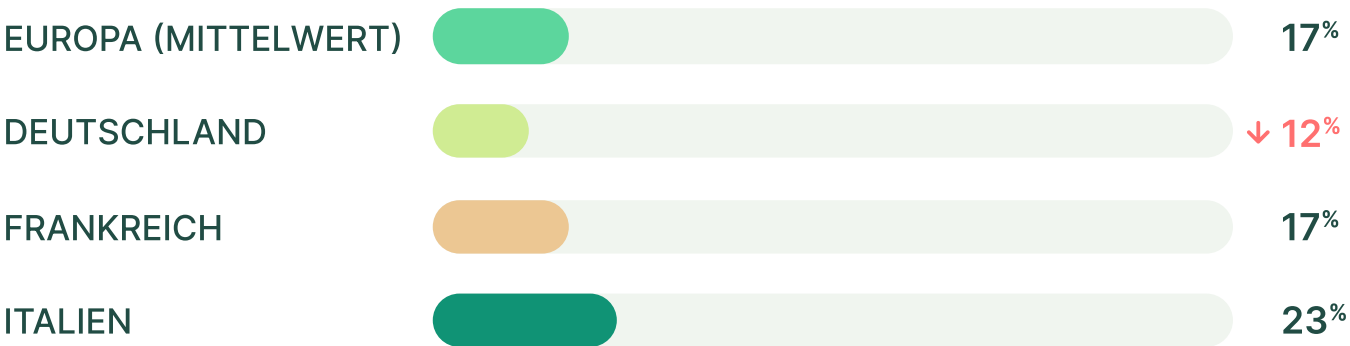
[CRM & NURTURING]

Ich wurde von einem Unternehmen kontaktiert, bei dem ich mich vor einiger Zeit beworben und eine Absage hatte



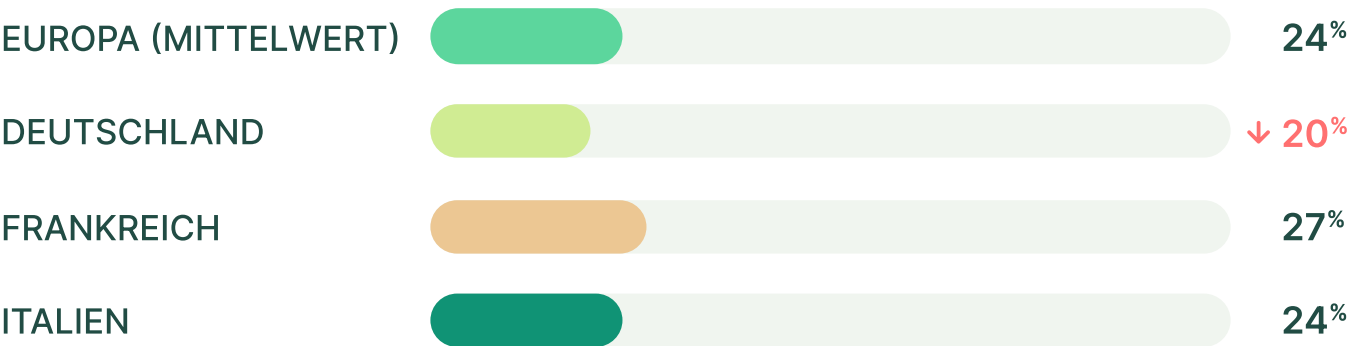
[CRM & NURTURING]

Ich habe einen Newsletter von einem Unternehmen erhalten, in dem mir vorgeschlagen wurde, mich auf eines ihrer Stellenangebote zu bewerben



[ACTIVE SOURCING]

Ich wurde von einem Recruiter kontaktiert, obwohl ich mich nicht auf eine Stellenanzeige beworben hatte



Immerhin knapp **ein Drittel der Befragten ist schon einmal mit dem Recruiting-Kanal Mitarbeiterempfehlungen in Berührung gekommen**. Alternativen wie Active Sourcing oder Talent Nurturing sind hingegen weniger verbreitet.

Nurturing & Active Sourcing: Luft nach oben

Die Kontaktaufnahme auf Initiative des Personalverantwortlichen (nach einem ersten Austausch oder direkt nach der Identifizierung eines neuen interessanten Profils) kennen etwa ein Viertel der Befragten im europäischen Durchschnitt:

- 25% sind nach einem Erstkontakt oder einer Bewerbung später erneut kontaktiert worden
- 24% hatten einen allerersten Kontakt, ohne sich beworben zu haben.

In Deutschland scheinen Recruiting-Teams allerdings weniger experimentierfreudig zu sein als in den Nachbarländern Frankreich und Italien. Lediglich Mitarbeiterempfehlungen sind ähnlich etabliert. Nachholbedarf besteht bei Candidate Relationship Management mit Nurturing von Kontakten, aber auch beim Active Sourcing.

In Deutschland haben 

66,5%

der 25–44-Jährigen mindestens eine der beschriebenen Situationen bereits kennengelernt.

In Frankreich waren 

84%

der unter 34-Jährigen bereits in einer dieser Situationen.

In Italien haben 

85%

der unter 34-Jährigen schon mindestens eine dieser Situationen erlebt.

Doch was bedeutet eigentlich Nurturing genau?

Nurturing (eng. to nurture = erziehen, fördern, pflegen) umfasst alle Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreift, um Interessenten zum richtigen Zeitpunkt mit relevanten Informationen anzusprechen, passend zur jeweiligen Phase der Entscheidungsfindung sie sich gerade befinden. Im Recruiting ist damit die Kontaktpflege zu Talenten gemeint.

Carls Tipp:



1. Diese neuen Recruiting-Methoden sind bei **jungen Berufstätigen weit verbreitet**: Sie müssen also kreativer werden, um sie zu begeistern und von einer Bewerbung zu überzeugen.
2. Im Gegensatz dazu werden **Mitarbeiterempfehlungen, Nurturing und Active Sourcing von Recruitern kaum genutzt**, um Talente mit mehr Berufserfahrung anzusprechen: Auch für diese Zielgruppe sollten Sie die neuen Methoden anwenden, um sich von der Masse abzuheben.

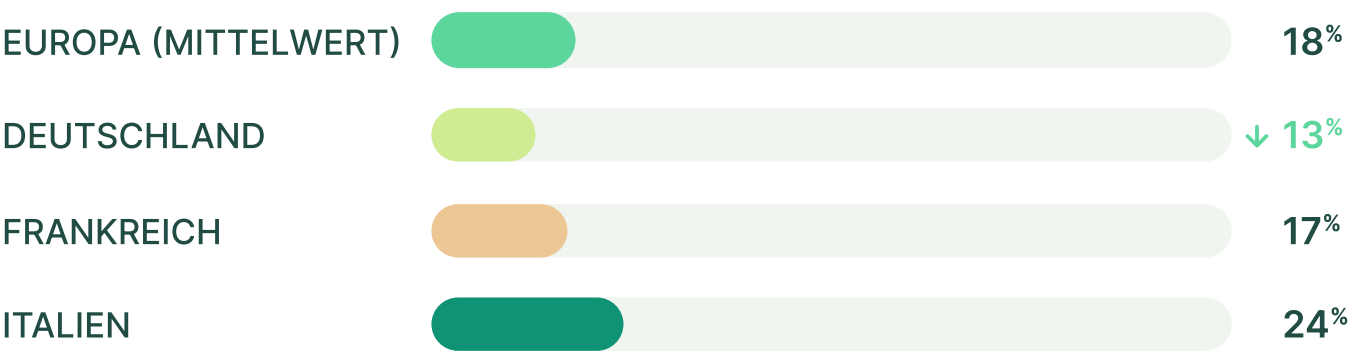
Divenalarm: Sind empfohlene Kandidat:innen anspruchsvoller?

Mitarbeiterempfehlung wird oft – fälschlicherweise – mit Vetternwirtschaft gleichgesetzt. Aber was denken die Bewerber:innen darüber?

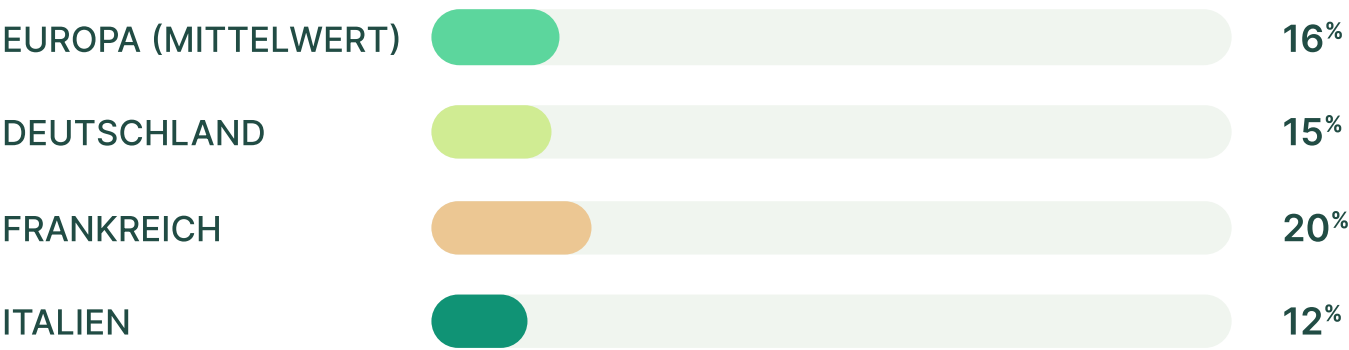
Nur 30 Prozent der Befragten in Europa glauben, dass sie nach einer Empfehlung in einen klassischen Prozess eintreten werden, wie jeder andere Bewerber auch.

[FRAGE] Wenn eine(r) ihrer Bekannten Ihr Profil für eine offene Stelle in seinem/ihrer Unternehmen empfehlen würde, würden Sie dann einen anderen Bewerbungsprozess als das klassische Bewerbungsverfahren erwarten?

Ja, dass das Unternehmen mein Profil für die Stelle im Vergleich zu anderen Bewerbern bevorzugt behandelt



Ja, mit zusätzlichen Empfehlungen, die mir dabei helfen, die unterschiedlichen Schritte des Bewerbungsverfahrens erfolgreich zu bestehen



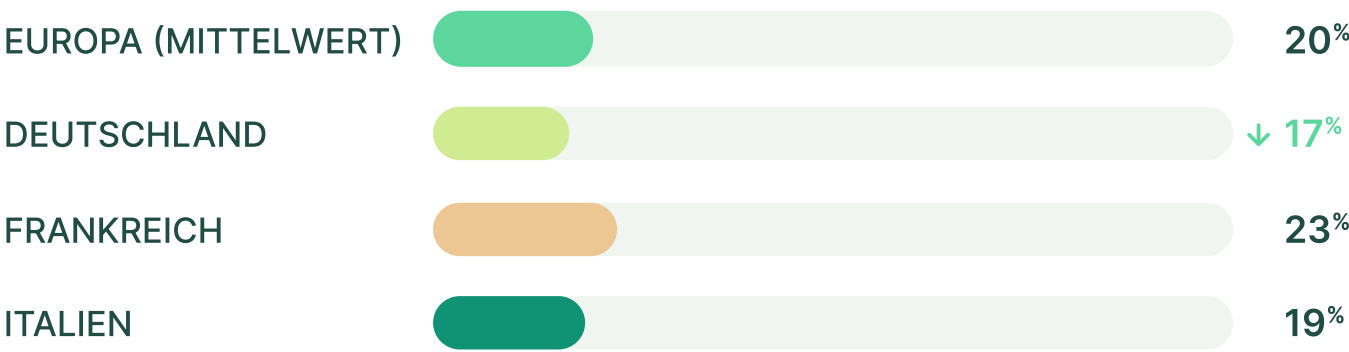
Die kleinen “Extras”, die empfohlene Kandidat:innen erwarten

Was sich diese “VIP”-Kandidat:innen am meisten wünschen, hängt auffallend oft mit dem Austausch mit den Personalverantwortlichen selbst zusammen: ein besseres Verständnis für die Besonderheiten ihres Profils, Sichtbarkeit und Transparenz, Ratschläge....

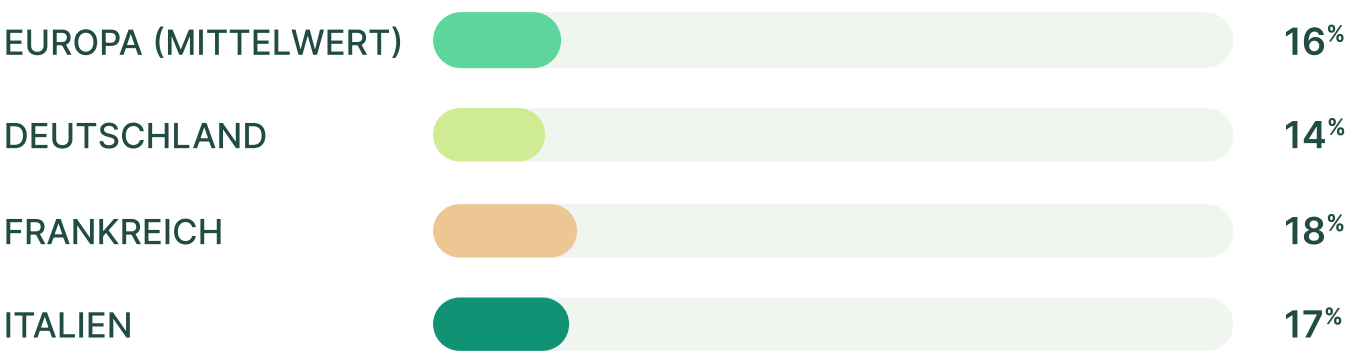
Aber immerhin 16 Prozent der Befragten wünschen sich, eine oder mehrere Phasen des Einstellungsprozesses zu überspringen.

Dagegen erwarten 55 Prozent der Umfrageteilnehmer:innen, dass sie aufgrund ihres persönlichen Mitarbeiterkontakts anders behandelt werden als ein Bewerber, der sich auf herkömmliche Weise beworben hat. Für sie ist die Mitarbeiterempfehlung also häufig gleichbedeutend mit einer “VIP”-Rekrutierung mit unterschiedlichen Erwartungen.

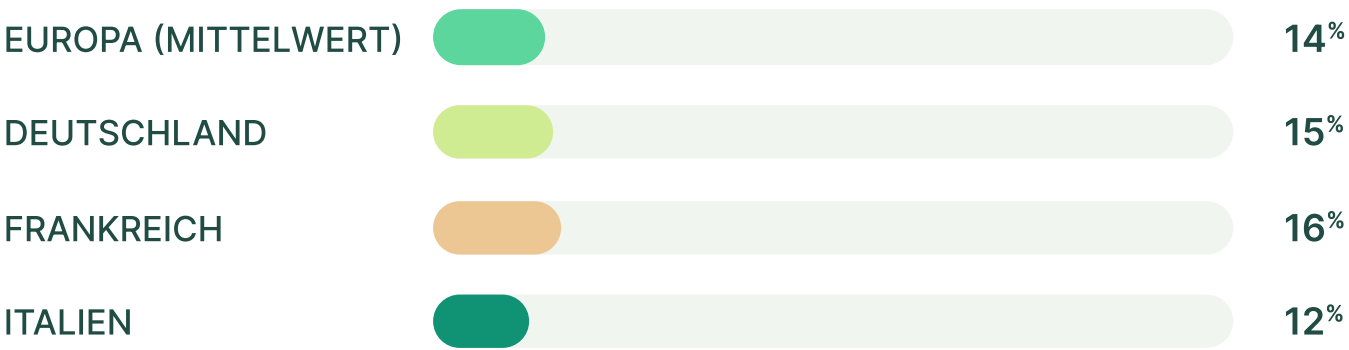
Ja, mit ausführlichen Informationen über das Unternehmen (Atmosphäre, Projekte, zukünftige Kollegen usw.)



Ja, und zwar ein personalisierteres Verfahren, das sich von dem eines Kandidaten, der nicht empfohlen wurde, unterscheidet



Ja, und zwar, dass einer oder mehrere Schritte übersprungen werden



[FOKUS DEUTSCHLAND]

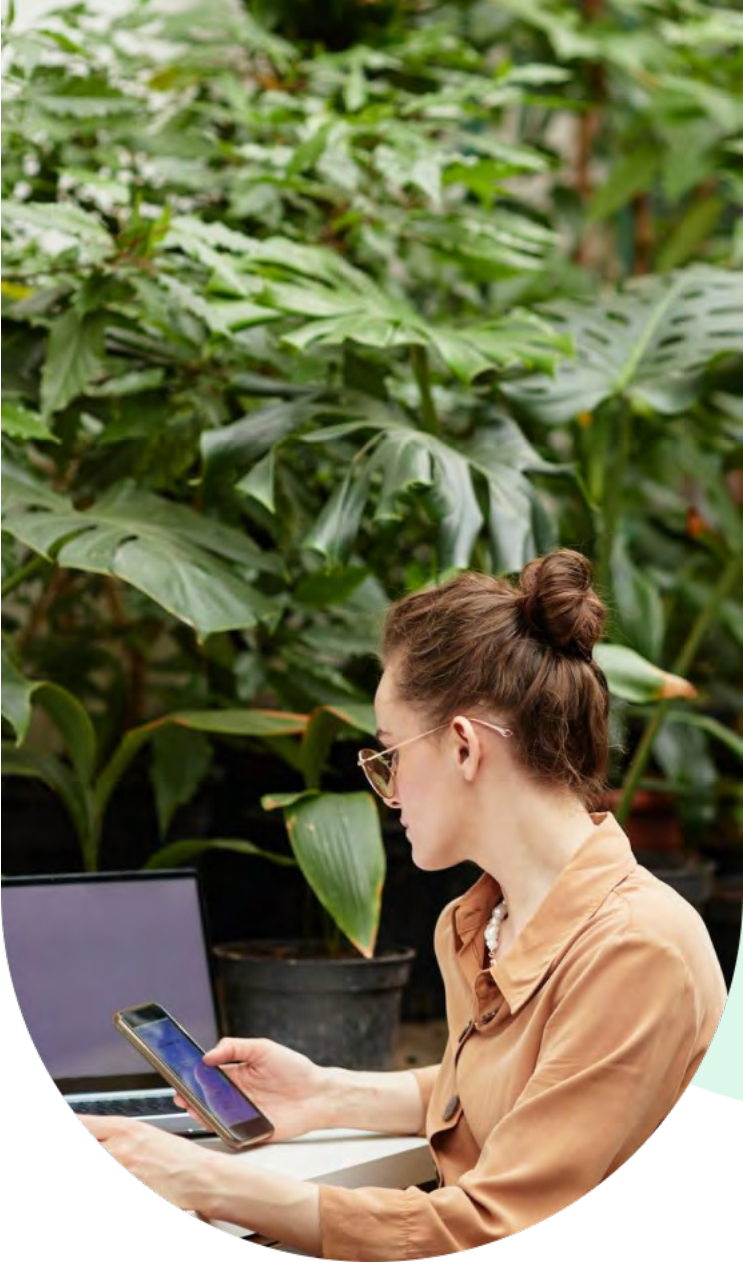
In Deutschland erwarten 49 % der Befragten ein “kleines Extra” (gegenüber 57 % in Frankreich und 60 % in Italien).

Allerdings gibt es hier Unterschiede zwischen den Generationen zu beachten. 67 % der Kandidat:innen zwischen 35–44 Jahren erwarten, dass sie im Falle einer Empfehlung anders behandelt werden als ein klassischer Bewerber.

Beziehungsaufbau: Auf einen guten Start kommt es an

Die Beziehung zu einer:m Bewerber:in beginnt in dem Moment, in dem Sie mit ihm oder ihr in Kontakt treten. Aber wie stellen Sie diesen Kontakt her? Was erwarten die Bewerber:innen von diesem ersten Austausch?

Natürlich müssen Sie **Inhalt und Tonalität** festlegen – unabhängig davon, ob der Erstkontakt durch eine Bewerbung oder auf Ihre Initiative hin, beispielsweise über Active Sourcing, zustande gekommen ist. Dennoch gilt: Gerade ein Erstkontakt, den Sie selbst initiieren, verlangt weit mehr Kreativität, Fingerspitzengefühl und Verständnis für die Zielgruppe.



Carls 

Tipp:

Noch bevor Sie an Ihrer Botschaft arbeiten, sollten Sie entscheiden, auf **welchem Kanal** Sie die besten Chancen haben, Ihre Talente zu erreichen.

Das sind die Kommunikationskanäle, die Kandidat:innen für einen ersten Kontakt mit Ihnen bevorzugen:

	Persönliche E-Mail von einem Recruiter	47%
	Telefonanruf	43%
	Eine Nachricht auf einer Jobbörse	20%

Entscheidend ist offensichtlich der persönliche Touch: **Persönliche E-Mail** des Personalverantwortlichen und der **Telefonanruf** sind die beiden meistgenannten Möglichkeiten. Ob indirekte (schriftliche) oder direkte (mündliche) Kontaktaufnahme spielt eine untergeordnete Rolle.

Welche Rolle spielen soziale Netzwerke in diesem Zusammenhang?

Berufliche soziale Netzwerke wie LinkedIn werden von den europäischen Befragten **an vierter Stelle** genannt, sind aber bereits weniger stark vertreten (19 Prozent).

Dagegen **möchten nur wenige Bewerber über ihre privaten Netzwerke wie Facebook oder Instagram kontaktiert werden** (7 Prozent). Dies gilt umso mehr für die Altersgruppe 45+ (-10 Prozent in Frankreich und Deutschland). In Italien übertrifft nur die Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen die 10 Prozent, die von diesem Kontaktmittel überzeugt sind (12 Prozent).

Und andere schriftliche Kontaktmöglichkeiten?

11 Prozent der Deutschen ziehen es vor, für einen ersten **Kontakt per Messenger (z. B. WhatsApp)** angesprochen zu werden. Dies deckt sich weitestgehend mit den Ansichten der Franzosen (12 Prozent). Unter den italienischen Befragten ziehen sogar 16 Prozent diesen Kanal vor.



[FOKUS DEUTSCHLAND]



Persönliche E-Mail von einem Recruiter

39%



Telefonanruf

25%



Nachricht auf einer Jobbörse

25%



Eine Nachricht auf LinkedIn oder XING

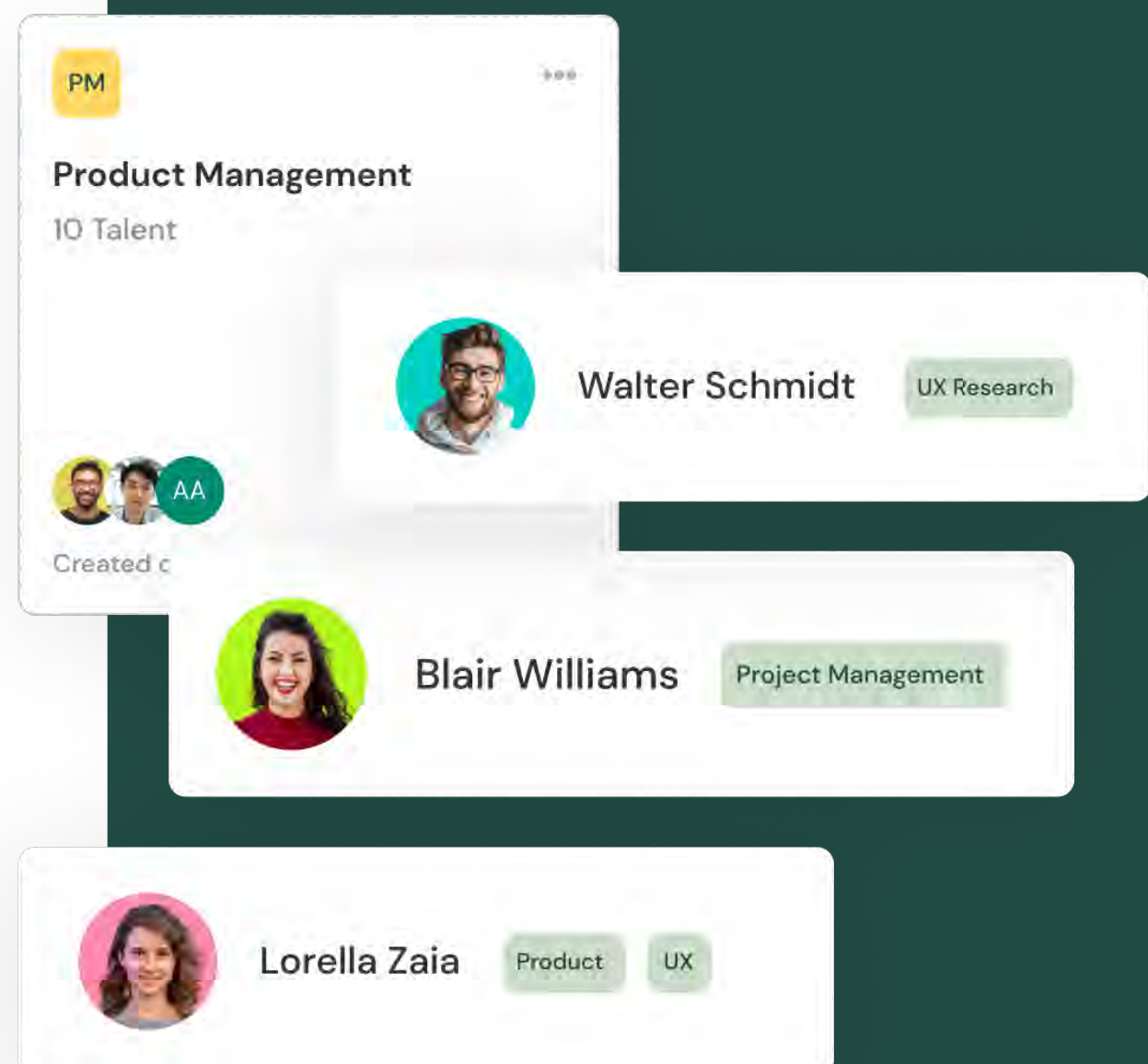
20%

In Deutschland sieht die Top 3 der Kommunikationskanäle genauso aus wie im europäischen Durchschnitt.

Fast 40 % der Befragten gefällt die Idee, per E-Mail kontaktiert zu werden, solange es sich dabei um eine vom Recruiter gesendete E-Mail und nicht um einen allgemeinen Newsletter handelt. Dies gilt für alle Altersgruppen. Im Gegensatz dazu scheint die automatisierte E-Mail vom Typ Newsletter nur 19 % der Deutschen als erstes Kontaktmittel zu überzeugen.

Mithilfe von Talent Nurturing Tools (wie CRM – Candidate Relationship Management) können Sie Zeit sparen. Nutzen Sie Automatisierungen und versenden Sie E-Mails aus den persönlichen Mailboxen der Personalverantwortlichen. Sie können eine Präsentation des Personalverantwortlichen vorbereiten, die Standard-E-Mail mit seinem Schreibstil verfassen, das Talent mit seinem Namen ansprechen oder bestimmte Elemente aus seinem Werdegang zitieren etc.

[Mehr erfahren](#) →



[FRAGE] Über welche(n) der folgenden Wege würden Sie bevorzugt von einem Recruiter zum ersten Mal kontaktiert werden?

Im Hinblick auf Europa:

	Europa (Durchschnitt)	Deutschland	Frankreich	Italien
E-Mail (vom Recruiter persönlich versendet)	47%	↓ 39%	48%	55%
Telefonanruf	43%	↓ 25%	53%	51%
Jobbörse, auf der ich ein Profil erstellt habe	20%	↑ 25%	15%	21%
Professionelles Netzwerk (z. B. LinkedIn)	19%	20%	18%	20%
E-Mail (automatisierte E-Mail, Newsletter)	17%	19%	16%	16%
Sofortnachrichten (z. B. Messenger, WhatsApp)	13%	11%	12%	15%
SMS	9%	4%	16%	6%
Privates Netzwerk (z. B. Instagram, Facebook, TikTok)	7%	8%	8%	6%
Sonstiges	1%	2%	1%	1%
Ich weiß es nicht	11%	24%	9%	5%

Deutschland
(nach Altersgruppen)

	18-24	25-34	35-44	44-54	55+
E-Mail (vom Recruiter persönlich versendet)	35%	40%	39%	39%	40%
Telefonanruf	20%	24%	23%	24%	29%
Jobbörse, auf der ich ein Profil erstellt habe	21%	27%	31%	27%	18%
Professionelles Netzwerk (z. B. LinkedIn)	21%	29%	22%	19%	14%
E-Mail (automatisierte E-Mail, Newsletter)	16%	22%	19%	20%	16%
Sofortnachrichten (z. B. Messenger, WhatsApp)	16%	17%	10%	8%	9%
SMS	13%	13%	13%	6%	3%
Privates Netzwerk (z. B. Instagram, Facebook, TikTok)	-	5%	7%	3%	4%
Sonstiges	-	1%	2%	2%	4%
Ich weiß es nicht	24%	13%	18%	19%	20%

Deutschland
(nach Bildungsniveau)

	Ohne Abschluss	In Ausbildung	Im Studium	Ausbildung oder gleichwertiger Abschluss	(Fach-) Abitur	Keine Angabe
E-Mail (vom Recruiter persönlich versendet)	33%	34%	36%	38%	44%	31%
Telefonanruf	21%	21%	28%	28%	22%	15%
Jobbörse, auf der ich ein Profil erstellt habe	18%	34%	32%	25%	24%	23%
Professionelles Netzwerk (z. B. LinkedIn)	5%	21%	42%	15%	28%	15%
E-Mail (automatisierte E-Mail, Newsletter)	10%	24%	46%	18%	18%	15%
Sofortnachrichten (z. B. Messenger, WhatsApp)	11%	15%	14%	9%	14%	12%
SMS	17%	16%	13%	4%	12%	6%
Privates Netzwerk (z. B. Instagram, Facebook, TikTok)	8%	-	8%	3%	5%	9%
Sonstiges	-	-	-	2%	3%	3%
Ich weiß es nicht	22%	9%	14%	21%	14%	34%

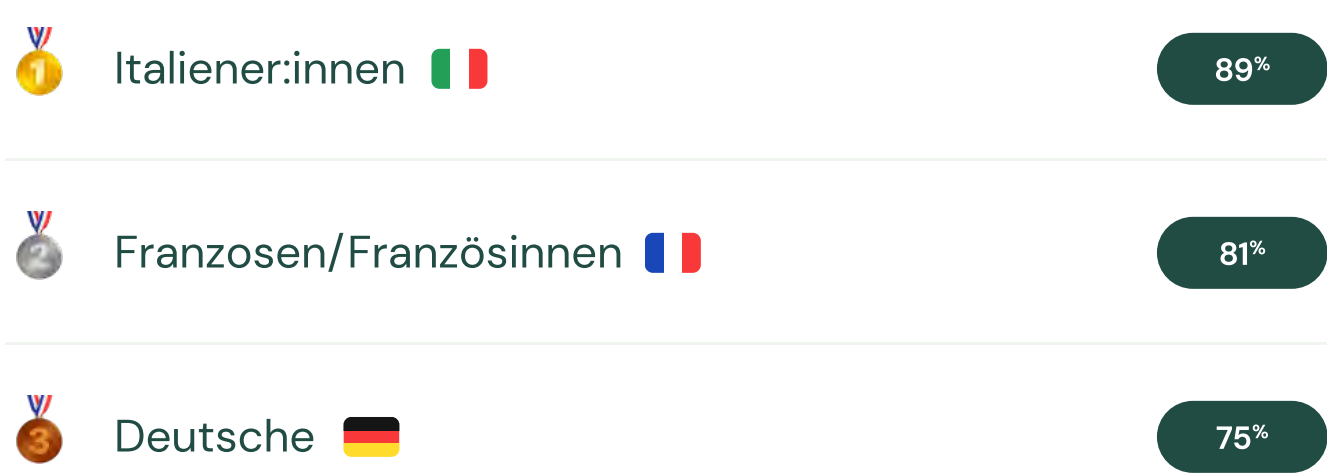
Sich kennenlernen: Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung, die auf den Interessen der Talente basiert

Die Beziehung zu einer:m Bewerber:in endet nicht mit dem ersten Kontakt. Seine oder ihre Motivation und der Wunsch, für Ihr Unternehmen zu arbeiten, hängen vor allem von der Beziehung ab, die Sie mit ihm aufbauen werden. Wir haben verschiedene Fragen gestellt, mit denen Sie herausfinden können, welche Art von Informationen Bewerber:innen interessieren: Passen Sie Ihre Kommunikation an diese Erkenntnisse an, um bei jedem Kontakt einen Volltreffer zu landen!



82% der Europäer möchten nach einem ersten Kontakt mit Recruitern regelmäßig Informationen erhalten. Zeit also, sich mit dem Thema Talent Pools und regelmäßiger Kommunikation zu beschäftigen – Ihre Kandidat:innen warten schon...

Im Ländervergleich zeigt sich folgendes Bild:



Hier finden Sie einen Überblick:

Was Kandidat:innen erwarten...	...und wie häufig
Stellenangebote, die meinem Profil entsprechen	Einmal pro Woche (25%) bis einmal pro Quartal (21%)
Einladungen zu Veranstaltungen, auf denen ich die Recruiting-Teams des Unternehmens treffen kann	Einmal pro Quartal (23%) bis einmal pro Monat (16%)
Erfahrungsberichte von Mitarbeitern des Unternehmens, die im gleichen Fachbereich wie ich arbeiten	Einmal pro Monat (22%) bis einmal pro Quartal (21%)
Neuigkeiten über das Unternehmen und seine Branche	Einmal pro Quartal (25%) bis einmal pro Monat (22%)
Informationen zum Arbeitsmarkt (Berufe und Ausbildungen in meinem Bereich, Vorschriften, Rechte, Pflichten usw.)	Einmal pro Quartal (24%) bis einmal pro Monat (20%)

Bei den **auf das Profil abgestimmten Stellenangeboten** bevorzugen die Befragten einen **wöchentlichen Rhythmus**. Der Vorteil dieser Art von Inhalten ist, dass Sie dank Automatisierung von Versand und Erstellung keine spezifischen Inhalte produzieren müssen, außer vielleicht eines anpassbaren und personalisierbaren E-Mail-Templates. Einmal aufgesetzt, können Sie sich auf andere Inhalte konzentrieren.

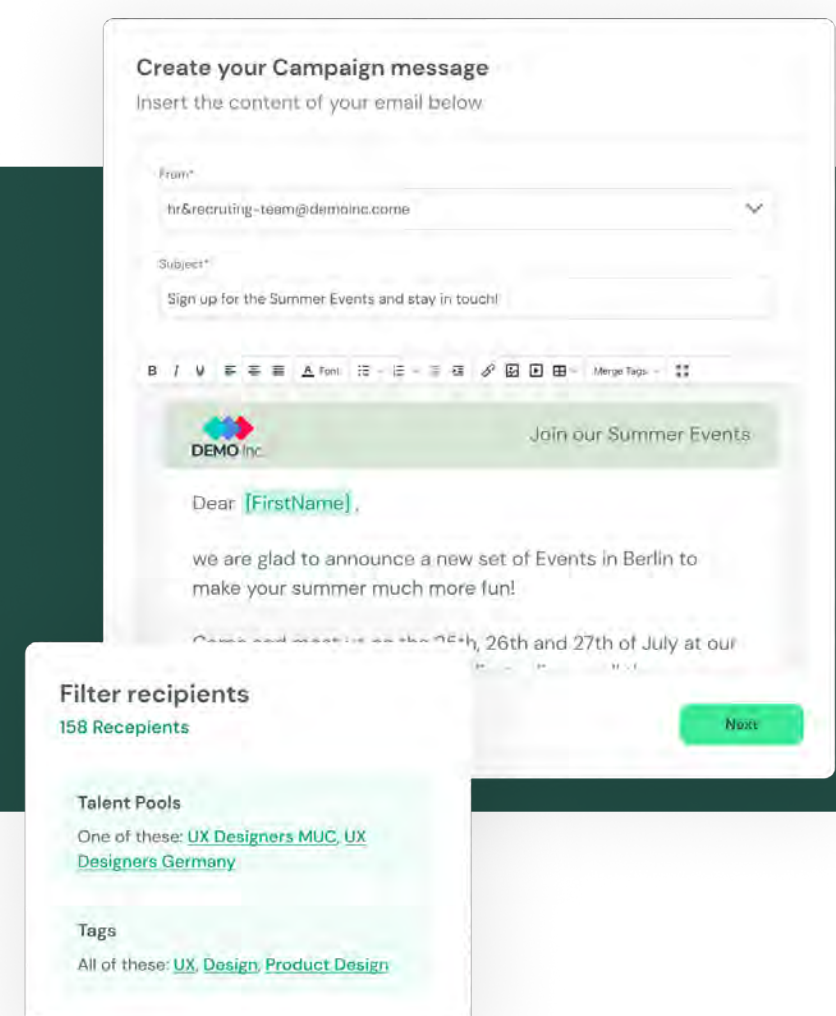
Fast **30 Prozent der Befragten** hingegen haben an einer Art **monatlichen Newsletter mit Unternehmens- und Branchennachrichten** Interesse. Lassen Sie sich dafür von den Beiträgen auf dem Blog Ihres Unternehmens oder in seinen sozialen Netzwerken inspirieren – es ist nicht nötig, das Rad neu zu erfinden.

Carls Tipp:

Die Wiederverwendung vorhandener Inhalte kann Ihnen wertvolle Zeit sparen und gleichzeitig die Erwartungen der Bewerber erfüllen, regelmäßig von Ihnen zu hören! Ein paar [Mailing-Inspirationen](#) finden Sie auf [unserem Blog!](#)

Mit einem CRM Tool (Candidate Relationship Management) können Sie automatische Kommunikationszyklen vorbereiten, die Nachrichten in der gewünschten Häufigkeit und an die ausgewählte Zielgruppe senden, ohne dass Sie dies manuell tun müssen.

[Mehr erfahren](#) →



Werden Sie zum Ideengeber: Über 70 Prozent der Befragten in Europa würden sich auf eine Stellenanzeige bewerben, die nicht ihrem aktuellen Beruf, sondern ihren Fähigkeiten entspricht...

"Immer mehr intelligente Lösungen für Jobbörsen oder Karriereseiten ermöglichen es, Bewerber:innen Stellenangebote zu unterbreiten, die ihren Kompetenzen entsprechen und nicht den Titeln ihrer früheren oder aktuellen Stellen." Wir sind von dieser Prämisse ausgegangen und haben die Europäer gefragt, ob sie offen für Stellenangebote sind, die nicht ihrem Werdegang entsprechen, für die sie aber die Kompetenzen haben.

In Italien antworteten 81 Prozent der Befragten mit "Ja, voll und ganz" oder "Ja, eher". Weniger aufgeschlossen sind Kandidat:innen in Frankreich mit 69 Prozent. Schlusslicht bilden die deutschen Umfrageteilnehmer:innen mit 64 Prozent.

Technologien für Parsing und Matching helfen Ihnen dabei, von dieser Offenheit zu profitieren: Schlagen Sie den Besucher:innen Ihrer Karriereseite Jobs oder sogar Employer Branding Content basierend auf einem Profil aus Hard & Soft Skills vor. So erfahren Sie nicht nur mehr über Ihre Kandidat:innen, sondern wecken Interesse für Neues und generieren mehr Bewerbungen. Oder Sie gehen mit Matching auf die Suche in Ihrem eigenen Talent Pool und sprechen Kandidat:innen direkt an.



[FOKUS DEUTSCHLAND]

Die Befragten aus Deutschland stimmen im Großen und Ganzen mit **dem europäischen Durchschnitt überein**, wenn es darum geht, welche Themen sie interessieren und wie oft sie diese erhalten möchten.

Die Lieblingsthemen der deutschen Kandidat:innen sind :

- Stellenangebote, die meinem Profil entsprechen

83%
- Neuigkeiten über das Unternehmen und seine Branche

76%
- Informationen zum Arbeitsmarkt (Berufe und Ausbildungen in meinen Bereich, Vorschriften, Rechte, Pflichten usw.)

74%

Die Berufsgruppen, die besonders an regelmäßiger Information interessiert sind, unabhängig von den Themen und der Häufigkeit, sind:

- Finanzsektor (Banking, Investment, Versicherungen)

81%
- Hotellerie/Tourismus

80%
- Gesundheitswesen & Pflege

76%



[Frage] Angenommen, Sie wurden von einem Unternehmen im Rahmen einer Jobsuche zum ersten Mal kontaktiert. Welche Art von Information würden Sie von diesem Unternehmen anschließend erhalten wollen?

Deutschland

	Einmal pro Woche	Einmal pro Monat	Einmal pro Quartal	Seltener als einmal pro Quartal	Einmal pro Jahr	Nie
--	------------------	------------------	--------------------	---------------------------------	-----------------	-----

Stellenangebote, die meinem Profil entsprechen	25%	22%	21%	9%	6%	17%
Einladungen zu Veranstaltungen, auf denen ich die Recruiting-Teams des Unternehmens treffen kann	7%	16%	23%	15%	11%	28%
Erfahrungsberichte von Mitarbeitern des Unternehmens, die im gleichen Fachbereich wie ich arbeiten	8%	22%	21%	13%	8%	28%
Neuigkeiten über das Unternehmen und seine Branche	10%	22%	25%	13%	6%	24%
Informationen zum Arbeitsmarkt (Berufe und Ausbildungen in meinen Bereich, Vorschriften, Rechte, Pflichten usw.)	10%	20%	24%	11%	9%	26%

Frankreich

	Einmal pro Woche	Einmal pro Monat	Einmal pro Quartal	Seltener als einmal pro Quartal	Einmal pro Jahr	Nie
--	------------------	------------------	--------------------	---------------------------------	-----------------	-----

Stellenangebote, die meinem Profil entsprechen	32%	28%	15%	7%	6%	13%
Einladungen zu Veranstaltungen, auf denen ich die Recruiting-Teams des Unternehmens treffen kann	10%	26%	22%	10%	12%	21%
Erfahrungsberichte von Mitarbeitern des Unternehmens, die im gleichen Fachbereich wie ich arbeiten	13%	25%	20%	11%	9%	23%
Neuigkeiten über das Unternehmen und seine Branche	15%	26%	20%	10%	10%	19%
Informationen zum Arbeitsmarkt (Berufe und Ausbildungen in meinem Bereich, Vorschriften, Rechte, Pflichten usw.)	16%	26%	21%	10%	9%	19%

	Einmal pro Woche	Einmal pro Monat	Einmal pro Quartal	Seltener als einmal pro Quartal	Einmal pro Jahr	Nie
Stellenangebote, die meinem Profil entsprechen	39%	30%	13%	8%	5%	6%
Einladungen zu Veranstaltungen, auf denen ich die Recruiting-Teams des Unternehmens treffen kann	13%	30%	21%	12%	11%	14%
Erfahrungsberichte von Mitarbeitern des Unternehmens, die im gleichen Fachbereich wie ich arbeiten	18%	26%	18%	12%	11%	16%
Neuigkeiten über das Unternehmen und seine Branche	19%	33%	19%	9%	10%	10%
Informationen zum Arbeitsmarkt (Berufe und Ausbildungen in meinem Bereich, Vorschriften, Rechte, Pflichten usw.)	22%	38%	18%	9%	8%	9%

[Frage] Wären Sie offen für die Idee, sich auf Stellenangebote zu bewerben, die nicht genau Ihrem ursprünglichen Werdegang entsprechen, für die Sie aber die Kompetenzen besitzen?

	Europe (Durchschnitt)	Deutschland	Italien	Frankreich
Ja, absolut	30%	27%	36%	27%
Ja, mehr oder weniger	41%	37%	45%	41%
Nein, nicht wirklich	12%	14%	8%	14%
Nein, absolut nicht	7%	8%	3%	8%
Ich weiß es nicht	10%	14%	8%	9%

Den nächsten Schritt gehen: Mit guter Candidate Experience zur Bewerbung motivieren

Die Candidate Experience ist eine unverzichtbare Grundlage für eine gute Beziehung zwischen Recruiter und Bewerber:innen. Wie können Sie nach einem ersten Austausch oder sogar mehreren Kontakten alle Chancen auf Ihrer Seite nutzen, um aus dem Talent eine:n Bewerber:in zu machen? Was sollten Sie unbedingt vermeiden, um nicht "den Bruch" zu riskieren?



Wir haben unseren Studienteilnehmer:innen zwei Fragen gestellt:

- Welche der folgenden Aspekte würden Sie davon abhalten, sich auf ein Stellenangebot zu bewerben?
- Welche der folgenden Aspekte würden Sie veranlassen, einen Bewerbungsprozess für ein Stellenangebot, auf das Sie sich beworben haben, abubrechen?

Welche Ausschlusskriterien werden am häufigsten genannt?

Mit Bezug auf die Stellenausschreibung:

	Die Aufgaben sind im Stellenangebot nicht korrekt aufgeschlüsselt	38%
	Das Stellenangebot enthält keine Angaben über die Vergütung	35%
	Die Benutzeroberfläche der Website ist schlecht und das Absenden einer Bewerbung dadurch sehr umständlich	31%
	Die Auswahlkriterien werden nicht klar dargestellt	31%

Während die wichtigsten beiden Kriterien den **Kern der Stellenanzeige** (Aufgaben und Vergütung) betreffen, drehen sich die zweiten gleichrangig genannten Kriterien von 31 Prozent direkt um die Candidate Experience.

Eine mangelhafte Usability des Bewerbungsportals kann also Bewerber:innen abschrecken, unabhängig davon, wie detailliert und ansprechend die Stellenanzeige gestaltet ist. 31 Prozent gaben an, dass sie aufgrund eines umständlichen Systems von einer Bewerbung absehen würden.

Mit Bezug auf den Bewerbungsprozess:

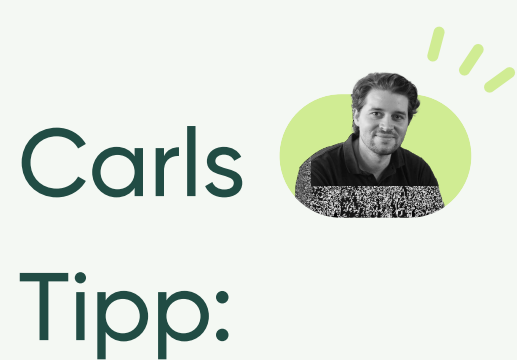
	Das Verfahren ist nicht auf mein Profil zugeschnitten (Fragen oder Aufgaben, die nicht meinem Erfahrungsniveau entsprechen)	34%
	Die Dauer des Bewerbungsverfahrens	31%
	Fehlende Interaktion mit Personen aus dem Unternehmen (Recruiter, Personalabteilung, zukünftige Kollegen usw.)	29%
	Fehlende Transparenz über den Status meiner Bewerbung (restliche Schritte oder Anzahl der verbleibenden Kandidaten usw.)	29%

Die **Personalisierung des Prozesses** scheint ein Aspekt zu sein, der den Befragten besonders wichtig ist. Was bedeutet das für Sie? Passen Sie die Auswahlverfahren so weit wie möglich an die einzelnen Profile an und zeigen Sie den Kandidat:innen, dass Sie sie verstehen. Auch die Dauer des Prozesses ist für 31 Prozent der Befragten ein Grund, die Bewerbung abubrechen.

Der dritte Punkt bezieht sich einerseits auf den **konstanten Austausch** zwischen dem Personalverantwortlichen und dem oder der Bewerber:in. Kandidat:innen möchten wissen, mit wem sie es zu tun haben, um eine gute Entscheidung für oder gegen einen neuen

Job treffen zu können. Denken Sie daran, dass dieser Beziehungsaufbau nicht nur über Sie läuft, sondern auch über Treffen mit dem zukünftigen Manager und/oder anderen Mitgliedern des Teams. Betrachten Sie **kollaboratives Recruiting** als eine echte Superpower, mit der Sie sich von Ihren Konkurrenten abheben können.

Genauso relevant ist für die Befragten andererseits die **Transparenz des Bewerbungsprozesses**. Machen Sie alle Schritte für die Kandidat:innen nachvollziehbar und geben Sie ihnen **regelmäßig Feedback**. So vermeiden Sie hohe Abbrecherquoten.

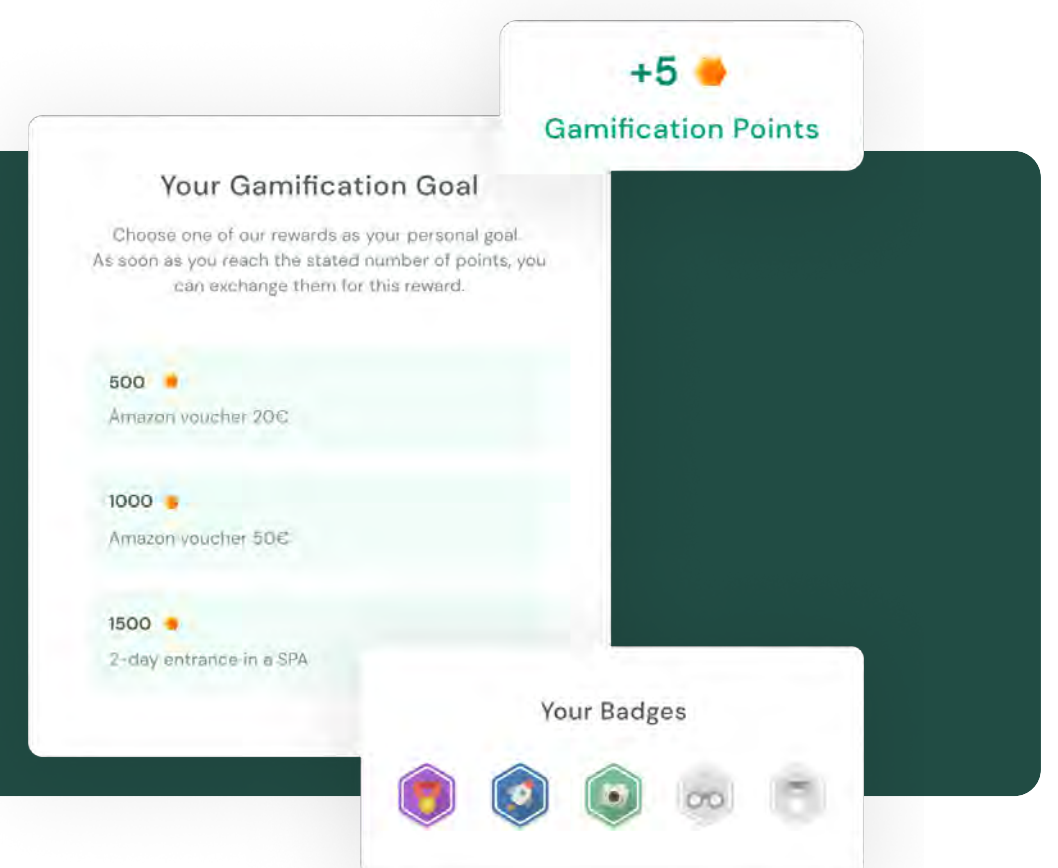


Denken Sie daran, dass Sie auch Ihre Mitarbeitenden nutzen können, um interessante Profile zu identifizieren und den ersten Kontakt mit diesen Mitgliedern ihres Netzwerks herzustellen. Übrigens: Die Wahrscheinlichkeit, dass jemand auf einen Inhalt klickt, der von einer Person aus dem Bekanntenkreis geteilt wurde, ist 50x höher gegenüber dem gleichen Inhalt, der von einem Unternehmenskonto gepostet wurde.*

**Forrester : the Social technographics of Web 2.0*

Employee Advocacy ist eine hervorragende Möglichkeit, über die Kombination aus Employer Branding Content und Mitarbeiternetzwerke mit interessanten Profilen in Kontakt zu treten. So stärken Sie gleichzeitig Ihre Arbeitgebermarke und erhöhen den Traffic auf Ihren Kanälen.

[Mehr erfahren](#) →



Die **Dauer des Bewerbungsprozesses** steht an vierter Stelle der meistgenannten Faktoren (25 Prozent) und ist in Deutschland (31 Prozent) und Frankreich (25 Prozent) deutlich wichtiger als in Italien (19%). In Frankreich sind 62 Prozent der Bewerber:innen der Meinung, dass ein Bewerbungsprozess bereits nach drei Wochen zu lang ist*. Berücksichtigen Sie dies bei der Umsetzung Ihrer Recruiting-Strategie.

**Baromètre de l'emploi Meteojob 2021*



Die Liste der am häufigsten genannten negativen Kriterien in Bezug auf die Stellenanzeige ist die gleiche wie im europäischen Durchschnitt (auf europäischer Ebene wurde der Mangel an Details über die Aufgaben am häufigsten genannt).

Was den Rest des Einstellungsprozesses betrifft, unterscheidet sich Deutschland kaum vom europäischen Gesamtbild. Hier belegen die Top 2+3 die Dauer des Bewerbungsprozesses, die fehlende Transparenz über den Status der Bewerbung und die fehlende Interaktion mit Personen aus dem Unternehmen. Die Dauer belegt europaweit den vierten Platz.

Die übrigen Kriterien, die deutsche Bewerber:innen dazu bringen würden, den Prozess abubrechen, ist eine zu lange Antwortzeit zwischen den einzelnen Schritten (25%), – was mit der Relevanz der Dauer des Gesamtprozesses Hand in Hand geht, sowie mangelnde Beratung durch die Ansprechpartner im Unternehmen bei der Vorbereitung auf jeden Schritt des Verfahrens (20%)

Das Gehalt: eines wichtigsten Kriterien für viele Europäer:innen?

Während ein großer Teil der Befragten in Frankreich (44 %) und Italien (46 %) Angaben über die Vergütung in der Stellenanzeige erwarten, gaben nur 35 Prozent der Deutschen an, sich wegen dieser fehlenden Informationen nicht zu bewerben.

Die 18- bis 24-Jährigen sind am wenigsten wählerisch, was den Mangel an Informationen über die Vergütung angeht: Nur 23 % von ihnen nennen dieses Kriterium (gegenüber einem Durchschnitt von 35 % in den anderen Altersgruppen).

Deutsche Bewerber:innen lassen sich außerdem schneller **von schlechter Usability abschrecken**, als der Durchschnitt der europäischen Kandidat:innen. So geben mehr als ein Drittel der Befragten aus Deutschland an, von einer Bewerbung abzusehen, wenn die **Benutzeroberfläche des Bewerbungsportals nicht nutzerfreundlich** gestaltet ist (Durchschnitt 25 %). 21 Prozent verlieren bei einem **zu langen Formular** die Lust auf die Bewerbung. Hier liegt der europäische Durchschnitt bei 15 Prozent.



[Frage] Was von der folgenden Liste würde Sie davon abhalten, sich auf ein Stellenangebot zu bewerben?

	Europa (Durchschnitt)	Deutschland	Frankreich	Italien
Die Aufgaben sind im Stellenangebot nicht korrekt aufgeschlüsselt	42%	38%	42%	46%
Das Stellenangebot enthält keine Angaben über die Vergütung	42%	↓ 35%	44%	46%
Der Mangel an Transparenz in Bezug auf die verschiedenen Schritte des Bewerbungsverfahrens	31%	↓ 23%	27%	43%
Die Auswahlkriterien werden nicht klar dargestellt	31%	31%	27%	36%
Die Benutzeroberfläche der Website ist schlecht und das Absenden einer Bewerbung dadurch sehr umständlich	25%	↑ 31%	24%	21%
Der Mangel an Informationen zu Unternehmenskultur und Werten	24%	27%	23%	21%
Die im Stellenangebot aufgeführten erforderlichen Kompetenzen sind ausschließlich technischer Art ("Hard Skills") und keine sozialen Kompetenzen ("Soft Skills")	21%	22%	22%	20%
Das Formular, das für eine Bewerbung ausgefüllt werden muss, ist zu lang	18%	18%	23%	13%
Das Formular, das für eine Bewerbung ausgefüllt werden muss, ist zu lang	15%	↑ 21%	15%	9%
Sonstiges	1%	2%	0%	0%

Deutschland

	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Die Aufgaben sind im Stellenangebot nicht korrekt aufgeschlüsselt	33%	38%	32%	36%	45%
Das Stellenangebot enthält keine Angaben über die Vergütung	23%	38%	30%	33%	42%
Die Benutzeroberfläche der Website ist schlecht und das Absenden einer Bewerbung dadurch sehr umständlich	23%	28%	28%	34%	35%
Die Auswahlkriterien werden nicht klar dargestellt	18%	32%	21%	34%	37%
Der Mangel an Transparenz in Bezug auf die verschiedenen Schritte des Bewerbungsverfahrens	20%	32%	23%	29%	27%
Die im Stellenangebot aufgeführten erforderlichen Kompetenzen sind ausschließlich technischer Art ("Hard Skills") und keine sozialen Kompetenzen ("Soft Skills")	13%	23%	18%	24%	26%
Keiner der genannten Aspekte würde mich davon abhalten, mich auf ein Stellenangebot zu bewerben	26%	21%	21%	21%	23%
Das Formular, das für eine Bewerbung ausgefüllt werden muss, ist zu lang	29%	15%	25%	21%	21%
Das Formular, das für eine Bewerbung ausgefüllt werden muss, ist zu lang	5%	20%	13%	20%	21%
Sonstiges	2%	1%	1%	2%	2%

[Frage] Welche der folgenden Aspekte würden Sie veranlassen, einen Bewerbungsprozess für ein Stellenangebot, auf das Sie sich beworben haben, abubrechen?

	Europa (Durchschnitt)	Deutschland	Frankreich	Italien
Das Verfahren ist nicht auf mein Profil zugeschnitten (Fragen oder Aufgaben, die nicht meinem Erfahrungsniveau entsprechen)	37%	34%	37%	39%
Fehlende Transparenz über den Status meiner Bewerbung (restliche Schritte oder Anzahl der verbleibenden Kandidaten usw.)	32%	29%	31%	36%
Fehlende Interaktion mit Personen aus dem Unternehmen (Recruiter, Personalabteilung, zukünftige Kollegen usw.)	29%	29%	28%	32%
Die Dauer des Bewerbungsverfahrens	25%	↑ 31%	25%	19%
Die Antwortzeit zwischen den einzelnen Schritten	24%	23%	28%	22%
Das Fehlen eines persönlichen Feedbacks nach jedem Schritt des Verfahrens	23%	↓ 17%	28%	23%
Mangelnde Beratung durch die Ansprechpartner im Unternehmen bei der Vorbereitung auf jeden Schritt des Verfahrens	19%	20%	16%	23%
Keiner der genannten Aspekte würde mich dazu bringen, ein Bewerbungsverfahren abubrechen	18%	22%	16%	14%

Vorausschauendes Recruiting: Mit nicht eingestellten Bewerber:innen in Kontakt bleiben

Sie arbeiten an Ihrer Arbeitgebermarke, bauen durch relevante Kommunikation eine Verbindung zu Ihren Talenten auf und ernten die Früchte in Form von Bewerbungen. Doch Ihre Arbeit im Bereich Employer Branding endet hier nicht. Was passiert, wenn Sie das EINE Profil ausgewählt haben, welches Ihre Erwartungen für eine bestimmte Position am besten erfüllt? Wie gehen Sie die weitere Beziehung mit den Bewerber:innen an, die auf Platz zwei, drei usw. gelandet sind? Es lohnt sich, am Ball zu bleiben – und sie vielleicht in ein paar Monaten für eine andere Stelle wieder zu kontaktieren.



67 Prozent der Befragten möchten mit Unternehmen in Kontakt bleiben, auch wenn sie bei einer ersten Bewerbung nicht berücksichtigt wurden. In Italien liegt dieser Anteil sogar bei 75 Prozent (gegenüber 67 Prozent in Frankreich und 60 Prozent in Deutschland).

Diese drei Arten von Informationen möchten sie von Unternehmen erhalten:

	Verschiedene Stellenangebote, die ihrem Profil entsprechen	30%
	Informationen zum Arbeitsmarkt (Berufe und Ausbildungen in meinem Bereich, Vorschriften, Rechte, Pflichten usw.)	12%
	Einladungen zu Veranstaltungen, auf denen ich die Recruiting-Teams des Unternehmens treffen kann	11%

Diese Top 3 sind bis auf die veränderte Reihenfolge **identisch mit den Informationen, die Bewerber:innen schon vor der Bewerbung auf eine Stelle erhalten möchten**. Eine Absage ändert also nichts an den Interessen.

Nicht eingestellt worden zu sein, ist für die abgewiesenen Bewerber:innen kein Ausschlusskriterium, aber Sie sollten wissen, dass...

26 Prozent der Befragten wünschen sich diese Informationen nur dann, wenn sie eine individuelle Begründung für die Ablehnung ihrer Bewerbung vom Unternehmen erhalten haben.

Kümmern Sie sich also gut um Ihre Silver Medalists (d. h. Personen, die zu Vorstellungsgesprächen eingeladen, aber nicht eingestellt wurden) und bleiben Sie mit ihnen in Kontakt, **um zukünftige Einstellungen vorzubereiten**.

Carls Tipp:

Diese hoch qualifizierten Talent Pools können vorrangig angesprochen werden, um langfristig von Ihren Bemühungen zu profitieren.

Generell gilt: Je höher die Altersgruppe der Befragten, desto weniger wollen sie nach einer Absage in Kontakt bleiben, auch wenn die Zahlen dennoch sehr positiv sind (41 % bei den über 55-Jährigen).



[FOKUS DEUTSCHLAND]

83 % der deutschen Young Professionals (25–34 Jahre) bejahten die Frage, ob sie nach einer erfolgreichen Bewerbung in Kontakt bleiben möchten, insbesondere durch Stellenangebote, die ihren Qualifikationen entsprechen (32 %). Allerdings wünschen sich 32 % die Kontaktaufnahme auch nur, wenn sie bei der Absage ein persönliches Feedback erhalten haben.



[Frage] Nach einem ersten Kontakt mit einem Unternehmen im Rahmen der Jobsuche, welche Art von Informationen würden Sie gerne von diesem Unternehmen erhalten?

Deutschland 

Einmal pro Woche	Einmal pro Monat	Einmal pro Quartal	Seltener als einmal pro Quartal	Einmal pro Jahr	Nie
------------------	------------------	--------------------	---------------------------------	-----------------	-----

Stellenangebote, die meinem Profil entsprechen	25%	22%	21%	9%	6%	17%
Einladungen zu Veranstaltungen, auf denen ich die Recruiting-Teams des Unternehmens treffen kann	7%	16%	23%	15%	11%	28%
Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden des Unternehmens, die im gleichen Fachbereich wie ich arbeiten	8%	22%	21%	13%	8%	28%
Neuigkeiten über das Unternehmen und seine Branche	29%	16%	14%	-	-	41%
Informationen zum Arbeitsmarkt (Berufe und Ausbildungen in meinem Bereich, Vorschriften, Rechte, Pflichten usw.) et formations dans ma branche, lois, droits, devoirs...)	16%	14%	-	13%	16%	21%

Bonus: Was denken Bewerber:innen über den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) im Recruiting?

Kaum ein Recruiting-Team kommt heute ohne digitale Lösungen aus:

Bewerbermanagementsysteme, zeitversetzte Videointerviews, Referral-Tools, um nur einige zu nennen. Der Großteil des Austauschs mit Kandidat:innen erfolgt logischerweise auch über digitale Tools (Jobbörse, soziales Netzwerk, E-Mail, Instant Messaging...). Aber wie sieht es mit künstlicher Intelligenz aus? In einer Zeit, in der der Begriff "ChatGPT" in aller Munde ist... Sind die Bewerber:innen bereit, KI in ihre Beziehung zu Unternehmen und Recruitern zu lassen?

Wie wir gesehen haben, sind die Teilnehmer:innen unserer Studie – mehr oder weniger unbewusst – dazu bereit, sich **von einer künstlichen Intelligenz Stellenangebote vorschlagen zu lassen**, die ihren Fähigkeiten entsprechen und nicht ihren aktuellen und/oder früheren Berufen.

Doch wie sieht es aus, **wenn künstliche Intelligenz zum Verbündeten von Personalverantwortlichen wird**, um die richtigen Kandidat:innen auszuwählen? Oder zum Verbündeten von Kandidat:innen, um sich leichter zu bewerben?

Mit KI gegen Diskriminierung im Auswahlprozess

Diskriminierung im Recruiting-Prozess ist weit mehr als eine zu vernachlässigende Randerscheinung. 25 Prozent der Bewerber:innen geben an, schon einmal Opfer von Diskriminierung geworden zu sein (Meteojob Job Barometer, 2021). Doch auch wenn sie im Recruiting-Prozess unabdingbar ist: **Ist Unvoreingenommenheit für einen Menschen wirklich möglich?** Oder ist es besser, die **Vorauswahlphase einer künstlichen Intelligenz anzuvertrauen?**

Nur 38 Prozent der Europäer glauben, dass KI nicht dazu beiträgt, die Diskriminierung bei der Einstellung zu verringern. Lediglich 27 Prozent glauben, dass sie genau diese Diskriminierung, die auf der Einschätzung der Personalverantwortlichen beruht, verringern kann.

Künstliche Intelligenz kann Bewerber:innen Angst machen, insbesondere wenn sie durch KI beurteilt werden sollen. Unsere Befragung zeigt jedoch, **dass der Einsatz von KI durch Personalverantwortliche nicht völlig auf Ablehnung stößt**. Einige Studienteilnehmer:innen sind davon überzeugt, dass KI eine vorurteilsfreie Auswahl ermöglicht. In Italien sind sogar 38 Prozent der Befragten dieser Meinung.

KI als Hilfe bei Bewerbungen?

Einen Lebenslauf erstellen, ein Anschreiben verfassen oder sich auf ein Vorstellungsgespräch vorbereiten: Man würde jetzt erwarten, dass beim **Einsatz von KI als zeitsparendes Hilfsmittel für Bewerber:innen** weniger Zurückhaltung herrscht.

14%

Anteil der Befragten, die KI bereits für diese Zwecke eingesetzt haben

25%

Anteil der Befragten, die dies für ihre zukünftige Jobsuche in Betracht ziehen

Es gibt einen deutlichen Unterschied zwischen **denjenigen, die KI bereits eingesetzt haben und denen, die sie für die Zukunft in Betracht ziehen**. Das Thema nimmt zwar langsam Fahrt auf, aber nicht so rasant, wie man denken könnte.

Auffallend ist darüber hinaus, dass der **Anteil der Unentschlossenen mit 23 Prozent** fast genauso hoch ist wie der Anteil derjenigen, die sich den Einsatz von KI für den Lebenslauf, das Anschreiben oder das Vorstellungsgespräch in der Zukunft vorstellen können. Hier wird deutlich, dass diese neuen Werkzeuge bei vielen potenziellen Bewerber:innen noch Fragen aufwerfen.

Carls Tipp:

Die größte Herausforderung besteht darin, die Funktionsweise der künstlichen Intelligenz für Recruiting und Bewerbung besser bekannt zu machen. Ein Großteil der Befragten scheint den Nutzen dieser Art von Werkzeugen (noch) nicht richtig zu verstehen und weiß nicht, wie sie effektiv eingesetzt werden können.



[FOKUS DEUTSCHLAND]

11 % der Deutschen haben bereits KI bei der Arbeitssuche eingesetzt (gegenüber 16 % in Frankreich und 15 % in Italien).

Was zeichnet die deutschen Kandidat:innen aus, die den Einsatz von KI am ehesten in Erwägung ziehen?

Die meisten von ihnen leben in den folgenden drei Bundesländern:

 Berlin	33%
 Bremen	30%
 Hamburg	29%

Das Schlusslicht bilden hier zwei ostdeutsche Bundesländer mit Brandenburg (7 %) und Sachsen-Anhalt (7 %) sowie Schleswig-Holstein (5 %).

29 % der 35- bis 44-Jährigen planen, KI bei künftigen Bewerbungen einzusetzen (gegenüber 19 % im Durchschnitt der anderen Altersgruppen). Das ist mehr als in Italien (25%), auch wenn die Anteile nach Altersgruppen im Großen und Ganzen ähnlich sind. Die sehr jungen Menschen (18-24 Jahre) in Deutschland sind im Vergleich zu Frankreich mit 30 % weniger KI-affin (23 %).

[Frage] Auf künstlicher Intelligenz basierende Software, die Recruiter zur Bearbeitung der bei ihnen eingehenden Bewerbungen einsetzen, verringert die Diskriminierung bei der Einstellung aufgrund der persönlichen Einschätzung der Recruiter.

	Europa (Durchschnitt)	Deutschland	Frankreich	Italien
Ja	27%	23%	26%	33%
Nein	38%	↑ 43%	44%	29%
Ich weiß es nicht	34%	34%	30%	38%

Schadet KI im Recruiting der Diversität? [Mehr dazu auf unserem Blog!](#)

[Frage] Ich habe bereits öffentlich zugängliche künstliche Intelligenz (ChatGPT usw.) genutzt, um einen Lebenslauf zu erstellen, ein Bewerbungsschreiben zu verfassen oder mich auf ein Vorstellungsgespräch vorzubereiten

	Europa (Durchschnitt)	Deutschland	Frankreich	Italien
Ja	14%	11%	16%	15%
Nein	76%	76%	76%	75%
Ich weiß es nicht	10%	13%	8%	10%

[Frage] Ich habe vor, bei zukünftigen Job suchen künstliche Intelligenz zu nutzen, um einen Lebenslauf zu erstellen, ein Bewerbungsschreiben zu verfassen oder mich auf ein Vorstellungsgespräch vorzubereiten

	Europa (Durchschnitt)	Deutschland	Frankreich	Italien
Ja	25%	↓ 20%	21%	35%
Nein	52%	↓ 58%	60%	36%
Ich weiß es nicht	23%	22%	19%	29%



CleverConnect steht bereits über 2 500 Unternehmen zur Seite, um ihre Recruiting-Strategie zu optimieren und Kandidat:innen auf innovative und effiziente Weise für sich zu gewinnen, zu binden und zu fördern.

Unsere Plattform deckt all Ihre Recruiting-Anforderungen ab

Attract

Steigern Sie Ihre Arbeitgeber-Attraktivität & gewinnen Sie neue qualifizierte Kandidat:innen.



Talent Sourcing

Eine zentrale Plattform für alle von Ihnen gesourceten Talente



Mitarbeiterempfehlungen

Mobilisieren Sie Ihre eigenen Mitarbeitenden, um qualifizierte Talente zu gewinnen



Employee Advocacy

Machen Sie Mitarbeitende zu Markenbotschafter: innen und steigern Sie Ihre Attraktivität

Engage

Erhalten Sie mehr Bewerbungen & bauen Sie dauerhafte Beziehungen zu Ihren Talenten auf.



Smarte Karriereseite

Machen Sie Besucher:innen zu Kandidat:innen mit personalisierter User Experience



Talent Pool Nurturing

Machen Sie Ihre Talente zu Bewerber:innen mit passgenauer Ansprache durch Segmentierung



Campus & Event Marketing

Bündeln Sie Ihr Event Management und bauen nachhaltige Communities auf

Reveal

Identifizieren Sie die Kompetenzen Ihrer Bewerber:innen & spüren Sie die besten Profile auf.



Zeitversetztes Videointerview

Stützen Sie Recruiting-Entscheidungen mit persönlichen Eindrücken



Intelligentes CV-Scoring

Die relevantesten Bewerbungen in Sekundenschnelle mit unserer KI identifizieren



Talent Matching

Das passende Talent ist vielleicht schon in Ihrem Pool – unsere künstliche Intelligenz erkennt es für Sie

[Demo anfordern](#)



[Unsere Plattform entdecken](#)



CleverConnect ist europäischer Marktführer für SaaS-basierte Lösungen zur Talentakquise. Seine Candidate Experience Plattform kombiniert menschliche und künstliche Intelligenz, um Unternehmen mit Kandidat:innen zu verbinden und ihnen zu ermöglichen, ihre Recruiting-Ziele zu erreichen. Mitarbeiterempfehlungen, Karriereseiten, Video Interviews, Talent-Matching... Mehr als 2.500 Unternehmen und 9 Millionen Bewerber:innen nutzen täglich die Lösungen von CleverConnect.

Im Juni 2022 fusionierte CleverConnect mit Talentry (Deutschland), um seine europäische Position zu stärken.

CleverConnect hat Büros in Frankreich (Hauptsitz), Deutschland, Italien und Spanien und beschäftigt mehr als 280 Mitarbeitende aus 27 verschiedenen Ländern.

www.cleverconnect.com/de