



SIND WIR JETZT DIGITAL?

Digitales Bewerben und
Recruiting im Fokus

Recruiting Insights
by StepStone & BPM

SIND WIR JETZT DIGITAL? DIGITALES BEWERBEN UND RECRUITING IM FOKUS

Herausgegeben von der StepStone GmbH

Von Malte Hansen, Jan Heming, Dr. Anastasia Hermann, Dr. Yasmin Kurzhals und

Dr. Tobias Zimmermann

September 2020

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, Mikroverfilmung, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung des Herausgebers nicht gestattet.

ÜBER DIE STUDIE

Wie digital rekrutiert Deutschland im Jahr 2020? Wie sehen Bewerber die zunehmende Digitalisierung von Bewerbungsprozessen und wie bewerten sie ihre bisherigen Erfahrungen? Und wie verändert sich Recruiting im Zuge und in Folge der Corona-Krise? Die Online-Jobplattform StepStone und der Bundesverband der Personalmanager (BPM) haben im Rahmen der vorliegenden Studie zur Beantwortung dieser und weiterer Fragen insgesamt rund 2.600 Personalmanager und etwa 10.200 Kandidaten befragt.

Die erste Online-Befragung im Januar 2020 ermöglicht einen tiefgehenden Einblick in das Meinungsbild sowie die Erfahrungswelt von Recruitern und Kandidaten rund um digitale Instrumente im Recruiting.

Die zweite Online-Befragung vom Mai 2020 zeigt exklusiv, welche Auswirkungen die Corona-Krise auf die Arbeit von Personalern hat. Die Studie gibt somit einen umfassenden und aktuellen Überblick über den Stand der Digitalisierung des Recruitings in Deutschland.



VORWORT



Wie digital rekrutiert Deutschland? Das ist im Jahr 2020 eine genauso wichtige wie spannende Frage. Digital HR ist einer der prägendsten Trends der letzten Jahre und wird uns weiterhin begleiten. Darüber hinaus haben die unvorhersehbaren Entwicklungen im Zuge der Corona-Krise die Relevanz effizienter digitaler Prozesse auf ein ganz neues Level gehoben.

In der vorliegenden Studie stellen wir die Perspektiven von Personalmanagern und Bewerbern in bisher einmaliger Weise gegenüber. Wir suchen Antworten auf die Fragen, wie digital Bewerbungsprozesse aus Sicht von Bewerbern sind und sein sollten. Wir haben sowohl untersucht, welche fortgeschritteneren Tools Unternehmen bereits im Einsatz haben, als auch wie Recruiter deren Einsatz generell bewerten. Und wir haben uns ganz genau angeschaut, wie Personalmanager ihre eigenen Fähigkeiten mit Blick auf digitales Recruiting einschätzen, welche Handlungsbedarfe sie sehen und wie sie generell auf die Entwicklung des digitalen Recruitings blicken. Durch insgesamt zwei Befragungen im Januar und Mai 2020 können wir bereits jetzt wichtige Erkenntnisse über den kurzfristigen Einfluss der Krisenzeit ableiten.

Dazu haben wir über 10.000 Fachkräfte aus unterschiedlichsten Branchen, Alters- und Berufsgruppen sowie mehr als 2.500 Personalmanager online befragt.

Die Ergebnisse werden zusätzlich von fünf ausgewiesenen HR-Experten und Praktikern eingeordnet. Unser besonderer Dank gilt deshalb Deborah Dudda-Luzzato, Team Leader Talent Acquisition Hugo Boss, Malte Hansen, Director Human Resources DACH Friesland Campina Germany GmbH, Anna Klein, Teamleader Recruiting/Employer Branding & People Manager IT auxmoney GmbH, Stefanie Müller, Senior Director HR StepStone Continental Europe GmbH und André Preis, Head of Recruiting Rohde & Schwarz.

Die Ergebnisse zeigen uns, dass die Menschen für digitale Lösungen im Bewerbungsprozess bereit und offen sind – solange diese zu dessen Effizienz beitragen und den menschlichen Recruiter unterstützen, aber nicht ersetzen. Die Befragten möchten, dass der Mensch die letzte Entscheidung trifft. Sie zeigen auch, dass über die Bedeutung digitaler Tools weitgehend Einigkeit herrscht, deren tatsächliche Nutzung aber noch Luft nach oben hat. Hier gilt es, jetzt fundierte Strategien zu entwickeln, für Tools wie Recruiter. Denn wie relevant funktionale technische Lösungen sind, haben uns nicht erst die jüngsten Erfahrungen gezeigt – aber deutlicher denn je vor Augen geführt.

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre.

Dr. Yasmin Kurzhals für den BPM und
Dr. Tobias Zimmermann für StepStone

**WAS WOLLEN
KANDIDATEN?**

Seite 6

**WIE DIGITAL SIND
RECRUITER UND
RECRUITING?**

Seite 18

INHALT

1

**ES DARF GERNE EFFIZIENT
UND DIGITAL SEIN – BIS
ZUM VORSTELLUNGS-
GESPRÄCH**

2

**WIRKLICH DIGITALES
RECRUITING IST (NOCH)
KEIN STANDARD**

**DIE GEGENWART IST
DIGITAL – DIE ZUKUNFT
DIGITALER**

Seite 26

3

**ES BESTEHT HANDLUNGS-
BEDARF – SO VIEL IST KLAR**

**WAS CORONA
SCHON JETZT
VERÄNDERT HAT**

Seite 31

4

**DIE KRISE VERDEUTLICHT
HANDLUNGSBEDARFE UND
STÄRKT DEN WILLEN ZUR
VERÄNDERUNG**

1

WAS WOLLEN KANDIDATEN?

EFFIZIENZ UND FAKTOR MENSCH ENTSCHEIDEN

?

*Klassisch oder digital bewerben:
Wofür entscheiden sich Kandidaten im Zweifel?*

43 %
Klassisch



57 %
Digital



WARUM KLASSISCH?

71 %

Frühzeitiger Kontakt zu
Mitarbeitern wichtig

66 %

Menschen treffen bessere
Entscheidungen

37 %

Technische Lösungen
funktionieren oft nicht



WARUM DIGITAL?

88 %

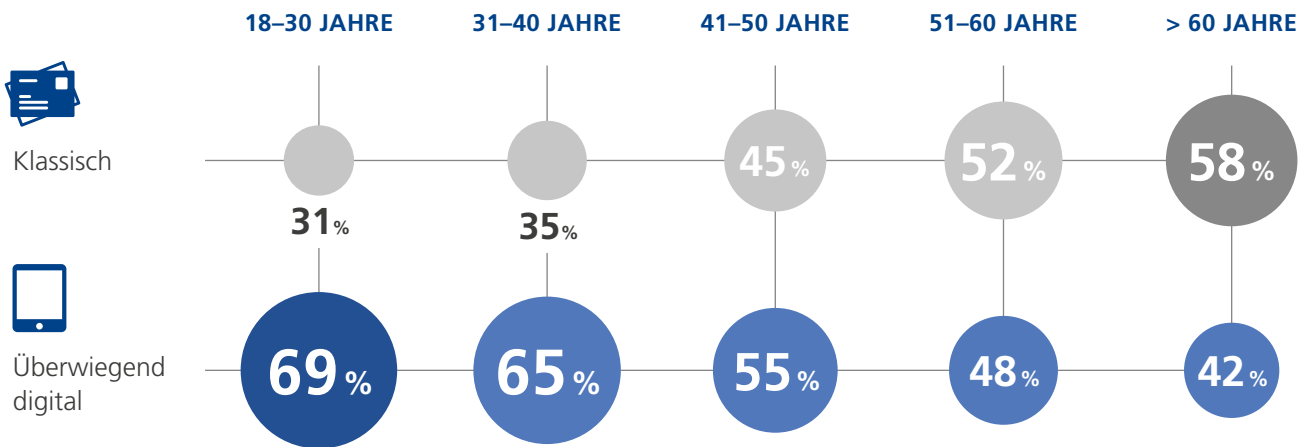
Effizienz & Schnelligkeit

34 %

Als angenehmer
empfunden

12 %

Gerechtigkeit &
Objektivität



Digitale Bewerbungsprozesse punkten bei Kandidaten vor allem durch ihre Effizienz und Schnelligkeit. Der Faktor Mensch gibt bei der Entscheidung für den klassischen Weg den Ausschlag. Die Aspekte einer möglicherweise technisch objektiveren Entscheidung oder möglicher technischer Funktionsprobleme haben dagegen nur für wenige Befragte Relevanz. Ältere Nutzer entscheiden sich zum einen eher für den klassischen Weg, zum anderen empfinden sie das Digitale deutlich seltener als angenehmer.

DIGITAL BIS ZUM VORSTELLUNGSGESPRÄCH



Wie digital sollte der Bewerbungsprozess idealerweise sein?

63%

Digital bis zum **Vorstellungsgespräch**, danach möchte ich aber mit Menschen interagieren und von Menschen bewertet werden

18%

Ich möchte im Rahmen eines Bewerbungsprozesses ausschließlich **direkt mit Menschen interagieren**

12%

Egal. Hauptsache, der Bewerbungsprozess verläuft reibungslos und objektiv

7%

So digital wie möglich, inklusive Vorauswahl durch digitale Tools und Einsatz von automatisierten Chats und Assessments



UNSERE EXPERTEN

Fünf Personalentscheiderinnen und Personalentscheider ordnen die Ergebnisse ein.



Deborah Dudda-Luzzato

*Team Leader Talent Acquisition
Hugo Boss*



Malte Hansen

*Director Human Resources DACH
Friesland Campina Germany GmbH*



Anna Klein

*Teamleader Recruiting/Employer Branding
& People Manager IT
auxmoney GmbH*



Stefanie Müller

*Senior Director HR
StepStone Continental Europe GmbH*



André Preis

*Head of Recruiting
Rohde & Schwarz*



DAS SAGEN DIE EXPERTEN



Wie lassen sich die Kandidatenwünsche nach Menschlichkeit und Effizienz am besten in Einklang bringen?



»Effizienz und persönlicher Kontakt können meiner Meinung nach durchaus vereint werden. Wichtig hierbei ist, dass die Personalabteilungen mit modernen Tools arbeiten, die es ihnen ermöglichen, keinen Bewerber aus den Augen zu verlieren. Ferner muss es an Akzeptanz gewinnen, (sowohl in Personalabteilungen als auch bei Bewerbern) schneller Zu- und auch Absagen zu erhalten. Nur so weiß man sofort, woran man ist.«

*Deborah Dudda-Luzzato
Team Leader Talent Acquisition
Hugo Boss*



»Hier muss man zwischen technischer Abwicklung und persönlichem Feedback trennen. Technisch gesehen muss der Prozess schnell gehen, damit die Kandidaten schnell zu dem Punkt kommen, an dem sich die Zu- oder Absage entscheidet. Sie brauchen den persönlichen Kontakt, um das Team und auch die Kultur des Unternehmens einschätzen oder kennenzulernen. Dazu gehört auch ihr Wunsch nach persönlichem Feedback, auch wenn das negativ ausfallen sollte.«

*Malte Hansen
Director Human Resources DACH
Friesland Campina Germany GmbH*



»Hier finde ich, wie fast immer ist Kommunikation der Schlüssel zum Erfolg. Wir benachrichtigen unsere Kandidaten direkt nach Eingang ihrer Bewerbung (automatische E-Mail-Antwort) über den fortlaufenden Prozess und die jeweilige Dauer der Prozessschritte. Hierfür ist es wichtig, seine Prozesse im Vorfeld genau analysiert zu haben und die Zeiten abschätzen zu können (und ggf. zu optimieren). Eine erste Rückmeldung an den Bewerber sollte immer recht zeitnah erfolgen und bei der richtigen Kommunikation habe ich noch keinen Bewerber erlebt, der auch mit „längeren“ Rückmeldezeiten nicht einverstanden war.

*Anna Klein
Teamleader Recruiting/Employer Branding
& People Manager IT
auxmoney GmbH*



»Das ist kein Widerspruch. Der Faktor Mensch wird bei der Personalgewinnung immer entscheidend bleiben. Digitale Lösungen können und sollen dabei helfen, Prozesse effizienter und einfacher zu gestalten, damit sich Recruiter und Kandidaten stärker auf die Frage der persönlichen Passung konzentrieren können. Wir bei StepStone legen großen Wert auf den persönlichen Eindruck. Deshalb gibt es bei uns in der Regel einen dreistufigen Bewerbungsprozess, den wir als Recruiter begleiten. Mit jedem Schritt lernt der Kandidat weitere wichtige Stakeholder, wie seinen möglichen Team Lead oder künftige Teamkollegen, kennen. Dies werden wir selbstverständlich niemals durch technische Lösungen ersetzen.«

*Stefanie Müller
Senior Director HR
StepStone Continental Europe GmbH*



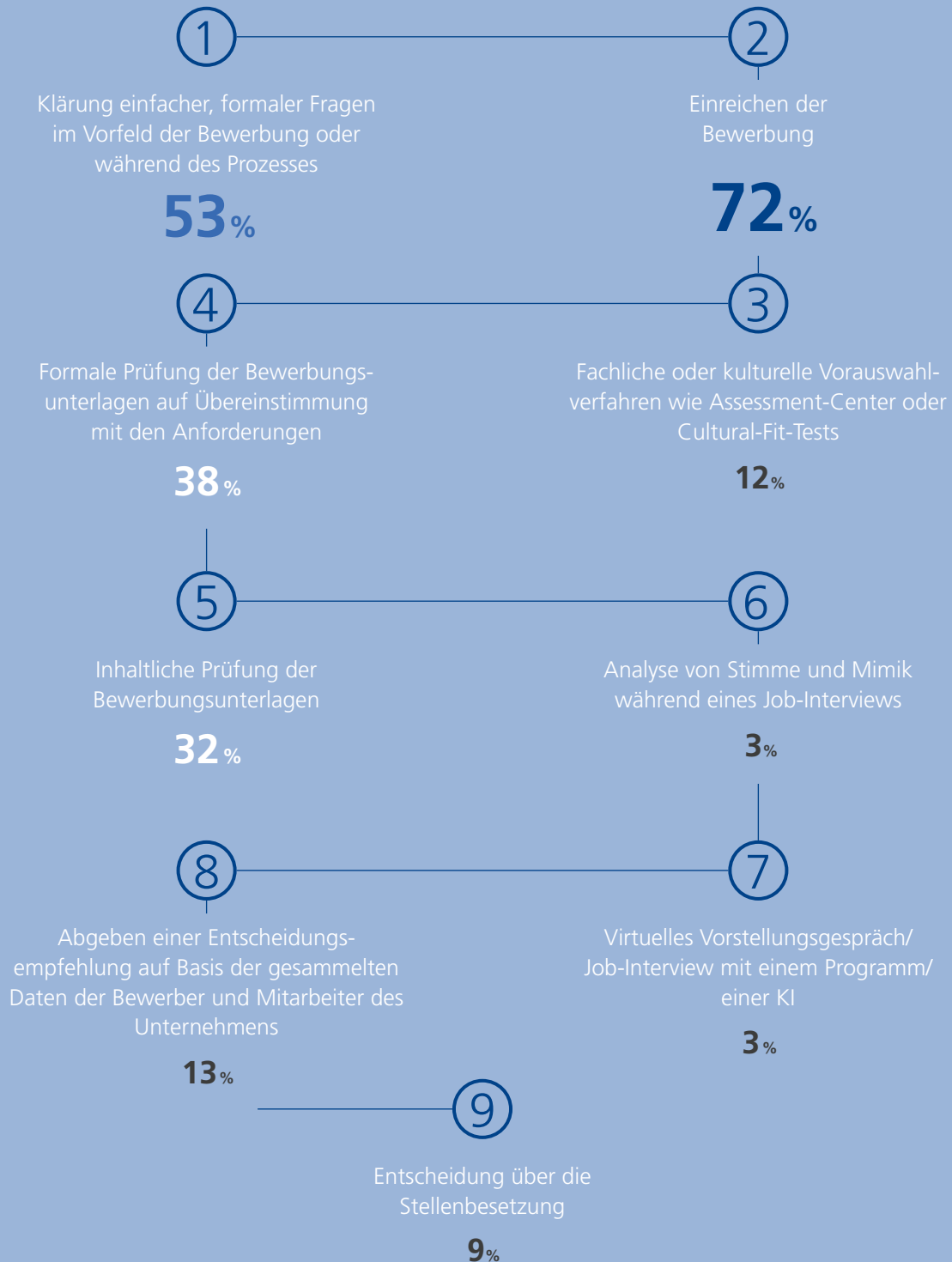
»Für uns ist das kein Widerspruch. Bereits auf unseren Stellenanzeigen lassen wir es menscheln – unsere Recruiter sind dort als Ansprechpartner hinterlegt, die in allen Belangen Unterstützung geben. Wir sind sehr gut über verschiedene digitale und analoge Kanäle erreichbar und sind schnell und effizient in unseren Antworten. Es ist wichtig, dass die Kandidaten uns schon so früh wie möglich und auf authentische Art und Weise kennenlernen. So können wir ihnen oft Ängste nehmen und sie von Anfang an stärken, in den Interviews sie selbst zu sein. Wir erhalten für diese wertschätzende Kandidaten-Kommunikation durchweg positive Rückmeldungen und freuen uns, dass der persönliche Kontakt für alle so gewinnbringend ist.

*André Preis
Head of Recruiting
Rohde & Schwarz*



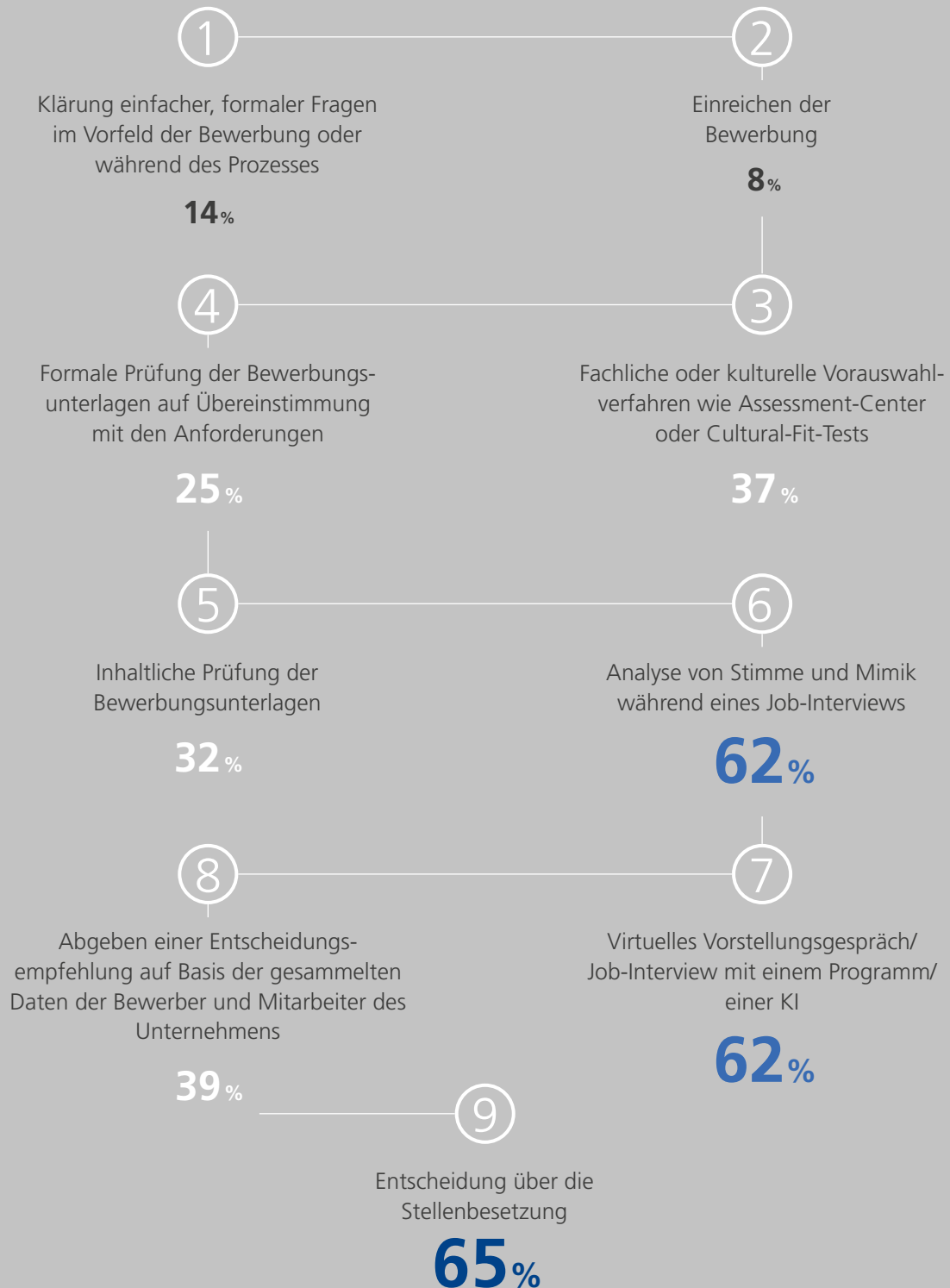


SCHRITTE IM BEWERBUNGSPROZESS, DIE AUS SICHT DER KANDIDATEN DIGITAL ABLAUFEN SOLLTEN





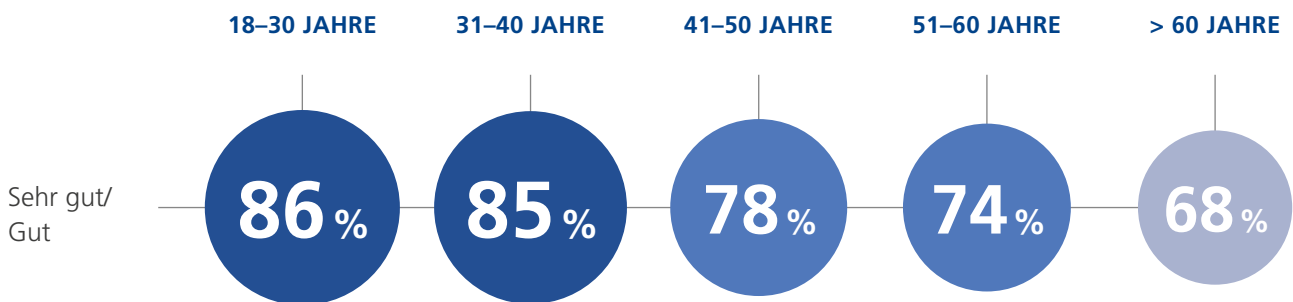
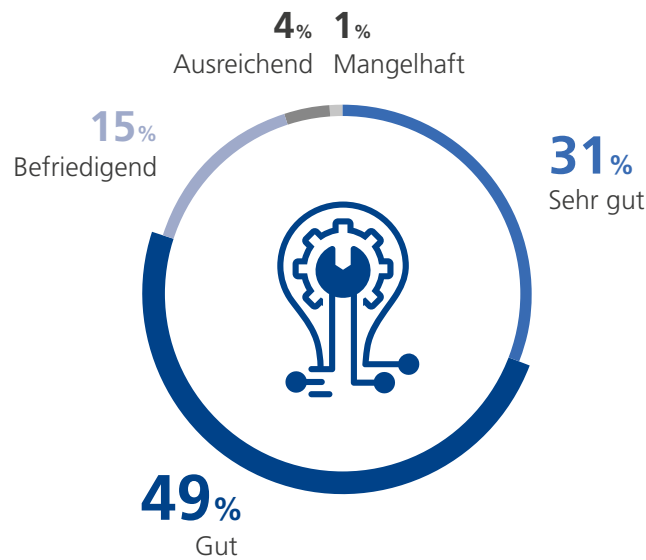
FÜR WELCHE SCHRITTE LEHNEN KANDIDATEN DEN EINSATZ DIGITALER TECHNOLOGIEN GRUNDSÄTZLICH AB?





**DIE KANDIDATEN SIND BEREIT,
DIGITALE INSTRUMENTE NOCH NICHT**

**SO BEWERTEN FACHKRÄFTE IHRE
FÄHIGKEITEN UND KENNTNISSE, SICH
DIGITAL ZU BEWERBEN:**



Kandidaten empfinden die Nutzung digitaler Instrumente im Bewerbungsprozess mehrheitlich als einfach. Am einfachsten bewerten Kandidaten die One-Klick-Bewerbung, gefolgt vom Videointerview und der Nutzung einer Lebenslaufdatenbank.



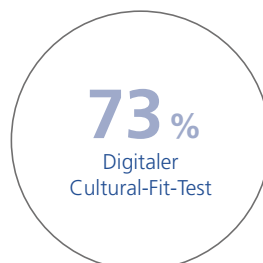
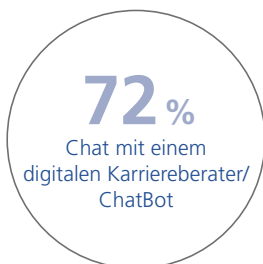
**ANTEIL DER KANDIDATEN, DIE DIE
NUTZUNG DIESER TOOLS ALS EINFACH
BEWERTEN:**

**unter allen Kandidaten, die das jeweilige
Tool schon einmal genutzt haben**

Kandidaten haben bislang nur wenig Erfahrung mit digitalen Recruiting Instrumenten. Online-Assessment-Center, Cultural-Fit-Tests, ChatBots und Co. sind aus Kandidatensicht die absolute Ausnahme.

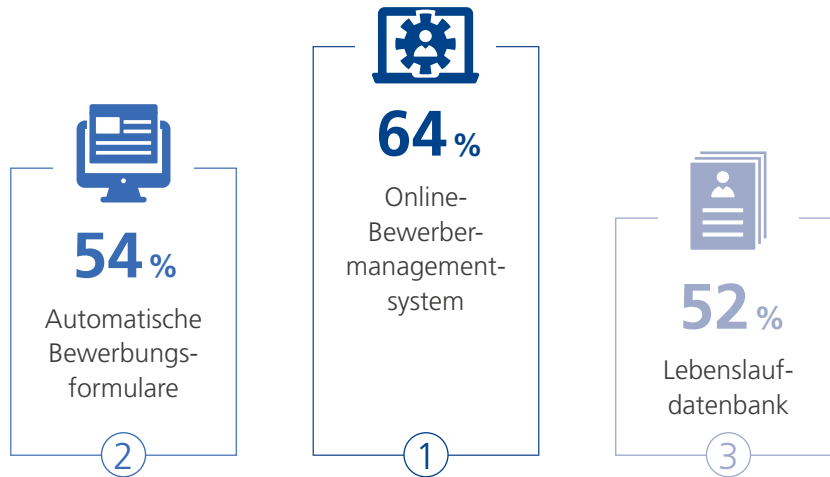
Mit **Videointerviews** ist **vor der Corona-Krise**
nur ein Fünftel

der Kandidaten in Berührung gekommen.



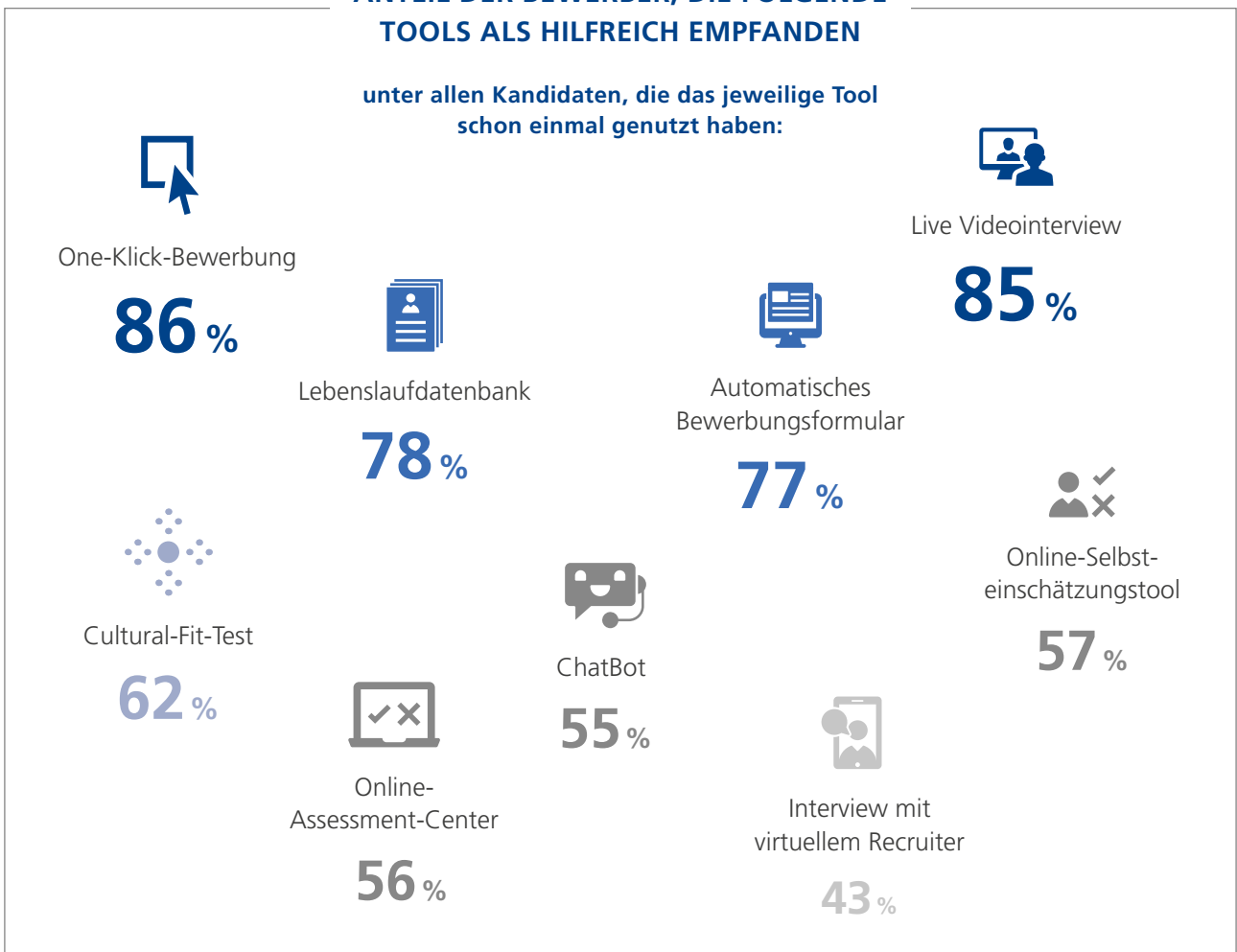


DIGITALE INSTRUMENTE, MIT DENEN DIE KANDIDATEN VOR DER CORONA-KRISE AM HÄUFIGSTEN IN BERÜHRUNG GEKOMMEN SIND:



ANTEIL DER BEWERBER, DIE FOLGENDE TOOLS ALS HILFREICH EMPFANDEN

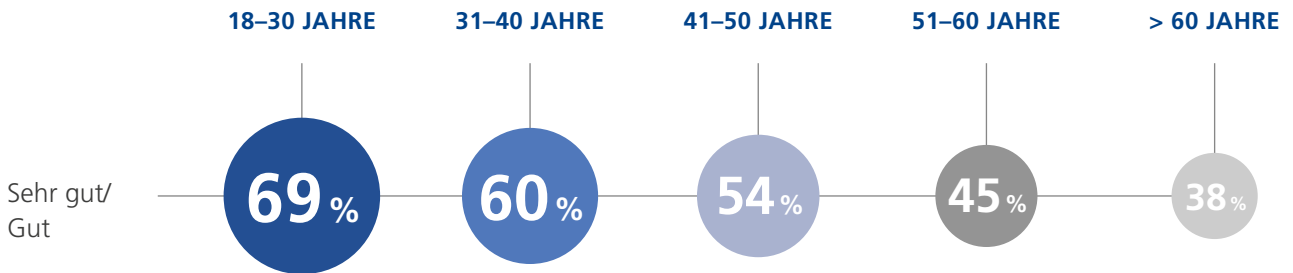
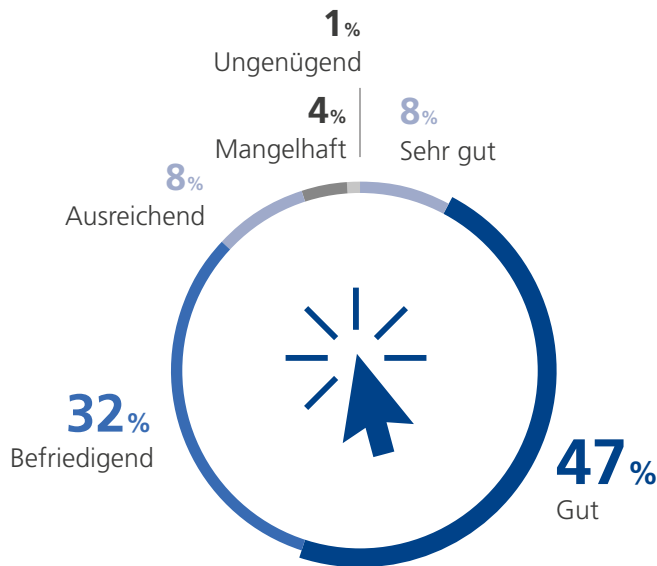
unter allen Kandidaten, die das jeweilige Tool schon einmal genutzt haben:



ZUSAMMENGEFASST:

Fachkräfte in Deutschland haben wenige, aber überwiegend gute Erfahrungen mit digitalen Tools. Kandidaten sind offen für die Nutzung digitaler Recruiting-Instrumente und fühlen sich durch ihre positiven Erfahrungen bestätigt. Dies gilt auch für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Wenn sie Erfahrung im Umgang mit digitalen Instrumenten sammeln, bewerten sie diese auch wesentlich besser.

ERFAHRUNGEN DER FACHKRÄFTE MIT DIGITALEN TOOLS IM BEWERBUNGSPROZESS:



ABER:

43 % der Kandidaten haben schon einmal einen **Bewerbungsprozess aufgrund eines digitalen Instruments abgebrochen**, mehr als jeder Zweite hiervon aufgrund eines Online-Bewerbermanagementsystems.

2

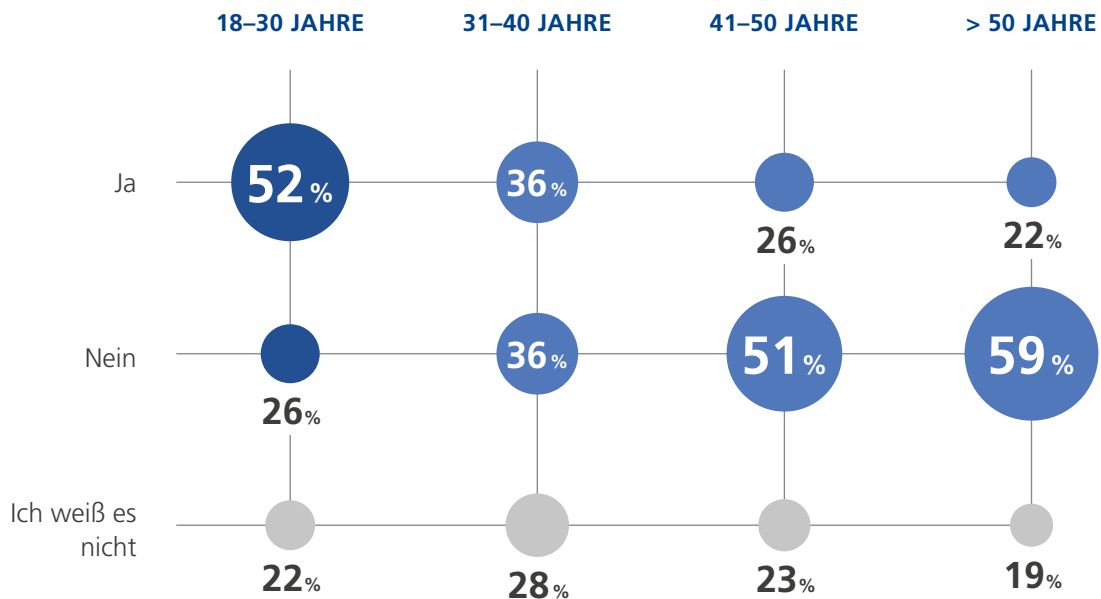
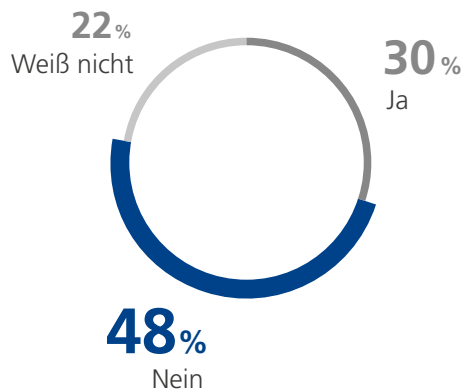
WIE DIGITAL SIND RECRUITER UND RECRUITING?



NOCH NICHT RICHTIG DIGITAL

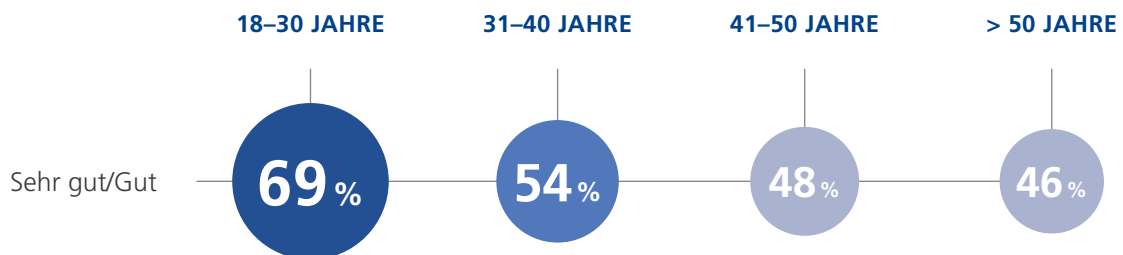
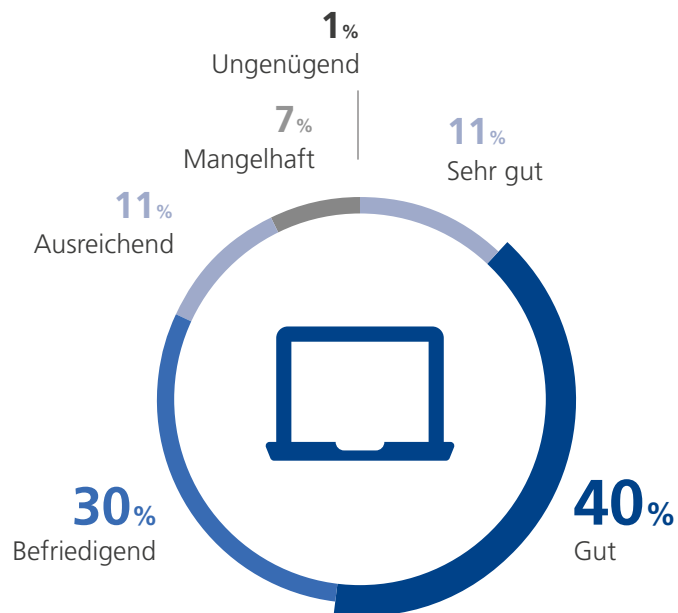
?

Würden Sie sich insgesamt als digitalen Recruiter beschreiben?





**SO BEWERTEN RECRUITER IHRE FÄHIGKEITEN
UND KENNNTNISSE FÜR DEN EINSATZ DIGITALER
TOOLS IM BEWERBUNGSPROZESS:**



23%

E-Assessment-Tools

VIDEO-INTERVIEW... UND SONST?

SO OFT SETZEN UNTERNEHMEN
DIESE TOOLS WIRKLICH EIN...



43%

Active Sourcing
(Durchsuchen von Lebenslaufdatenbanken und Online-Profilen)



60%

seit der
Corona-Krise*

36%

Live-Video-
interview



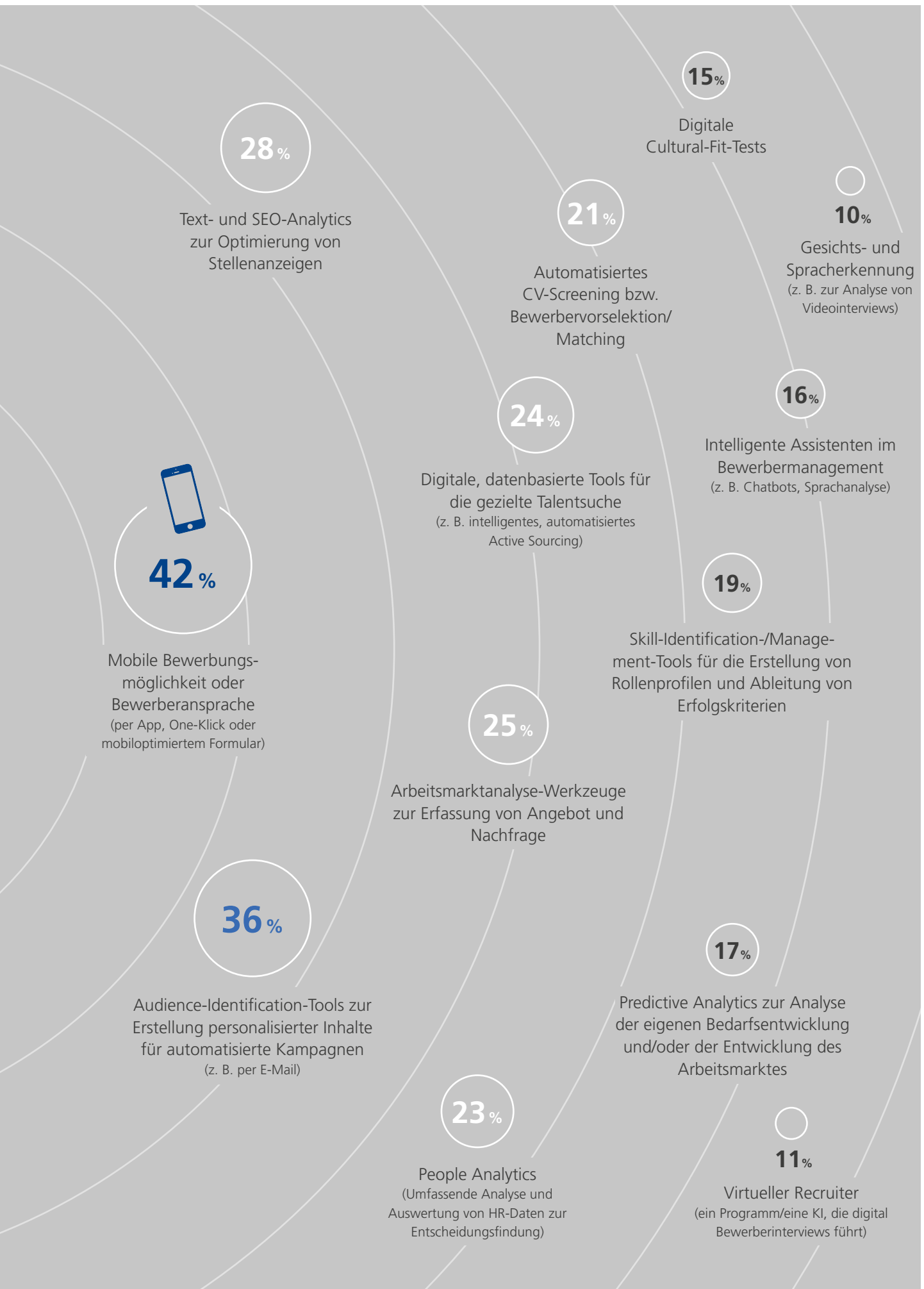
43%

Bewerbermanagementsysteme (ATS) zur
Verwaltung von Bewerberdaten und Kommunikation
mit Bewerbern

26%

Digitale Tools zur Unterstützung
des Mitarbeiterempfehlungsprogramms

* Alle anderen Tools haben keinen stärkeren Nutzungszuwachs während der Corona-Krise aufzuweisen.





EFFIZIENZ? AUSBAUFÄHIG.

SO BEWERTEN RECRUITER DEN ERFOLG IHRER TOOLS...



45%
positiv

im Bereich Mitarbeiter-Suche
& Bedarfsdefinition



50%
positiv

im Bereich
Kandidaten-Kommunikation



44%
positiv

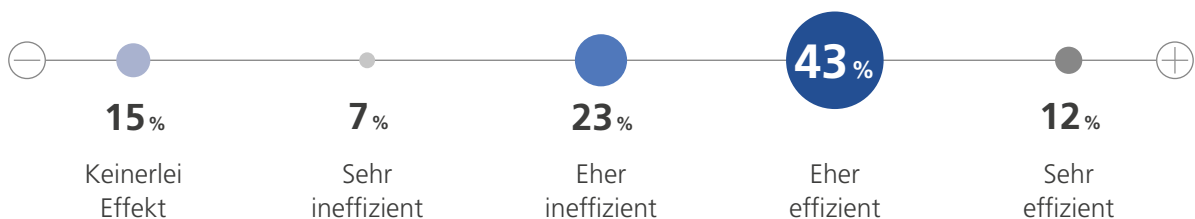
im Bereich Mitarbeiter-Auswahl



34%
positiv

im Bereich KPI-Analyse

SO BEWERTEN RECRUITER DEN EINSATZ IHRER TOOLS INSGESAMT...



Als Grundlage für die Nutzung vieler digitaler Recruiting-Instrumente benötigen Recruiter verlässliche Daten zu ihrer Performance. Der Anteil der Recruiter, die Daten zur Performance-Messung erheben, steigt seit Jahren, dennoch geben aktuell immer noch 43 Prozent der befragten Recruiter an, keine KPIs zu messen.



DAS SAGEN DIE EXPERTEN



*Warum gibt es im Recruiting noch
so großen Nachholbedarf?*



»Ich denke, dass die operative Komponente im Recruiting nicht unterschätzt werden darf, sodass digitale Neuerungen oft zu spät geschult und angewendet werden. Allerdings sind Recruiter neugierig und ich persönlich erlebe die Akzeptanz, hier weitere Kompetenzen aufzubauen, als sehr groß.«

*Deborah Dudda-Luzzato
Team Leader Talent Acquisition
Hugo Boss*



»Der Rekrutierungsprozess und die entsprechende Digitalisierung scheinen auf den ersten Blick eine simple Angelegenheit zu sein. Das ist aber bei Weitem nicht der Fall. Das liegt daran, dass der Markt aufgrund vieler Dienstleister und Tools sehr intransparent ist. Vor diesem Hintergrund bleiben viele daher bei ihren bewährten Lösungen, anstatt sich mutig für neue zu entscheiden. Damit einher geht auch die Bereitschaft, entsprechendes Know-how für die digitale Rekrutierung aufzubauen.«

*Malte Hansen
Director Human Resources DACH
Friesland Campina Germany GmbH*



» Es gibt Tools, die sehr stark Einzug in den Recruiteralltag gefunden haben und bei einem erfolgreichen Recruiting nicht mehr wegzudenken sind. Hierzu zähle ich beispielsweise das Active Sourcing. Durch das stark veränderte Bewerbungsverhalten sind manche Stellen gar nicht mehr anders zu besetzen. Andere neue Entwicklungen wie virtuelle Recruiter oder Sprachanalysetools werden noch sehr am Rande betrachtet, sind aber auch nicht für jedes Unternehmen umsetzbar. Z. B. KI im Auswahlprozess rentiert sich erst ab einer gewissen Fallzahl im Bewerbungseingang. Man darf nicht vergessen, dass weit über 90 % der Unternehmen in Deutschland unter 250 Mitarbeiter beschäftigen. Nach meiner Erfahrung fallen dort die Digitalisierung und damit verbundene Investitionen im HR-Bereich meistens geringer aus. Doch auch der Stellenwert des Recruitings in manchen Unternehmen und der Wille zu investieren ist ein wichtiger Punkt.«

*Anna Klein
Teamleader Recruiting/Employer Branding
& People Manager IT
auxmoney GmbH*



»Der zentralen Bedeutung von HR für den eigenen Geschäftserfolg werden sich die Unternehmen seit einigen Jahren immer mehr bewusst, denn die Relevanz unserer Themen wie etwa Fachkräftemangel, Mitarbeiterbindung und -motivation sowie lebenslanges Lernen werden für alle zunehmend spürbar. Aber: Die Entwicklung von tragfähigen Strategien braucht Zeit, Ressourcen und neue, eben auch digitale Kompetenzen. Hier gibt es sicherlich vielfach Nachholbedarf gegenüber anderen Unternehmensbereichen. Nichtsdestotrotz erlebe ich die Community aktuell als sehr dynamisch.«

*Stefanie Müller
Senior Director HR
StepStone Continental Europe GmbH*



» Unser Unternehmen treibt bereits seit einigen Jahren vielfältige Transformationsthemen in Kombination mit digitalen Kompetenzen an. Digitale Recruiting-Instrumente wie z. B. Video-Interviews gehören schon längst zu unserem Daily Business.

Die Digitalaffinität ist nicht nur unter uns Personalmanager*innen ein Muss, sondern auch bei unseren Kolleg*innen im Business. Tatsächlich wirkt die Pandemie wie ein Brennglas, das Effekte und Trends verstärkt, die wir ohnehin in unseren Geschäftsbereichen sehen. Die dynamische Digitalisierung und damit einhergehend der Wandel vieler Business-Modelle hat nun an Fahrt aufgenommen – und das nicht nur bei uns, sondern auch in vielen anderen Unternehmen, die um die gleichen Talente kämpfen.«

*André Preis
Head of Recruiting
Rohde & Schwarz*



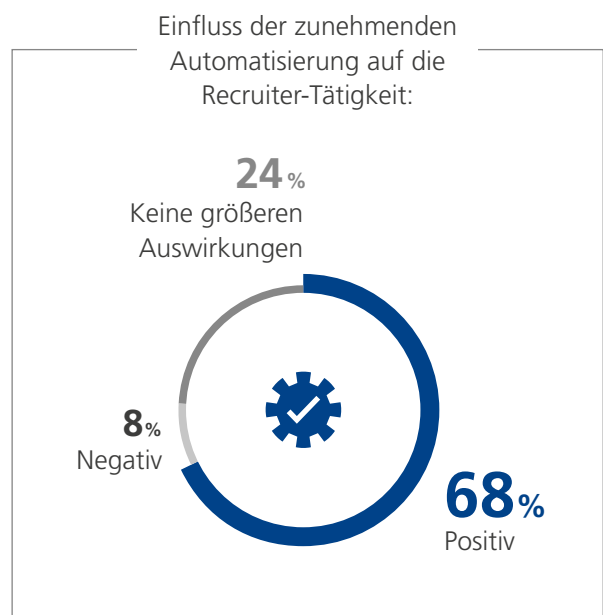
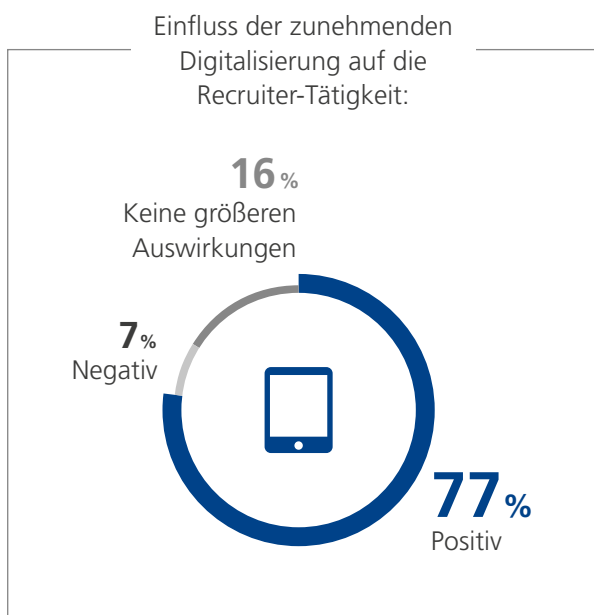
DIE GEGENWART IST DIGITAL – DIE ZUKUNFT DIGITALER



GO DIGITAL: RECRUITING HAT SICH BEREITS GRUND- LEGEND VERÄNDERT UND WIRD NOCH VIEL DIGITALER WERDEN



SO BEWERTEN RECRUITER DEN...





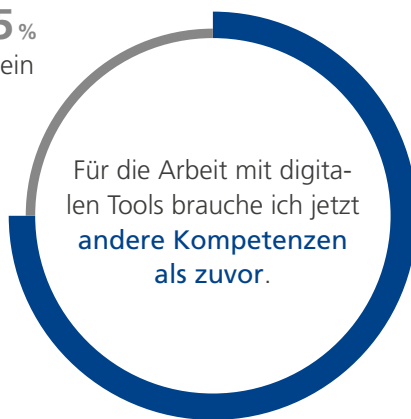
WEITERBILDUNG BLEIBT PERSONALTHEMA
UND WIRD FÜR RECRUITER WICHTIGER ALS
JEMALS ZUVOR

72%

der Recruiter meinen, dass ihr
Job fortgeschrittene digitale
Fähigkeiten erfordert.

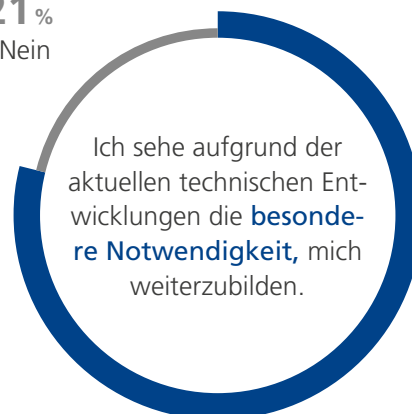
Schon vor Corona hat die rasante Digitalisierung vielen Recruitern vor Augen geführt, dass sie wichtige neue Kompetenzen brauchen, um die neuen Möglichkeiten wirkungsvoll einzusetzen. Die Weiterbildungsangebote ihrer Arbeitgeber empfindet aber rund die Hälfte der befragten HR-Spezialisten als nicht ausreichend.

25%
Nein



75%
Ja

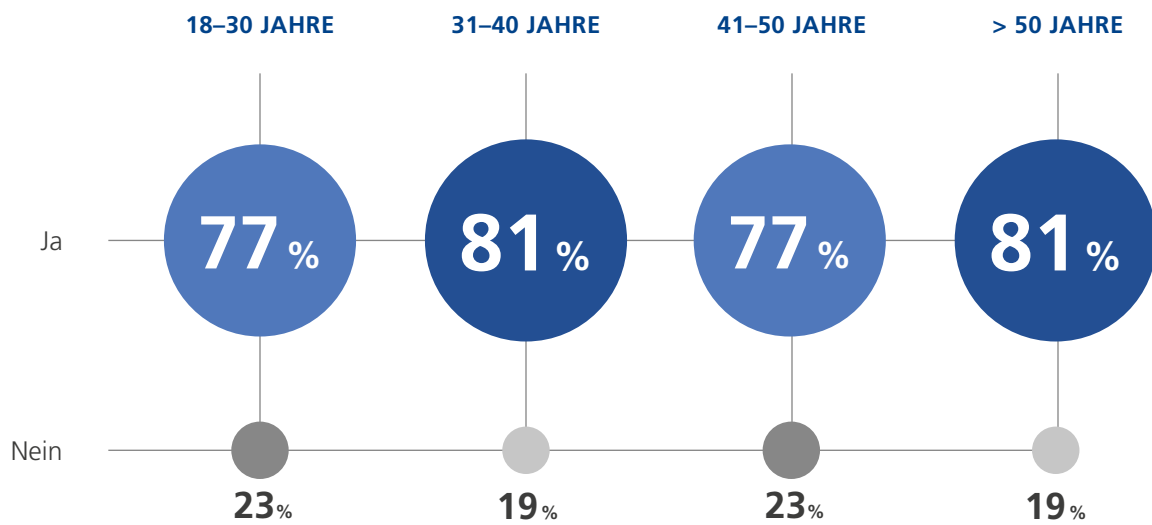
21%
Nein



79%
Ja



Die Bereitschaft, die eigenen digitalen Fähigkeiten und Kenntnisse durch gezielte Maßnahmen zu optimieren, ist über alle Altersklassen hinweg stark ausgeprägt.



VORTEILE PROZESSUAL, RISIKEN ESSENZIELL



DIESE VORTEILE DIGITALER TECHNOLOGIEN SEHEN RECRUITER:



56%

Höhere Effizienz und
Effektivität



45%

Kostensparnis

44%

Höhere Transparenz
und Objektivität

34%

Arbeitgeberimage

33%

Fundiertere
Bewerbersauswahl
(fachlich)

32%

Konzentration auf
inhaltlich-konzeptionelle
Aufgaben

31%

Evaluation
von Angebot und
Nachfrage

29%

Besseres Verständnis der
Wünsche und Vorstellungen
von Kandidaten

27%

Bessere Candidate
Experience

27%

Bessere
Prognosefähigkeit

13%

Fundiertere
Bewerbersauswahl
(kulturell)



**DIESE RISIKEN
DIGITALER TECHNOLOGIEN
SEHEN RECRUITER:**



40%

Entmenschlichte Candidate Experience



38%

Sicherheit
(z. B. Datenmanipulation,
Hackerangriffe)

38%

Abhängigkeit von
Technologie

35%

Probleme bei
der Einhaltung des
Datenschutzes

31%

Schlechtere Ergebnisse
aufgrund mangelnder
Datenqualität

30%

Verzerrung von Ergebnissen/
Diskriminierung

25%

Hoher Implementierungs-
aufwand

24%

Intransparenz bei
Entscheidungen

22%

Überschreitung ethischer
Grenzen

19%

Abwertung der
Recruiterrolle

17%

Zu hohe Kosten

4

WAS CORONA SCHON JETZT VERÄNDERT HAT



DIE CORONA-KRISE BESCHLEUNIGT DIE VERÄNDERUNGEN ZUSÄTZLICH UND ZEIGT BEDARFE AUF

75%

der Recruiter meinen, dass digitale Kompetenzen nach dem Lockdown und bedingt durch die Corona-Krise noch relevanter werden.

65%

wollen sich aufgrund ihrer aktuellen Erfahrungen zum Einsatz digitaler Instrumente beruflich weiterbilden.

Der Einsatz von **Live-Videointerviews** hat um **+24%** auf insgesamt **60%** zugenommen. Es ist das einzige Tool, das einen deutlichen Nutzungszuwachs in der Krise verzeichnen konnte.

52%

der Recruiter haben in der Corona-Krise gemerkt, dass ihnen Know-how und Erfahrung im Umgang mit digitalen Recruiting-Instrumenten fehlen.

Der schnelle Schwenk zu mehr Digitalisierung hat noch weitere Recruiter davon überzeugt, dass sich ihr **Profil** in der Zukunft **ändern** muss:

11% weniger Recruiter als vor der Krise halten die **eigenen digitalen Kompetenzen für ausreichend**, um in den nächsten fünf Jahren bei der Mitarbeitergewinnung erfolgreich zu sein.

37%

der Recruiter haben in der aktuellen Corona-Krise viel Erfahrung mit dem Einsatz digitaler Recruiting-Instrumente gesammelt.



DAS SAGEN DIE EXPERTEN



*Corona, Lockdown, Video-Interviews:
Ihre Zukunfts-Prognose zur Nutzung
digitaler Tools?*



» Wir haben bei Hugo Boss auch vor Corona Video-Interview-Möglichkeiten genutzt. Daher stellt sich für uns jetzt eher die Frage: Werden Video-Interviews auch im Verlauf für weitere „Zweitgespräche“ akzeptiert?

Coronabedingt ist die Akzeptanz für diese Tools vor allem aktuell in den Fachbereichen gestiegen. Dennoch darf man den persönlichen Kontakt nicht außen vor lassen. Denn gerade das Kennenlernen des Teams, mit dem man später zusammenarbeiten wird, ist immens wichtig. Ob sich die Video-Interviews durchsetzen, wird natürlich auch maßgeblich davon abhängen, was sich der Bewerber wünscht.«

*Deborah Dudda-Luzzato
Team Leader Talent Acquisition
Hugo Boss*



» Auch nach Corona werden wir klar auf Video-Interviews setzen. Denn: Wir sehen bei der Durchführung keinen Qualitätsverlust in der Rekrutierung und setzen sogar auf E-Assessments sowie die Präsentation von Case Studies über virtuelle Interviews. Dabei sparen wir noch Zeit und Geld. Seitens der Kandidaten bekommen wir ebenfalls sehr positives Feedback, denn auch sie wissen um die Vorteile eines effizienten Rekrutierungsprozesses. Vor dem Hintergrund der positiven Erfahrungen auf beiden Seiten wäre es geradezu fahrlässig, die Video-Interviews nach Corona wieder einzustampfen.

*Malte Hansen
Director Human Resources DACH
Friesland Campina Germany GmbH*



» Ich denke, diese Tools werden weiterhin im Einsatz bleiben und damit auch die Möglichkeit schaffen, Gespräche über größere Distanzen schneller und unkomplizierter zu realisieren. Allerdings wird das persönliche Treffen nicht ersetzt werden können. Die Vorteile von persönlichen Interviews sind dafür zu gravierend. In einem digitalen Interview kann man einen wunderbaren ersten Eindruck gewinnen und auch eine fachliche Passung sehr gut prüfen. Allerdings gibt ein persönliches Treffen beiden Parteien nochmal eine stärkere Sicherheit über den Culture Fit. Faktoren wie Mimik, Gestik oder das Verhalten eines Bewerbers in ungewohnten Umgebungen sind nur über ein direktes Zusammentreffen herauszufinden. Auch der Bewerber bekommt einen besseren Einblick in die Unternehmenskultur und das tägliche Zusammenarbeiten. Ich denke die Videointerviews sind eine super Alternative und man kann viele Prozessschritte vereinfachen, aber ein reales Treffen werden sie nicht in Gänze ersetzen. Zusammenfassend denke ich denke aber, dass sich die Prozesse entsprechend anpassen werden und erst ab einem späteren Zeitpunkt im Bewerbungsprozess das persönliche Interview arrangiert wird.«

*Anna Klein
Teamleader Recruiting/Employer Branding
& People Manager IT
auxmoney GmbH*



»Das Recruiting hat sich bereits stark verändert, durch Tools wie Kanäle. Diese Entwicklung wird auch weiter voranschreiten. Die aktuelle Krise hat deutlich gemacht, wie erfolgskritisch effiziente und funktionale digitale Lösungen sind, etwa beim Video-Interview. Stärken im Digitalen haben sich besonders bemerkbar gemacht, aber auch Schwächen wurden sichtbar wie nie. Ich gehe deshalb davon aus, dass viele Unternehmen die Erkenntnisse aus diesem Jahr nutzen werden, um sich für Zukunft (noch) besser aufzustellen und hier einiges in Bewegung kommt.

*Stefanie Müller
Senior Director HR
StepStone Continental Europe GmbH*



DER WILLE ZUR VERÄNDERUNG IST DA



Welche Veränderungen sehen Recruiter durch die Krise mit Blick auf die Nutzung digitaler Recruiting-Tools?

84%

»Es wird **weniger Hemmungen** bei der Nutzung digitaler Recruiting-Tools geben.«

78%

»Die aktuelle Krise hat deutlich gemacht, dass man im Recruiting eine klare **Digitalisierungsstrategie** braucht.«

78%

»Unternehmen mit Erfahrung im **virtuellen Recruiting** sind aktuell klar im **Vorteil**.«

41%

»Nach der Lockerung der Kontaktbeschränkungen werden **digitale Tools** wieder in den **Hintergrund** treten.«

IHRE ANSPRECHPARTNER
AUS DEM STEPSTONE RESEARCH TEAM

Jan Heming
Research Manager

Dr. Tobias Zimmermann
Research Manager

Sie haben Fragen oder Anregungen?
Sie erreichen uns per E-Mail unter:
studien@stepstone.de

IMPRESSUM

StepStone GmbH
Völklinger Str. 1
40219 Düsseldorf
info@stepstone.de

Weitere Informationen zu unseren
Studien finden Sie unter:

www.stepstone.de/wissen

