

MONSTER INSIGHTS

Der HR Report 2022

Ein globaler
Blick auf die Welt
der Arbeit

MONSTER



Vorwort von Scott Gutz, CEO von Monster Worldwide.....	3
Methodik.....	5
Das Recruitingjahr 2022: Ein Ausblick	10
Steigender Wettbewerb um Talente.....	17
Die richtigen Prioritäten setzen.....	21
Rückkehr aus dem Homeoffice.....	27
Qualifikationslücken (Skill Gaps).....	30
Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI).....	33
Globale Ausnahmen.....	36
GenZ Recruiter:innen: Was werden sie ändern?.....	41
Ausblick für KMU.....	44

In einer Welt, die immer noch unter den Auswirkungen der Pandemie leidet, stellt das Jahr 2022 Arbeitgebende und Bewerbende global weiterhin vor immense Herausforderungen.

Doch es gibt Grund für Optimismus. Die meisten Unternehmen gehen wieder auf Personalsuche und wollen für ihre Arbeitnehmenden ein besseres Arbeitsumfeld schaffen. Jetzt müssen Betriebe und Kandidat:innen nur noch zusammenfinden.



Die guten Nachrichten zuerst:

Noch nie zuvor standen die Vorzeichen einen passenden Job zu finden so gut wie in 2022. 93% der Arbeitgebenden in Deutschland und auf der ganzen Welt kurbeln ihr Recruiting an. 43% der Unternehmen wollen hierzulande Personal ersetzen oder frei gewordene Jobs neu besetzen. 50% planen neue Stellen zu schaffen. Allerdings wird es immer schwieriger, die passenden Talente zu finden. Daher ist das Vertrauen vieler Recruiter:innen, die richtigen Mitarbeitenden zu erreichen, im dritten Jahr in Folge gesunken.

Scott Gutz,
*CEO
von Monster*

Was hat sich derweil auf Seite der Kandidat:innen getan? Bei Talenten stehen Themen wie ein sicheres Gehalt, flexibles Arbeiten und eine faire Bezahlung ganz oben auf der Wunschliste - und sie sitzen jetzt wegen des Fachkräftemangels am längeren Hebel. Womit Arbeitgebende außerdem bei Talenten punkten können: Mit einer optimalen Arbeitskultur sowie guten Aufstiegschancen. Diese Faktoren haben einen maßgeblichen Einfluss auf Karriereentscheidungen. So geben 27% der Kandidat:innen auf der ganzen Welt an, auf eine mitarbeiterfreundliche Arbeitsumgebung Wert zu legen, während 20% der Kandidat:innen Weiterbildungsangebote und Entwicklungsmöglichkeiten für besonders wichtig halten.

“Die Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt ist größer denn je und Arbeitgebende sind bereit, mehr Geld zu investieren, um die richtigen Talente zu gewinnen“, so Scott Gutz, CEO von Monster.

„Es gibt derzeit nicht viele frei verfügbare Kandidat:innen und diese springen sehr schnell von einem Job zum anderen. Geeignetes Personal zu finden ist bereits schwierig, aber Mitarbeitende auch längerfristig ans eigene Unternehmen zu binden, stellt viele Arbeitgebende vor enorme Herausforderungen.“

Der Monster Insights Report hilft Jobsuchenden und Arbeitgebenden bei der Orientierung in einem immer komplexer werdenden Arbeitsmarkt. Er befasst sich mit Themen, die Personalsuchende und Kandidat:innen in diesem Jahr besonders beschäftigen:

Der Blick aufs Recruitingjahr 2022

- **Der steigende Wettbewerb um Talente**
- **Die richtigen Strategien zu priorisieren**
- **Die Rückkehr aus dem Homeoffice**
- **Die Herausforderung, die bestehende Qualifikationslücken mitbringen**
- **Diversität, Gleichheit und Inklusion**

Unseren Ergebnissen zufolge, sehen sich Arbeitgebende in den nächsten drei Jahren den folgenden drei großen Herausforderungen gegenüber:

1. Kandidat:innen mit den richtigen Qualifikationen zu finden:

Mehr als 9 von 10 Arbeitgebende in Deutschland fürchten, dass Sie aufgrund bestehender Qualifikationslücken Schwierigkeiten haben

werden, Positionen zu besetzen.

Tendenz steigend. 35% der Recruiter:innen bestätigen hierzulande, dass sich diese Skill Gaps im Vergleich zum Vorjahr vergrößert haben.

2. Die Erwartungen an die Work-Life-Balance haben sich verändert:

Bei Themen wie Sicherheit am Arbeitsplatz, mobiles und flexibles Arbeiten driften die Erwartungen von Kandidat:innen und Arbeitgebenden immer weiter auseinander.

3. Der “War for Talents” nimmt weiter zu:

Scott Gutz zufolge werden auch Mitarbeiter:innen bei Monster regelmäßig von anderen Arbeitgebenden abgeworben.

„Umso mehr konzentrieren wir uns darauf, in puncto Gehalt und Benefits wettbewerbsfähig zu sein. Mindestens ebenso großen Wert legen wir auf ein gutes Arbeitsumfeld.“

Unsere globalen Nachforschungen haben jedoch noch weitere Trends offengelegt:

Die Pläne für die Rückkehr aus dem Homeoffice verändern sich ständig.

Für 46% der deutschen Arbeitgebenden gehört einer hybriden Arbeitsumgebung die Zukunft.

„Erst Delta, dann Omicron; erst soll man zurück ins Büro, dann doch nicht ... Die Einstellungen von Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden gegenüber der neuen Arbeitsnormalität befinden sich im ständigen Wandel“, erklärt Gutz.

Die Planungsphase für Diversity-Maßnahmen ist beendet - jetzt geht's an die Umsetzung.

Fast 4 von 10 Arbeitgebenden stufen den Aufbau einer diversen Belegschaft als höchste Priorität ihres Unternehmens ein. Dazu nehmen 67% der globalen Recruiter:innen aus der Generation Z Kontakt zu externen Organisationen auf, die sie auf dem Weg hin zu einer diverseren Belegschaft unterstützen.

Jobsuchende sitzen jetzt am Hebel...

Nur 10% der aktiven Jobsuchenden in Deutschland sorgen sich, nicht auf Anhieb die perfekte Stelle zu finden. Allerdings ist ein Fünftel der Kandidat:innen skeptisch gegenüber den Versprechen der Arbeitgebenden.

“Wenn sich Bewerbende bei der Jobsuche auf das konzentrieren, was für sie am wichtigsten ist, haben sie eine echte Chance, die perfekte Stelle für sich an Land zu ziehen“, sagt Gutz.

Was Jobsuchende und Recruiter:innen außerdem bewegt, erfahren Sie in unserem Monster Insights Report. Sie wollen gut auf das neue Recruitingjahr vorbereitet sein? Dann ist das hier ein klare Leseempfehlung für Sie!

Ziel: Als global führendes Unternehmen, das Menschen und Jobs zusammenbringt, strebt Monster es an, globale Trends, Herausforderungen und Chancen im Einstellungsprozess zwischen Arbeitgebenden sowie Mitarbeiter:innen und Kandidat:innen aufzuzeigen.

Methodik für Arbeitgebende:

Die Umfrage wurde im Auftrag von Monster von dem unabhängigen Marktforschungsunternehmen Dynata im Rahmen einer 13-minütigen Umfrage unter 3.000 Recruiter:innen/Personalverantwortlichen in der Talentakquise, HR und/oder der Recruiting-Branche weltweit (USA, CA-Kanada, UK-Vereinigtes Königreich, FR-Frankreich, DE-Deutschland, NL-Niederlande, IT-Italien und SE-Schweden) im Alter von mindestens 25 Jahren durchgeführt. Für jedes Land wurde eine Stichprobe von $n=400$ erhoben, mit Ausnahme von $n=300$ für NL und SE. Diese Umfrage wurde zwischen dem 8. September und dem 24. September 2021 durchgeführt und wies eine Fehlermarge von $\pm 5\%$ bei einem Konfidenzniveau von 95% auf. Die Antworten wurden in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße, des Geschlechts und des Funktionsbereichs ausgewertet, um Trends im Gegensatz zu anderen Jahren aufzudecken.

Methodik für Mitarbeiter/Kandidat:innen:

Monster hat sich mit der halbjährlichen Workmonitor-Umfrage von Randstad und einem unabhängigen Marktforschungsunternehmen (Dynata) zusammengetan, um eine 10-minütige Umfrage unter Personen weltweit (USA, CA-Kanada, UK-Vereinigtes Königreich, FR-Frankreich, DE-Deutschland, NL-Niederlande, IT-Italien und SE-Schweden) im Alter von 18-67 Jahren durchzuführen, die mindestens 24 Stunden pro Woche beschäftigt sind (Selbstständige wurden ausgeschlossen). Für jedes Land wurde eine Stichprobe von $n=800$ erhoben, mit Ausnahme von $n=2.000$ für USA und FR. Diese Umfrage wurde zwischen dem 23. August und dem 10. September 2021 durchgeführt und wies eine Fehlermarge von $\pm 5\%$ bei einem Konfidenzniveau von 95% auf.

Bei allen Analysen werden die einzelnen Länder im globalen Durchschnitt gleich gewichtet.



Region



26%



74%

Land



13%



13%



13%



10%



13%



14%



10%



14%

Unternehmensgröße

Klein



42%

Mittelständisch



38%

Groß



45%

Geschlecht



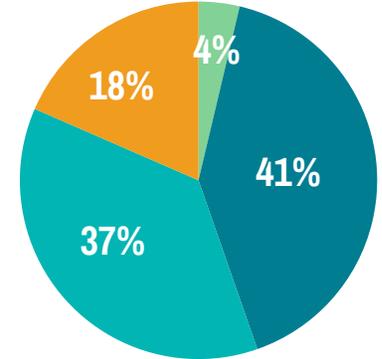
45%



55%

Generation

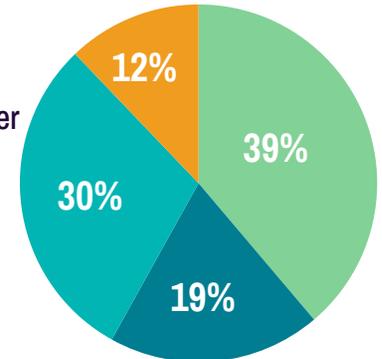
- Generation Z
- Millennials
- Generation X
- Baby Boomer



Entscheidungsträgerstatus

Einkauf und/oder Verwendung von Rekrutierungstools/-technologien

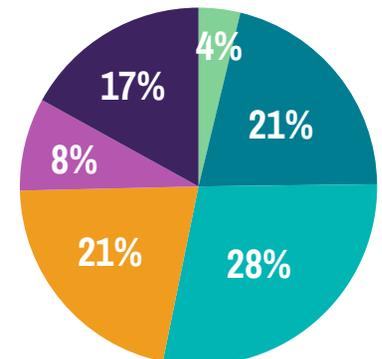
- Entscheidungsträger
- Nutzer:innen
- Beides
- Nichts davon



Jahre der Anstellung

Im Bereich Rekrutierung/Talentakquise

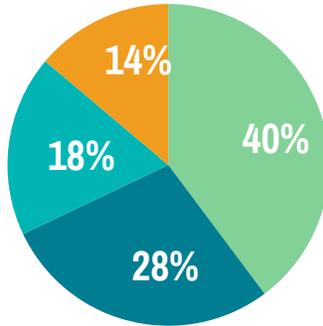
- <1
- 1-5
- 6-10
- 11-15
- 16-19
- 20+





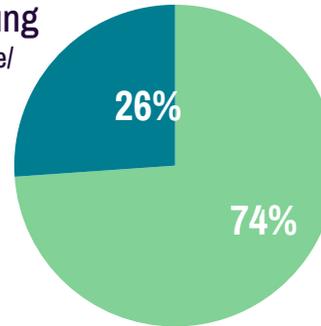
Funktionsbereich

- Talentakquise/Rekrutierung
- HR-Generalist mit Rekrutierung
- Einstellende:r Manager:in
- HR, keine Rekrutierung



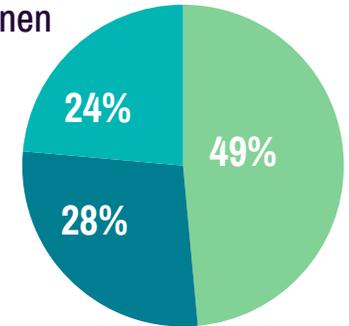
Art der Rekrutierung im Bereich Talentakquise/Rekrutierung

- Intern
- Extern

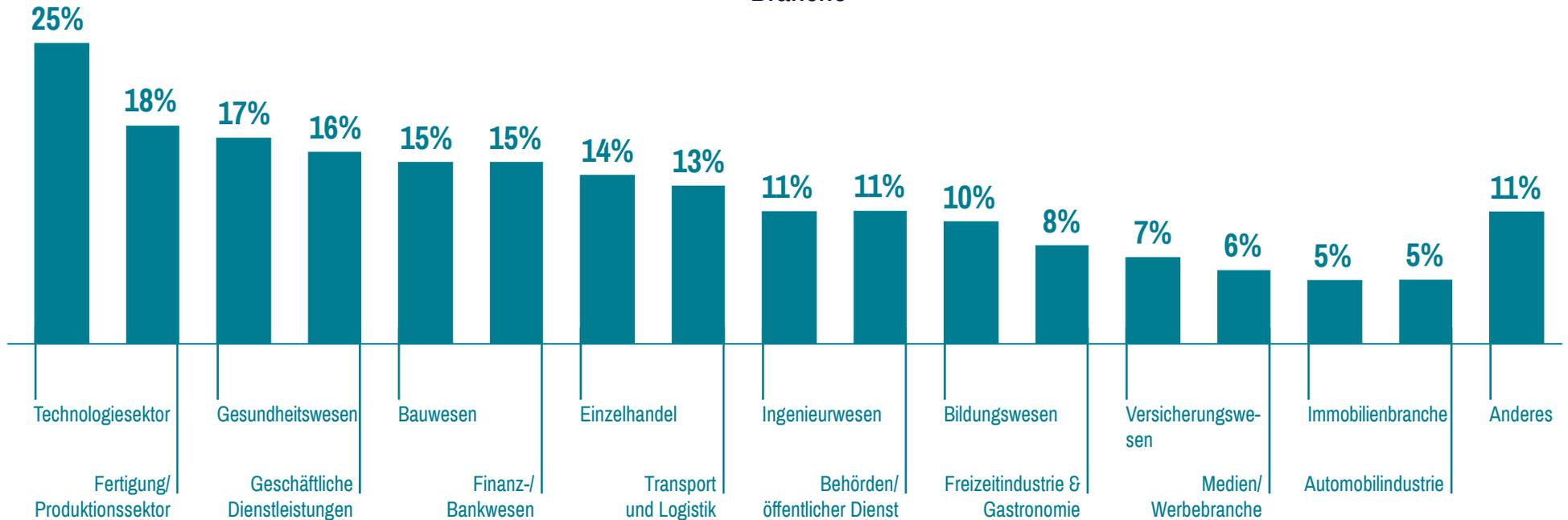


Art der offenen Positionen

- Büroangestellte (White-Collar)*
- Angestellte im Dienstleistungssektor (Grey-Collar)**
- Industriearbeiter:innen (Blue-Collar)***



Branche



* **Büroangestellte (White-Collar):** Positionen in einem Büro, einer Bürokabine (cubicle) oder einer anderen administrativen Umgebung

** **Angestellte im Dienstleistungssektor (Grey-Collar):** Positionen, die in der Regel einen regelmäßigen persönlichen Kontakt mit Kunden und/oder der Öffentlichkeit in einem Nicht-Büro-Umfeld erfordern (z. B. eine Schule, einen regelmäßigen persönlichen Kontakt, ein Krankenhaus, ein Einzelhandelsgeschäft, ein Restaurant, ein Flughafen usw.)

*** **Industriearbeiter:innen (Blue-Collar):** Positionen, die körperliche Arbeit oder qualifizierte, handwerkliche Arbeit erfordern



Region



32%



68%

Land



23%



9%



9%



9%



9%



23%



9%



9%

Alter

18–24	10%
25–34	23%
35–44	23%
45–54	23%
55–67	22%

Geschlecht



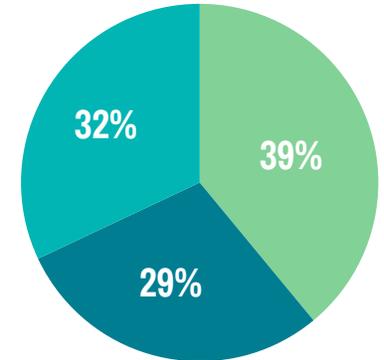
49%



51%

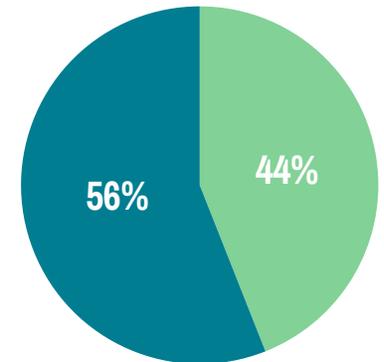
Art der Anstellung

- Büroangestellte (White-Collar)
- Angestellte im Dienstleistungssektor (Grey-Collar)
- Industriearbeiter:innen (Blue-Collar)



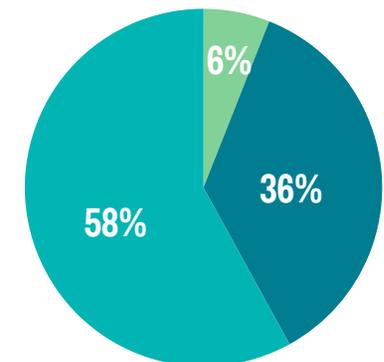
Status der Jobsuche

- Nicht aktiv suchend
- Offen für neue Stellen / aktiv bewerbend



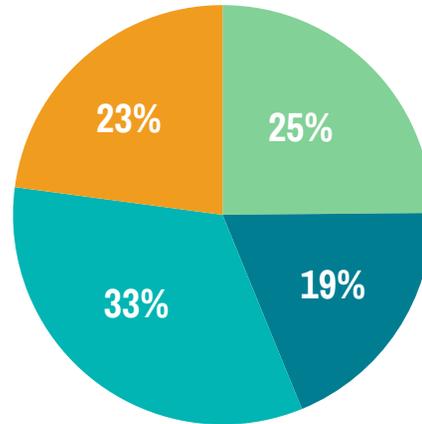
Bildungsstand

- Niedrig (Haupt-/Volks- oder Realschulabschluss)
- Hoch (Fachhochschul-/ Universitätsabschluss oder mehr)
- Mittel (Abitur)



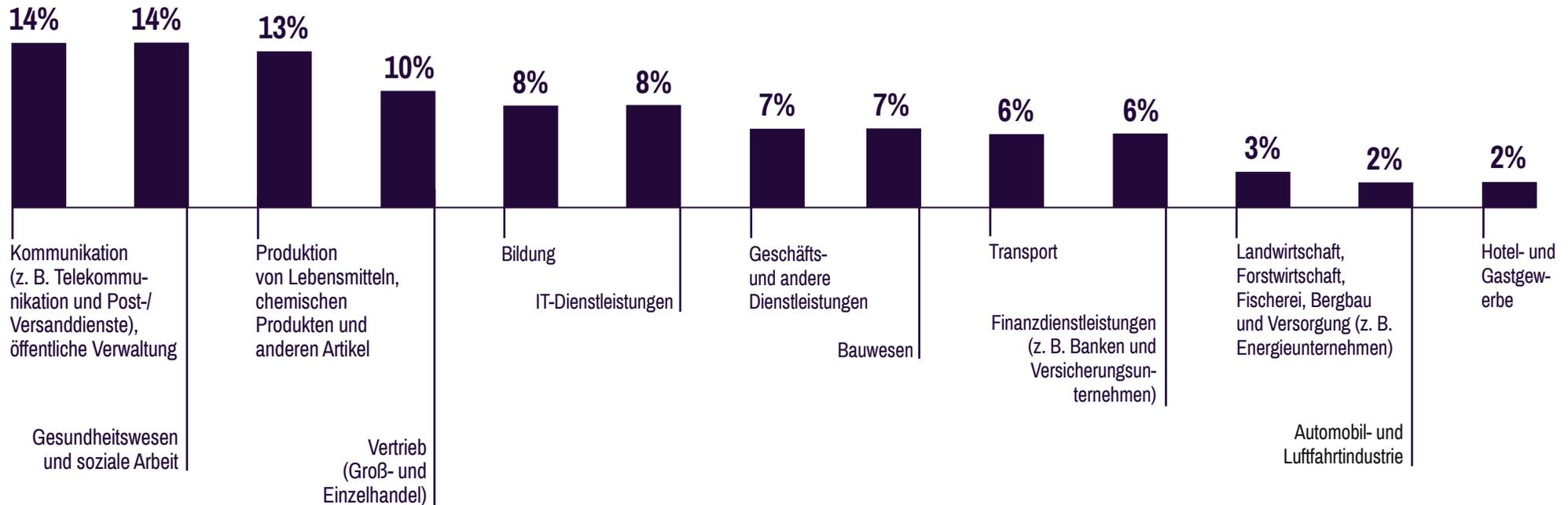


Sektor



- Produktion/Industrie
- Handel/Vertrieb
- Behörden/Öffentlicher Dienst/Gemeinnützige Organisationen
- Dienstleistungen

Branche



DAS RECRUITINGJAHR 2022: EIN AUSBLICK

Gute Aussichten für das Recruitingjahr 2022: Fast die Hälfte der deutschen Arbeitgebenden (43%) möchte Positionen ersetzen oder frei gewordene Stellen wieder besetzen und 50% suchen nach Mitarbeiter:innen für neue Positionen. Das ist im Vergleich zum vergangenen Jahr durchaus eine Verbesserung. Damals wollten zwar in etwa genauso viele Arbeitgebende Vakanzen wieder besetzen (44%), aber nur 37% suchten nach Talenten für neue Jobs - also 13% weniger als in 2022.

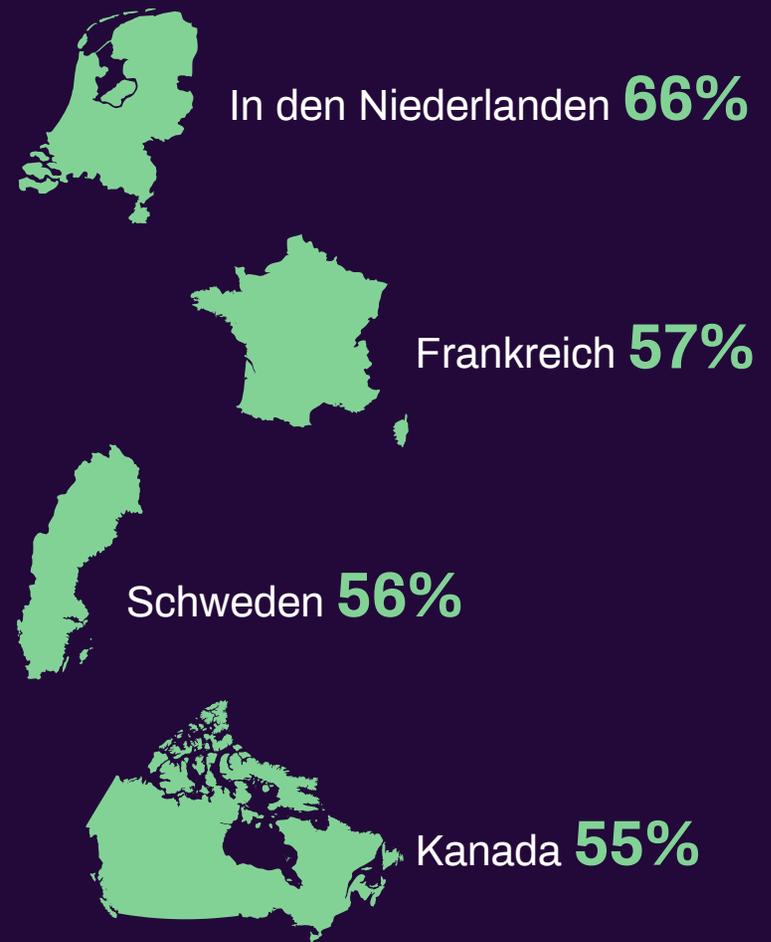
Bei aller Aufbruchsstimmung gibt es jedoch eine Herausforderung: Viele Unternehmen wollen zwar neue Mitarbeiter:innen einstellen, sie glauben aber immer weniger daran, dass sie die richtigen Personen für ihre Vakanzen finden. Und das schon im dritten Jahr in Folge. Personaler:innen gehen daher davon aus, dass sich der Konkurrenzkampf auf dem Arbeitsmarkt weiter verstärkt.





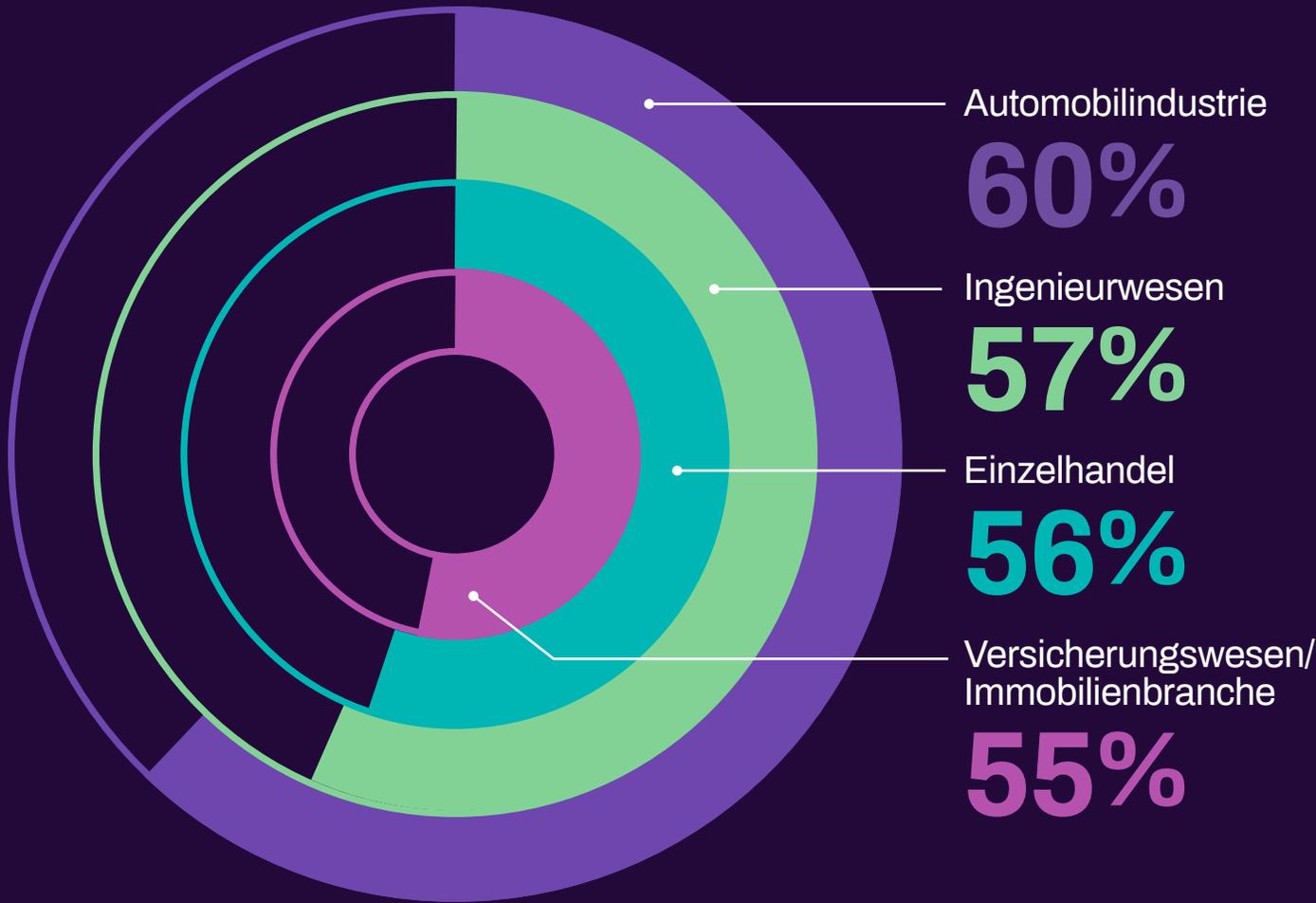
Rund um die Welt

In 2022 werden hier vor allem bereits vorhandene Positionen und frei gewordene Stellen neu besetzt:



Branchen – Momentaufnahme

In den folgenden Branchen sind weltweit die meisten Einstellungen für neue Positionen geplant:



10%
der kleinen
Unternehmen **erwarten**
2022 Einstellungsstopps

Die Zuversicht, die richtigen Kandidat:innen zu finden, sinkt ...

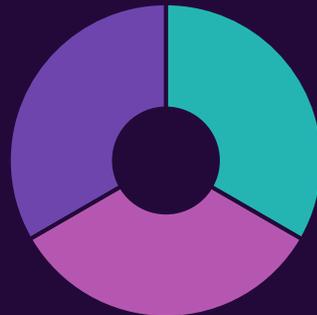
und gleichzeitig gibt es immer mehr Konkurrenz



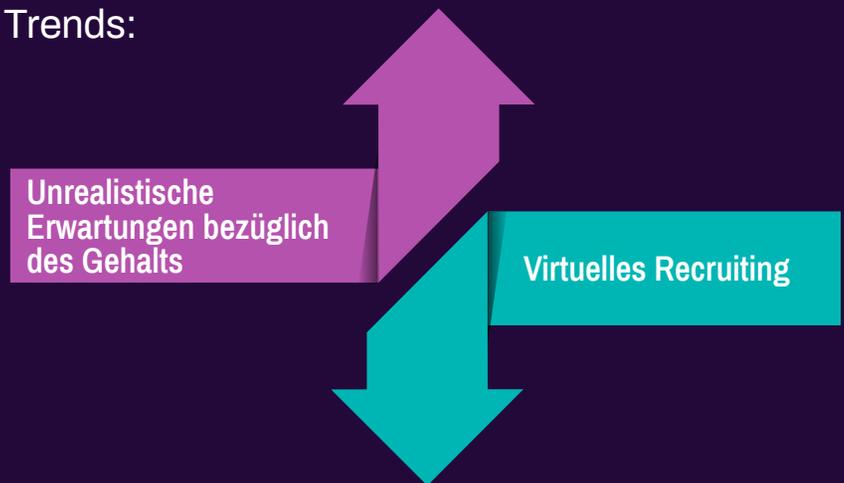
So haben sich die Herausforderungen nach der Pandemie verändert

Arbeitgebende identifizieren die Top 3 Herausforderungen, die sie in den nächsten drei Jahren erwarten:

- Qualifizierte Kandidat:innen finden
- Steigender Wettbewerb um Talente
- Work-Life-Balance



Trends:



Branchen – Momentaufnahme



Branche	Größte Herausforderung
Technologiesektor	Bewertung der Produktivität im Homeoffice
Freizeit- und Gastgewerbe	Unter einer erhöhten Anzahl an Bewerber:innen die richtigen Kandidat:innen finden
Finanz- und Ingenieurwesen	Aktualisierter Kandidatenpool

Rund um die Welt

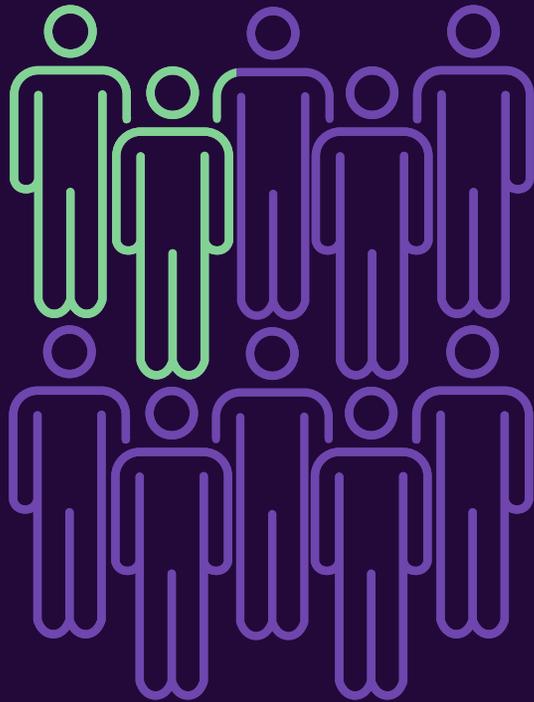


Land	Größte Herausforderung
Frankreich	Im Verlauf des Interview-Prozesses ein Gleichgewicht zwischen Empathie und Professionalität beizubehalten
Niederlande	Kandidat:innen innerhalb einer bestimmten Region zu finden
Italien	Mangel an technologischen Kompetenzen
Deutschland	Zugang zu korrekten und aktuellen Kandidatendaten (z. B. aktualisierte Lebensläufe und Kontaktangaben)

Kandidat:innen haben Schwierigkeiten, zur Normalität zurückzukehren



Nur 22 % der Kandidat:innen haben das Gefühl, nach den Rückschlägen des vergangenen Jahres wieder zur Normalität zurückzukehren

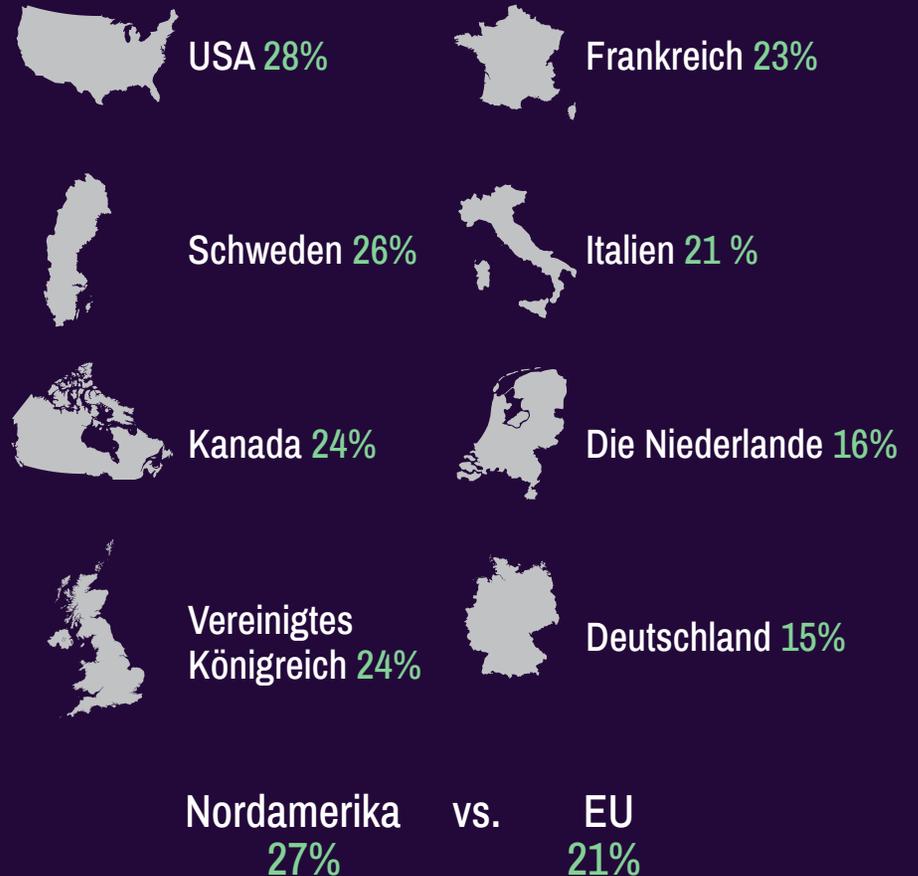


Für andere Gruppen sieht es besser aus:

- Industriearbeiter:innen (Blue-Collar) _____ 26%
- 18- bis 34-Jährige _____ 33%
- Angestellte im Technologiesektor _____ 34 %

Rund um  die Welt

In welchen Ländern kehren die Kandidat:innen zur Normalität zurück?





2022: Die Top 3 der Schwierigkeiten *vor* dem Bewerbungsgespräch

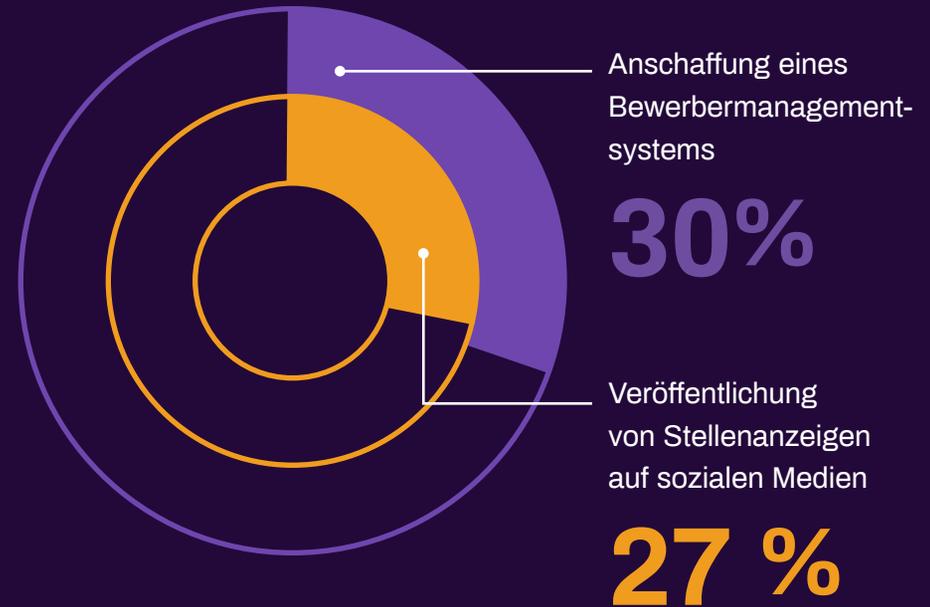
1. Qualifizierte Kandidat:innen finden
2. Passende Kandidat:innen schnell identifizieren
3. Effektive Prüfung und Bewertung von Kandidat:innen

Recruiter:innen haben schon vor dem Gespräch mit Kandidat:innen Schwierigkeiten.

Im vergangenen Jahr war die Bewertung von Kandidat:innen *während* des Bewerbungsgesprächs die größte Herausforderung.

Tools unter die Lupe genommen

Die Suche nach Lebensläufen steht auf der Liste der effektivsten Recruiting-Tools in allen Märkten ganz oben (40 %). Gefolgt von:



Geplante Einstellungen

93% der Arbeitgebenden planen Einstellungen im Jahr 2022

81% waren es noch im Jahr 2021

43% Wiedereinstellungen/erneute Besetzung existierender Stellen



Gepannter Einstellungsstopp bei kleinen und mittelständischen Unternehmen

13%

Sinkende Zuversicht, die richtigen Kandidat:innen für offene Positionen zu finden

2020  **93%**

2021  **89%**

2022  **86%**

Nur **44%** der Recruiter:innen sind "sehr zuversichtlich", auf Anhieb passende Kandidat:innen für offene Stellen zu finden

Top 3 Sektoren

mit den am meisten geplanten Einstellungen



81%
Einzelhandel

Automobilindustrie

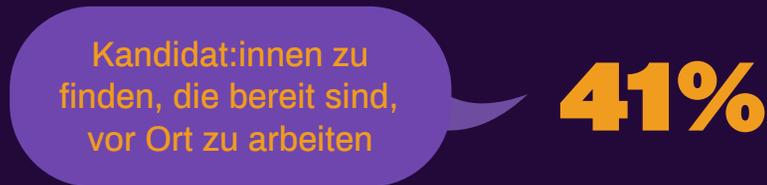
75%



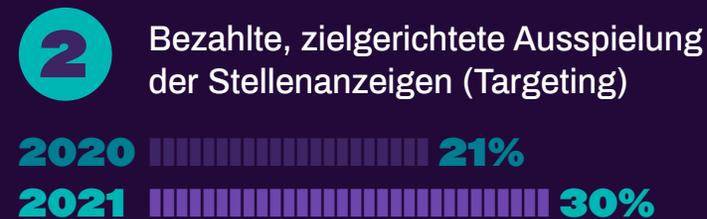
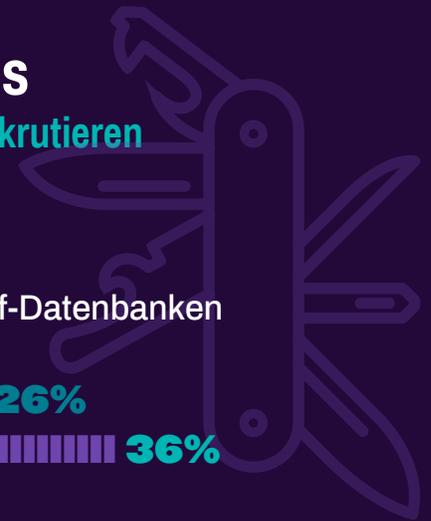
74%
Ingenieurwesen



Die größten Herausforderungen



Die effektivsten Tools von Online-Jobbörsen zum Rekrutieren von Kandidat:innen



STEIGENDER WETTBEWERB UM TALENTE



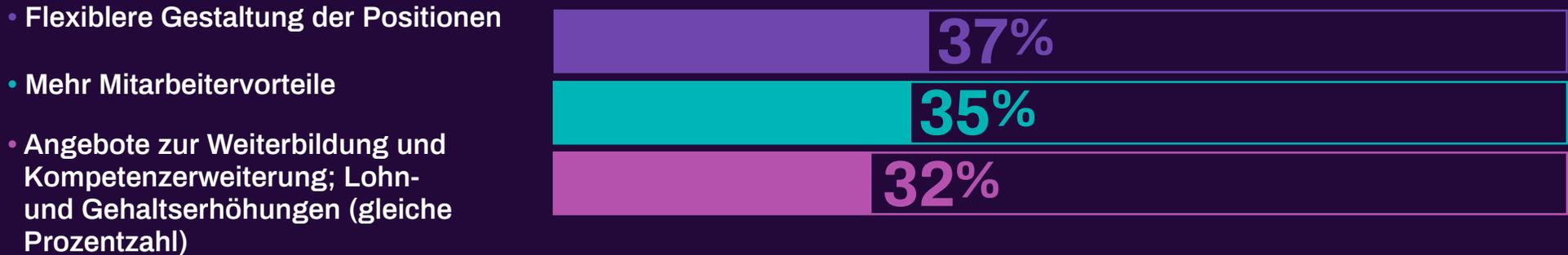
Um in den nächsten drei Jahren wettbewerbsfähig zu bleiben, überdenken Recruiter:innen derzeit ihre Vorgehensweisen und ihre Strategien. Vor allem müssen sie künftig stärker proaktiv vorgehen und antizipieren, was Bewerbende wollen und brauchen.

Worauf kommt es weltweit an, um Talente zu gewinnen? Ganz oben auf der Wunschliste von Bewerbenden stehen Flexibilität und Fernarbeit. Diese Punkte sind ihnen inzwischen sogar wichtiger als traditionelle Faktoren wie Sozialleistungen und Gehalt.

Unternehmen reagieren darauf mit gezielten Recruitingbotschaften, haben aber mit der Skepsis vieler Bewerber:innen zu kämpfen, denn in der Vergangenheit wurden Recruiting-Versprechen oft nicht gehalten.



Die wichtigsten Veränderungen, die Unternehmen umsetzen, um in den kommenden drei Jahren wettbewerbsfähig zu bleiben:



Rund um die Welt

Weitere Möglichkeiten, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern	Hier ist es beliebt
Startboni/Unterstützung bei Standortwechsel	USA, Deutschland, die Niederlande und Italien
(Gewinn-)Beteiligung am Unternehmen	Frankreich und die Niederlande
Wachsende Diversität, Gleichheit und Inklusion	Schweden

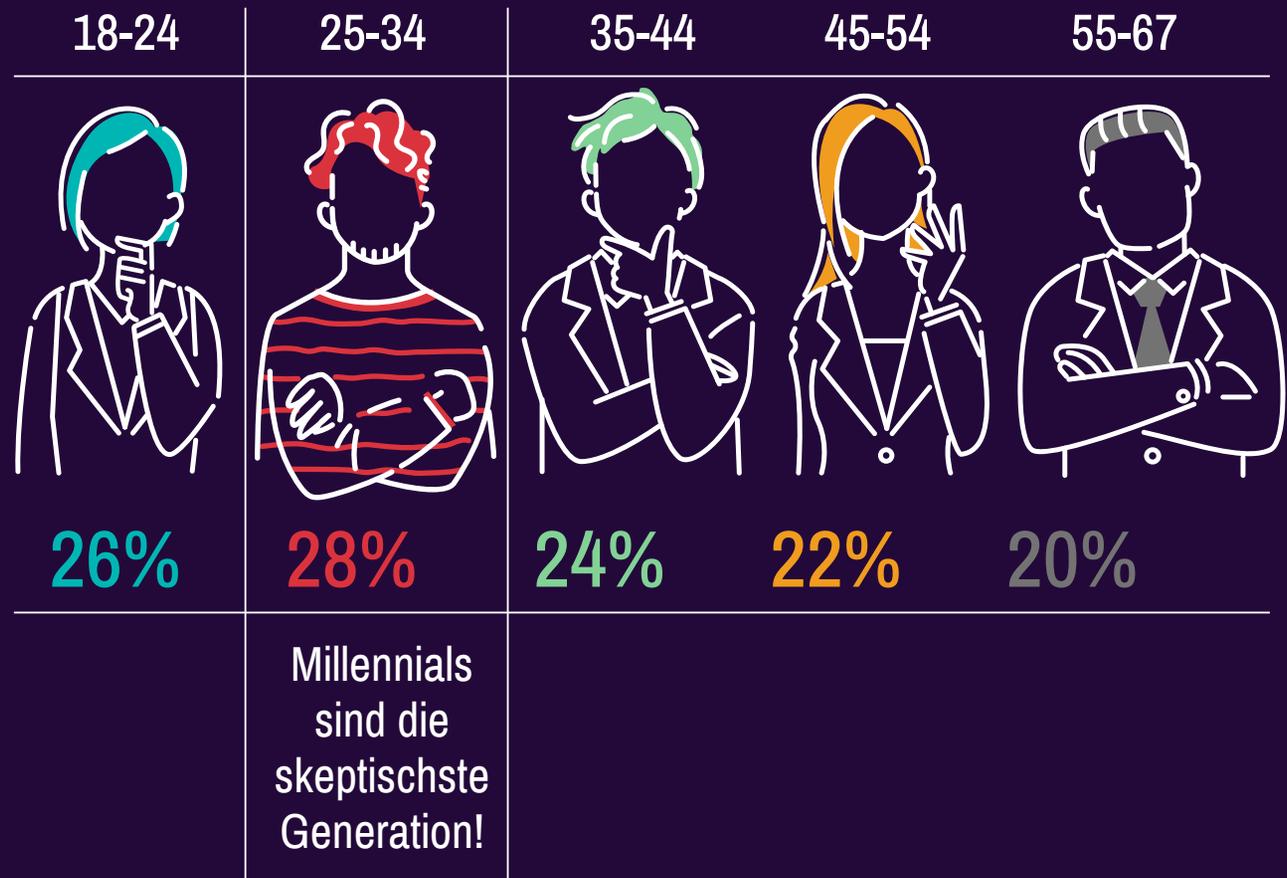
Branchen – Momentaufnahme

Eine Erhöhung der Löhne und Gehälter ist in folgenden Branchen eine bedeutende Initiative:

- Gesundheitswesen _____ (41%)
- Technologiesektor _____ (39%)
- Freizeitindustrie & Gastronomie ____ (39%)

24% der Kandidat:innen sind gegenüber den Versprechen von Unternehmen bezüglich Job-Perspektiven, Benefits und der Kultur am Arbeitsplatz skeptisch.

Skepsis nach Alter



Tools unter die Lupe genommen

Die folgenden Tools waren für Arbeitgebende am effizientesten, um qualifizierte Kandidat:innen für die letzten 3-5 offenen Stellen zu finden:

1.	Persönliche Kontakte	34%
2.	Stellenanzeigen auf Jobbörsen	29%
3.	Online-Profile von Kandidat:innen	28%
4.	Networking	27%
5.	Ausschreibungen auf der Unternehmens-/Karriereseite	27%
6.	Suchen in Lebenslauf-Datenbanken	24%

Ca. ein Viertel der Arbeitgebenden veröffentlichen jetzt mehr Stellenanzeigen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.



Was Arbeitgebende tun wollen, um wettbewerbsfähig zu bleiben

39% Mehr Benefits für Mitarbeitende

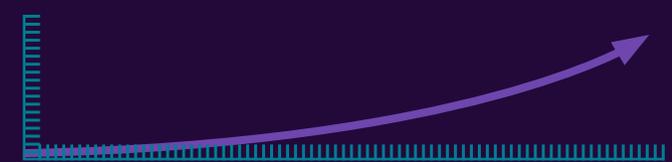
Lohn- & Gehaltserhöhung **37%**

34% Umstellung auf flexibles Arbeiten und/oder Homeoffice-Stellen

i Jede:r 5. Kandidat:in ist skeptisch gegenüber den Versprechen von Arbeitgebenden: **Millennials sind am kritischsten (25%)!**

Die effektivsten Recruiting-Maßnahmen

- 1** Persönliche Kontakte: 41%
- 2** E-Mail-Kampagnen: 30%
- 3** Online-Profile von Kandidat:innen: 26%
- 4** Matches auf Jobbörsen: 25%
- 5** Networking: 24%
- 5** Stellenanzeigen auf Jobbörsen: 24%
- 6** Direkter telefonischer Kontakt: 23%



Ein Viertel der Arbeitgebenden erhöht die Anzahl an Stellenanzeigen (24%)



DIE RICHTIGEN PRIORITÄTEN SETZEN

Beide Seiten wollen den Perfect Match finden – Arbeitgebende und Arbeitnehmende. Aber unsere Umfrage zeigt: Es besteht eine Diskrepanz zwischen dem, was auf den To-Do-Listen der Arbeitgebenden für 2022 steht, und dem, was auf den Wunschlisten der Bewerbenden steht.

Während Recruiter:innen zum Beispiel das Angebot von Fernarbeit als besonders wichtig einschätzen, setzen Talente ihre Prioritäten anders. Für sie ist im Vergleich dazu ein sicheres Einkommen besonders wichtig. Dieser Faktor ist wiederum auf den Agenden der Arbeitgebenden deutlich weiter unten angesiedelt.

Das deutet darauf hin, dass Arbeitgebende derzeit versuchen, viele Maßnahmen umzusetzen, von denen sie glauben, dass diese für Bewerbende nach einem weiteren unwägbareren Pandemie-Jahr besonders wichtig sind. Ob sie damit richtig liegen, wird sich erst mit der Zeit zeigen.

Was wollen Arbeitgebende/Kandidat:innen?



44%
der Recruiter:innen
haben flexible
Fernarbeit als ihre
Priorität festgelegt,
aber nur
24 %
der Kandidat:innen
suchen danach.

Kandidat:innen wollen Jobs mit:	Arbeitgebende planen folgende Vorteile ein:
<ol style="list-style-type: none">1. Gehaltsschutz/faire Bezahlung (6% mehr als im Jahr 2021)2. Finanzielle Leistungen, die über das Gehalt hinausgehen3. Unterstützung bezüglich der Gesundheitsversorgung4. Flexible Arbeitszeiten (6% weniger als im Jahr 2021)5. Bezahlte Urlaubszeit	<ol style="list-style-type: none">1. Unterstützung bezüglich der Gesundheitsversorgung2. Bezahlte Urlaubszeit3. Flexible Arbeitszeiten4. Flexible Fernarbeit5. Gehaltsschutz/faire Bezahlung

Analyse

Wie Sie sehen, sind sich Recruiter:innen und Kandidat:innen einig, was flexible Arbeitszeiten und bezahlte Urlaubszeit angeht, aber ihre höchsten Prioritäten stimmen nicht überein.

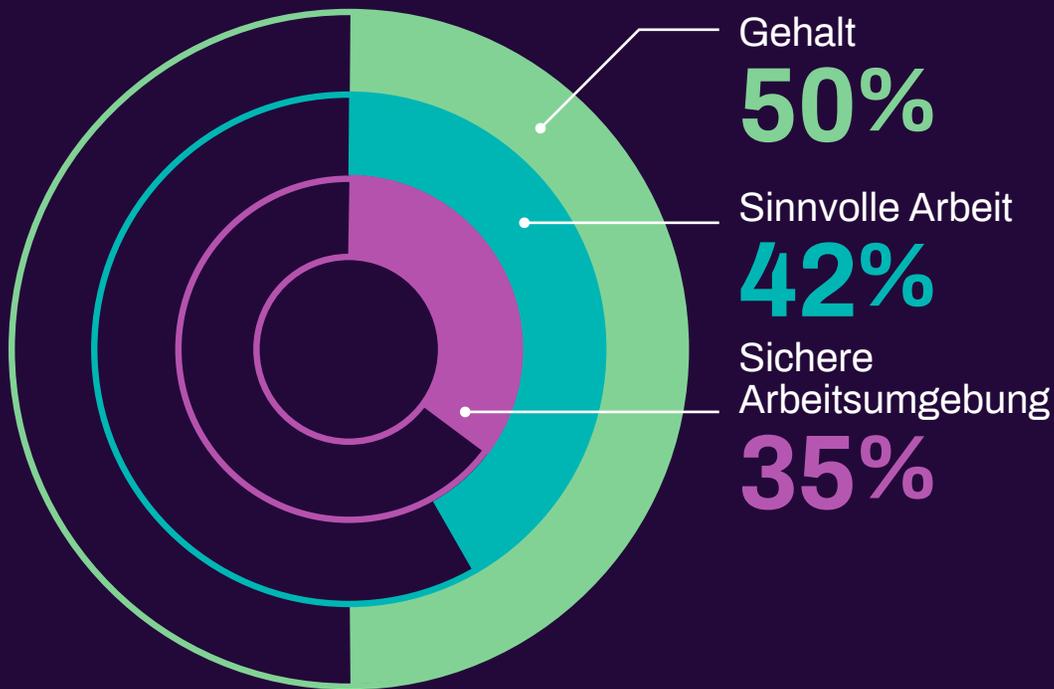
Finanzielle Vergütung, die über das Gehalt hinausgeht - der drittwichtigste Punkt für Kandidat:innen - taucht auf der Liste der Arbeitgebenden überhaupt nicht auf. Und während Kandidat:innen sehr großen Wert auf Gehaltsschutz legen, konzentrieren sich Unternehmen auf andere Aspekte.

Folgendes steht ebenfalls auf der Wunschliste der Kandidat:innen, wird auf der Liste der Arbeitgebenden jedoch vergebens gesucht: **Kompetenztraining und Entwicklungsmöglichkeiten**. 22% der Kandidat:innen wünschen sich das.

Was Arbeitgebende/Kandidat:innen wollen



Die wichtigsten Faktoren bei Karriereentscheidungen:



Interessanter Fakt: 43% der Arbeitgebenden berichten, dass sich Kandidat:innen nach Sicherheit und Gesundheitsprotokollen erkundigen

Ältere Jobsuchende legen mehr Wert auf:

Gehalt

Sichere Arbeitsumgebung

Einen Arbeitsplatz, an dem ich Kontakt mit anderen habe

Jüngeren Jobsuchenden ist Folgendes wichtiger:

Flexibilität

Aufstiegschancen

Langfristige, marktgängige Fähigkeiten zu erlernen



Trend: 27% der Kandidat:innen geben an, nach einem fürsorglichen Arbeitsumfeld zu suchen

Diese Faktoren bestimmen am ehesten, wie gut Kandidat:in und Unternehmen zusammen passen:
Dieselben wie im vergangenen Jahr

2021

1. Persönliches Bewerbungsgespräch
2. Lebenslauf
3. Vorherige Arbeitserfahrungen

2022

1. Persönliches Bewerbungsgespräch
2. Lebenslauf
3. Vorherige Arbeitserfahrungen

Warnsignale oder nicht?

Diese Faktoren waren früher Warnsignale, werden jetzt aber eher akzeptiert:	2021	2022
Lücken im Lebenslauf	38%	46%
An einem Ort zu leben, der außerhalb des Standortes des Unternehmens liegt	38%	42%
Häufige Wechsel zwischen verschiedenen Stellen	46%	46%

Branchen – Momentaufnahme



In diesen Branchen verwendeten Recruiter:innen am häufigsten virtuelle Interviewmöglichkeiten:

- Technologiesektor
- Finanz-/Bankwesen
- Immobilienbranche

Einige Branchen akzeptieren mehr als andere



„Ich akzeptiere auch Kandidat:innen, die ...“	Das sagen die Branchen
Keine passenden Fähigkeiten aufweisen, diese aber erlernen können	Freizeitindustrie & Gastronomie _____ 36% Transport und Logistik _____ 34% Einzelhandel _____ 33% Bildung _____ 33% Gesundheitswesen _____ 30%
an einem Ort leben, der außerhalb des Standortes des Unternehmens liegt	Finanz-/Bankwesen _____ 57% Immobilienbranche/Vesicherungswesen _____ 52% Technologiesektor _____ 50 %
sich über längere Zeit nicht stark weiterentwickelt haben	Finanz-/Bankwesen _____ 41% Ingenieurwesen _____ 40%
sich während des Interviews weniger professionell kleiden	Ingenieurwesen _____ 34% Einzelhandel _____ 33%

In diesen Punkten können Kandidat:innen am meisten hervorstechen



	2021	2022
Auftritt beim Interview	1	1
Praktika/relevante Arbeitserfahrung	2	2
Passende Fähigkeiten/Kompetenzen*		3
Weniger relevante Arbeitserfahrung	6	4
Fit zur Unternehmenskultur	3	5
Erfahrungen mit technischen Plattformen	4	6
Erfahrungen als Führungskraft	5	7
Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	7	8
Social-Media-Präsenz	11	9
Freiwilligenarbeit	8	10
Bereitschaft, ein geringeres Gehalt zu akzeptieren	9	11
Durchschnittsnote/Noten allgemein	10	12

Universitäts- oder Fachhochschulabschlüsse
verlieren weiterhin an Bedeutung – sie rutschen vom 7. auf den 8. Platz

Der Fit zur Unternehmenskultur, Erfahrungen mit technischen Plattformen, sowie Führungskompetenzen sind Recruiter:innen aus globaler Sicht weniger wichtig

*"Passende Fähigkeiten/Kompetenzen" waren in der Umfrage 2021 nicht integriert

Top 5

Was Kandidat:innen wollen

53% Lohnschutz / Faire Vergütung

41% Flexible Arbeitszeiten

36% Finanzielle Leistungen, die über das Gehalt hinausgehen

29% Bezahlter Urlaub

20% Flexible Fernarbeit

Was Arbeitgebende priorisieren

Flexible Arbeitszeiten **54%**

Flexible Fernarbeit **46%**

Angebot von Gesundheitsleistungen **43%**

Bezahlte Urlaubstage **35%**

Unterstützung von Familien-Care-Arbeit / Kinderbetreuung **27%**



Wichtige Faktoren für Kandidat:innen bei der Auswahl eines Karrierewegs

55%

Gehalt & Benefits

Sinnvolle Arbeit

39%

33%

Flexibles Arbeiten

Überschaubares Stresslevel im Job

31%

Faktoren für die Auswahl von Kandidat:innen

Faktoren die 2021 wichtiger geworden sind:

- ① Weniger relevante Arbeitserfahrung
(2021: Platz 9 / 2022: Platz 6)
- ① Fit zur Unternehmenskultur
(2021: Platz 5 / 2022: Platz 4)

Faktoren, die 2021 weniger wichtig geworden sind:

- ① Universitätsabschluss
(2021: Platz 4 / 2022: Platz 7)
- ① Notendurchschnitt
(2021: Platz 6 / 2022: Platz 9)
- ① Erfahrungen mit technischen Plattformen
(2021: Platz 3 / 2022: Platz 5)



RÜCKKEHR AUS DEM HOMEOFFICE

Infolge der Pandemie hat sich die Arbeitswelt verändert – vielleicht sogar für immer. Unsere Erhebungen zeigen, dass die Ansichten über die Zukunft der Arbeit bei Arbeitgebenden und Kandidat:innen allerdings auseinandergehen. Sie haben unterschiedliche Vorstellungen davon, wie wir zukünftig miteinander arbeiten.

Fast die Hälfte der Arbeitgebenden ist der Meinung, dass dem hybriden Arbeiten die Zukunft gehört. Durch die Einführung hybrider Arbeitsweisen wollen sie im Recruiting bei Talenten punkten und ihre bestehende Belegschaft stärker an sich binden. Kandidat:innen und Arbeitnehmer:innen legen darauf jedoch keinen so großen Wert.



Hat sich die Arbeitswelt für immer verändert?



43% der Arbeitgebenden glauben, dass hybriden Arbeitsmodellen die Zukunft gehört.



Sie geben auch an, dass flexible Arbeitsmöglichkeiten:



ihnen bei der Rekrutierung einen Vorteil verschaffen

ihnen dabei helfen, Mitarbeiter:innen zu binden

Rund um die Welt

US-amerikanische und britische Recruiter:innen geben an, dass ihnen flexible Arbeitszeiten helfen, Mitarbeiter:innen zu binden (49 % bzw. 48%).

In den Niederlanden bezweifelt die größte Anzahl an Recruiter:innen (32%), dass flexible Arbeitszeiten gut für die Produktivität seien.

Arbeitgebende zeigen bei der Gestaltung von Arbeitszeiten Kompromissbereitschaft

Arbeitgebende, die Mitarbeiter:innen die Möglichkeit geben, einige Tage im Homeoffice zu arbeiten:

53%

Arbeitgebende, die Mitarbeiter:innen eine flexiblere Arbeitszeit- und Stundeneinteilung ermöglichen:

41%

Arbeitgebende, die Mitarbeiter:innen außerhalb der üblichen Geschäftszeiten arbeiten lassen, solange einheitliche Arbeitszeiten eingehalten werden

35%

Virtuelles Recruiting: Immer noch da, aber nicht jedermanns Liebling

M



Virtuelles Recruiting ist bei jüngeren Recruiter:innen beliebter:

61% der Generation Z

26% der Millennials

13% der Generation X

6% der Baby Boomer

Für 46% der Arbeitgebenden ist hybrides Arbeiten die Zukunft.

Gestaltung von Arbeitszeiten – zunehmende Kompromissbereitschaft der Arbeitgebenden.

Arbeitgebende ermöglichen Mitarbeiter:innen...

49%

...einige Tage von zuhause zu arbeiten

...außerhalb der üblichen Geschäftszeiten zu arbeiten, solange einheitliche Arbeitszeiten eingehalten werden

44%

39%

...flexible Arbeits- und Stundeneinteilung

Virtuelles Recruiting:



92% der befragten Arbeitgebenden rekrutieren virtuell, aber –

nur **19%** sind der Meinung, dass das virtuelle Recruiting besser ist als der persönliche Kontakt.



Jüngere Recruiter:innen (Gen Z) tendieren eher zum virtuellen Recruiting:

65 Prozent der Gen Z findet virtuelles Recruiting besser als persönliches.



QUALIFIKATIONSLÜCKEN (SKILL GAPS)



Unabhängig davon, ob es nun an der Pandemie liegt oder nicht - bei unserer Umfrage gaben Arbeitgebende an, dass sie wegen bestehender Qualifikationslücken (Skills Gaps) größere Schwierigkeiten haben, Stellen zu besetzen, als noch vor einem Jahr. Bei den Hard Skills sahen globale Arbeitgebende in den Bereichen IT und strategische Planung die größten Lücken, während es bei den Soft Skills vor allem in Sachen Team- und Kommunikationskompetenz noch Defizite zu geben scheint.

Um dieses Skills Gap zu schließen, sind Arbeitgebende inzwischen offener dafür, Talente mit übertragbaren Fähigkeiten (transferable skills) einzustellen und zu schulen. Allerdings sollten Arbeitssuchende die entsprechenden Skills bei ihrer Bewerbung besser herausarbeiten, findet hierzulande mehr als die Hälfte (53%) der befragten Recruiter:innen.



Der Kampf mit den Qualifikationslücken wird immer härter



Branchen – Momentaufnahme



Die Anzahl an Arbeitgebenden, die aufgrund der Qualifikationslücken Schwierigkeiten haben, Positionen zu besetzen, ist aktuell 4 % höher als im vergangenen Jahr.

29% sind sich einig, dass die Qualifikationslücken im Vergleich zum Vorjahr gestiegen sind.

Branchen, in denen Qualifikationslücken für Schwierigkeiten sorgen:

Bauwesen

44%

Finanz-/Bankwesen

42%

Technologiebranche

39%

Gesundheitswesen

38%

Mehr als ein Drittel der Arbeitgebenden von Büroangestellten (White-collar Jobs) haben Schwierigkeiten, Stellen zu besetzen.

87%

91%

Schwierigkeitsübersicht nach Kategorie

34%

Recruiting für Bürojobs (White-collar Jobs)

23%

Recruiting für Industriebjobs (Blue-collar Jobs)

18%

Recruiting für Dienstleistungsjobs (Grey-collar Jobs)

Rund um die Welt



Besonders Arbeitgebende in Deutschland finden, dass sich die Qualifikationslücken im Vergleich zum letzten Jahr vergrößert haben.



Recruiter:innen haben aufgrund der Qualifikationlücken Schwierigkeiten, Positionen zu besetzen. Dabei kommt das Vereinigte Königreich noch am besten weg (87%).

Arbeitgebende sind bereit, Mitarbeiter:innen zu trainieren

63% der Arbeitgebenden sind bereit, jemanden mit übertragbaren Fähigkeiten (transferable skills) einzustellen und dann entsprechend zu trainieren.

50% der Arbeitgebenden sind der Meinung, dass Kandidat:innen ihre Kompetenzen deutlicher darstellen sollten

Bei Industriearbeiter:innen (Blue-collar) zeigten sich die Lücken eher bei der Zuverlässigkeit – Platz 2 der wichtigsten Soft Skills

Nach diesen Kompetenzen suchen Arbeitgebende

Soft Skills	Hard Skills
1. Teamfähigkeit/Zusammenarbeit	1. IT
2. Kommunikationsfähigkeit	2. Strategische Planung
3. Problemlösung/ kritisches Denken	3. Operations

Die größten Lücken: Wenn es um Hard Skills geht, fehlen die gesuchten Kompetenzen

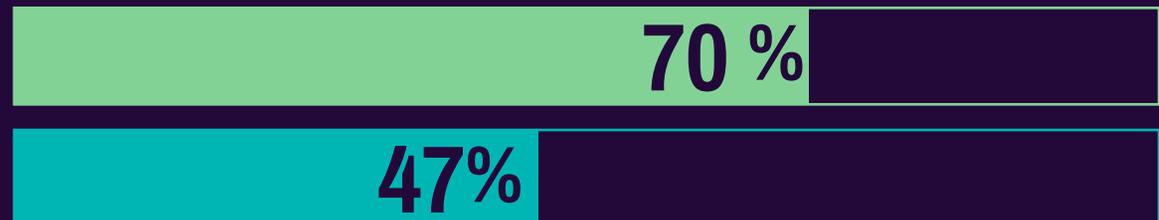
Soft Skills	Hard Skills
1. Kommunikationsfähigkeit	1. IT
2. Problemlösung/kritisches Denken	2. Strategische Planung
3. Zuverlässigkeit	3. Operations und PC-Kenntnisse (auf gleicher Stufe)

- > Büroangestellte (White-collar) weisen Qualifikationslücken bei den meistgesuchten Fähigkeiten auf: Vor allem in den Bereichen Kommunikation (Soft Skill) und IT (Hard Skill)
- > Bei Industriearbeiter:innen (Blue-collar) zeigten sich die Lücken eher bei der Zuverlässigkeit – Platz 2 der wichtigsten Soft Skills

Rund um die Welt

Arbeitgebende in den USA, im Vereinigten Königreich und in Frankreich sind bereit neue Mitarbeiter:innen zu trainieren.

In Schweden sind es hingegen nur 47%.



Qualifikationslücken (Skill Gaps)

Jede oder jeder Dritte sagt, dass das Qualifikationsdefizit größer geworden ist im Vergleich zum Vorjahr (35%)

Besonders betroffene Sektoren:



59% der Arbeitgebenden sind bereit, jemandem mit übertragbaren Fähigkeiten (transferable skills) einzustellen und zu schulen.

Nach welchen Soft Skills suchen Arbeitgebende in Deutschland?

Soft Skills:

- Teamfähigkeit / Zusammenarbeit 53%
- Kommunikationsfähigkeit 51%
- Verlässlichkeit 44%

Hard Skills:

- IT-Kenntnisse 34%
- Computer Kompetenzen 27%
- Strategieplanung 25%

Hier gibt es noch Lücken:

Soft Skills:

- Verlässlichkeit 21%
- Kommunikationsfähigkeit 20%
- Teamwork/ Zusammenarbeit & Flexibilität je 19%

Hard Skills:

- IT-Kenntnisse 16%
- Computerkompetenzen, Marketing & Strategieplanung jeweils 9%



DIVERSITÄT, GLEICHHEIT UND INKLUSION (DEI)

Maßnahmen zur Förderung von Diversität, Gleichheit und Inklusion in der Arbeitswelt genossen 2020/2021 höchste Priorität unter Arbeitgebenden auf der ganzen Welt – eine Reaktion auf die vielen globalen Bewegungen zu mehr sozialer Gerechtigkeit. Arbeitgebende befragten zu diesen wichtigen Themen Kandidat:innen und Arbeitnehmende und leiteten daraus erste DEI-Initiativen ab.

Unsere diesjährige Umfrage zeigt, dass die Vielfalts-Thematik in der Arbeitswelt angekommen ist. Die geplanten Maßnahmen werden jetzt nach und nach umgesetzt – 4 von 10 Arbeitgebenden betonen, dass dem Aufbau einer diversen Belegschaft eine Top Priorität in ihrem Unternehmen zukommt.



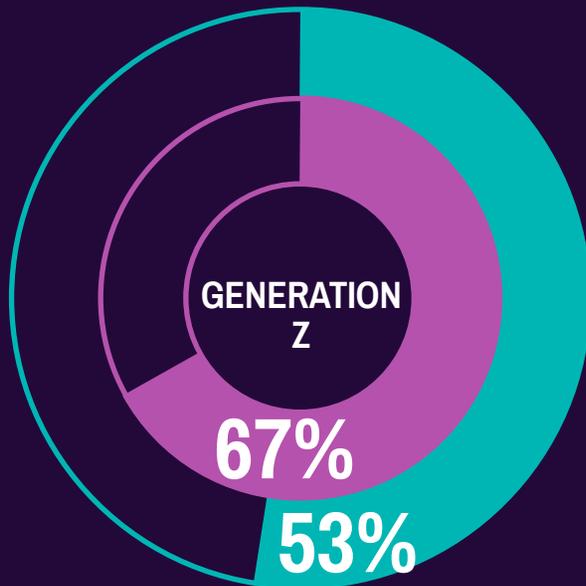
Vom Bewusstseinschaffen zur Umsetzung in einem Jahr



2021	2022
<p>37% der Arbeitgebenden berichteten, <i>keine Strategie für Diversität und Inklusion zu haben</i></p> <p>Die wichtigsten DEI-Prioritäten</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mitarbeiterschulung (42%) 2. Geschlechtergerechtigkeit in Bezug auf Gehälter (40%) 3. Entwicklung einer diversen Belegschaft (34%) 	<p>37 % der Arbeitgebende erwarten jetzt mehr als nie zuvor, <i>dass sich Kandidat:innen über die DEI-Bemühungen eines Unternehmens informieren</i></p> <p>Die Top-Prioritäten im Bereich DEI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufbau einer diversen Belegschaft (39%) 2. Geschlechtergerechtigkeit in Bezug auf Gehälter (36%) 3. Ein System/einen Prozess ins Leben zu rufen (z .B. Mentorenprogramme) (28%)

Unter den Recruiter:innen der Generation Z steigt dies auf **47%**

Verschiedene Generationen von Recruiter:innen haben verschiedene Herangehensweisen



53% der Recruiter:innen aus der Generation Z heben die Bedeutung des **Aufbaus einer diversen Belegschaft hervor**

und 67% von ihnen **treten mehr mit externen Organisationen in Kontakt, die diverse Talente vermitteln können**, um diese zu erreichen.



Die Baby Boomer kämpfen am meisten für Geschlechtergleichheit in Bezug auf Gehälter (46% vs. 36% im weltweiten Durchschnitt).



Fast 3 von 10 Millennial-Recruiter:innen erwähnen die Veröffentlichung inklusiver HR-Programme als eine der besten Methoden, um diverse Talente zu gewinnen – andere Generationen sehen das weniger so.

DEI-Mitarbeitendenprogramme und Recruiting-Strategien weltweit



Im Allgemeinen sind ethnische Minderheiten und People of Color der Top-Fokusbereich der Recruiter:innen weltweit (37%)

In Frankreich konzentrieren sich die meisten Arbeitgebenden auf die Einstellung von Menschen mit Behinderungen (29% im Vergleich zum globalen Durchschnitt – 19%)

Im Vereinigten Königreich und in Frankreich ist die Abschaffung der Altersdiskriminierung die höchste Priorität der Unternehmen

Die Niederlande haben mehr DEI-Initiativen für Frauen (41%) und für Eltern/pflegende Personen (42%) als der globale Durchschnitt (32% bzw. 35%).

Das Vereinigte Königreich (27 %) und Italien (25 %) sind führend, was LGBTQIA+-Programme angeht (im Vergleich zum globalen Durchschnitt – 24 %)

Fast 3 von 10 US-amerikanischen Arbeitgebenden rekrutieren oder unterstützen Mitglieder des Militärs, sowie Veteranen und ihre Ehepartner:innen

Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI)



Besonders **junge Recruiter:innen (53%)** erwarten, dass sich Kandidat:innen vermehrt über die Diversity-Bemühungen eines Unternehmens informieren.

Die Top Diversitäts-Prioritäten in diesem Jahr:

- **Aufbau einer diversen Belegschaft: 39%**
53% der Recruiter:innen aus der Gen Z empfinden dies als besonders wichtig
- **Lohngleichheit der Geschlechter: 33%**
- **Schulungen und Mentoring-Programme, um diverse Teams zu fördern: 28%**

Welche Maßnahmen ergreifen Unternehmen?

- **Diverse Recruiting-Teams – und Strategien: 35%**
- **Kontakt zu externen Organisationen, die diverse Talente vermitteln können, um diese zu erreichen: 31%**
- **Zertifizierungen zum Nachweis von Leistungen im Bereich DEI: 31%**
- **Veröffentlichung von HR-Richtlinien: 21%**

Personengruppen, für die in Deutschland am häufigsten Diversity-Maßnahmen ergriffen werden:

- 1 **Berufstätige Eltern oder Pflegepersonen 39%**
- 2 **Frauen 37%**
- 3 **BIPOC oder Menschen mit Migrationshintergrund 34%**





Globale Ausnahmen

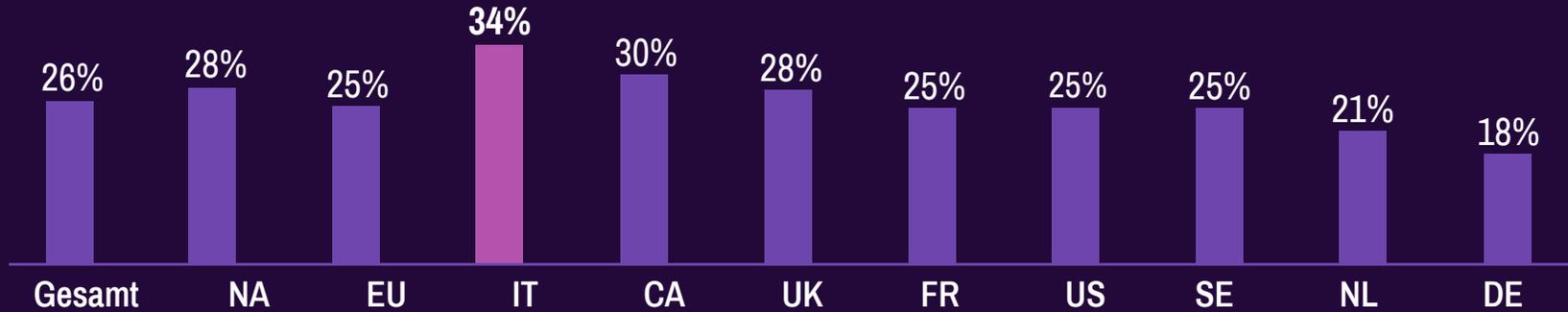
Die meisten Arbeitgebende weltweit stehen im kommenden Jahr ähnlichen Herausforderungen gegenüber. Es ist jedoch immer wieder interessant zu sehen, dass einige Länder in Bezug auf wichtige Themen wie die Zuversicht der Jobsuchenden, sich ändernde Regeln und Vorteile, die Rückkehr zur Präsenzarbeit und vieles mehr hervorstechen.

Entdecken Sie unsere globale Übersicht, die länderspezifische Situationen aufzeigt.

Die Zuversicht der Jobsuchenden weltweit



Die Zuversicht ist unter den aktiv Suchenden geringer



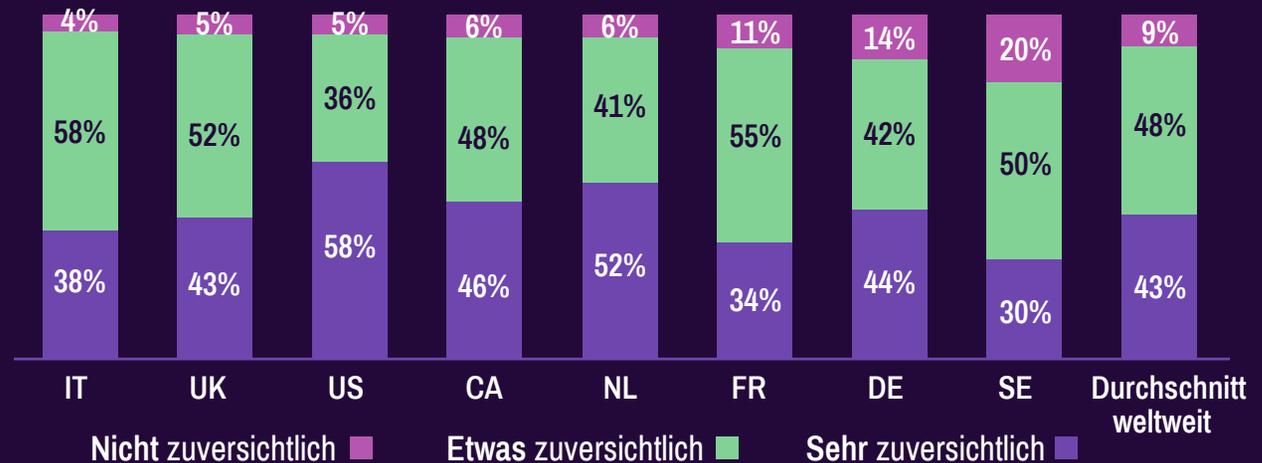
In Italien sind die Jobsuchenden am wenigsten zuversichtlich, die Recruiter:innen hingegen am meisten.



96% der italienischen Arbeitgebenden sind zuversichtlich, dass sie die richtigen Kandidat:innen für offene Positionen finden – das ist die höchste Prozentzahl im Vergleich zu anderen Ländern.

Mehr als 1/3 der aktiven Jobsuchenden in Italien gab an, wenig Zuversicht zu haben, einen passenden Job zu finden.

Die Zuversicht der Recruiter:innen weltweit variiert je nach Region



In Schweden sind die Recruiter:innen am wenigsten zuversichtlich: 1/5 von ihnen gibt an, überhaupt nicht zuversichtlich zu sein.

Das wollen die Kandidat:innen, je nach Land



Die

TOP5

Wünsche der Kandidat:innen

1. Gehaltsschutz
2. Flexible Arbeitszeiten
3. Finanzielle Leistungen, die über das Gehalt hinausgehen
4. Bezahlter Urlaub
5. Flexible Fernarbeit

Die Top 5 sehen jedoch anders aus, wenn wir jedes Land einzeln anschauen:



Aus- und Weiterbildungen

Vereinigtes Königreich (4. Platz)



Frankreich (4. Platz)



Italien (4. Platz)



Familien-/Kindergeld

Italien (5. Platz)



Gesundheitsrichtlinien und -protokolle

France (5. Platz)



Geschlechtergerechtigkeit in Bezug auf Gehälter

Schweden (5. Platz)

Welche Änderungen in Sachen Richtlinien und Benefits priorisieren?



Niederlande

57%

Wechsel zum standortfernen Arbeiten

(vs. 46% weltweit)



Frankreich

1/3

Änderungen, um Gehaltsschutz bieten zu können

(vs. 26% weltweit)



Vereinigtes Königreich

17%

Änderungen, um Ressourcen für die psychische Gesundheit anbieten zu können

(vs. 13% weltweit)



Schweden

12%

Änderungen, um Umwelt- und Nachhaltigkeitsinitiativen einzuführen

(vs. 6% weltweit)



Kanada

1/5

Änderungen an Gesundheitsprogrammen und -protokollen

(vs. 16% weltweit)

Effektive Tools, die sich zum Finden qualifizierter Kandidat:innen bewährt haben

- 44% der Recruiter:innen in Frankreich nutzten **Kandidat:innenprofile**_____ (vs. 28% weltweit)
- 3 von 10 der deutschen Arbeitgebende fanden **E-Mail-Kampagnen** am effektivsten__ (vs. 20% weltweit)
- In Kanada vertrauen die meisten auf **Stellenanzeigen auf Jobbörsen**_____ (37% vs. 29% weltweit)

So denkt man weltweit über flexibles Arbeiten ...



Fast die Hälfte der Recruiter:innen in den USA und im Vereinigten Königreich gaben an, dass es ihnen beim Binden von Mitarbeiter:innen hilft, flexible Arbeitsmöglichkeiten anzubieten.

So sehen Arbeitgebende weltweit die Zukunft der Arbeitswelt

Am wahrscheinlichsten hybride Arbeitsmodelle	Am wahrscheinlichsten vollständige Präsenzarbeit	Vollständige Fernarbeit
1. Italien 63% 2. Vereinigtes Königreich und Deutschland (zum gleichen Anteil: 60%)	1. Schweden 37% 2. USA 35% 3. Kanada und Frankreich (zum gleichen Anteil: 32%)	1. Niederlande 34% 2. USA 19% 3. Kanada 18%

Präferenzen der Kandidat:innen:

Hybride Arbeitsumgebung	Präsenzarbeit	Vollständige Fernarbeit
Am meisten: Schweden 51% Am wenigsten: Kanada 40%	Am meisten: Frankreich 42% Am wenigsten: Schweden 30%	Am meisten: USA 28% Am wenigsten: Frankreich 15%



In den Niederlanden gaben

44%

an, dass sie aufgrund der Qualifikationslücken oft eine Position nicht besetzen können – viel mehr als der weltweite Durchschnitt (28%).

WERDEN DIE RECRUITER:INNEN DER GENERATION Z ALLES VERÄNDERN?

Matches über
Jobbörsen

28%

E-Mail-
Kampagnen

24%

Social
Advertising

18%

Soziale
Medien

17%

Arbeitgebende-
Branding

16%

Arbeitgebende-
Empfehlungen

14%



61%

der Recruiter:innen aus
der Generation Z ziehen
virtuelles dem persönlichen
Recruiting vor – viel mehr als
andere Altersgruppen



Wie kommuniziert die Generation Z mit Kandidat:innen?



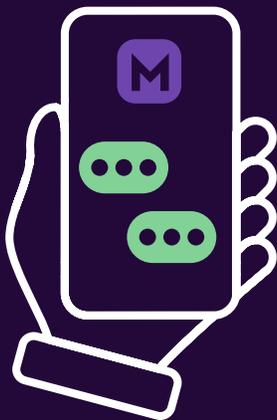
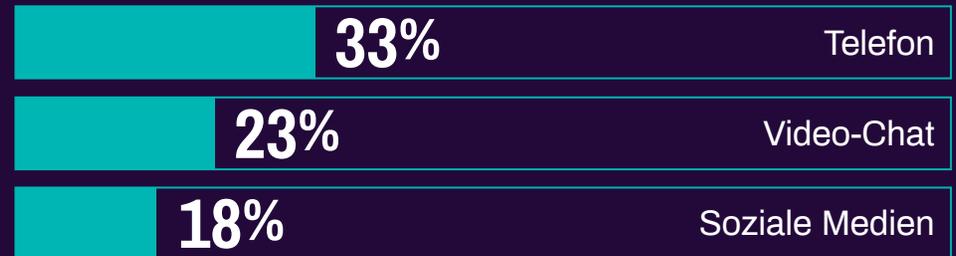
75%
per E-Mail



50%
per Textnachricht



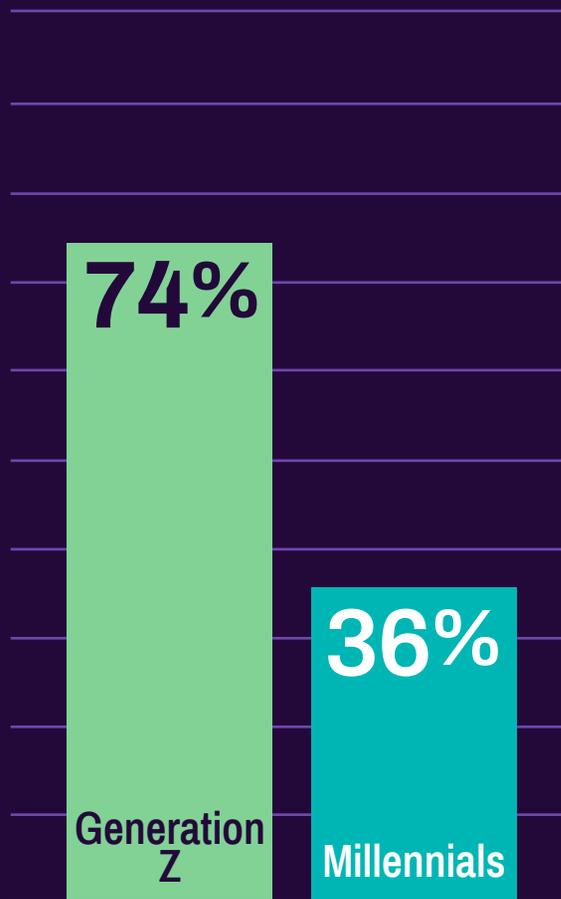
Allerdings nutzt die Generation Z seltener als andere Generationen das Telefon (33%) und Video-Chats (23%) und am ehesten als alle anderen die sozialen Medien (18%)



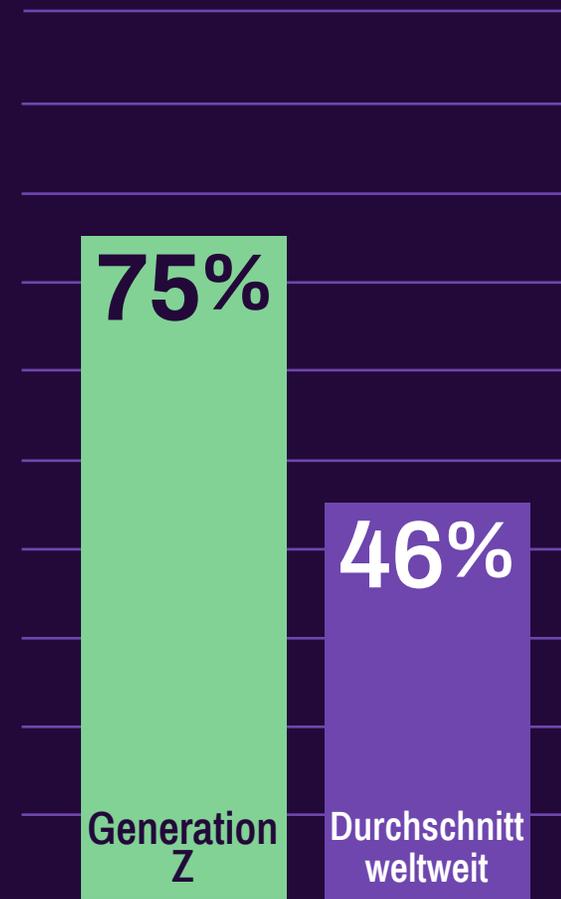
32%

der Jobsuchenden **der Generation Z** suchen Jobs am ehesten über ein mobiles Gerät oder eine App (im Gegensatz zum Durchschnitt – 22%)

Neueinstellungen gestalten sich schwierig



74% der Generation Z gab an, dass es 2021 schwieriger war Qualifikationslücken (Skill Gaps) zu füllen als 2020 – weitaus mehr als Millennials (36%)



Hingegen sagen 75% der Generation Z, dass Lücken im Lebenslauf jetzt mehr akzeptiert werden als früher (viel mehr als der globale Durchschnitt, der bei 46% liegt)

Werden die Recruiter:innen der Generation Z alles verändern?



Diese Tools nutzen Recruiter:innen aus der Generation Z, um Kandidat:innen anzusprechen:



Mut zur Lücke?

Skill Gaps:

92% der Recruiter:innen aus der Gen Z hatten im Jahr 2021 größere Schwierigkeiten, Qualifikationslücken zu füllen

Lücken in Lebenslauf:

82% der Gen Z Recruiter:innen in Deutschland sagen, dass Lücken im Lebenslauf jetzt stärker akzeptiert werden als früher

Wie Gen Z Recruiter:innen mit Kandidat:innen kommunizieren:

Das Telefon ist out



Die Gen Z ist die Generation, die am wenigsten zum Hörer greift:

Verglichen mit den Millennials (**53%**), greifen nur **21%** der Gen Z Recruiter:innen zum Telefon, um mit Kandidat:innen zu kommunizieren.

Dafür nutzt die Gen Z mit **22%** soziale Medien häufiger zur Rekrutierung als Millennials (**14%**).

Wie suchen Kandidat:innen der Gen Z nach Jobs?

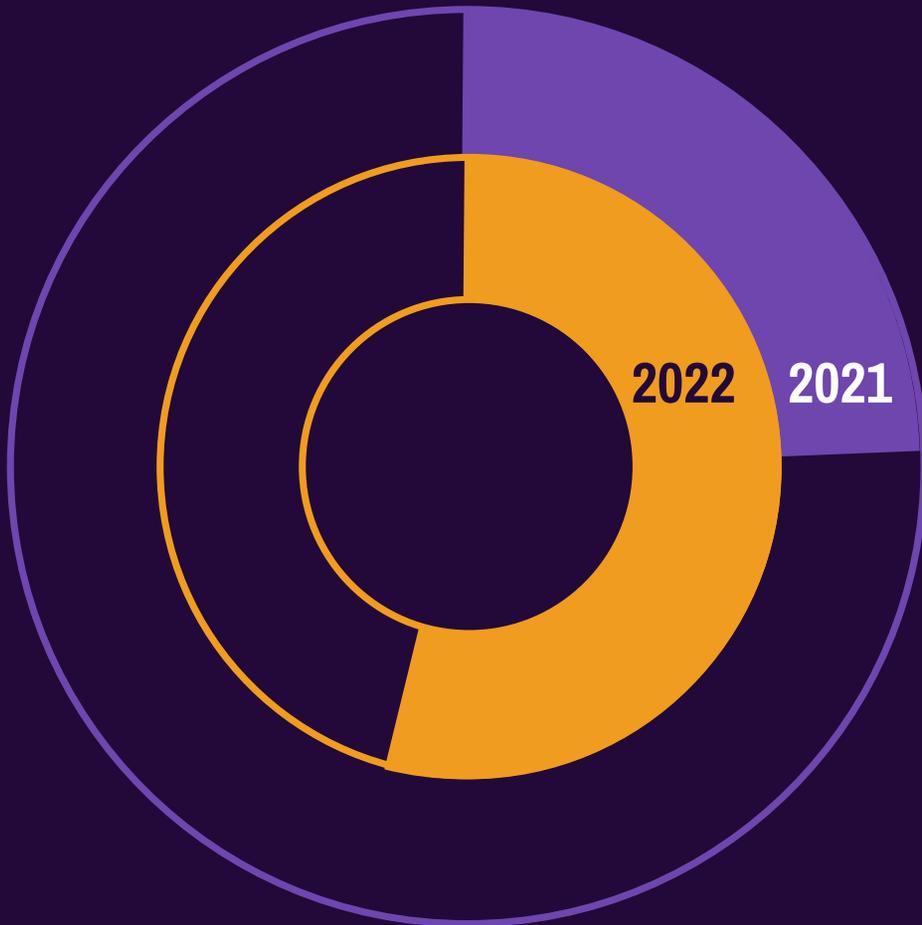
30% der Kandidat:innen aus der Gen Z suchen **zum größten Teil mobil** nach einem neuen Job.



65% der Recruiter:innen aus der Gen Z finden virtuelles Recruiting besser als persönliches



SO SIEHT ES FÜR KMU* AUS



Es wird besser

24%

der KMU gaben an, einen Einstellungsstopp zu erwarten

54%

der KMU sagten, sie werden Positionen ersetzen und neu besetzen



Was KMU für 2022 planen:

- 50% planen vorhandene Stellen neu zu besetzen
- 37% planen neue Stellen zu schaffen
- 13% planen einen Einstellungsstopp

* KMU = Kleine und mittelständische Unternehmen



Persönliche Kontakte

4 von 10 KMU

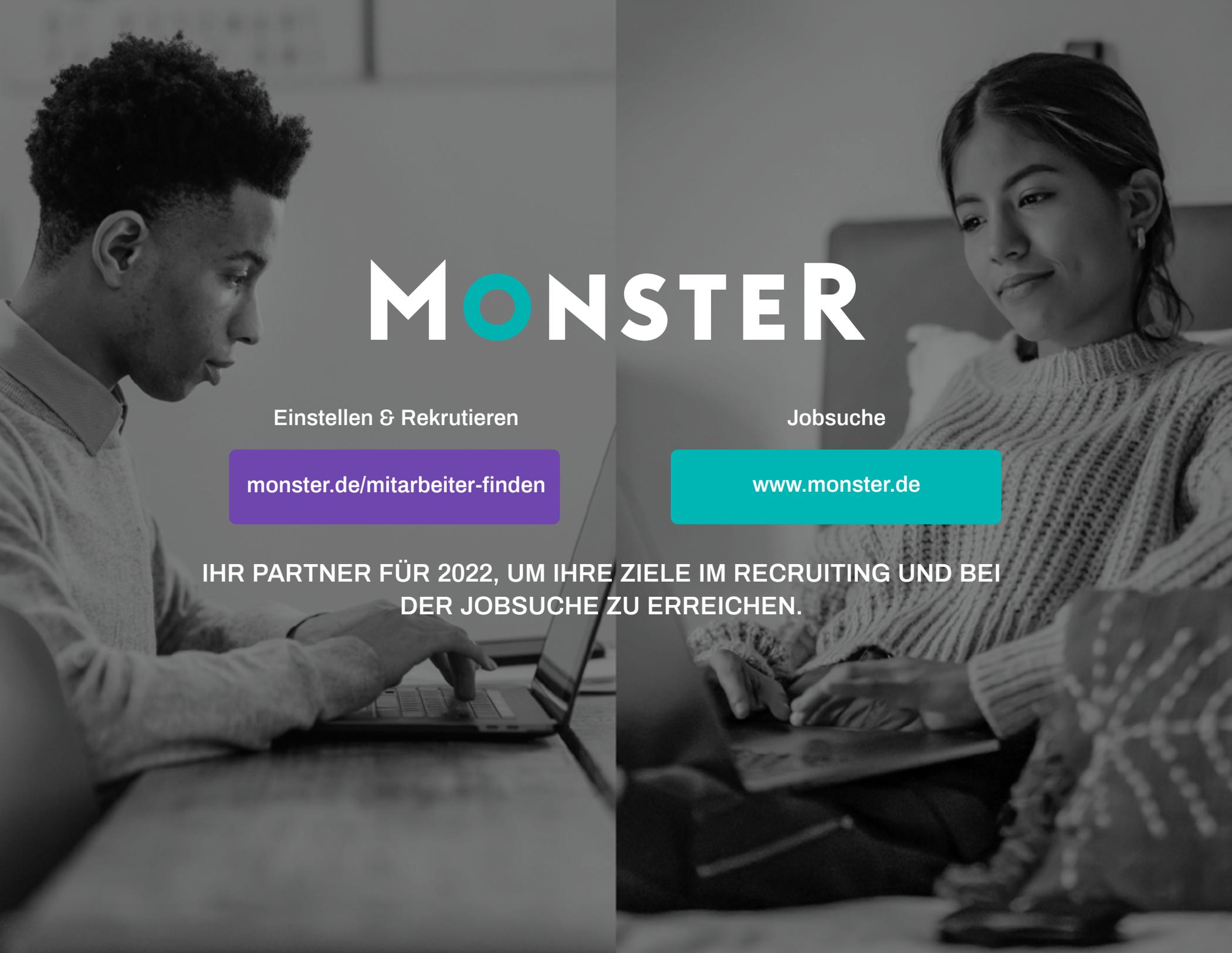
sagten, dass der effektivste Kanal, um qualifizierte Kandidat:innen zu finden, **persönliche Kontakte und Empfehlungen waren**

68% der KMU verwenden vor allem das Telefon, um mit Kandidat:innen zu sprechen (im Gegensatz zum Durchschnitt: 63%)

Die Einstellungspläne der KMU

35% der KMU gaben an, dass **erhöhte Löhne und Gehälter** dieses Jahr ihre wichtigste Änderung waren, um wettbewerbsfähig zu bleiben

35% sagten außerdem, dass sie gegenüber Kandidat:innen, **die keine passenden Kompetenzen vorweisen können**, offener seien und diese entsprechend schulen und trainieren.



MONSTER

Einstellen & Rekrutieren

monster.de/mitarbeiter-finden

Jobsuche

www.monster.de

IHR PARTNER FÜR 2022, UM IHRE ZIELE IM RECRUITING UND BEI
DER JOBSUCHE ZU ERREICHEN.