

Lünendonk®-Themendossier 2023

Digitalisierung in der Zeitarbeit

Status Quo • Strategien • Softwareanbieter

Eine Publikation der Lünendonk & Hossenfelder GmbH
in Zusammenarbeit mit



Inhaltsverzeichnis

VORWORT 3

WETTBEWERBSVORTEILE DURCH DIGITALE PROZESSE 4

QUO VADIS DIGITALISIERUNG? 9

DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE DER BRANCHE 14

ÜBERSICHT: ANBIETER UND LÖSUNGEN 20

ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK 25

DIGITALISIERUNG, AUTOMATISIERUNG UND KI LEICHT GEMACHT 29

DIE ÄRA PERSONALMARKETING UND RECRUITING 2.0 HAT BEGONNEN 32

WARUM KÜNSTLICHE INTELLIGENZ FÜR PERSONALDIENSTLEISTER SPANNEND IST 36

UNTERNEHMENSPROFIL 40

 talent360 40

 Talention. 41

 zvoove 42

 Lünendonk & Hossenfelder GmbH. 43



Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

die Digitalisierung der Personaldienstleistungsbranche schreitet voran – beschleunigt durch den Druck der Arbeitskräfteknappheit und Corona. Es gibt immer mehr Anbieter und Lösungen. In dem Dschungel der Möglichkeiten verlieren viele Zeitarbeitsunternehmen den Überblick. Vor allem, weil viele Unternehmen an unterschiedlichen Ausgangspunkten stehen. Einige haben schon erste Softwarelösungen eingeführt und planen nun weitere Schritte, die auf digitalen Prozessen aufbauen. Andere arbeiten noch mit Excel und Outlook und stehen vor der Herausforderung, ihre Prozesse und Daten zu transformieren.

Das Research- und Consultinghaus Lünendonk & Hossenfelder analysiert seit 1999 den Markt für Zeitarbeit. Insbesondere in den letzten Jahren hat sich in Sachen Digitalisierung der Branche viel getan. Oder wurde bisher nur geredet, wie zu Beginn jedes großen Hype-Themas?

Wir wollen es genau wissen und Ihnen mit diesem Themendossier den Stand der Digitalisierung in der Zeitarbeit aufzeigen, Digitalisierungsstrategien und erreichte Ziele in den Blick nehmen und die meistbekannten Softwarelösungen vorstellen. Dazu haben wir Zeitarbeitsunternehmen befragt, um Ihnen und dem Markt einen aktuellen Stand aus Perspektive der Personaldienstleister zu vermitteln.

Wir danken den 100 Zeitarbeitsunternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben. Ebenso danken wir den drei Studienpartnern, ohne die diese Analyse nicht möglich gewesen wäre: talent360, Talention und zvoove.

Ich wünsche Ihnen nun eine spannende Lektüre und freue mich auf einen anschließenden Austausch!

Freundliche Grüße



Lena Singer



Lena Singer

Consultant
Lünendonk & Hossenfelder GmbH





Wettbewerbsvorteile durch digitale Prozesse

Digitalisierung, moderne Technologien und künstliche Intelligenz sind die Themen, die derzeit sämtliche Märkte und Unternehmen bewegen. Steigende Produktivität und Wettbewerb machen die Digitalisierung von Unternehmensprozessen unumgänglich, um langfristig profitabel am Markt zu agieren. Der digitale Wandel macht auch vor den Personaldienstleistungen nicht halt: Personalvermittlungen und Zeitarbeitsfirmen, die sich nicht mit den Themen der digitalen Transformation auseinandersetzen, werden schnell abgehängt, denn der Markt moderner und fortschrittlicher Wettbewerber wächst stetig. Damit Personaldienstleister auch künftig effizient und nachhaltig Kundenkontakt aufbauen und pflegen sowie neue Bewerberinnen und Bewerber generieren, ist eine gewisse Prozessdigitalisierung unabdingbar.

Unternehmen setzen in Zeiten des Fachkräftemangels und großer Unsicherheit verstärkt auf die Zusammenarbeit mit Personaldienstleistungen, um Engpässe zu überbrücken und abzudecken. Personaldienstleistungen, die ihre HR-Aktivitäten durch den Einsatz moderner Software und einer fortschrittlichen IT-Infrastruktur optimieren und beschleunigen, profilieren sich im Wettbewerb häufig. Die Automatisierung und Digitalisierung von Geschäftsprozessen ermöglicht den Personaldienstleistungen wettbewerbskritische Effizienz- und Transparenzsteigerungen, die nicht nur Zeit und Kosten sparen, sondern auch die Attraktivität des Unternehmens als Lieferant und Arbeitgeber steigern. Software erleichtert durch digitalen Zugriff auf notwendige Dokumente und Prozesse den Austausch mit Kunden, internen und externen Mitarbeitenden sowie Kandidatinnen und Kandidaten. Auch der Recruiting-Prozess wird mithilfe digitaler Tools vereinfacht, skaliert und messbar

Digitale Prozesse steigern die Effizienz und Transparenz, sparen Zeit und Kosten und steigern die Attraktivität als Lieferant und Arbeitgeber.



Digitalisierung in der Zeitarbeit

gemacht. Deshalb sollten sich Zeitarbeitsunternehmen frühzeitig damit beschäftigen, um nicht den Anschluss zu verlieren.

Laut einer Studie von PwC geben bereits 2020 knapp 70 Prozent der Unternehmen an, die Digitalisierung ihres Geschäftsmodells vorantreiben zu wollen. Mehr als die Hälfte investiert in die Digitalisierung, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Wo beginnt man, die Abläufe umzustrukturieren und effizienter zu gestalten? Möglichkeiten gibt es viele: Bewerberdaten, Personalakte, Zeiterfassung, Urlaubsanträge, Dokumentenmanagement, Bewerbungsprozess, Lohnabrechnung und viele mehr. Die Auswahl eines geeigneten Providers und der entsprechenden HR-Software ist aufgrund des heterogenen Marktes nicht einfach. Zudem kommen täglich neue Lösungen auf den Markt. Allein in der DACH-Region sind es bereits über 400 – Tendenz steigend. Die Auswahl eines geeigneten Anbieters sowie geeigneten Softwarelösungen hängt dabei auch stark von der Digitalisierungsstrategie sowie dem Digitalisierungsgrad der Unternehmen ab.

HR-SOFTWARE IST NICHT GLEICH HR-SOFTWARE

Die Hersteller- und Anbieterlandschaft von HR-Software und deren angebotenen Leistungen ist sehr vielfältig. Die am Markt verfügbaren HR-Software lässt sich in zwei Kategorien einteilen: Es gibt Lösungen, die alle relevanten HR-Prozesse unterstützen und in großen Teilen branchenunabhängig für Personalabteilungen angeboten werden. Außerdem gibt es Lösungen, die die spezifischeren Anforderungen von Personaldienstleistern abdecken. Dort sind Tools zur schnellen Identifikation von Personalbedarf, Recruiting-Software sowie Tools für vertriebliche Prozesse zum effizienten Erfassen von Aufträgen und Disponieren des Personals essenziell. Es gibt aber auch Softwareanbieter, die Lösungen für beide Zielgruppen – Personaldienstleistungen und HR-Abteilungen – bereitstellen. Lünendonk konzentriert sich in diesem Themendossier auf Software für Personaldienstleister.

METHODIK UND ZIELSETZUNG DES THEMENDOSSIER

Lünendonk & Hossenfelder ist bekannt für seine Anbieterstudien, unter anderem zu Zeitarbeitsunternehmen in Deutschland. Die Lünendonk®-Studie und die dazugehörige Lünendonk®-Liste mit den führenden 25 Unternehmen werden jährlich seit 1999 veröffentlicht. Die Studie beschäftigt sich neben Kennzahlen und Entwicklungen insbesondere mit Themen und Trends. Ein Trend und Herausforderung zugleich ist die Digitalisierung. Deshalb beschäftigt sich Lünendonk 2023 erstmals tiefer mit Softwarelösungen für Zeitarbeitsunternehmen.



Im vorliegenden Themendossier "Digitalisierung im Markt für Zeitarbeit" beschäftigt sich Lünendonk mit dem aktuellen Stand der Digitalisierung in der Zeitarbeit, den derzeitigen Strategien sowie den Mehrwerten, die digitale Prozesse für die Zeitarbeit generieren. Darüber hinaus wird ein Überblick über den dynamischen HR-Softwaremarkt der Herstellerlandschaft sowie den angebotenen Leistungen gegeben. Ziel des Themendossiers ist es, Zeitarbeitsunternehmen Orientierung zu geben und neutral, fundiert und übersichtlich informieren.

Da die am Markt verfügbaren Softwarelösungen zum Teil All-in-One-Lösungen für Personaldienstleister darstellen, sich zum Teil aber auch auf einzelne Kernprozesse fokussieren, kategorisiert Lünendonk die Anbieter und Lösungen in folgende fünf Gruppen:

- Administration (z.B. Arbeitszeiterfassung, Entgeltabrechnung, digitale Personalakte, Disposition)
- Bewerbermanagement (z.B. DSGVO Prozess, Auswahlprozess, Stammdatenpflege, Interview)
- Personalmarketing (z.B. Candidate Journey, Analytics, Multiposting, Leadmanagement, SEO, Landingpages, Budgetmanagement, Jobsuche, Karriereseite, Bewerbungsformulare)
- Kundenmanagement/Vertrieb (z.B. Matching, Stammdatenpflege der Kunden, Profilaufbereitung, Profilversand)
- Kommunikation mit Bewerberinnen/Bewerbern, Kunden und externen Mitarbeitenden (Anbieter, die Kanäle im System integriert haben, z.B. E-Mail, Telefonie, Slack, WhatsApp, SMS)

Um die Verbreitung und Nutzung der unterschiedlichen Lösungen zu betrachten, hat Lünendonk im August und Anfang September 2023 Zeitarbeitsunternehmen im Rahmen einer anonymen Online-Umfrage um Auskunft gebeten. Inhalt waren 15 thematische Fragen sowie vier statistische Fragen. Die ausgefüllten Datensätze wurden auf Qualität geprüft und behutsam bereinigt. Dabei wurden beispielsweise Fälle entfernt, die ausschließlich eine Frage beantwortet haben oder ein offensichtliches Muster aufweisen. Nach dieser Qualitätsprüfung blieben 50 Fälle übrig, die die Umfrage bis zum Ende ausgefüllt haben. 50 weitere wurden dennoch in die Ergebnisse mit aufgenommen, da sie einen Teil der Fragen beantwortet haben.

Die Umfrage sowie die Redaktion liegen in den Händen von Lünendonk. Die Partnerunternehmen wirkten am Fragebogen mit und geben im hinteren Teil der Studie Einblicke in die Praxis.

Unterteilung in
5 Kategorien

Untersuchungszeitraum
August und September



Digitalisierung in der Zeitarbeit

40 PROZENT DER ANTWORTENDEN UNTERNEHMEN ERWIRTSCHAFTEN EINEN UMSATZ ÜBER 50 MILLIONEN EURO

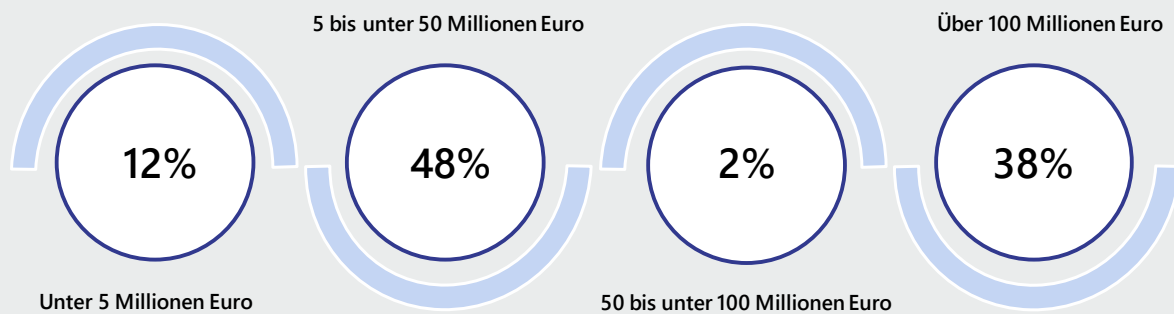


Abb. 1: Frage: Wie viel Umsatz erwirtschaftet Ihr Unternehmen jährlich?; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 50

20 PROZENT DER ANTWORTENDEN UNTERNEHMEN VERZEICHNEN EIN WACHSTUM VON ÜBER 20 PROZENT IM VERGANGENEN GESCHÄFTSJAHR

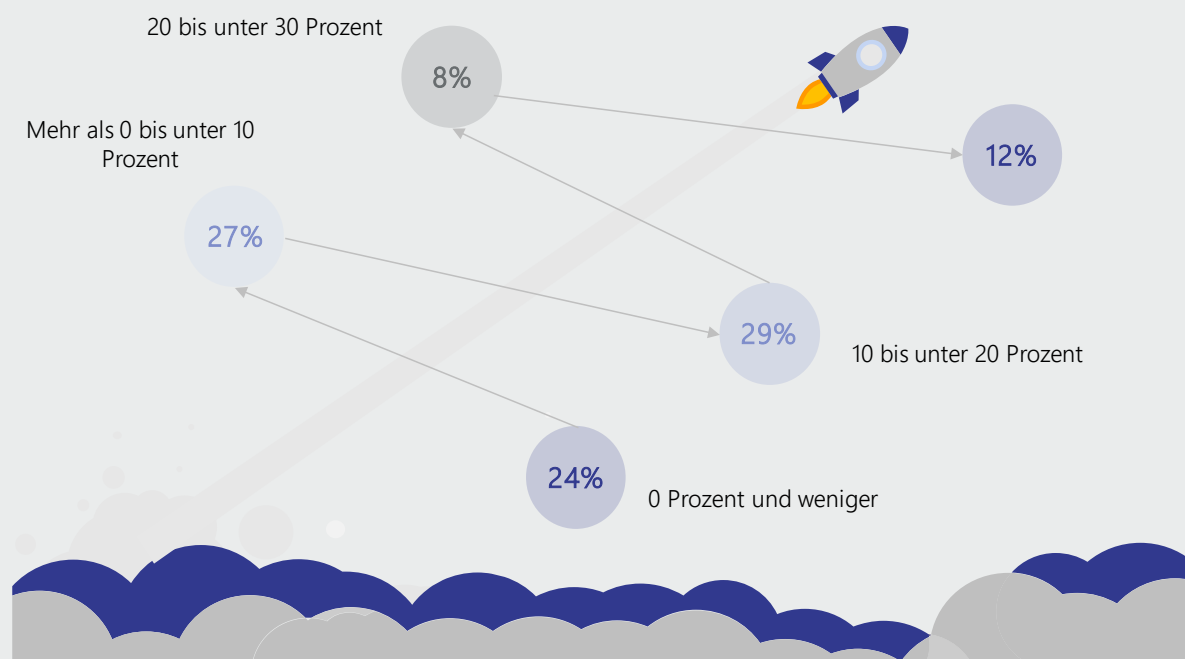


Abb. 2: Frage: Wie ist Ihr Unternehmen im letzten Geschäftsjahr gewachsen?; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 49

ANALYSIERTE UNTERNEHMEN

In die vorliegende Studie wurden 100 in Deutschland aktive Zeitarbeitsunternehmen einbezogen. Am Ende der anonymen Online-Befragung wurden die teilnehmenden Unternehmen um statistische Angaben gebeten. Dazu machte die Hälfte Angaben. 12 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen sind kleinen Unternehmen mit weniger als 5 Millionen Euro Umsatz zuzuordnen. Knapp die Hälfte sind mittelständische Unternehmen zwischen 5 und 50 Millionen Euro Umsatz. 40 Prozent erwirtschaften Umsätze von über 50 Millionen Euro. Da die Daten anonym erhoben wurden und die Angabe des Unternehmens freiwillig war, lassen sich nur einzelne Datensätze Unternehmen zuordnen. Anhand der erhaltenen Angaben haben sich jedoch mindestens 14 Unternehmen der Lünendonk®-Liste führender Zeitarbeitsunternehmen beteiligt.

Um Sonderanalysen zu besonders erfolgreichen Unternehmen zu erstellen, wurde außerdem die Umsatzentwicklung 2022 abgefragt. Lünendonk kann die angegebenen Entwicklungen aufgrund der anonym durchgeführten Befragung jedoch nicht verifizieren.



Quo vadis Digitalisierung?

STAND DER DIGITALISIERUNG

Einige Zeitarbeitsunternehmen, darunter vor allem kleinere, verwalten ihre Bewerberinnen und Bewerber sowie Wiedervorlagen mit Outlook und Excel statt mit spezieller Software. Ab einer gewissen Datenmenge wird das allerdings schnell unübersichtlich und ineffizient. Suchen und Analysen sind nur begrenzt möglich, denn Verknüpfungen oder übergreifende Querverweise auf andere Tabellen oder Systeme sind nicht möglich. Ein weiterer Nachteil ist die gefährdete Datenkonsistenz: Sobald mehr als eine Person mit einer Excel-Tabelle arbeitet, sind strenge Absprachen nötig, um die Konsistenz der Bewerber-Daten durch mehrfache Speicheroperationen nicht zu gefährden. Arbeiten im Filialbetrieb über mehrere Standorte hinweg ist fast unmöglich.

Im Rahmen dieses Themendossiers wird Standard-Software, wie MS Office oder ein Dokumentenmanagement-System, nicht als Digitalisierungslösung betrachtet. Die Autoren sehen dies als Standard. Demzufolge ist die erste Stufe der Digitalisierung die Nutzung einer etablierten Software, die speziell für Personaldienstleister und deren Kernprozesse konzipiert ist. Ein Beispiel hierfür ist ein Bewerbermanagementsystem. Darauf aufbauend gibt es eine weitere Digitalisierungsstufe, bei der die Tools auf bereits digitalen Prozessen und Daten aufbauen (Stufe 2). Lünendonk ordnet den Unternehmen Digitalisierungsstufen anhand deren Selbstauskünfte zu. Die in den Unternehmen verwendete Software wird der Zuordnung nicht zugrunde gelegt.

Unterschiedliche
Digitalisierungsstufen



Ebenso wichtig – insbesondere bei größeren Unternehmen und Gruppen – sind eigenentwickelte Systeme. Sie können je nach Funktion in der Stufe 1 oder der Stufe 2 zugeordnet werden. Manche Unternehmen arbeiten ausschließlich mit Eigenentwicklungen.

80 PROZENT DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN ARBEITEN MIT ETABLIERTEN SOFTWARELÖSUNGEN FÜR PERSONALDIENSTLEISTER

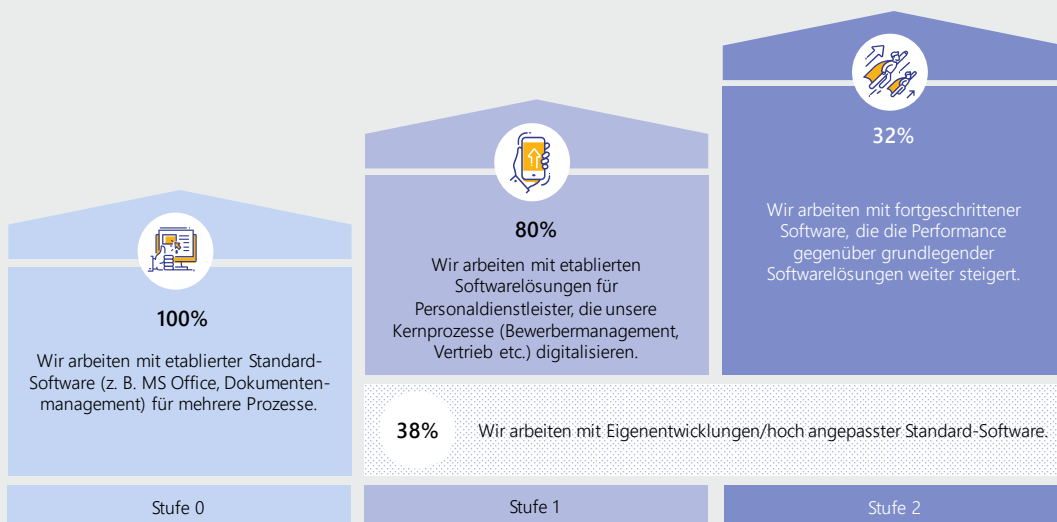


Abb. 3: Frage: Wie würden Sie den Digitalisierungsgrad Ihres Unternehmens beschreiben?; Mehrfachantwort; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 100

Alle befragten Zeitarbeitsunternehmen verwenden etablierte Standard-Software, wie beispielsweise MS Office. 3 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen verwenden ausschließlich solch etablierte Standard-Software. Die Autoren haben diesen Unternehmen entsprechend der Definition der Digitalisierungsstufe 0 zugeordnet.

80 Prozent der Unternehmen verwenden etablierte Softwarelösungen für Personaldienstleister und zählen damit in die Digitalisierungsstufe 1. 32 Prozent wurden der Digitalisierungsstufe 2 zugeordnet, da sie mit fortgeschrittener Software arbeiten. Darüber hinaus geben 38 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen an, Eigenentwickelte Systeme zu nutzen. 13 Prozent davon nutzen auch eingekaufte Tools der Digitalisierungsstufe 1, 9 Prozent eingekaufte Lösungen der Stufe 2. 17 Prozent arbeiten ausschließlich mit Eigenentwicklungen.

Lünendonk hat die Zeitarbeitsunternehmen um eine Einschätzung zum Stand der Digitalisierung gebeten. Die Unternehmen konnten sowohl ihr Unternehmen als auch die gesamte Zeitarbeitsbranche auf einer Skala von 1 (nicht sehr fortgeschritten) bis 5 (extrem



DIE GESAMTE ZEITARBEITSBRANCHE WIRD ALS DURCHSCHNITTlich FORTGESCHRITTEN EINGESCHÄTZT

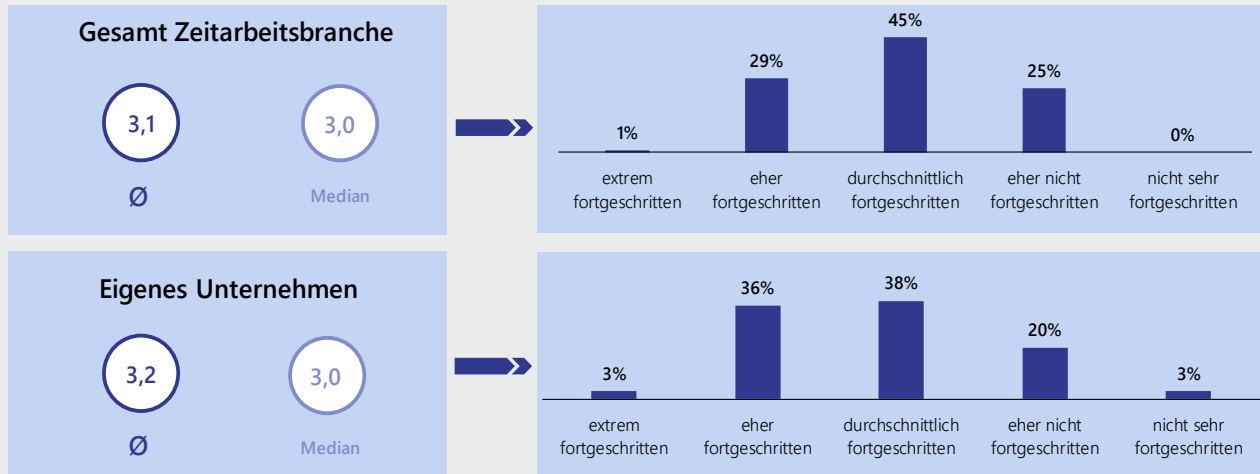


Abb. 4: Frage: Wie schätzen Sie den Stand der Digitalisierung von Prozessen in Ihrem Unternehmen gegenüber der gesamten Zeitarbeitsbranche ein?; Bewertung auf einer Skala von 1 = „Nicht sehr fortgeschritten“ bis 5 = „Extrem fortgeschritten“; alle Teilnehmer; Mittelwerte, Mediane und Häufigkeitsverteilung; n = 100

fortgeschritten) einordnen. Im Durchschnitt schätzen die Unternehmen die Branche auf 3,1. Das entspricht einer durchschnittlich fortgeschrittenen Digitalisierung. Das eigene Unternehmen wird im Mittel nur minimal fortgeschrittener bewertet (3,2).

INGESETZTE SOFTWARE

Mehr als 50 Unternehmen gaben an, welche Softwarelösungen in ihrem Unternehmen im Einsatz sind. Die Angaben erfolgen getrennt nach den vorab definierten fünf Kategorien Administration, Bewerbermanagement, Personalmarketing, Kundenmanagement/Vertrieb und Kommunikation. Die Einordnung der Anbieter und Lösungen in die Kategorien basiert auf Einschätzungen der antwortenden Zeitarbeitsunternehmen und sind somit als Fremdbild zu verstehen.

Im Bereich Administration gehört zvoove mit Abstand zu den am häufigsten verwendeten Softwarelösungen. Eigenentwicklungen und SAP werden auch vielfach genutzt. Zu den sehr häufig verwendeten Bewerbermanagement-Systemen zählen zvoove, Compleet und Eigenentwicklungen. HR4You und Talention kommen auch vermehrt zum Einsatz. Compleet und zvoove führen die Liste im Bereich Personalmarketing an, gefolgt von XING, Talention und eigenentwickelten Lösungen. zvoove zählt auch bei den Vertriebslösungen zu den sehr häufig verwendeten Tools. Außerdem sind Compleet, Eigenentwicklungen, Salesforce und Index vermehrt im Einsatz. Im Bereich Kommunikation gehört der Messenger WhatsApp zu den am häufigsten genutzten Tools, gefolgt von E-Mail, zvoove, Telefon, PitchYou und MS Office.

Gruppierung entspricht dem Fremdbild der antwortenden Personen



UMGESETZTE PROJEKTE UND DEREN MEHRWERT

Dass die Digitalisierung der Zeitarbeitsbranche in den letzten Jahren fortgeschritten ist, bestätigt sich auch an anderen Stellen der Befragung. Nur 6 Prozent der befragten Unternehmen geben an, in den letzten fünf Jahren keine Prozesse digitalisiert zu haben. Demnach haben 94 Prozent Investitionen in Digitalisierung getätigt. Die Corona-Pandemie dürfte als starker Treiber der Entwicklung gelten.

Dabei wurden insbesondere die Prozesse im Bewerbermanagement digitalisiert. 82 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen haben in den letzten fünf Jahren Prozesse im Bewerbermanagement transformiert. In diesem Bereich ist eine gewisse Marktreife zu spüren. Am zweitstärksten digitalisierten die Unternehmen administrative Prozesse (67 %). 59 Prozent investierten in Lösungen, um die Kommunikation mit Bewerberinnen/ Bewerber, Kunden und externen Mitarbeitenden zu verbessern. Die Digitalisierung des Personalmarketings stand bei knapp der Hälfte auf der Agenda, während im Kundenmanagement 43 Prozent tätig wurden.

94 Prozent

haben in den vergangenen fünf Jahren Investitionen in Digitalisierung getätigt.

82 PROZENT DER ANTWORTENDEN UNTERNEHMEN HABEN IN DEN LETZTEN FÜNF JAHREN IM BEREICH BEWERBERMANAGEMENT DIGITALISIERT



Abb. 5: Frage: In welchen Bereichen hat Ihr Unternehmen in den letzten fünf Jahren die Prozesse digitalisiert?; Mehrfachantwort; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 51

KNAPP 80 PROZENT DER ANTWORTENDEN UNTERNEHMEN HABEN DURCH DIE IMPLEMENTIERTEN LÖSUNGEN PROZESSOPTIMIERUNGEN ERREICHT

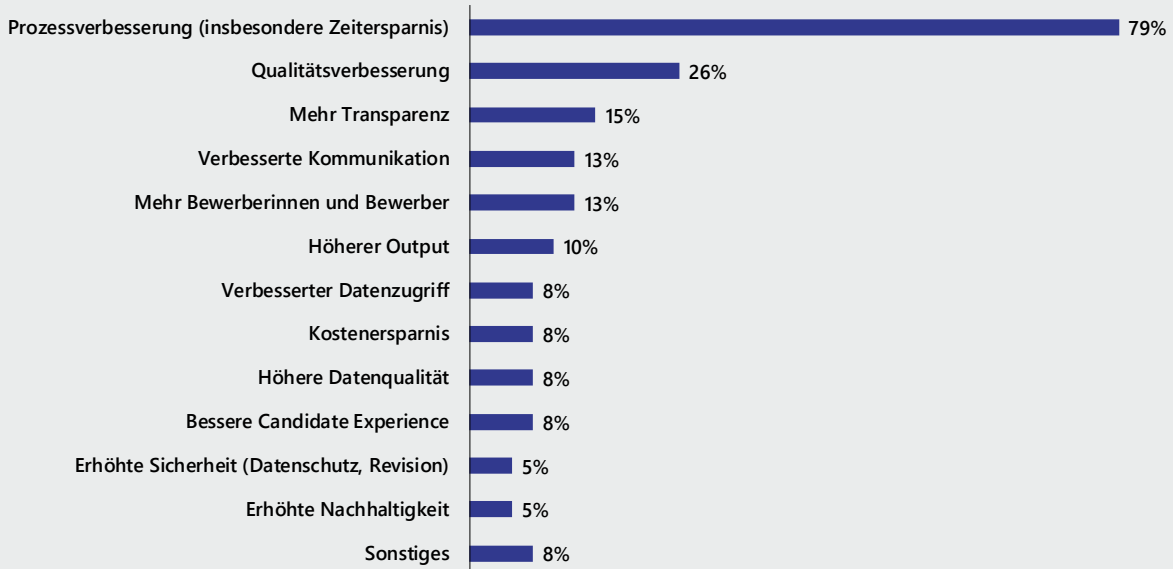


Abb. 6: Frage: Welche Ziele haben Sie mit den implementierten Lösungen erreicht?; Mehrfachantwort; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 39

Knapp 80 Prozent der antwortenden Unternehmen haben durch die bereits implementierten Lösungen Prozessoptimierungen erreicht. Hervorzuheben ist hier im Besonderen die Zeitersparnis. Jedes vierte Unternehmen berichtet darüber hinaus von Qualitätsverbesserungen.

Mehr Transparenz (15 %), verbesserte Kommunikation (13 %), eine höhere Anzahl von Bewerberinnen und Bewerbern (13 %) und ein insgesamt höherer Output (10 %) sind außerdem Ziele, die häufiger erreicht wurden.

FAZIT

Die Digitalisierung von Zeitarbeitsunternehmen ist bereits fortgeschritten. Die Unternehmen schätzen den Digitalisierungsgrad ihrer Branche als durchschnittlich ein. Ein Großteil der Dienstleister setzt bereits spezielle Branchenlösungen ein. Nahezu alle Zeitarbeitsunternehmen haben in den letzten Jahren Prozesse digitalisiert - insbesondere im Bewerbermanagement und der Administration. Die wohl größte Auswirkung der Digitalisierung ist eine Verbesserung der Prozesse, die sich insbesondere in einer beschleunigten Bearbeitung zeigt. Auch das wohl wichtigste Ziel - die Gewinnung von mehr Kandidatinnen und Kandidaten - wurde durch die bisherige Digitalisierung der Prozesse erreicht.





Digitalisierungsstrategie der Branche

Zeitarbeitsunternehmen entwickeln Digitalisierungsstrategien, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren und wettbewerbsfähig zu bleiben. Digitalisierung verfolgt jedoch keinen Selbstzweck. Sie ermöglicht oder optimiert Prozesse der Datenanalyse, Kommunikation, Verwaltung, Vertrieb und Rekrutierung. Deshalb ist es im ersten Schritt wichtig, vorhandenes Wissen zu zentralisieren und den analogen Prozess genau zu betrachten. Gibt es potenzielle Verbesserungen am Prozess? Ein schlechter Prozess bleibt auch digitalisiert ein schlechter Prozess.

Digitalisierung verfolgt
keinen Selbstzweck

Die Auswahl des richtigen Tools hängt klar an den Zielen des Unternehmens. Soll beispielsweise allein die Anzahl der eingehenden Bewerbungen erhöht werden, ist die Implementierung einer All-in-One-Lösung nicht nötig.

Welche Hauptziele verfolgen die Zeitarbeitsunternehmen mit der Digitalisierung ihrer Unternehmensprozesse? Priorität hat das Kerngeschäft: Die Gewinnung von Kandidatinnen und Kandidaten. 59 Prozent der Unternehmen setzen auf digitale Tools, um mehr Bewerberinnen und Bewerber zu generieren. Knapp dahinter folgt das Ziel, die Kosten zu senken beziehungsweise die Produktivität zu erhöhen (55 %). Während an erster Stelle die Quantität der Bewerbungen steht, folgt an dritter Stelle die Qualität. 47 Prozent wollen mithilfe digitaler Prozesse bessere Kandidatinnen und Kandidaten gewinnen, die erfolgreich vermittelt werden. Knapp ein Drittel hat zum Ziel, die Durchlaufzeiten bei der Besetzung zu verkürzen, darunter vor allem kleinere Unternehmen mit weniger als 100 internen Mitarbeitenden.

”

MEHR ALS DIE HÄLFTE DER UNTERNEHMEN MÖCHTEN GRÖßERE ERFOLGE IM RECRUITING SOWIE OPTIMIERUNGEN DER PRODUKTIVITÄT UND KOSTEN ERZIELEN



Abb. 7: Frage: Welche drei Hauptziele verfolgen Sie mit der Digitalisierung Ihrer Unternehmensprozesse?; Mehrfachantwort; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 51

Rund ein Viertel erhoffen sich mit zunehmender Digitalisierung mehr Aufträge zu gewinnen. Der Wert liegt bei großen Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten etwas höher (36 %). Weniger Fehler und eine bessere Kommunikation mit Kandidatinnen und Kandidaten sowie Kunden erhoffen sich 22 beziehungsweise 20 Prozent. Insbesondere große Unternehmen scheinen in Sachen Kommunikation Verbesserungspotenzial zu haben. 45 Prozent der Unternehmen mit mehr als 500 internen Mitarbeitenden verfolgt dieses Ziel. Transparenz und Nachvollziehbarkeit (14 %), kürzere Durchlaufzeiten in der Verwaltung (14 %) sowie Rechtssicherheit (12 %) spielen eine untergeordnete Rolle.

HERAUSFORDERUNGEN

Was sind die größten Herausforderungen bei der Implementierung digitaler Technologien?

Um dies zu erfahren, hat Lünendonk eine Liste mit Herausforderungen zur Auswahl gestellt. Außerdem konnten die Unternehmen weitere Antworten angeben. 61 Prozent geben als größte Herausforderung komplexe Schnittstellen zu anderen Systemen an. Schnittstellen sind bei digitalen Tools von entscheidender Bedeutung, um die Benutzerfreundlichkeit, Effizienz, Integration, Skalierbarkeit, Sicherheit und Anpassbarkeit zu verbessern. Schnittstellen ermöglichen den unterschiedlichen Tools, miteinander zu kommunizieren und Daten auszutauschen und nehmen damit eine wichtige Rolle ein. Außerdem eine Herausforderung: Das Paradox der Wahl. Die übermäßige Anzahl von Anbietern und Lösungen führt häufig zu Stress, Verwirrung und Frustration. Im Dschungel der zahlreichen Softwareanbieter die passende Lösung zu finden, stellt 43 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen vor eine große Herausforderung. Damit in Verbindung steht häufig die Herangehensweise der Unternehmen: Viele entwickeln ihren Wunschprozess vorab



Digitalisierung in der Zeitarbeit

ÜBER 60 PROZENT DER ANTWORTENDEN UNTERNEHMEN SEHEN KOMPLEXE SCHNITTSTELLEN ALS GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG BEI DER IMPLEMENTIERUNG

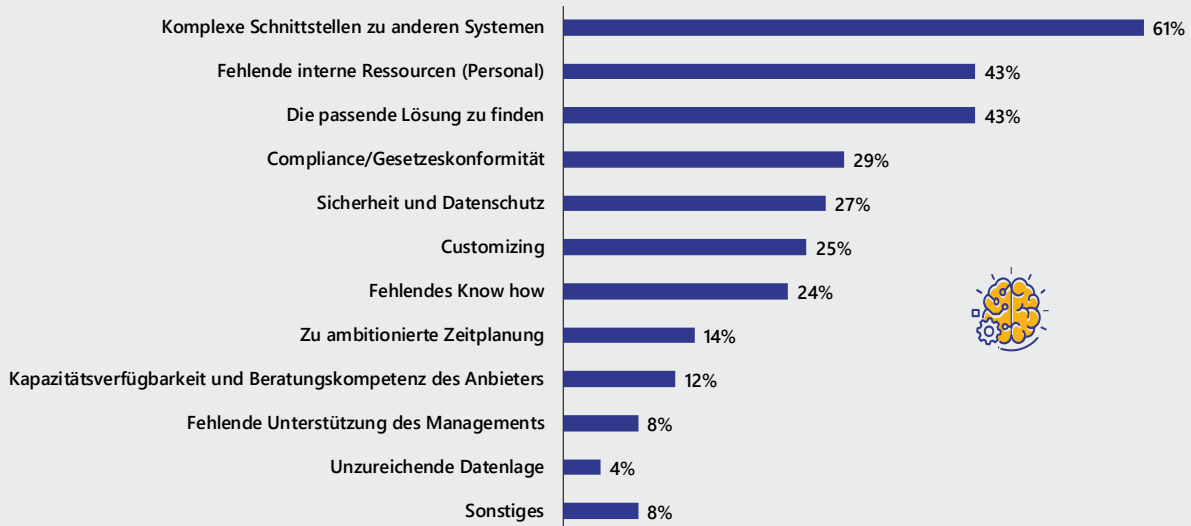


Abb. 8: Frage: Was sind Ihre größten Herausforderungen bei der Implementierung digitaler Technologien?; Mehrfachantwort; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 51

ganz genau und suchen dann erst nach dem dafür passenden Tool. Der bessere Ansatz ist offen zu sein und nicht das System in einen vorhandenen Prozess zu zwingen. Ebenso viele berichten von fehlendem internem Personal, das die Technologien einführt. Wichtig ist an dieser Stelle, die Mitarbeitenden bei der Transformation mitzunehmen. Das klare Aufzeigen von direkten Mehrwerten für die einzelnen Personen, beispielsweise Zeitersparnisse, sind die besten Argumente für mehr Akzeptanz.

INFORMATIONSQUELLEN

Die große Anzahl an Softwareanbietern erschwert vielen Zeitarbeitsunternehmen die Identifikation der passendsten Lösung. Umso wichtiger ist die Bereitstellung von Informationen. Die wichtigste Plattform dafür sind die anbietereigenen Webseiten. 72 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen nutzen die Webseiten als Informationsquelle über neue Technologien. An zweiter Stelle stehen persönliche Netzwerke (60 %). 54 Prozent nutzen Social Media Plattformen, wie XING und LinkedIn. Messen und Veranstaltungen, wie beispielsweise die StaffingPRO oder Zukunft Personal nutzen 48 Prozent.

BUDGETS UND GEPLANTE INVESTITIONEN

Drei von vier Zeitarbeitsunternehmen planen die Budgets für Digitalisierung für 2024 im Vergleich zum Vorjahr zu erhöhen. 28 Prozent berichten sogar von einer Steigerung um mehr als 15 Prozent, darunter insbesondere Unternehmen mit 51 bis 100 Mitarbeitenden (57 %) und große Unternehmen (45 %). Auch besonders stark gewachsene Unternehmen investieren stärker. 23 Prozent erwarten stagnierende Budgets und nur 2 Prozent leicht sinkende.



Digitalisierung in der Zeitarbeit

38 PROZENT DER ANTWORTENDEN UNTERNEHMEN BERICHTEN VON EINER STEIGERUNG DER BUDGETS FÜR DIGITALISIERUNG VON MEHR ALS 10 PROZENT

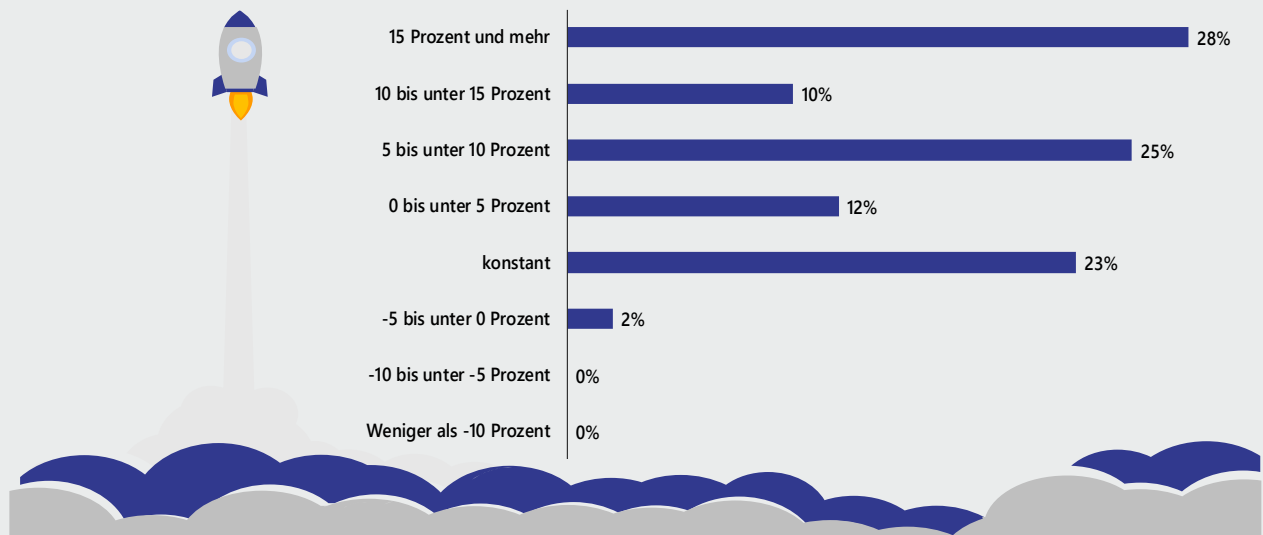


Abb. 9: Frage: Wie werden sich die Budgets in Ihrem Unternehmen für Digitalisierung in 2024 gegenüber 2023 entwickeln?; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 40

KNAPP DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN PLANT IM KOMMENDEN JAHR IM BEREICH BEWERBERMANAGEMENT IN TECHNOLOGIE ZU INVESTIEREN

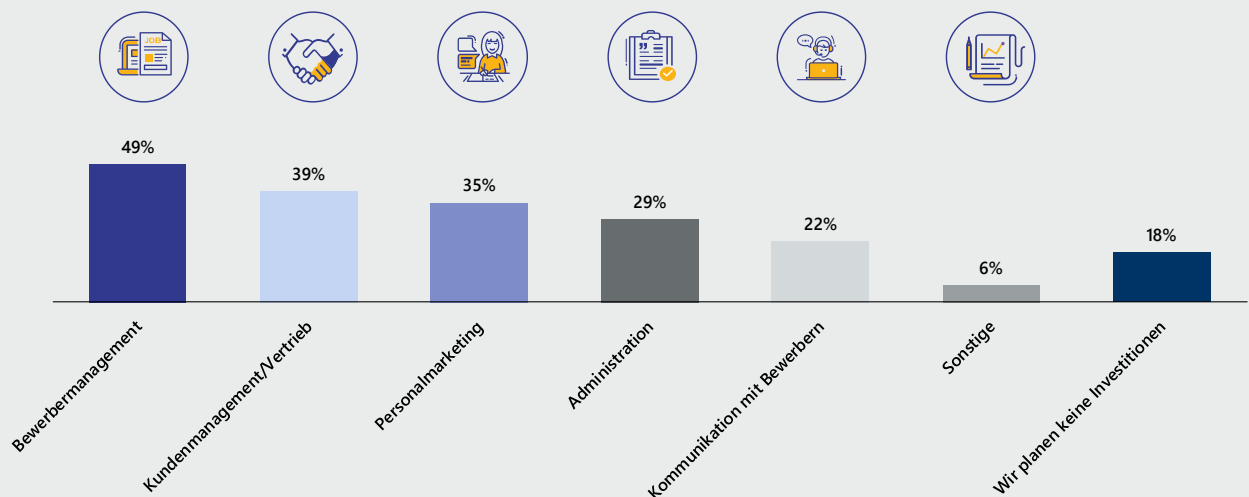


Abb. 10: Frage: In welchen Bereichen plant Ihr Unternehmen im Jahr 2024 in Technologie zu investieren?; Mehrfachantwort; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; n = 51

Innerhalb der letzten fünf Jahre haben Zeitarbeitsunternehmen insbesondere ihre Prozesse im Bewerbermanagement digitalisiert. Und auch für 2024 planen 49 Prozent der Unternehmen weiter in diesen Bereich zu investieren. 39 Prozent haben Technologiebudgets für das Kundenmanagement und den Vertrieb eingeplant,

”

Digitalisierung in der Zeitarbeit

während 35 Prozent das Personalmarketing digitalisieren werden. Administrative Prozesse wurden in den letzten fünf Jahren bereits stark digitalisiert. 2024 planen nur noch 29 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen weitere Investitionen in die Digitalisierung ihrer Verwaltungsprozesse.

Die Relevanz von Digitalisierung in der Zeitarbeit zeigt ein Ergebnis ganz besonders: Nur 18 Prozent planen in 2024 keine Investitionen in Digitalisierung. Das ist vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation noch stärker hervorzuheben.

KNAPP DREI VIERTEL DER GROSSEN UNTERNEHMEN PLANEN 2024 IN DIE BEREICHE VERTRIEB UND BEWERBERMANAGEMENT ZU INVESTIEREN

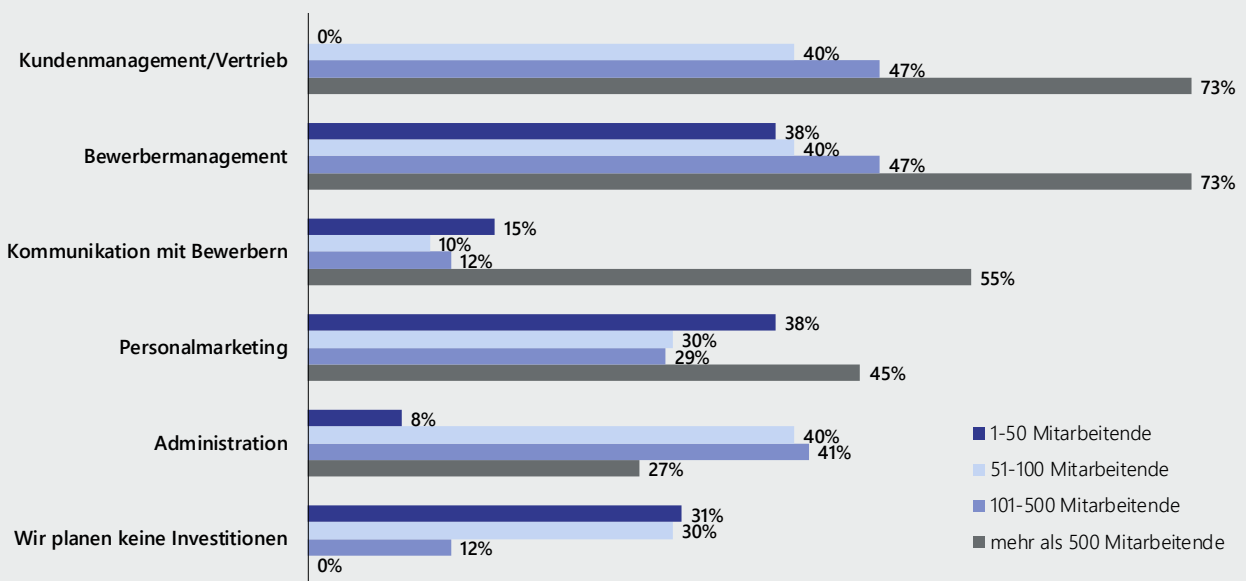


Abb. 11: Frage: In welchen Bereichen plant Ihr Unternehmen im Jahr 2024 in Technologie zu investieren?; Mehrfachantwort; Auswertungsgruppe nach Mitarbeiterzahl; Häufigkeitsverteilung; n = 51

Kleine Unternehmen (1-50 Mitarbeitende)

Die Detaillierungsergebnisse nach Unternehmensgröße geben weitere Aufschlüsse über die Strategie. So sind es eher kleine Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitenden, die keine Investitionen planen. In der Gruppe mit weniger als 50 Beschäftigten liegt der Anteil bei 31 Prozent. Wenn diese kleinen Unternehmen in Digitalisierung 2024 investieren, dann insbesondere in Bewerbermanagement und Personalmarketing (je 38 %).



Kleinere Unternehmen (51-100 Mitarbeitende)

30 Prozent der Zeitarbeitsunternehmen mit 51 bis 100 Mitarbeitenden planen im Jahr 2024 keine Digitalisierungsmaßnahmen. Die übrigen 70 Prozent dieser Gruppe planen dafür Investitionen in mehreren Bereichen: Administration (40 %), Kundenmanagement (40 %), Bewerbermanagement (40 %) und Personalmarketing (30 %) sind die wichtigsten.

Mittelgroße Unternehmen (101-500 Mitarbeitende)

Mittelgroße Zeitarbeitsunternehmen unterscheiden sich nicht sehr stark von den kleineren Unternehmen. Während 12 Prozent keine Investitionen beabsichtigen, sind die übrigen in vielen Prozessen aktiv. 47 Prozent investieren in das Kundenmanagement sowie in das Bewerbermanagement. Administrative Prozesse werden von 41 Prozent digitalisiert.

Große Unternehmen (mehr als 500 Mitarbeitende)

Große Unternehmen tun sich allein aufgrund ihrer Unternehmensgröße leichter mit Investitionen. Außerdem spielt Digitalisierung aufgrund ihrer Größe eine noch wichtigere Rolle: Kommunikation und Administration ist ohne digitale Unterstützung oft nicht handelbar. 2024 planen 73 Prozent der Unternehmen mit mehr als 500 internen Mitarbeitenden Investitionen in Kunden- und Bewerbermanagement. Im Vergleich zu den anderen Gruppen, nimmt Kommunikation eine bedeutendere Rolle ein. 55 Prozent der großen Unternehmen wollen hier tätig werden; bei den kleineren Unternehmen liegt der Wert zwischen 10 und 15 Prozent. Im Personalmarketing planen 45 Prozent und in der Administration 27 Prozent Technologien zu erwerben.

FAZIT

Zeitarbeitsunternehmen erhoffen sich durch digitale Prozesse größere Erfolge im Recruiting sowie eine erhöhte Produktivität und weniger Kosten. Dafür werden die Digitalisierungsbudgets in 2024 von einem Großteil der Unternehmen erhöht - trotz wirtschaftlicher Schwierigkeiten. Digitalisierung hat folglich strategische Relevanz für die Personaldienstleister und gibt in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten Rückenwind durch gestiegene Produktivität. Das ist eine Chance für die Softwareanbieter. Sie sollten dabei auf die individuellen Herausforderungen der Kundenunternehmen eingehen, ausreichend verständliches Informations- und Schulungsmaterial anbieten sowie entsprechende Lösungen und Unterstützung anbieten.





Übersicht: Anbieter und Lösungen

Um die Softwareanbieter und -lösungen kategorisieren zu können, hat Lünendonk die befragten Zeitarbeitsunternehmen gebeten, ihnen bekannte Anbieter in den folgenden Kategorien zu nennen:

- Administration (z.B. Arbeitszeiterfassung, Entgeltabrechnung, digitale Personalakte, Disposition)
- Bewerbermanagement (z.B. DSGVO Prozess, Auswahlprozess, Stammdatenpflege, Interview)
- Personalmarketing (z.B. Candidate Journey, Analytics, Multiposting, Leadmanagement, SEO, Landingpages, Budgetmanagement, Jobsuche, Karriereseite, Bewerbungsformulare)
- Kundenmanagement/Vertrieb (z.B. Matching, Stammdatenpflege der Kunden, Profilaufbereitung, Profilversand)
- Kommunikation mit Bewerberinnen/Bewerbern, Kunden und externen Mitarbeitenden (Anbieter, die Kanäle im System integriert haben, z.B. E-Mail, Telefonie, Slack, WhatsApp, SMS)

Es folgt eine alphabetische Liste aller Softwareanbieter, die den Befragten laut Selbstausskunft in den Kategorien bekannt sind. Einzelnennungen wurden dabei nicht berücksichtigt.



ÜBERSICHT: ANBIETER UND LÖSUNGEN

Digitalisierung in der Zeitarbeit

Anbieter	Kategorien	Spezielle Branchenlösung	Kurzbeschreibung
Addison (Wolters Kluwer)	Administration		Wolters Kluwer ist ein weltweiter Anbieter von Fachinformationen, Software und Services für Juristen, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, Klinik- und Pflegepersonal sowie für die Bereiche Finanzen, Auditing, Regulatorisches und Compliance.
AGIL	Administration	•	Mit AGIL Zeit können alle Geschäftsprozesse im Bereich Arbeitnehmerüberlassung und Zeitarbeit abgebildet werden. Beispiele sind Adressen-, Personal- und Auftragsverwaltung sowie Zeiterfassung und Rechnungswesen.
Atoss	Administration		Die Atoss Software AG ist ein börsennotierter Anbieter von Technologie- und Beratungslösungen für Workforce Management. Die Software integriert die Funktionen Zeitwirtschaft, Personaleinsatzplanung, Personalbedarfsplanung und mobile Zeiterfassung.
Bullhorn	- Administration - Bewerbermanagement - Kundenmanagement/Vertrieb	•	Die Bullhorn Recruitment Software unterstützt Unternehmen sämtlicher Branchen und Größen bei der Entscheidungsfindung, der Optimierung des Vertriebs und der Steigerung der Recruiterproduktivität. Mehr als 10.000 Unternehmen vertrauen auf Bullhorns Cloud-basierte Plattform, um ihre Rekrutierungsprozesse von Anfang bis Ende zu optimieren
Coffreo	Administration	•	Mit Coffreo automatisieren Unternehmen, dank digitalen Prozessen, zeit- und energiesparend den Austausch von Dokumenten. Von ANÜ-Verträgen über Arbeitsverträge bis hin zu Einsatzinformationen kann alles mit nur wenigen Klicks erledigt werden. Unternehmen sind so für ihre Kunden reaktiver und können auch bei kurzfristigen Aufträgen rechtskonform und reaktionsschnell handeln.
Compleet	- Administration - Bewerbermanagement - Personalmarketing - Kundenmanagement/Vertrieb - Kommunikation	•	complete vereint Experten-Weblösungen für Workforce Management (internes Personal, Zeitarbeiter und Freelancer in einer Lösung), Lieferantenmanagement und Recruiting in einem Datenkreislauf. Dank Automatisierungen erledigt complete wiederkehrende operative Arbeiten.
Datev	Administration		Das Unternehmen mit Sitz in Nürnberg stellt mit Software, Cloud-Lösungen und Know-how die Basis bereit für die digitale Zusammenarbeit zwischen dem Mittelstand und den steuerlichen Beraterinnen und Beratern, die sich um die betriebswirtschaftlichen Belange der Betriebe kümmern.
disy	- Administration - Kundenmanagement/Vertrieb		Disy verbindet Datenanalytik und Geoinformation auf innovative Weise, um ein tiefergehendes Verständnis der komplexen Zusammenhänge unserer Lebensräume zu ermöglichen. Solches Wissen und besseres Verstehen soll allen Verantwortlichen zugänglich gemacht werden, um als Grundlage für ein nachhaltiges und effizienteres Handeln von Behörden, Institutionen und Unternehmen zu dienen.
DocuWare	Administration		Docuware bietet Unternehmen Lösungen für Dokumenten-Management und digitale Workflows. Damit werden manuelle Aufgaben automatisiert, Papierdokumente eliminiert und der sichere Zugriff auf Informationen und Dateien jederzeit und von überall aus ermöglicht.



Anbieter	Kategorien	Spezielle Branchenlösung	Kurzbeschreibung
Google	Personalmarketing		Die Internet-Suchmaschine startete 2019 mit Google for Jobs in Deutschland. Google for Jobs ist keine weitere Jobbörse, sondern lediglich eine Darstellung von Stellenausschreibung verschiedener Quellen wie Jobbörsen und Karriereseiten auf Google.
HR4You	- Administration - Bewerbermanagement - Personalmarketing - Kundenmanagement/Vertrieb - Kommunikation	•	Die Produkte von HR4YOU decken unterschiedliche Anwendungsfälle und Einsatzszenarien im HR-Umfeld ab. Zu den HR-Softwarelösungen (SaaS-Lösungen) zählen: Personalmanagement, Bewerbermanagement, Recruitment Process Outsourcing, Vendor Management System, Personalberatung, Zeitarbeit, Outplacement und kundenspezifische Apps.
Hubspot	Kundenmanagement/Vertrieb		HubSpot bietet eine Plattform für Inbound-Marketing, Vertrieb, CRM und Kundenservice. Die angebotenen Produkte und Dienstleistungen umfassen u. a. Tools für Social Media Marketing, Content-Management, für Web Analytics und zur Suchmaschinenoptimierung.
Indeed	Personalmarketing		Von einfachen Stellenanzeigen bis zur intelligenten Anzeigenverwaltung bietet Indeed eine große Bandbreite an Lösungen, um passende Kandidaten auf sich aufmerksam zu machen.
Index	- Personalmarketing - Kundenmanagement/Vertrieb	•	index Anzeigendaten liefert tagesaktuelle Informationen aus Online & Print Stellenanzeigen. Finden Sie heraus, welchen Recruiting Bedarf die für Sie relevanten Unternehmen haben, welche Regionen sich für neue Niederlassungen besonders eignen oder wer Ihre direkte Konkurrenz ist.
Linkedin	Personalmarketing		Linkedin ist ein soziales Netzwerk, das auf Berufe und Geschäftskontakte spezialisiert ist. Der Linkedin-Recruiter hilft bei der Personalsuche, der Kontaktaufnahme und der Verwaltung.
MS Office	- Administration - Bewerbermanagement - Kundenmanagement/Vertrieb - Kommunikation		Microsoft Office besteht aus einer Reihe von Tools. Zur Basissoftware gehören Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Outlook und OneNote.
Personal-DIALOG	Administration	•	Die Branchenlösung managt im Handumdrehen sämtliche Geschäftsabläufe, von der Akquise bis zum Mahnwesen und von der Stellenausschreibung bis zur Stundenabrechnung.
Personio	- Administration - Bewerbermanagement		Personio bietet dafür eine All-in-One HR Software, die Personalmanagement, Recruiting, Talentmanagement und Gehaltsabrechnung umfasst.
PitchYou	Kommunikation		Über einen Link in der Stellenausschreibung oder dem Scannen eines QR-Codes springen die Kandidatinnen und Kandidaten in die WhatsApp Anwendung. Dort durchlaufen sie intuitiv das automatisierte PitchYou-Interview.
Salesforce	- Administration - Bewerbermanagement - Personalmarketing - Kundenmanagement/Vertrieb		Salesforce ist eine cloud-basierte CRM-Lösung für das Management von Kundenbeziehungen (Customer-Relationship-Management). Das CRM-System besteht aus verschiedenen Cloud-Lösungen mit der Unternehmensbereiche wie Vertrieb, Marketing, E-Commerce und Service integriert auf einer gemeinsamen Plattform zusammenarbeiten können.



ÜBERSICHT: ANBIETER UND LÖSUNGEN

Digitalisierung in der Zeitarbeit

Anbieter	Kategorien	Spezielle Branchenlösung	Kurzbeschreibung
SAP	- Administration - Bewerbermanagement - Kundenmanagement/Vertrieb		SAP ist einer der weltweit führenden Anbieter von Software für die Steuerung von Geschäftsprozessen und entwickelt Lösungen, die die effektive Datenverarbeitung und den Informationsfluss in Unternehmen erleichtern.
Starhunter	Bewerbermanagement	•	Starhunter unterstützt bei allen Prozessen rund um den Alltag als Personalberater. Von Kundenmanagement und CRM-Funktionen über Kandidaten- und Projektverwaltung bis hin zur Rechnungsstellung und noch vieles mehr.
talent360	- Bewerbermanagement - Personalmarketing - Kundenmanagement/Vertrieb - Kommunikation	•	Die Software-Lösung ermöglicht die schnelle Qualifizierung und Einstellung von Bewerbenden in der Zeitarbeit. Stellenerstellung- und Verwaltung, Bewerbermanagement, Bewerberansprache per Messaging, Multi-Posting und Vertriebstool - alles in einer Software und mit wenigen Klicks.
Talention	- Bewerbermanagement - Personalmarketing - Kundenmanagement/Vertrieb - Kommunikation	•	Indem die Candidate Journey optimiert wird, unterstützt die Software ideal bei der Verbesserung von Karriereseiten, Stellenanzeigen, Jobbörsen-Schaltungen, SEO, Social Media, Jobnewslettern, aber auch internen Prozess-Themen wie Service Level Agreements bei eingehenden Bewerbungen.
Time Job (GEDAT)	- Administration - Bewerbermanagement - Kundenmanagement/Vertrieb	•	Als prozessorientierte, modulare Software deckt TIME JOB den gesamten Aufgabenbereich der Zeitarbeitsbranche ab - vom Bewerbermanagement über Stammdatenverwaltung und Bruttolohn-Abrechnung sowie der Übergabe an DATEV Lohn-Programme (ASCII-Format) bis hin zur Rechnungsstellung und der Übergabe an DATEV Rechnungswesen-Programme (DATEV-Format).
Tutum	Administration		Automatisieren Sie Ihre Geschäftsprozesse mit einem passenden Dokumentenmanagement-System für Ihre Branche und schaffen Sie so mehr Zeit fürs Wesentliche.
Work Expert (Pro Solution, a zvoove Company)	Administration	•	ProSolution ist ein Lösungsanbieter im Bereich Personaldienstleistung auf ERP-Basis. Das Unternehmen hat sich das Thema Human Resource Management auf die Fahnen geschrieben.
zvoove	- Administration - Bewerbermanagement - Personalmarketing - Kundenmanagement/Vertrieb - Kommunikation	•	zvoove verbessert die Arbeitswelt durch End-to-End Digitalisierung für Dienstleister, mehr Jobangebote und Karrierechancen für Arbeitnehmer und gesicherte Arbeitskraft für Unternehmen. Über 3.700 Kunden und mehr als 50.000 User vertrauen auf zvoove.

Abb. 12: Alphabetische Liste bekannter Softwareanbieter; Fremdbild; keine Einzelnennungen

Auf die Nennung von klassischen Kommunikationsmöglichkeiten wie WhatsApp, E-Mail, Telefonat und SMS wurde an dieser Stelle verzichtet.



ÜBERSICHT: ANBIETER UND LÖSUNGEN

Digitalisierung in der Zeitarbeit

SOFTWARELÖSUNGEN FÜR PROZESSE IN DER ZEITARBEIT



Abb. 13: Softwarelösungen für Prozesse in der Zeitarbeit; eigene Darstellung auf Basis der Dienstleisterbefragung (Fremdbild)



Zusammenfassung und Ausblick

ORIENTIERUNG IN DER DIGITALISIERUNG

In den letzten Jahren waren einige Fusionen auf dem Anbietermarkt für Zeitarbeitssoftware zu beobachten. Beispielsweise wurde die 2002 gegründete GermanPersonnel mit AVAX, EVINT und Compana Agency GmbH zur Compleet GmbH verschmolzen. Die heutige zvoove entstand 2021 aus dem Zusammenschluss von Landwehr, rhb, prosoft und BackOffice. In Österreich hat zvoove weitere Übernahmen getätigt. Anhand dieser zwei Beispiele wird deutlich, dass die HR-Software-Branche sich weiter professionalisiert und Synergieeffekte nutzt.

Digitale Tools für Personaldienstleister sind wertvolle Werkzeuge, um Unternehmen wettbewerbsfähig zu führen. Sie setzen Energien frei, indem Prozesse, die vormals oft mühsam von Menschen durchgeführt werden mussten, jetzt automatisiert ablaufen. Daten sind zentral für alle verfügbar, was einerseits einen einfachen Zugriff ermöglicht, andererseits Analysen und damit Optimierungen zulässt. Ferner schöpfen Unternehmen Potenziale besser aus, indem unter anderem die Reichweite von Stellenanzeigen erhöht und die Candidate Experience (z. B. durch verbesserte Kommunikation) verbessert wird.

Der Digitalisierungsgrad der Zeitarbeitsbranche hat in den letzten Jahren - angefeuert durch die Corona-Pandemie - zugenommen. Insbesondere Bewerbermanagementsysteme erlangen zunehmend Marktreife. Bisherige Investitionen in Softwarelösungen zeigen Wirkung: Die häufigsten Erfolge sind effizientere und beschleunigte Prozesse. Auch Qualitätsverbesserungen sind festzustellen. Trotzdem gibt es weiterhin Unternehmen am



Markt, die sich zu wenig mit neuen Technologien beschäftigen oder ihren Mitarbeitenden diese Veränderungen nicht zumuten möchten. Diese technologisch gesehen stillstehenden Zeitarbeitsunternehmen werden in Zukunft nicht mit den digitalisierteren mithalten können.

WAS WÜNSCHEN SICH ZEITARBEITSUNTERNEHMEN VON EINEM DIGITALISIERUNGSPARTNER?

„Wenn ich meine Kunden gefragt hätte, hätten sie wohl schnellere Pferde von mir verlangt.“ Dieses Zitat von Henry Ford verdeutlicht eindrücklich die Schwierigkeit, innovative Lösungen über eine reine Kundenbefragung zu entwickeln. Wie alle zunächst prägnant klingenden Zusammenfassungen ist jedoch auch in diesem Fall die Marktlage komplexer. Produkte und Services, die am Kundenbedarf beziehungsweise an dessen Motivationen und Restriktionen vorbeientwickelt werden, sind immer teuer.

Kunden zu fragen mag vielleicht nicht eine direkte Blaupause für die eigene Entwicklungsabteilung sein, sie ermöglicht aber einen Einblick in das Selbstverständnis des Kunden, seine Herausforderungen und seine subjektive Marktwahrnehmung. In Verbindung mit den anderen für diese Studie diskutierten Fragestellungen ist das losgelöste Spiegelbild des Kunden eine wertvolle Ergänzung. Es zeigt, welche Aspekte der Fachdebatte wahrgenommen werden und wo die Kunden akuten Handlungsbedarf sehen.

PASSENDE SCHNITTSTELLEN UND GUTER SUPPORT GEHÖREN ZU DEN AM HÄUFIGSTEN GENANNTEN WÜNSCHEN GEGENÜBER DIENSTLEISTUNGSPARTNERN

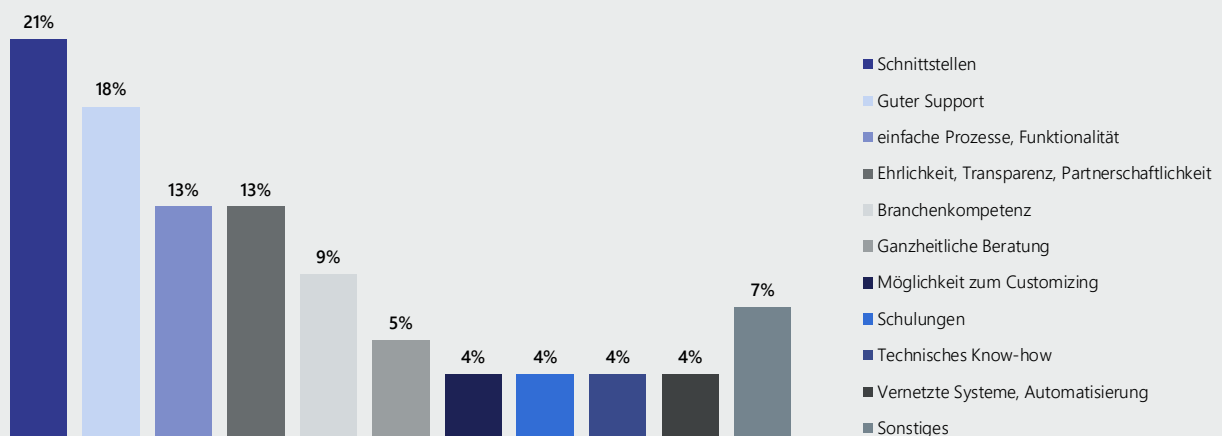


Abb. 14: Frage: Was wünschen Sie sich konkret von einem Digitalisierungspartner?; Mehrfachantwort; alle Teilnehmer; Häufigkeitsverteilung; geclustert; n = 29



Digitalisierung in der Zeitarbeit

29 Zeitarbeitsunternehmen haben in der offen gestellten Frage Wünsche an Digitalisierungspartner geäußert. Der wichtigste Aspekt für die Kunden sind passende Schnittstellenfunktionen. An zweiter Stelle folgt ein guter und laufender (technischer) Support. Einfache Prozesse sind genauso wichtig wie eine partnerschaftliche Zusammenarbeit, wobei Ehrlichkeit und Transparenz wertgeschätzt werden. Einige Zeitarbeitsunternehmen wünschen sich mehr Branchenkompetenz, um die Systeme bestmöglich an spezifische Marktgegebenheiten anzupassen.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ AUF DEM VORMARSCH

Eines der aktuell wohl am stärksten diskutierten Themen in der HR-Welt ist künstliche Intelligenz (KI). Dabei sind Anwendungen auf Basis künstlicher Intelligenz durch Alexa oder Siri längst Bestandteil unseres Alltags. Auch HR-Softwarehersteller versuchen schon lange KI in ihre Lösungen, beispielsweise in Form von Chatbots, zu integrieren. Chat GPT hat sich ihren Platz quasi über Nacht geschaffen - auch in HR. Auch ohne Integration in die bestehende Tool-Landschaft arbeiten Personaler mit Chat GPT, um beispielsweise Keywords für Stellenbeschreibungen zu recherchieren oder Jobbeschreibungen zu formulieren.

STAND DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ IM PERSONALMANAGEMENT

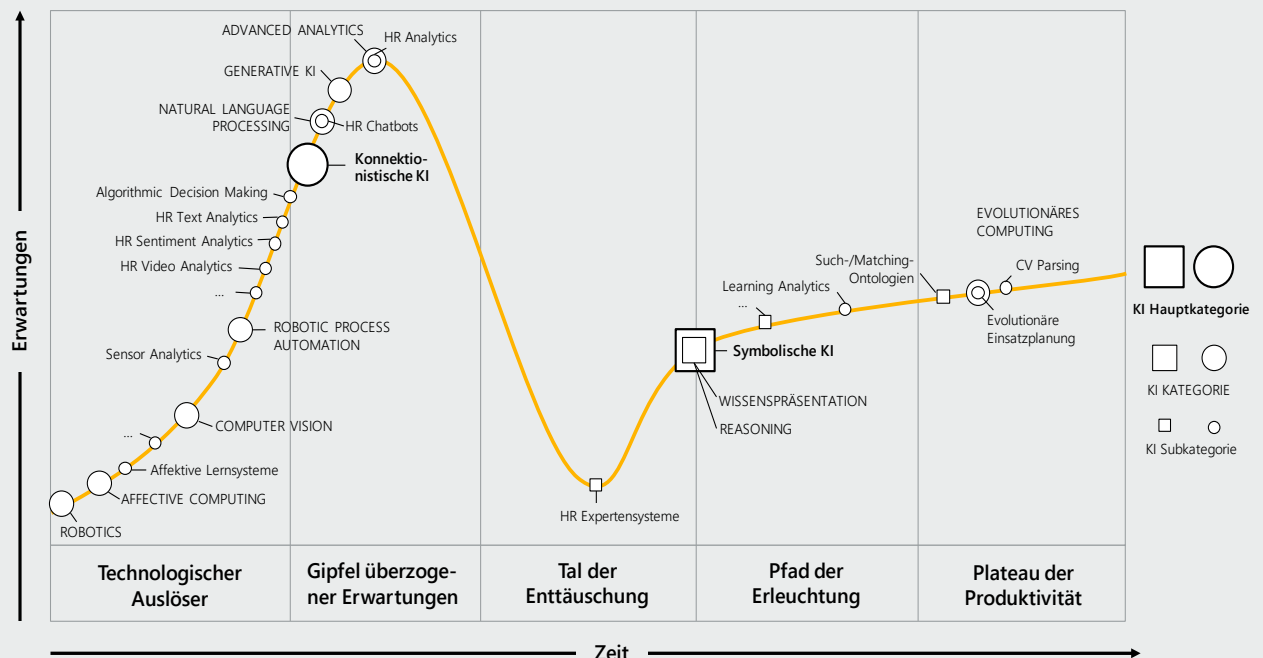


Abb. 15: Hype-Cycle zu künstlicher Intelligenz im Personalmanagement, vgl. Gartner, 2023

Der Anwendungsbereich von KI im Personalmanagement reicht weit, insbesondere im Bewerbermanagement: von der automatisierten Gestaltung der Stellenanzeigen über das Matching und den Abgleich von Bewerbungen mit Ausschreibungen bis zum selbstständigen, intelligenten Suchen neuer Mitarbeitenden in allen verfügbaren Quellen. Ferner übernimmt KI in Form von Chatbots die Bewerberkommunikation. Neben erhöhter Effizienz und der Möglichkeit, komplexe Muster in großen Datenmengen zu erkennen, wird künstlicher Intelligenz außerdem eine erhöhte Chancengleichheit für Bewerberinnen und Bewerber zugesprochen. Art und Umfang des Vorteils der KI-Anwendungen sind unter anderem abhängig von der Datenqualität und eingesetzten Algorithmen.

Laut Gartner Hype-Cycle zum Stand der künstlichen Intelligenz im Personalmanagement erreicht 2023 die systemische KI den "Pfad der Erleuchtung", wobei sich immer mehr Beispiele für den Nutzen der Technologie herauskristallisieren. Die symbolische KI basiert auf Worten und Sätzen, um Wissen und Logik zu repräsentieren, während die bisher weniger fortgeschrittene konnektionistische KI auf Daten und Algorithmen basiert. Sie lernt Zusammenhänge zwischen bekannten Inputs und Outputs und bildet diese in einem Modell ab, das anschließend für Vorhersagen verwendet werden kann. Aktuelle Diskussionen drehen sich meist um konnektionistische KI.

Viele Softwareanbieter beschäftigen sich mit Anwendungsfällen und Ergänzungen für ihre Produkte, etwa die Analyse von Bewerbungen und Lebensläufen, Auswertung von Interviewfragebögen oder die Prüfung von Qualifizierungen, um die am besten geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten für eine bestimmte Stelle zu identifizieren.

AUSBLICK

Die bisher eher durchschnittliche Digitalisierung der Branche wird voraussichtlich in den nächsten Jahren weiter transformiert. Einige Unternehmen planen die Einführung konkreter Softwarelösungen und die Budgets für Digitalisierung werden 2024 deutlich steigen.

Damit die Branche weiter voranschreitet, sind Softwarehersteller genauso gefragt wie Zeitarbeitsunternehmen selbst. Viele Kunden sind vergleichsweise wenig informiert, wie Prozesse digitalisiert werden können. Oft fühlen sie sich von dem damit verbundenen Aufwand für ihr Unternehmen überfordert. Sie stehen vor der Herausforderung, die passende Lösung für ihr Unternehmen zu finden. Zudem fehlt häufig intern Personal, um die Prozesse entsprechend zu transformieren. Komplexe Schnittstellen zu bereits vorhandenen Systemen, Gesetzeskonformität und Datensicherheit sind ferner Faktoren, die die Digitalisierung auf Kundenseite bremsen. Technologieanbieter müssen diese Herausforderungen berücksichtigen, um ihre Produkte erfolgreich zu entwickeln.



Digitalisierung, Automatisierung und KI leicht gemacht



Das Themendossier hebt hervor, dass Digitalisierung in der Personalvermittlung keine Option mehr ist, sondern eine absolute Notwendigkeit. Sie betont die Bedeutung von Automatisierung und KI in der Personalbeschaffung und unterstreicht, dass Geschwindigkeit und Effizienz die Schlüsselkomponenten für Erfolg in diesem wettbewerbsintensiven Markt sind.



Nicolai Dwinger
Head of Marketing

Die umfassende Lösung von talent360 für Recruiting und Vertrieb

In diesem Artikel ordnet talent360 die Ergebnisse des Themendossiers „Digitalisierung in der Zeitarbeit“ ein und präsentiert konkrete Handlungsempfehlungen für Personaldienstleister, um zukünftig weiterhin schneller als die Konkurrenz die richtigen Kandidatinnen und Kandidaten zu platzieren.

Welche konkreten Vorteile bieten digitale Lösungen?

Durch die Implementierung digitaler Lösungen sparen Personaldienstleister vor allem Zeit, sie können Kunden schneller die besten Kandidatinnen und Kandidaten vorstellen und sie verbessern die interne Teamkommunikation erheblich. Ferner dient eine integrierte Reichweitenlösung – ohne Aufwand – dazu, organische und bezahlte Reichweite zu generieren, um mehr Bewerberinnen und Bewerber in kürzerer Zeit zu gewinnen. Dank der einfacheren Kommunikation per WhatsApp, SMS oder E-Mail erhalten Softwarekunden umfangreiche Daten direkt von den Kandidatinnen und Kandidaten, schaffen gleichzeitig eine verbesserte Candidate Experience und stellen die passenden Talente direkt ihren Kunden vor.





Abb. 16: Die integrierte Lösung für Recruiting und Vertrieb

Digitale Silos – wie geht talent360 mit diesen Herausforderungen um?

Es gibt zahlreiche technische Lösungen, die einzelne Probleme lösen, aber oft nicht nahtlos integriert sind. Dies führt zu ineffizientem Arbeiten und birgt rechtliche wie auch unternehmerische Risiken.

talent360 bietet eine DSGVO-konforme Gesamtlösung mit maximaler Sicherheit durch separate Datenbanken pro Kunden. Die Software automatisiert Kundenanfragen, Bewerbermanagement und Marketingkampagnen, um Personaldienstleistern zu helfen, mehr Kandidatinnen und Kandidaten in kürzerer Zeit einzustellen. Die Vertriebswerkzeuge nutzen KI, um Anfragen in Umsatz umzuwandeln – das ist Vertrieb 4.0, beschleunigt und gleichzeitig menschenzentriert.

Was sind die Prioritäten bei der Auswahl und dem Betrieb von Software?

Software-Kunden legen vor allem Wert auf gute Schnittstellen, wenn ein System nicht alle Prozesse abdecken kann. Dies wird auch in der Befragung (siehe auch Seite 26 Abbildung 13) deutlich.

Hier gibt es im Markt Von der Anfrage des Kunden bis zum Versenden des Bewerberexposees liegt bei talent360 alles in einem System. Für die weitere Verarbeitung der Daten von der Kandidatin beziehungsweise dem Kandidaten zum Mitarbeitenden

”

haben wir Schnittstellen mit unseren Partnern AGIL, attina, TimeJob und PD Connect aufgebaut.

An zweiter Stelle mit 18 Prozent wurde guter Service genannt. Das Customer Success Team bietet neben freundlichen und hilfsbereiten Fachleuten eine der schnellsten Reaktionszeiten der Branche. 2023 haben wir eingehende Anfragen in unter 18 Minuten reagiert und Tickets in weniger als 2,5 Stunden (Median) erledigt. Zur Geschwindigkeit kommt dann die Qualität – 96 Prozent unserer Kunden bewerten unseren Kundenservice mit äußerst gut oder sehr gut.

Egal wie weit Sie in Ihrem Digitalisierungsprozess schon gekommen sind, talent360 begleitet Sie auf dem Weg in die Zukunft der Personaldienstleistung.

- 1) **Digitalisierung ist der erste Schritt:** Unabhängig von Ihrem aktuellen Digitalisierungsgrad ermöglicht talent360 einen schnellen und schlanken Start, der schon in kürzester Zeit erste Erfolge zeigt und Ihre Belegschaft auf dem Weg mitnimmt.
- 2) **Automatisierung folgt der Digitalisierung:** Viele Personaldienstleister haben bereits den ersten Schritt zur Digitalisierung gemacht, stehen nun aber vor der Herausforderung, Automatisierung schnell und einfach umzusetzen, um Zeit zu gewinnen und ihren internen Mitarbeitenden mehr Raum für die Betreuung von Kunden und Kandidaten zu geben. Automatisierung schafft Effizienz und ermöglicht es Ihren Mitarbeitenden, sich auf kundenorientierte Aufgaben zu konzentrieren.
- 3) **Integrierte Arbeitsumgebung:** talent360 verbindet Recruiting und Vertrieb, beseitigt Datensilos und schafft eine integrierte Arbeitsumgebung für Recruiter, Vertrieb und Marketing, um Hand in Hand ohne mehrfache Eingabe von Daten die schnellsten Einstellungen der Branche vorzunehmen.

Zusammengefasst: Die Studie beschreibt die Herausforderungen, denen sich Personaldienstleister bei der Digitalisierung gegenübersehen. Kunden erwarten schnelle, qualifizierte Mitarbeitende, Bewerberinnen und Bewerber einen einfachen Bewerbungsprozess und interne Mitarbeitende weniger Administration und mehr Zeit für das Wesentliche. talent360 ist der ideale Partner, der Ihnen mit einem schnellen Onboarding, einer intuitiven Plattform sowie Automatisierung und KI-Unterstützung hilft, diese Anforderungen zu erfüllen. Die skalierbare SaaS-Software, gehostet in Deutschland, bietet sofortige Einsatzbereitschaft, Sicherheit und Zuverlässigkeit und wurde speziell für die Personaldienstleistung entwickelt.



Die Ära Personalmarketing und Recruiting 2.0 hat begonnen

Talentiön

Die Bundesagentur für Arbeit veröffentlichte im September 2023 alarmierende Zahlen: Die Time-to-hire hat sich verdreifacht. Deutsche Personaldienstleister navigieren 2023 durch einen Markt voller Umbrüche. Veränderte Bewerberbedürfnisse. Erhöhter Fachkräftewettbewerb. Scheinbar undurchschaubare Jobbörsen-Preispolitik. Internationaler Recruiting Druck. Umso wichtiger, die eigenen Prozesse zu verstehen, die Kandidatinnen und Kandidaten in der Struktur nicht zu verlieren und Personalmarketing und Recruiting leistungsorientiert zu gestalten.



Steffen Braun und
Christian Ternai

Gründer und Geschäftsführer

Veränderte Bewerberbedürfnisse und Marktumbrüche

Die digitale Revolution und der Fachkräftemangel haben das Bewerbermanagement und Personalmarketing nachhaltig verändert. Wie das vorliegende Themendossier zeigt, hat die Digitalisierung in den vergangenen fünf Jahren für die meisten Personaldienstleister in diesen Bereichen enorm zugenommen. Eine Folge der COVID-19-Pandemie.

Herrschte davor noch das Prinzip des Blackbox Posting, in der die Verantwortung für das Veröffentlichen von Stellenanzeigen an Agenturen übergeben wurde, wird heute mit einem erhöhten Fachkräftemangel und dem einhergehenden intensiven Wettbewerb deutlich, dass das Recruiting eine neue Ära erreicht hat. Eine Ära, in der es elementar wird zu verstehen, was in den einzelnen Werbekanälen geschieht, um die richtigen Talente zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu finden.

Es erscheint zunehmend undenkbar, eine so grundlegende Aufgabe an Agenturen abzugeben. Schließlich stellt sich die Frage, wie ein Personaldienstleister sicherstellen kann, dass eine Agentur die Interessen und Bedürfnisse mehrerer Kunden, einschließlich möglicher Wettbewerber, gleichzeitig erfüllen kann.



Der Beginn der Recruiting Ära 2.0

Es ist an der Zeit, dass Personaldienstleister ihren Einblick in die Kanäle zurückgewinnen. Geprägt von der Digitalisierung, einem hohen Fachkräftewettbewerb und dem rasanten technologischen Fortschritt müssen Personaldienstleister nicht nur in die Nutzung verschiedener Rekrutierungskanäle investieren, sondern auch sicherstellen, dass sie die begrenzten Ressourcen effizient einsetzen und gleichzeitig den Fokus auf die Zufriedenheit und das Wohl der qualifizierten Bewerberinnen und Bewerber legen.

Das bedeutet neben der Investition in komplexe Kanäle und den damit einhergehenden Kosten und Werbebudgets auch den Druck eine herausragende Candidate Experience zu bieten, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Mit der Zuweisung signifikanter Budgets für Werbung ist Recruitment zur Management Aufgabe geworden. Das katapultiert Personalmarketing und Recruiting zum klaren Wettbewerbsvorteil. Neue Rollen wie die des Head of Recruiting und Head of Personalmarketing entstehen - unbestritten, dass diese Aufgabenbereiche zwangsläufig professionalisiert werden müssen. Denn wer sich intern diese Rollen schafft, ist nicht mehr auf externe Dienstleister angewiesen, sondern von innen heraus stark.

Um diesen Herausforderungen gerecht zu werden, steigen die Anforderungen an Software-Lösungen wie Candidate Journey Analytics, Candidate Lifecycle Management, Budgetanalysen, sowie Service Level Agreements für das Bewerbermanagement.

Talention: Ein Paradigmenwechsel im Personalmarketing & Recruiting

Das junge Grown-up aus Wuppertal ist am Zahn der Zeit und auf einem beeindruckenden Wachstumskurs. 1.300 Arbeitgeber arbeiten bereits auf den Personalmarketing- und Recruiting-Prozessen von Talention. Mit 85.000 aktiven Stellenanzeigen auf den Karriereseiten, über 10.000 Usern und 790.000 aktiv gebuchten Stellenanzeigen auf Jobportalen verzeichnete das Unternehmen im Jahr 2022 über 1 Million Bewerberinnen und Bewerber für seine Kunden. Talention zählt heute 40 Mitarbeitende.

Steffen Braun, Gründer der Personalmarketing und Recruiting Software Talention, betont die Notwendigkeit eines serviceorientierten Ansatzes im Bewerbermanagement. "Als Personaldienstleister muss der Service am Kandidaten höher hängen als die Verwaltung, denn gute Kandidatinnen und Kandidaten haben heute schon die Auswahl unter mehreren Angeboten."



Für seinen Mitgründer Christian Ternai und ihn liegt der Fokus darauf, Transparenz in den Recruiting-Prozess zu bringen und die Effizienz zu steigern. "Wir wollen Personaldienstleistern helfen, ihre Kandidatenanwerbung zu verbessern, die Anzeigenausgaben zu verstehen und effizient zu arbeiten", betont Christian Ternai. "Wir teilten von Anfang an die Vision, dass Recruiting neu gedacht werden muss und einer steilen Veränderung unterliegt. Steffen und ich sahen ein großes Potential der Zielerreichung darin, die Personalmarketing- und Recruiting-Prozesse zu strukturieren."

Steffen Braun ergänzt: "Das Bewerbermanagement hat eine erhebliche Transformation durchlaufen. Das Thema Personalmarketing hat viel mit Online Marketing zu tun. Es geht nicht mehr nur darum, Bewerbende zu verwalten, sondern ein echtes Serviceangebot für sie zu schaffen, eine Beziehung aufzubauen. Und zwar noch bevor die Bewerbung vorliegt." Daher ist der analytische Performance Personalmarketing-Prozess des Technologie Anbieters darauf ausgerichtet, die Kandidatenanwerbung transparenter zu machen und die damit verbundenen Kosten zu reduzieren. "Wir wissen um den Kanal-Wirrwarr auf dem Markt und möchten unterstützen, diesen zu durchschauen und eine effektive Strategie zu entwickeln, die auf Daten und Analysen basiert und langfristig erfolgreich ist.", betont Ternai.

Herausforderungen und Chancen der Ära 2.0

In der Ära 1.0 war das Recruiting noch vergleichsweise einfach. Blackbox Posting, bei dem Jobs auf der Website platziert und Anzeigenschaltungen an Agenturen ausgelagert wurden.

In der Ära 2.0 ist die Kandidatenanwerbung für den Personaldienstleister ein strategischer Wettbewerbsvorteil. Es geht um die gezielte Ansprache von Kandidatinnen und Kandidaten, das effektive Management von Werbekanälen und die Messung der Recruiting-Effizienz. "Es ist entsprechend wichtig, die Ausgaben in der Werbung zu analysieren, Prozesse zu verschlanken und darauf zu achten, dass gute Kandidatinnen und Kandidaten nicht in komplexen Strukturen verloren gehen.", führt Braun aus. Anpassungsfähige Personaldienstleister werden im Wettbewerb die Nase vorn haben.

In dieser neuen Ära geht es um die Individualität von Karriereseiten, eine ganzheitliche Betrachtung des Kandidaten-Lifecycle-Managements, das effektive Managen und Budgetieren von Kanälen sowie die Messung des Cost-Per-Quality-Appllicant (CPQA).



Erfahrungen aus der Praxis

Ingo Wiegers, Geschäftsbereichsleiter von Alpha-Med KG hebt die Vorteile der Zusammenarbeit mit Talention hervor und betont die verbesserte Transparenz und Effizienz im Recruiting-Prozess. "Es war ein völlig neuer Ansatz", erinnert sich Wiegers, "aber durch den strukturierten Aufbau sehen wir jetzt endlich, was in unseren Kanälen passiert." Auch Janek Möhlmann, Gebietsleiter bei meteor Personaldienste AG & Co. KGaA teilt diese Erfahrung und führt aus: "Wir konnten vor Talention nicht eindeutig nachvollziehen, woher die Kandidatinnen und Kandidaten kamen [...], wir haben reagiert. Heute sind wir im Aktionsmodus. Wir werden dieses Jahr ein Rekordjahr haben."

Talention: Ein ganzheitliches Ökosystem

Um den Herausforderungen des Marktes entgegenzutreten zu können, ist eines für diese Ära ganz klar: Für Profis im Recruiting, was Personaldienstleister aufgrund ihres Unternehmenszwecks sein müssen, bedarf es einer professionellen Lösung für Performance Personalmarketing und Recruiting. Talention bietet aus diesem Grund ein umfassendes Ökosystem aus Customer Success Beratung, Weiterbildungen, persönlichen Support, Events und spezialisierter Software. Dieses Ökosystem unterstützt Personaldienstleister dabei, die Herausforderungen der modernen Personalbeschaffung erfolgreich zu bewältigen. Durch seine starken Schnittstellen ist es mit allen gängigen ERP Lösungen kompatibel.

Christian Wolf, Service Director von der GI Group Deutschland GmbH, unterstreicht den Wert von Talention für das Personalmarketing seines Unternehmens und hebt die beeindruckenden Ergebnisse hervor. "Talention ist ein wichtiger und langjähriger Partner für unser Personalmarketing. Innerhalb der letzten 4 Jahre konnten wir unsere Bewerber pro Jahr von 12.500 auf 126.259 skalieren. Durch kontinuierliche Optimierung der Candidate Journey haben wir es geschafft, die "Cost per Candidate" und die "Candidate to Hiring" Rate in diesem Zeitraum stabil zu halten. Mit der Einführung von Talention [...] erzielen wir mittlerweile durchschnittliche Onlinekosten von 5,59 Euro pro Bewerber. Das ist im Personaldienstleister-Benchmark schon ein sehr guter Wert."

Den Change Prozess anstoßen

Talention entstand aus Hunderten von Beratungsgesprächen und hat Performance in der DNA - mit persönlichem Hintergrund in der Personaldienstleistung ist das Unternehmen eng mit der Branche verbunden und freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme. Zum Einstieg bietet Talention eine Potenzialanalyse ihres aktuellen Personalmarketing- und Recruiting-Prozesses an. Diese können Sie unter www.talention.de kostenlos anfordern.



Warum Künstliche Intelligenz für Personaldienstleister spannend ist

zvoove

Noch nie gab es eine neue Technologie, die so revolutionär und schnell im Markt verfügbar war wie Künstliche Intelligenz (KI). Viele Experten sind der Meinung, dass KI die Arbeitswelt extrem verändern wird. Auch für den KI-Einsatz in der Personaldienstleistungsbranche gibt es großes Potenzial und bereits spannende Lösungen.



Sascha Alber
Chief Product and Technology
Officer

Dem 30. November 2022 ist ein wichtiger Platz in den Geschichtsbüchern sicher. An diesem Tag machte die US-Firma OpenAI den KI-ChatBot ChatGPT kostenlos für die Öffentlichkeit zugänglich. Trotz anfänglicher technischer Schwierigkeiten meldeten sich allein in den ersten fünf Tagen über eine Million Nutzer an, um die neue Technologie auszuprobieren. Plötzlich konnte man sich durch eine einfache Anfrage seitenlange Texte selbst zu Spezialthemen schreiben lassen, umfangreiche Dokumente in wenigen Sekunden auf die wichtigsten Stichpunkte eindampfen oder Programmcode auf Fehler prüfen. Die Ära der generativen KI war gestartet und sie hat großes Potenzial, die Arbeitswelt zu verändern.

Nicht einmal ein Jahr später haben zahlreiche Werkzeuge aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz die Arbeitswelt schon in einem Maß beeinflusst, wie keine andere Technik zuvor:

- **ChatGPT:** Der ChatBot kann mit einfachen Fragen gefüttert werden, die er dann durch Texte beantwortet. Er eignet sich als Formulierungshelfer und kann bestehende Texte umschreiben oder kürzen.
- **Microsoft KI-Copilot:** Microsoft hat für Windows 11 seinen KI-gestützten „Copilot“ eingeführt, der die Produktivität von Alltagsanwendungen steigern soll. Copilot sitzt auf dem Windows-Desktop und steht dort als Assistent bereit. Das zeigt Microsofts Einstellung zur KI: wer im Büro arbeitet, braucht KI so dringend wie Browser und Datei-Manager.



Digitalisierung in der Zeitarbeit

- **Google Bard:** Google hat ebenfalls einen KI-ChatBot namens Bard am Start. Der zeigt, wie die Websuche von morgen aussehen kann. Google hat seine KI kürzlich auch mit seinen anderen Diensten verbunden, etwa mit Gmail, Google Drive oder YouTube.
- **Text-zu-Bild:** Sehr beeindruckend sind auch Bildgeneratoren wie Midjourney. Hier reicht ebenfalls eine kurze Textbeschreibung aus, dann erschafft die KI neue Bilder nach diesen Vorgaben. Microsoft und Adobe sind ebenfalls im Geschäft der Bilderzeuger aktiv und wollen dort vor allem Rechtssicherheit rund um Urheberfragen schaffen.

DAS STECKT HINTER DER NEUEN KI

Nun muss man fairerweise wissen, dass Künstliche Intelligenz keine wirklich neue Sache ist, sondern ein Forschungsbereich, der in der Informatik schon vergleichsweise lange existiert. Der Ursprung liegt in den 50er Jahren, als Alan Turing damit angefangen hatte, die „Denkfähigkeit“ von Maschinen zu bewerten. 1956 wurde auf einer Forscherkonferenz erstmals der Begriff der Künstlichen Intelligenz geprägt. Die Idee damals: Jeder Aspekt des Lernens oder jegliche andere Merkmale der Intelligenz sollten so simuliert werden, dass Maschinen es nachahmen können. Doch wer nicht gerade selbst in der Informatik tätig war, bekam danach von KI über Jahrzehnte hinweg nichts mit. Zwar nahm man wichtige Schritte wie Expertensysteme wahr, und auch neuronale Netze und Machine Learning entstanden, doch erst in den 2010er Jahren zeigte sich KI wieder jenseits der Forschungslabore. KI-Algorithmen erreichten erstmal sehr hohe Genauigkeiten bei der Bilderkennung, das autonome Autofahren macht große Fortschritte und Übersetzungsdienste wie DeepL überraschten mit hervorragenden Ergebnissen.

Was macht jetzt aber die neue generative KI so spannend? Sie bietet normalen Menschen erstmals eine einfache Bedienmöglichkeit, arbeitet schnell und erzeugt großartige Ergebnisse. Wer zum Beispiel mit einem Text-zu-Bild-Generator arbeitet, kann durch ein paar simple Texteingaben überzeugende Bilder erschaffen, teilweise sind die Ergebnisse atemberaubend und unterscheiden sich in Nichts von „echten“ Grafiken und Bildern. Gleichzeitig nehmen KI-Tools wie ChatGPT Nutzern extrem viel Arbeit ab – die gewonnene Zeit kann dann für anderweitige Aufgaben eingesetzt werden, für die KI noch keine Lösungen hat. Für Unternehmen kann KI also ein starker Produktivitäts-Booster sein.

KI WIRD ARBEITSWELT UMKREMPELN

Studien zum Thema KI gibt es viele; etwa soll sich die Produktivität von Unternehmen laut Accenture und Frontier Economics durch KI bis 2035 um fast 40 Prozent steigern lassen. Allein das deutsche Bruttoinlandsprodukt soll laut PWC bis 2030 durch KI um über 11 Prozent wachsen, das wäre ein Plus von rund 430 Milliarden Euro.



Digitalisierung in der Zeitarbeit

Zwei von drei befragten Deutschen geben außerdem einer Umfrage von Stepstone zufolge an, dass KI einen moderaten bis großen Einfluss auf den eigenen Arbeitsalltag haben wird. Kein Wunder also, dass viele Expertinnen und Experten schon jetzt der Meinung sind, dass KI das Potenzial hat, die Arbeitswelt komplett umzukrempeln. Die Personaldienstleistung ist da keine Ausnahme.

KI FÜR PERSONALDIENSTLEISTER

Die Expertinnen und Experten der Staffing Industry Analysts (SIA) sehen in KI großes Potenzial für die Branche, vor allem für Verbesserungen im Middle- und Backoffice-Segment.

- **Workflows automatisieren:** KI kann sehr gut sich wiederholende und regelbasierte Aufgaben automatisieren, etwa Rechnungen automatisch verarbeiten, Stundenzettel validieren, Berichte erstellen oder Dateneingabeaufgaben durchführen. Das entlastet das menschliche Personal.
- **Vorhersagen treffen:** KI kann anhand verschiedener Datenquellen genaue Vorhersagen treffen, etwa Personalbedarf prognostizieren. Das hilft Personaldienstleistern, fundiertere Entscheidungen zu treffen.
- **Kandidatinnen und Kandidaten suchen und bewerten:** KI kann bei der Personalsuche und beim Matching helfen.
- **Überwachung der Einhaltung von Vorschriften:** KI kann zur Prüfung von Verträgen, Arbeitsbestimmungen und anderen Rechtsdokumenten eingesetzt werden.
- **Chatbots und virtuelle Assistenten:** KI-gestützte Chatbots oder virtuelle Assistenten können eingesetzt werden, um häufige Fragen von Bewerberinnen und Bewerbern, Kunden oder internen Beschäftigten zu Stundenzetteln, Gehaltsabrechnungen oder Abrechnungsfragen zu beantworten

ERSTE PRODUKTE BEREITS AM MARKT

Das klingt alles sehr spannend und Personaldienstleister sollten sich mit den neuen Möglichkeiten durch KI unbedingt auseinandersetzen. Das geht sofort und ohne großen Aufwand durch kostenlose Werkzeuge wie ChatGPT. Doch KI sollte man nicht fälschlicherweise als Spielerei verstehen. Wer konkurrenzfähig bleiben will, tut gut daran, künstliche Intelligenz systematisch zu nutzen. Hier gibt es für die Branche schon erste Lösungen: Beispielsweise nutzt zvoove in seiner Recruiting-Software bereits ChatGPT, um Texte für Stellenausschreibungen ausformulieren zu lassen. Ebenso werden in zvoove Recruit klassische KI-Technologien für das optimale Kandidaten-Matching eingesetzt. Außerdem sieht zvoove in den Bereichen Lohnabrechnung und Disposition ein erhebliches Potential durch KI. Man sollte aber nicht den zweiten Schritt vor dem ersten tun. Klar ist: Wer umfangreich von KI profitieren will, braucht ein durchgängig digitalisiertes Unternehmen.



Bei zvoove hat man zum Beispiel die Branchensoftware zvoove One in die Cloud gebracht und damit den Weg für den weiteren Einsatz von künstlicher Intelligenz bereitet.

RISIKEN DURCH KI

In KI steckt riesiges Potenzial, aber auch ein gewisses Risiko. Was so faszinierend ist, wenn eine KI in wenigen Sekunden ein Ergebnis ausspuckt, kann auch negativ aufgefasst werden, etwa wenn Nutzerinnen und Nutzer nicht nachvollziehen können, wie die KI Entscheidungen trifft. Gleichzeitig machen KI-Generatoren heute noch vielfach Fehler, was Nutzerinnen und Nutzer verunsichert. Die Ergebnisse von ChatGPT zum Beispiel lesen sich immer recht überzeugend, doch wenn man genau hinsieht, stecken oft haarsträubende Fehler in den Texten. Die Qualität einer KI ist außerdem stark abhängig von den verwendeten Trainingsdaten. Diese müssen sorgfältig ausgewählt werden, sonst kann die KI keine ausgewogenen Ergebnisse liefern.

KI IST GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN

KI ist kein IT-Trend, der wieder verschwindet. Personaldienstleister sollten sich mit den Möglichkeiten von KI vertraut machen und ausloten, was für sie in der täglichen Praxis Sinn machen könnte. Besonders elegant ist die Einbindung in ohnehin genutzte Software, etwa in Windows oder in Branchenprogramme wie zvoove One.



UNTERNEHMENSPROFIL

talent360



KONTAKT

talent360 GmbH

Nicolai Dwinger

Head of Marketing

Stallschreiberstraße 32 A, 10179 Berlin

Telefon: +49 3054905411-60

E-Mail: nicolai.dwinger@talent360.io

Website: www.talent360.io

Wir sind talent360 – Die digitale Lösung für Personaldienstleister!

talent360 bringt Personaldienstleister in den Bereichen Recruiting und Vertrieb digital auf die Überholspur. Unsere intuitive Software verbindet Ihre Vertriebsaktivitäten mit Ihrem Talentpool, um in Rekordzeit mehr Kandidatinnen und Kandidaten wie auch Umsatz zu liefern. Unsere Software unterstützt die Branche dabei, Kundenanfragen automatisiert zu bearbeiten, Kandidatinnen und Kandidaten zu finden, Bewerbungen zu verwalten, Nachrichten auszutauschen und Marketingkampagnen durchzuführen. Bei uns steht die Benutzerfreundlichkeit im Mittelpunkt. Schnell, effizient, nahtlos.

Leistungen im Überblick:

- Vertrieb 4.0: Unsere KI-gesteuerten Tools verwandeln Kundenanfragen blitzschnell in Umsatz.
- Maximale Reichweite: Unsere Algorithmen sorgen dafür, dass Ihre Stellenanzeigen die richtigen Kandidatinnen und Kandidaten finden.
- KI-basierte Bewerberqualifizierung und Kommunikation inklusive Matching mit passenden Unternehmen und Aufträgen in Ihrer Region
- Ohne Datensilos oder viel händische Dateneingaben finden Sie sich auf der intuitiven Benutzeroberfläche leicht zurecht.

Durch die Verbindung von Recruiting und Vertrieb heben wir Personaldienstleister auf ein komplett neues KI- und Digitalisierungslevel. In einer Branche, in der es auf Qualität und Geschwindigkeit ankommt, gehen wir mit unseren Kunden neue und innovative Wege!



UNTERNEHMENSPROFIL

Talention



KONTAKT

Talention - TFI GmbH

Steffen Braun

Managing Director

Ohligsmühle 3, 42103 Wuppertal

Telefon: +49 202261494882

E-Mail: braun@talention.com

Website: www.talention.de

Talention ist die führende Software für performancebasiertes Personalmarketing- und Recruiting. Mehr als 500 Kunden und über 10.000 User nutzen Talention um ihre Personalmarketing- und Recruiting-Prozesse zu strukturieren. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Wuppertal und verzeichnet mittlerweile 40 Mitarbeiter.

Talention bietet Lösungen entlang der Candidate-Journey.

Die Feature-Welten umfassen:

- Karriereseite und Jobsuche
- Kanalmanagement und Multiposting
- Kandidaten-Lifecycle-Management und Matching
- Bewerbermanagement und Kunden-Präsentation
- Analysen und Reporting

Talention kann sich Organisationen über Rollen- und Rechtemanagement, Gestaltung individueller Workflows und Automatisierungen anpassen. Die Software bietet zudem Schnittstellen zu vielen relevanten HR-Software- und ERP-Software-Anbietern.

Die beiden Gründer Steffen Braun und Christian Ternai verbinden über 15 Jahre Erfahrung in der Personaldienstleistung und eine gemeinsame Leidenschaft für innovative Technologien.



UNTERNEHMENSPROFIL

zvoove



KONTAKT

zvoove GmbH

Sascha Alber

Chief Product and Technology Officer

von-Humboldt-Str. 2,

49835 Wietmarschen-Lohne

Telefon: +49 5908938-0

E-Mail: sascha.alber@zvoove.com

Website: www.zvoove.com

zvoove ist der marktführende Anbieter von SaaS-Lösungen für Personal- und Gebäudedienstleister in Europa. In einem dynamischen Ökosystem aus Dienstleistern, Mitarbeitenden und Unternehmen verbessert zvoove die Arbeitswelt durch End-to-End-Digitalisierung für Dienstleister, mehr Jobangebote und Karrierechancen für Arbeitnehmer und gesicherte Arbeitskraft für Unternehmen. Über 4.200 Kunden und mehr als 65.000 End-User vertrauen auf zvoove. Über die Lösungen managen sie 700.000 Zeitarbeitnehmer, 12 Milliarden Euro an jährlichen Lohnzahlungen und 2 Millionen Bewerbungen pro Jahr. zvoove beschäftigt über 400 Mitarbeitende an 13 Standorten in Europa. Zur zvoove Group gehören derzeit acht Unternehmen aus ganz Europa, darunter Marktführer ProSolution in Österreich, Pivoton in den Niederlanden und zvoove Switzerland in der Schweiz.

In Deutschland ist zvoove 2019 aus dem Zusammenschluss der Unternehmen Landwehr, Prosoft, E+S und rhb hervorgegangen. Das marktführende Produkt "zvoove für Personaldienstleister" wurde seitdem komplett überarbeitet und als Cloud-Lösung mit moderner, intuitiver Benutzeroberfläche unter dem Namen "zvoove One" lanciert. zvoove One integriert sämtliche Schritte im Bereich der Personaldienstleistung, angefangen bei der Personalbeschaffung über die Disposition bis hin zur Lohnabrechnung und Rechnungsstellung. Diese Prozesse wurden stark optimiert, um die Anwenderzeit zu reduzieren, ohne dabei Kompromisse bei der Tiefe der Funktionalität oder der Einhaltung rechtlicher Vorgaben einzugehen. Mit zvoove Recruit bietet zvoove eine performante ATS-Lösung inklusive Kampagnenmanagement. Die zvoove Managed Services für die Lohnabrechnung und Faktur runden das Lösungsspektrum ab.

zvoove hat seinen Hauptsitz in Wietmarschen-Lohne, Niedersachsen.



UNTERNEHMENSPROFIL

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

L Ü N E N D O N K „



KONTAKT

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Lena Singer

Consultant

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim

Telefon: +49 8261 73140-0

Mobil: +49 173 6134321

E-Mail: singer@lunenendonk.de

Website: www.lunenendonk.de

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Digital & IT, Managementberatung, Wirtschaftsprüfung sowie Steuer- und Rechtsberatung, Real Estate Services und Personaldienstleistung (Zeitarbeit, IT-Workforce).

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalistinnen und Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Persönlichkeiten mit den Lünendonk B2B Service-Awards aus.



ÜBER LÜNENDONK & HOSSENFELDER

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Digital & IT, Managementberatung, Wirtschaftsprüfung sowie Steuer- und Rechtsberatung, Real Estate Services und Personaldienstleistung (Zeitarbeit, IT-Workforce).

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalistinnen und Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Persönlichkeiten mit den Lünendonk B2B Service-Awards aus.



Digital & IT



Managementberatung



Wirtschaftsprüfung



Real Estate Services



Personaldienstleistung

IMPRESSUM

Herausgeber:
Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Maximilianstraße 40
87719 Mindelheim

Telefon: +49 8261 73140-0
Telefax: +49 8261 73140-66
E-Mail: info@lunenondk.de

Erfahren Sie mehr unter www.lunenondk.de

Autorin:
Lena Singer, Consultant

Bilderquellen:

Titel © Adobe Stock / Midnight Studio
S. 2 © Adobe Stock / Midnight Studio
S. 4 © Adobe Stock / tippapatt
S. 8 © Adobe Stock / chaylek

S. 9 © Adobe Stock / Michael Otto
S. 14 © Adobe Stock / pixabay landscape
S. 20 © Adobe Stock / ordinary042
S. 25 © Adobe Stock / lassedesignen