



# How To

## **Key Performance Indicators**

(KPIs)

# Ausgangslage

KPIs (Key Performance Indicators)



**„Recruiting ist bei uns mit viel Bauchgefühl verbunden.“**

Wer sich heutzutage als Organisation im Recruiting **performant aufstellen** möchte, wird um einen **datengetriebenen Ansatz** kaum herumkommen. Trotzdem werden Entscheidungen häufig noch immer aus dem Bauchgefühl heraus getroffen, anstatt kennzahlenbasiert zu arbeiten.

Auch wenn der Großteil der Unternehmen mittlerweile **Bewerbenden-Managementssysteme integriert** hat, aus denen sich ganz einfach Reportings ziehen lassen, stehen viele Abteilungen noch vor folgenden Fragen:

Welche **Kennzahlen** sind für uns eigentlich relevant? Und wie können wir das Tracking dieser **Key Performance Indicators** (KPIs) in unseren operativen Ablauf integrieren, um unsere Performance zu verbessern?

In diesem kompakten **How To** zeigen wir praxisnah auf, welche KPIs im Recruiting sinnvoll sind und wie diese zur Entscheidungsfindung beitragen können.

**Fakt:** Laut einer aktuellen Befragung der HTWK Leipzig zur **Nutzung von KPIs** besteht meist eine **große Kluft** zwischen dem **Wunsch**, Kennzahlen zu nutzen und der **tatsächlichen Nutzung**.

# Was, wann, wie?

KPIs (Key Performance Indicators)

## Recruiting messbar machen

Um die Performance Ihrer Recruiting-Abteilung effizient auswerten sowie optimieren zu können, bedarf es Leistungszielen und –vereinbarungen, die messbar und eindeutig sind. **Man unterscheidet hier zwischen:**

### Key Performance Indicators (KPIs)

Klar definierte, **organisationsinterne Metriken**, die die Performance eines Recruiting-Teams messen und steuern.

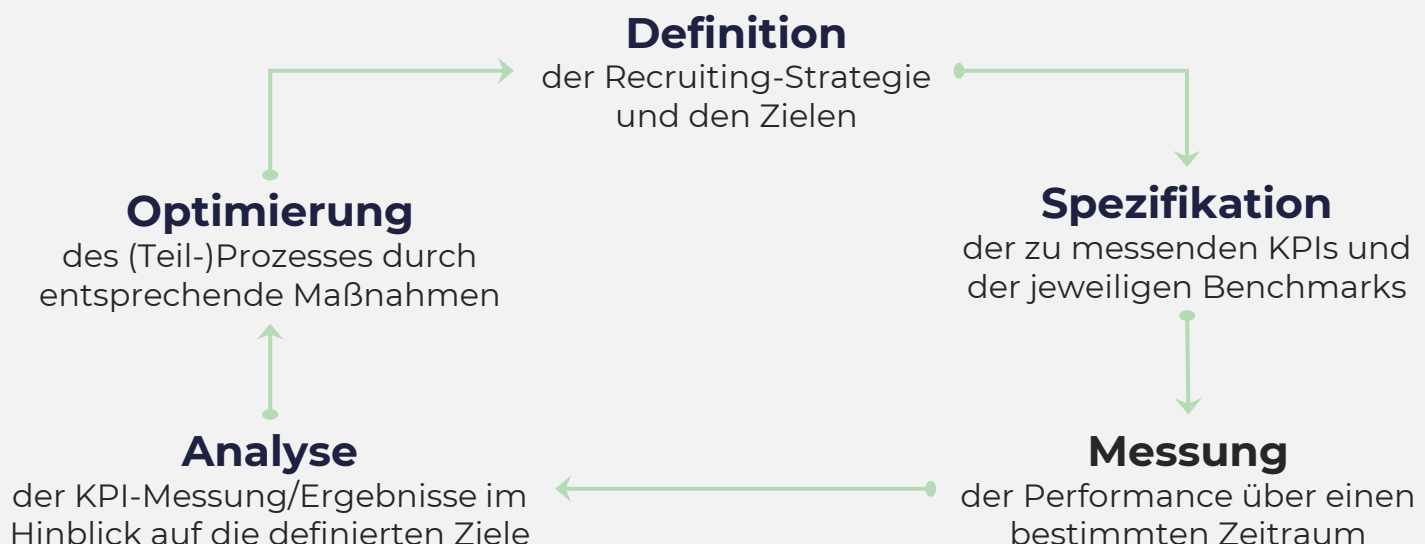


### Service-Level Agreements\* (SLAs)

Klar definierte **Leistungsabkommen**, die Verhältnis, Erwartungen und Ziele in einer Stakeholder-Beziehung festlegen.

*\*zu SLAs gibt es ein eigenes HowTo.*

Dabei kann ein typischer **Optimierungsprozess** wie folgt aussehen:



# Was, wann, wie?

KPIs (Key Performance Indicators)

## Relevante Recruiting-KPIs



Es gibt eine Fülle an messbaren Leistungsindikatoren im Recruiting.  
**Folgende KPIs werden am häufigsten von Organisationen gemessen:**

### Zeit-KPIs

- **Time to Hire:** Zeit zw. Start des Recruiting-Prozesses und Vertragsunterzeichnung
- **Time to Interview:** Zeit zw. Bewerbungseingang und 1. Interview
- **Time to Offer:** Zeit zw. finalem Interview und Angebotsausprache

Warum?

- Geben Dauer des Prozesses/ der Teilschritte an und zeigen Optimierungspotentiale auf
- Prozessgeschwindigkeit kann direkte Auswirkungen auf die Absprungrate der Bewerbenden, die Employer Brand sowie auf das Recruiting-Budget haben

### Qualitäts-KPIs

- **Candi. Satisfaction:** Bewertung des Prozesses durch KandidatInnen
- **Quality of Hire:** Leistungsbeurteilung des/der neuen Mitarbeitenden
- **Channel Efficiency:** Anzahl Kandid./qualifizierte Kandid./ Einstellungen pro Kanal

Warum?

- Neue Mitarbeitende, die einen positiven Recruiting-Prozess durchlaufen haben, zahlen positiv auf die Mitarbeiterbindung und die Fluktuationsrate ein
- Conversion Rates geben Aufschluss über Qualität und Performance des Recruitings

### Budget-KPIs

- **Cost per Hire:** Gesamtkosten der Einstellung (z.B. Jobbörsen, interne Kosten)
- **Cost of Vacancy:** Gesamtkosten, die entstehen, wenn eine Stelle nicht besetzt wird

Warum?

- Recruiting-Budgets lassen sich besser planen und anpassen
- Machen die Effizienz des Recruitings messbar und erlauben Optimierung durch objektive Aussagen über die Kosten

# Use Case: Kundenprojekt

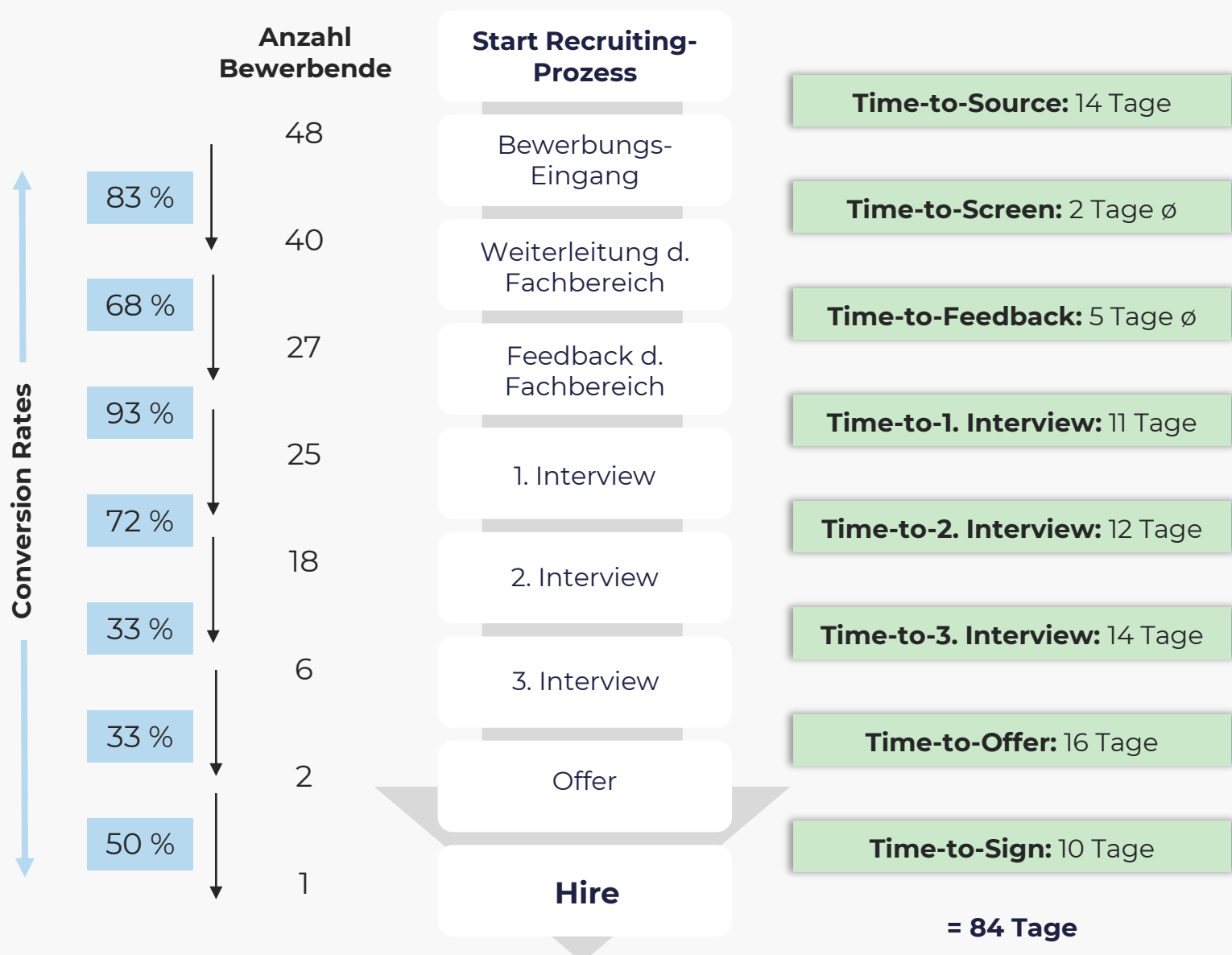
KPIs (Key Performance Indicators)



## Projekt-Steckbrief:

- Kunde hat eine  $\emptyset$  **Time-to-Hire von 84 Tagen** und möchte diese **auf 60 Tage verringern**, da viele businesskritische Projekte anstehen
- Im ATS des Kunden wird **lediglich die gesamte Time-to-Hire getrackt**, ohne die Teilabschnitte zu beleuchten
- **Inhouse-RecruiterInnen fehlen Kapazitäten** für diese Thematik

Um den **Recruiting Funnel** und **Zeitintervalle** der einzelnen Prozessschritte beim Kunden zu tracken, wurde eine entsprechende Übersicht inkl. KPIs von uns erstellt:



# Use Case: Kundenprojekt

KPIs (Key Performance Indicators)



Mit Blick auf einzelne Prozessschritte inkl. Conversion Rates und Dauer fällt auf:

- 3 Interviewphasen sind für Vertriebsmitarbeitende ein ungewöhnlich langer Prozess
- Erst nach der 2. Phase findet eine strenge Selektion statt
- Relativ lange Zeitintervalle ab der Weiterleitung an den Fachbereich

Nach einer **Detailanalyse** der einzelnen Prozessschritte wurden u.a. **folgende Maßnahmen** erfolgreich umgesetzt:

**Verschlinkung des Interviewprozesses** auf 2 Gespräche, u.a. mittels Stakeholderanalyse (wer ist relevant für die Entscheidungsfindung?) ✓

Erstellung einer **klaren Candidate Persona** und **eindeutigen Selektionsfiltern**, um engere Shortlists nach Screening und 1. Interview zu kreieren ✓

Einführung von **wöchentlichen, provisorischen Interviewblockern** in den Kalendern der relevanten Gesprächsteilnehmenden ✓

**Ergebnis:** Reduktion der Time-to-Hire von **84 auf 52 Tage**



Start Recruiting prozess

Eingang Bewerbung

Weiterleitung d. Recruiter

Feedback d. Fachbereich

1. Interview

2. Interview

Offer

Hire

14 Tage

3 Tage

4 Tage

7 Tage

9 Tage

8 Tage

7 Tage

= 52 Tage

# Die Vorteile auf einen Blick

KPIs (Key Performance Indicators)



## Vom Bauchgefühl zum Data Driven Recruiting

Ist eine KPI-Strategie fester Bestandteil der Recruiting-Struktur, ergeben sich daraus zahlreiche Vorteile:

**Das Recruiting wird effektiver, effizienter, transparenter und professioneller.**

- ✓ Es wird **deutlich**, wo die **Schwachpunkte** im Recruiting-Prozess liegen
- ✓ Monetäre und personelle **Ressourcen** können **effektiver** und **effizienter** eingesetzt werden
- ✓ Auf der anderen Seite sind Daten **stichhaltige Argumente**, um z.B. **Budget** für bestimmte Maßnahmen zu erhalten
- ✓ **Ziele** lassen sich **konkret definieren** und werden greifbar
- ✓ Durch **Benchmarking** bleibt der eigene Anspruch transparent auf einem **konstant hohen Niveau**
- ✓ **Trends** werden erkennbar, um frühzeitig **Gegenmaßnahmen** einzuleiten





Sie haben Fragen zu diesem **How To** oder wollen mehr darüber erfahren?

**Kontaktieren Sie jederzeit Ihr Account-Management.**



**Emely Bidlingmaier**

**Head of Sales**

+49 (30) 25 92 38 555

[bidlingmaier@hr-recruitingservices.de](mailto:bidlingmaier@hr-recruitingservices.de)

**Oder direkt & einfach einen Termin buchen.**

