



How To Budgetallokation

„Mit unserem vorhandenen Recruiting-Budget generieren wir zu wenig Bewerbungen und Einstellungen!“

Diese Aussage begegnet uns häufig in Kundengesprächen. Bleibt der erwartete Output in Form von Bewerbungen und Einstellungen aus, machen sich Frustration und Zweifel innerhalb der Recruiting-Organisation breit. Oft ist dann der erste Gedanke: „Ich muss zusätzliche Anzeigen schalten, um mehr Bewerbungen zu generieren.“ **Doch dafür fehlt das Budget.**

Bevor man nun eine Budgeterhöhung anfragt, ist es sinnvoll, die genutzten Tools und Kanäle auf ihre Performance zu analysieren, um die Effizienz der Akquise zu maximieren und gleichzeitig die Kosten zu kontrollieren. Ein gut **durchdachter Budgetplan** hilft, die richtigen Ressourcen an den richtigen Stellen einzusetzen.

Aber wie gestaltet man eine effektive Budgetverteilung im Recruiting? Welche Bereiche erfordern besondere Aufmerksamkeit und wie priorisiert man diese?

In diesem How-To zeigen wir Ihnen praxisnah, wie Sie Ihr Recruiting-Budget strategisch planen und optimal einsetzen können, um die besten Ergebnisse zu erzielen.

Fakt:

58% der befragten Recruiter:innen waren überzeugt, dass sich das Recruiting-Budget in 2024 erhöhen muss, um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben.

[Monster Insights Report 2024](#)


Was, wann, wie?

Budgetallokation

Definition

Budgetallokation im Recruiting bezieht sich auf die Verteilung finanzieller Mittel auf verschiedene Rekrutierungsaktivitäten und -prozesse, um die Personalbeschaffungsziele eines Unternehmens zu erreichen. Die Allokation umfasst die Planung und Zuweisung von Ressourcen für u.a. folgende Bereiche:

- | | | | |
|--|-------------------------------|--|-------------------------------|
|  | Stellenanzeigen/ Kampagnen |  | Externe Services (Headhunter) |
|  | Recruiting-Software und Tools |  | Assessments/ Auswahlverfahren |
|  | Recruiting-Teams |  | Messen/ Networking-Events |

 Employer Branding Maßnahmen sind in diesem Hack bewusst nicht inkludiert, da diese eine eigenständige Betrachtung verdienen.

Vorab grundsätzliche Zielstellung klären:

- > Soll in erster Linie die allgemeine Pipeline mit Kandidat:innen gefüllt werden?
→ Budget auf Stellenanzeigen und Kampagnen fokussieren
- > Sind temporäre Einstellungsspitzen oder Ressourcenengpässe zu erwarten?
→ Budget für interimistische Recruiting-Unterstützung einplanen
- > Soll das Recruiting in Zukunft weiter digitalisiert und automatisiert werden?
→ Ausreichend Budget für Recruiting-Software und Tools planen

Cost per Hire, Source of Hire oder Conversion Rates sind wichtige Kennzahlen für eine effektive Budgetallokation.

Was, wann, wie?

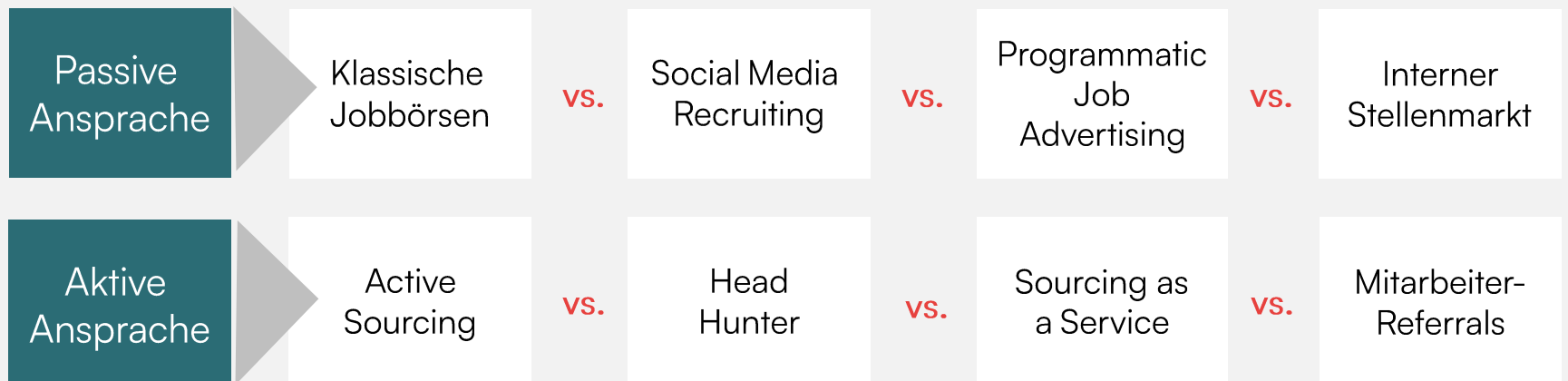
Budgetallokation

Strategien zur effektiven Budgetverteilung

1. Messung der Kanaleffizienz

Grundsätzlich kann man zwischen zwei verschiedenen Wegen der Rekrutierung unterscheiden: **Passive Ansprache vs. Aktive Ansprache**.

Unter diesen beiden Begriffen lassen sich dann folgende Methoden auf Basis relevanter Kennzahlen miteinander vergleichen:



Innerhalb der Rekrutierungsmethoden lassen sich wiederum die bespielten Kanäle miteinander vergleichen:

- > **Active Sourcing:** LinkedIn vs. Xing
- > **Jobbörsen:** z.B. Stepstone vs. Indeed vs. LinkedIn
- > **Headhunter:** Anbieter 1 vs. Anbieter 2 vs. Anbieter 3
- > **Social Media:** Instagram vs. Facebook vs. TikTok

Anzahl generierter (qualitativer) Bewerbungen je Methode/Kanal, Anzahl der Einstellungen je Methode/Kanal und Kosten pro Einstellung je Methode/Kanal sind hierbei die relevantesten Kennzahlen.

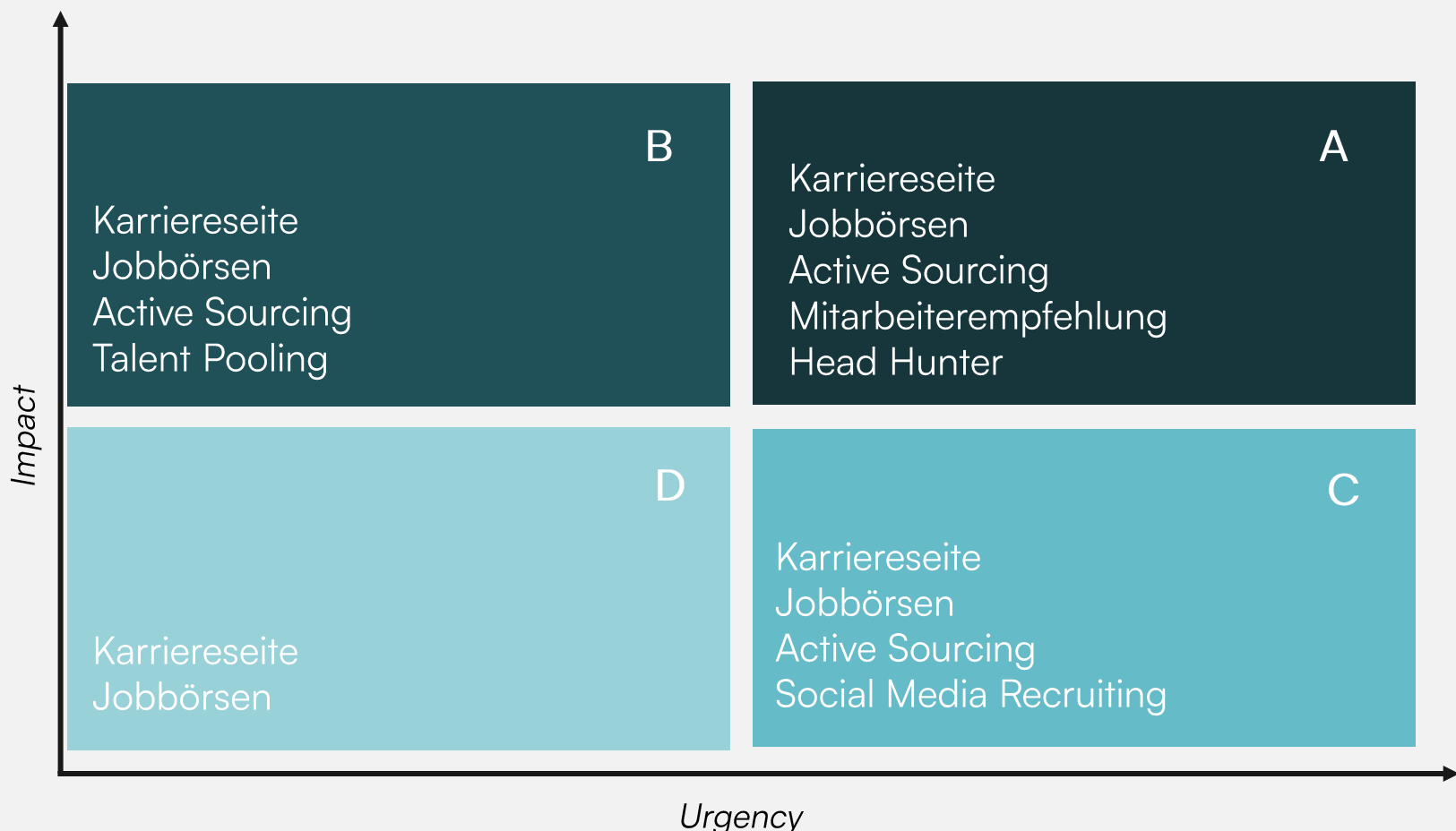
Was, wann, wie?

Budgetallokation

Strategien zur effektiven Budgetverteilung

2. Schaffung eines Priorisierungsmodells

In einer 4-Felder-Priorisierungsmatrix (Impact-Urgency-Matrix) werden die Stellen, Jobfamilien oder Business-Units zugeordnet und die Quadranten dann mit Maßnahmen versehen:



Je dringender und wichtiger die jeweiligen Stellen zu besetzen sind, desto mehr Maßnahmen/ Budget sollten darauf verwendet werden!

Use Case: Kundenprojekt

Budgetallokation



Projekt-Steckbrief:

- Kunde:** Tech-Unternehmen mit durchschnittlich 50 Einstellungen pro Jahr
- Problem:** IT-Vakanzen werden auf 5 unterschiedlichen Plattformen ausgeschrieben, ohne das jedoch genau bekannt ist, wie die einzelnen Kanäle eigentlich performen
- Zielstellung:** Abschaltung der beiden Plattformen, die das schlechteste Kosten-Nutzen-Verhältnis haben, um zusätzlich Budget für alternative Recruiting-Tools freizumachen

Maßnahmen:

Es wurden die 5 Plattformen u.a. hinsichtlich Anzahl der Bewerbungen und Einstellungen sowie der Gesamtkosten pro Plattform für 50 Vakanzen als auch die Kosten pro Einstellung analysiert:

Plattform	Vakanzen	Bewerbungen	Durchschn. Bewerbungen	Einstellungen	Einstellungsrate in %	Gesamtkosten pro Plattform	Kosten pro Einstellung
Plattform 1	50	303	6,06	29	10 %	45.000 €	1.552 €
Plattform 2	50	395	7,9	2	<1 %	20.000 €	10.000 €
Plattform 3	50	508	10,16	16	3 %	32.500 €	2.167 €
Plattform 4	25	92	3,68	1	1 %	7.500 €	7.500 €
Plattform 5	15	42	2,8	2	5 %	3.500 €	1.750 €

Ergebnis:

- > Plattform 1 erscheint zunächst als teuerste, ist gemessen an den Einstellungen aber die günstigste und wird weiterhin stark genutzt
- > Plattform 2 und 4 werden erweisen sich als teuer und ineffizient:
 - > Plattform 2 generiert zwar eine hohe Bewerbungsanzahl, die Administration der Bewerbungen bindet jedoch personelle Ressourcen, die anderweitig produktiver eingesetzt werden können
 - > Die Kosten je Einstellung sind bei beiden Plattformen weit über dem Durchschnitt

→ Die Abschaltung der Plattformen 2 und 4 gibt 27.500 € Budget frei, die nun effizienter genutzt werden können.

Die Vorteile auf einen Blick

Budgetallokation



Durch eine strategische Budgetallokation lassen sich eine Reihe von Vorteilen festhalten.

Es zeigt sich:

Durch die Analyse des Kosten-Nutzen-Verhältnisses von Recruiting-Ressourcen kann das vorhandene Budget effektiver genutzt werden.

Von Budgetverteilung nach Baugesühl zu kosteneffizientem Recruiting:

- ✓ Bessere Kostenkontrolle und Budgetplanung durch transparente Ausgabenanalyse
- ✓ Ressourcenoptimierung (Nutzung von Ressourcen mit dem höchsten ROI)
- ✓ Reduzierung der Time-to-Hire durch Fokussierung auf die bestperformenden Kanäle
- ✓ Reduktion der Cost-per-Hire
- ✓ Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz





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



Ihre persönliche Ansprechpartnerin:

Emely Bidlingmaier

T. : + 49 (0) 30 25 92 38 50

M.: +49 (0) 151 50 420 557

E.: bidlingmaier@hr-recruitingservices.de



Termin
buchen

