

Branchenstudie  
Personaldienstleistung

# zvoove Industry Pulse 2024: Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick



## **Liebe Teilnehmende der großen Branchenstudie zvoove Industry Pulse 2024,**

Sie haben mit Ihrem Wissen und Ihren Erfahrungen im Rahmen unserer Branchenbefragung geholfen, ein aktuelles Lagebild der Zeitarbeitsbranche zu zeichnen.

Dafür danken wir Ihnen an dieser Stelle herzlich und senden Ihnen anbei – wie versprochen – eine exklusive Zusammenfassung der Highlights aus den Ergebnissen. Sie möchten noch mehr spannende Einblicke in die Erkenntnisse des aktuellen zvoove Industry Pulse erhalten? Der ausführliche Studienreport wird demnächst als Whitepaper auf [zvoove.de](https://zvoove.de) zur Verfügung stehen.

Herzliche Grüße  
Ihr zvoove Team



# zvoove Industry Pulse 2024: Die Highlights

Gemeinsam mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Arlington Research hat zvoove auch in diesem Jahr wieder den zvoove Industry Pulse durchgeführt – die **große Branchenstudie zur Personaldienstleistungsbranche**.

Ziel war es, herauszufinden, was die Branche derzeit bewegt, welchen Herausforderungen und Aufgaben sie sich gegenüber sieht und was aktuelle Branchentrends sind.

An der Online-Umfrage haben im Januar und Februar 2024 insgesamt **487 Personen** teilgenommen: **337 Entscheidungsträger:innen** und Mitverantwortliche aus Unternehmen

der Personaldienstleistung sowie erstmals auch **150 externe Mitarbeitende** (Zeitarbeitnehmende, separater Fragebogen).

So war es möglich, zu ausgewählten relevanten Themen auch die Perspektive der Zeitarbeitnehmenden in die Auswertung einzubeziehen.



# 1. KI hat viel Potenzial, vor allem für die größeren Personaldienstleister

Die Entwicklung der Künstlichen Intelligenz (KI) wird in der Personaldienstleistungsbranche generell positiv beurteilt, von nahezu einem Drittel sogar als sehr oder extrem positiv.

Bei den größten Unternehmen mit mehr als 250 internen Mitarbeitenden sind es sogar 65 Prozent. Auch Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 10 Millionen Euro

stehen mit 53 Prozent noch klar über dem Branchendurchschnitt. Große Organisationen haben zugleich auch das höchste Kontingent an Standardaufgaben und sehen am ehesten Engpässe bei internen Kapazitäten zu deren Bewältigung (56 Prozent der Unternehmen mit Jahresumsatz > 10 Millionen Euro). Das macht KI besonders interessant für sie.

## Wie beurteilen Sie die Entwicklung von KI in Ihrer Branche? (Einfachnennung)

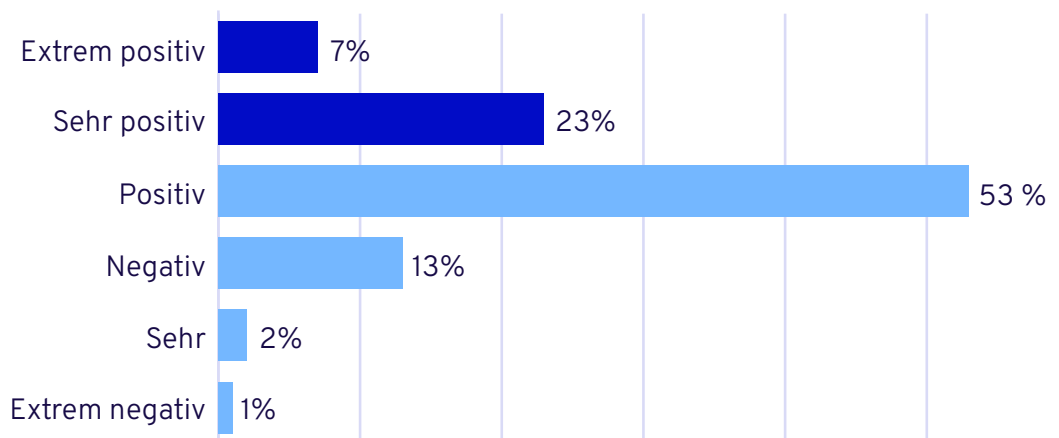


Abb. 1: Basis: Total (n=337); Alle befragten Unternehmensvertretenden

## Im Bereich Stellenanzeigen kann KI effektive Unterstützung leisten

Als sinnvollster Bereich für eine Investition in KI werden Stellenanzeigen bewertet (73 Prozent der Befragten): vor allem die Erstellung und Veröffentlichung solcher Anzeigen (63 Prozent), aber auch deren Übersetzung in verschiedene Sprachen (51 Prozent). Die Automatisierung von Workflows wie Rechnungsstellung oder die Validierung von Stundenzetteln sind für 52 Prozent

sinnvolle Investitionsbereiche, Compliance Monitoring für 31 Prozent. Rund ein Drittel der Unternehmen nennt Chatbots für Zeitarbeitnehmende (36 Prozent), automatische Interviewterminierung (33 Prozent) und Kandidatenvorselektion (29 Prozent) als Bereiche, in denen KI wertvolle Unterstützung leisten könnte.

### In welchen Bereichen finden Sie es sinnvoll, in KI zu investieren? (Mehrfachnennung)

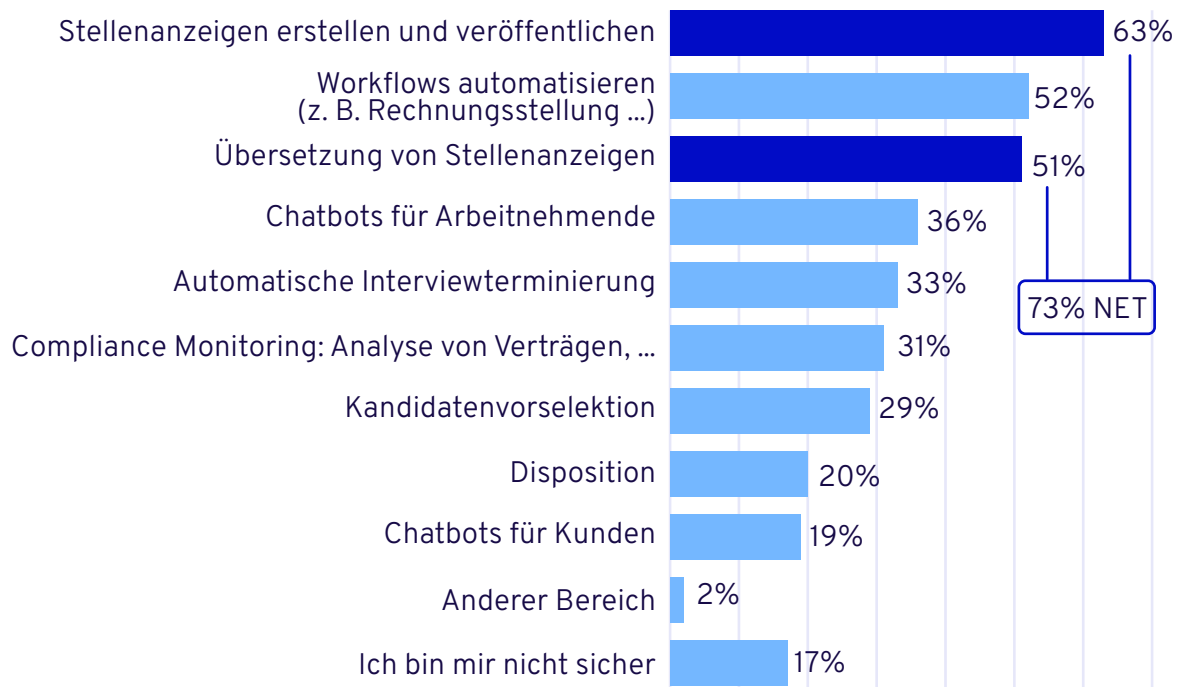


Abb. 2: Basis: Total (n=337); Alle befragten Unternehmensvertretenden

Je größer die Personaldienstleistungsanbieter sind, umso mehr sind die verschiedenen Optionen für eine Investition in KI von Interesse. Unternehmen mit mehr als 10 Millionen Euro Umsatz fallen durch deutlich höhere Zustimmung zu der Frage auf, in welchen Bereichen sie KI-Investitionen sinnvoll finden: 72 Prozent bei der Erstellung und Veröffentlichung

von Stellenanzeigen, 60 Prozent bei deren Übersetzung, und 74 Prozent bei der Automatisierung von Workflows. Compliance Monitoring wird von 44 Prozent der großen Player als sinnvolle KI-Anwendung genannt. Von diesen Unternehmen hat tendenziell auch eine größere Gruppe bereits in viele dieser KI-Bereiche investiert.

## **Erste Schritte in der Nutzung von KI sind getan und die Mehrheit hat konkrete Investitionspläne für die Zukunft**

Die Erstellung und Veröffentlichung von Stellenanzeigen beansprucht viel Zeit, obwohl der Prozess an sich klaren Standards folgt – hier haben darum auch schon 32 Prozent der Personaldienstleister in KI investiert. Die automatische Übersetzung dieser Anzeigen war bei 23 Prozent schon Teil des Finanzplans, die Vorselektion von Kandidaten durch KI bei 24 Prozent.

Die Mehrheit derer, die verschiedene KI-Anwendungen sinnvoll finden, will auf jeden Fall in diese investieren, wenn auch vielleicht noch nicht nach einem konkreten Zeitplan. Für 65 Prozent steht das Compliance Monitoring auf dem Plan, für 63 Prozent

die Automatisierung von Workflows und je 60 Prozent nennen die Kandidatenvorselektion, die automatisierte Terminierung von Bewerberinterviews sowie Chatbots für Arbeitnehmende als konkrete Investitionsziele.

Obwohl verschiedene Bereiche durchaus als sinnvolle Investitionen angesehen werden, sind nicht alle Unternehmen überzeugt, dass dies auch für sie selbst gilt: Mehr als ein Drittel (35 Prozent) will definitiv nicht in KI für Kunden-Chatbots investieren, 33 Prozent nicht in die automatische Übersetzung von Stellenanzeigen, und 30 Prozent sehen KI in der Disposition als keine gute Option für ihr Unternehmen.

**In welchen von diesen Bereichen ... haben Sie schon in KI investiert? ... wollen Sie konkret investieren? ... wollen Sie nicht investieren? (Einfachnennung)**

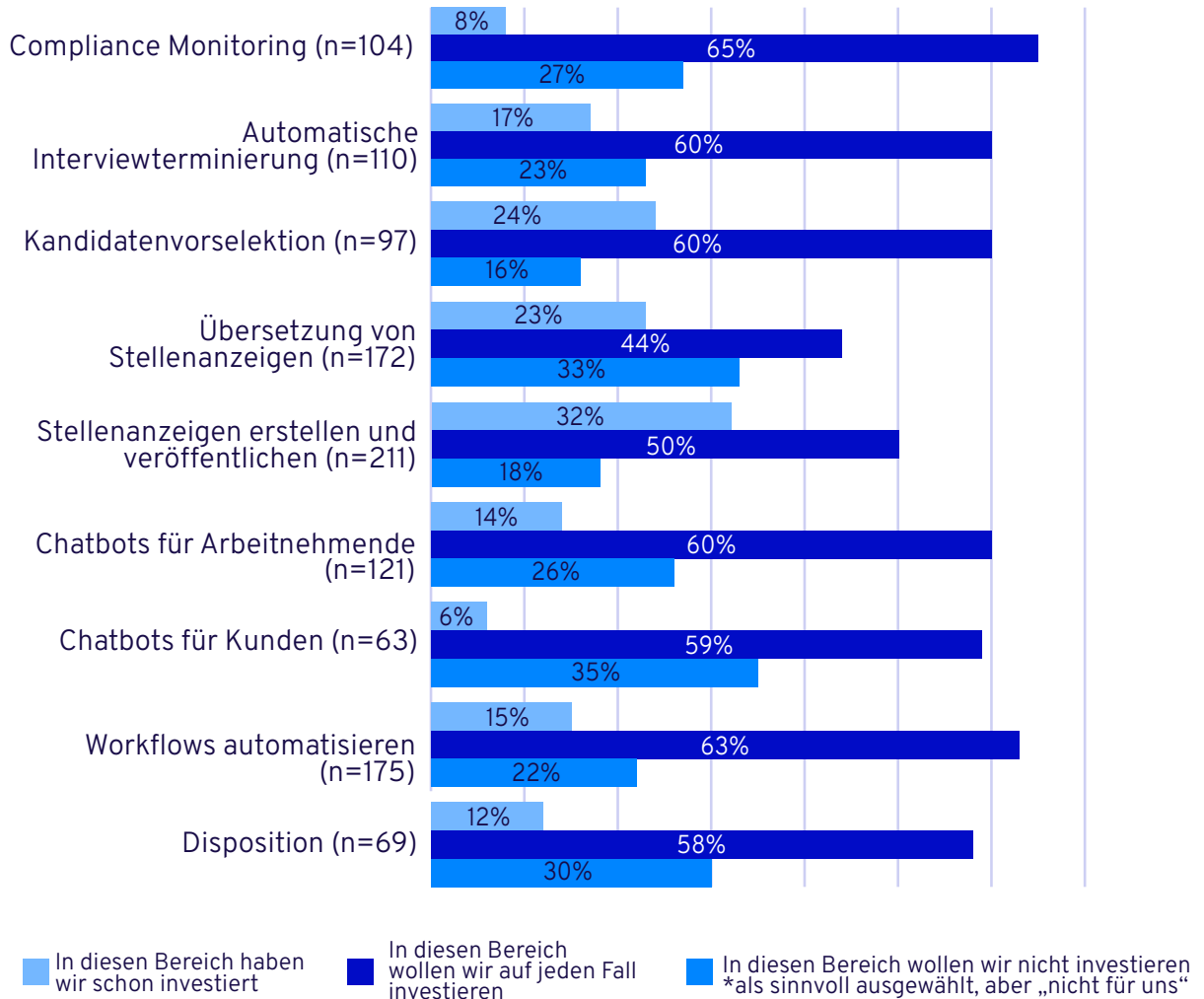


Abb. 3: Basis: Total (n=Alle Unternehmensvertretenden, die angegeben haben, dass es sinnvoll ist, in diese Optionen zu investieren)

## 2. Arbeitszeiterfassung: Papier wird in der Praxis noch häufig genutzt, Apps sind bei Mitarbeitenden aber am beliebtesten

Bei der großen Mehrheit (80 Prozent) der Zeitarbeitsunternehmen wird Papier zur Erfassung der Arbeitszeit von externen Mitarbeitenden genutzt, oft parallel zu anderen Methoden. 28 Prozent nutzen tatsächlich nur Papier, um Arbeitsstunden aufzuzeichnen.

Portale von Entleihern werden von 43 Prozent genutzt, Portale von Softwareanbietern von 26 Prozent. Bei 20 Prozent werden Apps zur Zeiterfassung eingesetzt. Bei den externen Mitarbeitenden der

Personaldienstleister werden am häufigsten Stempeluhren genannt (27 Prozent), gefolgt von auf Papier gedruckten Listen und Apps (beides 25 Prozent). Excel-Tabellen werden von 21 Prozent, Online-Portale von 20 Prozent genutzt. Bei 15 Prozent werden die Arbeitsstunden von einer anderen Person aufgeschrieben. Ein Viertel der Zeitarbeitnehmenden (25 Prozent) muss die Arbeitszeit auf mehr als eine Weise festhalten.

### Wie wird die Arbeitszeit Ihrer externen Mitarbeitenden erfasst? (Mehrfachnennung)

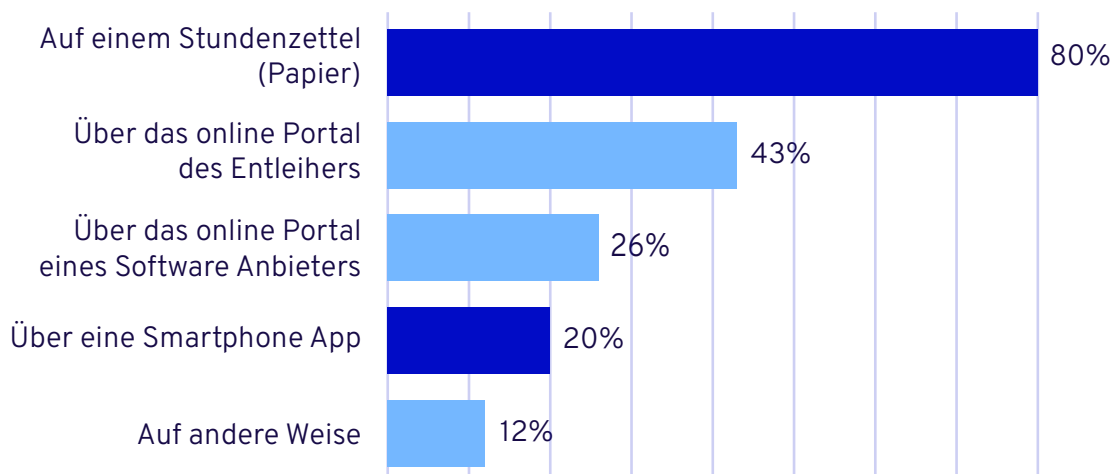


Abb. 4: Basis: Total (n=337), Alle befragten Unternehmensvertretenden

## Wie erfassen Sie Ihre Arbeitszeiten? (Mehrfachnennung)

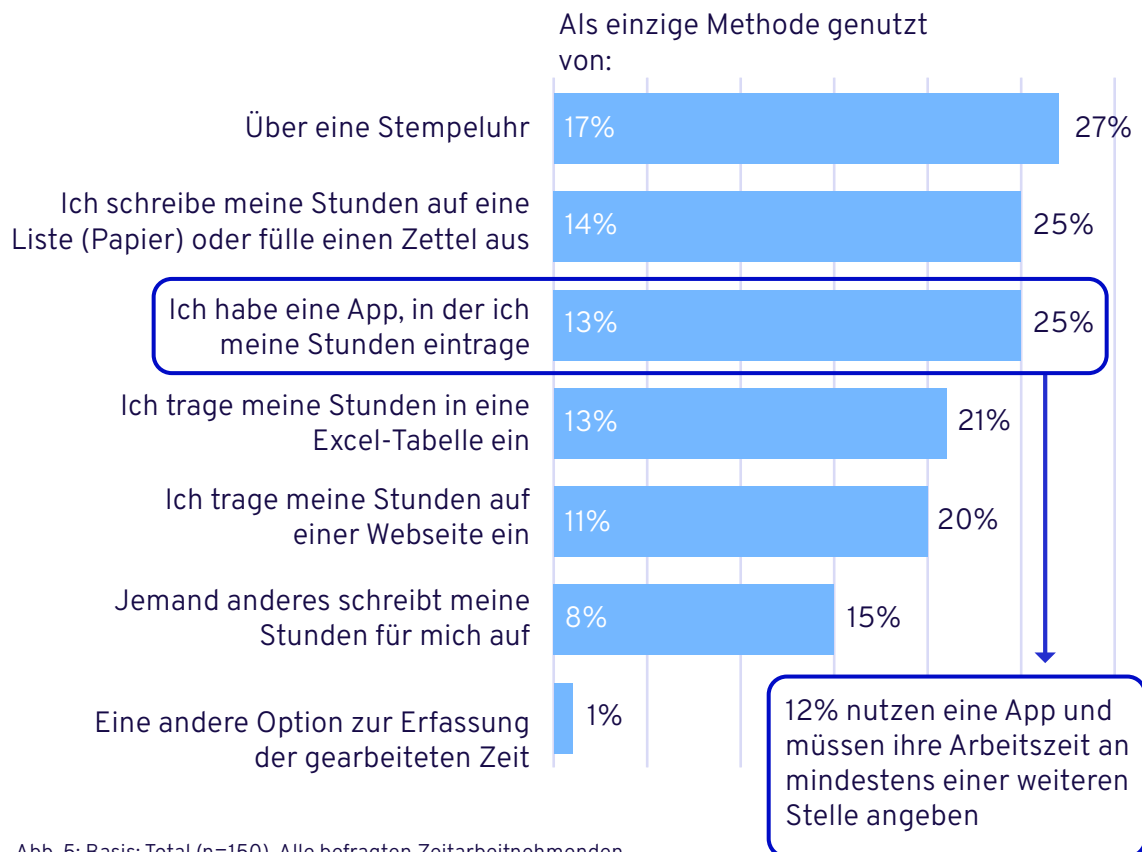


Abb. 5: Basis: Total (n=150), Alle befragten Zeitarbeitnehmenden

## Zeitarbeitnehmende schätzen unkomplizierte Prozesse zur Arbeitszeiterfassung

Die Arbeitszeiterfassung spielt für einige Bewerbende auch eine Rolle bei der Auswahl einer Zeitarbeitsagentur: 17 Prozent geben an, dass es ihnen wichtig ist, viele Standardaufgaben schnell und unkompliziert über eine App bearbeiten zu können, zum Bei-

spiel das Eintragen der gearbeiteten Stunden. 13 Prozent suchen generell einen Zeitarbeitgebenden, der eine professionelle und schnelle Abwicklung aller Verwaltungsprozesse bietet.

## Warum haben Sie sich für Ihre jetzige Zeitarbeitsagentur entschieden? (Mehrfachnennung)

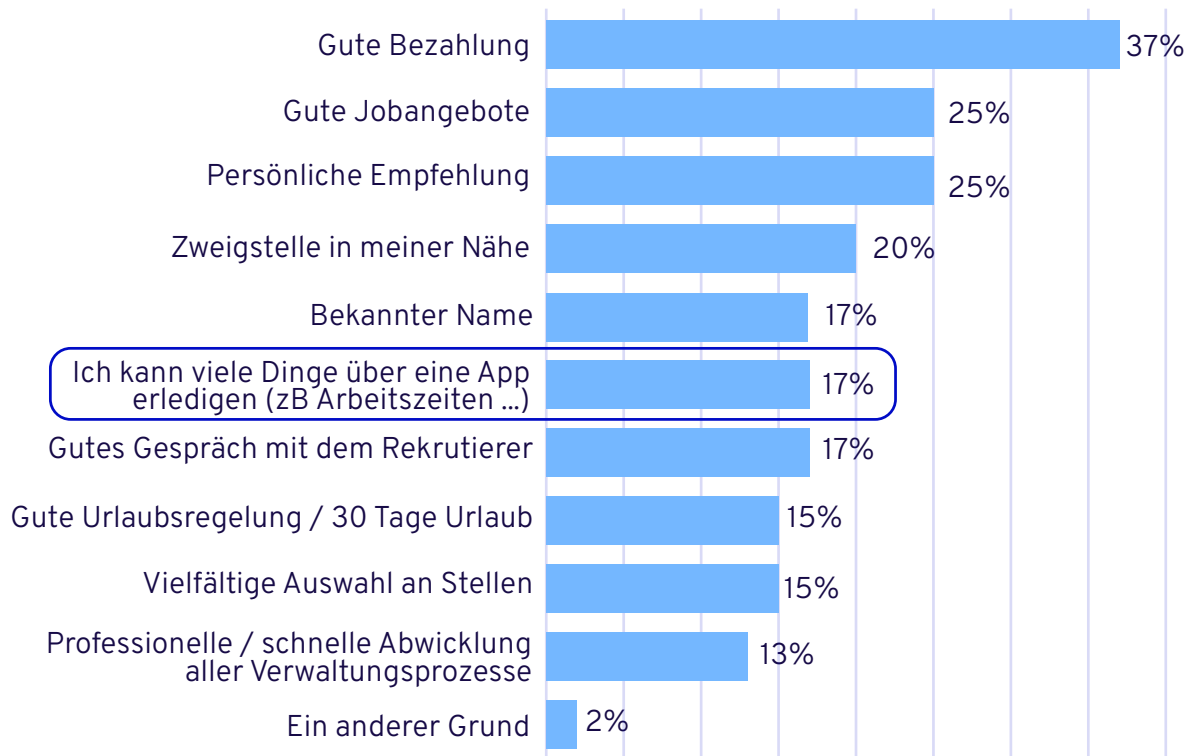


Abb. 6: Basis: Total (n=150); Alle befragten Zeitarbeitnehmenden

Beliebt zur Zeiterfassung sind bei den externen Mitarbeitenden vor allem Apps (86 Prozent sind zufrieden) und Excel-Tabellen (84 Prozent sind zufrieden). Mehr als ein Viertel (28 Prozent) haben schon einmal ihre Zeitarbeitsagentur gewechselt,

weil es keine digitalen Lösungen für solche Prozesse gab oder sich diese schwierig und zeitaufwendig gestalteten, und für drei Viertel (76 Prozent) ist es grundsätzlich wichtig, dass sie ihre Arbeitszeit digital erfassen können.

**Bitte nutzen Sie eine Bewertungsskala von 1 bis 4, um auszudrücken, wie wichtig die einzelnen Aspekte für Sie sind. (Einfachnennung)**

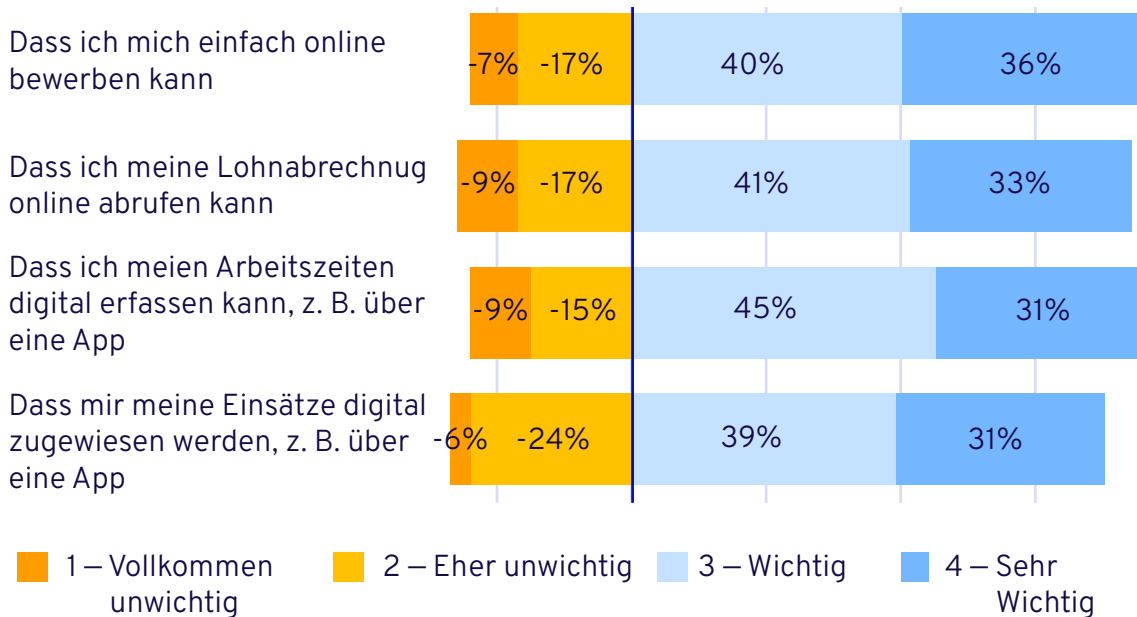


Abb. 7: Basis: Total (n=150); Alle befragten Zeitarbeitnehmenden

### 3. In der Akquise von Neukunden stehen persönliche Kontakte weiterhin sehr hoch im Kurs

Telefongespräche sind der wichtigste Vertriebsweg (85 Prozent), gefolgt von persönlichen Netzwerken, über die Kontakt aufgenommen wird (75 Prozent). Zwei Drittel (65 Prozent) finden neue Kunden über die Kaltakquise. Aber auch eine aktuelle, ansprechende Internetpräsenz leistet einen wichtigen Beitrag: 45 Prozent der Unternehmen gewinnen neue Kunden über Kontakte, die über ihre

Unternehmenswebseite eingehen. Weiterhin werden Neukunden über die Unternehmenspräsenz bei Messen, Konferenzen und Events (38 Prozent) und über soziale Medien wie LinkedIn (27 Prozent) und Xing (24 Prozent) gewonnen. In einzelnen Fällen wird auch die Weiterempfehlung durch bestehende Kunden erwähnt.

### Und was sind Ihre aktuellen Vertriebswege für die Kundenakquise? (Mehrfachnennung)

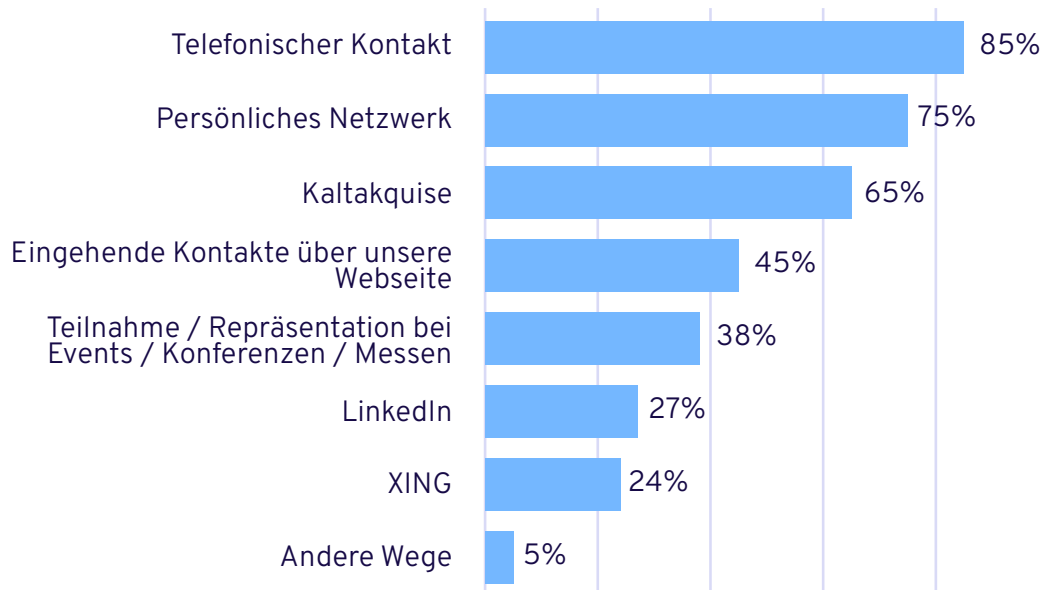


Abb. 8: Basis: Total (n=337); Alle befragten Unternehmensvertretenden

## 4. Externe Mitarbeitende kommunizieren mit der Zeitarbeitsfirma am liebsten über Messengerdienste wie WhatsApp

Telefongespräche sind die häufigste Kontaktform zwischen externen Mitarbeitenden und ihren Ansprechpartner:innen in der Zeitarbeitsfirma (54 Prozent). Fast ein Drittel (31 Prozent) kommuniziert über eine App, 27 Prozent über Messengerdienste wie

WhatsApp und 19 Prozent per SMS. Mehr als drei Viertel (78 Prozent) sind zufrieden oder sehr zufrieden damit, wie ihre Agentur mit ihnen kommuniziert, vor allem via WhatsApp oder andere Messengerdienste (88 Prozent sind zufrieden).

## Wie kommunizieren Sie mit Ihrem Ansprechpartner in Ihrer Zeitarbeitsagentur? (Mehrfachnennung)

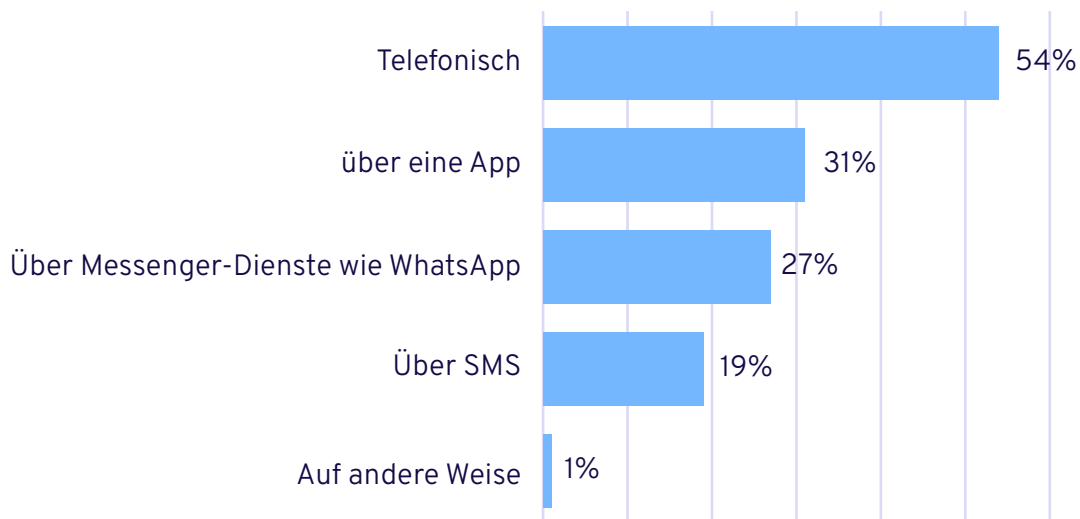


Abb. 9: Basis: Total (n=150); Alle befragten Zeitarbeitnehmenden

## Digitale Angebote sind Bewerbenden wichtig

Bei der Entscheidung für die jetzige Zeitarbeitsfirma spielen Kommunikationskanäle und Administration eine wichtige Rolle: Die Möglichkeit, viele Dinge über eine App erledigen zu können (zum Beispiel Arbeitszeiten erfassen, Lohnabrechnung abrufen oder ähnliches), wird von 17 Prozent (siehe Infografik 6) als Grund für ihre jetzige Wahl genannt. Überzeugend war auch die schnelle und professionelle Abwicklung von Verwaltungsprozessen (13 Prozent, siehe Infografik 6). Die tatsächliche Auswirkung von Angeboten wie Apps für eine unkomplizierte Kommunikation

zwischen Agentur und Mitarbeitenden zeigt sich vor allem, wenn man die Gründe beleuchtet, aus denen eine Zeitarbeitsagentur gewechselt wird, was relativ häufig vorkommt (74 Prozent).

Mehr als ein Viertel (28 Prozent) haben sich einen neuen Personaldienstleister gesucht, weil ihnen keine digitalen Tools wie Apps zur Zeiterfassung angeboten wurden oder der Prozess zur Zeiterfassung zu schwierig war.

## Haben Sie die Zeitarbeitsagentur schon einmal gewechselt? (Einfachnennung)

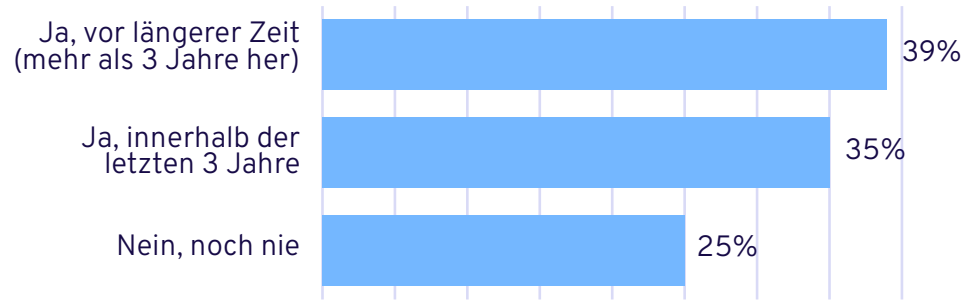


Abb. 10: Basis: Total (n=150); Alle befragten Zeitarbeitnehmenden

## Warum haben Sie Ihre Zeitarbeitsagentur gewechselt? (Mehrfachnennung)

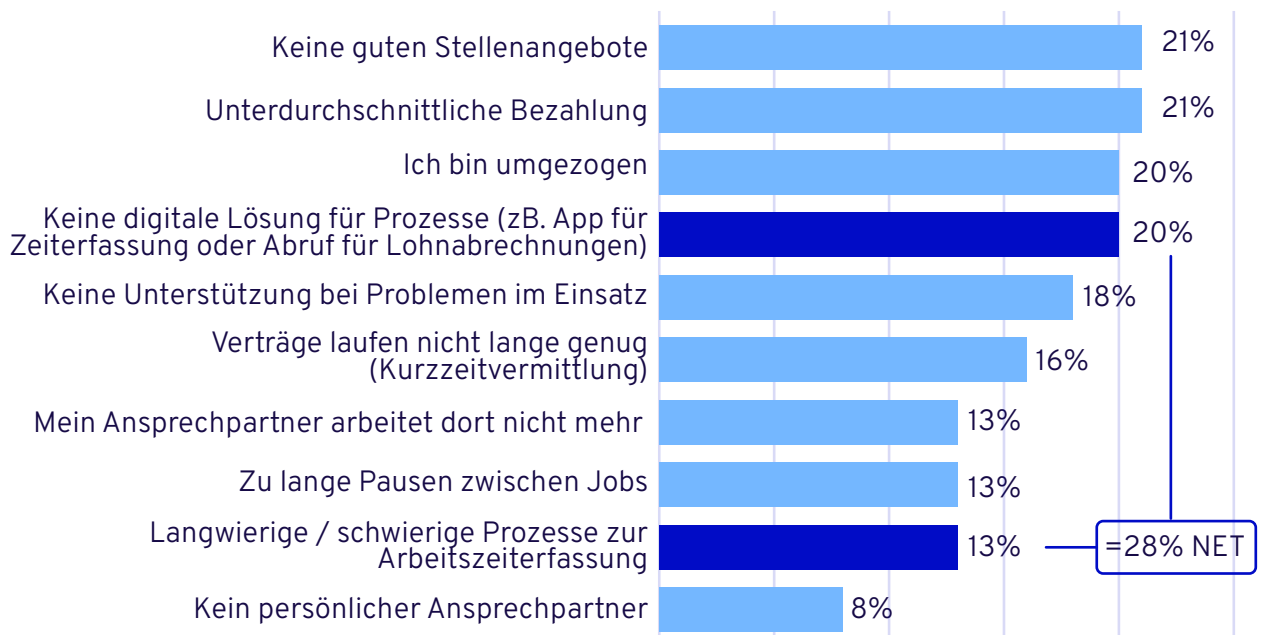


Abb. 11: Basis: Total (n=112); Alle befragten Zeitarbeitnehmenden, die angegeben haben, die Zeitarbeitsfirma gewechselt zu haben

Generell werden Angebote wie Portale und Apps immer wichtiger, vor allem bei einer Zielgruppe, die immer mehr aus sogenannten „digital natives“ besteht. Zeitarbeitnehmende wollen sich online bewerben (76 Prozent finden dies wichtig) und ihre Lohnabrechnungen online abrufen (74 Prozent). Die digitale Erfassung der Arbeitszeiten, zum Beispiel über eine App, wird von 76 Prozent als

wichtig gewertet. Auch die Zuweisung von Einsätzen soll für die Mehrheit gerne auf diesem Wege erfolgen (70 Prozent) (siehe Infografik 7). Im Kontext eines akuten Mangels an Fachkräften in der Zeitarbeit werden digitale Lösungen zu einem unerlässlichen Teil einer effektiven Strategie für die Rekrutierung und die Mitarbeiterbindung.

## 5. Digitalisierung bleibt der stärkste Branchentrend

Die Digitalisierung von Prozessen bleibt der größte Trend in der Branche der Personaldienstleistung (54 Prozent). Weitere aktuelle Trends sind die Nischenspezialisierung

(35 Prozent), Gesundheitsmanagement und Remote Work für Zeitarbeitskräfte (21 Prozent), Nachhaltigkeit (17 Prozent) sowie SaaS (Software as a Service) (14 Prozent).

### Was sind jetzt die wichtigsten Trends in Ihrer Branche? (Mehrfachnennung)

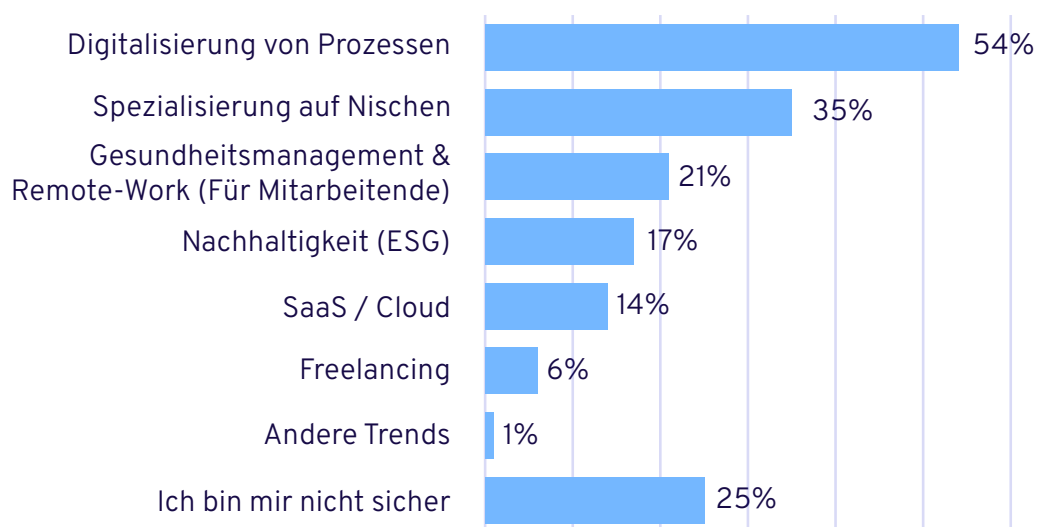


Abb. 12: Basis: Total (n=337), Alle befragten Unternehmensvertretenden

Über die wichtigsten Trends in der Branche auf dem Laufenden zu bleiben, ist für viele Personaldienstleister schwierig (40 Prozent), obwohl Quellen wie der GVP (Gesamtverband der Personaldienstleister) von 75 Prozent

genutzt werden. Soziale Medien wie LinkedIn (56 Prozent) und persönliche Netzwerke (53 Prozent) spielen ebenfalls eine wichtige Rolle als Informationsquellen.

## Der Mangel an Fachkräften bleibt die größte Herausforderung für Personaldienstleister

Die aktuell größte Herausforderung für Personaldienstleister ist die Rekrutierung von Mitarbeitenden (52 Prozent).

Für zwei Drittel (66 Prozent) ist der Mangel an Bewerbenden ein ernst-

haftes Problem, bei fast allen Unternehmen (91 Prozent) fehlen Mitarbeitende, vor allem Fachkräfte für den externen Einsatz (67 Prozent des fehlenden Personals).

### Welche Faktoren (wenn überhaupt) sehen Sie als ernsthafte Herausforderung für Ihr Unternehmen in den nächsten 12 Monaten? Bitte wählen sie die DREI wichtigsten Herausforderungen für Ihr Unternehmen. (Mehrfachnennung)

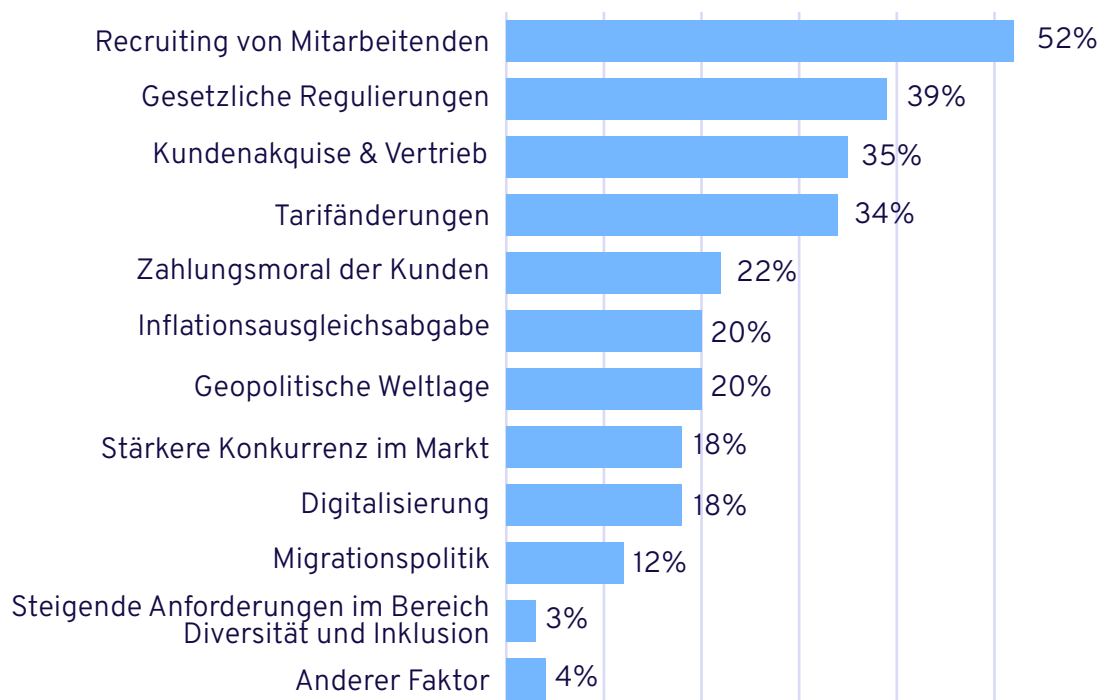


Abb. 13: Basis: Total (n=337); Alle befragten Unternehmensvertretenden

## Wie stark ist Ihr Unternehmen von Bewerbermangel betroffen? (Einfachnennung)

### Bewerbermangel ist...

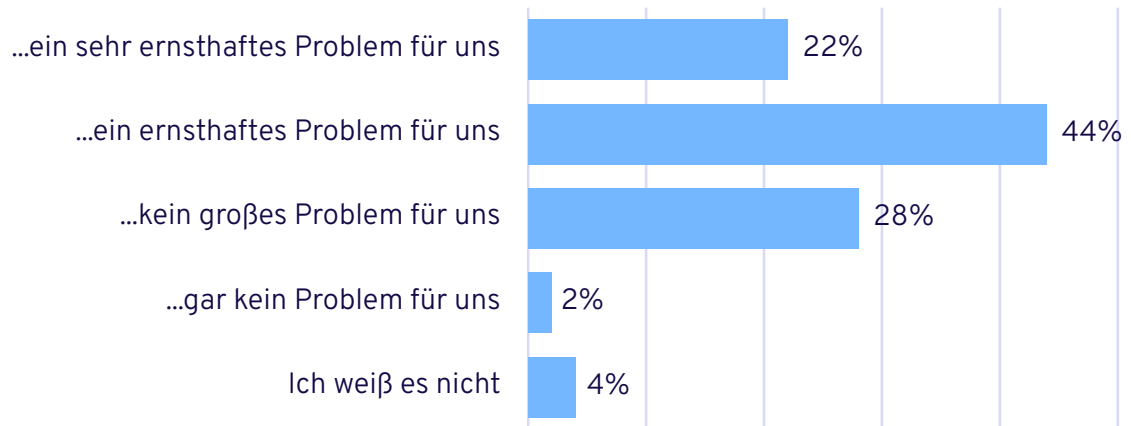


Abb. 14a: Basis: Total (n=337); Alle befragten Unternehmensvertretenden

## Welche Mitarbeitende fehlen vor allem? (Einfachnennung)

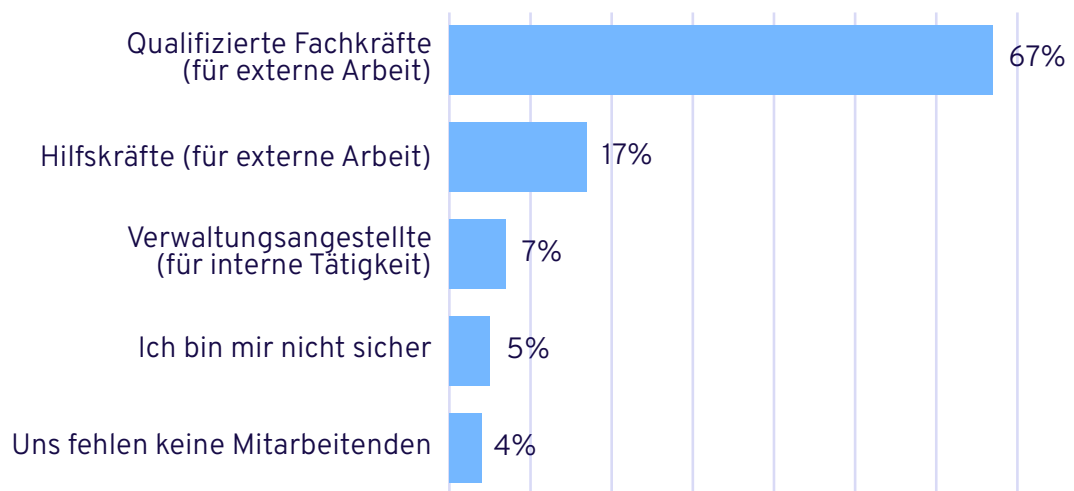


Abb. 14b: Basis: Total (n=337); Alle befragten Unternehmensvertretenden

Trotzdem steigern nur 21 Prozent ihr Budget für das Recruiting in 2024, die Mehrheit verlässt sich vor allem auf kostenfreie Jobportale (81 Prozent) und Posts auf Social Media (72 Prozent).

Gesetzliche Regulierungen (39 Prozent), Kundenakquise und Vertrieb (35 Prozent) sowie Tarifänderungen (34 Prozent) stellen ebenfalls hohe Anforderungen an Unternehmen.

Die Herausforderungen sind also groß. Der Druck steigt in vielen Fällen zusätzlich dadurch, dass der Cashflow unter der Zahlungsmoral von Kunden leidet (22 Prozent), die Inflationsausgleichsabgabe höhere Ausgaben mit sich bringt (20 Prozent) und stärkere Konkurrenz am Markt (18 Prozent) herrscht (siehe Infografik 13).

## **Die Digitalisierung wird vor allem von internen Gegebenheiten behindert**

Obwohl nur 18 Prozent die Digitalisierung als Herausforderung einordnen, beschreiben weniger als ein Viertel (23 Prozent) ihren jetzigen Stand als „sehr gut digitalisiert“ – und das, obwohl hier großes Potential für die Kostensenkung und das Abmildern des Bewerbermangels besteht.

Vor allem die größeren Unternehmen mit mehr als 5 Millionen Euro Jahresumsatz schreiben der Digitalisierung sehr hohe Priorität zu (86 Prozent), aber nur 17 Prozent schätzen den

jetzigen Stand ihrer eigenen digitalen Transformation als sehr gut ein.

Bestehende Prozesse sind eher ein Hindernis (genannt von 55 Prozent) statt einer guten Basis für eine digitale Transformation. Auch die Bereitschaft der Mitarbeitenden lässt offenbar zu wünschen übrig (48 Prozent), es fehlt an Know-how (47 Prozent) und internen Kapazitäten für eine Umsetzung (45 Prozent).

### In welchen Bereichen muss sich am Meisten ändern, damit Digitalisierung erfolgreich sein kann? (Mehrfachnennung)

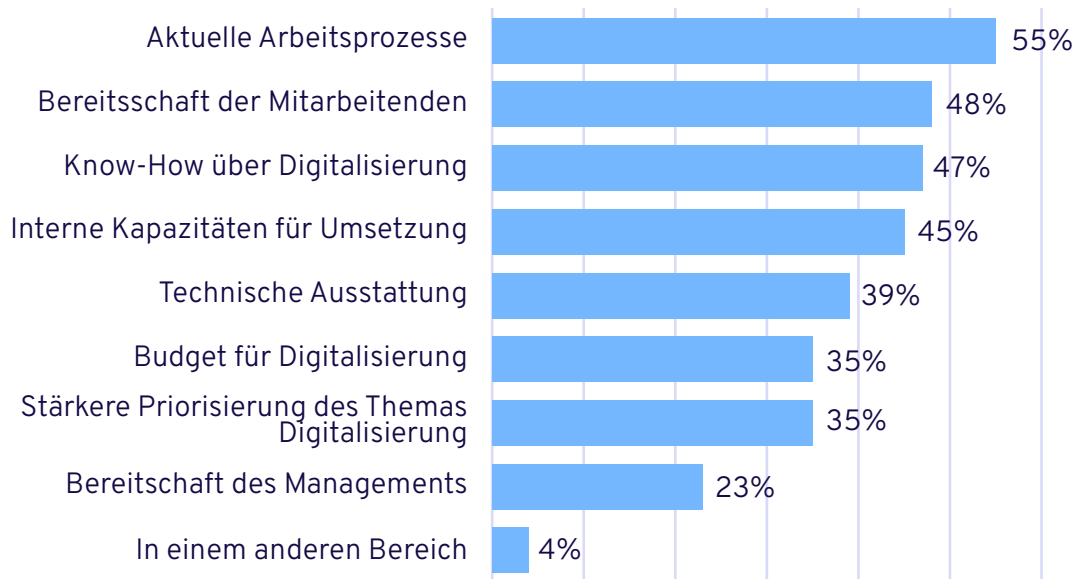


Abb. 15: Basis: Total (n=337); Alle befragten Unternehmensvertretenden

Die Bereitschaft der Mitarbeitenden, bei der Unternehmensdigitalisierung mitzuwirken, wird vor allem in den größten Unternehmen mit mehr als 10 Millionen Euro als ein Hindernis

gesehen (58 Prozent). Auch stehen hier am wenigsten Kapazitäten für die Umsetzung zur Verfügung (56 Prozent sehen dies als Schwierigkeit).

## Sie wollen noch mehr Ergebnisse des Industry Pulse 2024 erhalten?

Dann freuen Sie sich jetzt schon auf den detaillierten Studienreport – demnächst als Whitepaper auf [zvoove.de](https://zvoove.de)



**zvoove Group GmbH**  
 von-Humboldt-Str. 2  
 49835 Wietmarschen-Lohne  
 Deutschland

**Tel.:** +49 5908 938-0  
**E-Mail:** [press@zvoove.de](mailto:press@zvoove.de)  
**Internet:** [zvoove.com](https://zvoove.com)

Copyright © 2024. zvoove Group GmbH