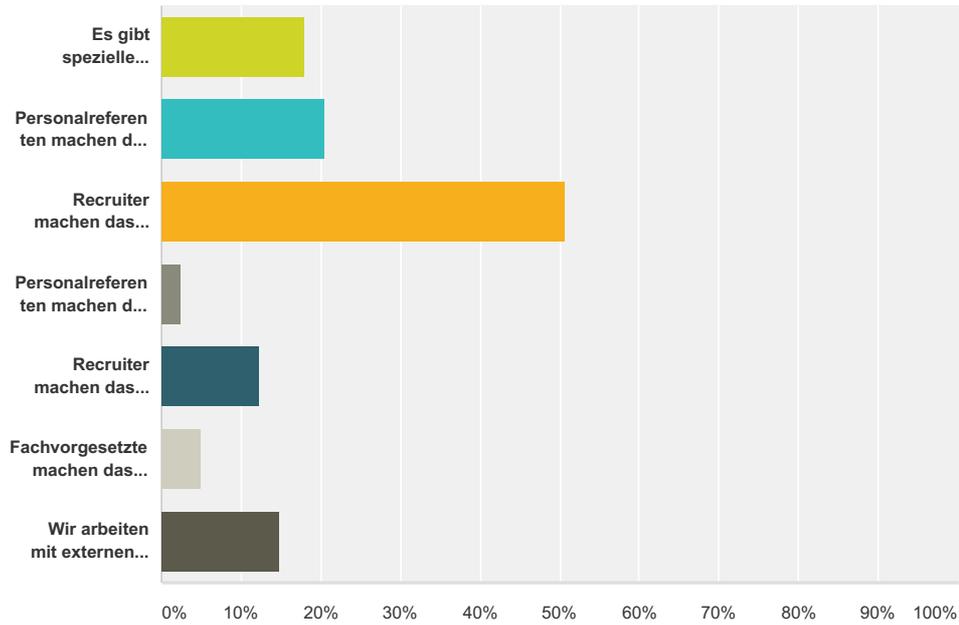


### Q5 Wie ist das Active Sourcing bei Ihnen im Unternehmen organisiert?

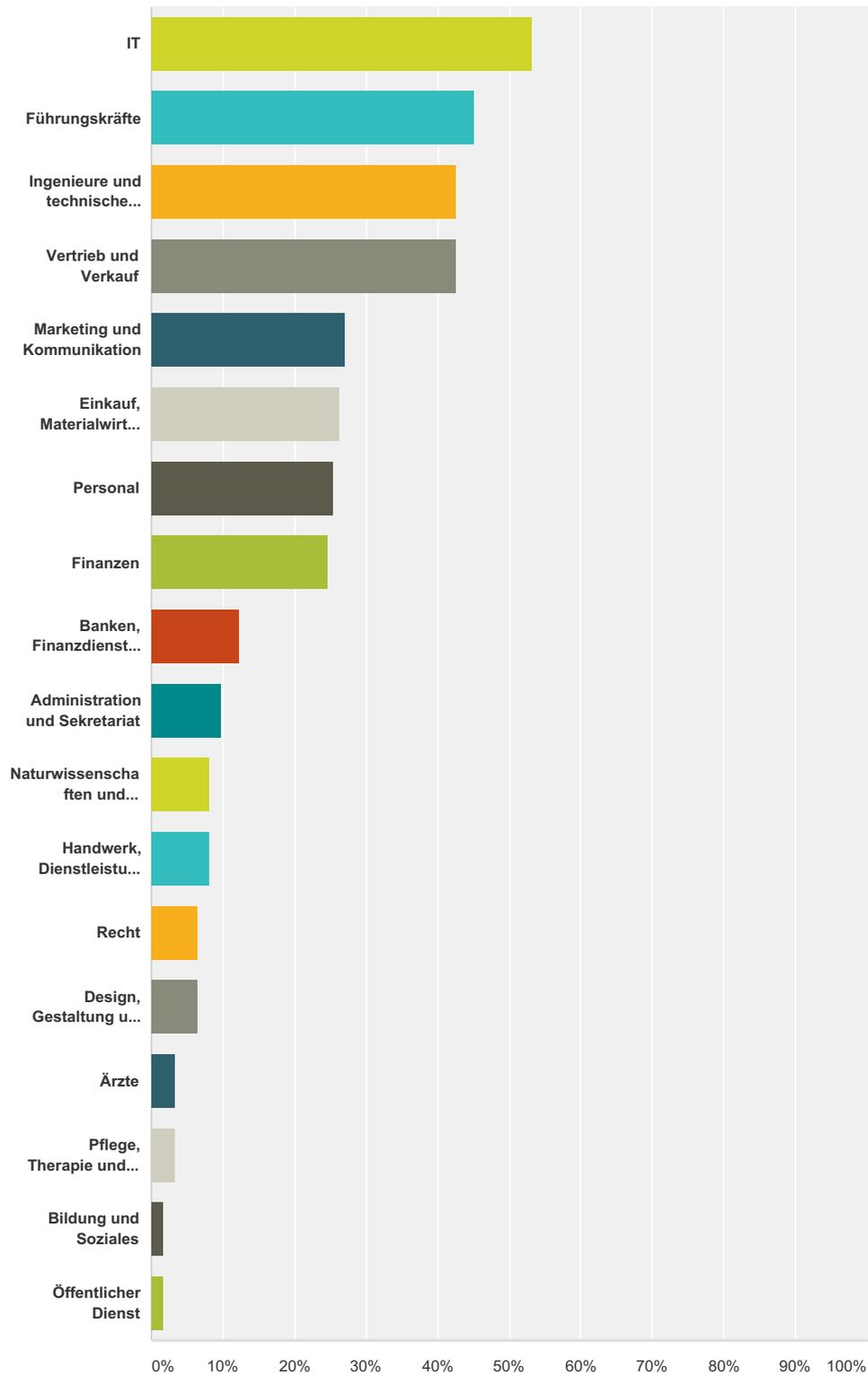
Beantwortet: 122 Übersprungen: 0



Antwortoptionen	Beantwortungen
Es gibt spezielle Active Sourcer, die hauptsächlich Active Sourcing machen	18,03% 22
Personalreferenten machen das Active Sourcing als Teil ihrer sonstigen Tätigkeit mit	20,49% 25
Recruiter machen das Active Sourcing als Teil ihrer sonstigen Tätigkeit mit	50,82% 62
Personalreferenten machen das Active Sourcing zusammen mit speziellen Active Sourcern	2,46% 3
Recruiter machen das Active Sourcing zusammen mit speziellen Active Sourcern	12,30% 15
Fachvorgesetzte machen das Active Sourcing zusammen mit speziellen Active Sourcern	4,92% 6
Wir arbeiten mit externen Active Sourcern zusammen	14,75% 18
<b>Befragte gesamt: 122</b>	

**Q6 Bitte wählen Sie funktionalen Tätigkeitsfelder, für die Sie persönlich Active Sourcing betreiben**

Beantwortet: 122 Übersprungen: 0



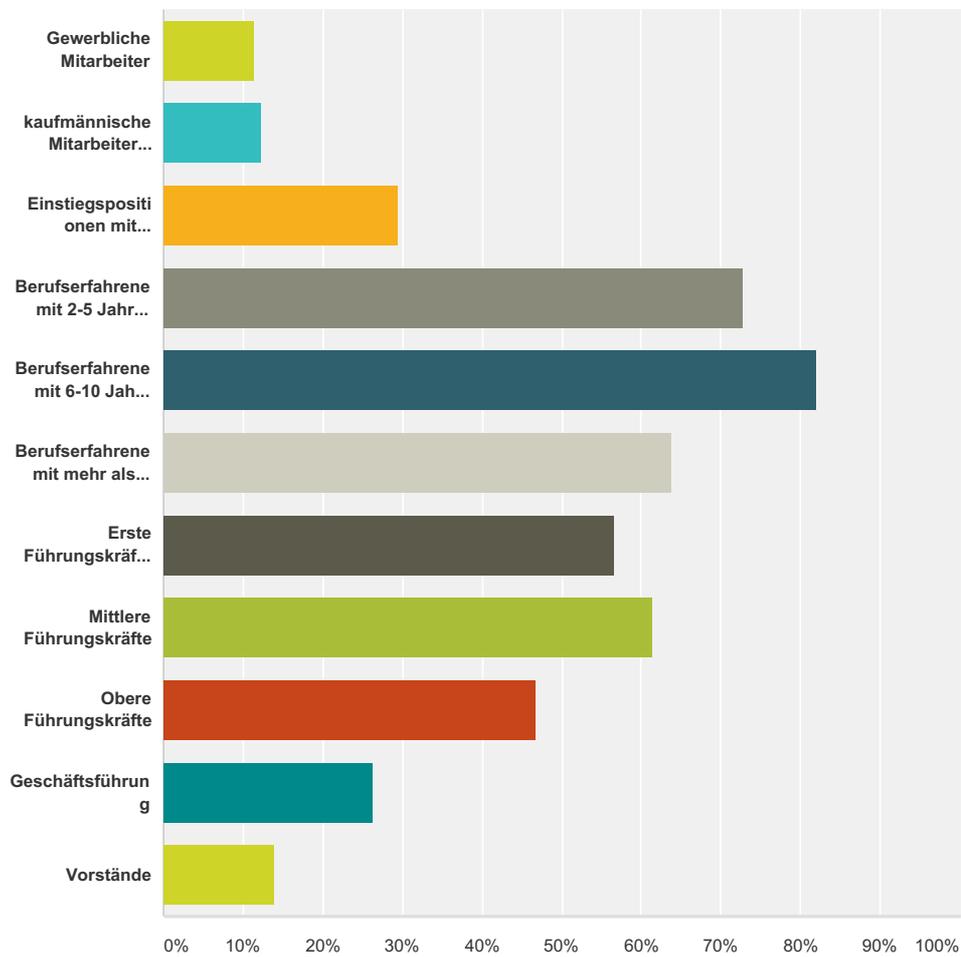
Antwortoptionen	Beantwortungen
IT	53,28% 65
Führungskräfte	45,08% 55

## Active Sourcing Check

Ingenieure und technische Berufe	42,62%	52
Vertrieb und Verkauf	42,62%	52
Marketing und Kommunikation	27,05%	33
Einkauf, Materialwirtschaft und Logistik	26,23%	32
Personal	25,41%	31
Finanzen	24,59%	30
Banken, Finanzdienstleister und Versicherungen	12,30%	15
Administration und Sekretariat	9,84%	12
Naturwissenschaften und Forschung	8,20%	10
Handwerk, Dienstleistung und Fertigung	8,20%	10
Recht	6,56%	8
Design, Gestaltung und Architektur	6,56%	8
Ärzte	3,28%	4
Pflege, Therapie und Assistenz	3,28%	4
Bildung und Soziales	1,64%	2
Öffentlicher Dienst	1,64%	2
<b>Befragte gesamt: 122</b>		

**Q7 Bitte geben Sie die hierarchischen Ebenen an, für die Sie persönlich Active Sourcing betreiben**

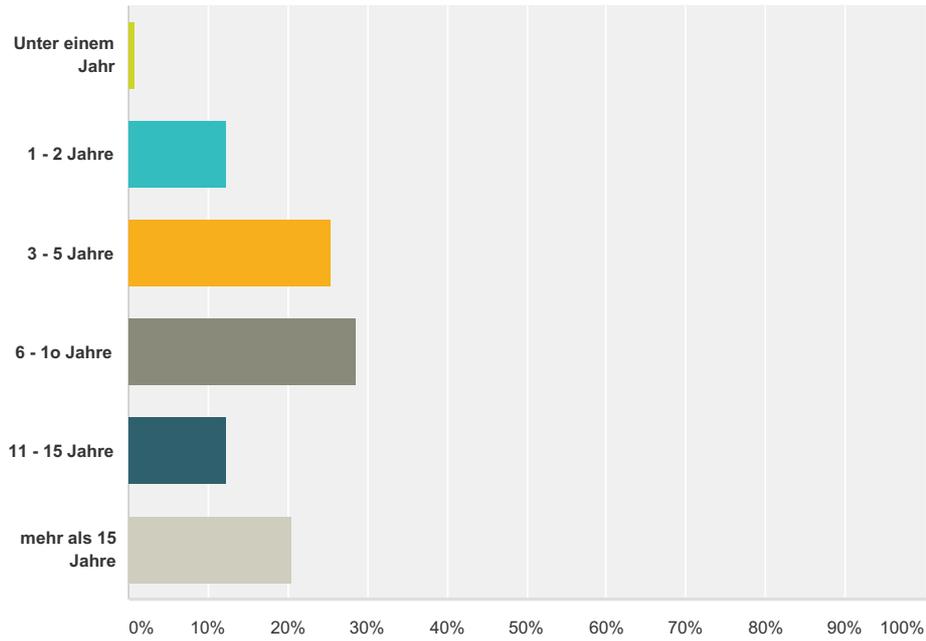
Beantwortet: 122 Übersprungen: 0



Antwortoptionen	Beantwortungen
Gewerbliche Mitarbeiter	11,48% 14
kaufmännische Mitarbeiter ohne Studium	12,30% 15
Einstiegspositionen mit Studium	29,51% 36
Berufserfahrene mit 2-5 Jahren Berufserfahrung	72,95% 89
Berufserfahrene mit 6-10 Jahren Berufserfahrung	81,97% 100
Berufserfahrene mit mehr als 10 Jahren Berufserfahrung	63,93% 78
Erste Führungskräfte (Teamleiter etc)	56,56% 69
Mittlere Führungskräfte	61,48% 75
Obere Führungskräfte	46,72% 57
Geschäftsführung	26,23% 32
Vorstände	13,93% 17
<b>Befragte gesamt: 122</b>	

**Q8 Bitte geben Sie Ihre gesamte Erfahrung im Recruiting an.**

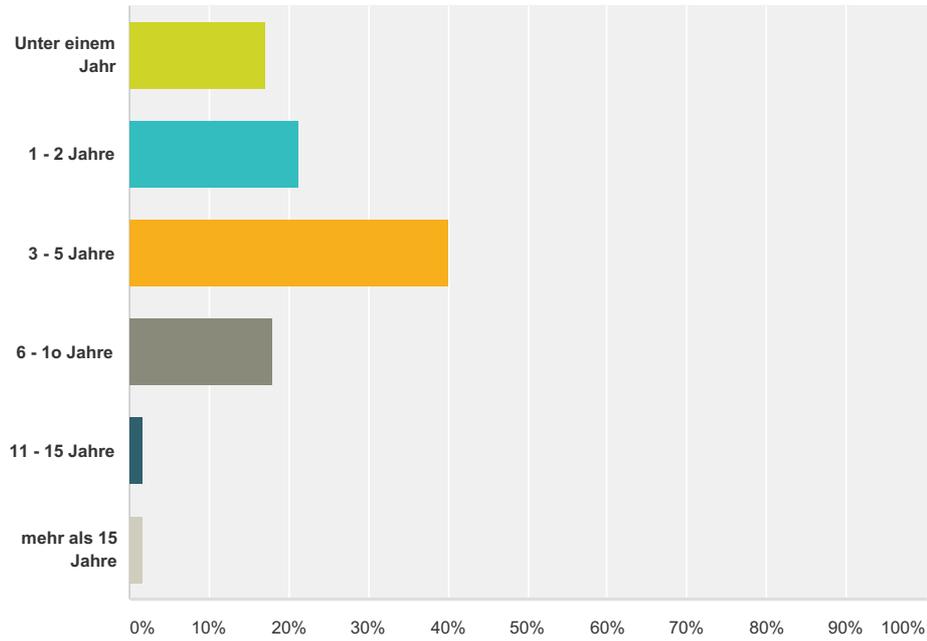
Beantwortet: 122 Übersprungen: 0



Antwortoptionen	Beantwortungen
Unter einem Jahr	0,82% 1
1 - 2 Jahre	12,30% 15
3 - 5 Jahre	25,41% 31
6 - 10 Jahre	28,69% 35
11 - 15 Jahre	12,30% 15
mehr als 15 Jahre	20,49% 25
<b>Gesamt</b>	<b>122</b>

**Q9 Bitte geben Sie Ihre gesamte Erfahrung mit Active Sourcing an.**

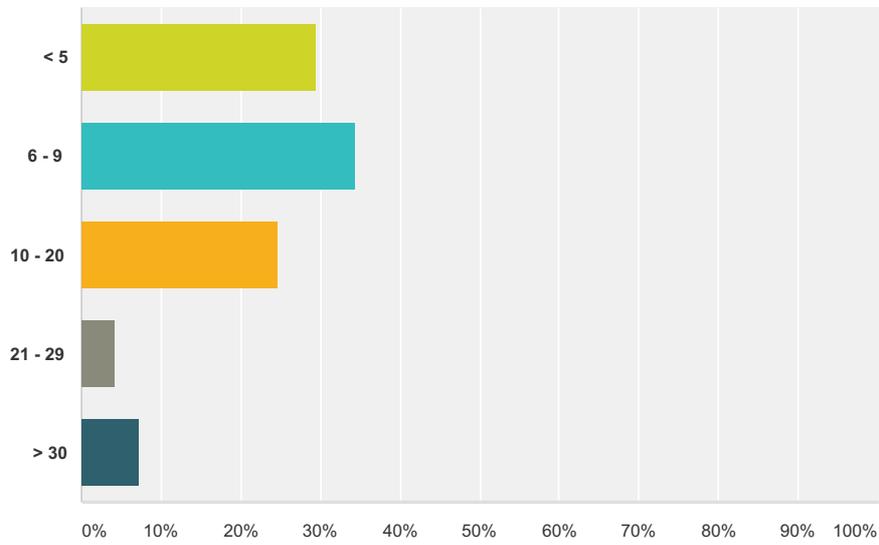
Beantwortet: 122 Übersprungen: 0



Antwortoptionen	Beantwortungen
Unter einem Jahr	17,21% 21
1 - 2 Jahre	21,31% 26
3 - 5 Jahre	40,16% 49
6 - 10 Jahre	18,03% 22
11 - 15 Jahre	1,64% 2
mehr als 15 Jahre	1,64% 2
<b>Gesamt</b>	<b>122</b>

**Q11 Bitte geben Sie die Anzahl der  
Vakanzen an, an denen Sie typischerweise  
parallel arbeiten.**

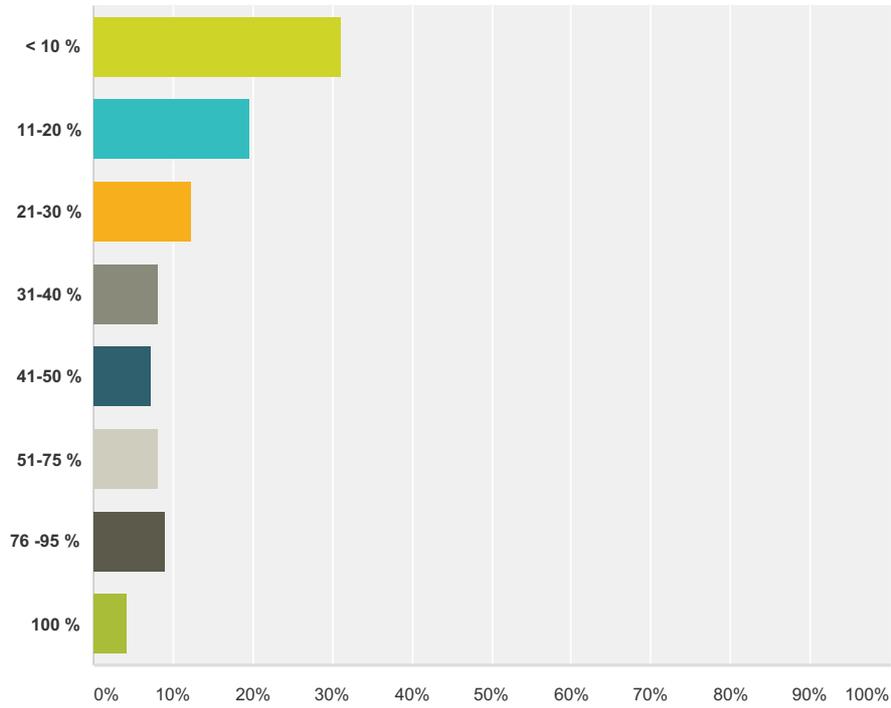
Beantwortet: 122 Übersprungen: 0



Antwortoptionen	Beantwortungen
< 5	29,51% 36
6 - 9	34,43% 42
10 - 20	24,59% 30
21 - 29	4,10% 5
> 30	7,38% 9
<b>Gesamt</b>	<b>122</b>

### Q15 Wie hoch ist der Anteil des Active Sourcing an Ihrer Tätigkeit?

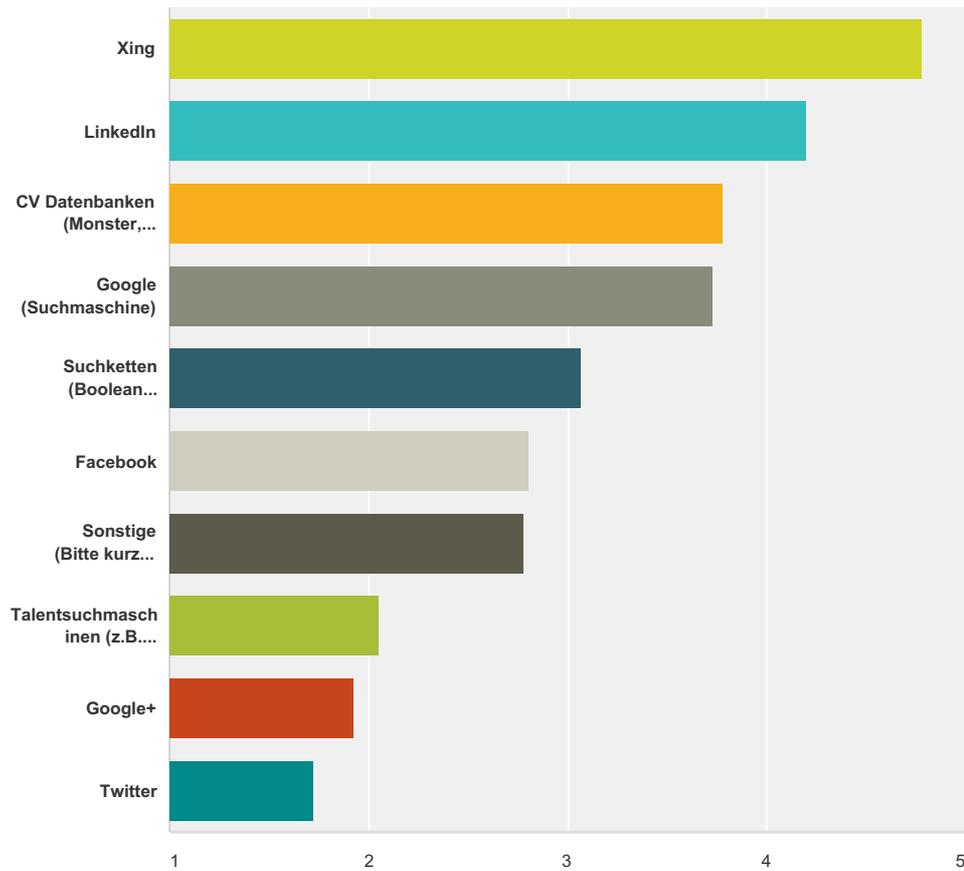
Beantwortet: 122 Übersprungen: 0



Antwortoptionen	Beantwortungen
< 10 %	31,15% 38
11-20 %	19,67% 24
21-30 %	12,30% 15
31-40 %	8,20% 10
41-50 %	7,38% 9
51-75 %	8,20% 10
76 -95 %	9,02% 11
100 %	4,10% 5
<b>Gesamt</b>	<b>122</b>

## Q19 Mit welchen aktiven Suchmöglichkeiten und Tools sind Sie vertraut?

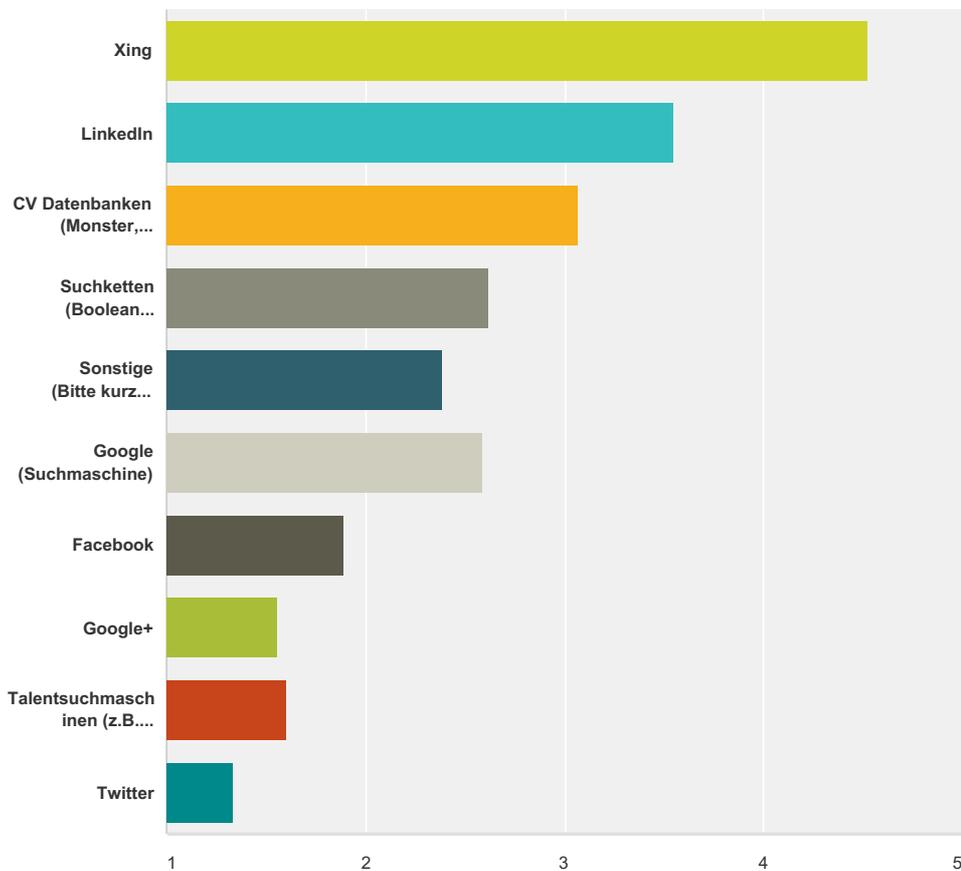
Beantwortet: 93 Übersprungen: 29



	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils/teils zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu	k.A.	Gesamt	Gewichteter Mittelwert
Xing	1,09% 1	2,17% 2	2,17% 2	6,52% 6	86,96% 80	1,09% 1	92	4,78
LinkedIn	3,23% 3	6,45% 6	11,83% 11	23,66% 22	53,76% 50	1,08% 1	93	4,20
CV Datenbanken (Monster, Stepstone, Experteer, Karriere.at etc.)	11,96% 11	7,61% 7	13,04% 12	23,91% 22	42,39% 39	1,09% 1	92	3,78
Google (Suchmaschine)	9,89% 9	7,69% 7	17,58% 16	26,37% 24	36,26% 33	2,20% 2	91	3,73
Suchketten (Boolean Searches)	31,87% 29	6,59% 6	10,99% 10	15,38% 14	30,77% 28	4,40% 4	91	3,07
Facebook	25,27% 23	15,38% 14	26,37% 24	15,38% 14	15,38% 14	2,20% 2	91	2,80
Sonstige (Bitte kurz erläutern)	20,93% 9	2,33% 1	0,00% 0	2,33% 1	16,28% 7	58,14% 25	43	2,78
Talentsuchmaschinen (z.B. Talentbin, Openweb, Talentwunder, Search)	46,07% 41	22,47% 20	15,73% 14	5,62% 5	7,87% 7	2,25% 2	89	2,05
Google+	47,13% 41	22,99% 20	17,24% 15	8,05% 7	2,30% 2	2,30% 2	87	1,93
Twitter	58,62% 51	18,39% 16	11,49% 10	3,45% 3	4,60% 4	3,45% 3	87	1,73

## Q20 Mit welchen Suchmöglichkeiten und Tools beginnen Sie üblicherweise Ihre Active Sourcing Aktivitäten?

Beantwortet: 92 Übersprungen: 30

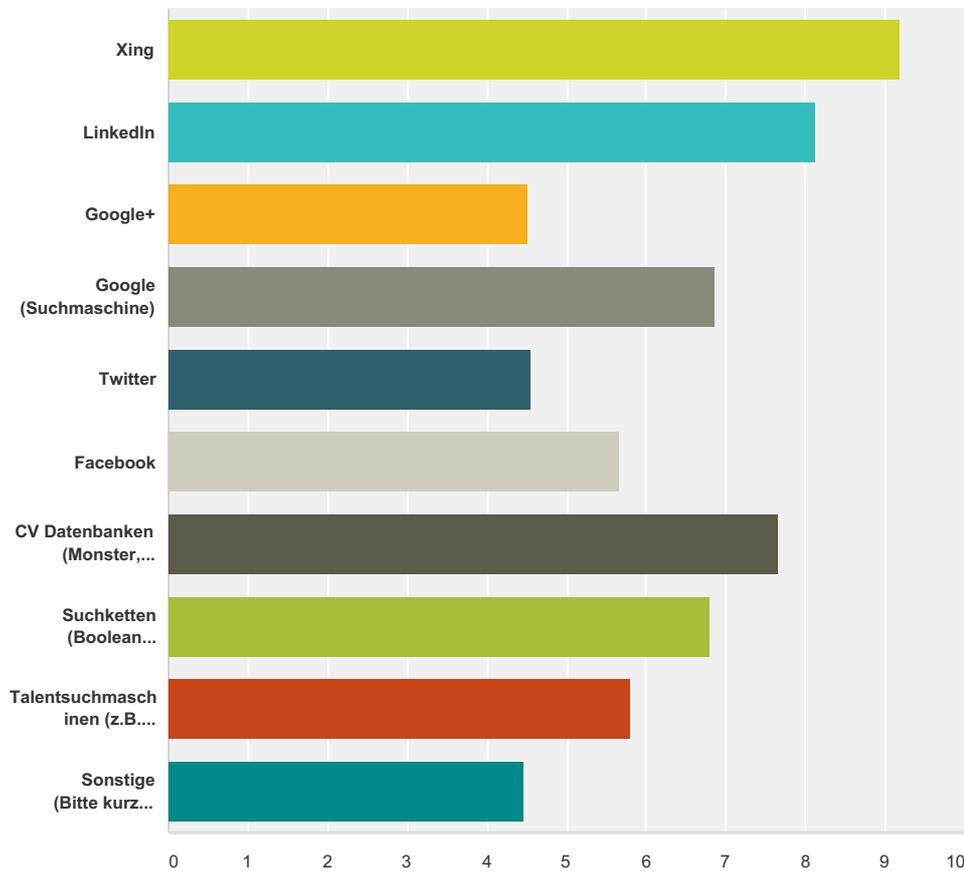


	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils/teils zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu	Befragte gesamt
Xing	3,30% 3	2,20% 2	5,49% 5	17,58% 16	71,43% 65	91
LinkedIn	15,48% 13	9,52% 8	23,81% 20	13,10% 11	39,29% 33	84
CV Datenbanken (Monster, Stepstone, Experteer, Karriere.at etc)	20,93% 18	16,28% 14	17,44% 15	25,58% 22	19,77% 17	86
Suchketten (Boolean Searches)	41,98% 34	11,11% 9	13,58% 11	16,05% 13	18,52% 15	81
Sonstige (Bitte kurz erläutern)	61,36% 27	0,00% 0	6,82% 3	2,27% 1	29,55% 13	44
Google (Suchmaschine)	33,33% 27	14,81% 12	20,99% 17	20,99% 17	9,88% 8	81
Facebook	50,60% 42	21,69% 18	19,28% 16	4,82% 4	3,61% 3	83
Google+	67,50% 54	18,75% 15	11,25% 9	1,25% 1	2,50% 2	80
Talentsuchmaschinen (z.B. Talentbin, Openweb, Talentwunder, Search!)	64,10% 50	20,51% 16	8,97% 7	3,85% 3	2,56% 2	78
Twitter	79,27% 65	12,20% 10	6,10% 5	1,22% 1	1,22% 1	82

## Active Sourcing Check

**Q21 Welches der Netzwerke bzw. Suchmöglichkeiten liefert für Sie persönlich die besten Recruiting Ergebnisse beim Active Sourcing? Bitte vergeben Sie Rangplätze (1 = bestes Ergebnis, 9 = schlechtestes Ergebnis)**

Beantwortet: 94 Übersprungen: 28



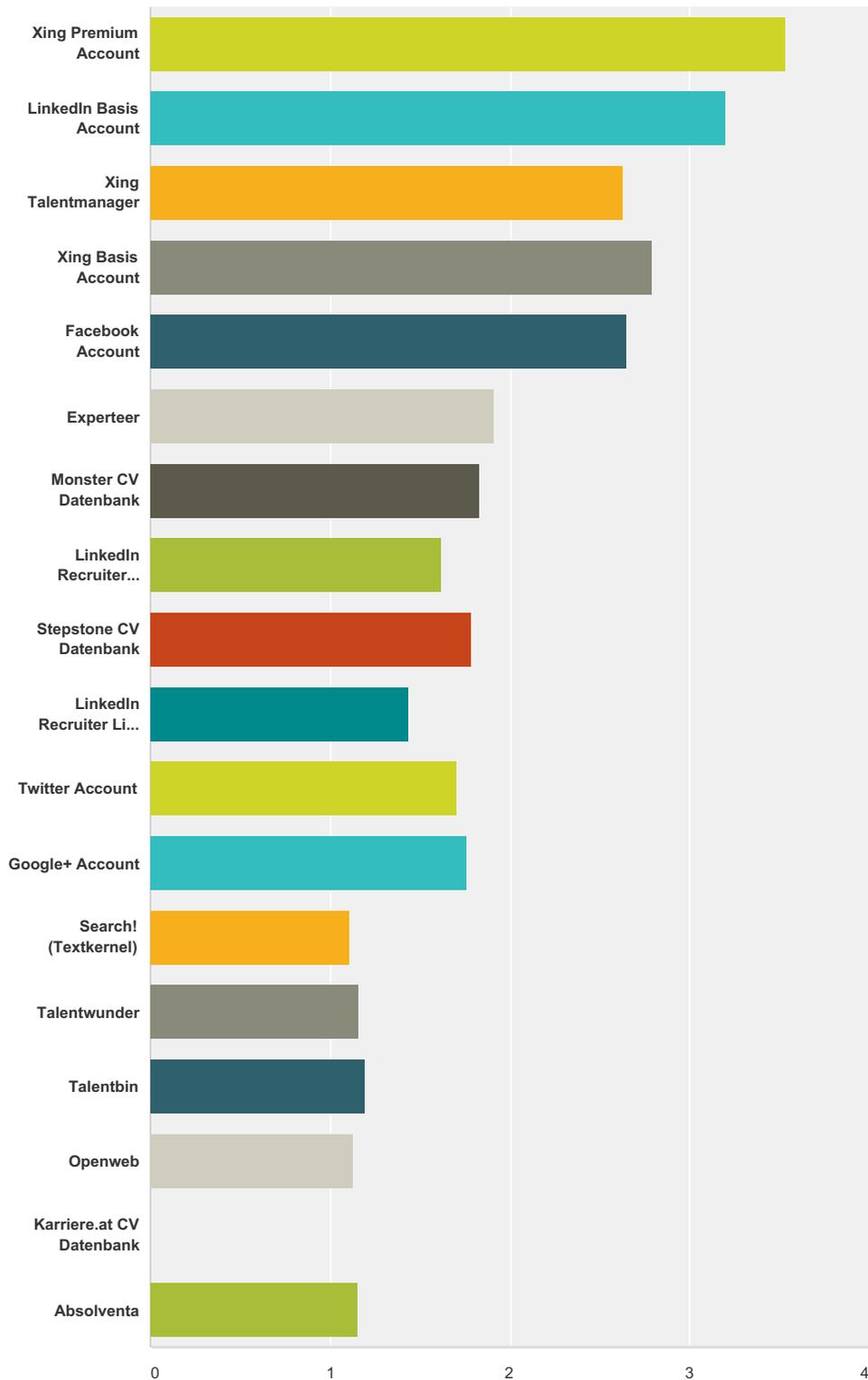
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	k.A.	Gesamt	Bewertung
Xing	59,57% 56	18,09% 17	3,19% 3	2,13% 2	1,06% 1	2,13% 2	2,13% 2	2,13% 2	0,00% 0	0,00% 0	9,57% 9	94	9,19
LinkedIn	10,64% 10	25,53% 24	30,85% 29	5,32% 5	3,19% 3	2,13% 2	2,13% 2	2,13% 2	0,00% 0	0,00% 0	18,09% 17	94	8,12
Google+	1,06% 1	2,13% 2	2,13% 2	1,06% 1	7,45% 7	4,26% 4	6,38% 6	4,26% 4	11,70% 11	0,00% 0	59,57% 56	94	4,50
Google (Suchmaschine)	0,00% 0	9,57% 9	17,02% 16	13,83% 13	13,83% 13	6,38% 6	3,19% 3	2,13% 2	0,00% 0	0,00% 0	34,04% 32	94	6,87
Twitter	1,06% 1	1,06% 1	2,13% 2	2,13% 2	2,13% 2	6,38% 6	3,19% 3	7,45% 7	3,19% 3	2,13% 2	69,15% 65	94	4,55
Facebook	1,06% 1	1,06% 1	5,32% 5	11,70% 11	12,77% 12	7,45% 7	5,32% 5	7,45% 7	2,13% 2	0,00% 0	45,74% 43	94	5,65
CV Datenbanken (Monster, Stepstone, Experteer, Karriere.at etc.)	9,57% 9	18,09% 17	10,64% 10	19,15% 18	5,32% 5	6,38% 6	3,19% 3	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	27,66% 26	94	7,66
Suchketten (Boolean Searches)	3,19% 3	10,64% 10	8,51% 8	12,77% 12	10,64% 10	4,26% 4	2,13% 2	1,06% 1	4,26% 4	0,00% 0	42,55% 40	94	6,80

## Active Sourcing Check

Talentsuchmaschinen (z.B. Talentbin, Openweb, Talentwunder, Search!)	<b>2,13%</b> 2	<b>1,06%</b> 1	<b>6,38%</b> 6	<b>6,38%</b> 6	<b>5,32%</b> 5	<b>6,38%</b> 6	<b>5,32%</b> 5	<b>4,26%</b> 4	<b>2,13%</b> 2	<b>0,00%</b> 0	<b>60,64%</b> 57	94	5,81
Sonstige (Bitte kurz erläutern)	<b>4,26%</b> 4	<b>1,06%</b> 1	<b>0,00%</b> 0	<b>3,19%</b> 3	<b>2,13%</b> 2	<b>3,19%</b> 3	<b>3,19%</b> 3	<b>1,06%</b> 1	<b>2,13%</b> 2	<b>9,57%</b> 9	<b>70,21%</b> 66	94	4,46

**Q22 Bitte geben Sie an, zu welchen Sozialen Netzwerken oder Quellen Sie Zugang haben**

Beantwortet: 93 Übersprungen: 29



	Zugang nicht vorhanden	Konto vorhanden, wird aber nicht oder kaum genutzt	Konto vorhanden, wird noch zu wenig genutzt	Konto vorhanden, wird regelmäßig genutzt	Gesamt
Xing Premium Account	12,09% 11	3,30% 3	4,40% 4	80,22% 73	91
LinkedIn Basis Account	10,34% 9	16,09% 14	17,24% 15	56,32% 49	87

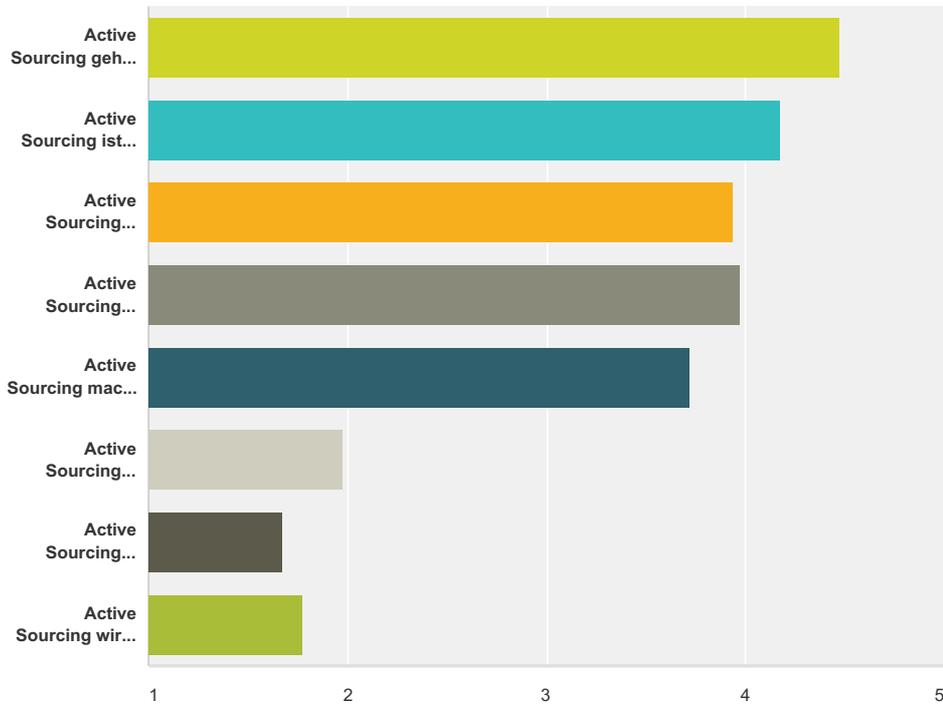
## Active Sourcing Check

Xing Talentmanager	<b>43,02%</b> 37	<b>1,16%</b> 1	<b>5,81%</b> 5	<b>50,00%</b> 43	86
Xing Basis Account	<b>31,75%</b> 20	<b>9,52%</b> 6	<b>6,35%</b> 4	<b>52,38%</b> 33	63
Facebook Account	<b>17,86%</b> 15	<b>29,76%</b> 25	<b>21,43%</b> 18	<b>30,95%</b> 26	84
Experteer	<b>55,17%</b> 48	<b>18,39%</b> 16	<b>6,90%</b> 6	<b>19,54%</b> 17	87
Monster CV Datenbank	<b>57,95%</b> 51	<b>17,05%</b> 15	<b>9,09%</b> 8	<b>15,91%</b> 14	88
LinkedIn Recruiter (Corporate) Account	<b>75,64%</b> 59	<b>2,56%</b> 2	<b>6,41%</b> 5	<b>15,38%</b> 12	78
Stepstone CV Datenbank	<b>58,62%</b> 51	<b>16,09%</b> 14	<b>12,64%</b> 11	<b>12,64%</b> 11	87
LinkedIn Recruiter Lite Account	<b>82,05%</b> 64	<b>2,56%</b> 2	<b>5,13%</b> 4	<b>10,26%</b> 8	78
Twitter Account	<b>59,04%</b> 49	<b>21,69%</b> 18	<b>9,64%</b> 8	<b>9,64%</b> 8	83
Google+ Account	<b>52,38%</b> 44	<b>26,19%</b> 22	<b>14,29%</b> 12	<b>7,14%</b> 6	84
Search! (Textkernel)	<b>92,68%</b> 76	<b>4,88%</b> 4	<b>1,22%</b> 1	<b>1,22%</b> 1	82
Talentwunder	<b>87,95%</b> 73	<b>8,43%</b> 7	<b>3,61%</b> 3	<b>0,00%</b> 0	83
Talentbin	<b>87,06%</b> 74	<b>7,06%</b> 6	<b>5,88%</b> 5	<b>0,00%</b> 0	85
Openweb	<b>90,24%</b> 74	<b>6,10%</b> 5	<b>3,66%</b> 3	<b>0,00%</b> 0	82
Karriere.at CV Datenbank	<b>0,00%</b> 0	<b>0,00%</b> 0	<b>0,00%</b> 0	<b>0,00%</b> 0	0
Absolventa	<b>87,80%</b> 72	<b>9,76%</b> 8	<b>2,44%</b> 2	<b>0,00%</b> 0	82

## Active Sourcing Check

### Q23 Einstellung zu Active Sourcing Active Sourcing kann sehr viel Arbeit machen und/oder auch viel Spaß machen. Welchen der folgenden Statements würden Sie persönlich zustimmen?

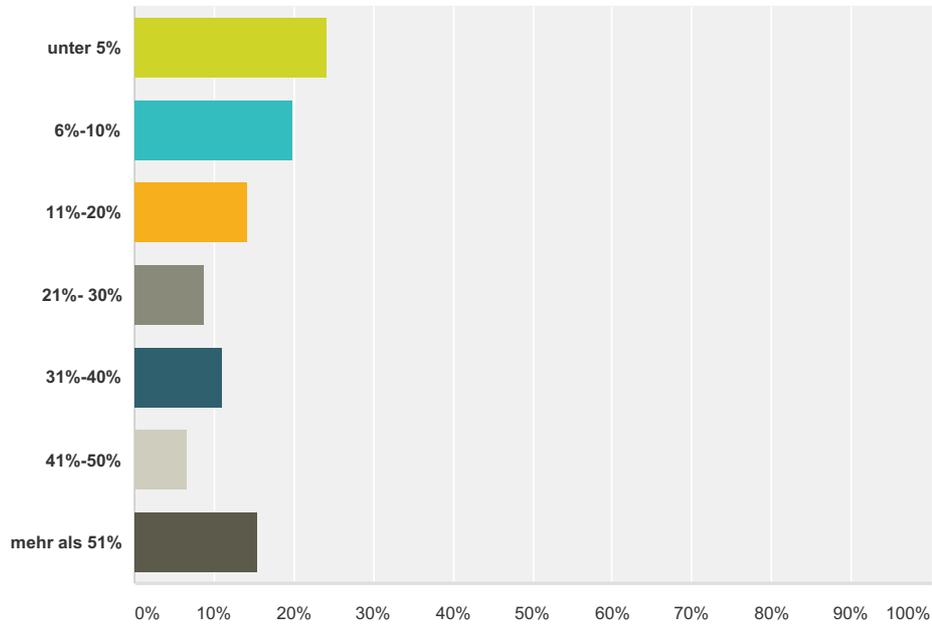
Beantwortet: 94 Übersprungen: 28



	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils/teils zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu	Befragte gesamt
Active Sourcing gehört definitiv die Zukunft im Recruiting	2,15% 2	3,23% 3	7,53% 7	24,73% 23	63,44% 59	93
Active Sourcing ist ein integraler Bestandteil meiner Personalbeschaffungsaktivitäten	6,38% 6	7,45% 7	12,77% 12	14,89% 14	59,57% 56	94
Active Sourcing erleichtert mir die Stellenbesetzung	6,38% 6	6,38% 6	18,09% 17	30,85% 29	39,36% 37	94
Active Sourcing bedeutet viel Arbeit aber der Aufwand lohnt sich	5,38% 5	5,38% 5	18,28% 17	34,41% 32	37,63% 35	93
Active Sourcing macht mir viel Spaß	6,38% 6	7,45% 7	21,28% 20	37,23% 35	27,66% 26	94
Active Sourcing bedeutet viel Arbeit und ich weiß noch nicht, ob es sich wirklich lohnt	44,09% 41	29,03% 27	13,98% 13	10,75% 10	2,15% 2	93
Active Sourcing bedeutet zu viel Arbeit und ich glaub', ich werde zukünftig andere Quellen nutzen	52,13% 49	34,04% 32	8,51% 8	4,26% 4	1,06% 1	94
Active Sourcing wird deutlich überbewertet	45,16% 42	37,63% 35	10,75% 10	6,45% 6	0,00% 0	93

**Q24 Anteil durch Aktive Sourcing generierter Kandidaten Bitte geben Sie an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der von Ihnen proaktiv "gesourceten" Bewerbern an allen Bewerbern auf Ihre Stellen ist.**

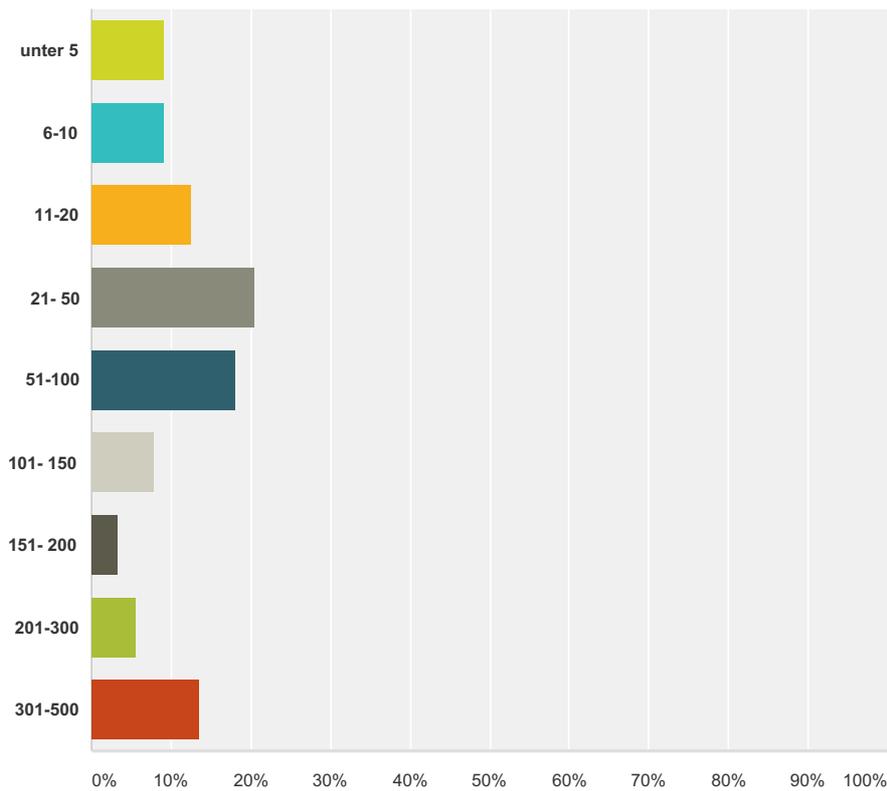
Beantwortet: 91 Übersprungen: 31



Antwortoptionen	Beantwortungen	
unter 5%	24,18%	22
6%-10%	19,78%	18
11%-20%	14,29%	13
21%- 30%	8,79%	8
31%-40%	10,99%	10
41%-50%	6,59%	6
mehr als 51%	15,38%	14
<b>Gesamt</b>		<b>91</b>

**Q25 Anzahl der identifizierten Profile**  
**Falls Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte die Anzahl der von Ihnen bei einer Suche identifizierten Kandidaten an. (Beispiel, Sie suchen in Xing nach potentiell passenden Kandidaten mit Hilfe von Schlüsselwörtern oder Suchketten und schauen sich die Anzahl der sich ergebenden Profile an, diese Anzahl geben Sie hier bitte an)**

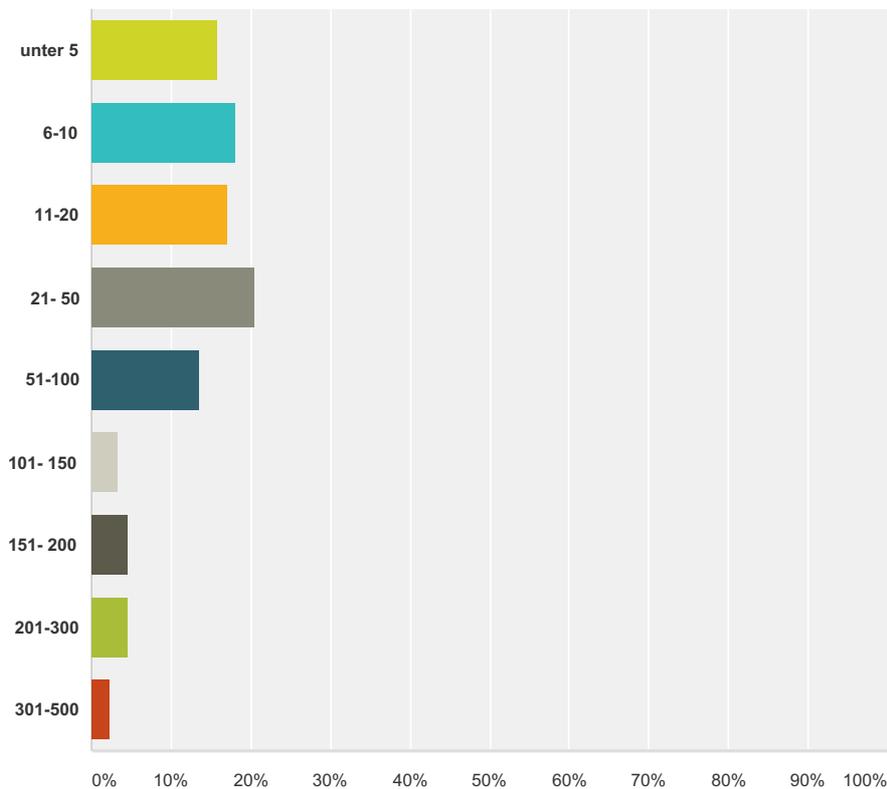
Beantwortet: 88 Übersprungen: 34



Antwortoptionen	Beantwortungen
unter 5	9,09% 8
6-10	9,09% 8
11-20	12,50% 11
21- 50	20,45% 18
51-100	18,18% 16
101- 150	7,95% 7
151- 200	3,41% 3
201-300	5,68% 5
301-500	13,64% 12
<b>Gesamt</b>	<b>88</b>

**Q26 Anzahl der angesprochenen Profile**  
**Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte die Anzahl der von Ihnen bei einer Suche tatsächlich angesprochenen Kandidaten an. (Beispiel, Sie suchen in Xing nach potentiell passenden Kandidaten mit Hilfe von Schlüsselwörtern oder Suchketten und schauen sich die Anzahl der sich ergebenden Profile an und sprechen davon eine gewisse Anzahl an)**

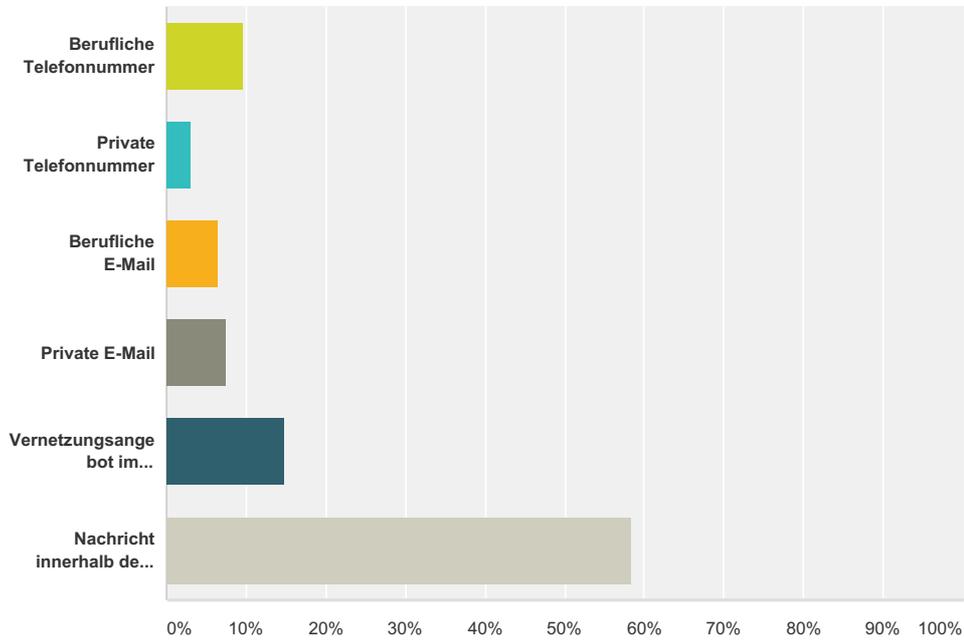
Beantwortet: 88 Übersprungen: 34



Antwortoptionen	Beantwortungen
unter 5	15,91% 14
6-10	18,18% 16
11-20	17,05% 15
21- 50	20,45% 18
51-100	13,64% 12
101- 150	3,41% 3
151- 200	4,55% 4
201-300	4,55% 4
301-500	2,27% 2
<b>Gesamt</b>	<b>88</b>

**Q27 Wege der Ansprache von potentiellen Kandidaten**  
**Bitte geben Sie hier an, welche Kommunikationswege Sie hauptsächlich für Ihre Ansprache der Kandidaten nutzen**

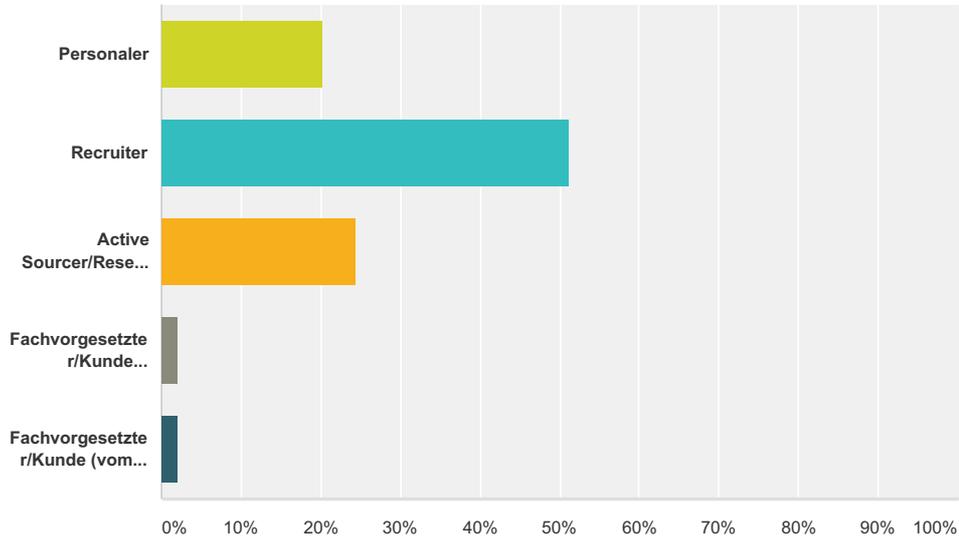
Beantwortet: 94 Übersprungen: 28



Antwortoptionen	Beantwortungen
Berufliche Telefonnummer	9,57% 9
Private Telefonnummer	3,19% 3
Berufliche E-Mail	6,38% 6
Private E-Mail	7,45% 7
Vernetzungsangebot im jeweiligen Netzwerk	14,89% 14
Nachricht innerhalb des Netzwerkes (z.B. Inmail bei LinkedIn, Nachricht in Xing)	58,51% 55
<b>Gesamt</b>	<b>94</b>

**Q28 Absender der Ansprache an potentiellen Kandidaten**  
**Bitte geben Sie hier an, wer die Ansprache in Ihrem Unternehmen an die potentiellen Kandidaten tatsächlich durchführt.**

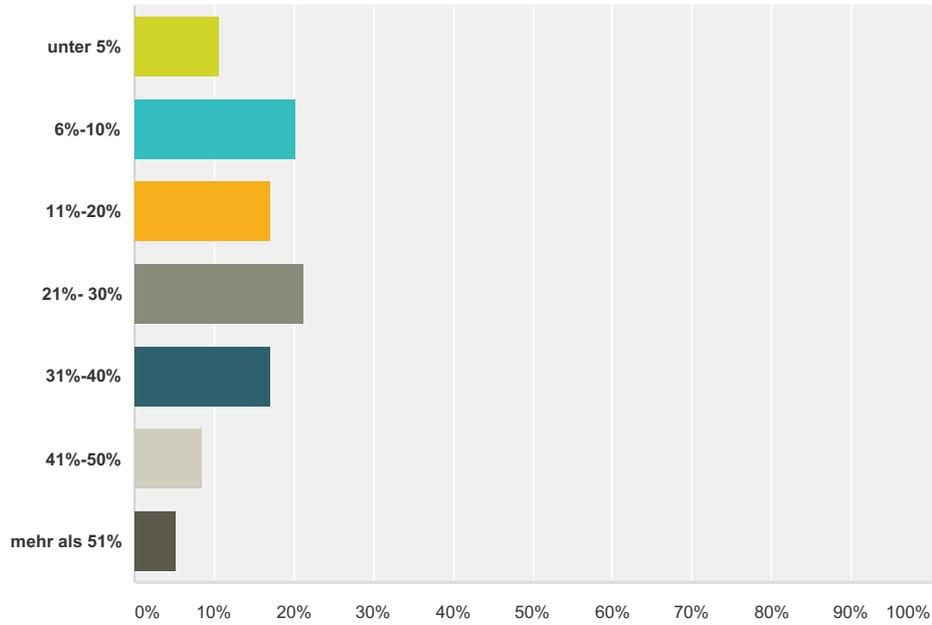
Beantwortet: 94 Übersprungen: 28



Antwortoptionen	Beantwortungen
Personaler	20,21% 19
Recruiter	51,06% 48
Active Sourcer/Researcher	24,47% 23
Fachvorgesetzter/Kunde (eigener Text)	2,13% 2
Fachvorgesetzter/Kunde (vom Recruiter/Active Sourcer/Researcher entworfener Text)	2,13% 2
<b>Gesamt</b>	<b>94</b>

**Q29 Höhe der Response/Antwortrate Falls Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der Reaktionen ist, d.h. wieviele melden sich auf Ihre Ansprache, wenn Sie 100 Kandidaten angemailt haben?**

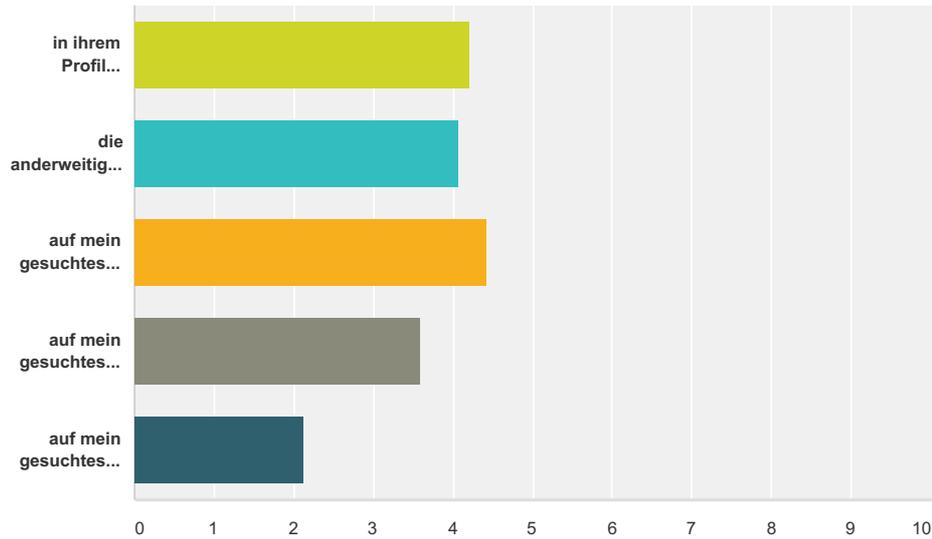
Beantwortet: 94 Übersprungen: 28



Antwortoptionen	Beantwortungen
unter 5%	10,64% 10
6%-10%	20,21% 19
11%-20%	17,02% 16
21%- 30%	21,28% 20
31%-40%	17,02% 16
41%-50%	8,51% 8
mehr als 51%	5,32% 5
<b>Gesamt</b>	<b>94</b>

**Q33 Arten von angesprochenen Kandidaten**  
**Bei der Ansprache von Kandidaten können Sie auf unterschiedliche Zielgruppen zugehen. Bitte wählen Sie die Beschreibung aus, die am ehesten auf Ihr Vorgehen zutrifft. Ich spreche Kandidaten an, die**

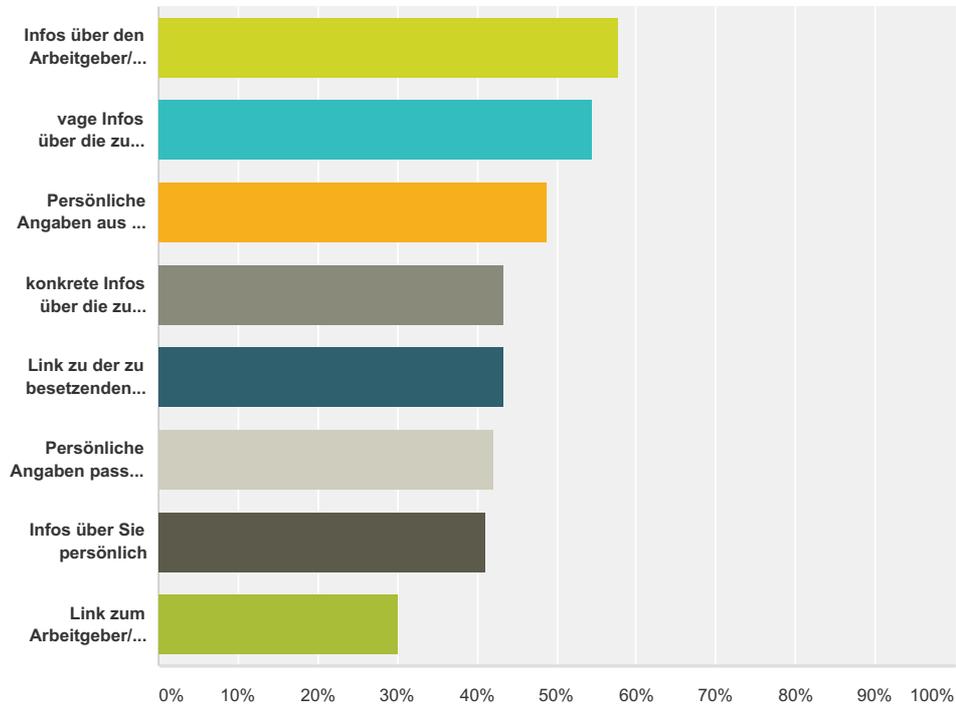
Beantwortet: 94 Übersprungen: 28



	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft teils/teils zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu	Gesamt	Gewichteter Mittelwert
in ihrem Profil angegeben haben, daß sie eine neue Herausforderung/Aufgabe etc. suchen	4,30% 4	7,53% 7	11,83% 11	15,05% 14	61,29% 57	93	4,22
die anderweitig angegeben haben, daß Sie offen für eine Ansprache sind	6,45% 6	7,53% 7	12,90% 12	18,28% 17	54,84% 51	93	4,08
auf mein gesuchtes Profil passen	4,35% 4	2,17% 2	7,61% 7	17,39% 16	68,48% 63	92	4,43
auf mein gesuchtes Profil passen, egal was sie sonst angegeben haben	7,53% 7	15,05% 14	21,51% 20	21,51% 20	34,41% 32	93	3,60
auf mein gesuchtes Profil passen, auch wenn Sie ausdrücklich angegeben haben, daß sie nicht angesprochen werden möchten	39,78% 37	30,11% 28	13,98% 13	9,68% 9	6,45% 6	93	2,13

**Q34 Inhalte von AnsprachenBitte geben Sie hier an, welche Inhaltsbestandteile Sie in Ihrer Ansprache (email, netzwerkinterne Nachricht etc, nicht Telefon) benutzen.**

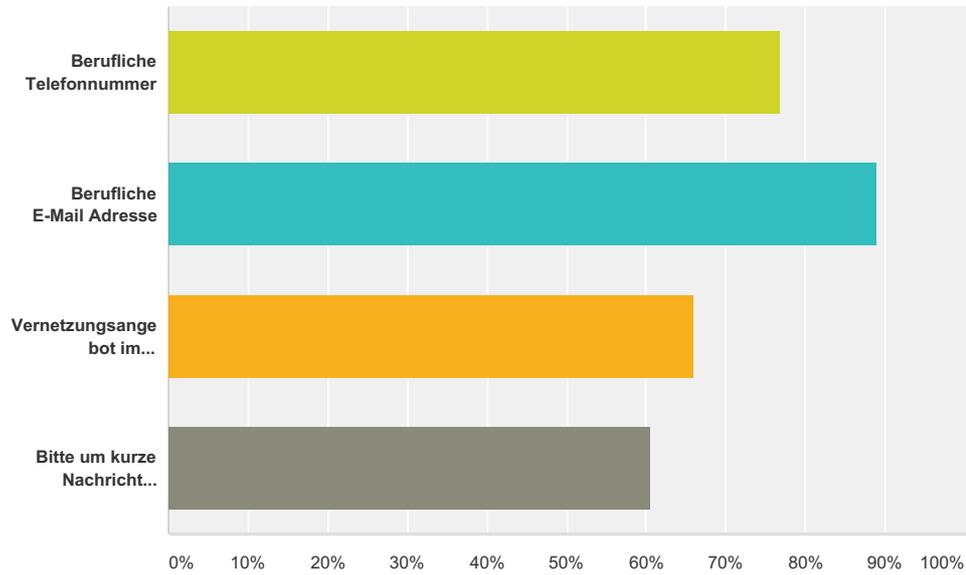
Beantwortet: 90 Übersprungen: 32



Antwortoptionen	Beantwortungen
Infos über den Arbeitgeber/bzw. Kunden	57,78% 52
vage Infos über die zu besetzende Position, um erst mal Interesse zu wecken	54,44% 49
Persönliche Angaben aus dem Profil des Kandidaten	48,89% 44
konkrete Infos über die zu besetzende Position	43,33% 39
Link zu der zu besetzenden Position	43,33% 39
Persönliche Angaben passend zur konkreten Vakanz aus dem Profil des Kandidaten	42,22% 38
Infos über Sie persönlich	41,11% 37
Link zum Arbeitgeber/eigene Firma	30,00% 27
<b>Befragte gesamt: 90</b>	

**Q35 Inhalte von Ansprachen: Konkret Kommunikationsangebote**  
**Bitte geben Sie hier an, welche Kommunikationskanäle Sie in Ihrer Ansprache für Bewerber anbieten.**

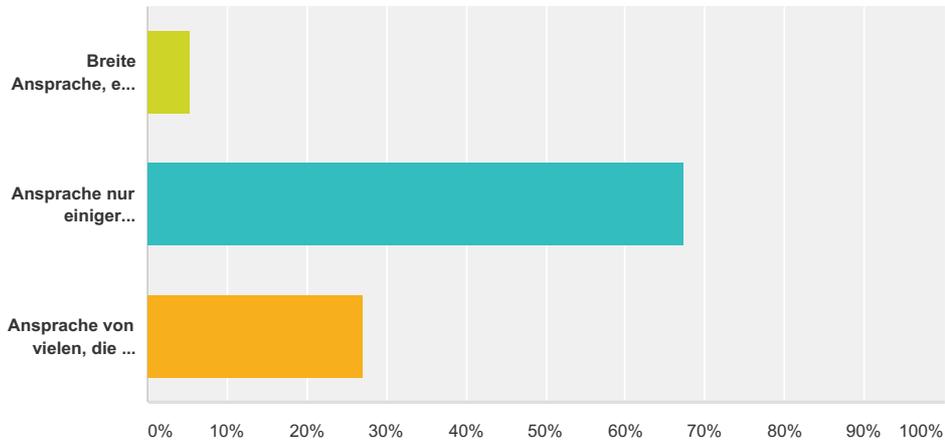
Beantwortet: 91 Übersprungen: 31



Antwortoptionen	Beantwortungen
Berufliche Telefonnummer	76,92% 70
Berufliche E-Mail Adresse	89,01% 81
Vernetzungsangebot im jeweiligen Netzwerk	65,93% 60
Bitte um kurze Nachricht innerhalb des Netzwerkes	60,44% 55
<b>Befragte gesamt: 91</b>	

**Q38 Arten von Ansprachen Bitte geben Sie hier an, welche Beschreibung auf Ihr Vorgehen bei der Ansprache von potentiellen Kandidaten am besten zutrifft.**

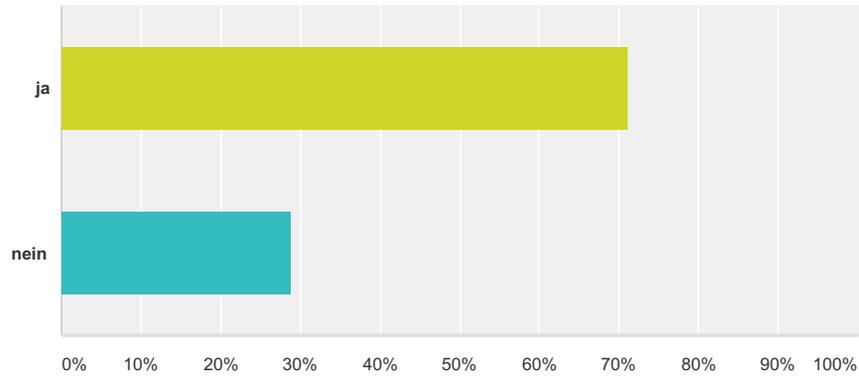
Beantwortet: 92 Übersprungen: 30



Antwortoptionen	Beantwortungen
Breite Ansprache, es werden sich schon die Interessierten melden	5,43% 5
Ansprache nur einiger weniger, auf die Vakanz sehr gut paßt	67,39% 62
Ansprache von vielen, die in etwa auf das gesuchte Profil passen	27,17% 25
<b>Gesamt</b>	<b>92</b>

### Q39 Erinnern Sie angeschriebene Kandidaten an Ihre Ansprache?

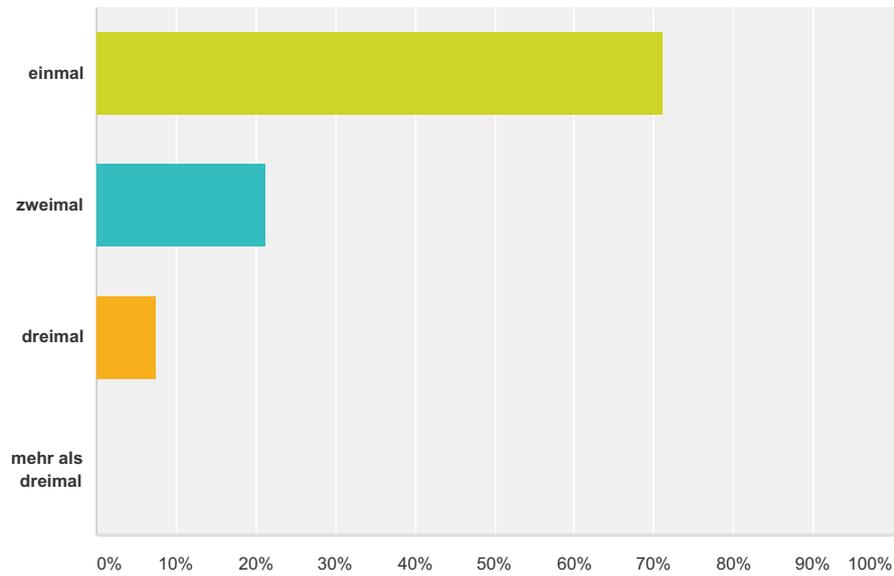
Beantwortet: 90 Übersprungen: 32



Antwortoptionen	Beantwortungen	Anzahl
ja	71,11%	64
nein	28,89%	26
<b>Gesamt</b>		<b>90</b>

**Q40 Falls Sie angeschriebene Kandidaten an Ihre Ansprache erinnern, wie häufig tun Sie dies?**

Beantwortet: 66 Übersprungen: 56



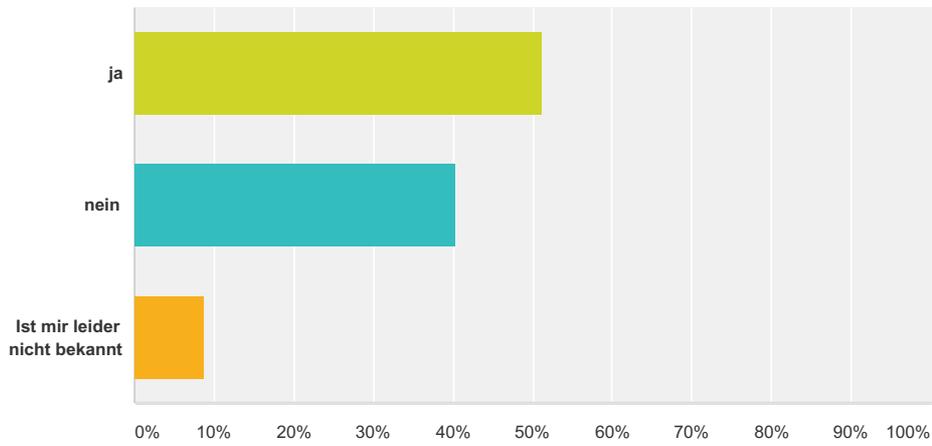
Antwortoptionen	Beantwortungen	
einmal	71,21%	47
zweimal	21,21%	14
dreimal	7,58%	5
mehr als dreimal	0,00%	0
<b>Gesamt</b>		<b>66</b>

**Q42 Wie denken Sie, wird sich das Active Sourcing weiterentwickeln? Wird es ein erfolgreicher Recruitingkanal oder werden sich z.B. in Zukunft die Recruiter in Sozialen Netzwerken gegenseitig "auf die Füße treten" und die Mitglieder genervt sein von den Ansprachen?**

Beantwortet: 39 Übersprungen: 83

### Q43 Messen Sie bei sich im Unternehmen den Erfolg Ihrer Active Sourcing Aktivitäten?

Beantwortet: 92 Übersprungen: 30

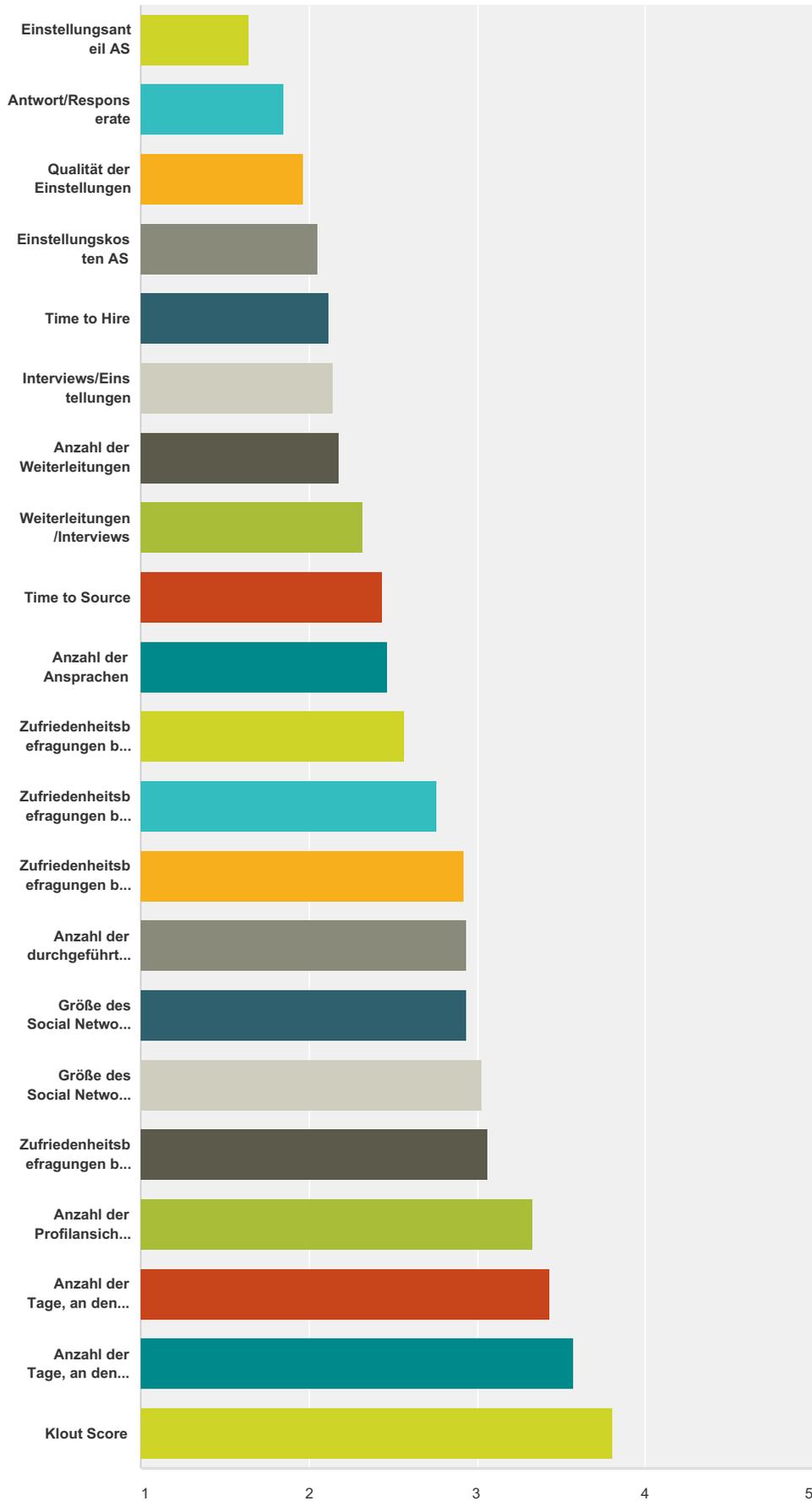


Antwortoptionen	Beantwortungen
ja	51,09% 47
nein	40,22% 37
Ist mir leider nicht bekannt	8,70% 8
<b>Gesamt</b>	<b>92</b>

**Q44 Erfolgsmessung im Active Sourcing**  
**Welche Meßgrößen (KPI) halten Sie wichtig, um die Effizienz und Effektivität Ihrer Active Sourcing Aktivitäten zu messen?**

Beantwortet: 94 Übersprungen: 28

## Active Sourcing Check



	Sehr wichtig	Wichtig	Weder wichtig noch unwichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	Gesamt	Gewichteter Mittelwert
Einstellungsanteil AS	60,23% 53	27,27% 24	4,55% 4	4,55% 4	3,41% 3	88	1,64

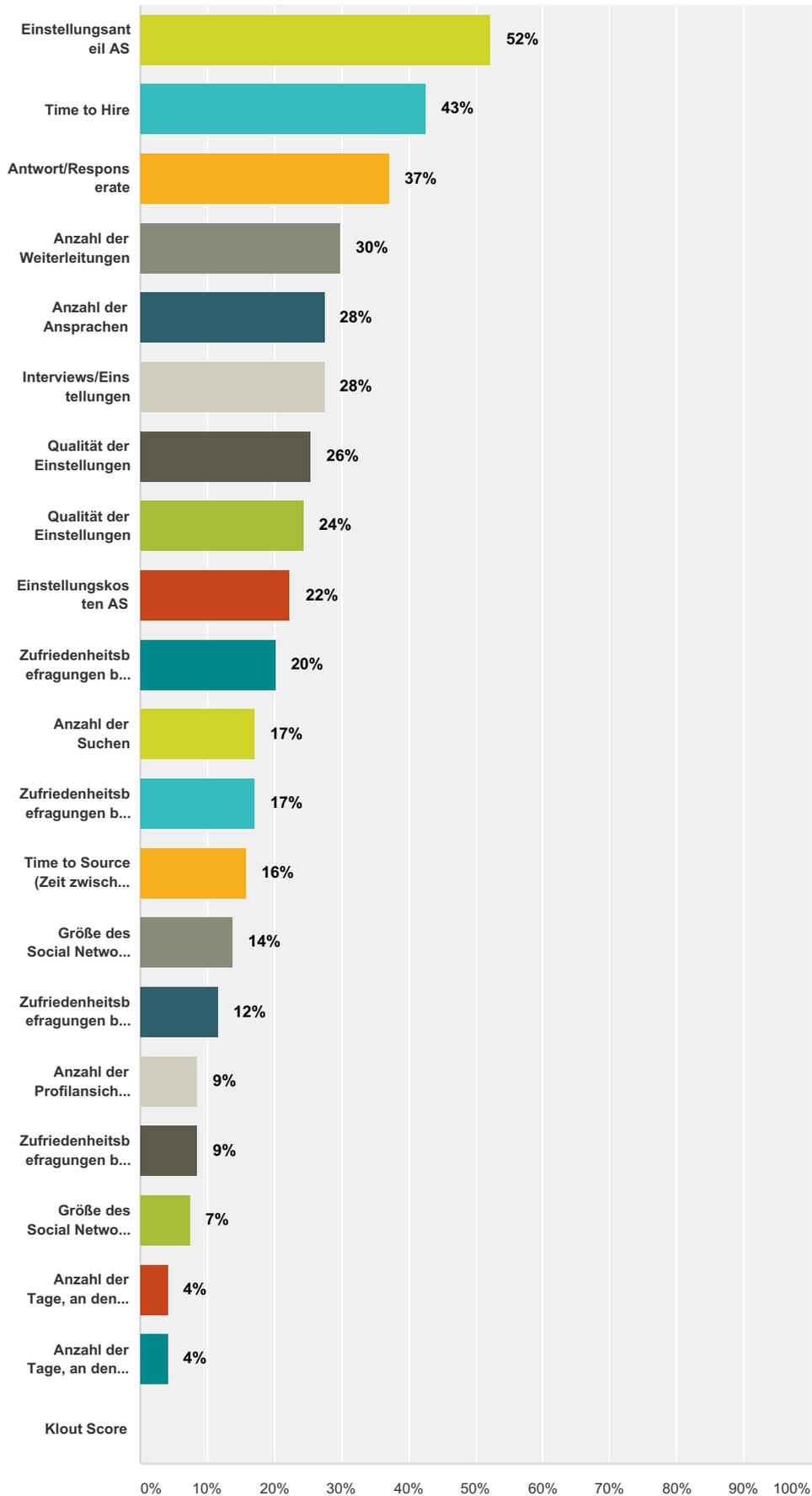
## Active Sourcing Check

Antwort/Responserate	<b>41,38%</b> 36	<b>42,53%</b> 37	<b>9,20%</b> 8	<b>3,45%</b> 3	<b>3,45%</b> 3	87	1,85
Qualität der Einstellungen	<b>32,58%</b> 29	<b>47,19%</b> 42	<b>14,61%</b> 13	<b>2,25%</b> 2	<b>3,37%</b> 3	89	1,97
Einstellungskosten AS	<b>36,78%</b> 32	<b>36,78%</b> 32	<b>16,09%</b> 14	<b>5,75%</b> 5	<b>4,60%</b> 4	87	2,05
Time to Hire	<b>35,56%</b> 32	<b>34,44%</b> 31	<b>16,67%</b> 15	<b>8,89%</b> 8	<b>4,44%</b> 4	90	2,12
Interviews/Einstellungen	<b>31,03%</b> 27	<b>43,68%</b> 38	<b>11,49%</b> 10	<b>8,05%</b> 7	<b>5,75%</b> 5	87	2,14
Anzahl der Weiterleitungen	<b>32,58%</b> 29	<b>40,45%</b> 36	<b>12,36%</b> 11	<b>5,62%</b> 5	<b>8,99%</b> 8	89	2,18
Weiterleitungen/Interviews	<b>18,82%</b> 16	<b>49,41%</b> 42	<b>17,65%</b> 15	<b>9,41%</b> 8	<b>4,71%</b> 4	85	2,32
Time to Source	<b>21,43%</b> 18	<b>38,10%</b> 32	<b>22,62%</b> 19	<b>10,71%</b> 9	<b>7,14%</b> 6	84	2,44
Anzahl der Ansprachen	<b>20,69%</b> 18	<b>39,08%</b> 34	<b>22,99%</b> 20	<b>6,90%</b> 6	<b>10,34%</b> 9	87	2,47
Zufriedenheitsbefragungen bei angesprochenen Kandidaten	<b>18,39%</b> 16	<b>35,63%</b> 31	<b>25,29%</b> 22	<b>11,49%</b> 10	<b>9,20%</b> 8	87	2,57
Zufriedenheitsbefragungen bei (internen) Kunden	<b>17,98%</b> 16	<b>31,46%</b> 28	<b>22,47%</b> 20	<b>12,36%</b> 11	<b>15,73%</b> 14	89	2,76
Zufriedenheitsbefragungen bei Recruitern	<b>11,49%</b> 10	<b>32,18%</b> 28	<b>26,44%</b> 23	<b>12,64%</b> 11	<b>17,24%</b> 15	87	2,92
Anzahl der durchgeführten Suchen in Social Networks und anderen Quellen	<b>14,12%</b> 12	<b>25,88%</b> 22	<b>27,06%</b> 23	<b>17,65%</b> 15	<b>15,29%</b> 13	85	2,94
Größe des Social Networks (Anzahl Kontakte in XING, LinkedIn, Twitter Follower etc)	<b>14,94%</b> 13	<b>28,74%</b> 25	<b>21,84%</b> 19	<b>16,09%</b> 14	<b>18,39%</b> 16	87	2,94
Größe des Social Networks (Anzahl Kontakte in XING, LinkedIn, Twitter Follower etc) in der Spezialisierung des Active Sourcers	<b>11,49%</b> 10	<b>29,89%</b> 26	<b>19,54%</b> 17	<b>21,84%</b> 19	<b>17,24%</b> 15	87	3,03
Zufriedenheitsbefragungen bei Personalern	<b>14,29%</b> 12	<b>25,00%</b> 21	<b>19,05%</b> 16	<b>23,81%</b> 20	<b>17,86%</b> 15	84	3,06
Anzahl der Profilansichten in Social Networks und anderen Quellen	<b>5,75%</b> 5	<b>24,14%</b> 21	<b>26,44%</b> 23	<b>18,39%</b> 16	<b>25,29%</b> 22	87	3,33
Anzahl der Tage, an denen die Funktionen der Social Networks genutzt werden	<b>9,20%</b> 8	<b>17,24%</b> 15	<b>27,59%</b> 24	<b>13,79%</b> 12	<b>32,18%</b> 28	87	3,43
Anzahl der Tage, an denen Social Networks genutzt werden	<b>5,75%</b> 5	<b>17,24%</b> 15	<b>25,29%</b> 22	<b>17,24%</b> 15	<b>34,48%</b> 30	87	3,57
Klout Score	<b>0,00%</b> 0	<b>7,69%</b> 6	<b>42,31%</b> 33	<b>11,54%</b> 9	<b>38,46%</b> 30	78	3,81

**Q45 Erfolgsmessung im Active Sourcing**  
**Welche Meßgrößen verwenden Sie bei sich im Unternehmen, um die Effizienz und Effektivität Ihrer Active Sourcing Aktivitäten zu messen?**

Beantwortet: 94 Übersprungen: 28

## Active Sourcing Check



Antwortoptionen	Beantwortungen	
Einstellungsanteil AS	52%	49
Time to Hire	43%	40

## Active Sourcing Check

Antwort/Responserate	37%	35
Anzahl der Weiterleitungen	30%	28
Anzahl der Ansprachen	28%	26
Interviews/Einstellungen	28%	26
Qualität der Einstellungen	26%	24
Qualität der Einstellungen	24%	23
Einstellungskosten AS	22%	21
Zufriedenheitsbefragungen bei (internen) Kunden	20%	19
Anzahl der Suchen	17%	16
Zufriedenheitsbefragungen bei angesprochenen Kandidaten	17%	16
Time to Source (Zeit zwischen Auftragserteilung bis zur ersten Weiterleitung)	16%	15
Größe des Social Networks (Anzahl Kontakte in XING, LinkedIn, Twitter Follower etc)	14%	13
Zufriedenheitsbefragungen bei Personalern	12%	11
Anzahl der Profilansichten in Social Networks und anderen Quellen	9%	8
Zufriedenheitsbefragungen bei Recruitern	9%	8
Größe des Social Networks (Anzahl Kontakte in XING, LinkedIn, Twitter Follower etc) in der Spezialisierung des Active Sourcers	7%	7
Anzahl der Tage, an denen Social Networks genutzt werden	4%	4
Anzahl der Tage, an denen die Funktionen der Social Networks genutzt werden	4%	4
Klout Score	0%	0
<b>Befragte gesamt: 94</b>		

**Q48 Was sind für Sie offene Fragen beim Active Sourcing? Was würden Sie gerne wissen? Hier können Sie angeben, was Sie gerne mal untersucht haben möchten, bzw. unter welcher Fragestellung diese Erhebung ausgewertet werden sollte.**

Beantwortet: 5 Übersprungen: 117