

+++ Arbeitsagentur/Jobcenter +++ better-jobs.de +++ experteer.de +++ Hochschule/Hochschulportal +++ Indeed +++ Jobware +++ LinkedIn +++ Lokale und regionale Jobbörsen +++ MeineStadt.de +++ Monster +++ StepStone +++ Arbeitsagentur/Jobcenter +++ better-jobs.de +++ experteer.

Studiensteckbrief

# Studie Kundenpfade Jobvermittlung 2026

Kundenverhalten: Anbieterwahl, Produktnutzung, Wechselverhalten etc.

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2026



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Kundenpfade Jobvermittlung 2026

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Welche Unterschiede hinsichtlich der **Kundenstrukturen** offenbaren die einzelnen Produktgruppen?



Welche **Arten von Jobs** (z.B. Vollzeitstelle, Teilzeitstelle, Ausbildung) werden über welche **Wege** am häufigsten nachgefragt?



Welche **Motivatoren** und **Bedenken** zeigen sich beim Kunden im Rahmen einer Vermittlung?



Zwischen welchen Anbietern wechseln die Kunden, wer sind die Gewinner bei **Gain-Loss-Analysen**?



Welche Marken und Produkte wählt der Kunde wann innerhalb seines **Life Cycles**?



Welche **Teilnahmefrequenzen** sind bei verschiedenen Kundengruppen beobachtbar?



Wie viele **verschiedene Anbieter** nutzen die Kunden, wie häufig wechseln sie den Anbieter?

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**Längsschnittanalyse Produktnutzung und Wechselverhalten:**  
Produkt- und Anbieterwahl, Nutzungsort, Motivation, Wechselverhalten

zu **11 Jobvermittlungsanbietern** und **13 Jobvermittlungsarten**

auf Basis von **2.000 online-repräsentativen Interviews**,  
davon **373 Jobvermittlungskunden**

viele Ergebnisse im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 127 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig und neutral**

**Nutzen:** Kundenpfade im Jobvermittlungsmarkt

## untersuchte Jobvermittlungsarten:

- Ausbildung / Lehrstelle
- Aushilfsjob / Nebenjob
- Befristete Anstellung
- Befristete Projektstellen
- Freelance /  
Selbstständigkeit
- ...
- Jobsharing
- Minijob / -Euro-Job
- Projektarbeit
- Remote / Homeoffice-  
Arbeit
- Teilzeitstelle
- Vollzeitstelle

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

<b>2.000</b>	<b>373</b>	<b>728</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>13</b>
Online- Interviews	Kundenpfade im Jobvermittlungs- markt	analysierte Produkt- nutzungen	im Detail analysierte Jobvermittlungs- anbieter	Nutzungs- orte	Produkt- gruppen

### Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 2.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Erstellung einer Längsschnittanalyse von Produktnutzung und Wechselverhalten im Jobvermittlungsmarkt. Die Studie ist im Februar 2026 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 127 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Soziodemografie der Jobvermittlungskunden	17
➤ Produktmärkte	30
Genutzte Jobvermittlungsangebote, Soziodemografie der Kunden in den Produktgruppen, Nutzungsart nach Produkten, Anzahl Produkte nach Anzahl Anbieter, aktuell genutzte Jobvermittlungsangebote	
➤ Nutzungsorte	49
Nutzungsort der Jobvermittlungsangebote, Soziodemografie der Kunden der verschiedenen Nutzungsorte, Nutzungsort nach Jobvermittlungsanbieter, Nutzungsort nach Produktgruppe	
➤ Kundenstruktur der Jobvermittlungsanbieter	59
➤ Anbieterwahl	65
Produktgruppenübergreifende Marktanteile der Anbieter, Nutzungsarten nach Jobvermittlungsanbieter, Anzahl genutzter Anbieter nach Produkten	
➤ Nutzungsmotivation	70
Nutzungsmotivation in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Nutzungsmotivation in den Produktgruppen	
➤ Bedenken bei der Nutzung	77
Bedenken nach Produktgruppen, Bedenken nach Nutzungsart, Bedenken in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Bedenken in den Produktgruppen	

# Inhaltsverzeichnis

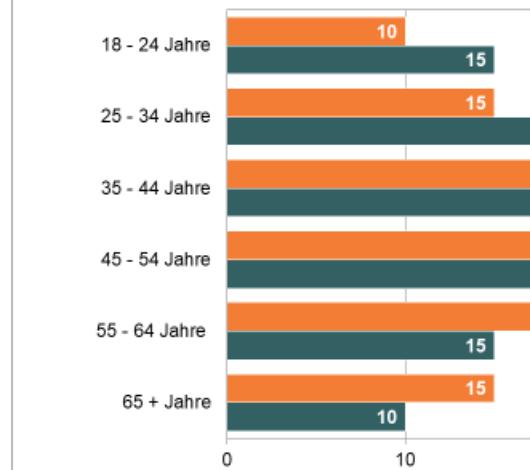
➤ <b>Nutzungsfrequenz</b>	85
Nutzungsfrequenz insgesamt, Nutzungsfrequenz nach Anbietergruppen, Nutzungsfrequenz nach Produktgruppen	
➤ <b>Wechselverhalten</b>	89
Nutzungsart des letzten Jobvermittlungsangebotes, Nutzungsart in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Nutzungsart in Produktgruppen, Kundenausschöpfung, Anbieterwechsel von...zu, Produktgruppenwechsel von...zu, Gain-Loss-Analyse Abschlusshistorie nach Anbieter, Anzahl genutzter Anbieter, Brandhopper nach Anbieter, Wechsel zwischen Anbietergruppen, Gain-Loss-Analyse Nutzungsplan nach Anbieter	
➤ <b>Nutzungsplan</b>	109
Geplante Jobvermittlungsnutzung, Differenz der Marktanteile (Nutzungsabsicht abzüglich letzte Nutzungen), Soziodemografische Struktur der Kunden mit Nutzungsplan nach Produktgruppen, Soziodemografische Struktur der Kunden mit Nutzungsplan nach Anbieter	
➤ <b>Kennzahlen der Jobvermittlungsanbieter</b>	121
Weiterempfehlungsquote, Werbewirksamkeit, Wechselkunden, Cross-Selling, Kundenloyalität, Preisreagibilität	
➤ <b>Kontakt</b>	126

# Analysebeispiele (1)

Die Beispieleseiten enthalten fiktive Daten

## Soziodemografie der Jobvermittlungskunden

Altersverteilung der Jobvermittlungskunden (Angaben in %)

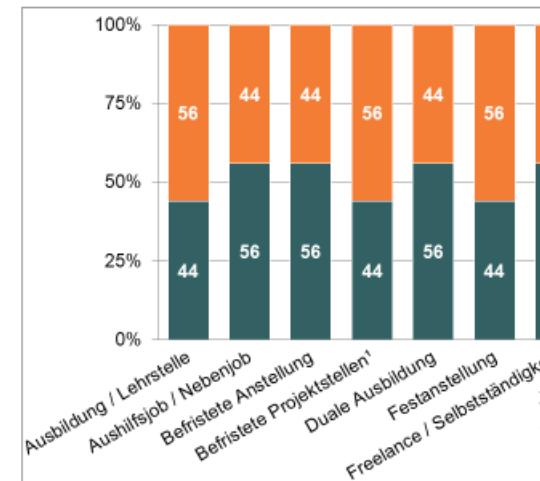


Fragestellung: Wie alt sind Sie?

**research tools**  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Produktmärkte

### Geschlechterverteilung in den Produktgruppen



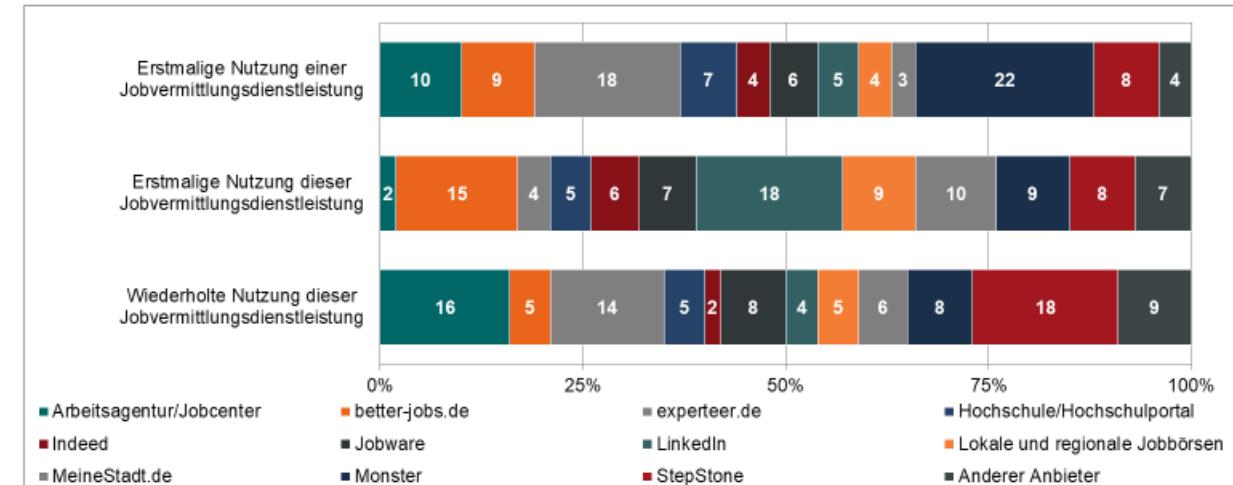
Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Dienstleistung im Bereich Jobvermittlung Sie zu

**research tools**  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

**Welche Geschlechterverteilung  
weisen die Produktmärkte auf?**

## Anbieterwahl

### Nutzungsarten nach Anbieter



Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Dienstleistung im Bereich Jobvermittlung Sie zuletzt genutzt haben.

**research tools**  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Kundenpfade  
Jobvermittlung 2026

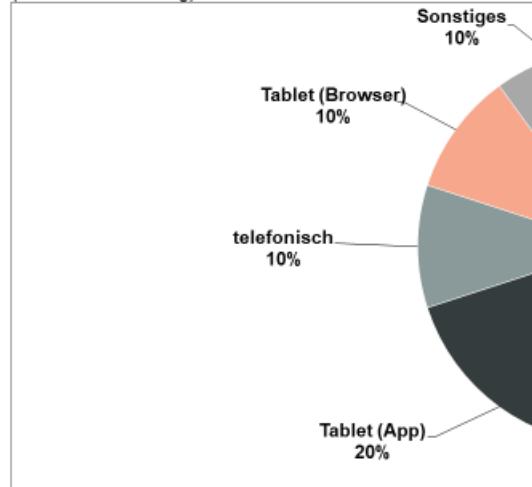
**In welche Altersgruppe fällt die Nutzung  
der Jobvermittlungsangebote?**

# Analysebeispiele (2)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

## Nutzungsorte

Nutzungsort der genutzten Angebote  
(Basis: letzte Nutzung)



research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Anbieterwahl

### Nutzungsarten nach Anbieter

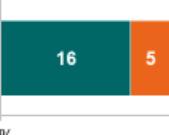
Erstmalige Nutzung einer Jobvermittlungsdienstleistung



Erstmalige Nutzung dieser Jobvermittlungsdienstleistung



Wiederholte Nutzung dieser Jobvermittlungsdienstleistung



research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

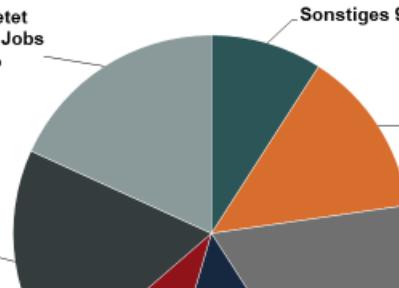
Welche Nutzungsorte wählen die Kunden bevorzugt?

Welche Bedenken haben die Jobvermittlungskunden?

## Bedenken beim Abschluss

### Übersicht aller Bedenken bei der letzten Jobvermittlungsnutzung

der Anbieter bietet  
keine passenden Jobs  
für mich 18%



Seriösität des Anbieters 14%

muss ich sehr persönliche Angaben preisgeben 18%

haben andere Anbieter mehr für mich passende Jobs? 14%

die Registrierung ist aufwändig 9%

Fragestellung: Welche Bedenken oder Befürchtungen gingen Ihnen bei der Nutzung ihres letzten Jobvermittlungsangebotes durch den Kopf?

Studie Kundenpfade  
Jobvermittlung 2026

# Analysebeispiele (3)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

## Wechselverhalten

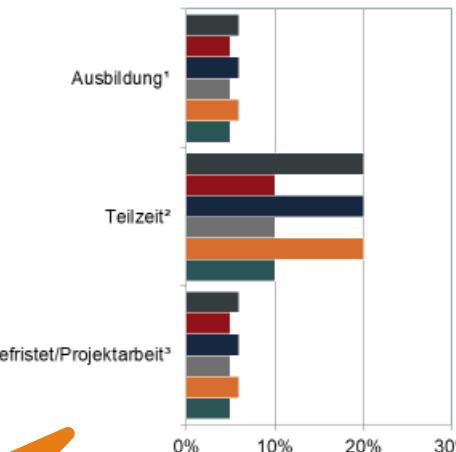
Produktgruppenwechsel von ... zu

von	Ausbildung / Lehrstelle
zu	5,5%

von	Aushilf
zu	Duale

## Nutzungsplan

Altersverteilung je Produktgruppe bei geplanter Nutzung



von	Fernstudium
zu	7,7%
zu	Teilzeitstelle
zu	6,6%

von	Befris
zu	Frei

Fragestellung: Welches Jobvermittlungsangebot wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt?



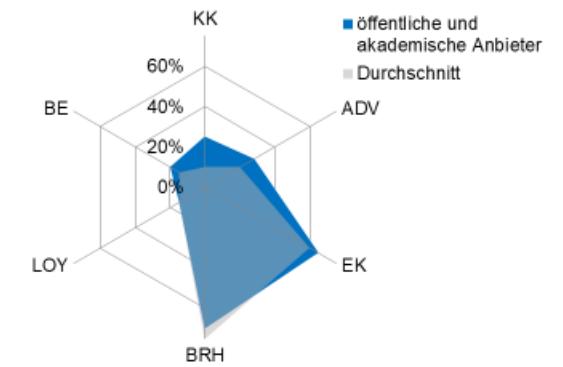
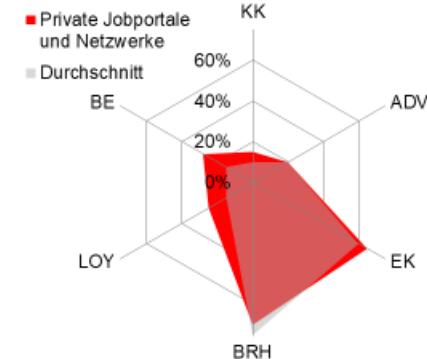
Welche Altersstruktur liegt in den Produktgruppen vor?

Bei welchen Marketingkennzahlen profilieren sich die Anbietergruppen?

## Kennzahlen der Jobvermittlungsanbieter

Kennzahlenprofil Private Jobportale und Netzwerke<sup>1</sup> und öffentliche und akademische Anbieter<sup>2</sup>

KK	Kariere Kunden
ADV	Werbewirksamkeit
EK	Erstkunden



BRH	Brandhopper
LOY	Kundenloyalität
BE	Berufseinsteiger

<sup>1</sup> better-jobs.de, experte.de, Jobware, LinkedIn, Lokale und regionale Jobbörsen, MeineStadt.de, Monster, StepStone 2 Arbeitsagentur/Jobcenter, Hochschule/Hochschulportal

Studie Kundenpfade  
Jobvermittlung 2026

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto:ronja.inhofer@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.800 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Kundenpfade Jobvermittlung 2026**.

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

**Ronja Inhofer**



Marketinganalytikerin  
M.Sc. Planung und Partizipation  
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384  
E-Mail: [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto:ronja.inhofer@research-tools.net)

**research tools**  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Weitere Studien aus der Branche sowie verwandten Branchen:

- Studie Kundenpfade Weiterbildung 2025
- Werbemarktanalyse Immobilienvermittlung 2025
- Werbemarktanalyse Messen und Kongresse 2025
- Werbemarktanalyse Jobvermittlung 2024
- Werbemarktanalyse Jobvermittlung 2016
- Studie eVisibility Jobvermittlung 2016

Die hier vorgestellte Studie ist die vierte der Jobvermittlungsbranche.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

Wir sind in vielen Branchen unterwegs, ein Schwerpunkt liegt auf Dienstleistungsmärkten. In der Reihe Kundenpfade sind seit 2020 mehr als 20 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

