

+++ Arbeitsagentur/Jobcenter +++ better-jobs.de +++ experteer.de +++ Hochschule/Hochschulportal +++ Indeed +++ Jobware +++ Linkedl +++
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 **Nutzungsfrequenzen** sind bei verschiedenen Kundengruppen beobachtbar?



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

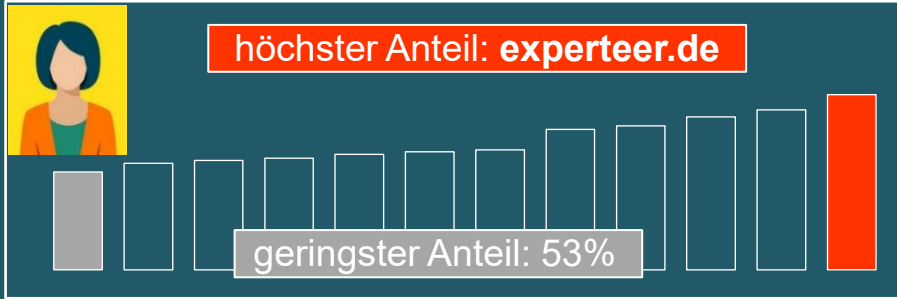


Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

der Kunde

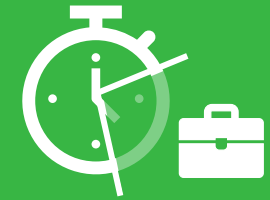
Kunden bis **44 Jahre**



das Produkt

Jobvermittlungsangebote mit **höchstem Frauenanteil:**

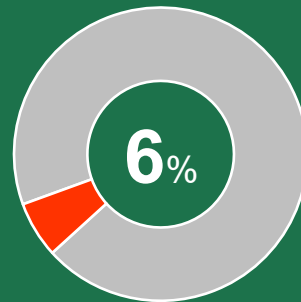
- Teilzeitstelle
- Minijob / -Euro-Job
- Freelance / Selbstständigkeit



der Gedanke

Nutzungsmotivation:

Jobsuche nach Umzug



der Weg



liegt für über die Hälfte der Jobvermittlungskunden zwischen **zwei Produktnutzungen**

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:

2.000

Online-Interviews

373

Kundenpfade im Jobvermittlungsmarkt

728

analysierte Produktnutzungen

11

im Detail analysierte Jobvermittlungsanbieter

8

Nutzungsorte

13

Produktgruppen

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

➤ Nutzungsfrequenz	85
Nutzungsfrequenz insgesamt, Nutzungsfrequenz nach Anbietergruppen, Nutzungsfrequenz nach Produktgruppen	
➤ Wechselverhalten	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	
➤ Nutzungsplan	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	
➤ Kennzahlen der Jobvermittlungsanbieter	121
Weiterempfehlungsquote, Werbewirksamkeit, Wechselkunden, Cross-Selling, Kundenloyalität, Preisreagibilität	
➤ Kontakt	126

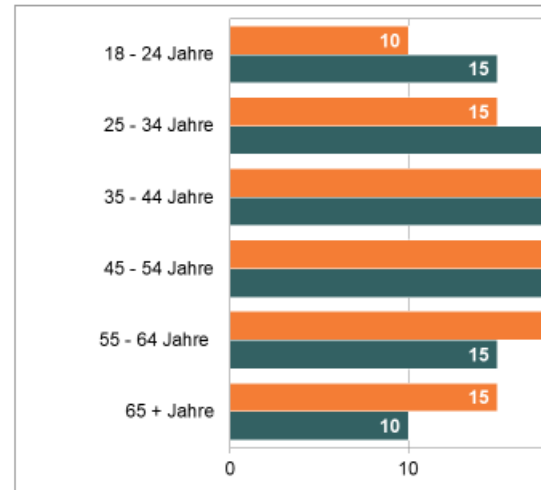


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie der Jobvermittlungskunden

Altersverteilung der Jobvermittlungskunden (Angaben in %)

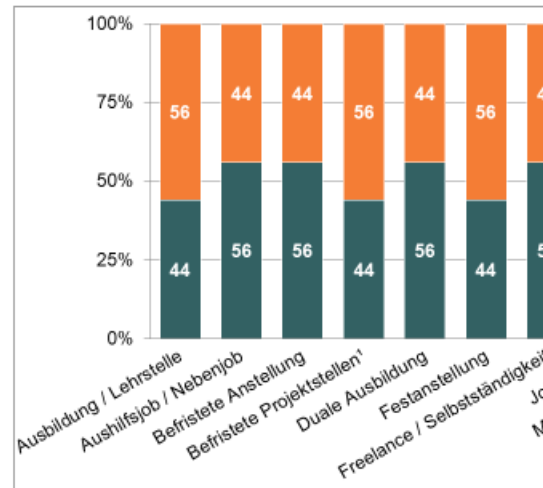


Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Produktmärkte

Geschlechterverteilung in den Produktgruppen



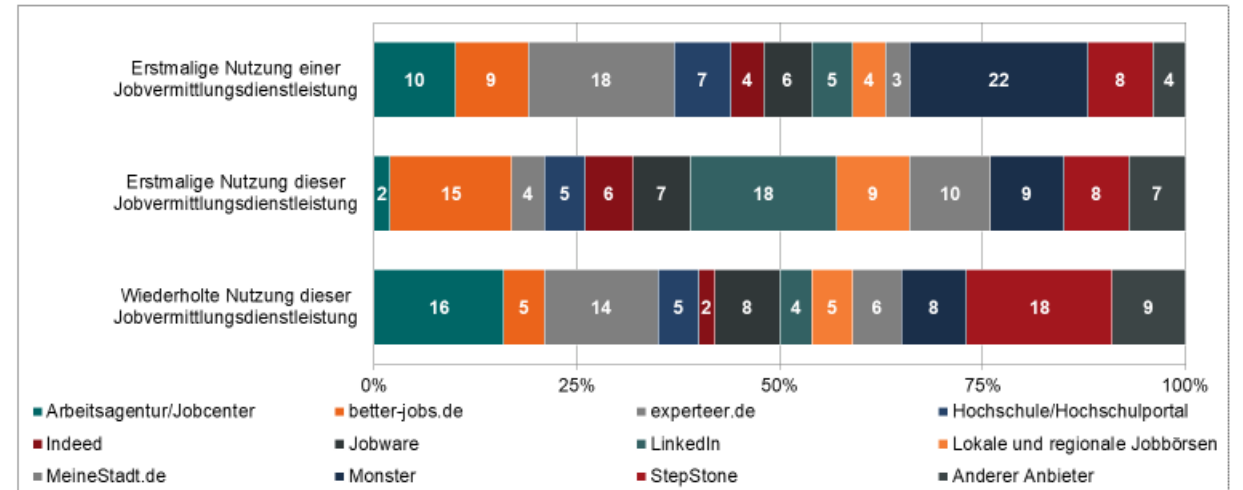
Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Dienstleistung im Bereich Jobvermittlung Sie zu



Welche Geschlechterverteilung weisen die Produktmärkte auf?

Anbieterwahl

Nutzungsarten nach Anbieter



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

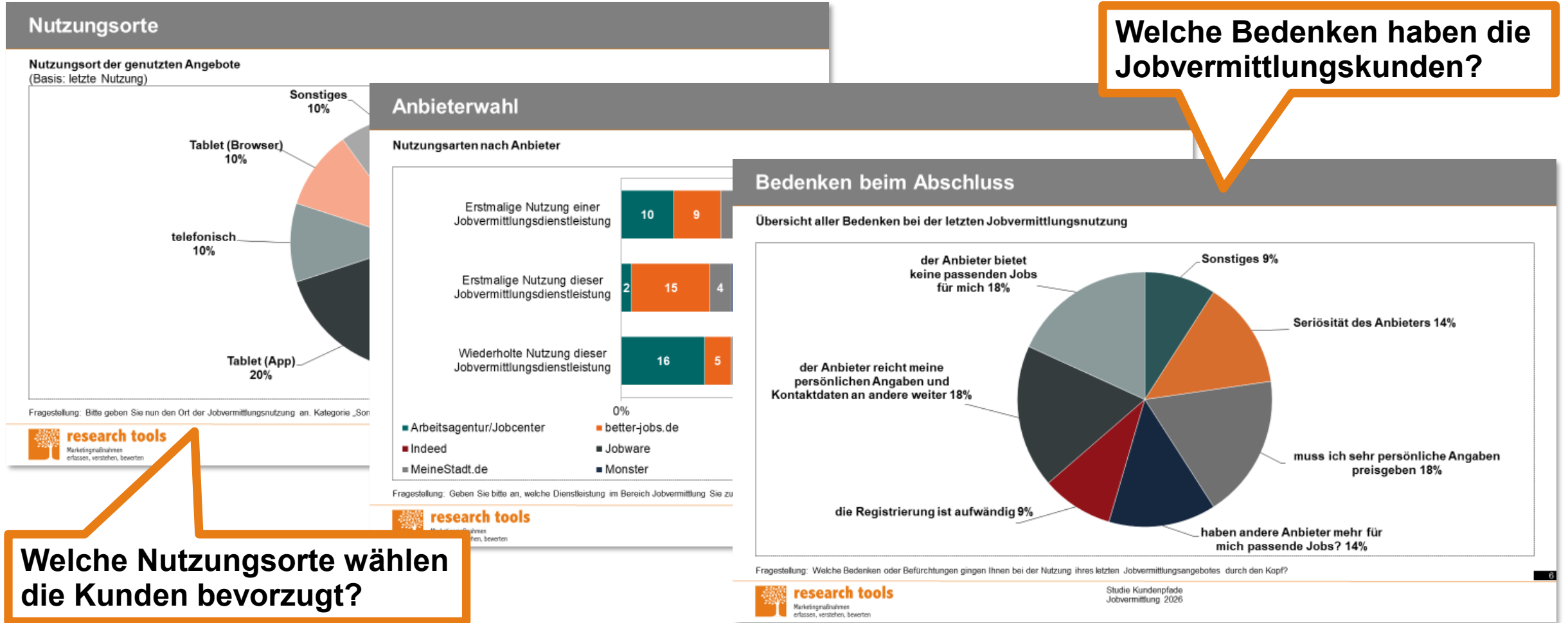


Studie Kundenpfade Jobvermittlung 2026

In welche Altersgruppe fällt die Nutzung der Jobvermittlungsangebote?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Welche Nutzungsorte wählen die Kunden bevorzugt?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Kundenpfade Jobvermittlung 2026

10

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Wechselerhalten

Produktgruppenwechsel von ... zu

von	Ausbildung / Lehrstelle	
zu	Ausbildung / Lehrstelle	5,5%

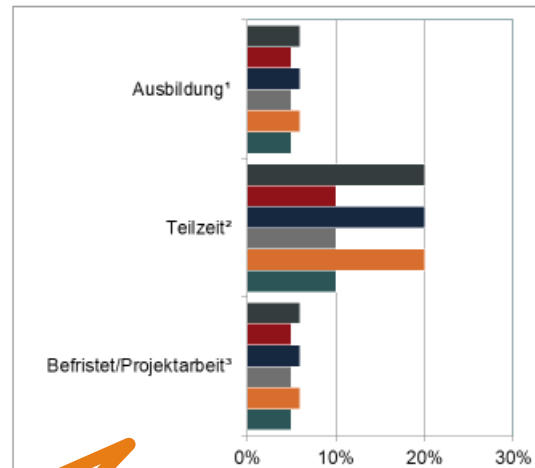
von	Fernstudium	
zu	Duale Ausbildung	7,7%
	Teilzeitstelle	6,6%

Fragestellung: Welches Jobvermittlungsangebot wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt?



Nutzungsplan

Altersverteilung je Produktgruppe bei geplanter Nutzung



Fragestellung: Welches Jobvermittlungsangebot wird als nächstes genutzt? 1 Ausbildung / Lehrstelle, 2 Teilzeitstelle, 3 Befristet/Projektarbeit, 4 Festanstellung, Freelance / Selbstständig

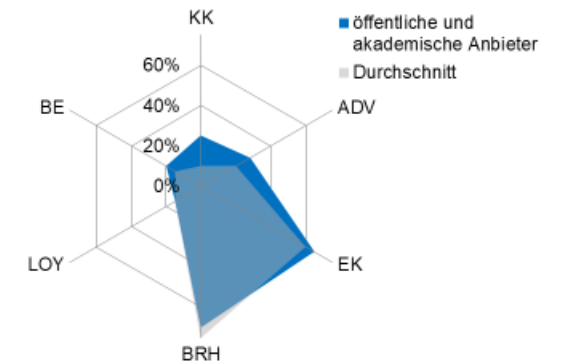
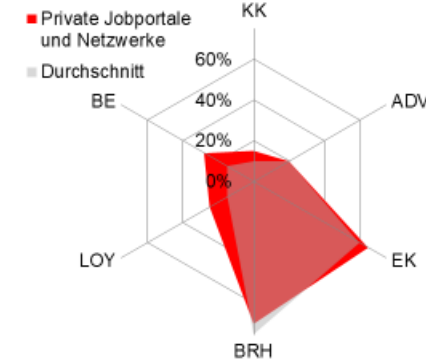


Bei welchen Marketingkennzahlen profilieren sich die Anbietergruppen?

Kennzahlen der Jobvermittlungsanbieter

Kennzahlenprofil Private Jobportale und Netzwerke¹ und öffentliche und akademische Anbieter²

KK	Karriere Kunden
ADV	Werbewirksamkeit
EK	Erstkunden



BRH	Brandhopper
LOY	Kundenloyalität
BE	Berufseinsteiger

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



Studie Kundenpfade
Jobvermittlung 2026

Welche Altersstruktur liegt in den Produktgruppen vor?

Bestellformular

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

E-Mail: 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: _____

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

research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

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.

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.

