

Meer tijd aan plannen dan aan beoordelen

35% van de wervingstijd gaat op aan interviewcoördinatie, 25% aan screening.
Slechts een kwart van de uren is selectie.

Samenvatting

Een enquête onder meer dan honderd organisaties door Aptitude Research in 2026 laat zien dat 35% van de wervingstijd opgaat aan interviewcoördinatie, 25% aan screening en 24% aan kandidaatcommunicatie. Van de 219 werkgevers die Phenom onderzocht, biedt 94% geen geautomatiseerde interviewplanning aan op het moment van sollicitatie. 6% biedt dat wel. 1% zet een voiceselectie-agent in. 57% van de ondervraagde organisaties gebruikt al een vorm van automatiseringsagenten, maar de inzet concentreert zich op het begin van het proces, niet op de coördinatiestappen die het gros van de tijd opeten.

Waar de uren heengaan

In 2026 ondervroeg Aptitude Research meer dan honderd organisaties over hun wervingsproces. De tijdsverdeling die daaruit komt is scheef op een manier die de meeste recruiters herkennen maar zelden gekwantificeerd zien.

35% van de wervingstijd gaat op aan interviewcoördinatie



Aptitude Research, Hiring Automation Survey 2026, n=100+ organisaties.

35% van de tijd gaat op aan interviewcoördinatie: agenda's afstemmen, herinneringen sturen, verplaatsen, bevestigen. 25% gaat naar screening: het beoordelen of een kandidaat geschikt is. 24% naar kandidaatcommunicatie: statusberichten, afwijzingen, updates. Een kwart van de beschikbare uren gaat dus naar het werk dat direct bijdraagt aan de beslissing.

Wat automatisering daar aan verandert

Van de 219 werkgevers die Phenom onderzocht op hun sollicitatieproces biedt 94% geen geautomatiseerde interviewplanning aan op het moment van solliciteren. De kandidaat solliciteert, de sollicitatie belandt in een applicant-trackingsysteem, en een recruiter plant het gesprek handmatig in. Die handmatige stap is de 35%.

Bij de werkgevers die het wel geautomatiseerd hebben, staan de resultaten tegenover de inspanning. 42% van de organisaties die effectieve automatisering rapporteren meldt een hogere kwaliteit van aanname. 44% meldt minder interviewstappen. 42% meldt een kortere doorlooptijd.

57% van de ondervraagde organisaties gebruikt al een vorm van automatiseringsagenten in het wervingsproces. Maar die agenten concentreren zich op het begin: sourcing, eerste screening, chatbot-interactie. De coördinatiestappen die het gros van de tijd opeten, de agenda-afstemming, de no-shows, het herplannen, blijven grotendeels handmatig.

Waarom de coördinatie niet vanzelf verdwijnt

Het probleem is niet dat werkgevers de tools niet kennen. 62% zegt dat automatisering urgenter is dan een jaar geleden. 44% wijst screening en eenrichtingsinterviews aan als de stap die het meest AI nodig heeft. 31% noemt planningsagenten als de volgende impactvolle investering.

Maar de adoptie loopt achter op het voornemen. 19% rapporteert gevorderde, end-to-end automatisering. 54% opereert op een fundamenteel of zich ontwikkelend niveau. Het gat tussen de ambitie en de staat van de technologie is breed genoeg om er een dienst in te bouwen.

Wat ertegen pleit

Twee voorbehouden.

Ten eerste is 72% van de ondervraagde organisaties tevreden over hun inline kandidaattervaring, ook al scoort dezelfde groep laag op automatisering. Dat kan betekenen dat de tevredenheid meet wat de werkgever ervaart, niet wat de kandidaat ervaart. Het kan ook betekenen dat handmatige coördinatie effectief is maar duur.

Ten tweede meet de enquête zelfgerapporteerde tijdsbesteding, geen gemeten tijd. De 35% is wat organisaties inschatten, niet wat een tijdregistratie laat zien. De richting is informatiever dan de precieze verdeling.

Wat dit in de praktijk betekent

- De 35% is het sterkste argument voor een bureau dat zijn fee moet verdedigen. Het gesprek is niet "wij vinden betere kandidaten" maar "wij nemen de coördinatie over zodat je team de tijd aan beoordeling besteedt".
- 94% van de werkgevers plant geen gesprek in op het moment van solliciteren. Elk intakegesprek waar een opdrachtgever zegt dat hun proces te lang duurt, kun je beantwoorden met dat percentage.
- 57% gebruikt al automatiseringsagenten, maar vrijwel niemand voor de planningsstap. De markt investeert aan de voorkant (sourcing, screening) en laat de achterkant (coördinatie, communicatie) handmatig. Dat is de stap die een bureau sneller kan doen.
- Bij werkgevers die wel geautomatiseerd hebben, rapporteert 42% een hogere kwaliteit en 42% een kortere doorlooptijd. Dat zijn de twee uitkomsten die een bureau verkoopt.

Methode en bronnen

De tijdsverdeling komt uit de enquête van Aptitude Research onder meer dan honderd organisaties, gepubliceerd als onderdeel van het State of Hiring Automation 2026 rapport. De adoptiemetingen komen uit de audit van Phenom over 219 werkgevers, op basis van publiek toegankelijke carrièresites, verzameld tussen december 2025 en februari 2026.

De enquête meet zelfgerapporteerde tijdsbesteding en adoptiegraden. De audit meet de aanwezigheid van specifieke automatiseringscapaciteiten in de publiek zichtbare sollicitatieflow.

De percentages over agentenadoptie (57%), urgentie (62%) en tevredenheid (72%) zijn enquêteresultaten op een steekproef van meer dan honderd organisaties. De steekproefomvang is klein voor populatieschattingen, en de resultaten zijn indicatief.

Phenom is de aanbieder van het platform dat op de gemeten categorieën scoort, en Aptitude Research voerde het enquêteonderzoek uit in samenwerking met Phenom. Beide belangen horen bij elk gebruik van de cijfers. Het rapport is gepubliceerd op stateofha.phenom.com.

Automatisering, Werving, Coordinatie, Productiviteit

Bronnen

- Phenom, State of Hiring Automation: 2026 Benchmark Report
- Aptitude Research, Hiring Automation Survey 2026