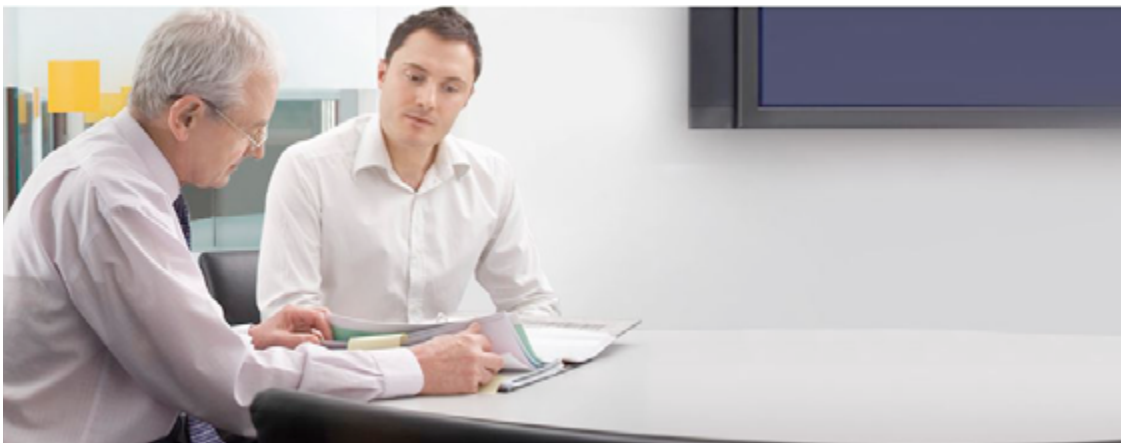


## Personalien

# Im Werben um die besten Köpfe: Fünf Fakten, die jeder Arbeitgeber über die Candidate Experience wissen sollte

Die Mehrheit der Arbeitgeber unterschätzt den Einfluss der Candidate Experience – den Erfahrungen, die Bewerbungskandidaten während des Kontakts mit Unternehmen machen – auf das Unternehmen. Nach einer schlechten Erfahrung im Bewerbungsprozess ist die Wahrscheinlichkeit, dass Kandidaten bei einem Unternehmen einkaufen werden, deutlich geringer. Keine Rückmeldungen des Arbeitgebers zum Status der Bewerbung, keine Bestätigung des Erhalts der Bewerbungsunterlagen: Manche Arbeitgeber hinterlassen unabsichtlich einen schlechten Eindruck bei ihren Kandidaten – und das wirkt sich langfristig auch auf das Unternehmen aus.



Das Bewerbungsgespräch  
Foto: CareerBuilder

Laut einer neuen Studie von CareerBuilder beeinflussen die Erfahrungen, die Kandidaten im Laufe des Bewerbungsprozesses mit einem Unternehmen machen, nicht nur maßgeblich ihre Entscheidungen, ob sie sich bewerben oder ein Jobangebot annehmen, sondern auch ihre Loyalität als Kunden. Die Candidate Behavior Studie 2015, die zwischen dem 3. und 18. Februar 2015 von Inavero für CareerBuilder unter 500 Arbeitnehmern durchgeführt wurde, zeigt die Diskrepanz zwischen den Erwartungen der Kandidaten gegenüber potentiellen Arbeitgebern im Bewerbungsprozess und den tatsächlichen Reaktionen der Arbeitgeber.

„Die Kandidaten von heute erwarten von Unternehmen kontinuierliche Kommunikation während des Bewerbungsprozesses und wenn Unternehmen diese Erwartung nicht erfüllen, kann dies negative Auswirkungen auf das Geschäft haben,“ so Rosemary Haefner, Leiterin Human Resources bei CareerBuilder. „Kandidaten erinnern sich daran, dass Unternehmen ihnen nicht geantwortet, kein Update zum Bewerbungsstatus gegeben oder sich nach einem Vorstellungsgespräch nie wieder gemeldet haben. Diese Erfahrungen führen nicht nur dazu, dass sich Kandidaten wahrscheinlich nicht erneut bei einem solchen Unternehmen bewerben werden. Auch die Wahrscheinlichkeit, dass diese Kandidaten als Kunden bei dem Unternehmen einkaufen werden, ist anschließend deutlich geringer.“

## Methode

Zusammen mit Inavero befragte CareerBuilder zwischen dem 3. und dem 18. Februar 2015 500 Arbeitnehmer in Deutschland, die 18 Jahre oder älter waren, um die Faktoren zu verstehen, welche das Bewerberverhalten bei der Jobsuche beeinflussen. Die Variationsmenge der Stichprobe beträgt mit 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit nicht mehr als +/- 1,4 Prozentpunkte.

## Diese fünf Fakten sollte jeder Arbeitgeber über die

### Candidate Experience wissen:

#### Die Candidate Experience ist wichtiger als Sie denken

Die Mehrheit der Kandidaten akzeptiert schlechtes Verhalten der Arbeitgeber nicht: 53 Prozent würden wahrscheinlich nicht mehr bei einem Unternehmen einkaufen, bei dem sie sich beworben und dann keine Antwort erhalten haben; 52 Prozent wären dem Unternehmen nach einer schlechten Erfahrung im Vorstellungsgespräch ebenfalls nicht länger loyal gegenüber. Und das gleiche gilt für 54 Prozent, wenn sie nach einem Vorstellungsgespräch nichts mehr vom Arbeitgeber hören.

Eine gute Candidate Experience hat den gegenteiligen Effekt: 57 Prozent der Kandidaten würden eher bei einem Unternehmen einkaufen, das ihnen im Bewerbungsprozess Respekt entgegenbringt, und 45 Prozent würden das Gleiche tun, wenn sie im gesamten Recruiting-Prozess regelmäßige Updates erhalten.

#### Kandidaten erwarten deutlich mehr von Ihnen

Für viele Kandidaten ist die Nicht-Reaktion ihrer potentiellen Arbeitgeber wie das berüchtigte "Schwarze Loch". Was diese Arbeitgeber nicht verstehen, ist, dass Kandidaten auf ihre Bewerbung nicht nur eine automatische Antwort erwarten. Die Mehrheit (80 Prozent) erwartet sogar eine persönliche E-Mail, und 50 Prozent wünschen sich einen Anruf. Auch wenn eine Antwort nicht positiv ausfallen würde: 34 Prozent möchten vom Arbeitgeber erfahren, dass sie es nicht bis zum Vorstellungsgespräch geschafft haben.

#### Arbeitgeber versäumen Gelegenheiten, sich mit Kandidaten zu vernetzen

Bewerber suchen möglicherweise vielerorts nach Jobs, wo Arbeitgeber nicht präsent sind. Kandidaten kontaktieren bei der Jobsuche bis zu 22 Quellen – dazu gehören Jobbörsen, soziale Netzwerke, Suchmaschinen und Bewertungsplattformen. Arbeitgeber sollten mit dem Gedanken spielen, ihre Strategie zur Kandidatensuche zu erweitern und Daten darüber sammeln, woher ihre Kandidaten kommen, um dort, wo Bewerber wirklich suchen, keine Gelegenheit zur Vernetzung mit ihnen verstreichen zu lassen.

#### Laufende Kommunikation ist Kandidaten sehr wichtig

Was die Kommunikation mit Kandidaten betrifft, so bleiben Arbeitgeber weit hinter den Erwartungen der Bewerber zurück. 24 Prozent der Kandidaten erwarten ein Update im Laufe des Bewerbungsprozesses und 28 Prozent erwarten auch im Fall, dass sie es nicht bis zum Vorstellungsgespräch geschafft haben, eine Rückmeldung. Sogar nach dem persönlichen Gespräch tappen viele Kandidaten immer noch im Dunkeln: Mehr als drei von fünf (65 Prozent) der Kandidaten gaben an, nach einem Vorstellungsgespräch nie vom Arbeitgeber erfahren zu haben, warum sie den Job nicht bekommen haben.

#### Tatsache: Der Bewerbungsprozess führt bei Kandidaten zu Frustrationen

Der Bewerbungsprozess eines Unternehmens kann der eigene größte Feind sein, wenn es darum geht, Kandidaten aktiv einzubinden und sie auf die eigenen Stellenangebote aufmerksam zu machen. 46 Prozent der Kandidaten haben den Eindruck, dass der Bewerbungsprozess in den letzten fünf Jahren komplizierter wurde. Von diesen beschwerten sich 41 Prozent, dass der Prozess zu automatisiert und nicht persönlich genug ist, 34 Prozent sind frustriert darüber, nicht zu wissen, wo im Prozess sie sich befinden, und 31 Prozent sagen, der Prozess hat inzwischen viel mehr Schritte als früher. Arbeitgeber können diese Frustrationen verringern, indem sie sich Zeit nehmen, um Kandidaten zu antworten, indem sie kontinuierliche Kommunikation sicherstellen und indem sie die Anzahl der Schritte reduzieren, die ein Kandidat im Bewerbungsprozess durchlaufen muss.

#### Christine Siemens

#### Über CareerBuilder Germany

Seit Oktober 2011 vereint der international tätige Lösungsanbieter für integriertes Recruiting CareerBuilder in Deutschland die Marken JobScout24 und CareerBuilder unter einem Dach.

Im Zentrum des gemeinsamen Angebotes steht die bedarfsorientierte Beratung für den richtigen Recruiting-Mix. Das Resultat sind maßgeschneiderte Lösungen, die mit Produkten für Employer Branding, Social Recruiting oder mobiles Internet weit über die klassische Online-Stellenanzeige hinausreichen.

CareerBuilder gehört zu Gannett Co., Inc. (NYSE:GCI), Tribune Company and The McClatchy Company (NYSE:MNI).

Sie möchten mehr über die CareerBuilder Candidate Behaviour Studie 2015 erfahren?

Besuchen Sie [www.careerbuildercommunications.com/candidatebehaviour-de](http://www.careerbuildercommunications.com/candidatebehaviour-de).