

CANDIDATE JOURNEY

WIE SIE BEWERBER BEEINDRUCKEN

Studie: Was Kandidaten vom Bewerbungsweg erwarten

WHITEPAPER

INHALT

1. EINLEITUNG	3
2. DIE STUDIE	4
3. WECHSELBEREITSCHAFT	5
4. BEWERBUNGSERFAHRUNGEN	6
4.1 Erfolgsquoten beim Bewerben	6
4.2 Frauen: Mehr Aufwand für ein Vorstellungsgespräch	7
4.3 Unterschiede zwischen Berufsgruppen	7
4.4 Jeder Dritte findet Bewerbungsprozesse aufwändig	7
5. DIE VIER ELEMENTE IM BEWERBUNGSPROZESS	8
5.1 Information	8
5.2 Kommunikation	11
5.3 Evaluation	12
5.4 Verfügbarkeit	14
6. CHEATSHEET FÜR RECRUITER	16
7. LINKTIPPS	17

Wir legen großen Wert auf geschlechtliche Gleichberechtigung.
Aufgrund der Lesbarkeit der Texte wird bei Bedarf nur eine Geschlechtsform gewählt.
Dies impliziert keine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts.

1. EINLEITUNG

Jedes Erlebnis hinterlässt Eindruck beim Bewerber.

Es gibt keine zweite Chance für einen ersten Eindruck, sagt ein Sprichwort. Und es stimmt: Hat man den Start einer Kennenlernphase binnen weniger Augenblicke verbockt, lässt sich dieser nicht so schnell korrigieren. Warum ist das so? Weil Menschen nachtragend sind? Möglich. Wahrscheinlicher ist aber, dass wir ganz einfach aus Erfahrungen lernen. Assoziieren Menschen ein unangenehmes Erlebnis mit einer Person, Situation oder Organisation, werden sie bei jedem folgenden Kontakt – ob bewusst oder unbewusst – den schlechten Start als Referenz heranziehen.

Dasselbe Prinzip gilt natürlich auch für das Kennenlernen von Bewerbern und Unternehmen: All das, was zwischen dem Entdecken eines Stelleninserats bis zum ersten Arbeitstag passiert, hinterlässt Eindrücke beim Kandidaten. Bedenkt man, dass pro Bewerbungsprozess nur eine Person zum Zug kommt und mehrere abgelehnt werden, wird rasch klar, welches Potenzial an **negativer Mundpropaganda** in einem Bewerbungsprozess steckt.

Diese Candidate Journey, also die „Reise“ des Kandidaten durch alle Stationen eines Bewerbungsprozesses, ist also wesentlicher Teil einer positiv besetzten Arbeitgebermarke.

In diesem Whitepaper erfahren Sie anhand einer **repräsentativen karriere.at-Studie**, durchgeführt von Marketagent.com, was Arbeitnehmer und Kandidaten beim Bewerben erwarten, was sie stört und wann sie einen Bewerbungsprozess abbrechen.

Machen Sie den Selbst-Check:

Wie bewerberfreundlich ist Ihre Candidate Journey?

2. DIE STUDIE

Für die Durchführung der Studie hat karriere.at das Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Marketagent.com beauftragt.

Im **Februar 2018** wurden **501 Berufstätige** im Alter zwischen 18 und 60 Jahren zum Gesamterlebnis Bewerbungsprozess – vom Stelleninserat bis zur Einstellung – befragt.

Konkret richtet sich die Befragung an Angestellte, Arbeiter, Beamte, Freiberufler, Führungskräfte/Geschäftsführer und Manager. Es kamen aber auch Schüler, Studenten, Lehrlinge, Arbeitsuchende, Karenzierte, Präsenz- und Zivildienstler in der Studie zu Wort, sodass sich insgesamt ein repräsentatives Eingangssample ergibt.

Das bedeutet, dass die Zusammensetzung der Untersuchungsteilnehmer hinsichtlich Geschlecht, Alter, Ausbildung, Bundesland und Ortsgröße der österreichischen Gesamtbevölkerung entspricht.

3. WECHSELBEREITSCHAFT

35 Prozent
stehen Jobwechsel
offen gegenüber.

Um als Recruiter mittels **Stelleninserat** oder durch direkte Ansprache überhaupt einen Bewerbungsprozess anstoßen zu können, muss bei potenziellen Kandidaten zumindest eine latente Wechselbereitschaft vorhanden sein. Laut Studienergebnis kann sich 2018 jeder dritte österreichische Arbeitnehmer (**35 Prozent**) grundsätzlich vorstellen, sich in den kommenden 12 Monaten nach einem neuen Job umzusehen. Dieser Wert liegt damit leicht unter den Ergebnissen vorangegangener karriere.at-Studien, in denen je nach Zielgruppe zwischen 38 und 41 Prozent der Befragten grundsätzliches Wechselinteresse innerhalb eines Jahres äußerten. Ein möglicher Grund dafür: Der wirtschaftliche Aufschwung, der nicht nur vielen Unternehmen volle Auftragsbücher beschert sondern gleichzeitig auch Arbeitnehmern – im Vergleich zu den teilweise schwierigeren Jahren davor – langfristige Perspektiven beim aktuellen Arbeitgeber.

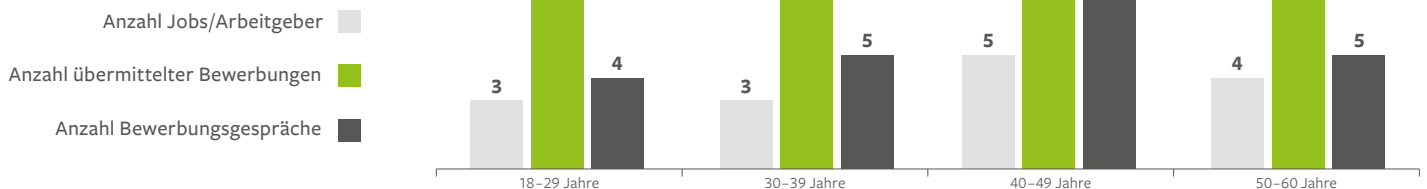
Danach befragt, ob sie in den vergangenen 12 Monaten aktiv nach einem Job gesucht haben, geben sich die Studienteilnehmer naturgemäß zurückhaltender: Mit **28 Prozent** hat gut jeder Vierte innerhalb des letzten Jahres konkret Ausschau nach passenden Stellen gehalten. Als „derzeit auf der Suche“ bezeichnen sich überhaupt nur 12 Prozent.

4. BEWERBUNGSERFAHRUNGEN

4.1 ERFOLGSQUOTEN BEIM BEWERBEN

Wie erfahren sind Österreichs Arbeitnehmer überhaupt beim Thema Bewerbung? Und wie erfolgreich waren sie dabei? Auf die Gesamtzahl der derzeit aktiven Arbeitnehmer hochgerechnet hat jeder einzelne im Mittel (Median) 15 Bewerbungen übermittelt, 5 Bewerbungsgespräche absolviert und dadurch 4 verschiedene Arbeitgeber bzw. Jobs lukrieren können. Sieht man sich die „Erfolgsquoten“ einzelner Untergruppen der Untersuchung an, tun sich allerdings große Unterschiede auf.

WIE ERFOLGREICH SIND ARBEITNEHMER BEIM BEWERBEN?



Quelle: Studie „Candidate Journey“, Marketagent.com, 2018

Jobsuche: War früher alles einfacher?

Die Gruppe der heute 50- bis 60-Jährigen hat im Mittel nur 10 Bewerbungen verfassen müssen, um auf ihre fünf Bewerbungsgespräche zu kommen. Mit statistisch gesehen vier Jobs im gesamten bisherigen Erwerbsleben liegt die Erfolgsquote der Bewerbungstätigkeit in dieser Altersgruppe bei 40 Prozent.

Im Vergleich dazu sind die Erfolgsaussichten jüngerer Arbeitnehmer eher gering: Während 30 Prozent der etwa 10 Bewerbungen der 18- bis 29-jährigen Arbeitnehmer zu Einstellungen geführt haben, liegt dieser Wert bei den 30- bis 39-Jährigen noch niedriger. Obwohl sie im Mittel 20 Bewerbungen versendet haben, endete nur jede vierte davon in einem Bewerbungsgespräch. Am Ende gingen daraus drei Dienstverhältnisse hervor, was einer **Erfolgsquote von lediglich 15 Prozent entspricht**.

Für 5 Bewerbungsgespräche müssen sich Frauen 15 Mal bewerben.

Arbeitgeber:
Candidate Journey
als Chance sehen!

4.2 FRAUEN: MEHR AUFWAND FÜR EIN VORSTELLUNGSGESPRÄCH

Die Untersuchung zeigt auch, dass Frauen in ihrem bisherigen Arbeitsleben insgesamt **mehr Arbeitgeber als Männer** hatten. Und: Um auf dieselbe Anzahl an Einladungen zu Bewerbungsgesprächen zu kommen – nämlich fünf – müssen Frauen im Mittel 15 Bewerbungsschreiben abschicken. Männer erreichen diesen Wert mit 11 abgeschickten Bewerbungen.

4.3 UNTERSCHIEDE ZWISCHEN BERUFSGRUPPEN

Auch hinsichtlich einzelner Berufsfelder zeigen sich deutliche Unterschiede in den „Erfolgsquoten“ von Bewerbungen:

- Im Bereich **„Assistenz, Sekretariat, Sachbearbeitung etc.“** ist im statistischen Mittel nur jede siebte Bewerbung (15 Prozent) erfolgreich
- Arbeitnehmer im Bereich **„Finanz, Management, Personal & Recht“** haben pro Bewerbung eine 20-prozentige Chance auf ein Dienstverhältnis
- Etwas darüber liegen mit 22 Prozent die Erfolgsaussichten von Bewerbern für Jobs in **Verkauf, Marketing, Consulting** etc.

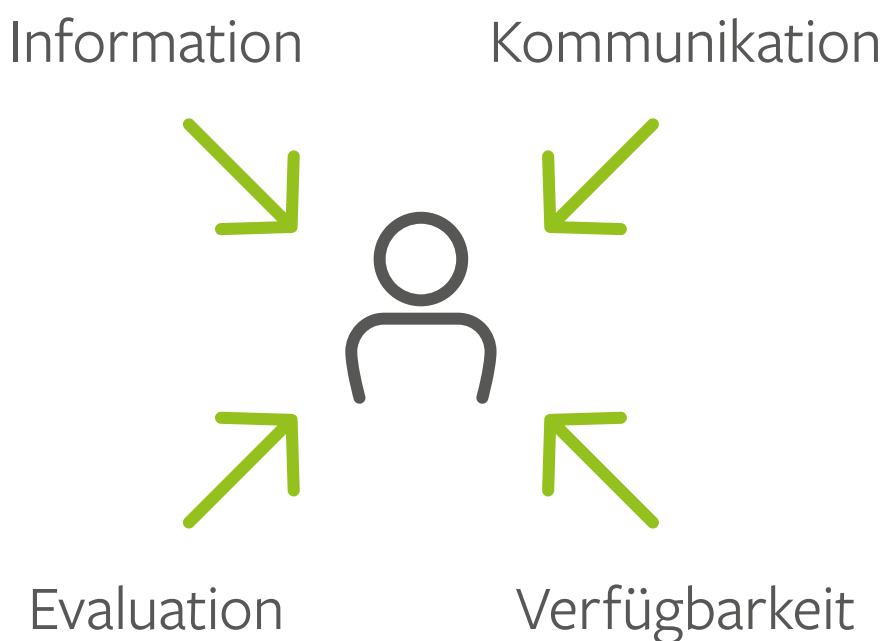
4.4 JEDER DRITTE FINDET BEWERBUNGSPROZESSE AUFWÄNDIG

Insgesamt 35 Prozent der befragten Arbeitnehmer geben an, dass sie Bewerbungsprozesse in ihrer Branche als aufwändig empfinden. Bei jenen, die unmittelbare Erfahrungen mit Bewerbungen gemacht haben, liegt dieser Wert sogar bei **46 Prozent – also jeder zweite Jobsuchende**. Dieses Stimmungsbild zeigt nicht nur eine Herausforderung für Arbeitgeber und ihre Bewerbungswege auf. Es zeigt auch, dass Unternehmen derzeit (noch) die Chance haben, sich mit transparenten, einfachen Bewerbungsmodalitäten positiv von anderen Arbeitgebern hervorzuheben.

5. DIE VIER ELEMENTE IM BEWERBUNGSPROZESS

Vom Entschluss, sich nach einem neuen Job umzusehen, bis zum Ende der Probezeit ist es für Kandidaten ein langer Weg – und genau solange sollten Arbeitgeber auch die Candidate Journey betrachten. Viele Informationen praseln auf Jobsuchende ein, viele Entscheidungen stehen an, viele Hoffnungen, Ansprüche und Wünsche wollen befriedigt werden. Aus Bewerbersicht lassen sich vier Felder identifizieren, die während eines Bewerbungsprozesses auf den Kandidaten und seine Entscheidung für oder gegen ein Unternehmen einwirken.

Finden Bewerber die Infos, die sie brauchen?



5.1 INFORMATION

Ob ein Arbeitgeber für Jobsuchende auf Anhieb interessant wirkt, hängt nicht nur von dessen tatsächlicher Qualität ab, sondern im ersten Schritt auch davon, ob der Interessierte die Informationen findet, die er sucht. Passt eine Stellenausschreibung auf einen Kandidaten, ist dessen zweite Frage meist:

Will ich überhaupt in diesem Unternehmen arbeiten?

Arbeitgeber, die es potenziellen Kandidaten leicht machen, diese Frage zu beantworten, haben im Recruiting die Nase vorn, weil sie ihre Arbeitgebermarke zielgruppenaffin präsentieren – Stichwort **Employer Branding**. Wo also informieren sich Arbeitnehmer über Jobs und potenzielle Arbeitgeber?

Die wichtigste Informationsquelle sind Online-Karriereportale wie etwa karriere.at. 56 Prozent würden sich dort über Arbeitgeber und vakante Stellen informieren. Bei Personen mit Matura, Uni- oder FH-Abschluss liegt der Anteil bei knapp drei Vierteln (72 Prozent), die diese in der Informationsphase nutzen würden.

Auch nimmt die Nutzungsabsicht von Online-Jobportalen mit zunehmender Erfahrung und Routine mit Bewerbungsprozessen zu.

Nach Branche zeigt sich nur im Bereich „Facharbeit/Gewerbe/Produktion“ eine geringere Nutzungsbereitschaft von Online-Jobportalen, wobei diese auch hier mit 48 Prozent nur knapp hinter dem Arbeitsmarktservice (AMS) mit 52 Prozent liegt. In allen anderen Branchen ist die Nutzungsbereitschaft auf annähernd gleich hohem Niveau.

DIE WICHTIGSTEN INFORMATIONSQUELLEN ZU JOBS UND ARBEITGEBERN IM ÜBERBLICK:

1. **Online-Karriereportale** (56 Prozent)
2. **Arbeitsmarktservice** (49 Prozent)
3. **Direkte Kontaktaufnahme mit Unternehmen** (48 Prozent)

Print-Zeitungen (42 Prozent), **Firmenwebsites** (39 Prozent) und **Online-Jobportale von Zeitungen** (33 Prozent) rangieren im Mittelfeld.

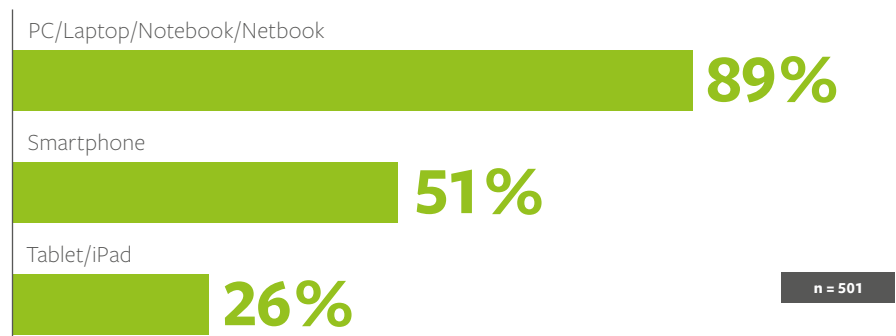
51 Prozent
suchen Jobs
am Smartphone.

Wichtig bei der Suche nach Informationen ist auch ihre technische Verfügbarkeit. Zwar liegt der PC/Laptop hier nach wie vor klar vorne – 9 von 10 Studienteilnehmern geben ihn als bevorzugtes Recherche-Tool an. Doch mittlerweile ist jeder Zweite (51 Prozent) auch in Sachen Jobsuche am Smartphone aktiv. In der jungen Zielgruppe zwischen 18 und 29 Jahren bzw. im Bereich der Young Professionals nutzt jeder Zweite das Handy für Jobsuch-Agenden. Das Tablet/iPad ist zur Recherche bei Jobsuchenden mit Führungskraft-/Geschäftsleitungspositionen überproportional beliebt.

Das heißt für Unternehmen: Sind Unternehmenswebsite und/oder deren Karriere-
page nicht **mobile-fit**, müssen User am kleinen Smartphone-Bildschirm scrollen,
zoomen und sich bemühen, die richtigen Klicks zu setzen. Das frustriert und
erhöht das Absprungrisiko potenzieller Bewerber aus der jeweiligen Ziel-
gruppe.

**JEDER ZWEITE
WÜRDE FÜR DIE
JOBSUCHE
IM INTERNET
DAS SMARTPHONE
NUTZEN.**

Jobsuche im Internet erfolgt
über die folgenden Geräte:

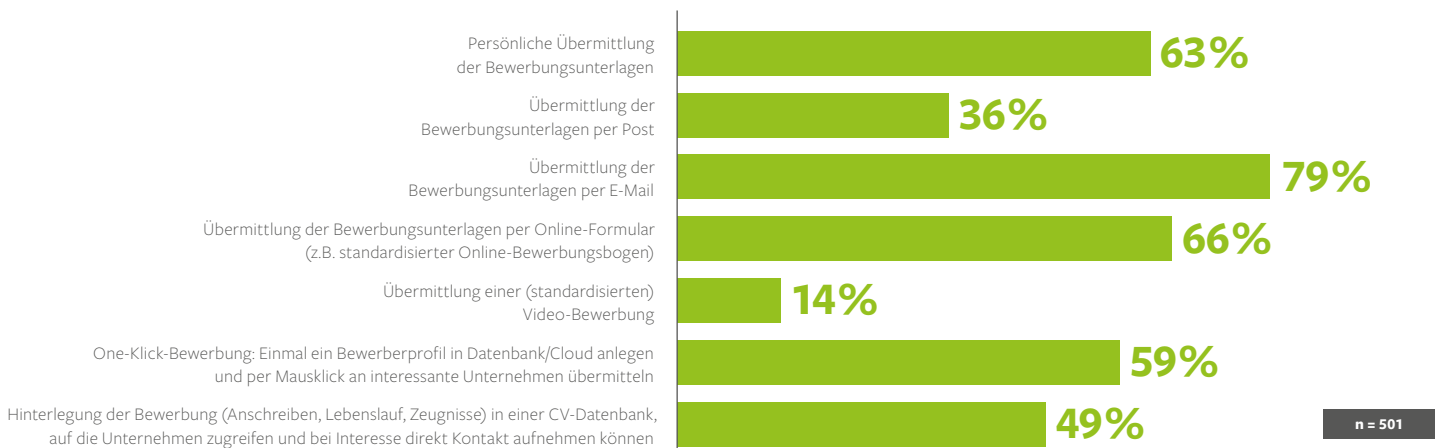


Quelle: Studie „Candidate Journey“, Marketagent.com, 2018

5.2 KOMMUNIKATION

Konnte das Informationsbedürfnis des Jobinteressenten zur freien Stelle und zum Arbeitgeber ausreichend befriedigt werden, folgt meist die Bewerbung selbst: Es werden die Bewerbungsunterlagen übermittelt. Wie das am häufigsten geschieht, zeigt folgende Grafik:

WIE INTERESSANT SIND DIE FOLGENDEN MÖGLICHKEITEN, SICH AUF EIN JOBANGEBOT ZU BEWERBEN?



Quelle: Studie „Candidate Journey“, Marketagent.com, 2018 (Mehrfachnennungen möglich)

Häufigste Form der Übermittlung ist nach wie vor das **E-Mail**: 79 Prozent der Befragten präferieren diese „klassische“ Methode zum Schicken von Lebenslauf und Motivationsschreiben. Ebenfalls großer Beliebtheit erfreuen sich **Online-Bewerbungsformulare** (66 Prozent), **persönliche Übermittlung** (64 Prozent) und **One-Klick-Bewerbungen**, bei denen das CV-Profil in einer Datenbank angelegt ist und per Mausklick übermittelt wird. Interessanterweise haben die Qualifikation und das Bildungsniveau keinen wesentlichen Einfluss auf die Bereitschaft, sich diesen Bewerbungsprozessen zu stellen. Einzige Ausnahme sind Arbeitnehmer in gehobenen Hierarchieebenen, bei denen das Interesse weniger stark ausgeprägt ist.

Für knapp jeden zweiten potenziellen Kandidaten ist die Hinterlegung der Bewerbungsunterlagen in einer CV-Datenbank, auf die Unternehmen zugreifen und bei Interesse direkt Kontakt aufnehmen können, interessant. Grundsätzlich zeigt sich: Je erfahrener die Kandidaten mit Bewerbungsprozessen sind, und je größer das Unternehmen, in dem man tätig ist, desto offener ist man gegenüber Online-Bewerbungsformularen, One-Klick Bewerbungen und CV-Datenbanken mit Zugriff der Arbeitgeber.

5.3 EVALUATION

WARUM ÜBERHAUPT BEWERBEN?

Ab dem ersten Moment, in dem ein potenzieller Kandidat ein Stelleninserat liest, startet ein **ständiger Bewertungsprozess**: Werden diese spontan befragt, was sie motiviert, sich bei einem Unternehmen zu bewerben und im Bewerbungsprozess dabei zu bleiben, nennen die Befragten ungestützt folgende Faktoren als entscheidend:

- ▶ ein **gutes Gehalt** (30 Prozent)
- ▶ eine **interessante Tätigkeit** (21 Prozent)
- ▶ und die **Nähe zum Wohnort** (12 Prozent)

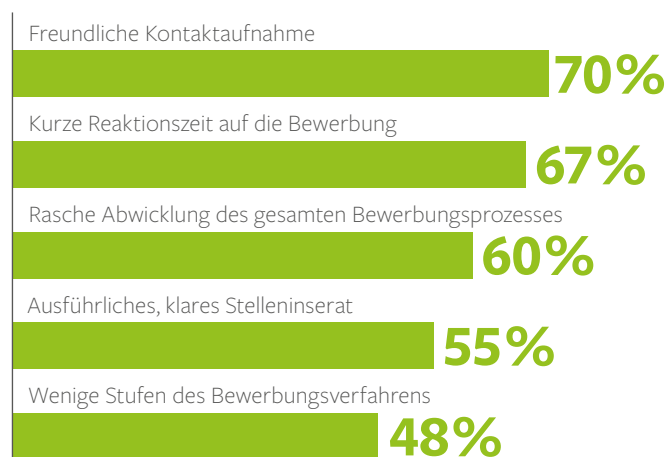
Als störend werden ungestützt vor allem zwei Aspekte genannt: **keine Rückmeldung** zu erhalten (28 Prozent) und das Warten auf eine Antwort bzw. Entscheidung (23 Prozent).

DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT

An welchen Schrauben können Arbeitgeber aber drehen, um ein **positives Jobsuche- und Bewerbungserlebnis** zu vermitteln?

FREUNDLICHE KONTAKTAUFNAHME UND KURZE REAKTIONSZEIT SIND IM BEWERBUNGSPROZESS BESONDERS MOTIVIEREND.

So senkt man die Absprungrate.



Quelle: Studie „Candidate Journey“, Marketagent.com, 2018

Lange Wartezeiten demotivieren Kandidaten.

Es zeigt sich: Jeweils mehr als zwei Drittel lassen sich durch Freundlichkeit und **schnelle Reaktionszeiten** anspornen, den Bewerbungsprozess fortzusetzen. Vor allem im Bereich „Assistenz/Sekretariat/Verwaltung“ haben eine rasche Abwicklung, wenige Stufen des Recruitingprozesses und eine genaue Info über den Ablauf eine verhältnismäßig positivere Wirkung auf die Motivation der Kandidaten als in anderen Bereichen.

Die mit Abstand größten Störfaktoren für Jobsuchende sind jedoch **langes Warten** auf eine Bestätigung nach Übermittlung der Bewerbungsunterlagen (71 Prozent), ein unangenehmes Bewerbungsgespräch bzw. **fehlende Sympathie** (69 Prozent) und eine **unfreundliche Kontaktaufnahme** (66 Prozent).

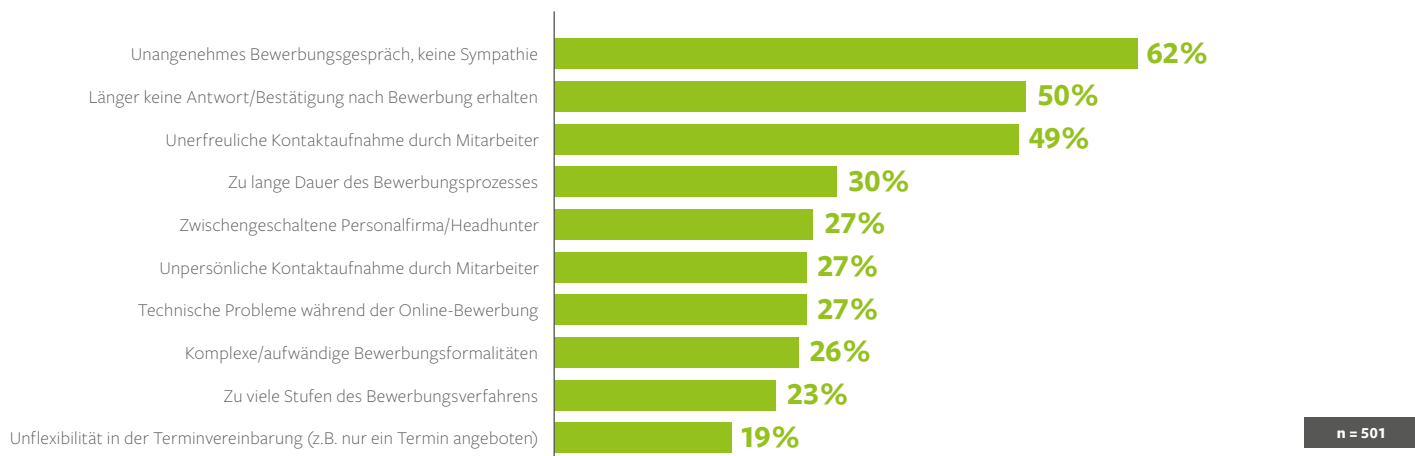
AUS, SCHLUSS, RAUS!

Dass eine durchgängige und ansprechende Candidate Journey wesentlicher Teil der Arbeitgebermarke und somit auch im Recruiting erfolgskritisch ist, zeigen folgende Fakten: Insgesamt vier von zehn Arbeitnehmern haben bereits einmal in ihrem Berufsleben einen Bewerbungsprozess trotz eines an sich interessanten Jobangebots **abgebrochen**. Deutlich höher liegt die Abbruchrate übrigens bei Arbeitnehmern aus **Technik, IT, EDV** und Ingenieurwesen – also jenen Berufsgruppen, in denen großer Bedarf an Fachkräften herrscht: Satte **55 Prozent** – also jeder zweite „Techniker“ – hat bereits einmal vorzeitig seine Bewerbung zurückgezogen.

Danach befragt, was für sie „sehr ausschlaggebend“ wäre, um einen laufenden Bewerbungsprozess abubrechen, antworteten die Befragten Folgendes:

4 von 10 haben schon Bewerbungsprozesse abgebrochen!

EIN UNANGENEHMES BEWERBUNGSGESPRÄCH WÄRE DER WICHTIGSTE AUSLÖSER FÜR DEN ABRUCH DES BEWERBUNGSPROZESSES.



Quelle: Studie „Candidate Journey“, Marketagent.com, 2018

TATSÄCHLICHE ABRUCHGRÜNDE VON BEWERBUNGSPROZESSEN WAREN HINGEGEN:

- ein unrealistisch **niedriges Gehaltsangebot** (34 Prozent)
- ein **anderer Job**, der inzwischen gefunden wurde (32 Prozent)
- **überzogene Anforderungen** im Stellenprofil (29 Prozent)
- **keine Sympathie** im Bewerbungsprozess (24 Prozent)
- **zu lange Dauer** des Bewerbungsprozesses (24 Prozent)

Auch hier zeigt sich: Abgesehen von „hard facts“ wie Gehalt oder Anforderungen sind es häufig zeitliche Faktoren, die zum Abbruch führen. Wie oben beschrieben kann das vor allem in Bereichen mit großem Fachkräftebedarf wie IT, EDV und Technik massive Folgen auf die Anzahl an Bewerbern haben, wo jeder Zweite bereits ein- oder mehrere Male vorzeitig das Handtuch geworfen hat.

5.4 VERFÜGBARKEIT

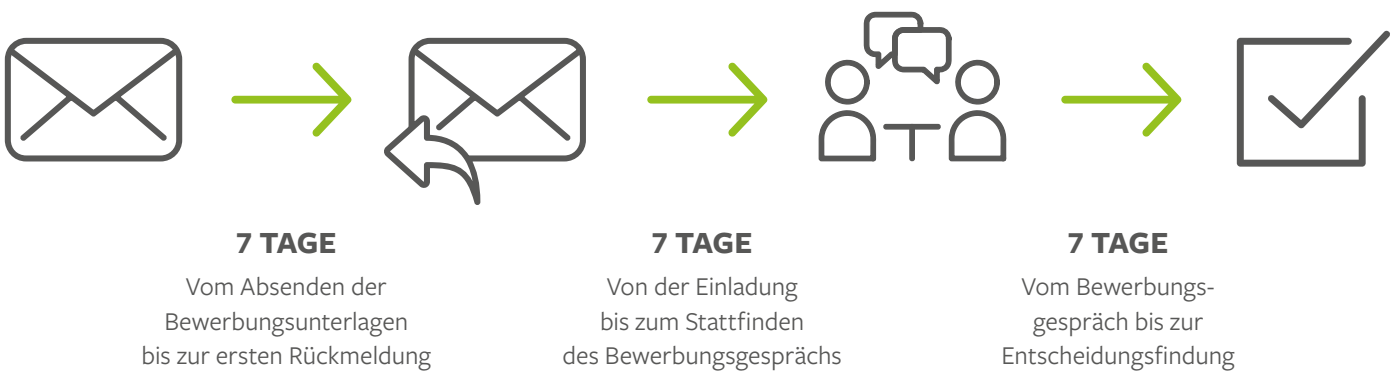
Zeit ist Geld – auch im Recruiting: **Je länger eine Stelle unbesetzt bleibt, umso länger passiert dort auch keine produktive Arbeit.** Und: Auch die Recruitingkosten steigen.

Natürlich ist es für Unternehmen gerade bei spezialisierten Fachkräften oder gar Führungskräften besonders schwer, die richtige aus mehreren möglichen Kandidaten herauszufiltern. Ein aus Kandidatensicht generell zu langer und zu umständlicher Bewerbungsprozess ist ein Faktor, der die **Time-to-hire** zusätzlich verlängern kann. Wie oben beschrieben ist dies nämlich auch einer der Hauptgründe, warum Kandidaten aufgeben.

Komplizierte
Bewerbungswege
verlängern
Time-to-hire.

Bewerber wollen nicht länger als **21 Tage bis zur Entscheidungsfindung** warten. Spätestens eine Woche nach Erhalt der Bewerbungsunterlagen sollte sich ein Unternehmen beim Bewerber zurückmelden, egal ob mit positiven oder negativem Ausgang. Maximal eine weitere Woche sollte zwischen einer allfälligen Einladung zum Vorstellungsgespräch und dem Stattfinden des Jobinterviews selbst liegen. Und dann sollte wiederum nur eine Woche vergehen, um dem Bewerber die endgültige Entscheidung mitzuteilen.

WIE LANGE DARF EIN BEWERBUNGSPROZESS IHRER ANSICHT NACH DAUERN, DAMIT ES FÜR SIE AKZEPTABEL IST?



n = 501

Quelle: Studie „Candidate Journey“, Marketagent.com, 2018

Unrealistisch? Für viele Arbeitgeber in der Tat – und auch verständlich: Gerade bei Inseratlaufzeiten von bis zu zwei Monaten wollen sich Unternehmen nicht um die Chance bringen, alle passenden Kandidaten kennen zu lernen, nur weil sie binnen drei Wochen dem ersten Bewerber zugesagt haben. Dieses statistische Mittel von insgesamt 21 Tagen stellt natürlich einen **Idealwert aus Sicht des Kandidaten dar**. Wie aus vorangegangenen Punkten hervorgeht, können HR-Abteilungen allfälligen Enttäuschungen durch schnelle, freundliche und **serviceorientierte Kommunikation** entgegenwirken.

6. CHEATSHEET FÜR RECRUITER

5 DINGE, DIE IHRE CANDIDATE JOURNEY VERBESSERN

#1 PERSPEKTIVENWECHSEL

Zugegeben, es klingt banal: **Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Bewerber!** Stellen Sie sich vor, Sie sind eine Fachkraft, die an einem ausgeschriebenen Job interessiert ist. Welche Stationen müssten Sie von Beginn an durchlaufen? Wie lange brauchen Sie für alle „Formalitäten“? Bekommen Sie alle Informationen, die Sie gerne hätten? Wann hätten Sie gerne Rückmeldungen? Was sind Ihre Standards, was Serviceorientierung betrifft? Und so weiter...

Wenn Sie Ihre Antworten dann mit den Gegebenheiten im Recruitingprozess Ihres Unternehmens abgleichen: Fallen Ihnen Dinge auf, die man verbessern könnte?

#2 SCHNELLIGKEIT

Es ist klar, dass Unternehmen ausreichend Zeit brauchen, weil professionelles Recruiting jede Menge Arbeit ist. Trotzdem gibt es in jedem Prozess Phasen, die schneller funktionieren würden. Denken Sie nochmals alle Recruitingstationen durch, vom Online-Formular bis zum ersten Arbeitstag. **Was könnte man notfalls sogar weglassen?** Sind alle Angaben im Online-Bewerbungsformular zwingend nötig? Sind die Upload-Limits für zusätzlich verlangte Dateien (noch) realistisch oder müssen Bewerber einen Umweg gehen, um ihre Bilder, Lebensläufe und Zeugnisse extra in kleinerem Format zu speichern? Ist das System stabil oder kommt es vor, dass User aus dem Prozess herausfallen? Falls ja: Gibt es die Möglichkeit, immer wieder zu speichern oder müssen alle Daten nochmals eingegeben werden, falls ein Bewerbungsversuch fehlschlägt? Ist es sinnvoll, Absagen und Einladungen (sofern sie bereits feststehen) zu sammeln und dann an in einem Schwung zu senden? Oder ginge das für einzelne Personen auch schneller?

#3 UPDATES

Halten Sie Ihre Bewerber am Laufenden, an welchem Punkt im Recruitingprozess diese gerade stehen, wie ihre Reise weitergehen und was von ihnen erwartet werden wird. Zeitgerechte Informationen und transparente Prozesse vermeiden den Eindruck bei Kandidaten, dass ihre Bewerbung im HR-Nirvana verschwindet, das dann irgendwann bestenfalls eine unpersönliche Antwort ausspuckt.

#4 KOMMUNIKATION

Niemand mag es, „wie am Amt“ behandelt zu werden, also als Nummer, die bearbeitet werden muss und lediglich lästiger Zeitfaktor ist. Gerade wenn es um wichtige Dinge wie eine Jobentscheidung geht, müssen **Serviceorientierung**, **Freundlichkeit** und **Empathie** gegenüber der Situation des Kandidaten vorausgesetzt werden.

Dazu gehören auch vermeintlich unwesentliche Fehler bei der E-Mail-Korrespondenz mit Bewerbern. Natürlich müssen viele HR-Abteilungen auf vorgefertigte Texte oder Textbausteine zurückgreifen, um die Korrespondenz mengenmäßig überhaupt zu bewältigen. Ungenauigkeiten wie falsch geschriebene Namen, eine falsche Anrede (Herr/Frau) oder „Sehr geehrte Herr ...“ wirken wenig sympathisch. Wird in einen vorgefertigten Text der Name des Kandidaten eingefügt, ist doppelte Vorsicht geboten: Neben den genannten Fehlern kann nämlich auch eine andere Schriftart verraten, dass sich der Absender nicht einmal die Zeit genommen hat, ein Standard-Mail sorgfältig zu bearbeiten.

Beispiel:

„Sehr geehrter Herr Mag. Max Mustermann!“ – sieht eine persönliche Anrede so aus, erweckt das Schreiben eher den Eindruck einer Postwurfsendung.

Besser – klassisch ohne Vornamen: „Sehr geehrter Herr Mag. Mustermann, ...“

#5 AUGENHÖHE

Im Endeffekt geht es immer um Respekt. **Ein Kandidat muss spüren, dass ein Unternehmen ernsthaftes Interesse hat, ihn kennen zu lernen.** Es ist nicht erst seit Aufkommen des Begriffs „Fachkräftemangel“ notwendiges Übel, dass sich Bewerber als mögliche Partner und nicht als Bittsteller um einen Arbeitsplatz fühlen dürfen. Selbst Unternehmen, die das längst verinnerlicht haben, laufen durch oben beschriebene Kleinigkeiten Gefahr, ihr mühsam aufgebautes Arbeitgeberimage zu beschädigen.

7. LINKTIPPS



KARRIERE.AT

Candidate Experience: Guter Eindruck beim Bewerbungsgespräch ist zu wenig



KARRIERE.AT

Bewerber-Kommunikation auf Augenhöhe – PR-Speak verboten!



KARRIERE.AT

Online-Bewerbung: Unnötige Hürden vermeiden!



KARRIERE.AT WHITEPAPER

Das perfekte Stelleninserat



KARRIERE.AT WHITEPAPER

Passende Kandidaten mit Employer Branding

Über karriere.at

karriere.at ist Österreichs größtes Karriereportal. Die Möglichkeiten des Marktführers im Online-Recruiting verbinden passende Kandidaten mit den besten Arbeitgebern. Durch einen einzigartigen Produktmix finden Unternehmen auf karriere.at passende Kandidaten, die eingestellt werden.

Stelleninserate auf karriere.at erreichen tausende Jobsuchende und decken den individuellen Recruitingbedarf einfach und bequem ab. Für Arbeitgeber wird der Pool passender Kandidaten durch gezielte Vorschläge aus der Bewerberdatenbank zusätzlich erweitert. Die Employer Branding Lösung von karriere.at spricht darüber hinaus potenzielle Mitarbeiter an, die optimal zum Unternehmen passen, denn eine starke Arbeitgebermarke ist wesentlich für den Erfolg im Recruiting.

karriere.at hat sich seit 2005 als eigentümergeführtes Unternehmen zu Österreichs reichweitenstärkstem Karriereportal mit mehr als 4,9 Mio. Besuchen monatlich (Google Analytics 1/2019) und über 190 Mitarbeitern entwickelt. 97 Prozent Servicezufriedenheit der karriere.at-Kunden bestätigen den damit verbundenen, hohen Grad an Kundenorientierung.

karriere.at GmbH

Donaupromenade 1, 4020 Linz | +43 (0) 732 90 82 00-0

www.karriere.at | redaktion@karriere.at