

Tim Verhoeven

Inhaltsverzeichnis

1.1 Wie es zu diesem Buch kam 1

1.2 Worum es in diesem Buch geht 3

1.3 Wem ich dieses Buch empfehle und wem ich von diesem Buch abraten würde 5

Literatur 5

Zusammenfassung

Dieses erste Kapitel zeigt wie es zur Idee des Buches kam, warum das Thema „Candidate Experience“ so wichtig ist und wie das Buch aufgebaut ist.

1.1 Wie es zu diesem Buch kam

Als ich mich im Jahr 2009 erstmalig im Rahmen eines Projektes bei meinem Arbeitgeber mit dem Thema Candidate Experience beschäftigen durfte, war der Begriff noch absolutes Neuland im deutschsprachigen Raum. Ich erinnere mich heute – sechs Jahre später – noch genau an meine erste Reaktion, als uns eine Kollegin das Thema vorstellte, mit der Idee der Ableitung aus dem Bereich Customer Experience. Ich war absolut begeistert – und bin es noch heute. Fragte ich damals aber HR-Kollegen aus anderen Unternehmen, ob sie

T. Verhoeven (✉)
BearingPoint, Speicherstr. 1, 60327 Frankfurt am Main, Deutschland
E-Mail: tim.verhoeven@bearingpoint.com

etwas von dem Thema gehört hätten, dann blickte ich regelmäßig in fragende Gesichter. Auch auf all den vielversprechenden Fachveranstaltungen, die es für Personaler gibt, wurde ich zu diesem Thema nicht fündig – weder unter dem Begriff „Candidate Experience“, noch unter einer anderen Begrifflichkeit. Auch Google lieferte nur eine sehr bescheidene Anzahl an Ergebnissen – fast ausschließlich aus dem englischsprachigen Ausland. Das bedeutete für mich und meine Kollegen, dass wir uns komplett auf der grünen Wiese austoben konnten.

Im Nachhinein kann ich sagen, dass wir nahezu idealtypisch das Candidate-Experience-Projekt angegangen sind, was vor allem daran lag, dass meine damalige Chefin hundertprozentig hinter dem Thema stand und alle Beteiligten auch mit ihrer Begeisterung anstecken konnte. Es war ein permanentes Projekt mit permanenten Optimierungen – vom Personalmarketing über das Hochschulmarketing bis hin zur minutiösen Überarbeitung der Recruiting-Prozesse und zu guter Letzt einer Überarbeitung des Onboardings für neue Mitarbeiter. Viele Ideen und Konzepte, die wir damals entwickelt haben, waren so gut, dass ich sie immer noch als Best Practice ansehe – andere weniger gut. Eine Sache jedoch habe ich hundertprozentig verinnerlicht in dieser Zeit – eine Eigenschaft, die ich auch weiterhin für unabdingbar halte, wenn man sich mit einem Candidate-Experience-Projekt beschäftigen möchte: den Willen, jedes noch so kleine Detail zu hinterfragen.

Ohne diese Eigenschaft wären wir nie auf die Idee gekommen, zu hinterfragen, ob wir Bewerbern eigentlich die richtigen Getränke servieren oder ob wir daran etwas ändern sollten? Oder ob unser Raum, in dem wir Bewerbungsgespräche abgehalten haben, atmosphärisch passt oder ob man nicht durch Bilder, Pflanzen und andere Möbel/Accessoires eine passendere Atmosphäre schaffen könnte? Oder ob man nicht auch den Empfang anders briefen könnte, wenn Bewerber kommen, damit sie sich direkt willkommen fühlen? Diese Liste ließe sich noch endlos weiterführen, aber basiert vor allem darauf, dass wir jeden noch so kleinen Prozessschritt hinterfragt und uns gefragt haben, was man machen könnte, um einen Bewerber in diesem Prozessschritt zu begeistern.

Als ich Ende 2011 meinen Arbeitgeber gewechselt hatte, habe ich auch in diesem Unternehmen langsam damit begonnen, das Thema Candidate Experience zu integrieren – was zugegebenermaßen eine Herausforderung darstellte, weil ich die meisten meiner Kollegen länger von der Notwendigkeit eines systematischen Candidate Experience Managements überzeugen musste, als ich gedacht hatte. Dies lag unter anderem auch daran, dass innerhalb der deutschsprachigen Personalszene sowohl der Begriff als auch die Theorie der Candidate Experience bis dato noch nicht angekommen waren und man auch weiterhin nur sehr eingeschränkt Informationen über das Thema finden konnte.

Genau das war der Moment, an dem mir bewusst wurde, dass ich daran etwas ändern möchte. In dieser Zeit fing ich an, meine ersten Artikel über das Thema Candidate Experience zu schreiben – sowohl auf meinem Blog, als auch in anderen Blogs und auf Fach-Webseiten. In dieser Zeit lernte ich auch Birger Meier und Dr. Jochen Kootz – damals beide bei einem anderen Telekommunikationsunternehmen – kennen, welche sich ebenso intensiv in der Praxis und der Theorie mit dem Thema auseinandersetzten und mit denen ich gemeinsam den einen oder anderen Artikel verfasste und auch Vortrag hielt

(Vgl. Kootz et al. 2013). So kam es, wie es kommen sollte – allmählich fingen auch andere Personaler an, sich mit dem Thema zu beschäftigen und das Thema bekam langsam aber sicher Relevanz. Es folgten Anfragen für Vorträge, Kooperationsideen und Beratungsprojekte. Es folgten sehr viele Dienstleister, die sich nun von jetzt auf gleich mit dem Thema beschäftigten – aber trotzdem ausgewiesene Experten waren ... Und es folgten glücklicherweise langsam aber sicher auch die ersten Unternehmen, die den Ansatz des Candidate Experience Managements ernst nahmen und sich damit beschäftigten.

Das Thema ist in aller Munde und wird von vielen Personalern als eines der prägenden Trend-Themen im Personalbereich der kommenden Jahre bezeichnet. Das Jahr 2015 wurde sogar zum Jahr des Kandidaten ausgerufen (vgl. Diercks 2015).

Trotzdem gibt es auch bis heute noch verhältnismäßig wenig deutschsprachige Literatur zu diesem Thema – abgesehen von diversen Blog-Beiträgen und dem einen oder anderen kurzen Artikel in Fachzeitschriften. Der Grund, warum ich dieses Buch verfasst habe, ist, dass ich auch nach sechs Jahren von diesem Thema noch absolut begeistert bin. Sie, liebe Leser und Leserinnen, halten das erste deutschsprachige Fachbuch, welches sich explizit und ausschließlich dem Thema Candidate Experience widmet, in Ihren Händen.

1.2 Worum es in diesem Buch geht

Zu Beginn widmen wir uns zunächst der theoretischen Herleitung des Themas Candidate Experience vom Thema Customer Experience (Kap. 2). Dabei beleuchten wir sowohl, wo das Thema seinen Ursprung hat, als auch, welche Ableitungen noch auf das Thema Candidate Experience zutreffen. Außerdem findet sich dort eine allgemeingültige Definition des Begriffs „Candidate Experience“, welche dann auch in den weiteren Kapiteln aufgenommen wird.

Darauf folgt eine Übersicht über die aktuellsten Zahlen, Daten und Fakten zum Thema Candidate Experience, welche in erster Linie die dringende Notwendigkeit eines systematischen Candidate Experience Managements verdeutlichen (Kap. 3). Ohne die Ergebnisse vorwegnehmen zu wollen: Die Diskrepanz zwischen dem, was Unternehmen leisten, und den Erwartungen von Bewerbern ist zu groß, um darauf nicht reagieren zu wollen. Ein kurzer Exkurs in den internationalen Kontext zeigt uns wiederum auch, wie diese Diskrepanz in anderen Ländern aussieht (Kap. 4).

Etwa tiefergehend widmen wir uns dann in Kap. 5 der ganzheitlichen Betrachtung von (potenziellen) Bewerbern mit allen Kontaktpunkten mit dem Unternehmen und wie man die Zufriedenheit an diesen Kontaktpunkten zusammenhängend messen kann.

Nach diesen eher theoretischen Grundlagen folgt dann ein ausführliches Praxisbeispiel, welches zeigt, wie man im Rahmen eines Projektes Candidate Experience in einem Unternehmen einführt und worauf man in der Praxis achten sollte (Kap. 6). Ausgehend von diesem Praxisprojekt widmen wir uns der Frage, wie man idealtypisch ein Candidate-Experience-Projekt angehen kann und wo sich mögliche Probleme stellen könnten. Gleichzeitig wird dort auch grob skizziert, mit welchem Aufwand zu rechnen ist und wo man sich eventuell externe Hilfe leisten sollte (Kap. 7).

Anschließend erörtern wir die Frage, wie es mit der Bewerberakzeptanz von neuen Technologien im Recruiting aussieht – anhand des Beispiels von zeitversetzten Video-interviews. Diese Frage wird in der Praxis zu Recht immer wieder auftauchen, wenn es darum geht, neue Systeme oder Technologien in den Recruiting-Prozess zu integrieren (Kap. 8). Aufbauend darauf geht es um ein nicht weniger technisches Thema: E-Recruiting. Obwohl E-Recruiting-Systeme häufig bei Bewerbern nicht besonders beliebt sind, sind sie immer noch bei größeren Unternehmen erste Wahl, unter anderem auch, weil sie ein hohes Maß an Arbeitserleichterung und Auswertmöglichkeit für Unternehmen versprechen. Dieses Kapitel zeigt jedoch Möglichkeiten auf, wie man trotz eines E-Recruiting-Systems eine gute Candidate Experience erzielen kann und worauf man dabei achten muss. Abgerundet wird dies durch ein Praxisbeispiel der Baloise Group (Kap. 9).

Dass das Thema Candidate Experience nicht erst beim Recruiting-Prozess beginnt oder dort aufhört, sollte bis zum nächsten Kapitel jedem klar sein – deswegen folgt an dieser Stelle ein Exkurs zum Thema Onboarding von neuen Mitarbeitern, wie man dieses Thema in sein Candidate Experience Management integrieren kann und welche Vorteile dies bringt (Kap. 10).

Wer es bis hierhin geschafft hat, sollte in der Lage sein, seine Prozesse gut gemäß des Themas Candidate Experience auszurichten. Wie sieht es aber aus, wenn es dabei gar nicht um die eigenen Prozesse geht? Diese Frage wird in Kap. 11 beantwortet, in dem es darum geht, wie man Personalberater in das eigene Candidate Experience Management integrieren kann und ob dies überhaupt sinnvoll ist. Ist es möglicherweise für die Candidate Experience sogar nachteilig, wenn Personalberater integriert sind?

Die meisten Praxisbeispiele in diesem Buch sind aus großen Unternehmen – mitunter sogar internationalen Konzernen. Dies soll jedoch nicht bedeuten, dass das Thema Candidate Experience nichts für den Mittelstand ist. Ganz im Gegenteil. Darum werden in Kap. 12 speziell die Besonderheiten eines Candidate Experience Managements im Mittelstand aufgezeigt – sowohl die besonderen Herausforderungen als auch die Vorteile, die mittelständische Unternehmen hier gegenüber klassischen Konzernen haben.

Darauf folgt in Kap. 13 eine Sammlung von Beispielen und erprobten Praxistipps über alle Touchpoints hinweg. Diese kann man ohne zu großen finanziellen und personellen Aufwand umsetzen und mit jedem der Beispiele kann man in der Regel eine Verbesserung der Candidate Experience herbeiführen. Hier liegt der Fokus auf einfach umzusetzenden Maßnahmen, die in erster Linie praktikabel sind und trotzdem einen positiven Einfluss auf Bewerber haben.

Zu guter Letzt kommen in Kap. 14 mit Wolfgang Brickwedde, Henrik Zaborowski, Bernd Kraft, Martin Gaedt und Henner Knabenreich noch Experten aus der Personalbranche zu Wort, welche sich der Frage widmen, welchen Herausforderungen das Thema Candidate Experience in der Zukunft gegenüberstehen wird.

Abgerundet wird das Buch durch meine persönlichen Empfehlungen von internationalen und nationalen Studien, Fachartikeln und Blogs und allgemein Webseiten zum Thema Candidate Experience – für alle, die nach dem Lesen meines Buchs erst so richtig auf den Geschmack gekommen sind (Kap. 15).

1.3 Wem ich dieses Buch empfehle und wem ich von diesem Buch abraten würde

Dieses Buch richtet sich an Personaler, die sich zumindest in der Praxis mit den Grundlagen der Personalbeschaffung beschäftigt haben. Ich erkläre einige grundlegende Begrifflichkeiten aus den Bereichen Personalmarketing, Employer Branding und Recruiting nicht noch einmal explizit, sondern setze zumindest ein grobes Begriffsverständnis voraus.

Jeder, der sich mit dem Thema Candidate Experience beschäftigen möchte – oder seine Prozesse stärker an die Bedürfnisse von Bewerbern ausrichten möchte, wird mit diesem Buch nicht danebenliegen. Das Buch ist durch die verschiedenen Themen der verschiedenen Autoren eine gesunde Mischung aus theoretischen Grundlagen als auch aus echtem Praxiswissen und sollte somit sowohl den Theoretiker als auch den Praktiker ansprechen.

Literatur

Diercks, J. (2015). 2015 – das Jahr der Kandidaten!? Blogger Challenge..., Recrutainment Blog. <http://blog.recruitainment.de/2015/01/05/2015-das-jahr-der-kandidaten-blogger-challenge/>. Zugriffen: 14. Mai 2015.

Kootz, J., Meier, B., & Verhoeven, T. (2013). Candidate Experience (CX) und die Generation Y, Personalblogger.net. <http://www.personalblogger.net/2013/02/04/candidate-experience-cx-und-die-generation-y/>. Zugriffen: 1. Dez. 2014.



Tim Verhoeven leitet das Recruiting und Personalmarketing bei der Unternehmensberatung BearingPoint. Zuletzt war er als Personalleiter für sämtliche Personalangelegenheiten des Modekonzerns TKN verantwortlich und davor hat er mehrere Stationen durchlaufen in den Bereichen Recruiting und Personalmarketing u. a. beim internationalen Kommunikationskonzern Vodafone und dem Marktführer im Bereich der elektrischen Verbindungstechnik Weidmüller. Er ist ein Vorreiter in Deutschland zum Thema Candidate Experience – als Berater, Blogger (NochEinPersonalmarketingBlog), Autor und Redner.

Candidate Experience

Ansätze für eine positiv erlebte Arbeitgebermarke im
Bewerbungsprozess und darüber hinaus

Verhoeven, T. (Hrsg.)

2016, XIII, 161 S. 5 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08895-8