

Wie Sie als Ausbilder eine erfolgreiche Candidate Experience gestalten

Für alle, die anfangen wollen, ihre erlebte Arbeitgebermarke zu stärken und das Bewerber-Erlebnis zu optimieren, anbei die wichtigsten Fragen, die Sie sich stellen sollten.

1. Orientierung und Jobrecherche

Unternehmensimage – Wie wird über Sie gesprochen?

- ✓ Stärken Sie Ihr Image als Ausbilder und beobachten Sie, was in sozialen Netzwerken über Sie geschrieben wird.
- ✓ Tipp: Auf Instagram können Sie beispielsweise den Hashtag mit Ihrem Firmennamen abonnieren, auf Google einen Alert einrichten und auf Arbeitgeberbewertungs-Plattformen wie Kununu eine automatische Benachrichtigung einstellen. So brauchen Sie nicht täglich die Netzwerke screenen, haben aber dennoch im Blick, wie über Sie gesprochen wird.
- ✓ Fördern Sie auch positive Berichterstattung, z. B. indem Sie Ihre Mitarbeiter bitten, eine anonyme Bewertung auf Kununu zu schreiben. Jeder Mitarbeiter ist auch ein Botschafter Ihrer Firma.
- ✓ Unternehmensimage ist auch offline. Machen Sie sich als Ausbilder vor Ort stark, z. B. indem Sie mit Lokalzeitungen zusammenarbeiten oder Vereine unterstützen!

Stellenanzeigen – Sind Ihre Stellenanzeigen aussagekräftig und ansprechend?

- ✓ Optimieren Sie Ihre Stellenanzeigen hinsichtlich
 - Aufbau und Wording: Bauen Sie Ihre Stellenanzeige logisch auf. Erklären Sie unbedingt zum Einstieg in einem aussagekräftigen Einleitungstext, was Ihr Unternehmen macht. Das Wording sollte zu Ihnen und zur Zielgruppe passen (kurze Sätze statt Verschachtelungen, prägnante Stichworte statt Worthülsen)
 - Konsistenz möglicher Kampagnen zur gelebten Unternehmenskultur (z. B. Bruch zwischen Duzen und Siezen)

Stellenbörsen – Nutzen Sie die richtigen Stellenbörse?

- ✓ Oftmals sind Personaler und Kandidaten nicht auf den gleichen Stellenbörsen unterwegs. Prüfen Sie genau, wo sich Ihre Zielgruppe aufhält. Hierzu gibt es online viele Untersuchungen und Befragungen, die Ihnen helfen können. Vergessen Sie hierbei mögliche Multiplikatoren wie Eltern nicht.

Karrierewebsite – Ist Ihre Seite auffindbar, übersichtlich und responsive?

- ✓ Integrieren Sie die Themen Karriere und Ausbildung auf Ihrer Website!
- ✓ Ihr Karrierebereich bzw. ihre eigene Stellenbörse ist im Idealfall direkt von der Startseite Ihrer Unternehmenswebsite mit einem Klick erreichbar.
- ✓ In Ihrer jungen Zielgruppe nutzen rund 99 % mobile Endgeräte. Achten Sie unbedingt darauf, dass Ihre Website responsive ist. Das bedeutet, dass sie sich automatisch an die Displaygröße mobiler Endgeräte anpasst.
- ✓ Achten Sie auch hier darauf, dass Ihr Wording und Ihre Bildwelten konsistent zu allen anderen Kommunikationskanälen sind.

2. Übermittlung der Bewerbung

Kontaktmöglichkeiten – Weiß der Kandidat, an wen er sich mit Fragen wenden darf?

- ✓ Schaffen Sie geeignete Kontaktmöglichkeiten. Unerlässlich ist z. B. die Angabe eines Namens mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Schaffen Sie Erlebnisse, indem Sie

präsent sind (z. B. auf Messen, in Schulen oder sozialen Medien). Jeder Kontakt von Ihnen trägt zur Candidate Experience bei.

Bewerbungsübermittlung – Ist diese für den Kandidaten einfach?

- ✓ Online-Bewerbungsmasken mit Pflichtfeldern machen es HR leichter und Bewerbern schwieriger. Prüfen Sie daher: Müssen wirklich alle Felder Pflicht sein? Auf welche Informationen können Sie im Zweifel verzichten? Reicht es bei z. B. Schülern vielleicht sogar aus, wenn Sie nur das letzte Zeugnis ohne Lebenslauf erhalten?
- ✓ Prüfen Sie auch, welche weiteren Wege der Bewerbungsübermittlung Sie anbieten können. Beachten Sie dabei immer, was Ihre Zielgruppe will, aber auch, was der Datenschutz erlaubt.

Kommunikation mit den Kandidaten – Ist sie in sich schlüssig und verbindlich?

- ✓ Geben Sie regelmäßige Status-Updates. Mindestens eine Eingangsbestätigung sollte Pflicht sein.
- ✓ Überprüfen Sie Ihre automatisierte Kommunikation regelmäßig. Entspricht das Wording noch dem, was zu Ihnen und zur Zielgruppe passt? Sind die Formulierungen positiv und einladend, so dass der Kandidat sich wertgeschätzt fühlt? Gerade in Bezug auf die Zielgruppe Auszubildende gibt es viele Unternehmen, die in der Bewerberansprache Duzen und im weiteren Kontakt auf das „ Sie“ umschwenken. Sind Sie hier überall konsistent?
- ✓ Checken Sie, ob alle Wege der Übermittlung die richtigen sind. Kandidaten tauchen trotz Einladung per E-Mail nicht auf? Tipp: Rufen Sie beispielsweise an, um die Erreichbarkeit und auch die Verbindlichkeit zu erhöhen.

3. Teilnahme an Auswahlverfahren

Der persönliche Kontakt – Sind Sie hier konsistent und schnell genug?

- ✓ Seien Sie freundlich, pünktlich und verbindlich.
- ✓ Wertschätzen Sie den Kandidaten und achten Sie auch hier auf Konsistenz. Sie kommunizieren nach außen ein modernes Unternehmen zu sein? Dann sollten Sie beim Vorstellungsgespräch z. B. nicht mit Overhead-Projektoren hantieren.
- ✓ Seien Sie transparent und zügig in der Entscheidungsfindung. Sagen Sie schnell ab, wenn der Kandidat nicht passt. Sagen Sie aber auch schnell zu, wenn der Kandidat in Frage kommt und senden Sie zuverlässig alle Unterlagen.
- ✓ Halten Sie nach der Zusage Kontakt mit dem neuen Auszubildenden. Laden Sie ihn z. B. zu Teamevents oder einfach zur nächsten gemeinsamen Besprechung ein. Sagen Sie ab und an „Hallo“ und lassen Sie den Kandidaten wissen, dass Sie sich auf ihn freuen. So erhöhen Sie auch gleich die Verbindlichkeit.

4. Einarbeitung und Integration

Willkommenskultur – Haben Sie eine?

- ✓ Achten Sie auf eine gute Willkommenskultur. Sind alle Arbeitsmittel für den neuen Azubi beschafft? Hat er einen Arbeitsplatz? Nehmen Sie ihn mit zum Mittagessen und stellen Sie ihn aktiv den Kollegen vor.
- ✓ Erstellen Sie einen Einarbeitungsplan. Wer ist für was verantwortlich? Was sollte der neue Azubi unbedingt am Anfang wissen?
- ✓ Binden Sie Ihren neuen Kollegen aktiv in Besprechungen, Termine und Aufgaben ein.