

## Candidate Experience als Differenzierungsfaktor – Warum menschliche Nähe wieder an Bedeutung gewinnt

Unternehmen stehen aktuell vor einer widersprüchlichen Situation: In vielen Bereichen wird zurückhaltender eingestellt, gleichzeitig **bleibt der strukturelle Fachkräftemangel bestehen**. In Deutschland können 36 % der Unternehmen offene Stellen weiterhin nicht besetzen, und 83 % erwarten auch künftig negative Auswirkungen durch den Mangel an Talenten (DIHK).

Der **Wettbewerb um die richtigen Kandidaten** ist also keineswegs verschwunden – er hat sich vielmehr verschärft und ist stärker als je zuvor **von Reputation geprägt**.

Gerade in diesem Umfeld wird **Candidate Experience zu einem echten Differenzierungsfaktor**. Denn wo weniger, aber gezielter eingestellt wird, reicht es nicht mehr, Prozesse im Personalauswahlverfahren nur effizient zu organisieren. Entscheidend ist, wie Kandidaten den Kontakt mit einem Unternehmen erleben.

### Mehr Technologie, höhere Erwartungen – und damit mehr Spannung

Recruiting bewegt sich heute in einem klaren Spannungsfeld: **Automatisierung und KI auf der einen Seite, steigende Erwartungen an persönliche Interaktion auf der anderen**. Es geht längst nicht mehr um die Frage, *ob* Technologie eingesetzt wird, sondern wo **bewusst Menschlichkeit erhalten** bleibt.

Genau darin liegt die Herausforderung: Effizienz durch Automatisierung trifft auf das Bedürfnis nach Nähe. Unternehmen, die diese Spannung nicht aktiv gestalten, verlieren nicht zwingend an Sichtbarkeit – aber an **Relevanz**.

### Starke Botschaften, schwache Umsetzung – die Realität klappt auseinander

In der Praxis zeigt sich immer noch ein anderes Bild: Bewerbungen bleiben unbeantwortet, Prozesse dauern zu lange, Rückfragen zu unklaren Profilen werden nicht gestellt und persönliche Gespräche werden durch standardisierte Abläufe ersetzt. Das Problem ist selten operativ – es ist **strukturell**.

Candidate Experience ist oft als Anspruch formuliert, aber weder klar definiert noch eindeutig verantwortet. Recruiting-Teams arbeiten unter Druck, Fachbereiche reagieren spät, **Technologie skaliert Prozesse – aber nicht Kommunikation und Beziehung**.

Das Ergebnis: Ghosting ist kein Ausrutscher, sondern Ausdruck mangelnder Prozessqualität und fehlender Verbindlichkeit.

Eine Studie der ManpowerGroup verdeutlicht diese Lücke zwischen Anspruch und Umsetzung: 46 Prozent der Arbeitgeber weltweit identifizieren die Gewinnung qualifizierter Kandidaten als ihre größte Herausforderung, aber nur 19 Prozent bewerten ihren aktuellen Hiring-Prozess als exzellent.

### Ghosting ist kein Kommunikationsfehler – sondern ein Führungsproblem

Warum hält sich Ghosting also weiterhin, obwohl die Candidate Experience längst als geschäftskritischer Erfolgsfaktor anerkannt ist? Weil es in der Umsetzung dort scheitert, wo **Verantwortlichkeiten nicht klar definiert** sind.



Wo sich niemand zuständig fühlt, verlangsamt sich Kommunikation – oder kommt ganz zum Erliegen. Wo Recruiting keine Priorität hat, bleibt Feedback aus. Wo Prozesse zu stark auf Effizienz getrimmt werden, verschwinden die Zwischentöne, die Vertrauen schaffen.

Das ist nicht nur unprofessionell – es ist geschäftskritisch.

Denn jede nicht beantwortete Bewerbung sendet eine Botschaft – und zwar nicht nur an diese eine Person. **Candidate Experience skaliert:** Prozessqualität spricht sich herum und eine schlechte Erfahrung bleibt selten isoliert.

### Langsame Prozesse sind nicht nur ineffizient – sondern respektlos

Auch langsame Reaktionen auf eingehende Bewerbungen werden häufig unterschätzt. Dabei liegt das Problem weniger in der Bearbeitungszeit als in der Wirkung. **Wer nicht reagiert, signalisiert Desinteresse.**

Hinzu kommt ein zweiter Punkt, der in vielen Prozessen zu wenig beachtet wird: Gute Bewerbungen sind nicht immer selbsterklärend. Lebensläufe enthalten Brüche, Wechsel oder Unschärfen, deren Potenzial sich erst im Gespräch erschließt. Wer an dieser Stelle nicht nachfragt, nicht einordnet und hinterfragt, verliert Erkenntnis. Gerade im Kontext von skills-based hiring ist das ein strategischer Fehler. **KI und skills-basierte Suchen werden also erst dann wirksam, wenn Recruiter die gewonnene Zeit in bessere Gespräche und fundiertere Entscheidungen investieren.**

### High-Tech braucht High-Touch

Die Lösung liegt deshalb **nicht im Rückbau von Technologie, sondern in ihrer gezielten Ergänzung.** Technologie ist stark, wenn es um Struktur, Tempo und Skalierung geht. Persönliche Interaktion ist dagegen dort unverzichtbar, wo Vertrauen entsteht.

Der Mehrwert von KI entsteht also genau dort, wo sie die **menschliche Erfahrung verbessert**, nicht ersetzt. Erfolgreiche Recruiting-Modelle automatisieren, was standardisierbar ist, und personalisieren, was vertrauensrelevant ist. Der Unterschied entsteht nicht im Tool, sondern am Kontaktpunkt zum Kandidaten. Dort entscheidet sich, ob aus Interesse Verbindlichkeit wird – und aus Verbindlichkeit eine Zusage werden kann.

### Candidate Experience ist keine HR-Disziplin, sondern eine Haltung

Candidate Experience ist weder ein „Nice-to-have“ noch ein rein operatives HR-Thema. Sie spiegelt **Führungsqualität, Unternehmenskultur und Marktverständnis** wider.

Unternehmen, die Recruiting strategisch verstehen, reagieren schneller, kommunizieren klarer und treffen bewusstere Entscheidungen. Sie behandeln Kandidaten nicht als Prozessobjekte, sondern als potenzielle Leistungsträger, Kulturträger und Multiplikatoren ihrer Arbeitgebermarke.

Denn am Ende gilt: **Nicht die Anzahl der Kontakte entscheidet, sondern die Qualität der Interaktion.**

### Der Personalberater als verlängerter Arm – und als Markenbotschafter

Ein externer Berater ist im Suchprozess nicht nur Dienstleister, sondern immer auch **verlängerter Arm des Mandanten.** Jede Ansprache, jedes Briefing, jede Rückmeldung, jede Verzögerung und jede Absage prägt mit, wie ein Unternehmen im Kandidatenmarkt wahrgenommen wird.



Genau deshalb kann professionelle Personalberatung weit mehr leisten als die reine Identifikation von Profilen. Sie kann Suchprozesse strukturieren, Kommunikation beschleunigen, Kandidaten sauber vorbereiten, Erwartungen realistisch kalibrieren und last but not least an den entscheidenden Stellen jene besagte Nähe herstellen, die interne Strukturen im Tagesgeschäft oft nicht in der nötigen Qualität leisten können. **Eine gute Erfahrung mit dem Berater ist deshalb immer auch eine Erfahrung mit dem Unternehmen**, das dieser Berater repräsentiert.

Damit wird Executive Search oder spezialisierte Personalberatung zugleich zu einem wirksamen Marketinginstrument im Kandidatenmarkt. Nicht im werblichen Sinne, sondern im glaubwürdigen. Wer professionell, verbindlich und wertschätzend durch einen Prozess führt, transportiert Arbeitgeberqualität unmittelbar in den Markt. Und zwar gerade bei jenen Zielgruppen, die selten aktiv suchen, aber sehr genau beobachten, wie sie angesprochen und behandelt werden.

**Am Ende bleibt eine unbequeme Frage: Wie erleben Kandidaten Ihren Recruiting-Prozess tatsächlich – nicht auf dem Papier, sondern im Kontakt?**

**Und vielleicht noch relevanter: Würden Sie sich selbst auf Ihre eigene Stelle bewerben – und den Prozess durchlaufen wollen?**

**Denn die Wahrheit ist: Candidate Experience ist kein Erkenntnisproblem. Sie ist ein Umsetzungsproblem. Und genau daran entscheidet sich, wer künftig die besseren Kandidaten gewinnt –und wer weiterhin nur darüber spricht.**

