

Webbasierte Assessments im Ausbildungsmarketing: Mit Online- und Self-Assessments zum richtigen Ausbildungsberuf

Joachim Diercks und Levke Mohr

1 Hintergrund

Schülerinnen und Schülern steht am Ende ihrer Schulzeit eine echte Herkulesaufgabe bevor: Es gilt, die Weichen für die eigene berufliche Zukunft zu stellen. Dabei treffen junge Menschen auf eine Situation, die undurchsichtiger kaum sein könnte. Man könnte ja meinen, dass die omnipräsente Verfügbarkeit an berufsorientierenden Informationen im Internet die Situation für junge Menschen vereinfacht hätte. Weit gefehlt. Das Problem mit der Berufsorientierung heutzutage ist nicht ein *Zuwenig* an verfügbarer Information, sondern ein »*Allzuviel*« bei gleichzeitig extrem vielen Wahlmöglichkeiten. Junge Menschen können allein in Deutschland je nach Zählweise aus etwa 350 bis 650 Ausbildungsberufen und – bei vorhandener Hochschulzugangsberechtigung – aus beinahe 10 000 grundständigen Studiengängen an rund 400 Hochschulen wählen. Und selbst wenn die Entscheidung für ein bestimmtes Berufsbild bereits gefallen ist, sieht die Praxis in jedem Unternehmen anders aus. Wie finden Berufsinteressierte beispielsweise heraus, ob das ausgewählte Unternehmen zu ihnen passt bzw. wie findet das Unternehmen auf der anderen Seite heraus, ob die Berufsinteressierten zum Unternehmen passen?

Webbasierte Assessment-Verfahren können hier sehr wertvolle Dienste leisten. In der Praxis sind Online-Assessments häufig schon ein fester Bestandteil im Auswahlprozess. Dabei wird der Nutzen dieses Instruments jedoch häufig verkannt bzw. auf die unternehmenseitige Bewerberauswahl beschränkt. Erweitert um einen Recrutainment-Faktor – also um spielerisch-simulative Elemente, die auch Einblicke in das Unternehmen gewähren – kann ein Online-Assessment auch den Bewerber zur Selbstauswahl anregen und dabei die Akzeptanz des Instrumentes nachweislich steigern (Mohr 2013). Webbasierte Assessments lassen sich jedoch auch direkt zur Verbesserung der Orientierung einsetzen. In Form sogenannter Self-Assessment-Verfahren ermöglichen diese Instrumente nicht nur tiefere Einblicke in die konkrete Arbeits- und Erlebniswelt des Unternehmens, sondern insbesondere auch in die Berufsbilder und Tätigkeiten, um so eine verbesserte Selbstauswahl zu gewährleisten.

Dieser Beitrag bietet einen Überblick über die verschiedenen Einsatzmöglichkeiten von webbasierten Assessments in der Azubi-Auswahl und im Ausbildungsmarketing.