

Das virtuelle Bewerbungsgespräch

Unternehmen sortieren Kandidaten aus – online. Interessierte können sich den Dresscode und den Betrieb wie in einem Computerspiel anschauen.

Maya Heinbockel
Hamburg

Eine smarte Frau mit roten Haaren und grauem Blazer blickt hinter dem Empfangstresen hervor. Freundlich lächelnd spricht sie den Besucher an: „Willkommen bei der Citibank. Mein Name ist Maren Hansen.“ Frau Hansen ist rein virtuell. Ihre Aufgabe ist es, Bewerber für eine Lehre bei der Citibank im Internet zu testen. Seit acht Wochen hat die Bank einen Teil des Bewerbungsverfahrens auf das Internet umgestellt. Interessante Bewerber erhalten einen Zugangscode für „Citimove“ und müssen sich dort bei kleinen Aufgaben und Fragen zu Bankalltag, Rechtschreibung oder Mathematik beweisen. In einem virtuellen Bankumfeld, fast wie bei einem Computerspiel.

„Wir steigern durch das neue Onlineangebot die Qualität der anschließenden Bewerberrunden. So können Bewerber und Unternehmen bereits in diesem frühen Stadium einen Eindruck gewinnen, ob sie zueinander passen“, erklärt Sandra Kaiser, Ausbildungsleiterin der Citibank.

Mit der Idee des E-Assessment (Online-Bewerbungsauswahl) ist die Citibank nicht alleine. „Es gibt einen starken Trend zur Online-Bewerbersauswahl“, sagt Mathias Kaesting von der Personalberatung Kienbaum. So sieht es auch Internetchiefmann Joachim Diercks: „Das Thema E-Assessment gewinnt zunehmend an Bedeutung. In den nächsten ein bis zwei Jahren werden Onlineverfahren vielen Bewerbern begegnen.“ Seine Firma Cyquest hat Citimove realisiert – und ähnliche Bewerberverfahren für Unternehmen wie Unilever, die Bahn und Gruner & Jahr.

Der Konsumgüterhersteller Unilever war ein Vorreiter für diesen Trend. Auf unique.st übernimmt der Bewerber die Rolle eines Mitarbeiters im US-Stammwerk der Eismarke Ben & Jerry's und wird mit der Aufgabe betraut, eine neue Sorte zu konzipieren. Unique.st übernimmt dabei eine wichtige Rolle im Auswahlverfahren für den zukünftigen Führungsnachwuchs und ersetzt die Durchführung eines kognitiven Leistungstests. Zu diesen Tests wurden die Bewerber früher in die Unilever-Zentrale eingeladen – jetzt reisen sie virtuell in die USA.

Auch der Hamburger Verlag Gruner & Jahr setzt auf die Hilfe des Internets. Studierende und Absolventen können sich unter www.guj.de bei CyPress hinein-



Eine virtuelle Frau begrüßt Kandidaten für ein Bewerbertraining. In Form eines Echtfilms erzählt ein leitender Angestellter bei der Citibank zuvor etwas über das Unternehmen. Dann müssen Fragen beantwortet und Aufgaben gelöst werden.

klicken. Nach einer Begrüßung durch G+J-Chef Bernd Kundrun können sich die Interessenten durch das virtuelle Gruner & Jahr-Gebäude bewegen. Hier erfahren sie alles über das Trainee-Programm und welche Aufgaben im kaufmännischen Bereich auf sie zukommen.

Die Deutsche Bahn möchte beim Onlinespiel „Tr.A.X – der Transatlantik-Express“ Jugendlichen die Berufsorientierung erleichtern. Der Nutzer erfährt alles über Ausbildungsberufe wie Gleisbauer, Lokführer oder Mechatroniker. Später sind auch Bewerbung und Bewerberselektion über das Internet geplant.

„Unternehmen erhoffen sich bei der Vorauswahl von großen Bewerberzahlen kostengünstiger zu arbeiten, eine qualifiziertere Auswahl und einen Marketing- und Imageeffekt“, sagt Friedemann Stracke. „Der stärkste Grund ist die Ökonomie. Online-Vorauswahl ist weniger aufwendig und es fallen keine Reisekosten an“, sagt Mathias Kaesting von Kienbaum. Bei Gruner & Jahr sollen die Bewerbungskosten durch Cypress signifikant gesenkt werden. Auch bei der Citibank mit 12 000 bis 14 000 Azubi-Bewerbungen jährlich spielt das eine Rolle. „Durch die effektivere Auswahl der Kandidaten sparen wir Kapazitäten. Diese investieren wir in die anschließenden Bewerberrunden und in die Ausbildung“, sagt Kaiser.

In der Computerspielatmosphäre der Onlineauswahl setzen viele Unternehmen auch auf Selbstausswahl der Bewerber. „Computerspielartige Auswahl kann zusätzlich einen Eindruck von der Unternehmenskultur vermitteln“, sagt Kaesting von Kienbaum. „Viele Bewerber haben keine klaren Vorstellungen davon, was in der Ausbildung auf

sie zukommt. Citimove hilft ihnen, einen Eindruck von ihrem zukünftigen Job und der Citibank zu erhalten“, ergänzt Kaiser von der Citibank. So sieht der Bewerber an den virtuellen Figuren bereits, welcher Dresscode in der Bank herrscht und dass das Team international zusammengesetzt ist. Bei Gruner & Jahr kann jeder auf die Seiten gehen, sich durch das virtuelle Gebäude klicken und kleine Aufgaben erledigen. Die Ergebnisse werden vom Verlag nicht eingesehen und dienen nur zur Selbsteinschätzung. Erst wer sich danach bewirbt und den Zugang zu den „echten“ Tests erhält, zählt. Vorher soll der potenzielle Bewerber nur erfahren, welche Aufgaben einen Angestellten erwarten. „Gruner & Jahr hat keine Probleme, journalistischen Nachwuchs zu bekommen – aber die guten kaufmännischen Absolventen denken nicht zuerst an einen Verlag“, sagt Joachim Diercks von Cyquest.

Durch einen aufwendig gestalteten Online-Auftritt und fortschrittliche Onlineauswahl erhoffen sich viele Firmen auch einen Imagegewinn. „Unser Ziel war es, den Auswahlprozess für die Bewerber zu beschleunigen und attraktiver zu machen sowie unseren Innovationsanspruch zu untermauern“, sagt Kay Flothow von Unilever Deutschland.

Personalexperte Friedemann Stracke sieht jedoch eine Gefahr darin, „einer technischen Vorauswahl zu vertrauen“. „Man darf nie vergessen, dass E-Recruiting immer auf einer unpersönlichen Ebene stattfindet. Es kann nur grundsätzliche Passung feststellen und ersetzt kein persönliches Kennenlernen“, sagt Kaesting von Kienbaum. Bei Berufseinsteigern hat Onlineauswahl Vorteile, doch „bei Topmanagern ist es nicht sinnvoll“.



Eine virtuelle Personalmanagerin begrüßt Interessierte auf der Internetseite der Unilever-Eisochter Ben & Jerry's. Später sollen Bewerber eine Eissorte kreieren.



Die Deutsche Bahn will mit ihrem Internetauftritt vor allem Jugendlichen Berufe wie Lokführer, Gleisbauer und Mechatroniker näherbringen.