

7. Ausbilder-Praxistag in Leipzig: Recruitment – Bewerbung mit Spaßfaktor

Joachim Diercks von der Hamburger Cyquest GmbH stellte die neuen technischen Möglichkeiten vor, mit denen Unternehmen heute bereits versuchen, passende Nachwuchskräfte anzusprechen und für sich zu gewinnen. Internet-Gemeinden wie StudiVZ oder SchülerVZ hätten inzwischen eine solche Sogwirkung entwickelt, dass es sich kaum noch ein Schüler oder Student erlauben könne, nicht Mitglied der entsprechenden Community zu sein. „Nicht alle finden diese Online-Netzwerke toll, aber sie müssen einfach dabei sein“, sagte Diercks. Allerdings solle man sich gut überlegen, ob und wie man junge Leute in diesen Communities zu Rekrutierungszwecken anspreche: „Die User sind dort normalerweise aus einem anderen Grund; eine werbliche Ansprache kann als störend empfunden werden und damit kontraproduktiv sein“, sagte Diercks. Aber, so die Erfahrung einer Ausbildungsverantwortlichen: „Man kann sich im SchülerVZ ein gutes Bild von Kandidaten machen, die sich im eigenen Unternehmen beworben haben.“

Blogs als Rekrutierungsinstrument

Als „wertvolles Instrument im Recruitingkontext“ lobte Diercks Internet-Tagebücher: „Blogs können laufend aktuelle Einblicke in die Unternehmensrealitäten bieten. Beispielsweise können Auszubildende über ihren Alltag schreiben. Deren Erfahrungsberichte bilden authentische Informationsquellen für Berufsorientierung suchende, potenzielle zukünftige Azubis.“ Die Kommentarfunktion eröff-

Mit „Recruitment“ haben einige Unternehmen bereits die nächste Runde im Wettbewerb um gute Auszubildende eingeläutet. Die Wortkreuzung aus Recruiting und Entertainment bezeichnet originelle, spielerisch anmutende Software, die der Berufsorientierung, dem Personalmarketing, der Selbstselektion von Bewerbern und der Vorsortierung von Kandidaten dienen soll. Ungeeignete Bewerber sollen so frühzeitig aus dem Bewerbungsverfahren ausgeschlossen werden. Beim 7. Ausbilder-Praxistag in der DGFP-Regionalstelle Leipzig erhielten Ausbildungsverantwortliche einen Überblick über die vielfältigen Kanäle zur Ansprache von Jugendlichen, die sich durch moderne Multimedia-Technik eröffnen. Diskutiert wurde auch der sinnvolle Einsatz von E-Learning-Tools zur Unterstützung der betrieblichen Ausbildung.

ne zudem einen Rückkanal, durch den Recruiter wertvolle Einblicke in die Gefühls- und Interessenlage der Zielgruppe erhielten. Entscheidend für den Erfolg von Blogs sei allerdings, dass sie laufend aktualisiert werden und dass die entsprechenden Webseiten von der am häufigsten genutzten Suchmaschine Google gefunden werden. Um Authentizität herzustellen, dürften Blogs nicht dem Diktat der Unternehmenskommunikation unterliegen; sie müssten außerdem einfach zu bedienen sein, da der Inhalt im Vordergrund stehe.

Rekrutierungsversuche in der dreidimensionalen virtuellen Welt Second Life seien eine schöne Sache, „aber eher unter PR- als unter Rekrutierungsgesichtspunkten“, schloss Diercks aus bisherigen Versuchen der Personalwerbung. Die Kosten pro Einstellung eines Kandidaten nach virtuellen Bewerbmessen seien einfach zu hoch. Dies könne sich ändern, wenn „in

Second Life alle Bauten stehen würden und es keine Barrieren mehr“ gebe. Im Moment behinderte aber noch eine Reihe technischer Hürden bei der Installation, der Erstellung eines Avatars (der virtuellen Verkörperung der eigenen Person) und der Navigation in der 3-D-Welt die Begegnung von Arbeitgebern und Kandidaten. Und auch „das klassische Marketingproblem“ bleibe bestehen: „Man muss die richtigen Leute erreichen“, so Diercks.

Informationen per Podcasting

Video-Podcasting oder Vodcasting ist ein einfacher und schneller Weg, um potenzielle Nachwuchskräfte über das eigene Unternehmen zu informieren. Aus dem Internet können Video-Mediendateien heruntergeladen werden, mit



„Wenn Sie von vornherein nur die passenden, richtigen Bewerber ansprechen, brauchen Sie in letzter Konsequenz keine Auswahlverfahren mehr“ sagte Joachim Diercks (Cyquest GmbH, Hamburg).



„Manche Kompetenzen wie Innovationskraft, Überzeugungskraft oder Integrationsfähigkeit kann man im Online-Assessment-Center allein nicht zuverlässig erfassen. Dazu bedarf es zusätzlicher Instrumente“, erklärte Regina Ockert (Frankfurt School of Finance and Management).



„Die Herausforderung beim Einsatz von IT in Ausbildung und Training liegt darin, dem Lerner einerseits Flexibilität zu ermöglichen und andererseits dafür zu sorgen, dass er den Lernpfad nicht verlässt“, sagte Enrico Korb (Mastersolution AG, Plauen).

deren Hilfe Interessenten Eindrücke von der Unternehmenskultur bekommen sowie Mitarbeiter und Berufsbilder kennenlernen können. „Ein Bild mit einem Migranten ohne Krawatte sagt mehr aus als langatmige Ausführungen über Diversity und den Dresscode im Unternehmen“, erläuterte Diercks den Vorteil. Ein Glücksfall für das Personalmarketing ist es, wenn sich originelle Podcasts gleichsam wie von selbst im Netz verbreiten, weil sie im privaten Rahmen weiterempfohlen werden. „Ein solches virales Marketing ist aber schwer plan- und kalkulierbar“, räumte Diercks ein.

Dank der wachsenden Zahl von Nutzern moderner UMTS-Handys sind zunehmend die Voraussetzungen für das sogenannte „mobile Marketing“ gegeben. Damit steht nicht nur für die Personalgewinnung ein neues Instrument zur Verfügung: „Man kann gedanklich auch alles durchspielen, was mit Mitarbeiterbindung zu tun hat“, erläuterte Diercks. So könnte man etwa künftigen Auszubildenden vor ihrem Ausbildungsbeginn wöchentlich ein Quiz auf ihr Handy spielen, damit sie ihrem späteren Ausbildungsbetrieb die Treue halten.

Weil mobile Endgeräte wie Handys meist deutlich kleinere Darstellungsflächen als Computer-Bildschirme haben, werden sie in der Praxis genutzt, um potenzielle Bewerber auf die Fortsetzung im Internet neugierig zu machen. So spielt etwa das Hamburger Verlagshaus Gruner + Jahr während Präsenzveranstaltungen den Zuhörern ein Quiz auf ihre Handys, das diese auf die Website des Unternehmens locken soll.

Recruiting mit CyPRESS

Dort finden sie dann die (von Diercks Unternehmen Cyquest umgesetzte) Self-Assessment-Applikation CyPRESS. Nach einer Begrüßung durch einen hochrangigen Vertreter des Unternehmens werden Interessenten zu einem virtuellen Rundgang durch den Verlag eingeladen, der für die Zielgruppe der Verlagskaufleute anders gestaltet ist als für künftige Trainees mit Hochschulbildung. In verschiedenen Abteilungen müssen dabei Aufgaben gelöst werden, die im Zusammenhang mit der künftigen Tätigkeit stehen – beispielsweise soll anhand von Statistiken ermittelt werden, wie groß der Kreis der potenziellen Leser der Zeitschrift „Neon“ ist. Ziele dieser ersten Runde im Unternehmen, die allen Internet-Nutzern offensteht, sind die Vermittlung angemessener Berufs- und Tätigkeitsbilder (realistic job previews) und ein Self-Assessment, bei dem die Bewerber selbst ihre Interessen und Leistungen mit den Anforderungen vergleichen können.

Entschließen sich die Interessenten dann zu einer Bewerbung und sind sie nicht offensichtlich ungeeignet, werden sie zu einer zweiten Runde im geschlossenen Bereich von CyPRESS eingeladen, in der mehr klassische Tests etwa zur kognitiven Leistungsfähigkeit oder zum sprachgebundenen Denken auf dem Programm stehen. Allerdings, so räumte Diercks ein, bewegt sich Recruitainment auf einem schmalen Grat: „Man muss sorgfältig darauf achten, das Zweckdienliche abzubilden und den Eindruck vermeiden, die Unternehmenswirklichkeit habe tatsächlich

nichts mit Arbeiten, sondern mehr mit Spielen zu tun.“ Die eingebundenen Aufgaben müssten so anspruchsvoll sein, dass ihre Lösung mit Aufwand verbunden ist. Andererseits dürfe der Spaßfaktor auch nicht so niedrig sein, „dass sich nur noch die eher kognitiv orientierten Bewerber angesprochen fühlen, die man auch über Broschüren oder andere klassische Kanäle hätte informieren können“.

Online-Auswahlverfahren

Ziel des Online-Assessments (AC), das die Frankfurt School of Finance and Management (ehemals Bankakademie) im Auftrag ihrer Kunden durchführt, ist weniger die Erschließung neuer Bewerbergruppen als die wirtschaftlichere Abwicklung des klassischen Bewerbungsverfahrens. So wird etwa der Erfassungsaufwand, der für eine klassische Bewerbung auf dem Postweg anfällt, durch die Online-Bewerbungsmöglichkeit auf den Bewerber verlagert. Es werden Reisekosten eingespart und selbst die Entscheidung, wer zum Online-Assessment zugelassen wird, ist – anders als bei der von Joachim Diercks vorgestellten Applikation – vollständig automatisiert. Regina Ockert, Ausbilderin bei der Frankfurt School of Finance, betonte allerdings: „Online-AC wählen keine geeigneten Kandidaten aus, sondern sortieren lediglich die ungeeigneten aus. Dadurch kann der Personalabteilung intensiver und effektiver den geeigneten Bewerbern zuwenden.“

Für einige Teilnehmer des Ausbilder-Praxistags war die Vorstellung ei-

ner komplett automatisierten Vorauswahl allerdings befremdlich. „Wir sind in einer ländlichen Region zu Hause – da sind selbst die Lehrer noch nicht so weit. Bei uns fehlen nicht nur Internet-Zugänge, sondern auch Scanner“, gab ein gewerblicher Ausbilder zu bedenken. Einer anderen Ausbildungsverantwortlichen fehlte die Möglichkeit, anhand der Bewerbungsunterlagen die Sorgfalt und Ernsthaftigkeit eines Bewerbers beurteilen zu können: „Wir wollen schließlich nicht diejenigen, die uns ein Anschreiben mit Butterbrotflecken schicken.“ Bedenken gab es auch gegen die Bearbeitung von Testbatterien am Bildschirm. Man könne nicht wissen, ob diese tatsächlich vom Bewerber selbst bearbeitet würden, und es sei ein Unterschied, ob man die Tests in Ruhe daheim abarbeiten könne oder einen öffentlichen Zugang, etwa in einem Job-Center, nutzen müsse, „bei dem schon drei andere hinter einem warten“.

Ein virtuelles Klassenzimmer stellte Enrico Korb, Vorstand der Mastersolution AG in Plauen, vor. Die Internet-Life-Lernplattform „MasterSolution EvoEye“ solle keinen Präsenzunterricht ersetzen, habe aber dort ihre Berechtigung, wo große räumliche Distanzen zu überwinden seien: „Einer unserer Kunden ist ein Unternehmen, das am Nachmittag seinen sachsenweit verteilten Azubis Nachhilfe erteilt und das für diese Unterstützung jetzt nur noch einen einzigen Dozenten benötigt.“

dhs

DGFP-Umfrage zur Mitarbeiterüberwachung

„Aktuelle Diskussion traurig und beschämend“

Mitarbeiter werden in deutschen Unternehmen nach Einschätzung von Personalmanagern heute stärker überwacht als vor zehn Jahren – auch und vor allem, weil es heute mehr technische Möglichkeiten zur Überwachung gibt. Dennoch meint nur jeder vierte Personalmanager, dass die Zusammenarbeit in deutschen Unternehmen heute stärker von Misstrauen geprägt ist als vor zehn Jahren. Immerhin 52 Prozent beobachten diesbezüglich keinerlei Veränderungen, und 23 Prozent erleben die Zusammenarbeit heute sogar insgesamt als vertrauensvoller. Dies ergab eine Kurzumfrage der Deutschen Gesellschaft für Personalführung e.V. (DGFP) unter ihren Mitgliedsunternehmen, an der Mitte April 128 Personalmanager teilnahmen.

Über die Hälfte (62 %) der Befragungsteilnehmer beobachtet, dass Mitarbeiter in deutschen Unternehmen aktuell stärker überwacht werden als in der Vergangenheit. Während 52 Prozent der Befragten die Ursache für diese Veränderung im Fortschritt der Überwachungstechnik sehen, hält jeder Zehnte andere Entwicklungen für ursächlich – insbesondere einen zunehmenden Leistungs- und Kostendruck. Fast 40 Prozent sind der Ansicht, dass die Überwachung von Mitarbeitern in den vergangenen zehn Jahren nicht zugenommen hat.

Die Mehrheit der Befragten hält die bestehenden Datenschutzregelungen für ausreichend: 83 Prozent vertreten die Auffassung, dass eine gesonderte gesetzliche Regelung zum Arbeitnehmerdatenschutz nicht erforderlich ist. Nur zwei Prozent wünschen sich ein gesondertes Gesetz; weitere 14 Prozent würden eine gesonderte Regelung im Bundesdatenschutzgesetz begrüßen.

Die befragten Personalmanager empfinden die aktuelle Diskussion als traurig und beschämend. Sie warnen davor, Einzelfälle überzuinterpretieren und rufen die Unternehmen dazu auf, sich von „schwarzen Schafen“ zu distanzieren.

Die Befragungsergebnisse sind im DGFP-Internetportal dokumentiert (www.dgfp.de/kurzumfragen).

Weitere Informationen:

DGFP e.V., Referat Arbeitskreise

Christiane Geighardt

geighardt@dgfp.de, Telefon 0211 5978-113

Neue Mitglieder der DGFP e.V.

Ordentliche Mitglieder

Allen & Overy LLP, Frankfurt/M. · Anwaltskanzlei, 358 Mitarbeiter
Avnet Technology Solutions GmbH, Nettetal · Elektronik, 361 Mitarbeiter
Balluff GmbH, Neuhausen a. d. F. · Elektrotechnik, 750 Mitarbeiter
Diakonisches Werk des Evang.-Luther. Dekanatsbezirks Rosenheim e.V., Miesbach · Sozialer Dienstleister, 650 Mitarbeiter
Econcern GmbH, Köln · Erneuerbare Energien, 129 Mitarbeiter
Eurofins Scientific GmbH, Hamburg · Life Science, 71 Mitarbeiter
Heitman International GmbH, Frankfurt/M. · Finanzdienstleistung, im Aufbau
Hudson Advisors Germany GmbH, Frankfurt/M. · Finanzdienstleistung, 302 Mitarbeiter

mfi Management für Immobilien AG, Essen · Immobilien, 497 Mitarbeiter

NUKEM GmbH, Alzenau · Handel mit nuklearen Brennstoffen, im Aufbau

OnVista Media GmbH, Köln · Internet / Medien, 140 Mitarbeiter

Petroplus Raffinerie Ingolstadt GmbH, Kösching · Chemie, 300 Mitarbeiter

Saia-Burgess Deutschland GmbH, Halver · Elektrotechnik, 650 Mitarbeiter

Spirit Link GmbH, Erlangen · IT-Branche, 60 Mitarbeiter

TECTURA AG, Münster · IT-Branche, 158 Mitarbeiter

Zeitungsverlag Aachen GmbH, Aachen · Medien, 327 Mitarbeiter

Außerordentliche Firmenmitglieder

time4you GmbH, Karlsruhe · Personaldienstleistung

Außerordentliche Einzelmitglieder

Tobias Schwartz, München
Karlheinz Niems, Niedernhall
Franz Quirin Schneider, Raubling-Kleinholzhausen