

Karrieren im Netz erspielen

Unternehmen entdecken **Online-Assessmentcenter** als Instrument, um qualifizierte Mitarbeiter zu rekrutieren

Im Internet begrüßt Vorstandsvorsitzender Bernd Kundrun persönlich alle Bewerber und Interessenten: „Herzlich willkommen bei Gruner + Jahr. Ich freue mich über Ihr Interesse.“ Dann startet er mit ihnen einen Rundgang durch das Unternehmen. Freundlich lächelnde Angestellte führen durch Unternehmensbereiche wie Controlling oder Redaktion und stellen Aufgaben. Sie alle können sich Zeit nehmen, denn sie sind virtuell. Das Verlagshaus Gruner + Jahr lässt potenzielle Bewerber das E-Recruiting-Instrument „Cypress“ durchlaufen.

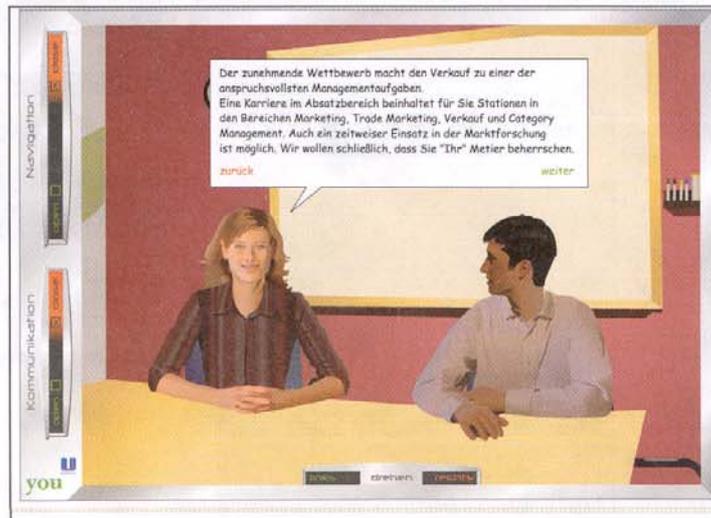
Der erste Eindruck

Karrierecoach Svenja Hofert empfiehlt drei Wissensquellen um ein Unternehmen kennenzulernen:

- **aktuelle Infos:** Firmennamen bei Google News recherchieren; Artikel in Branchenmagazinen suchen
- **Unternehmensphilosophie:** Absolventenportale nach Erfahrungsberichten durchsuchen (z. B. www.wiwi-treff.de); online nach Interviews der Führungskräfte recherchieren.
- **persönlicher Kontakt:** Über Xing oder Linked-In.com einen Mitarbeiter suchen, nette Mail schreiben und um Austausch bitten

Der Test soll „helfen, besser beurteilen zu können, ob man im Verlagswesen arbeiten möchte“, erklärt Christoph Meier, Trainee in der Unternehmensentwicklung. Die Besucher können sich durch das virtuelle Gebäude klicken und Aufgaben erledigen. Die Ergebnisse dienen nur zur Selbsteinschätzung. Erst wer sich danach formell bewirbt und den Zugang zu den „echten“ Onlinetests erhält, zählt.

„Gruner + Jahr hat keine Probleme, journalistischen Nachwuchs zu bekommen – aber die guten kaufmännischen Absolventen denken nicht zuerst an einen Verlag“, sagt Joachim Diercks. Seine Firma Cyquest hat Cypress realisiert – und ähnliche Bewerbungsverfahren für Unternehmen wie Unilever, die Bahn und Citibank. „Schon in den nächsten Jahren werden die Onlineverfahren vielen Bewerbern begegnen“, ist sich Diercks sicher. Seine Auftragsbücher sind gut gefüllt:



„Wir kreieren zurzeit für mehrere große Unternehmen virtuelle Präsentationen.“ Sie sollen mit gängigen Vorurteilen aufräumen und verschiedene Einstiegsmöglichkeiten und Berufsfelder transparent machen.

Eine nötige Maßnahme, denn viele Bewerber haben starre Vorstellungen bei der Suche nach einem Arbeitgeber. „Manche Absolventen sind eindimensional orientiert, denken nur an bestimmte Großkonzerne wie BMW oder McKinsey“, sagt Karrierecoach Svenja Hofert. Dabei müsse es nicht immer ein aufwendiges Computerspiel sein wie bei Gruner + Jahr: „Auch der Blog des Chefs einer mittelständischen Firma kann dem Bewerber viele Informationen geben.“

Doch die digitale Unternehmenspräsentation bietet das vollständigere Bild. Bei einem virtuellen Rundgang erfahren Besucher spannende Informationen über den Arbeitsalltag. Die Kleidung der Internet-Mitarbeiter gibt Auskunft über den Dresscode, die Sprachwahl über den Umgang miteinander. „Teilweise kann der Bewerber das Unternehmensklima kennenlernen. Jeder Absolvent braucht andere berufliche Bedingungen – kuschelige Teams oder Aufstiegsmöglichkeiten“, sagt Hofert. „Bewerber können feststellen, wo sie reinspassen.“ Doch nicht jeder Bewerber stellt so differenzierte Fragen. Einige müssen erst elementare Wissenslücken schließen, weiß Hofert: „Ich habe sogar MBA-Absolventen be-

raten, die erschreckend wenig darüber wissen, wie Firmen aufgebaut sind.“

Für die Unternehmen steckt natürlich nicht nur das Personalmarketing hinter dem virtuellen Auftritt. „Ein Auswahlverfahren ist immer eine Chance zur Bildung einer Arbeitgebermarke. Dieser Effekt konnte von uns ganz eindeutig nachgewiesen werden“, sagt Diercks. Der Innovationsanspruch wird bereits durch den Einsatz des Online-Tools verdeutlicht.

Dazu kommen klare wirtschaftliche Vorteile für alle Beteiligten: „Der



Auf eigenen Recruiting-Sites vermitteln die Unternehmen ein klares Profil gegenüber potenziellen Bewerbern

stärkste Grund für ein Unternehmen ist die Ökonomie. Online-Vorauswahl ist weniger aufwendig und es fallen keine Reisekosten an“, sagt Mathias Kaesting von der Personalberatung Kienbaum. Der Konsumgüterhersteller Unilever war ein Vorreiter für diesen Trend. Auf Unique.st spielt der Bewerber einen Mitarbeiter im US-Stammwerk der Eismarke Ben & Jerry's und wird mit der Aufgabe betraut, eine neue Sorte zu konzipieren. Zu diesen Tests wurden die Bewerber früher in die Unilever-Zentrale eingeladen – jetzt reisen sie virtuell in die USA.

Auch die Bewerber profitieren von dem Kosteneffekt. „Kandidaten, die früher bei der Vorauswahl eher aussortiert wurden, kommen beim Einsatz eines E-Assessments eher in die nächste Runde, weil es online ja tendenziell egal ist, wie viele Personen das Assessment durchlaufen“, erklärt Diercks. Bei all der Euphorie warnt Hofert allerdings vor Überbewertung: „Die Online-Angebote können immer nur ergänzend zu Berufsberatung, klassischer Potenzialanalyse und Gespräch bestehen.“ Der persönliche Eindruck bei einem Bewerbungsgespräch ist nicht zu ersetzen. **Maya Engelmann**