



Karriere-Journal

Ratgeber / Bewerbungs-Tipps / Bewerbungs-Strategien / Online Bewerben

4.5.2006

Online Assessment: Spielerisch zum Job surfen



Die Bewerberflut bewältigen immer mehr Unternehmen mit dem Internet: Die Kandidaten surfen durch Rekrutierungsspiele und Online-Assessments. Das hat Vorteile, auch für die Bewerber - aber die wahren Potenziale werden noch immer nicht genutzt.

[02.05.2006]

Zwei Wochen nach ihrer Bewerbung wurde Diana Harries zum Test eingeladen. Sie fuhr dafür nach Edewecht, einer kleinen Ortschaft in der Nähe von Oldenburg. Nicht zum potenziellen Arbeitgeber, sondern zu ihren Eltern. Sie suchte deren Arbeitszimmer auf und pappte ein Schild draußen an die Tür: "Bitte nicht stören!", stand darauf. Dann entwickelte die junge Wirtschaftsingenieurin innerhalb einer Stunde die neue Eiscremesorte "Indian Summer". Virtuell, per Internet, mit dem Programm "unique.st".

"Ich stieß in der virtuellen Welt auf real existierende Personen, und der Ablauf war abwechslungsreich", erinnert sich die 24-Jährige. Dass sie zuvor schon ein Praktikum in einer Eiscremefabrik gemacht hatte, half ihr allerdings nicht weiter: Eingebettet in die Simulation ging es vielmehr darum, Aufgaben zu lösen, die ihr numerisches, verbales und räumliches Denkvermögen auf die Probe stellten.

500 dürfen ins Netz

Nach dem erfolgreich absolvierten Test folgte ein Telefon-Interview und ein Assessment-Center, dann war Diana Harries am Ziel: Heute arbeitet sie als Assistent Manager für Unilever, einen der weltweit größten Anbieter von Markenartikeln der Bereiche Ernährung, Körperpflege sowie Wasch- und Reinigungsmittel. 5000 Bewerbungen erhält das Unternehmen in Deutschland jährlich für sein Führungsnachwuchs-Programm. 500 Bewerber werden ausgewählt und seit 2004 nicht mehr zum "Vortag" in Hamburg eingeladen, sondern zu "unique.st" im Internet. Unabhängig von Zeit und Ort..

"Wir sind mit diesem Instrument sehr zufrieden", sagt Unilever-Personalerin Nikolina Kopping. "Der Online-Test ist genauso effektiv wie der Präsenz-Test, die Kostenreduktion ist beträchtlich und den Recruitment-Prozess konnten wir wesentlich beschleunigen." Die Zeitersparnis und der geringere Reiseaufwand seien auch klare Vorteile für die Bewerber - die im Übrigen auf Wunsch ein Feedback bekommen, auch wenn sie die erste Runde nicht überstehen.

Auf Karrierejagd

Vorteile, die auch andere Unternehmen längst für sich und ihre Bewerber nutzen. Schon im Sommer 2000 startete Siemens mit dem Bewerberspiel "Challenge Unlimited", es folgte das Online-Assessment-Center "Perls". Auch IT-Dienstleister und Banken sprangen früh auf den Online-Zug auf. Zwischendurch wurde es ruhiger um die elektronischen Rekrutierungsverfahren, nun kommen sie laut dem Magazin "managerSeminare" wieder in Mode:

"Das auffälligste Revival erlebt dabei das Rekrutierungsspiel."



Auf diesen Bereich spezialisiert ist das Hamburger Unternehmen Cyquest, das auch an "unique.st" mitgewerkelt hat. Seit 2001 schickt Cyquest Jobsuchende auf eine "Karrierejagd durchs Netz". Wer sich als Jäger betätigt, darf die "Onleins", fünf Comicfiguren mit Glubschaugen und Antennen auf dem Kopf, gegen "die böse Macht DARQ" verteidigen. Das kann schon mal bedeuten, eine Expedition zum Nordpol mitzumachen, aber eben nur virtuell. Persönlichkeitsfragen und Postkorbübungen inklusive, mehr oder weniger unauffällig eingebettet ins Spielgeschehen. Einige Aufgaben sind auch nur zu bewältigen, wenn der Spieler

die Webseiten der Partner-Unternehmen aufsucht, um sich dort zu informieren. Acht Unternehmen sind derzeit dabei, darunter die Deutsche Post und die Allianz.

Angenehmer als übliche Bewerbungen

"Das ist auch ein Service für die Bewerber", sagt Tim Jägeler von Cyquest. "Sie bekommen Einblicke in die Unternehmen, erfahren mehr über die Berufsbilder und können selbst besser einschätzen, ob sie überhaupt zum entsprechenden Unternehmen und den fraglichen Jobs passen." Das Ganze in einer Spielwelt - "eine viel angenehmere Situation als übliche Bewerbungsszenarien", meint Jägeler.

120.000 Teilnehmer zählte Cyquest bei den bislang fünf Ausgaben der Karrierejagd. Alle Spieler haben ein automatisch generiertes Feedback bekommen, alle Daten flossen anonymisiert in eine Datenbank ein, auf die die Unternehmen Zugriff haben. "Das nutzen die Firmen auch, aber nicht in dem Maße, in dem man sich das erhofft", gibt Tim Jägeler zu. Auf konkrete Angebote sollte man also nicht warten, sondern sich eher dort bewerben, wo man interessante Perspektiven sieht. Aus Unternehmenssicht formuliert von Cyquest-Mann Jägeler: "Der Personalmarketingaspekt ist sicher größer als der Recruitmentaspekt."

Kein Ersatz für das Gespräch

Ohnehin kann die Rekrutierung im Internet nicht alles leisten, auch nicht als "Recruitment", wie es Cyquest bietet. Ein persönliches Gespräch mit Bewerbern ist nicht zu ersetzen, da sind sich alle Personalvermittler einig. Dementsprechend dient das Online-Instrument in der Regel der Vorauswahl. Dann kann vielleicht später auch geklärt werden, ob ein Kandidat wirklich so kompetent ist, wie sich das aus der Ferne angedeutet hat - oder ob ihm vielleicht doch Freunde geholfen oder gar das Online-Verfahren an seiner Stelle durchlaufen haben.

"Die Identifikation ist schwierig", sagt Bernd Voigt, wissenschaftlicher Mitarbeiter am BWL-Lehrstuhl mit dem Schwerpunkt Organisation und Personalwesen an der Universität Potsdam. Auch gehe das Instrument Recruitment "sicher an qualifizierten Älteren vorbei". Umgekehrt sei für viele Jüngere die Umsetzung oft nicht attraktiv genug. "Man könnte Spielentwickler aus der Computerbranche beschäftigen, aber das ist vielen Unternehmen zu teuer."

"Alte Übungen in neuer Verpackung"

Voigts generelle Kritik am Recruitment aktueller Prägung: "Die Potenziale werden bei weitem nicht ausreichend genutzt." Der Diplom-Psychologe denkt vor allem an die Soft Skills, die erfasst werden könnten: "Neugierde, Hartnäckigkeit beim Verfolgen von Zielen, Verhandlungssicherheit." Die meisten Rekrutierungsspiele beschränkten sich auf alte Übungen in neuer Verpackung.

Dr. Monika Beyer wollte es anders machen. Wie schnell geben Spieler auf? Nehmen sie andere Figuren wahr? Helfen sie ihnen? Fragen wie diese waren es, von denen sich Beyer und ihr Team leiten ließen, als sie ihr Bewerbungsspiel "regatoo" entwickelten. Den Prototypen stellten sie 2003 auf der CeBIT vor. Mehr gibt es auch heute noch nicht. "Die meisten Interessenten hätten gerne ein weiter gediehenes Projekt, aber um dahin zu kommen, bräuchten wir Entwicklungsförderung", sagt die Wissenschaftlerin.

Internationale Ausrichtung schwierig

Innovative Produkte werden kommen, da ist sich Bernd Voigt sicher. Spiele, in denen sich mehrere Bewerber gleichzeitig bewegen, ansprechend gestaltet, mit Filmsequenzen. "Aber ich glaube, es werden nur zwei oder drei Produkte sein, mit einem Vorzeigniveau, das andere nicht erreichen können." Auch sei es immer noch schwierig, die Instrumente international zu gestalten. "Es gibt kulturelle Unterschiede, zum Beispiel beim Verhalten in Verhandlungssituationen."

Dieses Problem kann man umgehen, wenn man sich innerhalb des Spielszenarios weitgehend auf altbekannte kognitive Leistungstests beschränkt - wie Unilever es praktiziert. Der in Deutschland entwickelte Online-Test "unique.st" hat dementsprechend inzwischen Karriere gemacht und wird weltweit in vielen Unternehmen des Global Players eingesetzt.

(Carsten Heckmann / Bildmaterial: Unilver/Cyquest)

[Home](#) | [Jobs suchen](#) | [Karriere-Journal](#) | [Personal-Journal](#) | [Community](#) | [Karriere bei uns](#) | [Kontakt](#)

[Sitemap](#) | [Hilfe](#) | [AGB](#) | [Datenschutz & Cookies](#) | [Nutzungsbedingungen](#) | [Impressum](#) | [Über Monster.de](#) | [Jobs](#) | [Presse](#)

©2005 Monster.com - All Rights Reserved - U.S. Patent No. 5,832,497 - NASDAQ: [MNST](#);

E-Mail : info@monster.de Tel: 0800-1-Monster (666 78 37)

