

IT-Recruiting: Online-Formen der Bewerberauswahl sind das Erbe der New Economy - Spiele sind als Tests bei Konzernen beliebt

„Daddeln“ hilft beim Karriere-Einstieg

VDI nachrichten, Bietighelm-Bissinqen, 3.9.04 -

In Zeiten der New Economy galten sie als eine neue Form der Bewerberauswahl: Online-Assessments. Dann kehrte Ernüchterung in den Personalabteilungen ein, aber einige Unternehmen setzen nun wieder auf die Vorauswahl per Computer, dazu gehören auch Spiele.

Nein, als Überbleibsel des Internetbooms will Tim Jägeler die Aktivitäten seines Unternehmens nicht bezeichnen. „Das Interesse an Werkzeugen für das E-Assessment steigt wieder“, sagt Jägeler, der bei der Hamburger Firma Cyquest für die Recruitment-Projekte verantwortlich ist, einem Kunstwort aus „Recruiting“ und „Entertainment“. Das Unternehmen ist einer der wenigen Dienstleister, der sich auf Online-Formen der Bewerberauswahl spezialisiert hat und den Niedergang der New Economy überstand. Stolz verweist man auf die Liste

renommierter Kunden, die sich in den vergangenen drei Jahren des Knowhows der Hamburger bedienten: von A wie Allianz bis V wie Volkswagen.

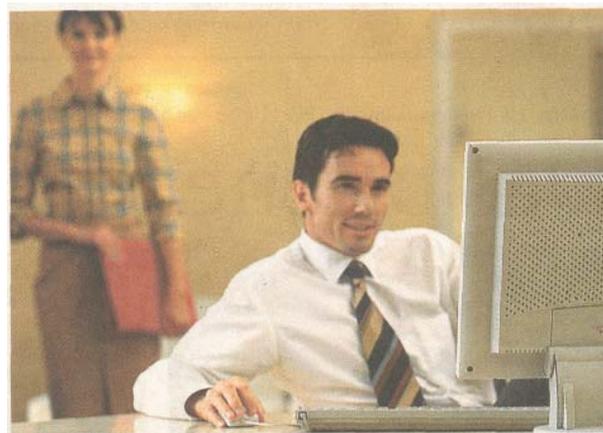
Cyquest betreibt auch noch immer das Spiel Karrierejagd im Internet, das sich an Schüler und Studenten richtet und laut Jägeler monatlich 2000 Teilnehmer zählt. Das Spiel verspricht den Teilnehmern ein „persönliches Feedback zu den berufsbezogenen Persönlichkeitsaspekten soziale Kompetenz, Aktivitätspotenzial und Problemlösungskompetenz“. Den Partnern der Karrierejagd - so heißen Unternehmen,

die sich im Spiel als Arbeitgeber präsentieren - liefert Cyquest qualifizierte Bewerberprofile, die die Personalabteilungen für Mailings verwenden können. „110000 Anwender sind registriert, unter ihnen 13 000 qualifizierte Profile aus den vergangenen ein- einhalb Jahren“, sagt Jägeler.

Auch der Siemens-Konzern wollte sich im Jahr 2000 mit dem Online-Bewerbungsspiel „Challenge Unlimited“ bei potenziellen Arbeitnehmern „innovativ platzieren“, wie es Eric Hampe, Leiter Recruiting, rückblickend formuliert. Man habe das Spiel damals weltweit im Konzern für vier bis fünf Monate eingesetzt. Von den mehr als 12 000 Teilnehmern seien 500 in die Endauswahl gekommen. „Einem solchen Ansturm muss man gewachsen sein“, so Hampe weiter. Daher sei im Jahr 2001 die Entscheidung gefallen, innerhalb des Konzerns weltweit eine einheitliche IT-Plattform zu schaffen, die eine schnelle Reaktion auf eine Bewerbung ermögliche.

In welchen Dimensionen allein Siemens in Deutschland mit Bewerbungen zu tun hat, verdeutlicht folgende Zahl: Jedes Jahr gehen 180 000 bis 200 000 Bewerbungen ein. „40% per Post, 30% per E-Mail und 30 % über die Website“, so Hampe. Die Vision der Münchner ist eine weitgehende Abwicklung der Bewerbungen über das Internet.

Eine Weiterentwicklung von „Challenge Unlimited“ namens „Perls“ wird dabei auch eine Rolle spielen. Das Spiel soll Eigenschaften wie Kreativität und Teamfähigkeit der Bewerber erfassen. Derzeit wird „Perls“ intern evaluiert. Da in der momentanen wirtschaftlichen Gesamtsituation der Personalbedarf



„Moment noch, ich muss noch zu Ende spielen, da hängt mein neuer Job von ab.“ Für junge Leute wie ihn bieten sich die spielerischen Events an. Foto: Fujitsu Siemens

überschaubar ist, sehen die Siemens-Verantwortlichen hier keinen Zeitdruck.

An welcher Stelle der Bewerbungskette „Perls“ letztlich zum Einsatz kommen wird, steht noch nicht fest. Nur so viel ist sicher: Man will die Bewerbungen dadurch schneller, effizienter und gezielter bearbeiten. Nicht zuletzt, um dadurch Geld zu sparen. Denn Geld kostet die Auswahl von geeigneten Bewerbern, und Geld ist in Zeiten der Effizienzsteigerungsspirale ein wesentlicher Motivationsfaktor, um nach neuen Formen der Bewerberauswahl zu suchen.

Beim Markenartikelkonzern Unilever ist man in dieser Hinsicht schon sehr weit. Seit April setzt das weltweit tätige Unternehmen für die Vorauswahl seiner Nachwuchsführungskräfte ein E-Assessment-Werkzeug ein. „Damit senken wir die jährlichen variablen Recruiting-Kosten für das Traineeprogramm um 75 000 €“, sagt Kay Flothow,

Head of Recruitment & Development bei Unilever in Deutschland.

Jedes Jahr bewerben sich rund 5000 Menschen auf das Traineeprogramm, bis April 2004 wurden 500 von ihnen für einen kognitiven Leistungstest in die Hamburger Zentrale eingeladen. Inzwischen bekommen diese Bewerber einen Freischaltcode für Unilevers spielerischen Online-Leistungstest. „Durch den hohen Realitätsgrad der Szenen kann sich der Bewerber schon zu einem sehr frühen Zeitpunkt ein genaues Bild von Unilever als Arbeitgeber machen“, betont Flothow die Bedeutung des Tools. An den Test schließen sich dann weitere klassische Mittel der Auswahl an, wie ein strukturiertes Telefoninterview und die Teilnahme an einem realen - Assessment-Center.

MICHAEL VOGEL

www.karrierejagd.de
www.cyquest.de
www.unilever.de
www.siemens.de