

Selbstcheck für Bewerber

Mit Web-basierten Self-Assessment-Angeboten können vor allem Hochschulabsolventen und Berufsanfänger **ihre Eignung** für den gewünschten Job und den Wunscharbeitgeber prüfen oder auch überraschende Karrierechancen entdecken.

Entscheiden, welche Werbezugaben für Neu-Abonnenten der Zeitschrift *Neon* besonders attraktiv sein könnten. Ausrechnen, welche davon für ein Jahres-Abo überhaupt wirtschaftlich wären. Den CPO (Cost per Order) und IPO (Investment per Order) bestimmen. Solche Aufgaben hatte Christina M. in einem Verlag nicht erwartet. Wie ihr geht es wohl manchem Nutzer des Web-basierten Self-Assessments „Cypress“ von Gruner + Jahr, der überrascht feststellt, wie vielseitig die Karrierepfade des Hamburger Medienunternehmens sind. Mit dem im Sommer gelaunchten Online-Tool bietet G+J Interessenten seines Trainee-programms an, noch vor einer Bewerbung herauszufinden, ob eine Karriere im Verlag den Erwartungen entspricht. „Einerseits haben viele Hochschulabsolventen das Vorurteil, dass man in einem Verlag schreiben können muss. Sie sehen gar nicht, welche Karrieremöglichkeiten es sonst noch gibt. Andererseits empfinden viele Absolventen eine Verlagskarriere heute offenbar als weniger spannend und sehen Zeitschriften nicht als Zukunftsprodukt“, so der Eindruck von Swantje Brümmer. Die Zahl der Bewerbungen für das Trainee-programm sei aktuell deutlich zurückgegangen - so die Personalerin.

„Mit Cypress bieten wir jetzt einen, für beide Seiten unverbindlichen, virtuellen Rundgang durch G+J an, bei dem man die wichtigsten Abteilungen und einige typische Aufgaben kennen lernen kann“, erläutert die Referentin für Hochschulmarketing und Recruiting bei G+J in Hamburg. „Cypress ist ein

innovatives und zukunftsfähiges Hochschulmarketinginstrument, mit dem wir auch Absolventen ansprechen wollen, die bisher noch nicht an eine Verlagskarriere gedacht haben.“

Die Testverfahren sind wie bei vielen aktuellen Web-basierten Self-Assessments auch bei diesem Online-Tool in eine simulative Rahmenhandlung eingebettet. Der Kandidat bewegt sich in einer virtuellen Version des Unternehmens. Dabei begleiten und informieren ihn „echte“ Mitarbeiter. Durch das simulierte Szenario erhält er im Idealfall erste Einblicke in wesentliche Arbeitsbereiche sowie in Kultur und Atmosphäre des Unternehmens. Oft schlüpft der Teilnehmer dabei in die Rolle eines

Mitarbeiters, dessen Expertise zur Lösung jobrelevanter Probleme gefragt ist. Damit kann er seine Eignung für Unternehmen und Tätigkeit unverbindlich testen. Ein meist automatisiertes Feedback sorgt für eine erste Selbsteinschätzung der jobrelevanter Fähigkeiten. Diese Verbindung von eignungsdiagnostischen Tests mit informativen und spielerischen Elementen wird auch als Recruitainment (Recruitment + Infotainment) bezeichnet.

Recruitainment gibt es in Deutschland seit sechs Jahren. Mitte 2000 starteten mit der unternehmensübergreifender „Karrierejagd durch's Netz“ der Hamburger Recruitainment-Pionier Cyquest und „Challenge Unlimited“ von Sie-

Viele Absolventen wissen gar nicht, welche Karriere-chancen ein Verlag bietet

VON HUMAN RESOURCES ZU HUMAN RELATIONS

Trendbarometer: Wie sich das Personalmarketing in den kommenden Jahren entwickeln wird.

Personalentwicklungs- und -beschaffungssysteme werden zunehmend digitalisiert und miteinander verschmolzen. Die entstehenden integrierten Human-Resources-(HR-)Systeme verwalten die Profile aller denkbaren Kandidaten, egal ob intern oder extern.

Neue Beziehungsstrukturen

In die neuen integrierten Personalsysteme werden verschiedene Rekrutierungsquellen stärker eingebunden. Partner wie Personaldienstleister, Jobbörsen, Universitäten und Fachhochschulen erweitern über Schnittstellen den Kandidatenpool. Daraus folgen personalisiertere Abstimmungsprozesse im Recruiting - Human Resources entwickelt sich zu Human Relations. Diese neue Personalarbeit wird von Begriffen wie Candidate-(aus dem Kandidatenpool), Employee-(aus dem Arbeitgeberangebot) oder Talent-(aus den Datenbanken der externen Partner wie Fhs etc.)Relationship-Management geprägt.

Netzwerke werden wichtige Rekrutierungsquelle

Noch fließen Bewerbungsdaten in die Online-Jobbörsen, während berufliche Kontakte in separaten Karriere-Networks wie beispielsweise Open.bc oder E-fellows.net gepflegt werden. Die Kombination der Lebenslaufdatenbanken der Jobbörsen mit qualifizierten Kontakten und Empfehlungen aus Online-Karrierenetzwerken birgt großes Potenzial für eine effiziente Personalbeschaffung. Aber: Karriere-Websites müssen zielgruppenspezifischer und aussagekräftiger werden.

Mehr als ein Modewort: Employer Branding

Ob ein Kandidat sich bei einem Unternehmen bewirbt oder nicht oder eine angebotene Stelle tatsächlich auch annimmt, hängt bei steigender Nachfrage nach Fachkräften auch immer stärker von dessen Image als Arbeitgeber, dem so genannten Employer Branding, ab. Blogs und Karrierenetzwerke helfen bei der Transparenz, ml





Testprogramm Das Online-Tool „Cypress“ gibt Job-Interessenten die Chance, ihr Talent für Verlagsaufgaben bei Gruner + Jahr auszuprobieren.

mens kurz hintereinander die ersten Assessment-Applikationen im Internet. Beide kamen im Fantasy-Stil damals gängiger Computerspiele daher. „Es ging erst einmal darum zu zeigen, was online im Rekrutierungsprozess überhaupt möglich ist, inhaltlich, grafisch und technisch“, erinnert sich Joachim Diercks, Geschäftsführer von Cyquest. Es folgten weitere Pilotprojekte. Doch die Konjunktur war auf Talfahrt; der Markt blieb bis 2004 zäh.

Doch dann kam die Wende: Online-Bewerbungen setzten sich immer mehr durch. Besonders Hochschulabsolventen verschickten statt der bis dahin üblichen fünf bis zehn plötzlich rund 45 Bewerbungen bis zur Einstellung. Eine vermeintliche Bewerberflut, die in Wirklichkeit nur eine Bewerbungsflut war, stürzte auf die Unternehmen ein. Online-Assessments versprochen, Bewerbermassen effizient zu filtern und geeignete Kandidaten zu identifizieren.

Mittlerweile entspannt sich die Lage auf dem Arbeitsmarkt wieder. Zudem sorgt auch die demografische Entwicklung beispielsweise beim Führungsnachwuchs bereits heute für einen Mangel an geeigneten Kandidaten. Die Zahl der Bewerbungen sinkt. Um einige Bewerbergruppen ist der „war for talents“ wieder voll entbrannt.

Unternehmen müssen daher ihre Rekrutierungsanstrengungen erhöhen und neue Wege im Personalmarketing gehen. Dabei setzen sie vermehrt auf Web-basierte Self-Assessments. Denn die sind praktisch überall und jederzeit zugänglich und sprechen die Zielgruppe umfassend und attraktiv an. Für die Kandidaten sind sie eine Art Unternehmens- und karrierespezifischer Berufsberatung. Und die anbietenden Firmen stärken damit ihr Image als Arbeitgeber, die „Employer Brand“. Außerdem bringen sie den Teilnehmern das Unternehmen und seine Karrieremöglichkeiten spielerisch näher und testen erste wesentliche Eignungsmerkmale. Ungeeignete Bewerber sortieren sich so im Idealfall noch vor einer Bewerbung selbst aus und das nachfolgende Auswahlverfahren wird verkürzt.

G+J geht jetzt einen Schritt weiter und verbindet konsequent beide Formen des E-Assessments: Kandidaten,

die sich nach dem Self-Assessment für das Traineeprogramm von G+J bewerben, erhalten per E-Mail einen personalisierten Log-in für die zweite Stufe von „Cypress“. Innerhalb von zehn Tagen müssen sie das rund einstündige Online-Assessment mit zahlreichen Tests absolvieren. Um den Stress-Level, der die Testergebnisse oft verfälscht, gering zu halten, wurden Gestaltung und Navigation aus dem Self-Assessment weitgehend beibehalten. Die Testergebnisse fließen dann entscheidend in die Bewerberauswahl ein.

Wurden Recruitment-Applikationen zunächst überwiegend für die Ge-



Joachim Diercks
Der IT-Profi gilt als Pionier des Recruitmentment. Schon vor Jahren testete er mit Cyquest Bewerbungsprozesse im Web.

winnung von High Potentials und Young Professionals, also hochqualifizierten Akademikern eingesetzt, steigt das Interesse seit einigen Jahren auch für andere Zielgruppen. So stellte beispielsweise die Deutsche Bahn AG 2004 ihr Web-basiertes Self-Assessment Tr.A.X. (www.tr-a-x.de) online. Sie will damit den jährlich rund 70 000 Bewerbern für Ausbildungsberufe vorab eine Orientierungshilfe geben.

Die Deutsche Post AG bietet potenziellen Nachwuchskräften auf ihrer Konzern-Website in einem Testcenter (www.dpwn.de) gleich mehrere Self-Assessments an: Neben einem Career-Explorer für Führungs- und Fachkarrieren und dem Azubi-Explorer für Ausbildungsberufe gibt es auch einen Cultural Explorer für die Auslandseignung.

Deutlich wird, Web-basierte Lösungen helfen Firmen, die Spreu vom Weizen zu trennen, den zunehmenden Mangel an hochwertigen Bewerbern können sie indes nicht kompensieren.

Martin Langkau job@wuv.de

Web-Link

www.tr-a-x.de
www.dpwn.de