

AUSBILDUNG & BERUF



Start
2017

Für heiße Stellenkandidaten

Zu Assessment Centern laden die Unternehmen nur wenige Bewerber ein – Soziale Kompetenz zählt

Von Bernhard Kuntz

Assessment-Center, kurz AC genannt, zählen heute zu den Standard-Instrumenten der Personalauswahl – zumindest in Großunternehmen. „Denn in ihnen kann man einer Vielzahl von Bewerbern objektiver als in Einzelinterviews gegenüber treten“, schwärmt zum Beispiel Bernadette Imkamp, Leiterin Personalbetreuung und -marketing bei der Schwäbisch Hall-Unternehmensgruppe. Entsprechend breit setzt die Bauparkasse AC ein: von der Azubi-Auswahl bis zur Auswahl der Teilnehmer für die Führungskräfte-Entwicklungsprogramme.

Damit agiert Schwäbisch Hall laut Harald Müller, Leiter Trainee-Programme beim Frankfurter Bildungsdienstleister Provalids eher gegen den Trend: „In der Regel kommen Assessment-Center primär zum Einsatz, wenn es um die Auswahl hochqualifizierter Bewerber geht.“ Übereinstimmend beto-

nen die befragten Unternehmen: Assessment-Center sind nur ein Instrument in unserer „Test-Batterie“. Und wer eine AC-Einladung erhält? Der ist ein heißer Stellenkandidat. Als Beispiel für das Vorgehen kann die Allianz Deutschland dienen. Der Versicherungskonzern nutzt AC, um „aus den Top-Bewerbern“ für sein Trainee- und Vorstandsassistenten-Programm „die für unser Unternehmen passendsten herauszufiltern“, erklärt Personalreferentin Maïke Unger. Das heißt: Wer eine AC-Einladung erhält, dessen Lebenslauf und Bewerbungsunterlagen erfüllten die Anforderungen der Allianz. Außerdem hinterließ er oder sie beim Telefon-Interview, das meist auf das Sichten der Unterlagen folgt, einen Spitzen-Eindruck.

Heute dauern die AC kürzer als früher. „Zumeist einen Tag“, erklärt der Personalauswahl- und -diagnostikexperte Albrecht Müllerschön. Auch ihr Design hat sich geändert. Die



Beim Assessment Center konkurrieren mehrere Jobsuchende miteinander. Oft gehört es dazu, sich in Präsentationen miteinander zu messen.

Foto: Britta Pedersen/dpa

modernen AC seien „dynamischer“, zudem branchenspezifischer und stärker auf das Unternehmen bezogen.

Wie AC heute häufig ablaufen schildert Albrecht Müllerschön: „Das gesamte AC steht

unter einem Dachthema. Dieses kann lauten: Unser Geschäftsbereich x stellt sich dem Wettbewerb.“ Zu Beginn des AC erhalten alle Kandidaten repräsentative Kennzahlen des Geschäftsbereichs. In der ersten

Übung soll jeder Teilnehmer dessen Schwachstellen ermitteln und seine Erkenntnisse den Beobachtern präsentieren. Danach folgt eine Diskussionsrunde. Die Teilnehmer erörtern gemeinsam: Was hat Priorität? Was gehen wir an? Dann werden Arbeitsgruppen gebildet. Jede erstellt einen Maßnahmenplan. In den nächsten Runden setzen die Kandidaten die Maßnahmen um.

In modernen AC wird versucht, betriebliche Prozesse und Herausforderungen realitätsnah abzubilden. Außerdem sind in sie, laut Maïke Unger, mehr Rollenspiele integriert. Anhand ihres Verlaufs wollen sich die Beobachter ein Urteil über die soziale und emotionale Intelligenz der Kandidaten bilden. Denn, dass sie fachlich die Voraussetzungen für die vakante Position erfüllen, daran bestehen bei ihnen kaum noch Zweifel. Anders sieht es hinsichtlich der Frage aus: Haben sie auch das Potenzial, um Führungskräfte zu werden? *DK*