

Wottawa, H., Kirbach, C. & Montel, C. (2004). Recruiting und Assessment im Internet. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. 221 Seiten, € 24,90.

Im Zeitalter von rasenden Bits und Bytes, in dem unternehmerische Geschwindigkeit nicht mehr nur ein Qualitätsmerkmal, sondern eine wirtschaftliche Notwendigkeit darstellt, um im ökonomischen Wettbewerb bestehen zu können, eröffnet das Medium Internet auch neue Möglichkeiten der effizienten Personalauswahl und -entwicklung. So kann es sich kein namhaftes Unternehmen mehr leisten, nicht auch potentielle Bewerber auf ihren Webseiten anzusprechen. Bislang beschränken sich derartige Ansätze allerdings häufig auf mühsam zu bearbeitende Online-Fragebögen, über welche Interessenten ihre Bewerbungsdaten direkt in eine Datenbank eingeben und so den Personalverantwortlichen durch Ausbleiben postalischer Bewerbungen Arbeitsaufwand ersparen sollen. In der Praxis weisen derartig angelegte Bewerberpools zwar zum Teil einen beträchtlichen Umfang auf, sind aber für den/die Recruiter im Endeffekt von nur geringem Nutzen, da entweder die so angelegten Datenbestände nur schwer durchsuchbar sind bzw. sich zwar viele, aber großteils die falschen Personen auf eine ausgeschriebene Stelle bewerben.

Internet-basiertes Recruiting vermag jedoch weit mehr zu bieten als simple Fragebogenerhebungen. In anschaulichen Beiträgen diskutieren die Autoren drei Stufen, an denen effektive Personalauswahl mit Hilfe psychologischer Testverfahren über das Internet ansetzen kann: (a) effizientes Personalmarketing zur Erhöhung der Treffsicherheit der Stellenausschreibung; (b) effiziente Bewerbungsabwicklung inklusive automatisierter Vorabselektion geeigneter Kandidaten sowie (c) effiziente Endauswahl der optimalen Bewerber. In allen Phasen bietet sich der gezielte Einsatz entsprechender Testverfahren an, um den Recruitingprozess zu unterstützen und eine Bestauswahl zu garantieren. Deren Möglichkeiten und Grenzen sowie die Verzahnung von On- mit Offline-Testungen wird anhand exemplarischer Fälle diskutiert.

Die Autoren des Buches verfügen über weitreichende Erfahrungen mit dem Einsatz von neuen Medien in Recruiting und Assessment mit Hilfe des Internets. Diese Erfahrung verstehen sie sehr gut zu verdichten und verständlich dem Leser nahezubringen. Zielgruppe des vorliegenden Werks ist der Praktiker und vornehmlich Entscheidungsträger in Mittel- und Großunternehmen. Diesem Personenkreis wird Orientierungshilfe für die Konzeption künftiger Recruiting-Maßnahmen gegeben. Ein primär wissenschaftlich an den zugrunde liegenden psychologischen Testverfahren interessiertes Publikum mag ein wenig zu kurz kommen, da auf diese nur sehr rudimentär eingegangen wird. Ein wenig getrübt wird das Lesen des ansonsten empfehlenswerten Werks jedoch durch die unausgewogene Darstellung von Unternehmen, welche die Praktiker beim Einsatz von neuen Medien in der Personalauswahl unterstützen. Dies soll dem Gesamtwerk jedoch keinen Abbruch tun. So wird in sehr strukturierter Form in das breite Spektrum an Einsatzmöglichkeiten von Personalauswahlmaßnahmen über das Internet eingeführt und anhand einer Reihe praxisnaher Beispiele, die auch auf der beiliegenden CD-ROM zu finden sind, illustriert.

Verfasser: Timo Gnambs & Bernad Batinic, Johannes Kepler Universität Linz, Altenbergerstrasse 69, A-4040 Linz, E-Mail: bernad.batinic@jku.at

DOI: 10.1026/1617-6391.7.1.38a