

Hauptsache auffallen geht gerne schief Assessment Center

31.08.2010, 17:04 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *KALO)Gruppe*
Presseagentur: *PresseCompany GmbH*

Ein brandneuer Trend ist ein Assessment-Center zur Mitarbeiterauswahl zwar nicht gerade. Doch im Gegensatz zu den klassischen Jobgesprächen und Co. wissen die wenigsten Bewerber, was in einem Assessment Center tatsächlich auf sie zukommt. Dementsprechend mager fällt die Vorbereitung auf das Auswahlverfahren aus. Was nicht sein muss. Bewertet (to assess heißt beurteilen) wird dort in der Regel weniger Sachwissen, sondern die sozialen und rhetorischen Kompetenzen der Bewerber.

Andreas Werner von der Horst Rückle Team GmbH (hr TEAM) kennt viele Assessment Center aus seinem beruflichen Alltag. Sein Coachinginstitut hilft Unternehmen bei der Durchführung dieser oft mehrtägigen Auswahlverfahren für neues Personal. Die Bewerber müssen in Gruppendiskussionen bestehen, bei Rollenspielen und sie müssen Fallstudien bearbeiten. Ob Tests, Spiele oder Gespräche - "auf all das kann man sich sehr gut vorbereiten", weiß Werner.

Vor allem bei Vertriebsorganisationen geht bei Positionen in der mittleren Hierarchieebene und höher heutzutage fast gar nichts mehr ohne Assessment Center. Interne Unternehmensvertreter und externe Beobachter wie Werner prüfen und begutachten die in der Regel acht bis zwölf Teilnehmer in Gruppen- und Einzelübungen. Theoretisch, so Werner, erziele das Center dank der eingesetzten diagnostischen Verfahren eine hohe Trefferquote, was den zukünftigen Berufserfolg eines Teilnehmers anbelangt.

Entwickelt wurde das Auswahlverfahren schon in den 1920er-Jahren – und zwar in Deutschland, wo das Militär so seinen Offiziersnachwuchs auswählte. Die Übungen gerieten später in Vergessenheit, aber die Wirtschaft entdeckte sie wieder: In den USA nutzen Unternehmen die Methode seit den Fünfzigerjahren zur Personalauswahl. In Deutschland organisierte IBM 1969 das erste deutsche

Assessment Center. Den Durchbruch erlebte das Auswahlverfahren mit Beginn der Neunzigerjahre.

Assessment Center geraten immer wieder in die Kritik: zu sehr werde dort nach Prinzipien von der Stange beurteilt und Bewerber mit eher zurückhaltendem Temperament hätten gar keine Möglichkeit, sich wirklich zu beweisen. Ist das Assessment Center also von vornherein nur auf die Dampfplauderer ausgerichtet? Auf jene, die vor Selbstbewusstsein strotzen und keine Akklimatisierungsphase benötigen? "Es kommt darauf an", wägt Werner ab. "Ein gut durchdachtes Assessment Center schließt die eher schüchternen Bewerber nicht aus. Auffallen um jeden Preis ist hier nicht gefragt." Der Coach gibt jedoch zu, dass ein extrovertierter Bewerber sich leichter tue mit manchen Aufgaben. "Aber auch auf diese Aufgaben kann man sich einstellen und gezielt vorbereiten"; lautet sein Rat an die Introvertierten. Bei einem anspruchsvollen Assessment Centers sei zudem ein ausführliches Gespräch am Ende obligatorisch. Die Beobachter berichten dann über ihre Eindrücke und fragen den Teilnehmer nach seiner Selbsteinschätzung. Dann haben alle Kandidaten die Chance, missglückte Übungen anzusprechen oder gute Ergebnisse zu unterstreichen. Werner rät in dieser Phase zu Understatement. So kämen bei den Unternehmen weder Eigenlob noch übertriebene Selbstkritik an. "Mit sachorientierter Gesprächsführung, die nicht vom Thema abschweift, kann man in dieser Phase des Assessment Centers noch einmal sehr viel Punkte machen", weiß er. Auch Kritik dürfe dann geübt werden, dies aber nie, ohne ein konkretes Angebot, wie die kritisierte Situation gut aufzulösen sei. Werner: „Das Abschlussgespräch soll für beide Seiten eine realistische Lösung aufzeigen.“ Im günstigen Fall hat dann nicht nur der am meisten geeignete Bewerber eine neue Stelle gefunden. Sondern die abgelehnten Bewerber haben aus den intensiven Tagen auch viel über sich und ihre Fähigkeiten gelernt.

Buchtipps:

Assessment Center für Hochschulabsolventen. Vorbereitung, Training, Erfolgsstrategien. Von Jürgen Hesse und anderen. Eichborn, 2008, Frankfurt a. M., ISBN 978-3-8218-5967-5

Trainingsmappe Assessment-Center: Die häufigsten Aufgaben, die besten Lösungen. Von Christian Püttner und anderen. Campus, 2007, Frankfurt a.M., ISBN 978-3-593-38397-2

Die 100 wichtigsten Tipps zum Assessment Center: Für eine optimale Vorbereitung in kürzester Zeit. Von Jürgen Hesse und anderen. Eichborn, 2006, Frankfurt a.M., ISBN 978-3-8218-5916-3

Damit müssen Sie rechnen:

Die Postkorbübung

Ein Klassiker, der in keinem Assessment Center fehlt, ist die Postkorbübung. Der Kandidat erhält die "Tagespost": einen Stapel Briefe und andere Schriftstücke, die er in einer vorgegebenen Zeit zu bearbeiten hat.

Diese Übung dient dazu, den Bewerber auf seine Belastbarkeit zu testen, auf sein Entscheidungsverhalten, seine Fähigkeit, Wichtiges und Unwichtiges zu trennen – und schließlich auf seine Fähigkeit, zu delegieren.

Rollenspiel

Im Rollenspiel werden für die ausgeschriebene Position typische Gesprächssituationen simuliert. Dabei kann es sich zum Beispiel um eine Konfliktsituation handeln, wie etwa das Gespräch mit einem Mitarbeiter, dessen Leistungen momentan deutlich nachlassen, oder um ein Verkaufsgespräch mit einem schwierigen Kunden. Sehr beliebt sind auch fingierte Telefonate mit unzufriedenen Kunden.

In dieser Übung werden die kommunikativen Fähigkeiten des Teilnehmers geprüft und seine stellenspezifische Eignung, zum Beispiel Führungsqualität, Verkaufstalent oder Einfühlungsvermögen.

Gruppendiskussion

Gruppendiskussionen finden in kleineren Gruppen von vier bis sechs Personen statt. Mitunter müssen die Teilnehmer dann eine ganz bestimmte Position vertreten, auch wenn diese nicht unbedingt ihrer persönlichen Meinung entspricht. Hier wird geprüft, welcher Bewerber in der Lage ist, seinen Standpunkt in der Gruppe durchzusetzen. Geschaut wird auch, wie der Bewerber sich innerhalb der Gruppe verhält: ist er Leitwolf, Teamworker oder unterwirft er sich der Gruppendynamik völlig?

Portrait

Über die Horst Rückle Team GmbH (hr TEAM):

Das hr TEAM ist eine internationale Trainings- und Beratungsgesellschaft im Bereich der Unternehmens-, Management-, Personal- und Vertriebsentwicklung. Sie versteht sich als Auslöser und Begleiter gewollter Entwicklung für Unternehmen und einzelne Personen. Neben dem Stammsitz in Böblingen unterhält das Unternehmen weitere Niederlassungen im europäischen Ausland.

News-ID: 461718 • Views: 175 (Stand: 19.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/461718/Hauptsache-auffallen-geht-gerne-schief-Assessment-Center.html>