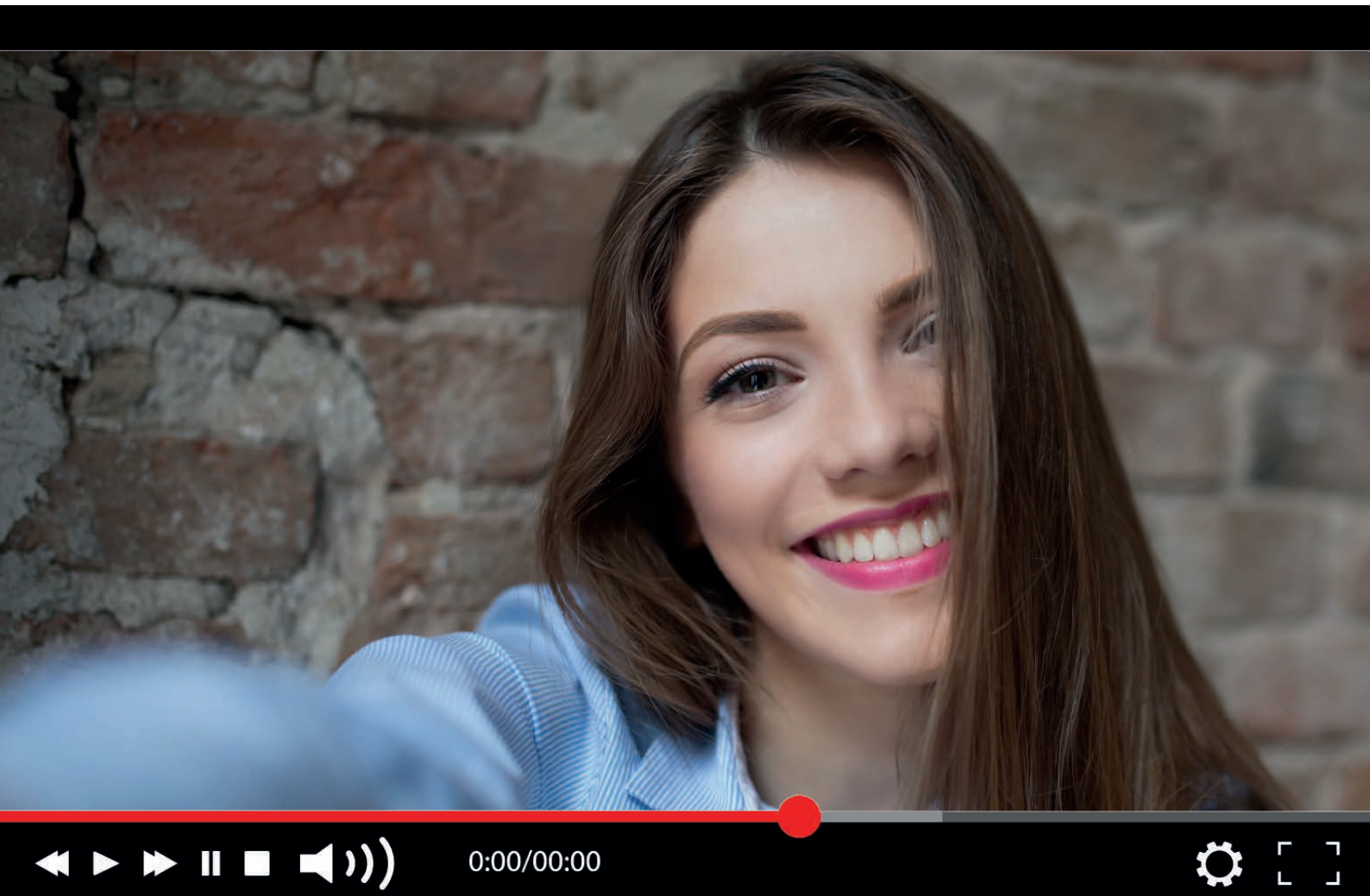


DIE BEWERBUNG DER ZUKUNFT

INNOVATIVES AZUBI-RECRUITING PER VIDEO



YouTube, Instagram, Snapchat: Videos ansehen, aber auch selber drehen ist für junge Menschen heute Alltag. Das greifen die ersten Unternehmen jetzt auf – über die Smartphone-App Talentcube können sich Interessenten per Video um eine Ausbildungsstelle bewerben. Die AOK Baden-Württemberg hat das getestet. Ausbildungskoordinator Klemens Kühnle über seine Erfahrungen mit dieser App.

Die Idee war schon länger da – und kam immer wieder, wenn ich junge Menschen mit einem Smartphone sah. „Warum“, dachte ich mir, „können wir nicht die Tatsache nutzen, dass sie ihr Handy ohnehin ständig in der Hand haben? Müssten wir die jungen Leute nicht genau über das Medium ansprechen, mit dem sie so vertraut sind?“ Es lag also nahe, dass wir im Ausbilderkreis genau hinhörten, als ein Kollege nach einem Gründernetzwerk-Treffen von einem Start-up namens Talentcube erzählte. Das Produkt: eine App für die Video-Bewerbung per Smartphone.

Spontane Antworten sind gefragt

Die Idee: Bewerber, die sich für einen Ausbildungsplatz interessieren, schicken keine aufwändige Mappe mit Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnissen, sondern bewerben sich per Video. Sie filmen sich mit ihrer Handycamera, beantworten relativ spontan drei Fragen, die das suchende Unternehmen vorgibt, laden ihren Lebenslauf in der App hoch und schicken das Ganze direkt vom Smartphone aus ab. Eine Bewerbung kann so innerhalb von wenigen Minuten fertig sein.

Wir nahmen also Kontakt zu Talentcube auf, und nach Gesprächen mit den jungen Machern stand für uns fest: Das möchten wir testen. Zwar können wir uns bei der AOK Baden-Württemberg derzeit noch nicht über Bewerbermangel beklagen, aber auch auf uns kann dieses Thema zukommen. Deshalb möchten wir uns in „guten“ Zeiten so innovativ wie möglich aufstellen und dafür sorgen, dass junge Menschen auch über niederschwellige Angebote zu uns finden.

Erste Versuche im Testgebiet

Anfang 2017 haben wir die Videobewerbung in der Bezirksdirektion Neckar-Alb auf der Schwäbischen Alb erstmals getestet. Wir haben diese Möglichkeit bei etwa zehn Messen und Jobbörsen in der Region vorgestellt – und waren sehr gespannt auf die Resonanz und die Ergebnisse: Würden die jungen Menschen das Angebot überhaupt annehmen? Würden ernstzunehmende Bewerbungen eingehen? Welchen Eindruck bekommt man wirklich von den Bewerbern? Wir hatten uns die folgenden drei Fragen überlegt, die die Bewerber per Video beantworten sollten: „Was macht die AOK für Sie interessant? Was sind Ihre Stärken? Wie gestalten Sie Ihre Freizeit?“ Nichts Kompliziertes, sondern etwas, auf das jeder etwas antworten kann.

Tatsächlich haben wir viele Rückmeldungen bekommen. Insgesamt haben wir 2017 im Testgebiet mehr als einhundert Video-Bewerbungen generiert, diese Anzahl fanden wir sehr gut. Und auch inhaltlich waren wir positiv überrascht: Die Bewerber reden – zumindest gefühlt – sehr spontan, obwohl sie ihre Videos durchaus mehrfach aufnehmen und wieder löschen könnten. Wir hatten den Eindruck, dass sie in einem formellen Vorstellungsgespräch eher das sagen, was sie für erwünscht halten, als bei einer Video-Bewerbung.

Ein ganz persönlicher Eindruck

Und genau das war eines der Ziele, die wir mit der Video-Bewerbung erreichen wollten: Wir möchten nicht nur innovativ sein und den jungen Menschen die Bewerbung erleichtern, sondern vor allem selbst aussagekräftigere Eindrücke und Informationen

DIE AOK BADEN-WÜRTTEMBERG

ist Marktführer unter den gesetzlichen Krankenversicherungen in Baden-Württemberg. Mit über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betreut sie über 4,3 Millionen Menschen in 230 AOK-KundenCentern.

bekommen als bei einem formellen Anschreiben. Wie wirkt der Mensch? Kann er sich gut ausdrücken?

Gerade für Stellen, in denen die Auszubildenden und späteren Beschäftigten viel mit Menschen zu tun haben und gut in der Kommunikation sein müssen, sind diese Aspekte wesentlich. In einem Video sieht man auf jeden Fall sehr schnell, wer sich

nicht gut eignet. Diesen Bewerberinnen und Bewerbern können wir einen aufwändigen Vorstellungstermin ersparen, bei dem wir bereits nach wenigen Minuten gewusst hätten, dass es nicht passt.

Durch das Video bekommt man einen weitaus besseren Eindruck als durch ein Telefoninterview.

Alwina Schleinin (li), Ausbildungsleiterin AOK Neckar-Alb

Mehr Zeit, neue Chancen

Damit bringt diese Art der Bewerbung eine Zeitersparnis für beide Seiten mit sich und zugleich neue Chancen. Wenn jemand z. B. schlechte Schulnoten hat, aber eine tolle Video-Bewerbung schickt, werden wir schnell aufmerksam – und er bekommt so eine Chance, die er sonst vielleicht nicht gehabt hätte. Das kommt uns auch entgegen, weil wir bei unseren Auszubildenden bewusst auf Vielfalt setzen: Wir stellen nicht nur ganz junge Menschen ein. Wir haben auch sehr gute Erfahrungen mit Auszubildenden gemacht, die etwas älter sind und die schon Erfahrungen aus ganz anderen Branchen mitbringen. Das sind oft besondere Typen, und die bekommt man manchmal gerade über ein innovatives Angebot wie Video-Bewerbungen.

Video als Zusatzangebot

Selbstverständlich ist uns klar: Ein Video allein zeigt nie das Gesamtbild eines Menschen. Es kann sein, dass wir Menschen aufgrund dieses kurzen Eindrucks nicht richtig einschätzen, auch wenn das Video mehrmals angesehen werden kann. Natürlich gibt es Bewerber, die vor der Kamera schüchtern sind, obwohl sie tatsächlich viele für uns wichtige Fähigkeiten mitbringen – und wir wissen, dass manche potenziellen Bewerber erst gar kein Vi-



In einem Video sieht man auf jeden Fall sehr schnell, wer sich nicht gut eignet.

*Klemens Kühnle,
Ausbildungskordinator*



Ich finde, dass Talentcube einem die Möglichkeit bietet, sich so vorzustellen, wie man ist.

Julia Hrjesik, Auszubildende

deo schicken würden. Deshalb werden wir immer mehrgleisig fahren und sowohl Video- als auch konventionelle Bewerbungen annehmen. Bei uns wird es auch in Zukunft grundsätzlich persönliche Gespräche und Assessment-Center geben.

Das Video kann nie den gesamten Prozess ersetzen, wohl aber ein wichtiger Teil werden. Gute Erfahrungen haben wir auch damit gemacht, die Video-Bewerbung nicht am Anfang, sondern mitten im Bewerbungsprozess einzusetzen: Statt eines Telefoninterviews zwischen dem schriftlichen Test und dem Assessment-Center konnten die potenziellen Azubis uns Talentcube-Videos schicken, damit haben wir viel Zeit eingespart. Und auch wenn es darum ging, sich zwischen sehr ähnlichen Bewerbern zu entscheiden, haben uns Videos schon bei der Auswahl geholfen.

Ausbildungsmarketing auch nach innen

Nicht zu unterschätzen ist schließlich auch der Imagegewinn durch ein Angebot wie Talentcube, und zwar nicht nur nach außen, sondern auch intern: Ausbildung muss auch immer von den Mitarbeitern, von den Führungsebenen, vom Topmanagement gesehen werden. Und da ist ein so neues Angebot für das interne Marketing genial – wir zumindest bekommen viel Aufmerksamkeit von unserem Top-Management.

Derzeit planen wir deshalb eine Erweiterung des Angebots auf ganz Baden-Württemberg und vielleicht darüber hinaus. Außerdem werden wir die Video-Bewerbung in Kürze auch auf unserer Homepage und in Stellenausschreibungen platzieren.

Tipps für Interessenten

Meines Erachtens ist Talentcube ein gut entwickeltes und innovatives Produkt. Die Handhabung ist sehr einfach, es werden keine zusätzlichen Geräte benötigt, ein Computer mit Internetzugang reicht aus. Die Kosten mit 1.500 Euro pro Stellenbeschreibung halte ich für überschaubar. Wenn wir beispielsweise Azubis suchen, genügt eine einzige Stellenbeschreibung pro Ausbildungsberuf. Wichtig ist allerdings, dass man die Smartphone-Bewerbung aktiv bekannt macht – wir werben zum Beispiel auf

Messeständen und Schulbesuchen dafür: Noch hat sich diese Möglichkeit nicht so etabliert, dass die potenziellen Bewerber danach suchen würden oder sich direkt angesprochen fühlen. Dies wird sich sicherlich im Laufe der

Jahre ändern – ich kann mir gut vorstellen, dass Bewerbungen per Smartphone irgendwann Standard sein werden, so wie es Online-Bewerbungen heute sind.

Wir von der AOK konnten auf jeden Fall ein positives Fazit unserer einjährigen Testphase ziehen: Die Resonanz war und ist gut, wir haben einige der Bewerber eingestellt – und die Rückmeldung bekommen, dass sie die Bewerbungsmöglichkeit per Video sehr gut und zeitgemäß finden.

FAZIT

Bewerbungen per Smartphone-Video haben viele Vorteile: Das Unternehmen zeigt sich innovativ, beide Seiten sparen Zeit, ein Video vermittelt einen sehr persönlichen Eindruck. Allerdings muss das Thema noch aktiv beworben werden, und es eignet sich nicht als alleiniges Bewerbungsmedium, sondern als ein Teil des gesamten Prozesses.



KLEMENS KÜHNLE

ist Koordinator Ausbildung der AOK Baden-Württemberg. Gemeinsam mit 17 regionalen Ausbildungsleitern ist er für mehr als 600 Auszubildende verantwortlich.

<https://bw.karriere.aok.de>