

Internet-Recruiting und -Assessment: Eine Chance, die Wirtschaftspsychologen nutzen sollten!

Die Eignungsdiagnostik hat sich von Beginn an, sehr im Gegensatz zu anderen Teilgebieten der Psychologie, gemäß den Erfordernissen der Praxis gestaltet und immer wieder neue Lösungen für die jeweils aktuellen Probleme erarbeitet. Sie war damit stets mit der Schwierigkeit konfrontiert, für neue Bedarfe eigentlich immer etwas „mehr“ für den Auftraggeber in der Praxis sagen zu müssen, als die aktuell verfügbare wissenschaftliche Befundlage wirklich fundiert zuließ. Erst allmählich, als Konsequenz eines fortschreitenden Prozesses der Erkenntnisgewinnung, konnten und können die Aussagen für die einzelnen Anwendungsfelder der Eignungsdiagnostik immer besser empirisch begründet werden, auch wenn sie bezüglich der Treffsicherheit stets hinter Ideal-Vorstellungen zurückbleiben müssen.

Die Rechtfertigung für den Einsatz der Eignungsdiagnostik ist nicht ihre **absolute** Aussagekraft, sondern die **relative**: Wenn auf Grund der konkreten Situation in der Praxis über Personen entschieden werden muss, trägt die Psychologie mit ihren diagnostischen Verfahren oft mehr und kosteneffizienter zur Entscheidungsfundierung bei als alle anderen verfügbaren Methoden.

In einer solchen Situation befinden wir uns heute speziell im Bereich des Internet-Recruitings. Die Anforderungen an Auswahlhilfen werden in der Praxis massiv gestellt, sie ergeben sich zwingend aus den neuen und aus Effizienzgründen sinnvollen Instrumenten zum Personalmarketing und der Mitarbeiterauswahl und müssen daher erfüllt werden. Es stellt sich nur die Frage, ob durch psychologische Diagnostik und Psychologen – oder von anderen.

Der aktuelle Stand des Internet-Recruitings

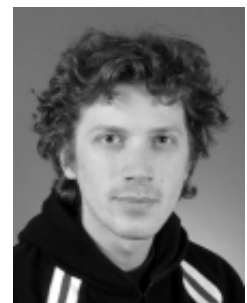
Die Entwicklung des Internet-Recruitings, sowohl quantitativ als auch qualitativ, geschieht so schnell,

dass die üblichen Printmedien (wie Zeitschriftenartikel) nicht in der Lage sind, einen zum Zeitpunkt des Lesens dieser Informationen aktuellen Stand wiederzugeben. Eine wichtige Informationsquelle sind daher Fachkongresse [11]. Nach den dort zugänglichen Daten kann man Folgendes sagen:

- Ein erheblicher Teil (13 Prozent) der befragten Hochschüler nutzt das Internet vor Abschluss des Studiums vorrangig zur Jobsuche. Nur 18 Prozent der Hochschulabgänger würden für Bewerbungen das Internet nicht nutzen, 34 Prozent auf jeden Fall, 47 Prozent vielleicht [3].
- Es besteht Übereinstimmung, dass das quantitative Wachstum enorm ist; Computerergonomie prognostiziert für 2002 etwa 16 Millionen Bewerbungen (für das Jahr 2000 werden fünf Mil-



*Prof. Dr. Heinrich Wottawa,
Lehrstuhl für Psychologische
Methodenlehre, Diagnostik
und Evaluation, Ruhr-Univer-
sität Bochum*



*Dipl.-Psych. Jan K. Woike,
Wissenschaftlicher Mitarbei-
ter, Ruhr-Universität Bochum*