

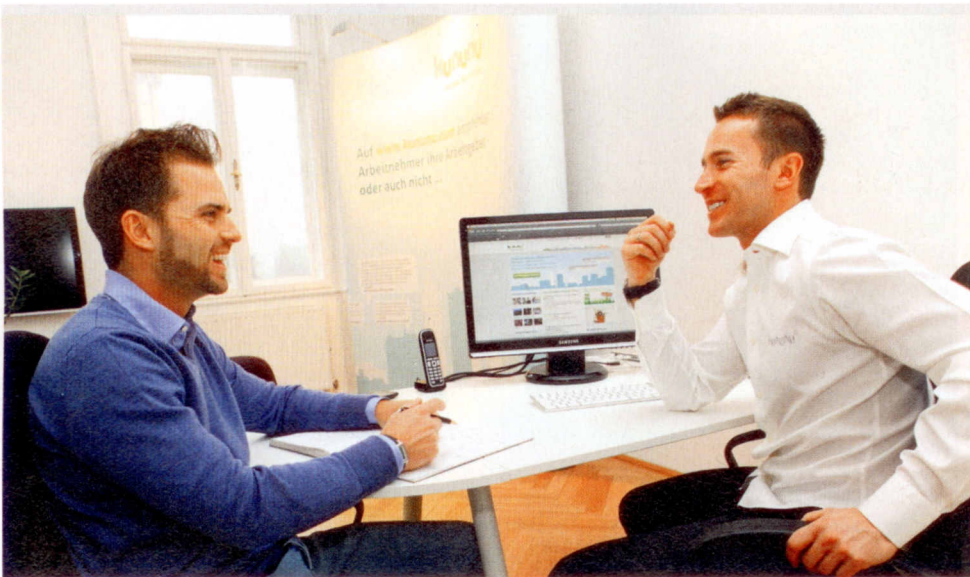
IN KÜRZE

Karriere durch Casting-Shows

Die vielgescholtenen Casting-Shows wie „Deutschland sucht den Superstar“ oder Germany's Next Topmodel“ sind möglicherweise doch besser als ihr Ruf. Das berichtet das deutsche Magazin „Focus“ in seiner aktuellen Ausgabe. Einer Studie zufolge vermitteln die Shows ihren Zuschauern eindeutige Karriere-Prinzipien. „Casting-Shows geben vielen Jugendlichen das Gefühl, etwas für ihren Lebensweg mitzunehmen“, sagt Studienleiterin Maya Götz vom Internationalen Zentralinstitut für Jugend- und Bildungsforschung in München. So zeigt Topmodel-Moderatorin Heidi Klum 60 Prozent der Befragten zufolge genau, wie man sein müsse, um Erfolg zu haben. 70 Prozent finden auch die Kritik von Dieter Bohlen an den Kandidaten von „Deutschland sucht den Superstar“ gerechtfertigt.

Weiterbildung am Bau ist beliebt

90 Prozent der Angestellten im Bauwesen sowie mehr als 90 Prozent der Firmen setzen auf wiederholte Weiterbildungsmaßnahmen, ergab eine Umfrage der BauAkademie unter 513 Beschäftigten. Absoluter Spitzenreiter bei den Spezialgebieten sind Kurse im Bereich der Bauschadensvermeidung, gefolgt von Energieeffizienz, BWL/Recht/Management. Anders liegt das Interesse der Bauunternehmer, von denen 80 Prozent in den vergangenen zwei Jahren eine BauAkademie-Ausbildung gemacht haben. Zwei Drittel von ihnen sehen die Kurse zur Arbeitssicherheit als bedeutendstes Bildungsgebiet. Als weitere wichtige Bereiche werden die Ausbildungen für Hochbau-Technik, Stapler/Kran/Sprengen und Praxis-kurse angegeben. Am häufigsten genannt wird der Klima:aktiv-Kurs „Beratung, Planung und Ausführung energieeffizienter Gebäude“.



Unter der Lupe. Mark (li.) und Martin Poreda lassen Arbeitgeber bewerten

Unternehmen dürfen sich beim Image keine Fehler leisten

BEWERTUNG. Employer Branding von unten: Die kununu-Betreiber wollen Arbeitgeber-Leistungen transparent machen. von ROBERT PRAZAK

Das Image eines Unternehmens hat eine neue Dimension bekommen: Wie attraktiv ist es als Arbeitgeber? Unter dem Schlagwort Employer Branding sind daher ganze Scharen von Beratern, Experten und Agenturen unterwegs, um den Unternehmen bei der richtigen Positionierung zu helfen. Transparenz spielt dabei nicht immer die größte Rolle, schließlich geht es (auch) um die Bewerbung der eigenen Vorzüge.

Martin und Mark Poreda wollen die Arbeitgeber-Bewertung aber ein wenig durchsichtiger machen: Die beiden Brüder sind treibende Kräfte hinter der Bewertungsplattform kununu, der nach eigenen Angaben größten ihrer Art im deutschsprachigen Raum. Die Idee: Mitarbeiter oder ehemalige Mitarbeiter eines Unternehmens können die Leistungen in puncto HR beurteilen; konkret machen sie das, indem sie für Kriterien wie „Chefs“, „Kommunikation“ oder „Gleichberechtigung“ Punkte vergeben. Es besteht zudem die Möglichkeit, einzelne Aspekte genauer zu beurteilen.

Die logische Frage: Wie wird Missbrauch verhindert – und zwar von

beiden Seiten, also dass sich Arbeitgeber selbst bewerten oder Arbeitnehmer die Unternehmen verleumdern. Martin Poreda weist auf das „engmaschige Kontrollnetz“ hin: Jede Bewertung werde von kununu-Mitarbeitern genau kontrolliert; auffällig positive oder übertrieben negative Bewertungen kommen da nicht durch. „Wir sind aber keine Schönwetter-Plattform, daher gibt es klarerweise auch negative Stimmen.“ Für die Unternehmen wiederum sei die „Bewertung wie ein rohes Ei, damit geht man nicht sorglos um.“ Gerade im Web spreche es sich rasch herum, wenn eine Firma ihr Image mit Gewalt aufpolieren will.

42.000 BEWERTUNGEN. Die kununu-Betreiber machen das Ganze aber natürlich nicht nur der Transparenz zuliebe – das Geld kommt durch Schaltungen von Unternehmen, die etwa auf Jobs hinweisen können oder sich im Detail präsentieren. Bewertung und Schaltung seien aber voneinander unabhängig, sagt Mark Poreda. Derzeit stehen rund 42.000 Bewertungen für Unternehmen in Österreich, Deutschland und der Schweiz online. □