

Internationales Employer Branding: Wie Bertelsmann mit zeitversetzten Videointerviews internationale Top-Talente begeistert

Mit zeitversetzten Videointerviews identifiziert Bertelsmann nicht nur international die viel versprechendsten Nachwuchstalente, sondern festigt bei der Zielgruppe der Digital Natives gezielt seine Positionierung als innovativer Medienkonzern.

Bertelsmann - Ein digitaler Medienkonzern mit innovativen Mitarbeitern auf Wachstumskurs

Bertelsmann ist ein internationaler Medienkonzern, der in rund 50 länder der Welt aktiv ist. Bertelsmann beschäftigt mehr als 111.000 Mitarbeiter weltweit und steht für Kreativität und Unternehmergeist. Um weiterhin erfolgreich auf Wachstumskurs zu bleiben, legt der Konzern Wert auf weltoffene, kreative und verantwortungsvolle Talente, die die Medienbranche von heute und morgen mit Leidenschaft mitgestalten wollen.

Talent Meets Bertelsmann - Ein spannendes Event mit begeisterten Teilnehmern

Das Employer Branding Event „Talent Meets Bertelsmann“ (TMB) ist Teil der prämierten Employer-Branding-Kampagne „Create Your Own Career“ und wird seit 2013 mit Fokus auf internationale Studierende durchgeführt. Ziel ist es, potenzielle Nachwuchstalente aus unterschiedlichen Ländern zum persönlichen Treffen in die Bertelsmann-Repräsentanz nach Berlin einzuladen und sie für die vielfältigen Ein- und Aufstiegsmöglichkeiten des Konzerns zu begeistern.

Bei TMB 2013, zum Beispiel, trafen 60 Top-Studenten an drei Tagen auf rund 80 Unternehmensvertreter und nahmen an Workshops und Diskussionsrunden teil.

Qualifizierte Vorauswahl – International und innerhalb weniger Tage

Die Internationalisierung des Events geht mit einer neuen Marketing- und Recruitingstrategie einher: Im Fokus der Vermarktung von TMB stehen erstklassige Business Schools in den europäischen Kernländern von Bertelsmann wie Großbritannien, Spanien und Frankreich.

Aus Effizienzgründen sollen die internationalen Teilnehmer weiterhin zentral von Deutschland aus ausgewählt werden. Um dabei auch die richtigen Talente identifizieren zu können, nutzt Bertelsmann seit 2013 webbasierte, zeitversetzte Videointerviews von viasto.

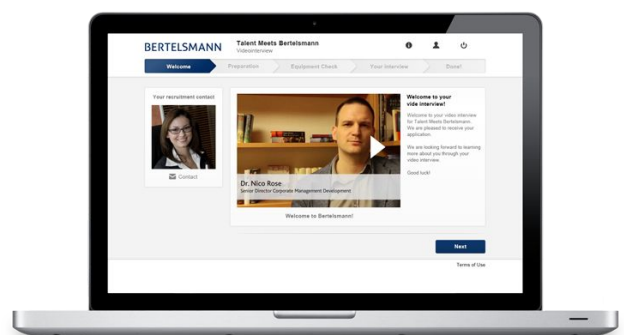


Abb.: Kandidaten werden im Videointerview von Dr. Nico Rose begrüßt

"Mit unserer innovativen Recruitingstrategie für Talent Meets Bertelsmann setzen wir neue Maßstäbe im internationalen Recruiting & Employer Branding. Zum ersten Mal haben wir die besten Nachwuchstalente weltweit identifiziert. Über Ländergrenzen und Zeitzonen hinweg konnten wir Digital Natives für ein spannendes Event in Deutschland auswählen und gewinnen. Bertelsmann positioniert sich damit erfolgreich als wichtiger internationaler Player im Wettbewerb um die besten Talente."

Dr. Nico Rose, Senior Director Corporate Management Development,
Bertelsmann SE & Co. KGaA



Person-Company-Fit: Der persönliche Eindruck vom Bewerber

Die Recruiter sehen sich stets der Herausforderung gegenüber, innerhalb kurzer Zeit aus einer hohen dreistelligen Zahl an Bewerbungen die passendsten Kandidaten heraus zu filtern. Mit zeitversetzten Videointerviews haben sie die Möglichkeit, einen persönlichen und fachlichen Eindruck der internationalen Bewerber zu erhalten und dies über Ländergrenzen und Zeitzonen hinweg. Mit den richtigen Fragen im zeitversetzten Videointerview können die Recruiter treffsicher erkennen, welcher der Kandidaten zur Unternehmenskultur passt, eine hohe Affinität für neue Medien und digitale Geschäftsmodelle aufweist und natürlich, wer über die entsprechenden Englischkenntnisse verfügt.

Ob China oder Spanien – Internationale Vorauswahl mit klaren Standards

Durch die Strukturierung der Videointerviews gelten für alle Bewerber die gleichen Bedingungen. Jeder Kandidat – ob aus Spanien oder China – wird objektiv nach identischen Kriterien bewertet und hat demnach dieselbe Chance zu überzeugen und anschließend zum Event eingeladen zu werden. Diese Vergleichbarkeit wird durch zeitversetzte Videointerviews sichergestellt: die *interview suite* ist maximal strukturiert. Gerade für internationale Auswahl-situationen ist ein einheitlicher Qualitätsstandard essenziell für ein erfolgreiches Diversity Management.

Persönlichkeit auf den Punkt gebracht: Bewerber schätzen die Chance und Flexibilität

Mehr als 90% der eingeladenen Bewerber absolvieren das zeitversetzte Videointerview mit der *interview suite* und sind begeistert! Umfragen von Bertelsmann zeigen, dass die Bewerber es besonders schätzen, mit ihrer Persönlichkeit überzeugen zu können. Zudem sind die Digital Natives davon begeistert, das Videointerview an einem Ort und zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl durchführen zu können. Die besondere Flexibilität der Auswahl-situation respektiert in besonderem Maße die Ansprüche der internationalen Bewerber von heute.

Bertelsmann punktet als "digitales" Unternehmen

In puncto Employer Branding kann Bertelsmann durch die Methode der zeitversetzten Videointerviews seine Positionierung als modernes und digitales Unternehmen weiter ausbauen. Der Konzern zeigt damit, dass die Art der Personalauswahl die Attraktivität einer Arbeitgebermarke signifikant beeinflusst.

Die *interview suite* ist eine Software (SaaS) für zeitversetzte Videointerviews. Recruiter und Fachentscheider erhalten bereits vor dem persönlichen Treffen ein Bild von den konkreten Kompetenzen und Kenntnissen der Bewerber. Das Besondere: Die Bewerber führen das Videointerview eigenständig - zeitversetzt - durch. Das Videointerview und dessen Evaluation sind zeitlich und örtlich unabhängig voneinander.