

25.10.2016 - 14:03 Uhr

Unilever setzt im Bewerbungsprozess auf Digital

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/pm/24435/3465458> -

Unilever erhält jährlich bis zu 250.000 Bewerbungen von Hochschulabsolventen. Jetzt startet das Unternehmen einen neuen digitalen Prozess, der Online-Spiele mit Videointerviews verbindet um die besten und vielversprechendsten Bewerberinnen und Bewerber* zu finden. Zum ersten Mal nutzt das Unternehmen damit ein voll digitalisiertes Bewerbungsverfahren. Das Programm wurde bei Unilever bereits in Asien und Nordamerika erfolgreich eingeführt. Jetzt ist es auch in Deutschland, Österreich und der Schweiz gestartet.

Die Zielgruppe der Millennials fest im Blick, soll das Programm Vielfalt unter den Bewerbern fördern. Kandidaten sollen unabhängig von den sonst üblichen Bewerbungsunterlagen so ihr volles Potenzial ausschöpfen und ihre Fähigkeiten demonstrieren können.

"Vielfalt ist für den Erfolg und die Kreativität unseres Geschäfts entscheidend. Der neue digitale Bewerbungsprozess für unser beliebtes Absolventenprogramm, das Unilever Future Leaders Programme, fokussiert auf das Potenzial eines Kandidaten, unabhängig vom sozialen Hintergrund und fördert die von uns angestrebte Vielfältigkeit in unserer Belegschaft noch stärker als bisher. Wir sind sehr stolz auf unseren neuen, integrierten Ansatz, der den Weg zu Unilever noch einfacher und transparenter macht", kommentiert dies Alexandra Heinrichs, Vice President Human Resources bei Unilever für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Der neue interaktive Prozess lässt sich flexibel gestalten, geht schnell und unkompliziert. Das Programm besteht aus insgesamt vier Runden. Zunächst füllt jeder Bewerber ein Online-Bewerbungsformular aus, das auch mit einem LinkedIn Account verbunden werden kann. Erfolgreiche Kandidaten werden zu einer Reihe von Online-Spielen eingeladen, die nicht länger als 20 Minuten dauern und auch bequem vom Smartphone aus gespielt werden können. Die Art und Weise, wie die Bewerber an diese Spiele herangehen, gibt Unilever Aufschluss über das Potenzial der Kandidaten und zeigt, wie vertraut diese mit den Unternehmenszielen und -grundsätzen sind. Die besten Kandidaten nehmen an einem Videointerview teil, in dem sie ihre Antworten auf konkrete Fragestellungen festhalten. Ort und Zeitpunkt für die Aufnahmen können die Bewerber selbst wählen.

Nach jeder Bewerbungsrunde gibt es die Möglichkeit für ein gegenseitiges Feedback. Der Kandidat bekommt eine Rückmeldung zu erbrachten Leistungen sowie zu persönlichen Stärken und zur Entwicklung. Dahinter verbirgt sich das Ziel, Bewerbern bei ihren weiteren Karriereschritten zu helfen, unabhängig davon ob sie erfolgreich überzeugen konnten oder nicht. Der persönliche Kontakt kann natürlich nicht komplett durch digitale Prozesse ersetzt werden: Im letzten Schritt des Bewerbungsprozesses werden die Kandidaten in das "Face 2 Face Discovery Center" eingeladen, das ihnen schließlich ein umfassender Einblick in "einen Tag im Leben" von Unilever gibt. Dabei arbeiten die Kandidaten gemeinsam aber auch individuell an realen Fragestellungen, die Unilever beschäftigt. Ziel des Discovery Centers ist es, das Potenzial der Kandidaten anhand praktischer Fälle zu ermitteln sowie einen realen Einblick in einen Arbeitsalltag eines Future Leaders zu geben. Auch beim letzten Schritt bleibt das Unternehmen seinem digitalen Ansatz treu. Kandidaten arbeiten nicht nur digital und kollaborativ mit Laptops, sondern befassen sich auch mit digitalen Themen.

Über Unilever

Unilever ist ein international führender Konsumgüterhersteller. Das Unternehmen vertreibt in über 190 Ländern Lebensmittel, Körperpflegeprodukte, Waschmittel und Haushaltsreiniger, die jeden Tag von rund 2 Milliarden Verbraucherinnen und Verbrauchern genutzt werden. Unilever beschäftigt weltweit über 169.000 Mitarbeiter und erzielte 2015 einen Umsatz von 53,3 Milliarden Euro. Zu Unilever gehören einige der weltweit bekanntesten und beliebtesten Marken wie Rama, Knorr, Becel, Bertolli, Lätta, Lipton, Dove, Duschdas, Axe, Rexona, Coral, Langnese und Ben & Jerry's.

Unilever hat es sich zum Ziel gesetzt,

- bis 2020 mehr als eine Milliarde Menschen dabei zu unterstützen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern,
- den Umwelteinfluss unserer Produkte bis 2030 zu halbieren und
- die Lebensbedingungen von Millionen von Menschen bis 2020 zu steigern.

15 Jahre lang führte Unilever das Ranking als nachhaltigstes Unternehmen in der Kategorie Lebensmittel des Dow Jones Sustainability Index. In 2016 wurde Unilever erstmals in der Kategorie Haushalts- und Körperpflegeprodukte ausgezeichnet und belegt auch hier wieder die Spitzenposition.

Auf LinkedIn zählt Unilever zu den Top 3 der am meisten nachgefragten Arbeitgeber. Weitere Informationen zum Unilever-Nachhaltigkeitsprogramm finden Sie hier: www.unilever.de/nachhaltigkeit Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie

hier: www.unilever.com und unter www.unilever.de

*Die in der Presseinformation verwendete männliche Form bezieht selbstverständlich die weibliche Form mit ein. Auf die Verwendung beider Geschlechtsformen wird lediglich im Hinblick auf die bessere Lesbarkeit des Textes verzichtet. Sie ist daher geschlechterneutral und wertfrei zu verstehen.

Kontakt:

Konstantin Bark

Telefon: +49 (0)40 3493 1164

Fax: +49 (0)40 3493 3520

E-Mail: Mediarelations.de@unilever.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014741/100794639> abgerufen werden.