

Was die Macher drehen – und was wir davon sehen

Die Sendung «Traumjob» soll Unterhaltung bieten und Einblicke in die Welt der Wirtschaft und ihre Selektionskriterien geben. Ein hoher Anspruch. HR Today hat drei Sendungen mitverfolgt und mit vier Personen darüber gesprochen: Alle betrachten die Realityshow unter einem anderen Blickwinkel.



Der Protagonist und sein Beraterteam: Jürg Marquard, Doris Aebi und Markus Gisler (v.l.).

Foto: © SF DRS/Christian Dietrich

«Ich war seit zehn Jahren im Gastronomie-gewerbe tätig und suchte eine neue Herausforderung. Ich dachte, ein Fernsehcasting gibt mir das nötige Rüstzeug für andere Vorstellungsgespräche», erklärt Zsuzu ihren Entschluss, beim Auswahlverfahren für die Sendung «Traumjob» mitzumachen. Eher überrascht sei sie gewesen, dass sie als eine der zwölf Teilnehmenden aus 400 Bewerbern ausgewählt worden sei.

Am 17. April ist die elfteilige Serie auf SF DRS gestartet. Sechs Kandidatinnen und sechs Kandidaten kämpfen darin um einen 200'000 Franken dotierten Einjahresvertrag als Projektmanager bei dem international tätigen Medienunternehmen Marquard Media AG. «Es war ein einmaliges Angebot, als Co-Produzent und gleichzeitig als Protagonist in einer der grössten TV-Produktionen, die SF DRS je aufgelegt hat, mitzumachen», erklärt Jürg Marquard. «Ich liebe Herausforderungen und konnte deshalb nicht nein sagen. Dass ich darüber hinaus zu einem qualifizierten Mitarbeitenden komme, ist ein hochwillkommener positiver Nebeneffekt.»

Die Kandidaten müssen, jeweils in zwei Teams aufgeteilt, eine Aufgabe in vorgegebener

Frist lösen. Das Verliererteam muss in den so genannten Boardroom, einen Konferenzraum. Dort erwarten die Teammitglieder Jürg Marquard und seine Beiräte Doris Aebi, Headhunterin für Top-Managementpositionen, und Markus Gisler, ehemaliger Chefredaktor von «Cash» und der «Aargauer» Zeitung und heute Publizist. Im Boardroom diskutiert Marquard kurz mit Aebi und Gisler und entscheidet dann, wen er aus dem Team und somit aus der Sendung ausschliesst. Dazu sagt Marcel Oertig, Head of Human Resources and Communication Swisscom Fixnet Wholesale: «Bei einem normalen Assessment – und die Sendung ist nach ihrem Prinzip wie ein Assessment angelegt – beobachten die Assessoren, in dem Fall die Beiräte, die Kandidaten sehr genau. Danach wird in einer detaillierten Diskussion ein Gesamturteil über jeden erstellt. Bei «Traumjob» hört Marquard seinen Assessoren kurz zu, gibt dann sein Statement ab und entscheidet, wen er entlässt.»

Nur wer hinter die Kulissen sehen kann, erfährt, dass die Sendung durchaus diesen Ablauf hat: «Der Eindruck, dass die Beiräte wenig zu sagen haben, täuscht gewaltig», erklärt Aebi. «Gisler und ich sind bei allen Aufgaben abwechs-

lungsweise bei den beiden Teams dabei. Wir können uns ein sehr gutes Bild machen, wie die Kandidaten zusammenarbeiten und wer sich wie verhält. Das erlaubt uns, in detaillierten Briefing-Sessions Marquard zu informieren.»

Dass solche lange Diskussionen für eine eher auf Tempo angelegte Realityshow ungeeignet sind, leuchtet ein. Die Zuschauer bekommen daher nur die Essenz dessen mit, was zuvor ohne die Kameras diskutiert wurde. Und dann bestimmt Marquard im Alleingang: «Selbstverständlich entscheide ich nicht demokratisch. Ich bin Unternehmer und trete in dieser Sendung auch als solcher auf. Die beiden Beiräte beobachten die Kandidaten bei der Erfüllung der Aufgaben. Sie wirken als meine Berater und geben mir wichtige Hinweise und Beurteilungen zu den Kandidaten. Die Entscheidung fälle ich aber alleine. Dieses Vorgehen spiegelt durchaus die Wirklichkeit wider.»

Die gestellten Aufgaben seien, so das Communiqué von SF DRS, praxisbezogen und orientieren sich an den Anforderungen der realen Wirtschaftswelt. Das sei auch so, betont Doris Aebi: «Selbst bei scheinbar einfachen Aufgaben

wie Rosenkauf und -verkauf müssen eine Menge Entscheidungen getroffen werden: Die Gruppe muss beispielsweise wissen, welche Blumen sie kauft, wo sie diese einkauft und zu welchem Preis wiederverkaufen will. Gerade diese Entscheidungen geben dem Zuschauer einen guten Einblick in die Gruppendynamik und das Engagement jedes Einzelnen.» Aebi räumt jedoch ein, dass die Entscheidungen für den Zuschauer nicht ganz so systematisch nachvollziehbar sind wie für sie, die live dabei war. Tatsächlich laufen die Sequenzen der Aufgabenlösung sehr schnell ab und erlauben dem Zuschauer nur wenig Einblicke in die Teamzusammenarbeit oder die Charakter der einzelnen Darsteller. Eine Kritik, der Oertig, Zsuzu wie auch Aebi zustimmen. Marquard hingegen meint: «Zu der schnellen Schnittkadenz bei der Aufgabenlösung kann ich nur sagen, dass dies ein formales Stilelement ist, das konzeptionell vorgegeben war. Es ist durchaus möglich, dass sich einige Zuschauer damit schwer tun, viele andere aber sind davon begeistert.»

Für Marcel Oertig sind die Aufgaben wenig realistisch: «Die Aufteilung in eine Frauen- und Männergruppe ist nicht üblich. Es ist erwiesen, dass in gemischten Führungsteams die Motivation und die Zufriedenheit grösser sind. Zudem scheint mir der Einkauf und Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen kaum zum Anforderungsprofil von Projektleitern zu gehören. Und für die Beobachtung von Verhandlungstechniken, wie es in der dritten Aufgabe hätte der Fall sein sollen, gibt es weitaus geeignetere Übungen – aber die sind wahrscheinlich nicht so mediantauglich.» Besser fand Oertig die Sendung, in der die Kandidaten eine Werbekampagne eines Mobilfunkanbieters entwerfen und präsentieren mussten. «Diese Übung war realistisch und zudem in der Medienbranche angesiedelt, wo der oder die zukünftige Projektleiter, Projektleiterin auch arbeiten wird.»

Als Teilnehmerin hat Zsuzu nochmals einen anderen Blickwinkel, was den Realitätsbezug der Aufgaben betrifft: «Bei allen Aufgaben mussten wir bestimmte Regeln beachten. So durften wir bei einer Übung kein Auto mieten oder anhalten, weil sonst das Kamerteam nicht hätte mitkommen können. Oder man konnte nicht im eigenen Tempo arbeiten, weil ja immer alles aufgenommen werden musste. Für mich ist es eine Fernsehshow, die sicher nicht die ganze Realität widerspiegelt. Aber vielleicht liegt das auch an mir, denn mir ist es nie gelungen, die Kameras zu vergessen oder die Mikrofone vor dem Mund zu ignorieren.» Zsuzu war deshalb nicht besonders betroffen, dass sie in der dritten Sendung wegen «schlechter Führung» von Marquard entlassen wurde. «Ich war von Anfang an nicht nur auf den Job fixiert, sondern wollte wertvolle Erfahrungen für die Zukunft sammeln.» Die auf ein Jahr angelegte Projektleiterstelle sei eine Stabsfunktion ohne operative Verantwortung, sagt Marquard. «Sie soll dem siegenden Kandidaten oder der siegenden Kandidatin eine Chance bieten, aus dieser Funktion heraus in meinem Unternehmen eine Karriere aufzubauen. Es ist nicht so, dass diese Person schon im ersten Jahr Führungsverantwortung übernehmen wird.»

Ein Punkt hat Marcel Oertig in den ersten Sendungen besonders missfallen: «In der Sendung wird der Job eines Top-Managers verherrlicht.» Oertig spricht dabei die Sequenzen an, in denen Marquard vor dem Privatjet, in seiner Luxusvilla zu sehen ist oder wenn er mit dem Helikopter geflogen kommt. «Diese Auf-



Foto: © SF DRS/Gian Veit

1. Mai 2005: Eisige «Urteilsverkündung» am Frachthafen in Basel. Die Männer haben besser eingekauft.

tritte suggerieren ein falsches Bild eines Managers: Wer es einmal nach oben geschafft hat, der wird in diesen Luxusdimensionen leben. Ich finde diese Darstellung nicht gut, verstehe aber, dass sie medienwirksam ist.» Doris Aebi erklärt, dass die Selbstdarstellung von Marquard ein Showelement sei, das von dem amerikanischen Vorbild «The Apprentice» übernommen wurde. «Ob man das gut oder schlecht findet, ist jedem selber überlassen.» Und was meint Marquard zu dieser auch in den Medien öfter geäusserten Kritik seiner Selbstdarstellung? «Der Protagonist dieser Sendung stellt sich selber dar. Laut Lizenzvertrag von SF DRS mit den Produzenten des US-Originals («The Apprentice» mit Donald Trump) muss der Protagonist eine Reihe von

Voraussetzungen erfüllen: Er muss einen hohen Leistungsausweis als Unternehmer mitbringen, sein Name muss national bekannt sein, er muss glaubwürdig sein und vor der Kamera agieren können. Dass auch die glamourösen Aspekte seines Lebens dargestellt werden, gehört ebenfalls zur konzeptionellen Vorgabe.»

Marcel Oertig hat im Auftrag von HR Today «Traumjob» dreimal am Fernsehen gesehen. Sein Fazit: «Es war interessant hineinzuschauen. Die Sendung ist mir jedoch zu realitätsfern, und als Zuschauer bekommt man zu wenig mit, was wirklich abläuft, deshalb habe ich sie nicht weiter verfolgt.»

Für Doris Aebi war die Teilnahme eine einmalige Erfahrung, die ihr insbesondere die Relativität einzelner Beurteilungsmethoden aufzeigte: «Assessments sind normalerweise Trockenübungen an einem Tisch», weiss die Headhunterin aus Erfahrung. ««Traumjob» bietet die Möglichkeit nicht nur zu beurteilen, ob die Konzepte gut sind, sondern auch zu sehen, ob sie der Realität standhalten.» Als Beispiel nennt sie die Idee der Männergruppe in der ersten Sendung, alle Rosen an ein einziges Unternehmen zu verkaufen: Dieses Konzept wäre in einem normalen Assessment besser beurteilt worden als das beinahe konzeptlose Lospreschen der Frauen. Nur in der Umsetzung der Idee sei sichtbar geworden, dass die Männergruppe den Zeitfaktor und die in der Regel langen Entscheidungswege der Unternehmen nicht miteinbezogen hatte und deshalb die Aufgabe auch verlor. «Diese und andere Problemlösungen haben mir einmal mehr gezeigt, wie notwendig eine möglichst praxisnahe Methode beim Assessment von Kandidaten ist. Das beste Bild liefert sicher eine Kombination verschiedener Beurteilungsmethoden.»

Auch der Boss in der Sendung (und zukünftige Chef der Gewinnerin oder des Gewinners) hat dank «Traumjob» eine neue Erfahrung gemacht: «Es war das erste Mal in meinem Leben, dass ich in einem so grossen Team gearbeitet habe. Diese neue Erfahrung habe ich sehr genossen und möchte sie nicht missen.»

Und Kandidatin Zsuzu? Sie hat inzwischen einen neuen Job und betrachtet ihre Teilnahme bei «Traumjob» als interessantes Experiment, das sie nicht missen möchte.



Foto: © SF DRS/Christien Dietrich

«Für mich ist es eine Fernsehshow, die sicher nicht die ganze Realität widerspiegelt»

Zsuzu, «Traumjob»-Kandidatin