



Im Kochstudio Die Pause in Wien wird gemixt, geklopft, eingerollt, gerührt, angebraten und sich einander vorgestellt. Anlass ist die Karriereküche, ein Recruiting-Event.

Fotos: Regine Hendrich

## Recruiting beim Rouladenrollen

Beim gemeinsamen Kochen sollen Unternehmen und Bewerber zusammenfinden, so die Idee hinter der Karriereküche, einer Veranstaltung der Universität Wien.

Lisa Breit

Das er irgendwann gemeinsam mit einem potenziellen neuen Chef Hühnerfilets klopfen wird, hätte Franz Hufnagl wohl nicht erwartet. Der Jus-Student ist an diesem Montagmorgen Teilnehmer bei der Karriereküche, einem Event, den die Universität Wien zum dritten Mal abhält.

Das Konzept: Studierende und Absolventen treffen auf Vertreter von Unternehmen, diesmal dabei sind der Lebensmittelhandel Hofer und die Wirtschaftsrechts-

kanzlei Eisenberger & Herzog. Gemeinsam bereiten sie ein Menü zu: Hühnerrouladen mit Spagelfüllung, die Beilage ist Kartoffelgratin. Als Vorspeise gibt es Lachstatar und Erbsen-Minze-Suppe, als Nachspeise Schokoladentörtchen und Beeren.

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde geht es im Kochstudio Die Pause auf dem Wiener Spittelberg in medias res: Frühlingszwiebeln werden kleingeschnitten, Hühnerfilets mit Pesto bestrichen und mit Prosciutto und grünem

Spargel belegt, Kartoffeln geschält. Ihre Sakkos und Blazer haben die Teilnehmenden gegen Kochschürzen getauscht. So würde man normalerweise keinem künftigen Arbeitgeber entgegenreten. Warum macht Hufnagl trotzdem mit? „Wenn es ums Essen geht, bin ich immer gern dabei“, witzelt der Student, um dann mit ernster Stimme hinzuzufügen: „Normalerweise hat man beim Bewerbungsgespräch nur kurz Zeit, um sich vorzustellen. Hier kann man einander besser kennenlernen.“ Genau das ist laut Uni Wien auch das Ziel des unkonventionellen Formats: eine lockere Atmosphäre schaffen.

Tatsächlich geht es an diesem Nachmittag recht zwanglos zu. Besprochen wird einiges Privates, von Serien (*Call the Midwife* wird gelobt) bis zu Reisen (nach Skandinavien), Karrieremöglichkeiten sind auch Thema. Die Bewerber wollen von den Führungskräften wissen: Wie geht es bei Ihnen zu? Kann man flexibel arbeiten? Welche Aufstiegsmöglichkeiten bieten Sie mir?

Sie geben sich höflich und smart, sind trotz Kochlöffels in der Hand im Bewerbungsmodus.

Die Firmenvertreter sind ebenfalls betont bemüht. Schließlich müssten auch sie sich für gute Bewerber interessant machen, nicht nur umgekehrt, sagt Dieter Thalhammer von Eisenberger & Herzog. Er findet, dass die Karriereküche eine gute Gelegenheit für authentischen Austausch bietet. „Über vier Stunden kann sich niemand verstellen.“

Außerdem lassen sich beim Kochen Teamfähigkeit und Problemlösungskompetenz erkennen. Das

zeigt sich, als sich ein Teilnehmer schwertut, eine Packung Speck zu öffnen, und eine Teilnehmerin sie kurzerhand mit dem Messer aufschneidet – was er quittiert mit: „Hands-on ist gut“.

Erweisen sich Bewerber als geeignet, werde man ihnen durchaus einen Job oder ein zweites Interview anbieten, stellt Sabine Karls von Hofer in Aussicht. Wie jemand kochen kann, sei dafür aber nicht ausschlaggebend.

Video auf [derStandard.at/Karriere](http://derStandard.at/Karriere)



Zubereitet werden an diesem Nachmittag Hühnerrouladen, gefüllt mit Spargel, Salbei und Prosciutto.



Trotz Kochlöffels und Schürze ganz im Bewerbungsmodus: eine Teilnehmerin bei der Suppenzubereitung.



Personalchefs sollen derzeit zwei Dinge produzieren: Purpose und Happiness. Sinn und Glücksgefühl. Ersteres als Lock- und Bindemittel, Letzteres um den Flow herzustellen, der produktiv hält, das Unternehmen zum Leuchten, die Kunden zum Kaufen bringt. Beliebter Witz in der Personaler-Branche dazu: „Jeder ist zu etwas motiviert, fragt sich nur wozu.“ Also: Die hundertprozentige Eigenmotivation ist auf die Bedürfnisse der Firma umzupolen. Aktuell mit Sinn und Glückeswogen.

### PERSONAL MOVES

KARIN BAUER

## Sinnerzeuger und Glücksproduzenten

Wahrscheinlich kein leichtes Unterfangen, wenn einem nicht – wie im Silicon Valley – sogenannte intelligente Drogen, etwa mikrodosiertes LSD, zur Verfügung stehen. Jedenfalls sind die Werkzeuge von gestern nicht mehr passend: Mehr Geld wirkt höchstens kurz, wenn überhaupt zur Motivation. Prämien richten mehr Schaden als Nutzen an, lehrt die Verhal-

tensökonomie, vergiften zudem das Betriebsklima. Happiness is the new rich. Purpose ist die intrinsische Droge, die quasi auf die Arbeit in der Firma süchtig machen soll. Positive Psychologie und Neurobiologie reichen einander da die Hände, um Menschen in das Nirwana des leidenschaftlich-sinnerfüllten Arbeitslebens zu bringen: Sich als Teil des größeren Ganzen

zu fühlen ist eine der Stufen. Es gibt dafür auch eigene, neue Worte. „Google-ness“ zum Beispiel nennt das jener Konzern. Es gibt auch eigene, neue Funktionen, die sich um Trigger für Sinn und Glück kümmern: Chief-Happiness-Officer. Oder Wellbeing-Manager. Das hat sich in der heimischen Unternehmenskultur noch nicht etabliert. Wahrscheinlich wird das alles auch gar nicht benötigt, wenn die größten Feinde der Eigenmotivation nicht auf die Belegschaft losgelassen werden. Das sind: Kontrolle, Demütigung, Über- und Unterforderung, ständig widerstrebende Anweisungen, Nichtbeachtung und Doppelmoral.