

Umfirmierung Aus der „Absolventenmesse“ wird „Career Calling“, aus dem „zBp“ das „WU ZBP Career Center“

Die neuen Kleider des zBp

Mit den Namensänderungen will man Internationalität sowie die Nähe zur WU demonstrieren.

Wien. Das Leitmotto von Neo-US-Präsident Barack Obama – „Change“ – scheint auch zum obersten Credo des Jahres 2009 beim Zentrum für Berufsplanung (ZBP) an der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) erkoren worden zu sein: Einerseits firmiert man künftig unter dem Namen WU ZBP Career Center und andererseits wird die seit 1986 vom ZBP organisierte „Absolventenmesse“ nach einer intensiven Planungsphase zur „Career Calling“ umgetauft.

Griffiger Name

„Hinter der Namensänderung steht der Anspruch an Internationalität. Absolventenmesse als deutsches Wort kann ich im internationalen Kontext nicht branden“, erklärt Andrea Tschirf, Geschäftsführerin ZBP, gegenüber medianet. „Die andere Idee dahinter war, den Namen griffiger zu machen: Uns gefällt am neuen Namen besonders, dass die Bedeutung von Karriere als Berufung stark durchkommt.“

Abseits der Namensänderungen bleibt ZBP dem seit mittlerweile 23 Jahren praktizierten Messekonzept treu: Die Besucher – in erster Linie Studierende, Absolventen sowie Young Professionals wirtschaftlicher, technischer und naturwissenschaftlicher Studienrichtungen – erwarten Unternehmenspräsentationen von Toparbeitgebern direkt auf dem Messegelände sowie das



Der direkte Kontakt zwischen Absolventen und Unternehmern ist laut ZBP-Geschäftsführerin Andrea Tschirf nur einer der Pluspunkte der „Career Calling“.

direkte Gespräch mit internationalen Topmanagern im CEO-Corner: „Die Zahl der Messeaussteller ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Präsentierten sich 2005 noch 100 Firmen, waren es 2008 bereits 165“, beschreibt Tschirf das positive Unternehmerfeedback. Für die Aussteller bietet die Messe nicht nur die Möglichkeit, die eigene Marke zu präsentieren, sondern auch den persönlichen Kontakt zu den potenziellen Jobkandidaten: „Im persön-

lichen Kontakt entwickelt man ein ganzlich anderes Gespür füreinander“, betont Tschirf.

Tradition meets WU

Neben der Karrieremesse präsentieren sich auch die Organisatoren unter einem neuen Namen – der Grund dafür: Die Wirtschaftsuniversität Wien hat sich für ein neues Corporate Design entschieden: „Als starker Partner der WU ge-

hen wir hier mit und firmieren ab sofort als WU ZBP Career Center. Wir führen die eigenständige Marke ZBP aber ganz bewusst weiter“, so Tschirf.

Mit der Beibehaltung der drei Buchstaben verweise man auf die Tradition des Unternehmens: „Das ZBP war das erste Career Center, das in Österreich im Jahr 1983 gegründet wurde“, betont die Geschäftsführerin. Der neue Namenszusatz demonstriere wiederum die Nähe zur WU: „Damit unterscheiden wir uns vom typischen Personalberater: Viele Personalisten haben zwar selbst einen WU-Abschluss, aber ihr Studium bereits vor längerer Zeit absolviert und sind mit den aktuellen Studieninhalten und Lehrenden nicht genügend vertraut“, erklärt Tschirf. „Die Kommunikation mit einer Universität verlangt eine andere Sprache als mit einem Unternehmen oder mit Studierenden. Eine der größten Stärken des ZBP ist mit Sicherheit, dass wir uns auf die verschiedenen Zielgruppen einstellen können.“

CAREER CALLING 09

Die Karrieremesse der WU, TU Wien und Boku findet heuer am Donnerstag, 5. November 2009, zwischen 10 und 18 Uhr im Austria Center Vienna statt. Der Eintritt ist frei! Neu 2009: Eine Registrierung für Besucher ist mit attraktiven Vorteilen verbunden.

www.careercalling.at

SHORT

Kommunikation: Im Büro am liebsten persönlich



Barbara Wiesinger, Monster.at: „Face-to-face ist meist effizienter.“

Wien. Auch im Web 2.0-Zeitalter kommunizieren fast zwei Drittel der Österreicher mit ihren Kollegen am meisten persönlich. Das ergab eine Umfrage von Monster.at. Mit deutlichem Abstand folgt die Kommunikation per E-Mail oder Telefon (je 16%). Dagegen spielen Social Networks noch eine eher untergeordnete Rolle (drei Prozent). Dennoch der Wert drei Mal so hoch wie etwa in Deutschland. „Die Österreicher bevorzugen das persönliche Gespräch“, sagt Barbara Wiesinger, Country Manager und Sales Director bei Monster Worldwide Austria. „Denn Face-to-Face können Themen effizienter besprochen und eventuelle Probleme am Arbeitsplatz oft am besten gelöst werden.“ Zu der im Vergleich höheren Nutzung der Social Networks in Österreich meint Wiesinger: „Hier sollten Arbeitgeber vor allem auch darauf achten, welche Inhalte mit welchen Personen online kommuniziert werden, Stichwort: Reputation im Web.“