

## Digitales Gespür. Holger Aßmann hat das erste semantische Finanzportal gegründet. Dort sollen Nutzer Wachstums- und Zukunftsbranchen per Stichwortsuche finden.

Schon mit 14 Jahren verlor Holger Aßmann Geld am Aktienmarkt. Zusammen mit Freunden investierte er insgesamt 200 Mark – seinen Anteil hatte er mit Käfigreinigen in einer Zoohandlung erarbeitet – in die Papiere der damaligen Chase Manhattan Bank. Die Aktie floppte, das Geld war weg. Doch Aßmanns Leidenschaft hatte gerade erst begonnen: „Ich wurde mit dem Aktienmarkt-Virus infiziert“, sagt der Unternehmensgründer heute.

Der 36-Jährige wirkt gelassen, obwohl er mit seiner Finanzplattform Trendlink erst die Gründungsphase überstanden hat, der Praxistest steht noch bevor. Die Plattform, die in Kürze online gehen soll, will Nutzern helfen, zu jedem Thema die passende Geldanlage zu finden – und zwar ohne vorher einen konkreten Firmennamen oder Fonds-Anbieter kennen zu müssen. Aßmann setzt auf die semantische Suche durch Schlagwörter, unter denen Trendlink thematisch passende Aktien, Fonds oder Branchen anzeigt – auch und besonders solche, die nicht die naheliegendsten sind oder ein eher unbemerktes Dasein am Finanzmarkt führen.

So listet die Plattform beispielsweise unter dem Suchwort „Klimawandel“ Firmen aus den unterschiedlichsten Branchen auf, die alle Bezug zum Thema haben: vom Küstenschutz über Rückversicherungen bis hin zu CO<sub>2</sub>-Börsen. Nach Börsenschluss bildet die Plattform eigene Indizes für jedes Schlagwort: So sollen Anleger die Entwicklung von so unterschiedlichen Trends wie Bionahrungsmittel, DNS-Sequen-



Holger Aßmann hat ein Gespür für Geschäftsideen: Auf seinem Finanzportal Trendlink sollen Anleger semantisch nach Aktien suchen können.

zierung oder Tiefsee-Exploration vergleichen können.

Die Geschäftsidee hatte Aßmann, als er selbst nach Finanzideen recherchierte: „Es hat mich genervt, dass ich zum Thema Erneuerbare Energien zwei Tage suchen musste, um Aktien von Wärmepumpenherstellern oder Erzeuger von LED-Lampen zu finden“, sagt er. Sorgen, dass seine Plattform in einem eher schwachen Börsenumfeld scheitern könnte, macht sich Aßmann

keine: Er hat sowohl mit Börsenhypes als auch mit Abstürzen Erfahrung.

Sein erstes Unternehmen gründete er 1996, zwei Jahre später wurde daraus die 100world AG, die schon damals Anwendungen wie Aktiencommunitys baute und an große Finanzdienstleister verkaufte. Aßmanns Gespür für digitale Geschäftsideen half ihm auch durch die Krise Ende der 90er Jahre: „Als die Dotcom-Blase geplatzt war, haben wir uns

bei 100world etwas Anderes überlegt.“ Das Unternehmen erfand sich neu – als eine auf IT-Architektur spezialisierte Beratungsgesellschaft, die inzwischen Senacor heißt und mehr als 100 Mitarbeiter zählt.

Der Erfolg gibt dem Unternehmer Recht. Die Gründung von Trendlink konnte Aßmann ohne Wagniskapitalgeber finanzieren. Umsatz will er allein durch Werbeerlöse generieren, die Nutzer zahlen nichts. Sie spielen aber

eine nicht unwesentliche Rolle in seinem Geschäftsmodell, denn Aßmann baut darauf, dass die Anleger selbst neue Börsenthemen identifizieren und in der Trendlink-Community diskutieren. Viele Anlageideen entstünden ohnehin im beruflichen oder familiären Alltag, sagt der zweifache Familienvater: „Kinder zum Beispiel sind echte Trendsetter geworden. Man muss nur mal in einem Kindergarten nach Markenartikeln suchen.“ **Petra Blum**



Fotos: Alexandra Lechner, Lars Langemeyer

Zeitdruck und wechselnde Aufgaben machen das Schummeln in Julia Richters Tests unmöglich.

## Nachgefragt bei: Julia Richter. Die Psychologin hat für ihre Promotion fälschungssichere Onlinebewerbungstests entwickelt. Das Verfahren wird bereits eingesetzt.

**Frau Richter, Sie haben den Schummeln bei Online-Bewerbungstests den Kampf angesagt. Hatten Sie schon immer eine detektivische Ader?**

Nein, das war eher Zufall. Ich habe nach der Uni eine Studie für das Karrierenetzwerk E-Fellows.net erstellt. Dabei kam heraus, dass die Unternehmen bei ihren Auswahlverfahren immer stärker auf Online-Assessments setzen. Andererseits wird geschätzt, dass rund 30 Prozent der Bewerber bei den Tests schummeln, sich helfen lassen oder die Aufgaben und Lösungen vorher kennen. Dadurch verlieren die Ergebnisse natürlich Ihre Aussagekraft.

**Wie verhindern Sie das mit Ihrem Test?**

Wir arbeiten mit strikten Zeitlimits und wechseln ständig die Fragen, so dass die Erscheinungsformen der Tests vergleichbar, aber nie identisch sind.

**Aber man kann trotzdem seinen Bruder den Test machen lassen?**

Das stimmt. Aber die Aufgaben sind so konstruiert, dass der Bewerber nicht ohne weiteres erkennt, welche Fähigkeiten verlangt werden. Wir können verschiedene Kompetenzfelder

in einem Testverfahren abprüfen. Dadurch wird es schwieriger, einen kompetenten „Ersatzmann“ zu finden. Der hohe Zeitdruck verhindert, dass die Aufgaben im Team gelöst werden.

**Wieso setzen immer mehr Unternehmen mittlerweile auf Onlinetests?**

Große Unternehmen bekommen gerade im Traineebereich oder bei Auszubildenden eine Flut von Bewerbungen. Da muss dann eine Vorauswahl erfolgen. Die Online-Tests sparen Kosten. Außerdem erfahre ich neben den klassischen Informationen aus dem Lebenslauf mehr über die Persönlichkeit des Bewerbers, seine Kompetenzen und die kognitive Leistungsfähigkeit.

**Welche Trends gibt es denn zurzeit bei Auswahlverfahren?**

Die Unternehmen legen mehr Wert auf die sogenannten Soft Skills. Viele Personaler entscheiden sich heute eher für den Kandidaten, der bei sozialen Kompetenzen sehr gut ist, auch wenn er fachlich einige Defizite hat, als für den umgekehrten Fall.

**Interview: Til Knipper**