Recrutainment: Die kreative Personalsuche

Aus Recruiting und Entertainment wird Recrutainment. Wer nun meint, diese neue Form der Personalsuche lebe von blosser Unterhaltung, der irrt. Natürlich: Ein Schuss Spass darf, sollte sogar dabei sein, aber in dieser modernen Form der Rekrutierung von geeigneten Mitarbeitenden geht es um viel mehr.

Recrutainment bezeichnet den Einsatz spielerisch-simulativer Elemente in Berufsorientierung, Employer Branding, Personalmarketing und Personalbeschaffung. Recrutainment dient der Verbesserung des Zusammenfindens von passendem Kandidat und passendem Arbeitgeber beziehungsweise passender Ausbildungseinrichtung. So weit eine zugegeben trockene Definition.

Innovative Wege zum Bewerber gehen

Fest steht: In Zeiten, in denen der Fachkräftemangel längst Einzug in den Joballtag der Personaler gehalten hat, landen die Firmen, die weiterhin nur auf die klassische Personalsuche setzen, sehr schnell in der Recruiting-Sackgasse. Es gilt, innovative Wege zum Bewerber zu gehen. Doch praxisorientierte Personalsuche, Recrutainment, Active Sourcing oder Speed Dating werden von Unternehmen bisher noch wenig genutzt.

«Das Denken, Stellenanzeigen nur einstellen und dann zurückgelehnt auf Bewerbungen warten zu können, ist heutzutage antiquiert. Es ist an der Zeit, mehrgleisig zu fahren, zielgruppenorientiert zu agieren und kreativ zu sein», betont Lucia Falkenberg, HR-Managerin bei eco, dem grössten Verband der Internetwirtschaft in Europa.

Soziale Netzwerke zielgruppenorientiert nutzen

Dr. Jens Saadhoff, Key Account Manager bei Xing, empfiehlt Unternehmen insbesondere eine gezielte Nutzung sozialer Netzwerke: «Potenzielle Bewerber legen Wert auf eine Fülle von authentischen Informationen über eine bestimmte Vakanz oder den zukünftigen Arbeitgeber und vertrauen dabei sowohl auf ihre eigenen Kontakte als auch auf die Bewertungen und Kommentare der Community. Dies bietet umgekehrt den Unternehmen die Möglichkeit, ihre Mitarbeiter als Markenbotschafter gezielt einzusetzen.» Doch unüberlegte Social-Media-Präsenzen und -Stellenanzeigen können schnell nach hinten losgehen.

Henner Knabenreich, Personalmarketing-Experte und Kultblogger, vergibt jährlich die «Goldene Runkelrübe» für schlechte HR-Kommunikation: «Der gleiche Karrierepost 20 Mal in einem Jahr, Bewerbungen für eine Stelle als Social Media Manager nur per Post oder die nicht totzukriegenden Rapvideos – auch 2014 mangelte es uns nicht an Nominierungen für völlig misslungene HR-Kampagnen.»

Verstärkt auf den Spassfaktor setzen

Die wichtigste Frage, die sich Personaler nach Meinung von Lucia Falkenberg in heutiger Zeit stellen sollten, ist, wie und wo die Kandidaten von heute und morgen abzuholen sind. Die neuen Wege bei der Personalsuche setzen dementsprechend auch auf den Spassfaktor, wie er sich beispielsweise beim Recrutainment wiederfindet. Auf spielerischem Wege erreicht man den Bewerber, sei es mit prozessorientiertem Grillieren oder beim Speed Dating im Hochseilgarten.

Recrutainment überholt die antiquierte Personalsuche.

Lutz Leichsenring von der Karlsruher Agentur Young Targets, die sich um das Vermitteln von Jobs in der Technologie-Region kümmert, setzt auf Crack-the-Code-Detektivspiele bei der Auswahl von Programmierern und präsentiert bei eco seine «Nerdfarm» als das Mittel der Zukunft gegen den Fachkräftemangel.

Wichtig: Unterhaltung ist im Recrutainment kein Selbstzweck. Wichtig ist immer der konkrete Bezug zu einem Arbeitgeber, einer Ausbildungseinrichtung, Berufen/Berufsbildern oder Berufs- und Bildungswegen.

Erfolgsgaranten für Recruiting-Massnahmen

Wichtig für den Erfolg der Recruiting-Massnahmen ist die richtige Wahl der Mittel. So macht zum Beispiel Social Media Recruiting bei Facebook weitaus weniger Sinn als die Nutzung von Business-Plattformen wie Xing und LinkedIn.

Neben der richtigen Wahl der Mittel bedarf es auch der regelmässigen Kommunikation mit der Zielgruppe. Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Personalsuche sind laut Falkenberg faire und marktgerechte Vergütungsmodelle und ihre Vergleichsmöglichkeiten. «Für viele potenzielle Bewerber ist dies naturgemäss ein ganz entscheidender Punkt, wenn es um Arbeitgeberattraktivität geht.» Fazit der HR-Managerin: «Personalmarketing bedeutet zunehmend beides: Personal und Marketing.»

Besondere Bedeutung bei Online-Assessments

Insbesondere bei der Gestaltung von Online-Assessments kommt dem Recrutainment eine besondere Bedeutung zu. Darunter ist keinesfalls fälschlicherweise zu verstehen, dass Bewerbern hier ein Spiel vorgesetzt wird, bei dem aus dem jeweiligen Spielverhalten dann Rückschlüsse auf etwaige Fähigkeiten geschlossen werden. Vielmehr meint Recrutainment in diesem Kontext, dass das Online-Assessment ansprechend und modern gestaltet ist und neben den reinen Testinhalten etwa auch individuelle Informationen über das jeweilige Unternehmen und dessen Arbeitgebermarke vermittelt sowie zuweilen unterhaltsame Entspannungsmomente umfasst.

Nach Recrutainment-Gesichtspunkten gestaltete Online-Assessment-Verfahren sind mithin mehr als eine Adaption traditioneller Pen-Paper-Tests, sondern auch Employer-Branding-Instrument. Diese Online-Assessments zeichnen sich durch eine hohe Bewerberakzeptanz und einen höheren Anforderungsbezug gegenüber herkömmlichen Testverfahren aus.

Quellen: eco.de, [illegible]

DAS BUCH ZUM THEMA

«Recrutainment – Die Bedeutung spielerischer Ansätze in Personalmarketing und -auswahl» liefert das theoretische Fundament für das Thema Recrutainment und erklärt, warum dessen Bedeutung in den letzten Jahren so stark zugenommen hat. Es werden die Auswirkungen von Recrutainment auf Organisationen und Bewerber unter Einbeziehung von aktuellen Studien beleuchtet. In ausgewählten Best-Practice-Beispielen stellen verschiedene Autoren dar, wie Recrutainment in der Unternehmenspraxis eingesetzt wird.
ISBN 978-3-658-06947-6