

Bewerbersauswahl mit Recruitment-Spielen

Diercks, Joachim; Weber, Andreas

Der Wettbewerb um qualifizierten Führungsnachwuchs wird mit der sinkenden Zahl von Berufseinsteigern in den nächsten Jahren zunehmen.

Um im Wettbewerb um die Besten bestehen zu können, wird es für Unternehmen entscheidend darauf ankommen, sich als attraktiver Arbeitgeber im 'Mind-Set' des Nachwuchses zu positionieren. Ferner ist es von elementarer Bedeutung, die richtigen - sogenannten „Right Potentials“ - gezielt, zeitnah und vor allem effizient zu identifizieren. Recruitment über das Medium Internet erhält hierbei eine wachsende Bedeutung.

Die Antwort von CYQUEST auf diese Herausforderung lautet RECRUTAINMENT: Die spielerische Kombination von unterschiedlichen Instrumenten aus der Personalarbeit in einer Internetanwendung. Eine Anwendung im Rahmen der CYQUEST Recruitment-Instrumente ist das spielerische Karriere-Event „Die Karrierejagd durchs Netz“ (Karrierejagd). Die Karrierejagd ist unternehmensübergreifend konzipiert, d. h. es können sich unterschiedliche Unternehmen aus diversen Branchen in dem Karriere-Spiel präsentieren. Es unterstützt das Personalmarketing, die Bewerbersauswahl sowie die Kontaktaufnahme zu potenziellen Kandidaten.

Recrutainment ist in erster Linie eine Bezeichnung für Online-Werkzeuge, die vorgelagerte Verfahrensschritte für die Personalrekrutierung in einer Anwendung kombinieren. Dazu gehören:

1. Personalmarketing für die gezielte Vermittlung von Unternehmensbotschaften.
2. Assessment-Tools für die Erhebung von lebenslauf- (Hard-Facts) und berufsbezogenen Persönlichkeitsmerkmalen (Softskills).
3. E-Cruiting als direktes Bewerbermatching im Event oder aus der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank.

Die Kombination dieser Elemente ist eine Antwort auf die gegenwärtigen Herausforderungen des Bewerbermanagements und der speziellen Zielrichtungen im Personalmarketing. Partnerunternehmen können bei der Karrierejagd (siehe Abbildung 1) je nach Bedarf ein bis sechs Monate teilnehmen. Die Teilnahme ist auch für mittelständische Unternehmen eine preisliche Alternative zum „klassischen“ Personalmarketing in überregionalen Karrie-

re-Printmedien. Die Kosten einer dreimonatigen Teilnahme an der Karrierejagd entsprechen in etwa den Kosten einer halben Seite Farbdruck.

Abbildung 1: Startscreen Recruitment-Event: www.cyquest.de



Wo liegen die Vorteile von Recruitment Spielen?

Recruitment ist die spielerische Verbindung von E-Cruiting-Verfahrensschritten mit Informationen und unterhaltsamen „Entertainment“-Elementen¹. Infotainment (Information + Entertainment = Infotainment) ist dabei mehr als eine oberflächliche Kombination von Information und Unterhaltung, denn es ist einerseits ein Marketingkonzept und andererseits ein psychologischer Ansatz.

Die permanente Begleitung des Users durch eine spielerische Rahmenhandlung versetzt ihn in einen vorteilhaften „Flow“-Zustand, um Informationen akzeptierter auf- und abzugeben. Zusätzlich nimmt der Teilnehmer die Abfragen zu seiner Person weniger distanziert wahr. Der Flow-Zustand ist gekennzeichnet durch gebannte Aufmerksamkeit, Vergessen der Zeit und der physischen Umwelt. Er hebt innere Distanzen und Barrieren in der Kommunikationssituation auf, die in Bewerbungsgesprächen sonst häufig zu „erwünsch-

¹ Darunter wird verstanden, dass in einer „spielerischen“ Internetanwendung einerseits karriererelevante Unternehmensinformationen vermittelt (Einstiegsmöglichkeiten, Karrierewege, Ansprechpartner, etc.) und andererseits Lebenslaufdaten der Teilnehmer erhoben werden.

ten“ Verhalten führen. Hierbei wird insbesondere der aus der Marktforschung bekannte Testeffekt „sozial erwünschter Antworten“ reduziert, bei denen die Testperson ihre Antwort nach der Befragungssituation oder der Person des Fragenden ausrichtet. Stattdessen wird der Teilnehmer in der virtuellen Umgebung zum Experten und Manager einer Krisensituation. Er durchläuft unterschiedliche Auskunfts- und Prüfungssituationen, in denen er seine Spielprotagonisten (siehe Abbildung 2) nach Stärken und Schwächen einschätzt und koordiniert. An die Stelle eines klassischen Fragebogens (Assessment) tritt die Interaktion mit Protagonisten, deren Wesenszüge extra überzeichnet sind. Das spielerische Online-Konzept führt nach unseren bisherigen Erfahrungen zu einer höheren Auskunfts- und Aufnahmebereitschaft und zu geringeren Testeffekten und Reaktanzen, wie sie beim klassischen Assessment üblich sind.

Abbildung 2: Die Spielprotagonisten der Teilnehmer: Die Onleins



Welche Teilnehmer werden angesprochen?

Mit dem Spiel werden Berufseinsteiger, Absolventen und Studierende wirtschaftlicher und technischer Fachrichtungen als Führungsnachwuchs angesprochen. Unter dem Slogan „Du weißt, was du willst – dann zeig´, was du kannst.“ wird die Karrierejagd bei der Zielgruppe als spielerisches Online-Assessment-Center positioniert. Teilnehmer können das

Spiel mit einer aktuellen (Netto-)Spieldauer von etwa zwei Stunden jederzeit unterbrechen und später vom erreichten Stand aus weiterspielen.

Die Karrierejagd erreicht derzeit pro Monat ca. 8.000 Teilnehmer. Mehr als 2.000 davon spielen die Karrierejagd bis zum Ende durch. Von den „Durchspielern“ liegen die detaillierten Profilinformatoren zeitlich in der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank vor². Die Partnerunternehmen und weitere Interessierte können jederzeit auf diese Informationen zugreifen.

Die Informationsschnitzeljagd: Personalmarketing

Durch das Personalmarketing im Recruitment-Event können sich die Partnerunternehmen den Bewerbern vorstellen. Dabei haben sie durch die Surf-Fragenlogik die Möglichkeit komplexe Kommunikationsbotschaften zu vermitteln. Die Umsetzung erfolgt durch die Integration der Botschaft in die Rahmenhandlung und durch die Einbindung der Unternehmens-Homepage. Dabei ist es den Unternehmen zusätzlich möglich, unterschiedliche Kommunikationsbotschaften für spezielle Bewerbergruppen zu definieren.

Anstatt dem Teilnehmer die Inhalte direkt zu präsentieren, wird er im Rahmen einer zu lösenden Aufgabe nach dem Inhalt gefragt (siehe Abbildung 3). Die Grundlage für das Verfahren sind zwei Schritte der Surf-Fragenlogik: Der erste Schritt erzeugt Traffic³ und der zweite Schritt garantiert das Lernen der Kommunikationsbotschaft.

Die Antwort auf die unternehmensspezifische Frage findet er nur auf der Website des entsprechenden Unternehmens, auf die er direkt aus der Karrierejagd heraus gelinkt wird (Surf-Fragenlogik). Somit entsteht Traffic und eine durchschnittliche Verweildauer von etwa fünf Minuten im gewünschten Websitebereich des Partnerunternehmens. Konzeptionell war uns wichtig, dass die Lösung solcher Aufgaben in die Handlung integriert ist und nicht als störende Randerscheinung auftritt. Das Lernen der Botschaft wird dadurch garantiert, dass die richtige Antwort auf die gestellte Aufgabe, als „quasi“-Passwort in ein vorgegebenes Antwortfeld eingegeben werden muss. Erst danach kann der Teilnehmer das Spiel fortsetzen.

² Informationen hierzu unter: www.cyquest-profile.de.

³ Traffic bezeichnet die Besucherzahl einer Internetseite. In der Karrierejagd wird auf die Internetseiten der Partnerunternehmen gelinkt, weil der Besuch der Partnerseite Pflichtbestandteil der Spielstory und –logik ist.

Abbildung 3: Beispiel für integriertes Personalmarketing



Die Partnerunternehmen definieren die zu lernenden Inhalte, sie müssen dafür ihre eigene Website nicht verändern. CYQUEST übernimmt anschließend die Spielintegration.

Informationen und Fähigkeiten eines Teilnehmers erfassen: Assessments

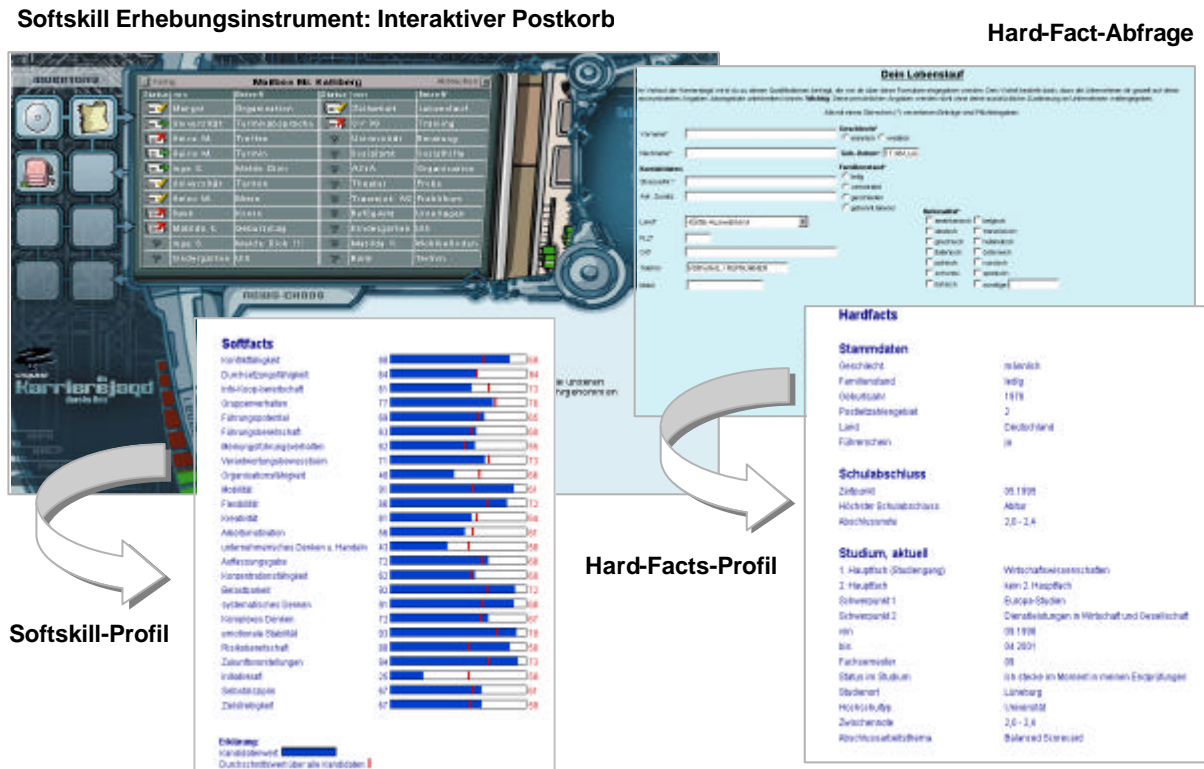
Mit den Assessment-Tools der Karrierejagd werden die Bewerberprofile erfasst, als ausbildungsrelevante Informationen (Hard-Facts) und einer Reihe von berufsbezogenen Persönlichkeitsmerkmalen („Softskills“). Die Partnerunternehmen haben bereits im Vorfeld die Möglichkeit Filterkriterien für ein Bewerbermatching⁴ zu definieren. Hat ein Teilnehmer diese Filterkriterien erfüllt, wird das entsprechende Unternehmen automatisch informiert.

Die erhobenen Kriterien bilden die Grundlage der Filterkriterien der Online-Datenbank. Die Hard-Facts-Erhebung, d. h. die Erhebung der Informationen zum Lebenslauf erfolgt tabel-

⁴ Bewerbermatching ist der übliche Branchenbegriff für den Abgleich von Stellenprofilen mit Bewerberinformationen.

larisch und umfasst neben den Kontaktinformationen Angaben zur Schul- und Berufsausbildung, zum Studium, zu Sprach- und EDV-Kenntnissen, Auslandserfahrungen, Jobs, Berufspraktika, besonderen Engagements, Jobinteressen, dem nächsten Karriereschritt und Bewerberstatements.

Abbildung 4: Assessment-Beispiele: Interaktiver Postkorb und Hard-Facts-Abfrage



Ergänzt wird die Hard-Facts-Abfrage durch eine Kombination unterschiedlicher Assessment-Instrumente für die Softskill-Erhebung. Diese werden inhaltlich durch die Spielprotagonisten eingeleitet. Die konzeptionelle Logik dieser Instrumente ist ein Mix aus Selbstauskunft und handlungsbezogenen Aufgabenstellungen.

Integrierte Softskill-Erhebungsinstrumente sind ein interaktiver Organisationsplan, ein Business-Case, eine interaktive Postkorbübung (vergleiche Abbildung 4), Planspiele mit zweistufigen Entscheidungsmodellen, Wissensaufgaben und Interviewfragen. D. h., die Fähigkeiten werden im Spielverlauf an unterschiedlichen Stellen und mit unterschiedlichen Instrumenten erhoben.

Die hieraus erhobenen Befunde werden zu den berufsbezogenen Profilaspekten „Aktivitätspotenzial“, „Problemlösungsfähigkeit“ und „Soziale Kompetenz“ verdichtet. Das individuelle Softskill-Profil wird mit den Teilnehmer-Hard-Facts in der Datenbank abgelegt.

Die Qualität der Profile bestätigt eine überdurchschnittlich attraktive Zielgruppe, die sich neben guten Studiennoten insbesondere durch das berufsbezogene Engagement auszeichnet.

Bewerberprofile in Echtzeit vermittelbar: E-Cruiting

Eine Bewerberauswahl und -ansprache kann direkt durch das Bewerbermatching im Event erfolgen oder aus der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank: www.cyquest-profile.de. Damit rundet die Recrutainment-Konzeption das Bewerberhandling für die Partnerunternehmen ab. Die Datenbank kombiniert eine einfache Bewerberselektion mit Schnittstellen zur schnellen Bewerberkontaktaufnahme und Datenübermittlung.

Das hinterlegte Bewerberprofil beinhaltet alle erhobenen Hard-Facts und Softskills aus dem Event, einzig die Kontaktdaten bleiben bis zur Einwilligung durch den Bewerber anonym. Die hierzu notwendigen datenschutzrechtlichen Grundlagen wurden mit dem Hamburger Datenschutzbeauftragten entwickelt.

Der Datenbankzugriff ist kostenlos. Unternehmen zahlen eine marktübliche Kontaktgebühr lediglich für Kandidaten, die ihr Interesse an dem Unternehmensangebot bekunden. Partnerunternehmen der Karrierejagd genießen eine zeitlich begrenzte Exklusivität.

Recrutainment künftig auch für Schüler

Unter dem Arbeitstitel „Die Zukunftsjagd durchs Netz“ soll das Recrutainment Konzept auf die Zielgruppe Schüler übertragen werden. Das Online-Event kann dabei beispielsweise im kommunalen oder nationalen Rahmen auf Stärken und Elemente des dualen Bildungssystems hinweisen und daraus Handlungsperspektiven aufzeigen. Inhaltlich können zentrale Institutionen, besondere Programme oder allgemeine Informationen und Ansprechpartner integriert werden, die dem Schüler online den Zugriff auf Informationen für den nächsten Ausbildungs- oder Karriereschritt vermitteln.

Insbesondere auf kommunaler Ebene können durch „Public Private Partnerships“ interessante Ansätze entstehen, die ansässigen Unternehmen oder Branchen die Möglichkeit geben, gezielt Berufsbilder und Lehrstellen zu vermitteln bzw. zu bewerben.

Durch den Einsatz eignungsdiagnostischer Verfahren wird jedem teilnehmenden Schüler ein individuelles Eignungsprofil zur Verfügung gestellt. Ganz wichtig: die im Spiel enthalte-

nen Lernbotschaften und Informationen zur besseren Zukunftsorientierung sollen nicht schulmeisterlich daherkommen, sondern der Zielgruppe entsprechend auf unterhaltsame und spaßige Art - quasi "Computerspielen mit Sinn...".

Neben der Erweiterung der Recrutainment-Idee auf andere Zielgruppen werden auch firmenindividuelle Anwendungen konzipiert. Eine Recrutainment Applikation kann als Bestandteil der Online-Bewerberansprache und Vorselektion in die Unternehmens-Website integriert werden. Die vielfach erprobte Spiel-Engine wird dabei mit firmenindividuellen Inhalten und dem Screendesign (Look & Feel) des Kunden versehen.

Darüber hinaus ist das Grundkonzept auf weitere Problemstellungen der Personalentwicklung übertragbar: Mitarbeiterschulung, vor allem im Online-Bereich, Assessment / Potenzialanalyse für alle Arbeitsebenen.

Autoren:

Joachim Diercks: Geschäftsführer der CYQUEST GmbH, 22250 Hamburg, Postfach 605552,
j.diercks@cyquest.net, www.cyquest.net

Dr. Andreas Weber: Projektleiter Research & Datenvermehrung bei der CYQUEST GmbH, 22250 Hamburg, Postfach 605552, a.weber@cyquest.net, www.cyquest.net