

# Recrutainment

[ Let me recrutain you! ]

*Auf dem Weg zum Traumjob warten im Bewerbungsprozess so einige Hürden auf einen. Einige davon sind heute spielerisch zu überwinden – als Online-Game, bei dem Arbeitgeber prüfen, ob Kandidaten die ihrer Ansicht nach notwendigen kognitiven Fähigkeiten und Problemlösungskompetenzen mitbringen.*

*Was dahintersteckt und wie ihr euch am besten vorbereitet.*

AUTORIN: SIMONE HEUSLER

**W**enn Joachim Diercks vor einigen Jahren in Personalabteilungen seine Geschäftsideen präsentierte, durfte er sich nicht selten anhören «Sie wollen uns doch nicht ernsthaft mit einem Spiel kommen», um dann in hohem Bogen wieder rauszufliegen. Das passiert dem 40-Jährigen und seinem Team heute nicht mehr, denn sein Angebot ist stark im Trend: Recrutainment – Rekrutierung und Entertainment vereint. Spielend zum Job???

Ja, denn darunter lässt sich eine Kombination aus spielerischen Elementen und aussagekräftigen eignungsdiagnostischen psychologischen Inhalten verstehen, so Joachim Diercks. Viele Unternehmen haben heute Recrutainment für sich entdeckt und testen ihre künftigen Mitarbeiter, ob sie beispielsweise eine Fabrik managen oder den stressigen Hotelalltag durchstehen können. Wobei das Spektrum, was man unter einem Spiel versteht, gemäss Joachim Diercks sehr breit sei – von einem Fantasy Adventure mit ganz abstraktem Bezug zu beruflichen Themen bis hin zu einer simulativ-spielerischen Case Study. Doch gemeinsam haben eben alle, dass es keine nüchterne Aneinanderreihung von Testformularen ist, sondern die Inhalte immer in einem simulativen, interaktiven und spielerischen Kontext präsentiert werden.

Hinter dem Recrutainment-Trend stecken zahlreiche Gründe: Es ist eine logische Fortführung der spielerischen Art und Weise, wie sich Arbeitgeber heute in sozialen Netzwerken präsentieren, innovativ, attraktiv und auf die Zielgruppe eingestellt, die mit dem Internet aufgewachsen und verwurzelt ist. Damit auch verwandt ist der allgemeine Boom im Online-Spiele-Bereich, der alle anderen Marktsegmente abhängt: Laut einer Umfrage im Auftrag des BITKOMs spielen beispielsweise 35% der Deutschen ab 14 Jahren Video- oder Computerspiele und geben 521 Millionen Euro für Online-Spiele aus. Ein weiteres Argument für Recrutainment stellen Kosten dar, zum einen die der Rekrutierung selbst, zum anderen aber die der Folgephasen.

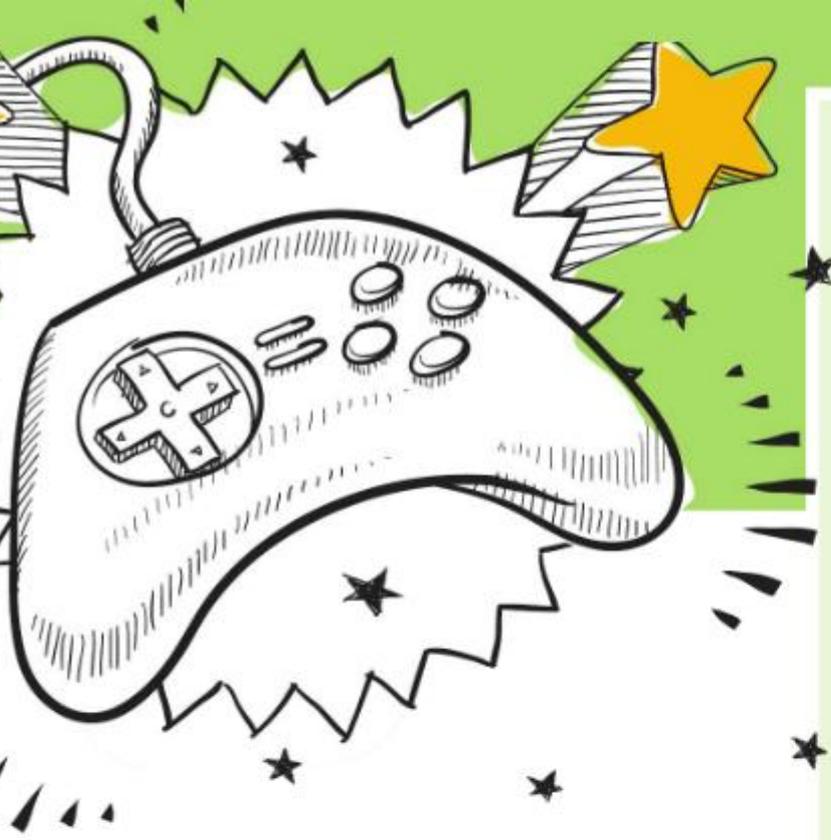
Ein Bewerbungsprozess braucht so enorm viel Ressourcen, dass es sich für Unternehmen lohnt, ein Online-Game als Prozessschritt miteinzubauen. Kommt es tatsächlich zu einer Einstellung, kann Recrutainment insofern helfen, als dass die künftigen Mitarbeiter oft zumindest schon einmal eine konkrete Vorstellung davon haben, was sie im Hinblick auf Arbeitsabläufe im jeweiligen Unternehmen erwartet.

*Beispiele und weitere Informationen zu dem Thema Recrutainment findet ihr unter diesem Link. Einfach einscannen und auf der Webseite weiterlesen:*



Wichtigstes Argument für Recrutainment ist aber wohl, was Joachim Diercks sehr früh feststellte: «Personalgewinnung und -rekrutierung ist per se ein 1:1-Thema. Man rekrutiert keine Zielgruppen, sondern immer Menschen, einzeln, individuell.» Im Online-Spiel steht der Einzelne im Mittelpunkt, seine Persönlichkeit, seine Fähigkeiten und seine Reaktionen. Um diese durch Recrutainment für den Arbeitgeber bestmöglich zu erheben und grösstmöglichen Einblick in die jeweilige Unternehmenswelt zu geben, arbeiten bei CYQUEST mehrere Fachgruppen an den spielerischen Formaten: Psychologen, die Testinhalte entwickeln, Webdesigner, die die Spielegestaltung verantworten, Programmierer, die Online-Games umsetzen und Projektmanager, die den direkten Kontakt zu den Kunden halten. Unternehmen treten im Regelfall mit einer Idee an das Team heran, gemeinsam entsteht dann das Konzept bis hin zu einer fertig gestalteten inhaltlich gefüllten Applikation. «In die fliesst die jeweilige Arbeitgebermarke, unternehmensindividuelle Werte und Kompetenzmodelle und auch Geschmack mit ein», sagt Joachim Diercks.

So lustig sich Recrutainment anhört – für den Bewerber steckt oft viel dahinter, schliesslich gilt es, das jeweiligen Online-Spiel mit Bravour meistern. Aus dem Spiel wird Ernst, wenn das Resultat zum Gradmesser für die Eignung wird. Denn mit einer B-Note in Form eines persönlichen Eindrucks kann man in diesem Schritt nicht punkten. Und die Zeit ist knapp, schliesslich soll der Spieler nicht Zeit haben, nach den



richtigen Antworten zu googeln. Doch auch der Bewerber kann von den Vorteilen profitieren: So kann man z. B. den Bewerbungsprozessschritt daheim in gewohnter Umgebung ruhig angehen. Man hat die Möglichkeit, sich spielerisch in verschiedenen Arbeitgeberwelten auszuprobieren und so eventuell auf diese Weise von einem Unternehmen anwerben lassen, das man ansonsten gar nicht in Betracht gezogen hätte. Und man kann Recrutainment üben und sich dabei der eigenen Stärken und Schwächen bewusst werden. Diese Möglichkeit bietet auch Pionier CYQUEST an: «Unser zweiter Bereich lässt sich umschreiben mit Self Assessments und Online-Bewerbungsspiele, die jemand anonym nutzen kann», so Joachim Diercks. Der Aspekt Selbstauswahl stehe da im Vordergrund, eine Art persönliche Eignungsdiagnostik, bei der es nur darum gehe, sich selbst schlauer zu machen. In diesem Sinne: Mögen die Spiele beginnen!

RECRUITMENT-BEISPIEL VON CYQUEST



## Tipps & Tricks

1. Üben, üben, üben. Es erwarten einen oftmals kognitive Leistungstests. Die kann man sich zwar nicht wirklich antrainieren – aber wenn man die Aufregung verliert, kommt man dichter an sein eigentliches Leistungspotenzial heran.
2. Möglichst ausgeruht sein, also nicht die Nacht vorher feiern gehen.
3. Wochentags zu Bürozeiten gamen, weil zu den Zeiten auch ein Support für technische Probleme erreichbar ist.
4. Sich einen entspannten, störungsfreien Kontext suchen, ohne den kleinen tobenden Bruder im Zimmer.
5. Die Instruktionen gründlich lesen.
6. Vor dem Test Beispiele und auch Übungsaufgaben im eigentlichen Test machen.
7. Wenn man bereit ist, Startknopf drücken und möglichst konzentriert das Game absolvieren.
8. Sich hinterher nicht dem Gefühl hingeben «Mann, war ich schlecht». Die Tests sind so konzipiert, dass man nicht alle Aufgaben schafft.



## Spiel, Satz & Sieg

Geübt hat auch Michael Pesaballe schon in Sachen Recrutainment – und das mit ziemlichem Erfolg. Der 25-Jährige hat mit seinem Team bereits zum zweiten Mal das KPMG-Wissensquiz gewonnen. Das vom Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen entwickelte Game für Studierende ist ähnlich wie «Wer wird Millionär» wissensbasiert, indem man sich zunächst via Online-Quiz qualifiziert, um dann in der Finalrunde in einer Live-Show als Team gegen andere Universitäten anzutreten. «In der Qualifikation zählt vor allem Schnelligkeit beim Googeln», lacht Michael Pesaballe. «Im Finale muss man sich dagegen auf das eigene Wissen verlassen können.» Und die Aufregung ablegen, was Michael Pesaballe und seinem Team offenbar gut gelungen ist. Feuerprobe also mit Bravour bestanden – ein echtes Recrutainment-Game sollte für den Masterstudenten damit kein Problem mehr sein, wenn für ihn einmal der Berufseinstieg ansteht.

KPMG WISSENSQUIZ 2012, FOTOGRAF DANIEL HÄGER