

Spielend zum



Das virtuelle L'Oréal-Team:
Ob Forschung, Produktion oder Marketing – wer an dem Online-Spiel des Kosmetikkonzerns teilnimmt, lernt nicht nur die verschiedenen Bereiche kennen, sondern auch die Mitarbeiter und ihre Aufgaben. Einbringen kann man sich mit klugen Tipps, wie sich schwierige berufliche Situationen lösen lassen.

neuen Job

RECRUITMENT.

Jetzt mitspielen – und einen Job gewinnen: Warum Unternehmen bei ihrer Suche nach geeigneten Lehrlingen und Hochschulabsolventen auf Online-Spiele setzen – und wie Sie davon profitieren.

Von Vanessa Voss



Nina Neuheiten steckt in einer Karriere Falle. Vor einiger Zeit wechselte sie als Produktmanagerin zum Kosmetikkonzern L'Oréal in der Absicht, sich dort schnell zu profilieren. Aber die Beauty-Linie, für die sie zuständig ist, scheint nicht gerade Top-Priorität zu genießen. „In Meetings bekomme ich kaum Zeit, meine Ideen zu präsentieren“, erzählt sie frustriert und sucht nach Rat, wie sie sich verhalten soll: Ist es besser abzuwarten, bis sich die Situation von alleine verbessert, oder soll sie ihren Chef ansprechen, ob er ihr nicht eine wichtigere Marke anvertraut?

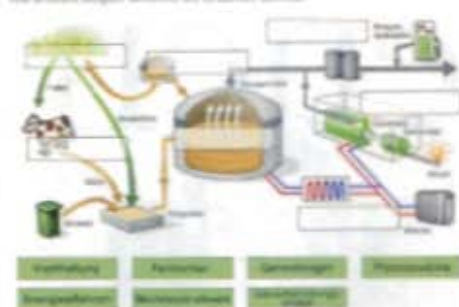
Die richtige Antwort liegt nur einige Klicks entfernt. Denn die smarte Produktmanagerin mit den blonden Haaren und dem figurbetonten schwarzen Blazer ist ein Avatar, und ihr nervenaufreibendes Problem stellt eine Aufgabe im Spiel des international tätigen Konzerns L'Oréal dar, das dieser vor zwei Jahren online stellte. „Mit ‚Reveal – The Game‘ wollen wir die Studenten bei der Berufswahl unterstützen, vor allem da ihnen seit der Umstellung auf Bachelor- und Masterabschlüsse kaum noch Zeit bleibt, praktische Erfahrungen zu sammeln“, sagt Steffen Küpper, Personaldirektor bei L'Oréal Österreich. Wer sich für das Spiel registriert, lernt in der Rolle eines Trainees verschiedene Unternehmensbereiche wie Forschung, Produktion oder Vertrieb kennen und trifft in aufwändig gestalteten Räumen auf virtuelle Kollegen. Zum Beispiel auf den internationalen >

Steffen Küpper, Personaldirektor L'Oréal Österreich:

„Mit unserem interaktiven Online-Spiel ‚Reveal – The Game‘ wollen wir die Studenten bei der Berufswahl unterstützen.“

Wie entsteht Biogas?

Wie entsteht Biogas? Besuche die virtuelle Scheune



OMV: Technikqueen statt Dancing Queen

Welche Materialien braucht man, um Wasserstoff durch Elektrolyse zu erzeugen? Welche Gegenstände in deinem Zimmer sind aus Erdöl? Wie entsteht Biogas? Fragen wie diese mussten Mädchen zwischen 14 und 16 Jahren über ein spielerisch gestaltetes Online-Lernspiel beantworten, die sich für die nächste Runde des im Herbst gestarteten Wettbewerbs „Österreich sucht die Technikqueen“ qualifizieren wollten. „Ich halte den Einsatz von Recrutainment für die Vorauswahl von Kandidatinnen durchaus für sinnvoll“, sagt Claudia Rodler, Recruiting-Leiterin bei der OMV. Von den 800 Mädchen, die sich dem Wissens- und Intelligenztest im Internet unterzogen, konnten sich die 300 besten für die nächste Runde qualifizieren, in der es dann eine schriftliche Aufgabe zu lösen galt. Das Finale findet Ende Jänner 2013 in Wien statt. Zu gewinnen gibt es Plätze im Förder- und Mentoring-Programm der OMV. Rodler: „Wir wollen den Mädchen noch vor ihrer Berufsentscheidung zeigen, wie spannend Technik ist.“



Claudia Rodler, Leiterin Recruiting OMV:
„Recrutainment ist sinnvoll, um eine Vorauswahl zu treffen.“

Projektmanager Ishvar Rasgotra oder auf Philip Tang, General Manager in China. Dabei handelt es sich ebenfalls um Avatare, die sich und ihre Tätigkeit vorstellen und um Einschätzungen bei beruflichen Entscheidungen bitten.

Bis zu fünf Stunden dauert das Spiel – ein Aufwand, für den die Teilnehmer mit einer individuellen Bewertung belohnt werden, die ihnen Aufschluss darüber gibt, ob sie eher ein Marketingtyp sind oder eine Karriere im Controlling anstreben sollten. Wer sich im Anschluss um einen Job bewerben will, muss nur noch seine Unterlagen hochladen. Ein Angebot, das bisher mehr als 7300 Studenten weltweit genutzt haben. Auch Personalchef Küpper will seinen Personalpool im nächsten Jahr spielerisch aufstocken – und plant, „Reveal - The Game“ im Rahmen von speziellen Recruiting-Aktionen in Österreich zu bewerben.

Noch nicht Standard. Immer mehr Unternehmen haben erkannt, dass es in Zeiten des demografischen Wandels, durch den künftig weniger junge Leute als Arbeitskräfte zur Verfügung stehen werden, nicht mehr reicht, mit einer langweiligen Broschüre um Lehrlinge und Hochschulabsolventen zu werben. Wer die junge Generation ansprechen will, die mit Computerspielen aufgewachsen ist und die meiste Zeit im Internet verbringt, muss auch beim Recruiting auf ihre Vorlieben eingehen. „Recrutainment“ ist das jüngste Zauberwort der Personalbranche. Unter dem Begriff lassen sich alle Möglichkeiten zusammenfassen, Bewerber auf unterhaltsame Art für einen Job oder ein Unternehmen zu begeistern.

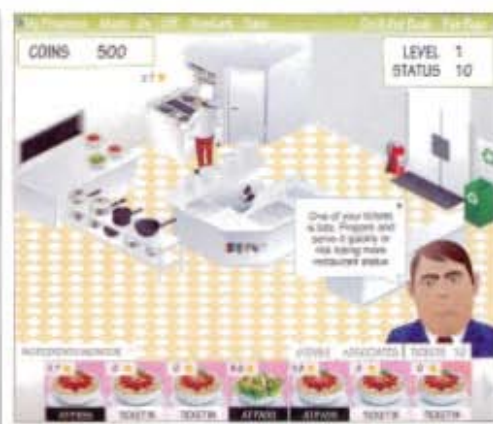
„Recrutainment ist nicht mehr so exotisch wie noch vor einigen Jahren, aber Standard ist es auch noch nicht“, erklärt Joachim Diercks, Geschäftsführer von Cyquest, einem deutschen Unternehmen, das auf die Entwicklung von Recrutainment-Formaten spezialisiert ist.

Vor allem internationale Konzerne wie der Konsumgüterhersteller Unilever, der Putzmittelproduzent Reckitt-Benckiser, der Personaldienstleister Hays, der Stromriese RWE oder die Commerzbank haben das Thema bereits für sich entdeckt und setzen auf Online-Games, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Zudem bieten die Applikationen auch den Spielern einen Mehrwert: Wer sich auf die virtuellen Welten einlässt, kann Erfahrungen über den Arbeitsalltag und seinen künftigen Arbeitgeber sammeln.



Formaposte: Die Ausbildungswoche eines Postboten

Wer sich beim französischen Postdienstleister Formaposte um einen Ausbildungsplatz als Postbote bewerben will, muss zunächst eine Art virtuelles Praktikum absolvieren (formaposte-iledefrance.fr). Eine Woche lang schlüpft er in die Rolle eines Postboten in Ausbildung und versucht, sämtliche Herausforderungen zu bewältigen, die mit der neuen Lebenssituation verbunden sind. Ein Nachmittag in der Berufsschule steht dabei genauso an wie geduldiges Probearbeiten im Briefverteilzentrum des Unternehmens. Nur wer eine ganze Woche als virtueller Postbote hinter sich gebracht hat, bekommt zur Belohnung das Bewerbungsformular des Unternehmens angezeigt. Durch die verpflichtende Teilnahme an dem Spiel vor der Bewerbung konnte Formaposte die Abbruchquote von rund 25 Prozent deutlich senken. Damit belegt der Postdienstleister, dass Recruitainment als Instrument im Bewerbungsprozess kein hinausgeschmissenes Geld ist.



Marriott: Die Hektik einer Hotelküche

Um die Gruppe der 18- bis 27-Jährigen für eine Karriere in der Hotellerie zu begeistern, hat die US-Hotelgruppe Marriott vergangenes Jahr über Facebook „My Marriott Hotel“ gestartet. Damit reagiert der Konzern auf den Erfolg von Spielen wie Farmville und Cityville, die zusammen mehr als 135 Millionen Nutzer pro Monat haben. Wer My Marriott Hotel spielt, soll einen Eindruck davon bekommen, was es heißt, eine Hotelkette zu managen. Vorerst ist nur die Großküche freigeschaltet, andere Bereiche folgen demnächst. Bevor das Spiel losgeht, muss man zuerst den Herd an einer geeigneten Stelle platzieren und den Koch Diego begrüßen. Danach kommen die Bestellungen herein, die es zuzubereiten und zu servieren gilt. Gelingt dies pünktlich und ohne Beanstandung, gibt es Punkte. Mit jeder Runde steigt dann der Schwierigkeitsgrad. Wer durch das Spiel Gefallen an der Hotellerie gefunden hat, gelangt über den Link „Do it for real“ auf die Karriereseite von Marriott.

Auch in Österreich beginnen die ersten Unternehmen zu spielen. So sammelte beispielsweise der Ölkonzern OMV in den vergangenen Monaten erste Erfahrungen mit spielerischen Testelementen im Rahmen des Wettbewerbs „Österreich sucht die Technikqueen“ (siehe Beispiel links).

Vom Koch bis zum Banker. Viele der Recruitainment-Formate, die in den vergangenen ein bis zwei Jahren entwickelt wurden, dienen hauptsächlich der Berufsorientierung. Damit stoßen die Unternehmen in einen Bereich vor, der bisher vor allem von staatlichen Stellen abgedeckt wurde. Dies ist aber gar nicht so erstaunlich, wie es zunächst scheint. Denn durch den Kontakt zu potenziellen Bewerbern in dieser sehr frühen Phase „wollen die Unternehmen die Chance erhöhen, dass sich die jungen Leute, die sich bei ihnen über einen Job informieren, später dann auch bei ihnen bewerben und eben nicht bei der Konkurrenz“, sagt Recruitainment-Experte Diercks. Ob das Kalkül aufgeht, dürfte aber auch stark von der Machart der Spiele abhängen. Denn manche sind so unterhaltsam gestaltet, dass der Transfer in den Joballtag und damit zu konkreten Karriereüberlegungen schwerfallen dürfte.

Über Facebook bietet beispielsweise die US-Hotelkette Marriott ein Spiel in der Art von Farmville an, bei dem man verschiedene Bereiche eines Hotels managen muss (siehe oben). „Wir sind die Ersten in der Hotellerie, die die immer erfolgreichereren Social Games einsetzen, um das Interesse der 18- bis 27-Jährigen für unsere Branche zu wecken“, erklärte Stephanie Hampton anlässlich

des Launchs von „My Marriott Hotel“ im Sommer vergangenen Jahres. Da dabei vermehrt auch Jugendliche in jenen Ländern angesprochen werden sollen, in denen die Kette künftig wachsen will, stehen bei der Sprachauswahl nicht nur Englisch, sondern auch Französisch, Spanisch und Mandarin zur Verfügung.

Für ein nicht ganz so spannendes, dafür aber realistisches Setting hat sich die Commerzbank entschieden. Wer sich via www.probiere-dich-aus.de über den Beruf eines Bankkaufmanns informieren möchte, trifft zunächst auf den 21-jährigen Auszubildenden Tobias Bachmann, der sich in einem Video kurz vorstellt und einen danach mit in die Filiale nimmt, wo es ein kleines Jobquiz zu lösen gilt. Wer sich durchklickt, bekommt einen guten ersten Eindruck, was es heißt, eine junge Kundin bei der Kontoeröffnung oder bei Sparentscheidungen zu beraten.

Ohne Spiel kein Job. Der Konsumgüterhersteller Unilever geht noch einen Schritt weiter. Mithilfe der Facebook-Applikation „Could it be U?“ werden die Bewerber durch verschiedene, spielerisch gestaltete Bereiche geleitet, in denen sie überprüfen können, wie gut ihre Vorstellungen von Führung, Teamarbeit, Leistung und Mobilität zur Unternehmenskultur von Unilever passen. Den Grad der Übereinstimmung erfahren sie dann am Ende des Spiels – samt Einladung, sich doch zu bewerben. Wie bei vielen anderen Recruitainment-Formaten zur Berufsorientierung kann auch „Could it be U?“ ohne Registrierung, also anonym, genutzt werden. „Mithilfe der App können sich die Bewerber ein besseres Bild von >

Unilever als Arbeitgeber machen“, sagt Simone Dietz, Personalchefin bei der Österreich-Tochter.

Für mehr als nur eine spielerische Selbsteinschätzung hält der französische Postdienstleister Formaposte den Trend zum Recrutainment. Das Unternehmen setzt auf ein Online-Spiel, um die Qualität der Bewerber zu verbessern (siehe Seite 93). Jeder Kandidat muss eine Woche als virtueller Postbote durchleben, danach darf er überhaupt erst die Bewerbungsunterlagen ausfüllen.

Eine Vorgabe, die auf den ersten Blick übertrieben erscheint, aber durchaus Erfolge zeitigt: Denn wer mehrere Tage damit verbracht hat, stapelweise virtuelle Briefe einzusortieren, den schreckt der echte Job eines Postboten im Großraum Paris auch nicht mehr so leicht ab. Ablesen lässt sich das aus der Abbruchquote junger Briefträger: Sie lag früher bei 25 Prozent und ist seit der Einführung des Spiels deutlich gesunken. ●

Virtuelle Berufsberatung

Mit Online-Spielen werben Firmen um Mitarbeiter.

> **Could it be U?** Interessenten für eine Karriere beim Konsumgüterhersteller Unilever können über die Facebook-Applikation „Could it be U?“ überprüfen, wie gut ihre Vorstellungen von Führung, Teamarbeit oder Leistung zur Unternehmenskultur von Unilever passen. Voraussetzung für eine Bewerbung ist das Spiel aber nicht. apps.facebook.com/could-it-be-u

> **Headhunter gesucht.** Wer sich als Berufseinsteiger für die Personalbranche interessiert, findet auf der Karriereseite der britischen Personalberatung Hays ein Online-Spiel, in dem man das Recruiting anhand von drei Fallbeispielen üben kann. Wer Gefallen an der Tätigkeit gefunden hat, kann sich gleich über offene Stellen informieren. www.hays-video.co.uk/hays/careers/hays-challenge

> **Lust aufs Militär?** Auf ihrer Karrierewebsite bietet die Royal Air Force einen Selbsttest für diejenigen an, die sich für eine militärische Karriere interessieren. In sieben realistisch gestalteten Szenarios lernt man unterschiedliche Berufsbilder kennen, die einen bei der Royal Air Force erwarten. www.raf.mod.uk/careers/jobs/testyourself.cfm

> **Banks battle.** Die russische Sberbank, die durch den Kauf der Volksbank International auch in Österreich und Osteuropa vertreten ist, will Studenten über ein virtuelles Managementspiel für die Bankbranche begeistern. Bei dem Anfang Dezember gestarteten Wettbewerb konnten sich erstmals auch österreichische Teams registrieren. www.banksbattle.com

KOMMUNALMESSE 2013

VERTIEFEN SIE IHR KOMMUNALES NETZWERK UND PRÄSENTIEREN SIE IHR
UNTERNEHMEN AUF ÖSTERREICHS GRÖSSTER WIRTSCHAFTSSCHAU
FÜR GEMEINDEN IM RAHMEN DES 60. ÖSTERREICHISCHEN GEMEINDETAGES!

10.000 m²
AUSSTELLUNGSFLÄCHE

IHRE IDEEN,
LÖSUNGEN, PRODUKTE
UND DIENSTLEISTUNGEN
FÜR GEMEINDEN

ENTSCHEIDER
UND ANWENDER
AUS ÖSTERREICHS
2.357 GEMEINDEN

16,7 MRD. EURO
AUSGABEN DER
GEMEINDEN JÄHRLICH*

Dialog Wirtschaft Vernetzung Gemeinde

11.-12.9.2013

LINZ

DESIGNCENTER

JETZT ANMELDEN!

WEITERE INFORMATIONEN
UND ANMELDUNG:

WWW.DIEKOMMUNALMESS

ÖSTERREICHISCHER
KOMMUNALVERLAG