

## **Recrutainment - Bewerberauswahl mit Recruitment-Spielen**

Diercks, Joachim; Weber, Andreas

Personalabteilungen stehen vor einem Dilemma: Während einerseits zwar die Menge eingehender Bewerbungen stark zunimmt, sinkt gleichzeitig deren durchschnittliche Eignung. Zwar gilt dies auch hinsichtlich fachlicher Eignungskriterien, doch ist es vielfach eher ein mangelnder möglichst frühzeitiger Abgleich zwischen den Interessen und Fähigkeiten des Bewerbers und den Anforderungen des Unternehmens, der hierzu führt – und zwar von Seiten des Unternehmens wie auch des Bewerbers.

Die gegenwärtige Arbeitsmarktlage darf also auf keinen Fall darüber hinweg täuschen, dass qualifizierter Nachwuchs ein „knappes Gut“ ist. Demografische Entwicklungen werden dazu führen, dass der Wettbewerb um qualifizierten Führungsnachwuchs in den nächsten Jahren massiv zunehmen wird.

Um im Wettbewerb um die Besten bestehen zu können, wird es für Unternehmen entscheidend darauf ankommen, sich frühzeitig und mit einem klaren Employer Branding 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. Etwas salopp formuliert: Die Firmen müssen in einem immer größer werdenden Heuhaufen die immer spärlicher werdenden Nadeln finden oder dafür sorgen, von diesen besser gefunden zu werden. 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. Ein „Klassiker“ im Rahmen der CYQUEST Recrutainment-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 Bewerberauswahl sowie die Kontaktaufnahme zu potenziellen Kandidaten. In zunehmendem Maße setzen auch verschiedene Unternehmen firmenindividuelle Recrutainment-Anwendungen als Bestandteil ihrer eRecruiting Strategien ein. Beispielhaft seien an dieser Stelle die eAssessment „unique.st“ des Unilever Konzerns oder das Berufsorientierungsspiel „Tr.A.X.“ der Deutschen Bahn genannt.

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

1. **Online Personalmarketing** für die gezielte Vermittlung von Unternehmensbotschaften.
2. **eAssessment-Tools** für die Erhebung von lebenslauf- (Hard-Facts) und berufsbezogenen Persönlichkeitsmerkmalen (Softskills).
3. **eCruieting** 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 Karriere-Printmedien. Die Kosten einer sechsmonatigen Teilnahme an der Karrierejagd entsprechen in etwa den Kosten einer halben Seite Farbdruck.

Abbildung 1: Startscreen Recrutainment-Event: [www.cyquest.de](http://www.cyquest.de)



## Wo liegen die Vorteile von Recrutainment Spielen?

Recrutainment ist die spielerische Verbindung von eCruiting-Verfahrensschritten mit Informationen und unterhaltsamen „Entertainment“-Elementen<sup>1</sup>. 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 aufzunehmen 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 „erwünschten“ 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 tritt die Interaktion mit virtuellen Charakteren, 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.

---

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

Abbildung 2: Die Spielprotagonisten der Teilnehmer: Die Onleins



### Welche Teilnehmer werden angesprochen?

Mit der Karrierejagd werden in getrennten Versionen einerseits Berufseinsteiger, Absolventen und Studierende und Schüler / Azubis andererseits 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 einer Stunde jederzeit unterbrechen und später vom erreichten Stand aus weiterspielen.

Die Karrierejagd erreicht derzeit pro Monat ca. 2.000 Teilnehmer, von denen eine knappe Hälfte die Karrierejagd bis zum Ende durchspielen. Von den „Durchspielern“ liegen die detaillierten Profilinformationen zeitlich in der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank vor<sup>2</sup>. 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

<sup>2</sup> Informationen hierzu unter: [www.cyquest-profile.de](http://www.cyquest-profile.de).

Integration der Botschaft in die Rahmenhandlung und durch die Einbindung der Unternehmens-Website. Dabei ist es den Unternehmen zusätzlich möglich, unterschiedliche Kommunikationsbotschaften für spezielle Bewerbergruppen zu definieren.

Anstatt dem Teilnehmer die zu kommunizierenden 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 Traffic<sup>3</sup> 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 zwischen 4 und 7 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 und nur so das Spiel fortgesetzt werden kann.

---

<sup>3</sup> 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



Partnerbezogene Fragestellung im Recruitment-Event

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 biografische Informationen (Hard-Facts) und eine Reihe von berufsbezogenen Persönlichkeitsmerkmalen („Softskills“). Die Partnerunternehmen haben bereits im Vorfeld die Möglichkeit Filterkriterien für ein Bewerbermatching<sup>4</sup> zu definieren. Hat ein Teilnehmer diese Filterkriterien erfüllt, wird das entsprechende Unternehmen automatisch per Mail 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 tabellarisch und umfasst neben den Kontaktinformationen Angaben zur Schul- und Berufsaus-

<sup>4</sup> Bewerbermatching ist der übliche Branchenbegriff für den Abgleich von Stellenprofilen mit Bewerberinformationen.

bildung, zum Studium, zu Sprach- und EDV-Kenntnissen, Auslandserfahrungen, Jobs, Berufspraktika, besonderen Engagements, Jobinteressen, dem nächsten Karriereschritt und Zukunftsvorstellungen.

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

**Softskill Erhebungsinstrument: Interaktiver Postkorb** **Hard-Fact-Abfrage**

**Mailbox Mr. Kallberg**

Status	Betreff	Status	Betreff
Margot	Organisation	Zeitarbeit	Lebenslauf
Universität	Terminabsprache	SV 09	Training
Heinz M.	Treffen	Universität	Beratung
Heino M.	Termin	Sozialamt	Sozialhilfe
Inge S.	Melde Dich	ASiA	Organisation
Universität	Termin	Theater	Probe
Heino M.	Miete	Traumjob AG	Praktikum
Bank	Konto	Belegamt	Unterrichten
Matilda K.	Geburtsdag	Kindergarten	Ulli
Inge S.	Melde Dich, II!	Matilda K.	Wohlbefinden
Kindergarten	Ulli	Bank	Termin

**Softfacts**

Softskill	Kandidatwert	Durchschnittswert
Konfliktfähigkeit	69	69
Durchsetzungsfähigkeit	64	64
IMP-Kooperativität	61	73
Gruppenverhalten	77	76
Führungspotenzial	65	65
Führungsbereitschaft	63	60
Meinungsführungsverhalten	62	55
Verantwortungsbewusstsein	71	73
Organisationsfähigkeit	49	66
Mobilität	61	61
Flexibilität	66	72
Kreativität	61	64
Aperturmedien	56	61
unternehmerisches Denken u. Handeln	43	58
Auffassungsgabe	72	69
Konzentrationsfähigkeit	62	60
Deisatbarkeit	92	72
systematisches Denken	91	68
Komplexes Denken	72	67
emotionale Stabilität	63	79
Risikobereitschaft	69	58
Zukunftsvorstellungen	64	73
Individuallität	59	68
Selbstständig	67	61
Zielstrebigkeit	67	59

**Hardfacts**

**Stammdaten**

Geschlecht	männlich
Familienstand	ledig
Geburtsjahr	1976
Postleitzahl/engebiet	2
Land	Deutschland
Führerschein	ja

**Schulabschluss**

Zeitpunkt	05.1995
Höchster Schulabschluss	Abitur
Abschlussnote	2,0 - 2,4

**Studium, aktuell**

1. Hauptfach (Studiengang)	Wirtschaftswissenschaften
2. Hauptfach	kein 2. Hauptfach
Schwerpunkt 1	Europa-Studien
Schwerpunkt 2	Dienstleistungen in Wirtschaft und Gesellschaft
von	09.1996
bis	04.2001
Fachsemester	09
Status im Studium	Ich stecke im Moment in meinen Endprüfungen
Studiort	Lüneburg
Hochschultyp	Universität
Zwischennote	2,0 - 2,4
Abschlussarbeits Thema	Balanced Scorecard

**Softskill-Profil** **Hard-Facts-Profil**

Ergänzt wird die Hard-Facts-Abfrage durch eine Kombination unterschiedlicher Assessment-Instrumente für die Softskill-Erhebung. Diese werden inhaltlich durch die Spielcharaktere eingeleitet. Die konzeptionelle Logik dieser Instrumente ist ein Mix aus Selbstauskunft und vor allem 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. Dieses Vorgehen entspricht der Forderung nach multimodaler Diagnostik zur Steigerung der prognostischen Güte.

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 Schul- und Studiennoten insbesondere durch das berufsbezogene Engagement auszeichnet.

### **Bewerberprofile in Echtzeit vermittelbar: eCruieting**

Eine Bewerberauswahl und -ansprache kann direkt durch das Bewerbermatching im Event erfolgen oder aus der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank: [www.cyquest-profile.de](http://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 in enger Abstimmung mit dem Hamburgischen Datenschutzbeauftragten entwickelt.

Der Datenbankzugriff ist dabei für die Partnerunternehmen der Karrierejagd kostenlos. Für die Kontaktierung interessanter Kandidaten zahlen Unternehmen eine marktübliche Kontaktgebühr.

### **Recrutainment auch für Schüler**

Seit dem Dezember 2003 richtet sich die Karrierejagd in einer separaten Version auch die Zielgruppe Schüler und Azubis. Hierdurch wird der zunehmenden Bedeutung des sogenannten Azubimarketings Rechnung getragen. Durch das Online-Event präsentieren sich Unternehmen als attraktive Ausbildungsbetriebe und eröffnen sich somit die Chance auf einen frühzeitigen Dialog mit geeigneten Nachwuchskräften. Inhaltlich können spezielle Berufsbilder, besondere Ausbildungs-Programme oder allgemeine Informationen und Ansprechpartner integriert werden, die dem Schüler online den Zugriff auf Informationen für den nächsten Ausbildungs- oder Karriereschritt vermitteln.

Durch den Einsatz der eignungsdiagnostischen eAssessment Verfahren wird jedem teilnehmenden Schüler ein individuelles Eignungsprofil zur Verfügung gestellt, das sehr hilfreich bei der Orientierung am Anfang des Berufslebens ist. Ganz wichtig: die im Spiel enthaltenen 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 Karrierejagd auf andere Zielgruppen setzen in zunehmendem Maße Unternehmen auch firmenindividuelle Anwendungen ein. Die Recruitment Applikationen dienen dabei als Bestandteil der Online-Bewerberansprache, als Berufsorientierungshilfe, der Vorselektion oder auch unternehmensinternen Personalaufgaben (Mitarbeiterschulungen, Potenzialanalysen, interne Kommunikation). Die Spielgestaltung erfolgt dabei komplett firmenindividuell – sowohl inhaltlich als auch bzgl. des Screendesigns.

### **Autoren:**

Joachim Diercks: Geschäftsführer der CYQUEST GmbH, 20253 Hamburg, Gärtnerstrasse 20,  
j.diercks@cyquest.net, www.cyquest.net

Dr. Andreas Weber: Geschäftsführender Gesellschafter der mobile-geometrics GmbH, 28209 Bremen,  
Wachmann Strasse 39, bis 2002 Projektleiter Research & Datenvermehrung bei der CYQUEST GmbH.