

Personalrekrutierung



»Die Karrierejagd durchs Netz 2« heißt ein Online-Rekrutierungsspiel, das Ende Oktober 2001 startete. An diesem Spiel können sich Unternehmen beteiligen. Es unterstützt das Personalmarketing, die Bewerberauswahl sowie die Kontaktaufnahme zu potenziellen Kandidaten.

»Zeig' was Du kannst«

Recrutainment ist eine Bezeichnung für Online-Werkzeuge, die vorgelagerte Verfahrensschritte für die Personalrekrutierung in einem Infotainment-Event kombinieren. Dazu gehören:

1. Integriertes Personalmarketing für die gezielte Vermittlung von Unternehmensbotschaften durch die Fragenlogik.
2. Assessment-Tools für die Erhebung von Hard Facts und berufsbezogenen Persönlichkeitsmerkmalen.
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 individuellen Zielrichtungen im Personalmarketing von Unternehmen.

Die Teilnahme von Partnerunternehmen bei der Karrierejagd kann je nach individueller Ausrichtung ein bis sechs Monate betragen. Damit ist dieses Recrutainment-Event auch für mittelständische Unternehmen eine preisliche Alternative. Die Kosten für eine dreimonatige Teilnahme entsprechen in etwa den Kosten einer halben Seite Farbdruck in einem überregionalen Zielgruppen-Printmedium.

Marketing und Psychologie

Recrutainment ist die spielerische Verbindung von E-Cruiting-Verfahrensschritten mit Informationen und unterhaltsamen »Entertainment«-Elementen in einer Front-End-Anwendung. Infotainment ist dabei mehr als eine oberflächliche Verbindung 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 Assessments durch die Kommunikation und Interaktion mit den virtuellen Protagonisten im Event weniger distanziert wahr. Der Flow-Zustand ist geprägt von gebannter Aufmerksamkeit, Vergessen der Zeit und der physischen Umwelt. Er erzeugt ein Wohlbefinden und hebt innere Distanzen und Barrieren einer Kommunikationssituation auf, die sonst häufig zu sozial erwünschten Verhalten führen. Dies gilt insbesondere für die Selbstdarstellung in Bewerbungssituationen. Stattdessen wird der Teilnehmer zum Experten und Manager einer Krisensituation. Er durchläuft unterschiedliche Auskunfts- und Prüfungssituationen, in de-

nen er die Protagonisten nach Stärken und Schwächen einschätzt und koordiniert. An die Stelle eines klassischen Fragebogens tritt die Interaktion mit Charakteren, deren Wesenszüge teilweise stark überzeichnet sind. Das spielerische Konzept mit aktiven Handlungselementen und dem Flow-Zustand führen somit insgesamt zu einer höheren Auskunfts- und Aufnahmebereitschaft und zu geringeren Testeffekten und Reaktanzen in den Ergebnissen.

8000 Teilnehmer sind in der Datenbank verfügbar

Mit dem Recrutainment-Event wird speziell Führungsnachwuchs der Stufen Young Professionals, Absolventen und Studierende mit den Studienschwerpunkten Wirtschaft, IT und Ingenieurwesen angesprochen. Der Slogan der Kommunikationskampagne: »Du weißt was du willst – dann zeig was du kannst« positioniert die Karrierejagd als Online-Assessment-Center mit einer aktuellen (Netto-)Spieldauer von etwa zwei Stunden.

Der Teilnehmerkreis im letzten Recrutainment-Event umfasste über 43 000 registrierte User. Von etwa 8000 Teilnehmern liegt ein detailliertes Hard-Facts- und Soft-Skills-Vollprofil in der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank vor (Informationen



Abbildung 1: Spiel mit Personalmarketingelementen: Die User bekommen Karrierefragen gestellt, deren Antworten auf den HR-Seiten der Partnerunternehmen zu finden sind.

unter: www.cyquest-profile.de). Die Qualität der Profile bestätigt eine überdurchschnittlich attraktive Zielgruppe, die sich neben den Studiennoten insbesondere durch das berufsbezogene Engagement auszeichnet.

Schnitzeljagd auf der Partnerhomepage

Durch das Personalmarketing-Tool im Recruitment-Event können sich die Partnerunternehmen differenziert den Bewerbern vorstellen, und haben die Möglichkeit, komplexe Kommunikationsbotschaften zu vermitteln. Die Umsetzung erfolgt durch die Integration unterschiedlicher Fragestellungen und Portalseiten der Unternehmen in die Abenteuerhandlung. Damit ist es einem Unternehmen möglich, für unterschiedliche Bewerbergruppen, beispielsweise für ITler, Betriebswirte und Ingenieure, spezielle Kommunikationsbotschaften zu definieren.

Basis des Personalmarketings sind zwei Verfahrensschritte der Surffragenlogik, die sowohl

Traffic generieren als auch gelernte Kommunikationsbotschaften garantieren. Anstatt dem User die zu vermittelnden Inhalte direkt zu präsentieren, wird dieser vielmehr im Rahmen einer zu lösenden Aufgabe nach dem Inhalt gefragt. Die Antwort auf die unternehmensspezifische Frage findet er dann auf der Website des entsprechenden Unternehmens, auf die direkt aus der Karrierejagd heraus gelinkt wird. Somit entsteht Traffic und eine durchschnittliche Verweildauer von etwa fünf Minuten im gewünschten Websitebereich. Auch hier ist es wichtig festzuhalten, dass die Lösung der Aufgabe in die Handlung integriert ist und nicht als störende Randerscheinung empfunden wird. Das Lernen der gewollten Botschaft wird letztlich garantiert, da die richtige Antwort auf die gestellte Aufgabe in das vorgegebene Antwortfeld innerhalb der Karrierejagd eingegeben wird, was zum Weiterspielen berechtigt. Die Partnerunternehmen müssen hierfür nur den zu lernen-

Personalrekrutierung



Abbildung 2: Aus Assessment-Center-Übungen (hier: Interaktiver Postkorb) werden die Soft Skills der Bewerber ermittelt.

den Inhalt bestimmen, Cyquest übernimmt die gesamte Umsetzung, das heißt die Unternehmen müssen hierzu keine technischen Änderungen an ihrer Website vornehmen (vergleiche Abbildung 1).

Assessments erfassen die Fähigkeiten eines Teilnehmers

Die integrierten Assessment-Tools erfassen detaillierte Hard Facts und eine Reihe von Soft Skills als berufsbezogene Persönlichkeitsmerkmale der Teilnehmer. Die Partnerunternehmen haben bereits im Vorfeld die Möglichkeit, Filterkriterien für ein Bewerbermatching zu definieren. Hat ein Teilnehmer die Befragungspassagen durchlaufen, wird automatisch ein Kontaktverfahren eingeleitet.

Die Hard-Facts-Erhebung erfolgt tabellarisch 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. Die erhobenen Kriterien bilden die Grundlage der Filterkriterien der Online-Datenbank und des Bewerbermatchings. Ergänzt wird die Hard-Facts-Abfrage durch eine Kombi-

nation unterschiedlicher Assessment-Instrumente. Diese werden durch die Protagonisten dialogorientiert eingeleitet. Die konzeptionelle Grundlogik folgt einer Kombination aus passiven diagnostischen Elementen nach der Methode der Selbstauskunft und aktiven handlungsbezogenen Aufgabenstellungen.

Integrierte Soft-Skill-Erhebungsinstrumente sind ein interaktiver Organisationsplan, ein interaktiver Business-Case, eine interaktive Postkorbübung (vergleiche Abbildung 2), Planspiele mit zweistufigen Entscheidungsmodellen, Wissensaufgaben und Interviewfragen. Die hieraus erhobenen Fähigkeiten werden zu den berufsbezogenen Profilaspekten Aktivitätspotenzial, Problemlösungsfähigkeit und soziale Kompetenz verdichtet. Das individuelle Soft-Skill-Profil wird parallel zu den Hard Facts des Teilnehmers in der Datenbank abgelegt.

Die dialogorientierte Konzeption im spielerischen Umfeld fördert ehrliche Antworten und minimiert parallel den Stress der Testsituation. Die integrierten Protagonisten in dem Event führen in die Assessments ein. Daher werden beispielsweise Aufgaben unter Zeitdruck weniger als klassische Testsituation wahrgenommen. Die Fähigkeiten der verdichteten Persönlichkeitsaspekte

werden im Spielverlauf an unterschiedlichen Stellen und mit unterschiedlichen Instrumenten erhoben.

Kostenloser Zugriff auf die Bewerberdatenbank

Eine Bewerberauswahl und Ansprache kann direkt durch ein Bewerbermatching im Event erfolgen oder aus der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank: www.cyquest-profile.de. Damit rundet die Recrutainment-Konzeption das Bewerberhandling in der Back-End-Anwendung für die Unternehmen ab. Die Datenbank kombiniert eine einfache Bewerberselektion mit anschließendem Workflow zur schnellen Bewerberkontaktaufnahme und Datenübermittlung. Das hinterlegte Bewerberprofil beinhaltet alle erhobenen Hard Facts und Soft Skills 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 Datenbankszugriff ist kostenlos. Alle Unternehmen zahlen lediglich für die Kandidaten, die ihr Interesse an dem Unternehmensangebot bekunden, eine marktübliche Kontaktgebühr. Partnerunternehmen der Karrierejagd genießen eine zeitlich begrenzte Exklusivität.

Cyquest arbeitet in Kooperation mit der Kienbaum-Gruppe permanent an weiteren Innovationen und Qualitätsstandards für den Recrutainment-Sektor.

Autoren

Joachim Diercks,

Vorstandsvorsitzender der Cyquest GmbH, Hamburg, j.diercks@cyquest.net, www.recrutainment.de

Dr. Andreas Weber,

Projektleiter Research & Datenvermehrung, Cyquest GmbH, Hamburg, a.weber@cyquest.net, www.recrutainment.de