

Recrutainment: Karriere- und Bewerbermanagement im Flow

Hinter der Bezeichnung Recrutainment versteckt sich ein Personalmarketingsystem, das Unternehmen einen integrierten Personalmarketingprozess inklusive einer Bewerbervorselektion und -ansprache bietet. Die Teilnehmer profitieren hierbei außer von der automatisierten Profilerstellung durch Mehrwerte wie Spielspaß, Gewinn-Incentives und einen Bewerberdatenbankeintrag. CYQUEST wurde für sein Karriere-Tool international durch einen „EMMA“ (European Multi Media Academy Award) und auf dem „The New York Festival“ ausgezeichnet.

Was ist Recrutainment?

Die Standardisierung von Vorprozessen im Bewerbermanagement durch den Einsatz des Internets verändert das Personalmarketing von Unternehmen und das Bewerbungsmanagement der potenziellen Kan-

didaten. Diese Entwicklung wird in nächster Zeit in weitere Investitionen in onlinebasierte Vorselektions-, Auswahl- und Vermittlungsanwendungen für die Personalarbeit münden.

Unter der Bezeichnung Recrutainment hat CYQUEST ein online Personalmarketing-System für unterschiedliche Herausforderungen in der Personalarbeit entwickelt, dies sowohl als unternehmensübergreifende Lösung wie das Karriere-Event „Die Karrierejagd durchs Netz“ (s. Abb. 1) als auch in Form individueller Anwendungen als „Customized Solutions“ für unterschiedliche Kundenzwecke.

Das Konzept vereint hierbei zwei Entwicklungen in sich: einen E-Cruiting- und einen Infotainmentansatz. Dabei stellt die Infotainmentkomponente mehr dar als eine oberflächliche Verbindung von Information und Unterhaltung. Es handelt sich um ein Marketingkonzept, das die Aufmerksamkeit der Teilnehmer durch Unterhaltung sichert, wodurch Informationen bereitwilliger aufgenommen und Lebenslaufdaten akzeptierter abgegeben werden.

Für den Business-Anwender steht das Recrutainment-Konzept für die Integration von Personalmarketing, Assessments und E-Cruiting in einen vorgelagerten Workflow-Prozess. Hierbei beinhaltet das Recrutainment-Konzept folgende Workflow-Elemente für die Unternehmen:

■ **Personalmarketing:** Die Partnerunternehmen in der Karrierejagd können sich Zielgruppen wie ITlern oder dem Marketingnachwuchs mit jeweils differenzierten und komplexen Kommunikationsbotschaften aktiv durch ihre HR-Sites im Karriere-Event „Die Karrierejagd durchs Netz“ vorstellen, ohne dass dabei technische Änderungen auf der Homepage nötig sind. Parallel hierzu werden dem Bewerber in passiver Form allgemeine Informationen zum



Dr. Andreas Weber, Leiter Geschäftsbereich Datenvermehrung, Personal und Research, CYQUEST GmbH, Hamburg



Dipl.-Psych. Dagmar Busch, Projektleiterin E-Assessment und Spielentwicklung, CYQUEST GmbH, Hamburg

Abb. 1: Karriere-Event: Die Karrierejagd durchs Netz (Startscreen)

Unternehmen auf dem CYQUEST Karriere-Portal präsentiert.

■ **E-Cruiting:** Unternehmen können Filter für ein Automatching der Bewerber in der Profile-Datenbank (s. Abb. 2) definieren und einfließende Bewerberprofile einsehen, Bewerber direkt kontaktieren und die Bewerberdaten elektronisch übernehmen. Unternehmen können somit gezielt Bewerber ansprechen, denen sie sich bereits über ihre HR-Sites vorgestellt haben und die ihren gesuchten Jobprofilen entsprechen.

■ **Hintergrundprozess bis zur Übergabe der Bewerberkontaktdaten:** Dies umfasst die Bewerberselektion aus dem Pool oder aktuell durch ein Automatching in der Datenbank mit automatisierter Benachrichtigung über neue Profile via E-Mail und die Bewerberkontaktaufnahme via E-Mail direkt aus der Datenbank. Zudem wird die Reaktion der Bewerber direkt in der Datenbank angezeigt, und parallel erhält der E-Cruiter eine E-Mail-Benachrichtigung.

Für Bewerber ist Recruitment in erster Linie die Bezeichnung einer neuen Form des Karriere-Events „Die Karrierejagd durchs Netz“ (Karrierejagd), in dem karriererelevante Informationen, Entertainment-Elemente, Gewinn- und Karrierechancen in einem Spiel-„Flow“ kombiniert werden (s. Kasten).

Der Slogan der Kommunikationskampagne: „Du weißt was du willst – dann zeig was du kannst“ positioniert die Karrierejagd als Online-Assessment-Center, das speziell Führungsnachwuchs der Stufen Young Professionals, Absolventen und Studierende mit den



Studienschwerpunkten Wirtschaft, IT und Ingenieurwesen anspricht. In dieser Zielgruppe erreicht die Karrierejagd eine umfangreiche Öffentlichkeitswirkung. So werden pro Monat circa 8.000 registrierte User generiert. Von einem guten Viertel liegen detaillierte Vollprofile in der angeschlossenen Online-Bewerberdatenbank vor. Dabei weisen die Profile eine überdurchschnittlich attraktive Zielgruppe aus, die sich neben den Studiennoten insbesondere durch das berufsbezogene Engagement auszeichnet.

Der Recruitment-„Flow“

Das psychologische Konzept der Karrierejagd bietet dem Teilnehmer neben einem alternativen Bewerbungsprozess ein **spielerisches Moment, das heißt, ein Abtauchen in eine besondere psychologische Stimmungslage. Der Einfluss dieser Stimmungslage kann als Spielmotivation oder Spiel-„Flow“ bezeichnet werden.** Diese Entspannungslage ist vergleichbar mit dem für das Lernen positiven Alpha-Zustand, bei dem sich situationsspezifische Anspannungen auflösen und somit weniger hemmend auf die Dialogsituation auswirken. Wie erfährt der Bewerber den Spiel-„Flow“ und wodurch wird dieser Flow im Karriere-Event unterstützt?

Durch die Verbindung von Information und Entertainment in einer spielerischen Adventure-Story, untermauert durch einen permanenten Dialog mit den Spielprotagonisten (s. Abb. 3), wird der User aus einer klassischen Bewerbungs- beziehungsweise Auskunftsatmosphäre herausgetragen. **Die „Buntheit“ und Vielschichtigkeit des Events ist hierbei ein wichtiger und aktivierender Faktor für den Flow – „Buntheit“** im Sinne einer abwechslungsreichen Geschichte, der grafischen Anmutung aber auch der Gimmicks. Dabei fördert das Gesamtkonzept eine besondere Stimmungslage, die sich bis zur gebannten Aufmerksamkeit durch ein Vergessen der Zeit und der physischen Umwelt steigern kann.

Unterstützt wird dieser Zustand insbesondere auch durch den orts- und zeitungebunden Mensch-Maschine-Dialog sowie durch die gelassene Situation vor dem eigenen PC. Der User kann sich in gewohnter Atmosphäre entspannen und dies erzeugt hohes intrinsisches Involvement. Von daher wird der Flow auch durch eine ganzheitliche psychologische Beanspruchung und Entspannung gefördert.

Hierbei gilt es, die richtige Mischung zu finden: eine ausgewogene Ergänzung zwischen Herausforderung, Ein-

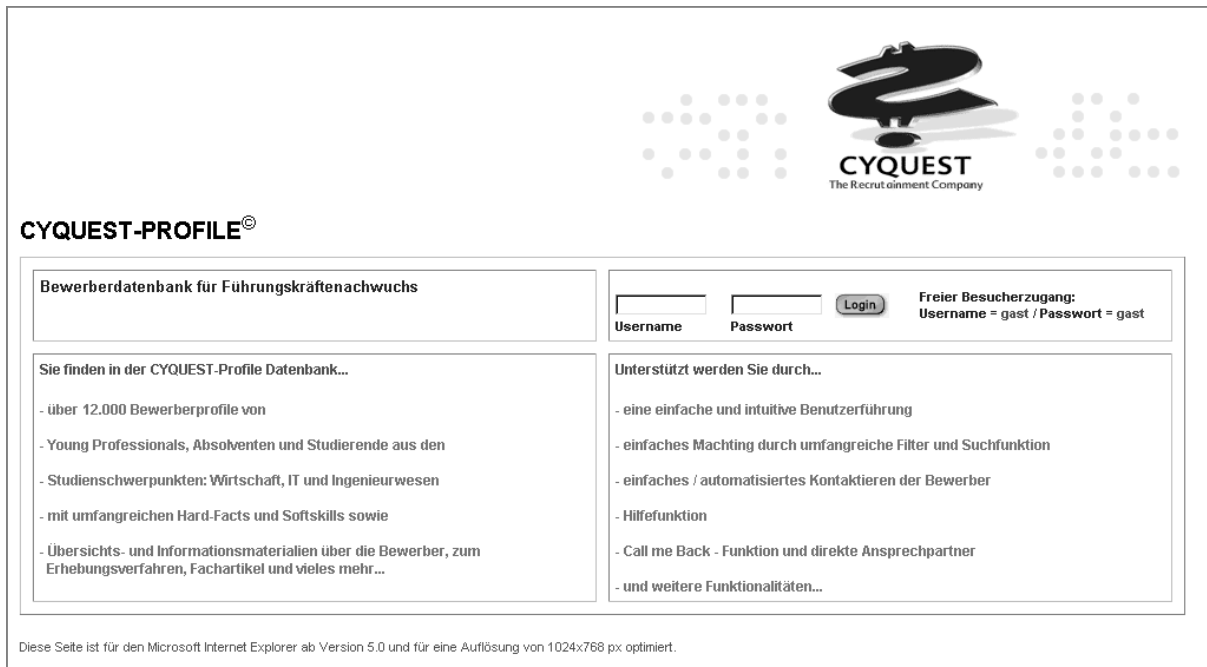


Abb. 2: Die Online-Bewerberdatenbank www.cyquest-profile.de

bindung und Entspannung. Sowohl triviale Unterforderungen als auch zu anspruchsvolle Überforderungen brechen den Spiel-„Flow“ ab und stellen sich als Abbruchkriterien, als sogenannte „High Risk Interaction Points“, heraus.

Ein ganzheitliches Gegenwertssystem ist ein ganz wichtiger Aspekt für den Spiel-„Flow“. Das Gegenwertsystem besteht hierbei nicht allein aus den materiellen Incentives oder gar dem abstrakten Incentive „Job- und Karrierechancen“, sondern es besteht noch viel mehr aus den kleinen Belohnungen, die sich nebenbei in der Spielsituation ergeben – beispielsweise durch die Erholung nach einer Stressphase im Karriere-Event oder durch eine amüsante Banalität. **Daher wird ein Spiel-„Flow“ in erster Linie über eine Anspannungs- oder Entspannungsmodellierung erzeugt.**

Dazu wird die im Karriere-Event erlebte Spannung durch unterschiedliche Motivatoren verstärkt wie

- Ungewissheit und Neugierde (Was folgt als Nächstes?),
- kognitive Diskrepanz (Wie löse ich das Problem?),
- Neuigkeit (Neues entdecken, Neues schaffen) und
- Funktionslust (Dinge in Bewegung setzen).

Dies führt dazu, dass ein Recruitment-Event im Aktivierungsgrad und Aktivierungszirkel als ausgesprochen angenehm und unterhaltsam erlebt wird, wie es Nachbefragungen bei Teilnehmern bestätigt haben.

Die Teilnehmer nehmen die Assessments durch die Kommunikation und Interaktion mit den virtuellen Protagonisten im Event weniger distanziert wahr; dies gilt insbesondere für die Selbstdarstellung. Statt dessen wird der Teilnehmer zum Experten und Manager einer Krisensituation innerhalb der Spielstory. In der Spielstory nämlich erleben die Teilnehmer zusammen mit den Onleins (s. Abb. 3) ein weiteres

Abenteuer gegen die finstere Internetmacht DARQ in den Weiten des WWW.

Recruitment-Assessments: Hardfacts und Softskills

Die Hardfacts-Erhebung im Karriere-Event erfolgt tabellarisch und umfasst neben den Kontaktinformationen unter anderem Angaben über

- die Schul- und Berufsausbildung,
- das Studium,
- Auslandserfahrungen,
- Berufspraktika,
- besondere Engagements,
- Jobinteressen,
- den nächsten Karriereschritt und
- Bewerberstatements.

Die erhobenen Kriterien bilden die Grundlage der Filterkriterien der Online-Datenbank www.cyquest-profile.de (s. Abb. 2) und des Bewerbermatchings.

Abb. 3: Die Onleins, die Spielprotagonisten im Karriere-Event



Ergänzt wird die Hardfacts-Abfrage durch eine Kombination unterschiedlicher Assessment-Instrumente. Diese werden durch die Protagonisten, die Onleins, dialogorientiert eingeleitet. Die konzeptionelle Grundlogik folgt einer Kombination aus passiven diagnostischen Elementen nach der Methode der Selbstauskunft und aktiven handlungsbezogenen Aufgabenstellungen. Die Instrumente zur Erhebung der Softskills stammen aus den Bereichen der Personalentwicklung. Die Aufgaben, die das Verhalten messen, sind in der Tradition von klassischen Assessment-Centern entwickelt. Integrierte Softskill-Erhebungsinstrumente sind hierbei:

- ein interaktiver Organisationsplan,
- Business-Cases,
- eine interaktive Postkorbübung,
- Planspiele mit zweistufigen Entscheidungsmodellen,
- Wissensaufgaben und
- Interviewfragen.

Die hieraus erhobenen Fähigkeiten werden zu den berufsbezogenen Profilaspekten „Aktivitätspotenzial“, „Problemlösungsfähigkeit“ und „soziale Kompetenz“ verdichtet. Das individuelle Softskill-Profil ist mit den Hardfacts des Teilnehmers in der Datenbank einsehbar.

Dabei durchläuft der Teilnehmer unterschiedliche Auskunft- und Prüfungssituationen, in denen er die virtuellen Protagonisten des Spiels (Charaktere) 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 Spiel-„Flow“ führt insgesamt zu einer höheren Auskunft- und Aufnahmebereitschaft sowie zu geringeren Testeffekten und Reaktanzen in den Ergebnissen. Insbesondere der aus der Marktforschung bekannte Testeffekt sogenannter sozial erwünschter Antworten, bei denen die Testperson ihre Antwort danach ausrichtet, was sie ausgehend von der Befragungssituation oder der Person

des Fragenden für die „richtige“ Antwort hält – im Bewerbungsgespräch auch als „Moral Hazard-Problem“ bezeichnet –, können durch den spielerisch geschaffenen Bezugsrahmen deutlich abgeschwächt werden.

Fazit

Zusammenfassend ergeben sich aus dem Recrutainment-Konzept Vorteile für beide Seiten. Die Partnerunternehmen profitieren im Workflow ins-

Recrutainment Karriere-Event: „Die Karrierejagd durchs Netz“

Die Teilnehmer können sich direkt aus den geschalteten online oder offline Verweisen oder unter Angabe eines frei gewählten Usernamens und der Email-Adresse über das Karriere-Portal www.cyquest.de in das Online-Assessment Center „Karrierejagd“ einloggen. Nach einem kurzen Hinweis über das Ziel der Karrierejagd, den AGB und Datenschutzbestimmungen startet der User in die Adventure-Story. Im Rahmen der Story erfolgen eingebettet die Assessment-Abfragen nach den Softskills und nach den Hardfacts der Teilnehmer sowie die

relevanten Fragestellungen der Partnerunternehmen.

Die Spieler müssen im Spielverlauf Aufgaben bearbeiten, deren Lösung sie ausschließlich auf den Seiten der Partnerunternehmen finden können, wobei hauptsächlich die für die Zielgruppe relevanten Seiten – wie Praktikumsangebote, Traineeprogramme oder Ansprechpartner – präsentiert werden.

Die Netto-Spielzeit beträgt etwa zwei bis zweieinhalb Stunden; dabei muss der Teilnehmer die Karrierejagd nicht in einem Stück spielen, sondern kann das Event jederzeit unterbrechen und später an gleicher Stelle weiterspielen. Die Karrierejagd ist semesterbegleitend online spielbar.

besondere durch das vorgeschaltete Personalmarketing in der Karrierejagd, an der sie – je nach Zielsetzung – ein bis sechs Monate teilnehmen können. Die Kosten einer dreimonatigen Teilnahme belaufen sich etwa in der Höhe einer halben Seite Farbdruck in einem überregionalen Karriere-Printmedium. Damit ist die Karrierejagd auch für mit-

telständige Unternehmen eine interessante preisliche Alternative.

Für die Teilnehmer erschließt sich mit der Karrierejagd eine neue Form der Bewerbung im Spiel-„Flow“, die insbesondere innovative und echte Kandidaten anzieht. Sie haben damit den Vorteil, dass sie sich neben den

Partnerunternehmen der Karrierejagd, die eine zeitliche Exklusivität besitzen, auch anderen Unternehmen und Personalberatern vorstellen. Die Datenbankansicht der anonymisierten Profile ist kostenlos, nur bei einem erfolgreichen Bewerberkontakt ist eine marktübliche Vermittlungsgebühr zu zahlen.

Web-Tipps: Personalauswahl

<http://careerstorm.monster.de>

Monster bezeichnet sich selbst als das weltweit größte Karriere-Netzwerk. Neben den Möglichkeiten, sich als Bewerber oder Unternehmen in die Datenbank einzuschreiben und so zu einander zu finden, wird dem Jobsuchenden unter Careerstorm eine Karriereberatung mit einem Persönlichkeitstest geboten.

www.cubiks.com

Die PA Group-Tochter Cubiks agiert weltweit und bietet Online-Assessments mit dem Instrument „Personality and Preference Inventory“ an.

www.cyquest.de

Cyquest empfiehlt sich als Experte für Recruitainment. Im Spiel „Karrierejagd 2“ präsentieren sich mehrere Großunternehmen. Außerdem gibt es eine Bewerberdatenbank.

www.dgps.de/fachgruppen/diff_psy

Homepage der Fachgruppe „Differenzielle Psychologie, Persönlichkeitspsychologie und Psychologische Diagnostik“ in der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (DGPs). Hier gibt es unter anderem eine Liste von ausgewiesenen Experten.

www.din.de

Das Deutsche Institut für Normung e.V. (DIN) veröffentlicht die DIN 33430 „Anforderungen an Verfahren und deren Einsatz bei berufsbezogenen Eignungsbeurteilungen“.

www.eligo.de

Homepage der ELIGO Psychologi-

sche Personalsoftware GmbH Bochum. ELIGO ist ein Software-Paket für die Bewerberauswahl. Es bietet die Möglichkeit, aus einer Vielzahl von Testverfahren die geeigneten für ein spezifisches Anforderungsprofil auszuwählen.

www.e-perls.de

Detailliertere Hinweise zu PERLS, dem Recruiting- und Potenzial-Management-Tool von Siemens SQT und ELIGO. Das System wird zum Internet-Recruitment eingesetzt.

www.hotstaff.de

E-Recrutierungs-Site für Hochschulwürter der Commerzbank. Hier besucht der Jobsuchende die virtuelle Commerzbank-Zentrale in Frankfurt am Main.

www.mwonline.de/

Themenpersonalauswahl.htm

Beiträge bekannter Managementzeitschriften zum Thema Personalauswahl werden hier rezensiert.

www.pdz-ev.de

Das Psychodiagnostische Zentrum e.V. in Potsdam versteht sich als Test-TÜV. Das PDZ hat in Zusammenarbeit mit zahlreichen Lehrstühlen deutscher Universitäten eine Prüfliste erstellt, anhand der man die Güte eines Testverfahrens beurteilen kann.

www.profacts.de

Homepage von Dr. Stefan Etzel und Anja Küppers, die hier profacts (professional assessment by computer for training and selection) vorstellen.

www.shlgmbh.de

SHL ist einer der weltweit großen Anbieter für E-Recruitment. Neben der Personalauswahl bieten sie auch Un-

terstützung in der -entwicklung und -beurteilung.

www.symposion.de/e-recruitment/inhalt.htm

Zahlreiche Kapitel des Buchs von Lars Hünninghausen „Die Besten gehen ins Netz“ (2001) kann man hier gratis lesen.

www.themanagement.de/

Knowledgebase/Personalwesen/Auswahl.htm

Themanagement.de ist ein Internet-Portal der Recklies Management Project GmbH. Zum Thema Personalauswahl wird eine umfangreiche Linkliste vorgehalten.

www.themanagement.de/

Knowledgebase/Jobs/Jobs.htm

Zum Thema Jobbörsen im Internet wird vom Internet-Portal Themanagement.de eine umfangreiche Linkliste vorgehalten.

www.wirtschaftspsychologie-abo.de/

Testdatenbank der Zeitschrift „Wirtschaftspsychologie“. Hier erhält man einen Überblick über psychologische Testverfahren, Hintergrundinformationen und Hinweise auf Experten, die mit bestimmten Verfahren arbeiten.

www.zpid.de

Das Zentrum für psychologische Information und Dokumentation (ZPID) an der Uni Trier informiert ausführlich mit der Datenbank „PSYTKOM“ über psychologische und pädagogische Testverfahren, die in den deutschsprachigen Ländern entwickelt wurden oder zur Anwendung kommen.