

Recruitment bei der Commerzbank

CYQUEST entwickelt das spielerische Self-Assessment Verfahren „*Probier dich aus.*“ für die Commerzbank

Hamburg, den 04.05.2009: Der Hamburger Recruitment-Spezialist CYQUEST stellt sein aktuelles Projekt für die Commerzbank AG vor. Als wichtiger Bestandteil des Ausbildungsmarketings der Commerzbank richtet sich das Berufsorientierungsspiel „*Probier dich aus.*“ an potenzielle zukünftige Auszubildende und duale Studierende (Bachelor of Arts) mit dem Schwerpunkt Bank. Im Rahmen von „*Probier dich aus.*“ bietet sich dem Teilnehmer die Möglichkeit, in das Berufsleben als „Banker“ einfach mal reinzuschmecken. Die Teilnehmer übernehmen simulativ Aufgaben, wie sie Auszubildenden bei der Bank durchaus begegnen könnten. In sofern bietet „*Probier dich aus.*“ realistische Berufseinblicke und fördert die Selbstausswahlfähigkeit potentieller Bewerber.

Berufsorientierungsspiel bietet Realistic Job Previews aus erster Hand

Die Commerzbank ist das zweitgrößte Kreditinstitut in Deutschland und eines der bedeutendsten Europas. Mit der vollständigen Übernahme der Dresdner Bank im Januar 2009 ist die Commerzbank darüber hinaus die führende Privat- und Firmenkundenbank in Deutschland.

Die Commerzbank bietet Berufsausbildungen in den Berufen „Bankkaufleute“, „Kaufleute für Bürokommunikation“ und „Kaufleute für Dialogmarketing“ sowie verschiedene integrierte Ausbildungen wie zum Beispiel das „Studium an einer Berufsakademie mit Abschluss zum Bachelor of Arts (Bank“) an. Insgesamt stehen zur Zeit rund 800 Ausbildungsplätze zur Verfügung, für die jährlich eine mittlere fünfstellige Zahl an Bewerbungen eingeht.

„Immer schön steif, immer schön lächeln...“, „Banker ist für mich nicht kreativ...“. „Fonds, Aktienfonds, Immobilienfonds, alle möglichen Fonds...“ Jeder – speziell Jugendliche in der Berufsorientierungsphase – hat so seine Meinungen und Vorstellungen, wie es wohl ist, bei einer Bank zu arbeiten. Manches daran ist sicherlich richtig, vieles aber auch schlichtweg ein falsches Vorurteil. Der einzige, der wirklich herausfinden kann, ob die verschiedenen Tätigkeiten in einer Bank zu einem passen oder nicht, ist man selbst. Das spielerische SelfAssessment, das CYQUEST für das Azubi-Marketing der Commerzbank realisiert hat, heißt deshalb „*Probier dich aus.*“.

„Probier dich aus.“ - Ausbildung bei einer Großbank interaktiv erleben!

Die Teilnehmer des Berufsorientierungsspiels können zwischen drei unterschiedlichen Ausbildungsberufen bei der Commerzbank wählen und den entsprechenden Spielpfad durchlaufen: Bankkaufleute, Kaufleute für Bürokommunikation und Bachelor of Arts im Bankwesen. In jedem der drei Spielpfade werden dem User zwei oder drei Aufgaben übertragen. Nach jeder Aufgabe erhält der Teilnehmer direkt ein Feedback. Wichtig: Die Commerzbank kann die Ergebnisse nicht einsehen. Das Feedback soll einzig dem Teilnehmer helfen herauszufinden, ob ihm solche Tätigkeiten Spaß machen und liegen. In sofern dient „*Probier dich aus.*“ sehr wohl der Personalauswahl, hier allerdings im Sinne der *Selbstausswahl*. Die Teilnahme am Berufsorientierungsspiel ist kostenlos und unter <http://www.probier-dich-aus.de> frei zugänglich.

Aufwendige multimediale Gestaltung

„*Probier dich aus.*“ arbeitet mit einer Kombination aus Bewegtbild und animierten interaktiven Übungen. Um der Applikation maximale Glaubwürdigkeit und Authentizität zu geben, wurden dabei sowohl reale Auszubildende als auch externe Jugendliche in die Gestaltung eingebunden. Die Applikation bedient damit sowohl Aspekte des Employer Brandings als auch der Bewerber-Selbstselektion.

Christian Geisler, Leiter der Berufsausbildung bei der Commerzbank: „Beim Begriff „Banker“ denken viele junge Menschen immer noch an den Schalterbeamten und glauben, dass es bei uns in erster Linie darauf ankommt, gut rechnen zu können. Oder schlimmer noch, sie assoziieren nur die aktuellen Geschehnisse an den Finanzmärkten mit diesem Berufsbild. Beides ist genauso simpel wie



PRESSEMITTEILUNG

falsch. „*Probier dich aus.*“ bietet einen realistischen Einblick, sozusagen eine Spielwiese, auf der sich Interessenten erst einmal versuchen können, bevor sie sich bewerben.“

Joachim Diercks, Geschäftsführer von CYQUEST: „*Probier dich aus.*“ ist ein mustergültiges Beispiel wie die stark an Popularität gewinnende Idee der „Serious Games“ sinnvoll auf den Aspekt Berufsorientierung übertragen werden kann.“

Weitere Informationen und Bildmaterial:

CYQUEST GmbH

Joachim Diercks

Tel.: +49 040 85.407.130

mailto: j.diercks@cyquest.net

<http://www.cyquest.net>, <http://www.cyquest.de> und <http://blog.recrutainment.de>

Über CYQUEST – The Recrutainment Company

Unter dem Oberbegriff Recrutainment werden die Bereiche eAssessment, SelfAssessment, Online-Employer Branding, E-Recruiting sowie E-Training und E-Coaching zusammen gefasst, wenn diese in einen unterhaltsamen bzw. spielerisch-simulativen Kontext eingebunden sind. Das CYQUEST Leistungsspektrum umfasst folgende Bereiche:

- Webbasierte eAssessment Anwendungen zur qualifizierten Beurteilung und (Vor-)auswahl neuer oder bestehender Mitarbeiter. Dabei kommen Instrumente aus Eignungsdiagnostik, Assessment Center Forschung sowie qualitativer Marktforschung zum Einsatz.
- Berufs- / Studienorientierungsformate und SelfAssessment Lösungen, die dem User Rückmeldungen zu seiner individuellen Passung geben und so maßgeblich die Fähigkeit zur Selbstselektion stärken.
- Webbasierte eTraining und eCoaching Applikationen zur Vermittlung von Schulungsinhalten und unternehmensinternem Wissen im Bereich der Personal-, Mitarbeiter- und Managemententwicklung.
- Mit der „Karrierejagd durchs Netz“ betreibt CYQUEST das größte und erfolgreichste Recrutainment-Format überhaupt (seit 2000 haben über 40 Partnerfirmen und deutlich über 110.000 User an der Karrierejagd teilgenommen).

Zu den CYQUEST Kunden gehören zahlreiche namhafte Unternehmen und Bildungseinrichtungen, wie z.B. Bacardi, Beiersdorf, Bertelsmann, Biesterfeld, Citibank, Commerzbank, DAK, Deutsche Bahn, Deutsche Post, Fernfachhochschule Schweiz, Freie und Hansestadt Hamburg, Gruner + Jahr, Hamburg Media School, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Hochschule Niederrhein, Karstadt, Media-Saturn, PriceWaterhouseCoopers, Research International, Tchibo und Unilever.