

## Transkript der Audiodatei

### Nächster Halt: Spielerisches Recruiting

**Intro:**

Hallo und herzlich willkommen zum Podcast der VDV Akademie. Der Podcast rund um Weiterbildung und Lernen in der Mobilitätsbranche.

**Catharina Goj:**

Nächster Halt: Spielerisches Recruiting. Hallo und herzlich willkommen zu einer neuen Podcastfolge. Mein Name ist Catharina Goj.

Heute geht es um das mehr oder weniger leidige Thema Bewerbung und wie man es spannend für die Bewerbenden und effizient für die Recruiting- Abteilung gestalten kann.

Dazu habe ich Tim Heitmann eingeladen. Tim ist Geschäftsführer bei Business Escape Games. Hallo Tim, schön, dass du da bist.

**Tim Heitmann:**

Hallo Catharina. Vielen Dank für die Einladung.

**Catharina Goj:**

Bevor wir in unser Thema heute starten. Ganz kurz: Was macht ihr bei Business Escape Games?

**Tim Heitmann:**

Wir sitzen eigentlich den ganzen Tag vor einem weißen Blatt Papier und entwickeln spannende Stories und Rätsel für manchmal trockene Themen.

**Catharina Goj:**

Okay. Klingt spannend. Zuhörende, die vielleicht schon unsere Podcastfolge mit der Nummer 36 kennen. „Gamification als Motivation“, die kennen auch die Antwort auf meine nächste Frage



schon, die vielleicht so ein bisschen Licht ins Dunkle bringt.

Du hast gerade von weißen Papieren gesprochen und sinnvolle Spiele, auch bekannt unter Serious Games. Was sind denn Serious Games? Damit wir alle auf dem gleichen Stand sind.

**Tim Heitmann:**

Genau. Ich bringe auch ein bisschen Licht ins Dunkle. Hast du das auch schon genannt. Also wir entwickeln im Serious Gaming Konzept. Und Serious Games, darunter versteht man Spiele im Unternehmenskontext, die ja in Führungsstrichen auch ein ernsthaftes Ziel verfolgen. Also wir spielen nicht einfach nur des Spaßes willen, sondern wir haben das Ziel, Wissensinhalte oder auch Kompetenzen im Unternehmen zu vermitteln.

**Catharina Goj:**

Jetzt gleißen wir zu unserem heutigen Thema auf. Auch ein schönes Wortspiel im Bereich Gamification und Verkehrsunternehmen, wie ich finde. Das muss ich an dieser Stelle mal kurz anmerken.

Wie können denn Serious Games oder auch einzelne Gamification Elemente, wie es so schön heißt, in der Fachsprache im

Recruiting speziell nützlich sein? Sowohl für die Unternehmen als auch für die Bewerbenden?

**Tim Heitmann:**

Hm, in verschiedenen Punkten. Also das eine ist natürlich, dass man durch moderne und spielerische Ansätze schon mal die Reichweite erhöhen kann.

Also es ist nicht eine langweilige Stellenanzeige, sondern es ist ein Spiel. Das kann man natürlich auch viel anders oder viel besser bewerben, auch über Social Media.

Das andere ist: Wir haben ganz oft die Integration, dass wir Bewerber und Bewerberinnen vorsortieren und eventuell auch aussortieren. Das heißt, das Unternehmen kann in dem Spiel Dinge integrieren, um Initiativbewerbungen schon mal auszusortieren. Oder Menschen, die eine Massenbewerbung rausschicken. Ne? Kennen wir glaube ich alle selber. Also irgendwie passt die manchmal gar nicht auf die Stellenbeschreibung.

Und wenn ich aber 30 bis 60 Minuten spielen muss und dann erst meine Bewerbung abschicken darf, dann haben wir schon mal aussortiert.

**Catharina Goj:**

Das ist aber auch ganz schön zeitintensiv. Also klar von Vorteil für die Unternehmen, aber für die Bewerbenden... Hmm, schreckt das ein bisschen ab? Und ist das vielleicht auch ein Nachteil?

**Tim Heitmann:**

Auf beiden Seiten. Es gibt Vor- und Nachteile. Das eine ist, man bekommt natürlich einen viel besseren Einblick ins Unternehmen, also viel mehr Details, die man so in Textform auf der Website manchmal gar nicht platzieren kann. Und das andere ist natürlich der Nachteil, den hast du angesprochen, der Zeitfaktor.

Will ich diese Zeit investieren in eine Bewerbung, wo ich nicht weiß, was bei rumkommt? Und bin ich vielleicht auch eher ein Spielermuffel und es ist überhaupt nicht mein Ding? Das ist natürlich eine Gefahr und ein Nachteil, der, der besteht.

**Catharina Goj:**

Was würden wir solchen Menschen machen? Verpassen wir dann vielleicht auch nicht eine gewisse Zielgruppe, weil eine Busfahrerin oder ein Straßenbahnfahrer, jetzt in unserem Fall ein Verkehrsunternehmen, wenn die jetzt nicht so gerne spielen, ist das ja jetzt nicht so nachteiliges Skill ?!

**Tim Heitmann:**

Es ist ja immer eine Frage, wie man es im Spiel gestaltet. Also wie viel Spiel ist es und ja wie viel Arbeitsalltag zeigen wir im Spiel?

**Catharina Goj:**

Wir möchten in unserem Podcast ja immer nützliche Tipps für die Verkehrsunternehmen geben und ich habe es gerade schon so ein bisschen angeteasert.

Lass uns doch mal ein mögliches Szenario kreieren, wie Verkehrsunternehmen mit so einem Serious Game im Recruiting Fahrpersonal gewinnen können.

**Tim Heitmann:**

Da fällt mir natürlich als erstes ein, wirklich den Alltag zu zeigen. Also welche, welche Gefahren, welche Situationen ergeben sich für Fahrpersonal?

Das kann man schon mal abbilden, weil ich glaube, dass es vielen in dem Moment, wo man sich auf so eine Stelle bewirbt, vielleicht gar nicht bewusst, was einen da erwartet. Sei es in einem Schulbus, die schreienden Kinder. Das heißt, da könnte man als konkretes Beispiel ein Audiorätsel integrieren, wo man was raus hören muss

oder das Unternehmen und das Personal, also die Kollegen und Kolleginnen, mit denen man dann täglich zu tun hat, die können wir in dem Spiel präsentieren. Also wirklich so einen Tag simulieren von einem Menschen im Fahrpersonal.

**Catharina Goj:**

Okay. Und das, was du jetzt so ein bisschen beschrieben hast, das Szenario, das erinnert mich an ein Szenario für Bewerbende auf eine Ausbildungsstelle.

Wenn ich jetzt schon zum Fahrpersonal gehört habe in einer anderen Stadt. Vielleicht steht aus privaten Gründen ein Umzug an und ich kenne das schon, reizt mich dann so ein Spiel als schon alter Hase quasi in dem Job?

Ich will jetzt nur in eine neue Stadt, ein anderes Unternehmen.

**Tim Heitmann:**

Doch ich würde schon sagen, dass ich das das reizt, weil wir natürlich auch ein bisschen Fachwissen abfragen können.

Und ich glaube, wir kennen es. Ich nehme das Beispiel vom Führerschein. Also es würde uns allen wahrscheinlich gut tun, da immer mal wieder auch Fragen zwischendurch mal gestellt zu bekommen. Abknickene Vorfahrtsstraße, wie muss ich reagieren? Das heißt, man stellt sich ja selber auch noch mal auf den Prüfstand. Bin ich denn auch auf dem aktuellen Wissensstand? Und was gibt der Markt dann gerade so her?

**Catharina Goj:**

Auch jetzt haben wir schon so ein bisschen Richtung Fahrpersonal gedacht. Wir haben ja ganz viele unterschiedliche Bereiche in den Verkehrsunternehmen. Gehen wir doch mal in die Werkstatt, was wäre da möglich?

**Tim Heitmann:**

Da können wir das auch anhand von Simulationen. Also wir können ja einen Motor in einer 360 Grad-Ansicht zum Beispiel zeigen, an dem man Rätsel lösen muss, wo man etwas schrauben muss, wo es um Kraftstoffersparnis geht.

All diese Dinge kann man super spielerisch auch darstellen und da speziell jetzt das Wissen abfragen.

**Catharina Goj:**

Okay, also dann weiß ich eigentlich, wenn ich das Spiel durchlaufen habe, direkt, ob die Stelle was für mich ist und die Unternehmen auch. Dann gibt es nur noch das persönliche Kennenlernen und zack, die Einstellung läuft. Also alles automatisiert.

Manchmal ist Automatisierung ja von Vorteil, manchmal eher von Nachteil.

Wie siehst du das in diesem Zusammenhang?

**Tim Heitmann:**

Genau das ist ein Punkt, der uns häufig gefragt wird, gerade angesprochen. Also das Unternehmen erhält natürlich eine viel detailliertere Info über den Wissensstand, über die Qualifikation des Bewerbers oder der Bewerberin, weil in so einem persönlichen Gespräch sagt man ja häufig auch das, was der Gegenüber hören möchte und ob das dann wirklich die Wahrheit ist, zeigt sich dann erst im Laufe der Anstellung des Jobs.

Und so ein Spiel, was man dann eventuell, ich sage mal in Jogginghosen auf der Couch spielt, da handelt man viel intuitiver und viel, viel mehr, ohne groß nachzudenken.

Das heißt man gibt viel mehr Info preis, wie man wirklich ist und nicht wie man in dem Gespräch sein will. Das heißt, wir haben eine viel realistischere Bewerbungssituation.

**Catharina Goj:**

Okay, am Ende ein Win-win für beide, aber man schon im Vorfeld weiß, ob es matcht. Und ich stell mir auch vor, vielleicht ein Kostenersparnis für die Unternehmen, für den ganzen Recruitingprozess?

**Tim Heitmann:**

Langfristig gesehen definitiv. Kurzfristig muss man sagen, so ein Spiel entwickelt sich natürlich nicht umsonst.

Ist natürlich ein Kostenfaktor, je nachdem, wie umfangreich man es auch gestaltet.

Aber ganz kurz noch zu der zu der persönlichen Komponente: Wir wollen das menschliche Gespräch und das persönliche Gespräch dadurch gar nicht ausklammern und weglassen. Es ist einfach eine Ergänzung und das persönliche Gespräch findet dann viel tiefer statt. Also man kann zu einem späteren Zeitpunkt einsteigen, wo man schon viel mehr vom Gegenüber weiß und dementsprechend auch das Gespräch viel effektiver gestalten kann.

**Catharina Goj:**

Kannst du jetzt noch mal kurz die drei wichtigsten Punkte zusammenfassen, die bei der Nutzung von Business Escape Games im Personalbereich, jetzt in unserem Fall, speziell im Recruiting, aber vielleicht hast du ja auch noch ein Beispiel für Mitarbeiterbindung oder ähnliches, entscheidend sind.

**Tim Heitmann:**

Ja. Also der erste Punkt ist, dass es ein Gesamtkonzept geben muss. Also es darf nach dem Spiel nicht aufhören, weil dann schafft man eine Erwartung. Man ist ein moderner Arbeitgeber, man ist ein cooler, spielerischer Arbeitgeber und im Nachgang gibt es dann nur noch trockene Fortbildung oder trockenes Infomaterial. Das schafft natürlich eine Erwartung, dann auch bei dem Bewerber der Bewerberin, die dann böse nach hinten losgehen kann.

Dementsprechend der erste Punkt ist, es muss ein Gesamtkonzept geben und die Ziele des Games müssen auch ganz klar definiert sein. Also ist es wirklich eine Vorauswahl der Bewerbung und alles andere findet dann wieder persönlich statt? Oder wollen wir eine Art Assessment Center haben, also eine Wissensstandabfrage? Oder dient das Spiel wirklich nur dazu, uns in die Sichtbarkeit zu bringen?

Also wollen wir unsere Stellen überhaupt am Markt sichtbar machen, weil wir ein cooler Anbieter sind mit einem Spiel?

Und den dritten Punkt, den ich da noch nennen würde, ist, dass ganz klar festgelegt werden muss, welche Stellen wollen wir anbieten, die die Art der Stellen und die Art des Spiels auch. Also ist es ein Escape Game im Sinne von 60 bis 90 Minuten für die Stelle des Fahrpersonals das Richtige? Oder ist vielleicht ein kleinerer, anderer, spielerischer Ansatz effektiver? Also das Gesamtkonzept, die Ziele und die Art und Weise stehen.

**Catharina Goj:**

Wenn sich jetzt die Unternehmen daran wagen wollen, so was noch nie gemacht haben. Du sagst, es muss ein Gesamtkonzept geben. Wenn wir jetzt nur ein, sei es ein Escape Game oder auch ein Serious Game, also ohne den klassischen Escape Gedanken nenne ich es jetzt mal, nutzen möchte. Ist da eigentlich ein gewisser Druck da, bei den Unternehmen das auch zu integrieren?

Ich stelle mir gerade so vor: „Coole Sache, aber dieses Gesamtkonzept, das bereitet mir auch Bauchschmerzen.“

**Tim Heitmann:**

Ja, der Druck ist da. Aber wir unterstützen bei diesem Druck unten und mindern den. Also da sind wir wieder bei meiner Teaserline am Anfang, wo du meinst, mit dem weißen Blatt Papier. Wir gehen halt mit dem Kunden oder dem Interessenten ins Gespräch und versuchen ihn gar nicht in

irgendeinen Rahmen reinzudrücken. Also zu sagen: Du brauchst jetzt einen Escape Game oder du brauchst, weiß ich nicht, ein Video, was spielerisch verpackt ist, sondern wir haben ein weißes Blatt. Wir hören uns an, was der Kunde erreichen möchte und gehen dann gemeinsam in die Lösungsentwicklung.

**Catharina Goj:**

Okay. Und wenn es jetzt nicht gleich das große Spiel sein soll, aus welchen Gründen auch immer, hast du vielleicht noch so kleinere Tricks oder Tipps, wie man den Bewerbungsprozess ja spielerischer mit Gamification Elementen gestalten kann?

**Tim Heitmann:**

Ja, du kannst ja allein schon mal die Art, wie eine Bewerbung eingereicht werden müsste, in Form eines Quizzes machen. Also wir persönlich verzichten zum Beispiel komplett auf Anschreiben, weil das sind Standardfloskeln, die copypaste in jede Bewerbung gepackt werden. Und wenn man dann hingeht und sagt: Schick uns doch die Bewerbung mal anders! Schick uns ein Video! Beantworte mal ein paar Quizfragen! Dann hat man eine relativ schlanke, spielerische Lösung und es ist trotzdem mal was anderes, mit dem man mit dem Prozess fällt man dann auch auf.

**Catharina Goj:**

Okay. Und trotzdem irgendwie auch ein Stückweit interaktiv, ne.

**Tim Heitmann:**

Genau.

**Catharina Goj:**

Super, vielen Dank für diesen kleinen kurzen Einblick. Ich hoffe bei unseren Zuhörenden, in den Verkehrsunternehmen vielleicht vorrangig, sind jetzt ganz viele Ideen im Kopf entstanden, wie sie zukünftig ihr Recruiting spielerischer und somit

hoffentlich auch ein Stück weit schöner und effizienter gestalten können.

Vielen Dank, Tim, dass du heute bei uns im Podcast zu Gast warst.

**Tim Heitmann:**

Ja, Catharina, danke dir auch für den Austausch. War spannend und ich bin gerne bereit, auch im Nachgang dir und auch euren Zuhörer\*innen Fragen zu beantworten.

**Outro:**

Bei Fragen und Anmerkungen sind wir unter [podcast@vdv-akademie.de](mailto:podcast@vdv-akademie.de) erreichbar.