

Bildung und Recruiting

Spiele im Personalmanagement erfolgreich einsetzen

Von Christoph Keutmann, 4-advice GmbH



16.10.2009 – Mit Simulationen oder wirtschaftlichen Spielen, auch Serious Games genannt, wird der Aufbau von Management-Kompetenz gezielt gefördert. Die Spiele können sowohl zur Qualifizierung von Talenten eingesetzt werden als auch beim Nachwuchs Interesse wecken. Spiele sind darüber hinaus ein exzellentes Werkzeug, um die Fähigkeiten von Bewerbern anhand ihrer Entscheidungen im Spielablauf detailliert zu beurteilen und zu vergleichen.

Schlagworte: [Lernen](#), [Personalbeschaffung](#), [Technologie](#), [Weiterbildung](#)

Ein Vorteil der Interaktivität von Games ist nicht nur, dass der Nutzer aktiv einbezogen wird und selbst handelt, sondern auch die verständliche Vermittlung komplexer Sachverhalte über eine intuitive Nutzerführung und einen entsprechenden Aufbau des Spieles. Da der Spieler mit dem Ziel zu gewinnen an ein Spiel herangeht und darauf eingestellt ist, dass mehr oder weniger komplexe Regeln und Zusammenhänge über Sieg oder Niederlage entscheiden, besteht ein starker Anreiz diese schnell zu erlernen.

Die unmittelbare Anwendung des Erlernten und die sich einstellenden Erfolgserlebnisse durch eigenes Experimentieren in einem virtuellen komplexen System ohne reales Risiko fördern dieses Verhalten weiter.

(Fort-) Bildung und Training

Wie eine Studie belegt, bietet der Einsatz von Games im Lernumfeld eine Reihe von Vorteilen:

- Der **Spieler trifft Entscheidungen** und erfährt unmittelbar deren Konsequenzen – er kann in einem sicheren Umfeld experimentieren, sein eigenes Können und dessen Grenzen sowie das dem Lernstoff zugrunde liegende (komplexe) System erforschen. Die Simulation realer Situationen ermöglicht die Übertragung des im Spiel Erfahrenen auf die Realität und umgekehrt.
- **Motivationsfördernde Wirkung** durch Belohnungen im Spiel: Der Spieler baut eine positive Einstellung gegenüber der Überwindung von Schwierigkeiten/Hindernissen auf und das Spiel fördert den eigenen Glauben daran, Ziele erreichen zu können.
- Der von Studenten, die Spiele zur **Vertiefung des Gelernten** nutzen gegenüber denen, die dies nicht tun, bestätigt sich in den Ergebnissen einer Studie. So ergab die Untersuchung, dass Kurse, die Spiele im Lernbetrieb einsetzten, im Durchschnitt signifikant bessere Noten erzielten als solche, die keine Spiele einsetzten. Dabei ergaben sich keine signifikanten Unterschiede im Prüfungserfolg zwischen Männern und Frauen oder zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen. Lediglich bezüglich des Alters ergaben sich Unterschiede. So erzielten Studenten unter 40 signifikant bessere Ergebnisse als Studenten im Alter von 41 oder höher. Dies wurde darauf zurückgeführt, dass jüngere Studenten mit Technologie und in einer durch Technologie erweiterten Umgebung aufgewachsen sind und ihnen die in Games auftretenden interaktiven Lernprozesse vertraut sind. Studenten älter als 40 lernen schlicht besser durch die eher passiven, ihnen aus ihrer Jugend vertrauten klassischen Methoden.

Beispiele für **Lernspiele** die in Universitäten eingesetzt werden:

- [IndustryMasters.com](#),
- [Industriegigant II](#),

Meine Lesezeichen

Verwandte Schlagwörter

Age-Management Arbeitgebermarke Ausbildung
 Bewerbung Coaching Fachkompetenz
 Fachkräftemangel Internet Mitarbeiterorientierung
 Mitarbeiterstruktur Mittelstand Motivation Online-
 Rekrutierung Personalauswahl Personalbewertung
Personalentwicklung Produktplanung
 Talentmanagement Wissensmanagement demografischer
 Wandel

[Schlagwort suchen »](#)

Ähnliche Artikel

Interim Management: Was fehlt, ist positive Mundpropaganda

Informationsüberflutung: Unternehmen müssen Datenmüll managen

Führungskräfteentwicklung: Manager strategisch weiterbilden

Im Handbuch

Innovationsschutz: Marken und Patente helfen, Innovationen abzusichern

Projektabschluss: Jedes Projekt braucht ein klares Ende

TRIZ: Methode für Erfindungen und die systematische Produktentwicklung

Top Themen

Präsentation: Powerpoint-Präsentationen erstellen und vortragen

Meeting: Besprechungen vorbereiten und durchführen

Kennzahlen: Planen und Steuern mit Kennzahlen

[Training auswählen »](#)

- Zapitalism, <http://www.virtual-u.org/>
- Virtual U.

Eine durch digitale Spiele unterstützte Lehre könnte als Argument für Studierende dienen sich dort zu bewerben, wo Spiele im Lehrbetrieb eingesetzt werden, da diese zu einem großen Studienerfolg beitragen.

Im Bereich Weiterbildung im Unternehmen, gerade für den Management-Nachwuchs, kann durch Simulationen oder wirtschaftliche Spiele mit menschlichen Mitspielern/Konkurrenten der Aufbau von Management-Kompetenz gezielt gefördert werden.

Recruiting

Spiele können auch einen wichtigen Beitrag zur effizienteren Identifizierung von Talenten für Unternehmen leisten und durch einen interaktiven Einblick in Anforderungen und Tätigkeitsfelder des jeweiligen Berufes beim Nachwuchs Interesse wecken.

Beispiele

US Armee:

Das umstrittene Spiel „Americas Army“ versetzt den Spieler in die Rolle eines US-Soldaten und lässt ihn virtuell die Grundausbildung eines Soldaten und teambasierte Missionen durchlaufen. Großen Wert legt das Spiel auf die Vermittlung eines Kameradschaftsgefühls und der Werte der US Army im Allgemeinen, um Jugendliche für eine Karriere in der Armee zu begeistern.

L’Oreal:

Das bekannteste der vier von L’Oreal eingesetzten Recruiting Games ist „ESTRAT“. Dieses zur Identifizierung und Rekrutierung von Talenten an Hochschulen entworfene Spiel, versetzt ein Team aus Spielern an die Spitze eines virtuellen Kosmetikkonzerns, das von der Verkaufsstrategie bis zu Forschung und Entwicklung alle Bereiche des Unternehmens steuert. Mehrere tausend Teams von internationalen Hochschulen konkurrieren dabei mit ihren virtuellen Unternehmen online. L’Oreal bekommt durch die dem Spiel zugrundeliegenden Punktevergabemechaniken und das Nachverfolgen der Spielerentscheidungen einen guten Überblick über die Fähigkeiten der Kandidaten. Den Gewinnern winkt ein Vorstellungstermin bei L’Oreal in Paris und Stellenangebote.

Metall- und Elektroindustrie:

Das Lernspiel „Techforce“ verfolgt das Ziel, durch Gewährung eines Einblicks in die Berufsfelder und Anforderungen der Berufe im Umfeld der Metall- und Elektroindustrie, Schüler für eine Ausbildung zu begeistern.

Die Spieler konstruieren im Verlauf des Spiels virtuell sämtliche Komponenten für den Bau eines futuristischen Fahrzeugs, mit dem sie abschließend an einem Rennen gegen andere Teams teilnehmen.

Fazit

Spielgestütztes Lernen und Recruiting arbeiten geradezu Hand in Hand. Spiele im Lernumfeld fördern das grundlegende Verständnis des Lernstoffes und wecken durch die – wenn auch nur virtuelle – praktische Anwendung des Gelernten und Erfolgserlebnisse ein tieferes Interesse an der Thematik.

Nun sind diejenigen Studenten/Jobkandidaten, die ein tiefes Verständnis ihres Fachs aufweisen, auch gerade diejenigen, die für Unternehmen am interessantesten für die Besetzung von Nachwuchsstellen sind. Unterstellt man den Nutzern von Spielen im Lernumfeld aufgrund ihrer Erfahrungen mit Lernspielen ein tieferes Interesse, sich auch an Recruiting-Spielen von Unternehmen zu beteiligen, so kann sich daraus für Unternehmen ein potenziell sehr nützlicher Auswahleffekt ergeben.

Dass die Unternehmen über Recruiting-Spiele darüber hinaus noch ein exzellentes Werkzeug besitzen, um die Fähigkeiten der Bewerber anhand ihrer

Entscheidungen im Spielablauf detailliert zu beurteilen und insbesondere untereinander zu vergleichen, macht diese Form des Recruiting so überaus attraktiv, dass große Konzerne wie L'Oreal gleich vier verschiedene Spiele nutzen.

Quellen

- Corporate University Exchange Journal #1, 2007
- Richard Blunt: Does Game based learning work? Results from three recent studies, Interservice/Industry Training, Simulation, and Education Conference (I/ITSEC), 2007

Hinweis

Diesen Beitrag können Sie in kompletter Länge hier kostenlos anfordern:

Games & Game Mechanics

[Bild: Fotolia.com]

(keine Bewertung) [Artikel bewerten](#)

[Gefällt mir](#)

[Registrieren](#), um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.

Über den Autor



Christoph Keutmann

Christoph Keutmann ist als Consultant bei 4-advice tätig. In den Bereichen Personalmanagement und Beratung hat er bereits vor seiner Tätigkeit bei 4-advice Berufserfahrungen in Chile und Deutschland gesammelt.

Christoph Keutmann
4-advice GmbH
Hochkreuzallee 1
53175 Bonn

Telefon 0228-227474-0
E-Mail info@4-advice.net
Web www.4-advice.net

Weitere Artikel des Autors

Spiele als Werbeträger: Den Kunden spielend begeistern »