



## Challenge Unlimited

### **Siemens erschafft eine neue Generation des Internet-Recruiting**

Um dem Fachkräftemangel auf dem Höhepunkt des IT-Booms effektiv zu begegnen, ging die Siemens AG im Jahr 2000 neue Wege: Mit dem Online-Spiel „Challenge Unlimited“ entwickelte das Unternehmen ein Recruiting-Instrument der nächsten Generation.

Insbesondere in der IT-Branche waren und sind qualifizierte Fachkräfte Mangelware. Die aktuellen Studienzahlen lassen befürchten, dass sich diese Situation auch in Zukunft nicht verändern wird. Unternehmen, denen es nicht mehr gelingt, eine ausreichende Zahl guter Mitarbeiter für sich zu gewinnen, müssen daher mit erheblichen Wettbewerbsnachteilen rechnen. Erfolgreiches Personalmarketing und Recruiting werden damit zum Schlüssel eines langfristigen Unternehmenserfolges.

Der Technologie-Riese Siemens bekam diese Entwicklungen zu Zeiten des IT-Booms besonders deutlich zu spüren. Schnelles und effektives Handeln war gefragt: Es galt, sich diesen Herausforderungen durch treffsichere Recruiting-Maßnahmen zu stellen und so den Wettstreit um die Zielgruppe der Ingenieure, IT-Fachkräfte und Naturwissenschaftler für sich zu entscheiden. Eine gleichzeitige Stärkung des Unternehmensimages erschien dabei unerlässlich, um für die anvisierten Bewerber auch langfristig attraktiv zu bleiben.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden und sich schließlich im „War for Talents“ durchzusetzen, entschied sich die Siemens AG für die Entwicklung eines völlig neuartigen, besonders attraktiven Recruiting-Instruments. Das Projekt „Challenge Unlimited“ war geboren.

#### **Das Ziel**

Im Wesentlichen sollte das neue Recruiting-Tool die drei folgenden Zielvorgaben erfüllen:

- Ein verbessertes Personalmarketing durch konkrete Zielgruppenansprache erreichen und hierdurch wiederum eine frühzeitige Bindung von High Potentials aus dem IT-Bereich erzielen,
- die Recruiting-Prozesse insgesamt verbessern, insbesondere eine Verkürzung der Zeitspanne zwischen Stellenausschreibung und Einstellung erreichen sowie
- die Effektivität der Bewerberauswahl steigern.

So sollte das neue Rekrutierungsinstrument bereits im ersten Schritt zusätzlich außerfachliche Kompetenzen als Auswahlkriterium erfassen - im Unterschied zur klassischen Papier-Bewerbung, wo die fachlichen Kenntnisse des Bewerbers als erster Auswahlfilter dienen.

### **Die Umsetzung**

Im Herbst 1999 startete Siemens gemeinsam mit der Bochumer eligo GmbH die Entwicklung des Projekts. Um die Zielgruppe - junge High Potentials kurz vor oder nach dem Studienabschluss - bestmöglich zu erreichen, wurde „Challenge Unlimited“ als Online-Spiel konzipiert. Dies sollte einerseits attraktiv und spannend sein. Andererseits sollte das Spiel mit aussagekräftigen, eignungsdiagnostischen Tests verbunden werden, um hierdurch eine optimale Vorauswahl der Bewerber zu erreichen.

Dabei erwies sich die Suche nach geeigneten Testverfahren als besondere Herausforderung: Es hatte sich herausgestellt, dass die Vorgabe klassischer Testverfahren für das Projekt nicht in Frage kam. Zum einen nutzen die meisten etablierten Verfahren durch die verwendeten Testprinzipien die Möglichkeiten des Internet nicht aus. Zum anderen hätten diese auch nicht mit den angestrebten innovativen Spielszenarien und dem Oberflächendesign harmonisiert; damit wäre die Attraktivität und Akzeptanz des Spiels bei der Zielgruppe gefährdet gewesen. Die Siemens AG entschied sich daher gemeinsam mit dem Partner eligo für die Konstruktion von eigenen, innovativen Verfahren. Ausgehend von den Kernkompetenzen Teamfähigkeit, Lernfähigkeit, Gestaltungsfähigkeit, Ergebnis- sowie Kundenorientierung wurden Testverfahren nach Maß gefertigt. Im Ergebnis entstanden so Testverfahren hoher Güte, die sich den Gegebenheiten des Internet perfekt anpassen und zudem in die

spielerische Interaktionsumgebung von „Challenge Unlimited“ integriert werden konnten.

Bei der Entwicklung der Entscheidungsregeln für die Bewerberauswahl wurde berücksichtigt, dass jeder Arbeitsbereich der Siemens AG unterschiedliche, spezifische Anforderungen an einen optimalen Bewerber stellt. Ausgehend von der Zielgruppe der Hochschulabsolventen wurden daher verschiedene Funktionsgebiete innerhalb der Siemens AG gewählt und entsprechende Anforderungsprofile definiert. Diese wurden anschließend den Entscheidungsregeln des Auswertungstools „Talent Tracer“ zugrunde gelegt. Innerhalb dieses Systems können die Recruiter auf die von den Teilnehmern freigeschalteten Daten und Kompetenzprofile und zugreifen. Über verschiedene Filterfunktionen können anschließend die passenden Bewerber gefunden werden. So erlaubt es das System beispielsweise, die Suche nach präferiertem Funktionsgebiet, Studienfach, Alter oder Berufserfahrung einzugrenzen. Alle Teilnehmer, die den gewählten Kriterien entsprechen, werden vom „Talent Tracer“ auf der Grundlage der Anforderungsprofile entsprechend ihrer jeweiligen Profilpassung in eine Reihenfolge gebracht.

### **Das Ergebnis**

Im Sommer des Jahres 2000 ging „Challenge Unlimited“ schließlich unter der Adresse [www.challenge-unlimited.de](http://www.challenge-unlimited.de) online. Mit überwältigendem Erfolg:

Innerhalb seiner sechswöchigen Laufzeit verzeichnete das Spiel rund 13.000 user, was alle Erwartungen bei weitem übertraf. Dass sich das Konzept so stark durchsetzte, lag nicht zuletzt an seiner Erscheinungsform: „Challenge Unlimited“ präsentierte sich den Teilnehmern als innovatives, extrem leistungsfähiges Online-Assessment in Gestalt eines attraktiven und spannenden Online-Spiels. Während der dreistündigen Spieldauer reisten die Teilnehmer als „Cyber-Consultants“ durch den virtuellen Weltraum. Um die Probleme des Planeten „Nouvopolis“ zu lösen, hatten die Spieler dabei komplexe Aufgaben - entweder alleine oder im Team - zu bewältigen.

Vor dem Start des Spiels wurden die Teilnehmer jeweils über den Umgang mit ihren Nutzerdaten aufgeklärt; anschließend konnten sie das Einverständnis für die Speicherung ihrer Daten in einer Datenbank erklären. Attraktive Gewinnmöglichkeiten warben für die vollständige Absolvierung des Spiels. Die Teilnehmer wussten dabei von Anfang an, dass es sich bei „Challenge Unlimited“ um ein Rekrutierungsinstrument der Siemens AG handelt.

Während des Spielverlaufs erarbeiteten sich die Teilnehmer sodann Schritt für Schritt ihr Kompetenzprofil, das sich aus den jeweils erzielten Testergebnissen zusammensetzte und von den Spielern selbst eingesehen werden konnte. Über die Freigabe des Profils an die Siemens AG entschieden die Teilnehmer selbst; diese Entscheidung konnte jederzeit wieder rückgängig gemacht werden.

Neben dem Kompetenzprofil erstellte „Challenge Unlimited“ für jeden Teilnehmer einen persönlichen Spiel-Score, auf dessen Basis die Sieger eines zusätzlichen Gewinnspiels ermittelt wurden. Die Spielteilnahme war also vollkommen unabhängig von der Freischaltung des Kompetenzprofils möglich.

Im Ergebnis erfüllte „Challenge Unlimited“ sämtliche seiner Zielvorgaben in weit höherem Maß als erwartet:

Die Teilnehmer entstammten passgenau der von Siemens gewünschten Gruppe der jungen Hochschulabsolventen aus den IT- und IT-nahen Bereichen. Damit erwies sich „Challenge Unlimited“ als besonders treffsicheres Personalmarketing-Instrument.

Darüber hinaus waren die positiven Auswirkungen auf das Unternehmensimage der Siemens AG enorm: Neben einer sehr hohen Medienresonanz erlebte Siemens bei der teilnehmenden Zielgruppe einen deutlich positiven Imagezuwachs. So sorgte „Challenge Unlimited“ dafür, dass Siemens als innovatives Unternehmen wahrgenommen wurde; bei vielen Teilnehmern entstand auch durch „Challenge Unlimited“ überhaupt erst der Wunsch, sich bei der Siemens AG zu bewerben.

Außerdem gelang mit dem Projekt die Erschließung eines völlig neuen Recruiting-Kanals: Am Ende der sechswöchigen Laufzeit von „Challenge Unlimited“ stand der Siemens AG ein riesiger Pool mit potenziellen neuen Mitarbeitern zur Verfügung. Zudem erreichte „Challenge Unlimited“ durch seine attraktive Spieloberfläche auch Teilnehmer ohne konkreten beruflichen Veränderungswunsch, die mittels aktiver Ansprache der Recruiter schließlich aber doch als Mitarbeiter gewonnen werden konnten.

Als weiterer positiver Effekt war die massive Beschleunigung des gesamten Recruiting-Prozesses zu verzeichnen. Besonders erfolgreich wurde auch das Ziel einer frühzeitigen Bindung jüngerer Teilnehmer an das Unternehmen erreicht: So konnte die Siemens AG durch „Challenge Unlimited“ zahlreiche Praktikanten und Werkstudenten für sich gewinnen.