

Die Rolle von Gamification im Bewerbungsprozess

Gamification im Recruiting – Eine sinnvolle Methode?

Gamification im Recruiting gewinnt zunehmend an Bedeutung. Sie bietet die Möglichkeit, die Personalbeschaffung effektiv zu optimieren, indem sie spielerische Elemente einbezieht. Diese steigern nicht nur die Motivation der Bewerber/-innen, sondern machen den **Bewerbungsprozess** auch interessanter. Unternehmen können sich durch die Integration von Gamification deutlich von anderen abheben und die Aufmerksamkeit potentieller Kandidat/-innen auf sich ziehen. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sich Kandidat/-innen für eine Stelle bewerben.

Vorteile von Gamification im Recruiting

Bewerber-Engagement steigern

Potentielle Bewerber/-innen werden durch Spielelemente wie Punkte, Stufen und Belohnungen motiviert und bleiben dadurch länger im Bewerbungsprozess.

Employer Branding steigern

Bewerber/-innen erinnern sich an das angenehme Benutzererlebnis und erzählen es auch ihren Freunden – dadurch steigt der Wert Ihrer Arbeitgebermarke.

Bewerbererlebnis

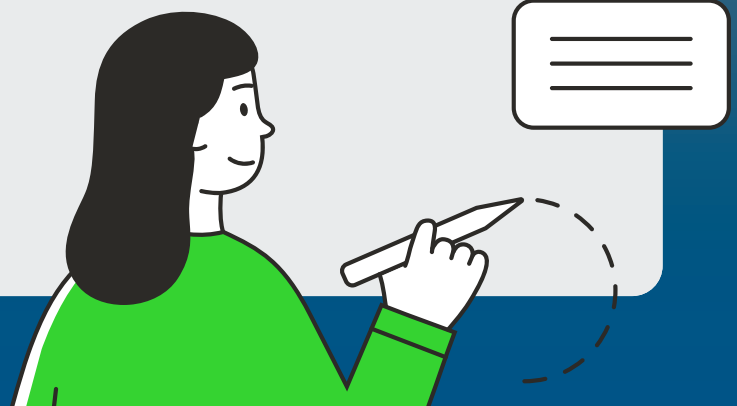
Die interaktive Gestaltung des Einstellungsprozesses sorgt dafür, dass Bewerber/-innen eine positive Gesamterfahrung haben.

Bewerberpools erweitern

Durch die Anwendung von Gamification im Recruiting können Unternehmen einen größeren Pool von Bewerber/-innen ansprechen. Es kann über soziale Medien und andere Plattformen geteilt werden, um die Sichtbarkeit offener Positionen zu steigern und mehr potentielle Bewerber/-innen zu erreichen.

Zeitersparnis

Durch die Automatisierung bestimmter Bereiche im Recruiting verringert sich der Zeitaufwand für Personaler/-innen deutlich. Die Integration von Gamification ermöglicht beispielsweise eine effizientere Ansprache und Bewertung von Bewerber/-innen.



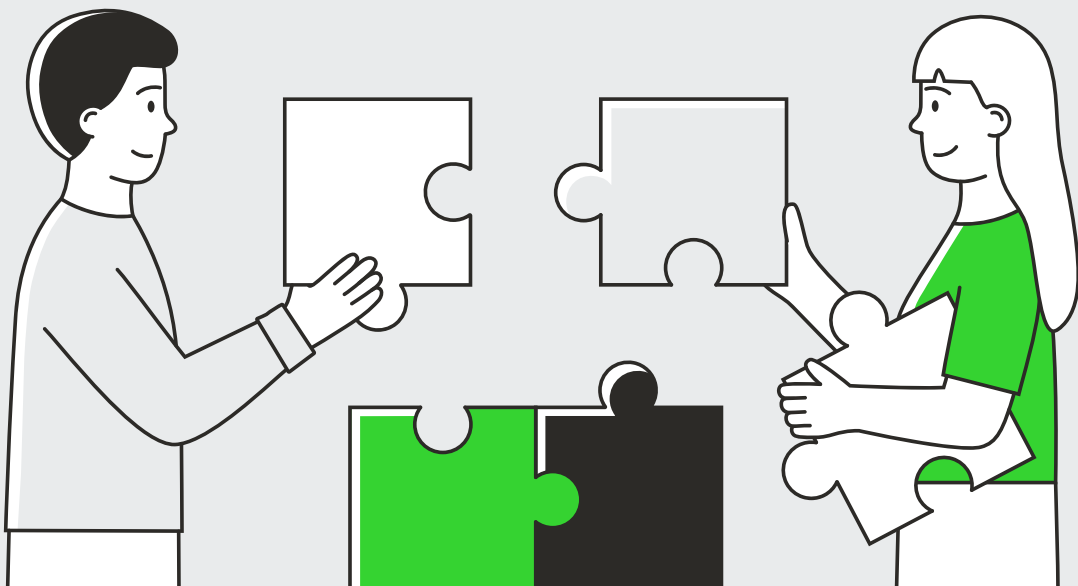
Nachteile von Gamification im Recruiting

Gamification im Recruiting kann kostspielig sein, da sie spezielle Software und möglicherweise auch Hardware erfordert. Jedoch bieten viele Anbieter/-innen z.B. auch schnelleStelle.de flexible Lösungen an, die sich an die Bedürfnisse unterschiedlicher Unternehmen anpassen lassen.

Nicht jede/-r Bewerber/-in hat gleichermaßen Zugang zur Technologie oder ist mit ihr vertraut. Unternehmen sollten sicherstellen, dass die gamifizierten Elemente intuitiv und zugänglich gestaltet sind, um eine breite Palette von Kandidat/-innen anzusprechen und niemanden auszuschließen.

Gamification kann dazu führen, dass der Fokus mehr auf Unterhaltung als auf den relevanten Qualifikationen und Fähigkeiten der Bewerber/-innen liegt. Hier ist es wichtig, die richtige Balance zu finden und den eigentlichen Fokus – das Recruiting – nicht aus den Augen zu verlieren.

Gamification-Elemente spiegeln möglicherweise nicht immer genau die Fähigkeiten und Eignung eines/-iner Bewerber/-in für die Stelle wider. Deshalb ist es wichtig, zusätzliche Bewertungsmethoden zu verwenden, um ein vollständiges Bild von den Bewerber/-innen zu bekommen und fundierte Entscheidungen zu treffen.



10 Beispiele für Gamification im Recruiting

1. Mobile Anwendungen

Durch mobile Anwendungen können Personalverantwortliche den Bewerber/-innen ein spielerisches Einstellungserlebnis direkt auf ihren Smartphones bieten.

Beispiel:

Eine App, die interaktive Aufgaben und Minispiele bietet, um die Fähigkeiten und Qualifikationen der Bewerber/-innen zu testen. Nach jeder Aufgabe erhalten die Kandidat/-innen ein sofortiges Feedback und können ihren Fortschritt verfolgen.

2. Spielbasierte Bewerbungsportale

Interaktive Erlebnisse für Kandidat/-innen, von Belohnungen bis zu Quizen.

Beispiel:

Ein Portal, in dem Bewerber/-innen Quizfragen beantworten und für richtige Antworten Punkte sammeln können. Am Ende des Bewerbungsprozesses können sie anhand ihrer Punktzahl sehen, wie gut sie im Vergleich zu anderen Bewerber/-innen abgeschnitten haben.

3. Nutzung sozialer Medienplattformen

Plattformen wie **Facebook**, **X** und **LinkedIn** bieten die Möglichkeit, Stellensuchende mit spielerischen Elementen wie Umfragen, Quiz und Bestenlisten zu begeistern.

Beispiel:

Ein Unternehmen postet regelmäßig kurze Quizfragen oder Umfragen auf LinkedIn, die mit den Aufgaben der offenen Stellen verbunden sind. Bewerber/-innen können diese beantworten und Punkte sammeln, um auf einer Bestenliste zu erscheinen.

4. Videospiele

Die Verwendung von Videospiele ermöglicht es, reale Arbeitsszenarien zu simulieren, mit denen Bewerber/-innen in ihrer zukünftigen Rolle konfrontiert werden könnten. Auf diese Weise können Personalverantwortliche die Fähigkeiten und Fertigkeiten eines Bewerbers auf unterhaltsame und ansprechende Weise bewerten.

Beispiel:

Ein Spiel, das reale Arbeitsszenarien simuliert, in denen Bewerber/-innen Aufgaben lösen müssen, die sie auch in ihrem zukünftigen Job erwarten würden. Dies könnte z.B. ein Spiel für Softwareentwickler sein, bei dem sie Code-Probleme lösen müssen.



5. Gamification im Assessment Center

Bewerber/-innen testen ihre Fähigkeiten in Herausforderungen.

Beispiel:

Anstatt traditionelle Tests und Interviews zu verwenden, können Bewerber/-innen in einem Assessment Center an Team-Challenges oder Escape Room-ähnlichen Spielen teilnehmen, die ihre Problemlösungsfähigkeiten und Teamarbeit testen.

6. Social Media Recruiting-Spiele

Interaktive Spiele auf sozialen Plattformen fördern die Bewerber-Interaktion.

Beispiel:

Ein interaktives Spiel auf Facebook, bei dem Bewerber/-innen virtuelle Aufgaben lösen und Hinweise sammeln müssen, um mehr über das Unternehmen und die offenen Stellen zu erfahren.

7. Gamification bei Recruiting-Events

Spiele und Herausforderungen erzeugen eine lebendige Atmosphäre.

Beispiel:

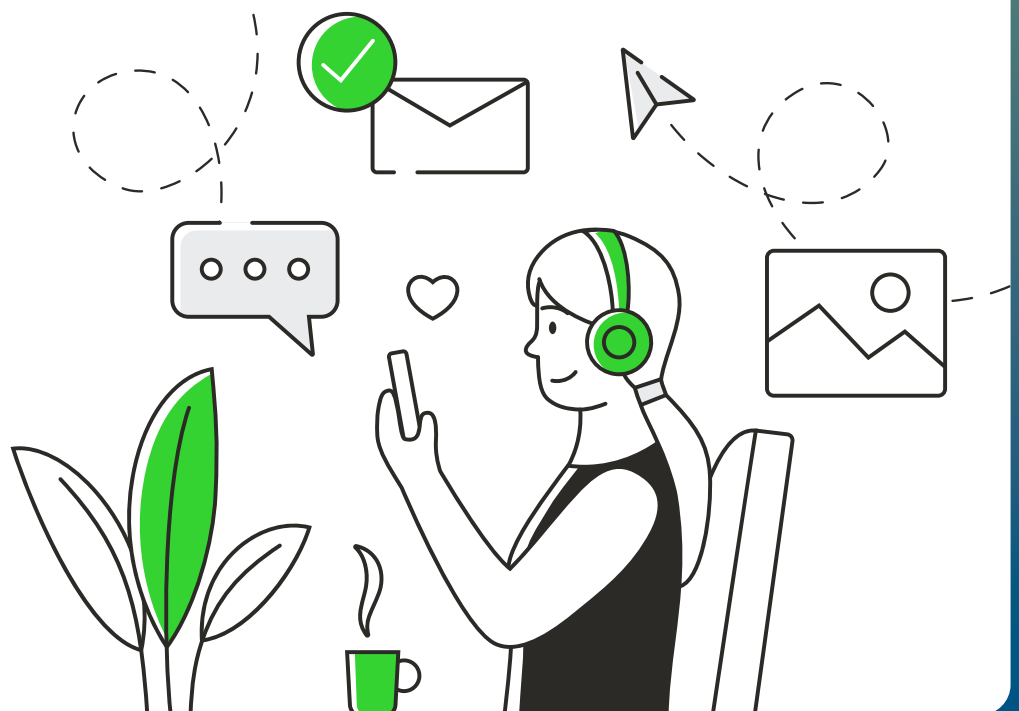
Bei einem Recruiting-Event können Teilnehmer/-innen an einer Schnitzeljagd teilnehmen, bei der sie Hinweise sammeln und Rätsel lösen müssen, um mehr über das Unternehmen zu erfahren und Preise zu gewinnen.

8. Virtual Reality

Geben Sie Einblicke in die Arbeitsumgebung durch virtuelle Realität.

Beispiel:

Eine VR-Erfahrung, die den Bewerber/-innen einen virtuellen Rundgang durch das Büro ermöglicht und sie verschiedene Aufgaben in einer simulierten Arbeitsumgebung erledigen lässt, um ihre Eignung für die Stelle zu testen.



9. Spielerisch gestaltetes Onboarding

Neue Mitarbeiter/-innen werden durch interaktive Elemente integriert.

Beispiel:

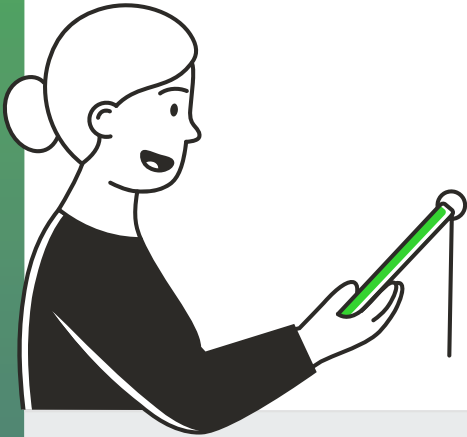
Ein interaktives Onboarding-Programm, bei dem neue Mitarbeiter/-innen durch eine Reihe von Aufgaben und Spielen geführt werden, um das Unternehmen und ihre Aufgabenbereiche besser kennenzulernen.

10. Recruiting-Funnel

Die Stellenanzeige selbst kann als interaktiver Funnel mit anschließender Bewerbungsmöglichkeit gestaltet sein.

Beispiel:

Bei schnelleStelle.de nutzen Sie eine interaktive Chat-Bewerbung für Ihr Recruiting. Bewerber/-innen können sich durch einen einfachen Chat-Prozess spielerisch durch die Stellenanzeige klicken & bewerben.



Der Gamification-Ansatz fehlt noch in Ihren Recruiting-Maßnahmen? Probieren Sie die Chat-Bewerbung von [schnelleStelle.de](#) aus. Den interaktiven Funnel erhalten Sie entweder in unserem [QR-Job](#), der eine innovative Lösung darstellt, um qualifizierte Fachkräfte im Handwerk, Einzelhandel, Gastronomie und mehr zu erreichen. Oder Sie verbreiten Ihre Chat-Bewerbung gezielt über Social Media dank unserem [TalentFilter](#).

Kontaktieren Sie noch heute unsere Recruiting-Experten, um gemeinsam die beste Lösung zu finden.

Ihr Ansprechpartner:

Daniel Kunze
Recruiting-Experte

T +49(0) 341-25 66 98 208

F +49(0) 341-25 66 98 30

daniel.kunze@schnellestelle.de



schnelle
Stelle.de