

CYQUEST entwickelt „Tr.A.X.“ für die Deutsche Bahn – Berufsorientierung per Online-Game

Hamburg, 07.12.2004: Nachdem CYQUEST im Mai die eAssessment Applikation „unique.st“ für den Unilever-Konzern präsentierte, stellt der Hamburger Recruitment-Spezialist aktuell das im Auftrag der Bahn entwickelte Online-Game „**Tr.A.X. – der Trans-Atlantik-Express**“ vor.

Mit dem Online-Game geht die Bahn neue Wege im Azubimarketing. Jugendliche können unter www.db-trax.de spielerisch die vielfältigen Berufsbilder der Bahn kennen lernen. Die abwechslungsreiche auf die Zielgruppe zugeschnittene Story sowie aufwendige Illustrationen und Effekte kombinieren Information und spannende Unterhaltung.

Aufgabenstellung: Gezielte Berufsorientierung auf „coole Art“

Mit derzeit 8.200 Auszubildenden ist die Bahn einer der größten Ausbilder Deutschlands. Auf die 2.600 aktuellen Ausbildungsplätze haben sich rund 60.000 junge Menschen beworben. Leider mangelt es den Bewerbern oftmals an konkreten Vorstellungen über die mehr als 25 unterschiedlichen Ausbildungsberufe.

Aufgabe des CYQUEST Teams war es, diese Informationslücke zu schließen und mit dem „Tr.A.X.“ ein Instrument zu entwickeln, dass Berufsinhalte und -anforderungen zielgruppengerecht vermittelt.

Projektziel

Zentrales Projektziel war es, Spiel und Information optimal zu verknüpfen. Damit „Tr.A.X.“ keinesfalls oberlehrerhaft an der Zielgruppe vorbei gestaltet wird hat CYQUEST von Anfang an Schüler und Auszubildende der Bahn mit in die Entwicklung der Spielgeschichte und deren Gestaltung einbezogen.

Joachim Diercks, CYQUEST GmbH: „ Wir sind überzeugt: Nur wenn den Jugendlichen das Spiel Spaß macht, nehmen sie das Marketinginstrument an. Nur dann transportieren wir die komplexen Berufsinformation der Bahn erfolgreich.“

Spielgestaltung

„Tr.A.X.“ ist eine spannende Zeitreise. Auf der Suche nach einem verschwundenen Freund erlebt der Spieler wichtige historische Momente aus der Pionierzeit der Bahn, fährt mit dem heutigen Hochgeschwindigkeitszug ICE 3 und ist dabei, wenn in der Zukunft interplanetare Reisen mit dem Zug möglich sind.

Im Gegensatz zu der oft trockenen Darstellung von Berufsbildern auf vielen Websites „erlebt“ der Teilnehmer im „Tr.A.X.“ unterschiedlichste Bahn-Mitarbeiter in ihren jeweiligen Berufen. Dabei wird er über den Berufsalltag etwa eines Lokführers genauso informiert wie über den jungen Beruf des Mechatronikers.

Das spielerisch-simulative Erleben verschiedenster Berufe ermöglicht einen selbständigen Abgleich der Interessen und Fähigkeiten mit den jeweiligen Berufsanforderungen. Daneben

sind im Spielverlauf Selbsteinschätzungs-Fragen integriert, aus denen sich für jeden Teilnehmer ein individuelles Feedback für seine Karriereplanung generiert.

-> Die virtuelle Simulation macht Ausbildungsberufe erlebbar!

„Tr.A.X.“ ist im Stile eines aufwendig animierten Comics gestaltet - orientiert an der überaus populären Ästhetik japanischer Mangas mit fotorealistischen Locations und „detailverliebten“ Charakteren.

Zukünftige Entwicklung der Personalrekrutierung bei der Bahn

Das Projekt „Tr.A.X.“ dient der Bahn als Pilotprojekt und damit als Vorstufe eines zukünftigen Bewerbungsprozesses, der Personalmarketing, Bewerbung und Bewerberselektion im Internet zusammenführt.

Ursula Venbert, Ausbildungsbeauftragte der Deutsche Bahn AG: „Das Internet ist heute bereits die zentrale Informationsquelle bei der Berufsorientierung. Bei einer bahninternen Befragung gaben selbst unter den Azubis traditioneller Eisenbahnberufe wie „Gleisbauer“ etwa zwei Drittel an, sich im Internet mit Bahn-Informationen versorgt zu haben.“

Auch wenn die Bahn vorläufig nicht auf Papierbewerbungen verzichtet, werden die wesentlichen Vorteile einer internetbasierten Recruitingstrategie – schnellerer Bewerbungsprozesses, niedrigere Rekrutierungskosten – dazu führen, dass die Bedeutung dieses Bewerberkanals weiter zunimmt.

Recrutainment – der Trend im eCruting

„Tr.A.X.“ steht beispielhaft für einen starken Trend im eCruting - Recrutainment. Die spielerisch-simulative Kombination von Personalmarketing und eAssessment im Internet ermöglicht es Unternehmen, gezielt über Berufsperspektiven zu informieren und gleichzeitig auswahlrelevante Bewerberdaten zu gewinnen.

Während „Tr.A.X.“ primär den Personalmarketing-Aspekt betont, übernimmt beispielsweise die von CYQUEST für Unilever entwickelte eAssessment Applikation „unique.st“ bereits eine komplette Auswahlstufe für den zukünftigen Unilever-Führungsnachwuchs.

Weitere Informationen und Bildmaterial:

CYQUEST GmbH

Tim Jägeler

Tel.: +49 (0)40 85407-190

<mailto:t.jaegeler@cyquest.net>

www.cyquest.de, www.cyquest.net, www.recrutainment.de

Über CYQUEST – The Recrutainment Company:

CYQUEST ist der Pionier im Online-Recrutainment. In unterhaltsamen, oftmals spielerischen Applikationen wird die Generierung aussagekräftiger Bewerberdaten mit der gezielten Vermittlung von Personalmarketing-Botschaften verbunden.

CYQUEST Recrutainment-Kunden (Auswahl): Allianz, Beiersdorf, Deutsche Bahn, Ernst & Young, Fraport, Masterfoods, PriceWaterhouseCoopers, Tenovis und Unilever.