


Personalsuche in virtuellen Welten



Jobsuche und Seminare im Netz: Second Life hat viel Potenzial. 

Second Life» Der forward2business-ThinkTank führt radikale Zukunftsdebatten. Er versammelt alljährlich 200 Manager und entwirft Business-Szenarien für die kommenden zehn Jahre. Sein Focus: „Geschäftsmodelle der Zukunft“. Ein Thema auch für Personalfachleute, denn die Wege des Recruiting führen durchaus auch in virtuelle Welten.

Deutschlands sonst so visionäre Consulter haben ein Problem! Wir sehen die Zukunft vor lauter Visionen nicht. Anfang des Jahres waren sich alle einig, mit der virtuellen 3D-Welt SecondLife und ihren rasant steigenden Anmeldezahlen jene Plattform gefunden zu haben, auf die die Geschäftsmodelle der Zukunft aufbauen. In den vergangenen Wochen ging der Hype-Cycle dann auf seine erwartbare Talfahrt und bescherte dem SecondLife Schlagzeilen rund um Kinderporno, stagnierende Teilnehmer & Co. Kaum einer möchte heute an seine blumigen Prognosen von einst erinnert werden. Ein guter Moment um die Luft raus zu lassen und das wahre Potenzial der virtuellen Welten für Personaler und HR-Verantwortliche zu ergründen.

Exakt ein Jahr ist es her, da schreckte ein Redner die Manager des forward2business-ThinkTanks mit einer unglaublichen Vision: Es entstehe eine virtuelle Welt, SecondLife, in der sich in fünf Jahren reales Geld verdienen lasse, weil die Geschäftsmodelle der realen Welt integriert würden. Guntram Gräf hieß der forward2business-Redner, der keine neun Monate später als erster SecondLife-Millionär durch die Presse ging. Dass er – Hype sei Dank – so schnell ausgesorgt haben würde, konnte damals keiner wissen.

Einig sind sich die Trendforscher aber, dass die Businesswelten in fünf Jahren eine Mischung aus realer und virtueller Welt sein werden. Diese wird vermutlich nicht SecondLife heißen. Schon heute arbeiten weltweit acht ernstzunehmende Unternehmen an virtuellen Welten, die noch in diesem Jahr zusätzlich zu Second Life auf den Markt kommen werden. Das Internet wird künftig zu großen Teilen so aussehen wie heute SecondLife. Das weltweit renommierteste Trendforschungsinstitut Gartner rechnet damit, dass bis 2011 schon 80 Prozent aller Internetuser als Avatare (vom User entworfene Figuren) in virtuellen Welten unterwegs sein werden. Damit entsteht für HR-Verantwortliche in den Unternehmen die Frage: Wie lassen sich virtuelle Welten sinnvoll für die HR-Arbeit nutzen?

Die Entwicklung der virtuellen Welten geht einher damit, dass die Geburtenjahrgänge ab 1985 auf den Arbeitsmarkt drängen. Sie haben andere als die bisher gewohnten Medien-Lifestyle- und Konsumgewohnheiten. Um auch in diesen Zielgruppen die besten Potentials zu erreichen, muss sich eine verantwortliche HR-Arbeit der Zukunft auf eben diesen Medien und Kulturkanälen bewegen. SecondLife ist dafür der Prototyp. Diesen Zug darf man noch verpassen, den nächsten nicht mehr.

„I got my job through Second Life“. Solch eine Schlagzeile, die in Varianten durch Blogs und Medien geistert, ist zwar wahr, bezieht sich aber zunächst nahezu ausschließlich auf Web-Designer und Agenturen, die SecondLife-Auftritte für Unternehmen umsetzen. Diese Agenturen haben im SecondLife besonders kreative Designer angesprochen und beschäftigten inzwischen weltweit Leute, die sie niemals zu Gesicht bekommen haben, wie Gif Constable, Chef der Agentur Electric Sheep Company (Nissan, Reuters) bestätigt. Andere Agenturen sind inzwischen ihren neuen im SecondLife gefundenen Angestellten entgegen gekommen. So arbeitet Deutschlands erster SecondLife-Millionär Guntram Gräf mit seinen Mitarbeitern inzwischen von Wuhan in China aus.

Lesen Sie weiter auf Seite 2: Reale Jobs im Second Life

Neben den besten Grafikern werden im SecondLife derzeit vor allem Minijobs für das SecondLife vermittelt. Ein „Greeter“, also ein Avatar, der andere Avatare auf einer SecondLife-Insel empfängt, verdient 250-350 Linden-Dollar in der Stunde. Diese Linden-Dollar lassen sich frei in US-Dollar konvertieren. Der Stundenlohn von einem US-Dollar ist für unsere Verhältnisse recht mager, aber nicht für SecondLife-User in Brasilien oder auf den Philippinen.

Der bisher ernsthafteste Recruitingversuch in virtuellen Welten soll ein Erfolg gewesen sein. Jedenfalls wenn man den beteiligten Firmen glauben darf. Im Mai hatte die amerikanische Beratungsgesellschaft TMP eine virtuelle Karrieremesse im SecondLife organisiert. Mit dabei waren eBay, Hewlett-Packard (HP), Microsoft, Sodexo, T-Mobile und Verizon. Deren Personalabteilungen waren mit eigenen Avataren vertreten, die Interviews mit Bewerbern führten und ihre Bewerber über die eigenen SecondLife-Inseln führten und das Unternehmen erklärten. Weitere SecondLife-Karriere-Messen sind unter dem Namen

„Network in World“ schon geplant. Sie sind optimal für Unternehmen, die als innovationsaffin bekannt sind und ihre Bewerber in einer einzigartigen und kreativen Onlineumgebung treffen wollen, so Louis Vong, Vizepräsident von TMP.

Eine Besonderheit der virtuellen Welten ist Diskretion. Wer schon einmal Bewerber hatte, die auf Jobsuche sind ohne sofort Ihre Identität preisgeben zu wollen, weiß diesen Vorteil gegenüber E-Mail und Telefonanrufen zu schätzen. In virtuellen Welten bewegen sich die Nutzer als Avatare mit Fantasienamen. Nichts lässt Rückschlüsse auf den Bewerber zu, wenn er seinen Namen nicht preisgeben will.

Doch auch TMP macht eine typische SecondLife Erfahrung. Das Recruiting Center im SecondLife „TMP Island“ war während der Messe gut besucht. Wenn gerade keine Aktion hier stattfindet, dann herrscht auch dort wie andernorts im SecondLife gähnende Langeweile.

Der bekanntermaßen aktivste Großkonzern in SecondLife ist IBM. Der weltweite Elektronikriese hat bereits wesentliche innerbetriebliche Kommunikationsprozesse ins SecondLife verlagert. Hier finden Teamarbeit und Community-Meetings statt, 3D-Konferenzen, Weiterbildungen oder Produktvorstellungen. Dafür hat der Konzern sehr viel Geld in SecondLife Inseln investiert, die für normale SecondLife User teilweise zugänglich, teilweise gesperrt sind.

Lesen Sie weiter auf Seite 3: Austausch über tausende von Kilometern

Zugänglich ist das „Virtual Recruiting Center“, in dem Bewerber interviewt werden, ein Speedmentoring bekommen, Fragen beantwortet und Informationen über Praktika, Diplomarbeiten und Jobangebote gegeben werden oder individuelle 3-D-Touren durch das Unternehmen beginnen. Bei den eigenen Events zur Unternehmensbindung zählt IBM bisher 1.700 Besucher.

Speziell für Deutschland gibt es eine recht neue IBM-SecondLife-Community, den „Career Club Germany“. Er hat bislang 140 Mitglieder. Das Ziel brachte Ted Hoff, Vice President für Aus- und Weiterbildung jüngst im amerikanischen Workforce Magazin auf den Punkt: „Die neuen IBM-Mitarbeiter, die tausende Kilometer von einander entfernt leben, sind schon vor ihrem ersten Arbeitstag in der Lage gemeinsam zu lernen, zu inter-agieren und Ideen auszutauschen.“

Ihre Stärken spielen SecondLife und die anderen virtuellen Welten immer dann aus, wenn es um die Verbesserung des Lernens aus der Ferne geht. Die bisher bekannten Online-Tools bekommen mit der dreidimensionalen Darstellung und der Verkörperung der anwesenden Personen als Avatare eine gänzlich neue Qualität. Dies ist es auch, was für IBM interne Weiterbildungen, Verkaufstrainings, Brainstormings und Impact Conferences wirklich nutzbringend macht.

Nach dem SecondLife-Hype!

Am 10. und 11. September 2007 findet in Köln die Jahrestagung: „Das wahre Potenzial der neuen Virtuellen Welten“ statt. Hier analysiert Zukunftstrainer Sven Gábor Jánzsky mit ausgewählten First Movern aus dem forward2business-ThinkTank die erfolgreichsten Businesspotenziale der neuen virtuellen Welten nach dem SecondLife-Hype. In Praxisberichten und Live-Demonstrationen erhalten die Teilnehmer das Know-how, über eine Strategie Ihres Unternehmens für virtuelle Welten sinnvoll zu entscheiden. Der Preis: 1.490 Euro. » www.forward2business.com

[20.07.2007] Von Sven Gábor Jánzsky, Leiter des forward2business-ThinkTanks, Halle/Leipzig

Alle Rechte vorbehalten.

Die Web-Seiten von wiwo.de, ihre Struktur und sämtliche darin enthaltenen Funktionalitäten, Informationen, Daten, Texte, Bild- und Tonmaterialien sowie alle zur Funktionalität dieser Web-Seiten eingesetzten Komponenten unterliegen dem gesetzlich geschützten Urheberrecht der ECONOMY.ONE GmbH. Der Nutzer darf die Inhalte nur im Rahmen der angebotenen Funktionalitäten der Web-Seiten für seinen persönlichen Gebrauch nutzen und erwirbt im übrigen keinerlei Rechte an den Inhalten und Programmen.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ist ohne schriftliche Genehmigung der ECONOMY.ONE GmbH untersagt. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-Rom.

© **ECONOMY.ONE GmbH, 2000-2007**

Klicken Sie bitte hier, um diesen Artikel zu drucken» 
