

ProXHybrid

Fachkräfte, Arbeitgeber:innen und IT-Studierende der Region Leine-Weser vernetzen
und für die Hybride Arbeitswelt stärken



Virtual Showrooms

Marco Di Maria

marco.dimaria@uni-hildesheim.de

Arbeitsberichtreihe zum Forschungs- und Transferprojekt ProXHybrid
Bericht 1

Herausgegeben von
Prof. Dr. Ralf Knackstedt & Prof. Dr. Julia Rieck

Universität Hildesheim
Institut für Betriebswirtschaft und Wirtschaftsinformatik
proxhybrid@uni-hildesheim.de

Universitätsplatz 1
31141 Hildesheim
Samelsonplatz 1
31141 Hildesheim

Inhaltsverzeichnis

1 Projektüberblick	2
2 Projektteilziele.....	2
3 Virtual Showrooms als Werkzeug für das hybride Branding	3
4 Handlungsempfehlungen an regionale Unternehmen.....	11
5 Zusammenfassung.....	12

1 Projektüberblick

Das Projekt ProXHybrid hat hauptsächlich zum Ziel, eine engere und vielfältigere Verbindung zwischen Arbeitgeber:innen in der Leine-Weser-Region und IT-Studierenden sowie Fachkräften herzustellen. Es geht darum, diese Zielgruppen bei der Entwicklung wichtiger Fähigkeiten für das hybride Arbeiten in zunehmenden digitalen Arbeits- und Lernumgebungen zu unterstützen. Das Projekt baut dabei auf den Erfahrungen und Ansätzen des Vorgängerprojekts ProXLab auf und konzentriert sich besonders auf Methoden und Fähigkeiten, die für hybrides Arbeiten wichtig sind. Es werden erfolgreiche Ansätze weiterentwickelt und getestet, mit dem Ziel, dass mehr IT-Studenten und Absolventen sich für eine Arbeit bei lokalen Unternehmen entscheiden und dauerhaft ihre Fähigkeiten in der Region einbringen.

2 Projektteilziele

Zur Erreichung des hauptsächlichen Projektziels wurden vier Projektteilziele definiert:

Teilziel 1 – Erhöhung der Sichtbarkeit lokaler Arbeitgeber bei IT-Studierenden

Ziel ist es, einen frühen und effektiven Austausch zwischen regionalen Unternehmen und IT-Studierenden zu fördern, um durch innovative Kennenlernformate ein besseres gegenseitiges Verständnis zu entwickeln. Dies soll die Entscheidung von IT-Studierenden für eine Beschäftigung bei lokalen Arbeitgebern begünstigen.

Teilziel 2 – Förderung des Austausches zwischen Arbeitgebern, IT-Studierenden und IT-Fachkräften

Mehrmalige Treffen pro Semester sollen den Austausch durch diverse Formate und Werkzeuge intensivieren. Ziel ist es, eine Plattform für Arbeitgeber zu schaffen, um ihre Anforderungen an Wissen und Kompetenzen zu kommunizieren und die Vernetzung in der Region zu stärken.

Teilziel 3 – Verbesserung des Matchings von Erwartungen

Frühzeitiger Austausch von Erwartungen zwischen Arbeitgebern, IT-Fachkräften und Studierenden soll helfen, den Bedarf der Unternehmen und die Interessen der Studierenden zusammenzuführen, um passgenaue Angebote zu entwickeln. Dies führt zu verbesserten Kennenlern-, Austausch- und Kompetenzentwicklungsangeboten.

Teilziel 4 – Stärkung von IT-Studierenden und IT-Fachkräften für das hybride Arbeiten

Die Entwicklung von Fähigkeiten für das hybride Arbeiten steht im Mittelpunkt, einschließlich des Verständnisses und der Anwendung relevanter Technologien. Ziel ist es, IT-Studierende und Fachkräfte durch praktische Veranstaltungen und den Einsatz von Virtualisierungstechnologien auf die Anforderungen hybrider Arbeitswelten vorzubereiten, dabei ihre Kompetenzen zu erweitern und eine hohe Passgenauigkeit zwischen den Kompetenzanforderungen der Region und den angebotenen Kompetenzentwicklungen zu erreichen.

3 Virtual Showrooms als Werkzeug für das hybride Branding

Um insbesondere die Sichtbarkeit lokaler Arbeitgeber:innen zu steigern (TZ1) und den Austausch zwischen Arbeitgeber:innen, Studierenden und IT-Fachkräften zu steigern (TZ2) wurden sogenannte Virtual Showrooms entwickelt und erprobt.

Dabei wurden zunächst ein grundlegendes Konzept entwickelt (*siehe Kap. 3.1*). Dabei wurden zwei Perspektiven eingenommen. Zunächst die Perspektive der Studierenden in der Rolle der Bewerber:innen. Anschließend die Perspektive der Arbeitgeber:innen.

So haben Studierende Virtual Showrooms gebaut und zur Präsentation ihrer persönlichen Erfahrungs- und Kompetenzprofile erprobt (*siehe Kap. 3.2*).

Anschließend wurden auf Basis der Erfahrungen für studentische Zwecke stellvertretend für die Rolle der Bewerber:innen Virtual Showrooms für die Zwecke von Arbeitgeber:innen gestaltet und erprobt (*siehe Kap. 3.3*).

3.1 Konzeption

Unter Virtual Showrooms verstehen wir virtuelle Umgebungen zur asynchronen und synchronen Präsentation bzw. Erkundung von Unternehmen, Rollen, Produkten, Technologien und andere spannende Dinge. Diese Artefakte vorstellen. Sie können sich selbst, ihre Fähigkeiten und Kompetenzen zeigen. Virtuelle Räume und Elemente können geteilt werden, sodass Ergebnisse weiterentwickelt werden können. Ebenso können typische Aufgaben für bestimmte Berufe entlang des ‚Virtualitätskontinuums‘ (Milgram et al., 1995¹) damit „simuliert“ werden bzw. „erfahrbar“ gemacht werden (Alfred et al., 2018²).

Die Bedeutung von Jobmerkmalen und Arbeitgeberattributen ist entscheidend im Bewerbungsprozess, wobei realistische Jobinformationen und Unternehmensdaten für den Rekrutierungserfolg unerlässlich sind (Saks und Ashforth, 1997³; Ployhart, 2006⁴; Cable und Turban, 2003⁵). Diese Faktoren beeinflussen die Wahrnehmung der Jobsuchenden positiv, sofern sie akkurat sind (Yu et al., 2022⁶). Allerdings können vorbestehendes Wissen und Wahrnehmungen der Jobsuchenden, wie z.B. durch Gerüchte entstandene Fehlinformationen, unerwünschtes 'Rauschen' erzeugen (Cable und Turban, 2003), was die Bewertung der Passung zwischen Person und Job (PJF) sowie Person und Organisation (POF) erschwert (Carless, 2005⁷).

Virtuelle Showrooms adressieren diese Herausforderungen, indem sie KMUs ermöglichen, sich und ihre Angebote gezielt und authentisch zu präsentieren und somit das Matching zwischen Arbeitgeber:innen und Bewerber:innen zu verbessern. Dazu haben wir im Rahmen gestaltungsorientierter Forschung – engl.: ‚Design Science Research‘ – Methoden und Techniken der Wirtschaftsinformatik eingesetzt, um die anvisierte Lösung systematisch zu entwerfen und zu erproben (Hevner et al., 2004⁸). Dabei sind wir in zwei größeren Iterationen vorgegangen und haben unseren Lösungsansatz immer wieder angepasst mittels Redesign, sofern wir dafür Anhaltspunkte während der Evaluation gefunden haben. Unter der Einnahme der beiden Perspektiven (Bewerber:in; Arbeitgeber:in) haben wir folgende Ziele an die zugestaltende Lösung (Peppers et al., 2007⁹) formuliert:

Bewerber:innen sollen ihre Erfahrungen und Fähigkeiten interaktiv und lebhaft präsentieren können. Eine kreative Alternative zum traditionellen schriftlichen Lebenslauf soll geschaffen werden, um die eigene Persönlichkeit noch direkter und persönlicher zu vermitteln, sodass Mitarbeiter der Personalabteilung einen lebendigen Eindruck bekommen. Für **Arbeitgeber:innen** sollen auf innovative Weise Stellenanzeigen präsentiert und die dafür nötigen Kompetenzen interaktiv vorgestellt werden, etwa durch kleine, spielerische Aufgaben. Zudem soll ermöglicht werden, die Unternehmenskultur greifbar zu machen und potenzielle Arbeitsplätze sowie die Arbeitsatmosphäre lebendig zu demonstrieren. Das soll nicht nur beim Employer Branding helfen, sondern auch dabei, die Besonderheiten und Herausforderungen des Unternehmensalltags anschaulich zu machen.

¹ Milgram, P., Takemura, H., Utsumi, A., & Kishino, F. (1995, December). Augmented reality: A class of displays on the reality-virtuality continuum. In *Telemanipulator and telepresence technologies* (Vol. 2351, pp. 282-292). Spie.

² Alfred, M., Neyens, D. M., & Gramopadhye, A. K. (2018). Comparing learning outcomes in physical and simulated learning environments. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 68, 110-117.

³ Saks, A. M., & Ashforth, B. E. (1997). 'A longitudinal investigation of the relationships between job information sources, applicant perceptions of fit, and work outcomes', *Personnel psychology* 50(2), 395-426.

⁴ Ployhart, R. E. (2006). 'Staffing in the 21st Century: New Challenges and Strategic Opportunities', *Journal of Management* 32(6), 868-897.

⁵ Cable, D. M. & Turban, D. B. (2003). 'The Value of Organizational Reputation in the Recruitment Context: A Brand-Equity Perspective', *Journal of Applied Social Psychology* 33(11), 2244-2266

⁶ Yu, K. Y. T., Dineen, B. R., Allen, D. G. & Klotz, A. C. (2022). 'Winning applicants and influencing job seekers: An introduction to the special issue on employer branding and talent acquisition', *Human Resource Management* 61(5), 515-524

⁷ Carless, S. A. (2005). 'Person-job fit versus person-organization fit as predictors of organizational attraction and job acceptance intentions: A longitudinal study', *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 78(3), 411-429.

⁸ Hevner, A. R., March, S. T., Park, J. & Ram, S. (2004). 'Design science in information systems research', *MIS quarterly* 28(1), 75-105.

⁹ Peppers, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A. & Chatterjee, S. (2007). 'A Design Science Research Methodology for Information Systems Research', *Journal of Management Information Systems* 24 (3), 45-77.

3.2 Virtual Showrooms zu Bewerbungszwecken¹⁰

Diese Showrooms sollten es ermöglichen, das Profil, die Fähigkeiten und den Werdegang von Individuen – insbesondere Studierenden – in einem innovativen, interaktiven Format darzustellen, das über die Möglichkeiten traditioneller Bewerbungsunterlagen hinausgeht. Hierzu wurden konkrete, vorläufige **Anforderungen** definiert (siehe **Tab. 1**), um prototypisch verschiedene Technologien zur Entwicklung von virtuellen Showrooms erproben und evaluieren zu können.

Die **Entwicklung** der virtuellen Showrooms erfolgten unter Anwendung vier verschiedener Technologien: Unity¹¹, Mozilla Hubs¹², Minecraft¹³ und Roblox¹⁴. Das Projektteam setzte weiter auf kreative Methoden wie Brainstorming und Design Thinking, um innovative Wege zur Präsentation von Informationen und zur Interaktion in den virtuellen Räumen zu finden. Dabei wurden drei verschiedene Prototypen entwickelt, die die Anforderungen in unterschiedlichem Maße erfüllten und auf ihre spezifischen Stärken hin evaluiert wurden. Die Entwicklung erfolgte iterativ, wobei kontinuierlich Feedback eingeholt wurde, um die Prototypen zu verbessern und die Anforderungen besser zu verstehen. Die Bewertung der einzelnen Technologien erfolgte anhand der Anforderungen, wobei jede Technologie ihre eigenen Vor- und Nachteile in der Umsetzung der geforderten Anforderungen aufwies.

Im **Ergebnis** ermöglichten alle vier betrachteten Technologien – Unity, Mozilla Hubs, Minecraft und Roblox – die Erstellung von Virtual Showrooms, die das Profil und die Fähigkeiten von Individuen auf innovative Weise präsentieren können. Jede Technologie hatte dabei spezifische Stärken und Schwächen in Bezug auf die Erfüllung der gesetzten Anforderungen (siehe **Tab. 2**).

Tabelle 1. Vorläufige Anforderungen an Virtual Showrooms für Bewerbungszwecke

Anf. #	Beschreibung: Der Raum soll ...
A1.1	... über einen Webbrowser betretbar sein
A1.2	... möglichst selbsterklärend sein.
A1.3	... von mehreren Nutzer:innen gleichzeitig benutzt werden können.
A1.4	... einfach mittels Weitergabe eines Links teilbar sein.
A1.5	... speicherbar sein
A1.6	... gleichzeitig von mehreren Creators gestaltet werden könne.
A1.7	... auch asynchron allein nutzbar sein.
A1.8	... die Kommunikation in Echtzeit zwischen Besucher:innen ermöglichen.
A2.1	... über das Profil einer bestimmten Person auf vielfältige Weise Auskunft bieten.
A2.2	... karrierespezifische Informationen bieten.
A2.3	... auf innovative Weise Texte verwenden, um das Profil der Studierenden sichtbar zu machen.
A2.4	... auf innovative Weise Bilder verwenden, um das Profil der Studierenden sichtbar zu machen
A2.5	... auf innovative Weise Videos verwenden, um das Profil der Studierenden sichtbar zu machen.
A2.6	... auf innovative Weise Audio verwenden, um das Profil der Studierenden sichtbar zu machen.
A2.7	... auf innovative Weise spielerische Elemente verwenden, um das Profil der Studierenden sichtbar zu machen.
A2.8	... erfahrbar machen, welche Erfahrungen die Studierende aufweist.
A2.9	... erfahrbar machen, welche Kompetenzen die Studierende aufweist.

¹⁰ Wir bedanken uns ganz herzlich bei den folgenden Studierenden für ihre Unterstützung im Rahmen des IT-Studienprojekts: *Elif Erciyas, Leon La, Vanessa Guski*

¹¹ <https://unity.com/de>

¹² <https://hubs.mozilla.com/>

¹³ <https://www.minecraft.net/de-de>

¹⁴ <https://www.roblox.com/home>

Tabelle 2. Vorläufige Anforderungen an Virtual Showrooms für Bewerbungszwecke

Anf. #	Umsetzbarkeit			
	Roblox	Minecraft	Mozilla Hubs VR	Unity
A1.1	Ja	Nein	Ja	Ja
A1.2	Ja	Ja	Ja	Ja
A1.3	Ja	Ja	Ja	Ja
A1.4	Ja	Nein	Ja	Ja
A1.5	Ja	Ja	Partiell	Ja
A1.6	Ja	Ja	Ja	Ja
A1.7	Ja	Ja	Ja	Ja
A1.8	Ja	Ja	Ja	Ja
A2.1	Ja	Ja	Ja	Ja
A2.2	Ja	Ja	Ja	Ja
A2.3	Ja	Ja	Partiell	Ja
A2.4	Ja	Ja	Ja	Ja
A2.5	Ja	Nein	Ja	Ja
A2.6	Ja	Partiell	Partiell	Ja
A2.7	Ja	Ja	Partiell	Ja
A2.8	Ja	Ja	Ja	Ja
A2.9	Ja	Ja	Partiell	Ja

Auf Basis der Ergebnisse und Reflexion im Team geben wir als **Empfehlung** die Technologie **Roblox** aufgrund seiner Benutzerfreundlichkeit, der umfassenden Gestaltungsmöglichkeiten und der relativ geringen Einstiegshürden als besonders geeignete Plattform für die Erstellung von Virtual Showrooms im Kontext der Personalbeschaffung (siehe Abb. 1).

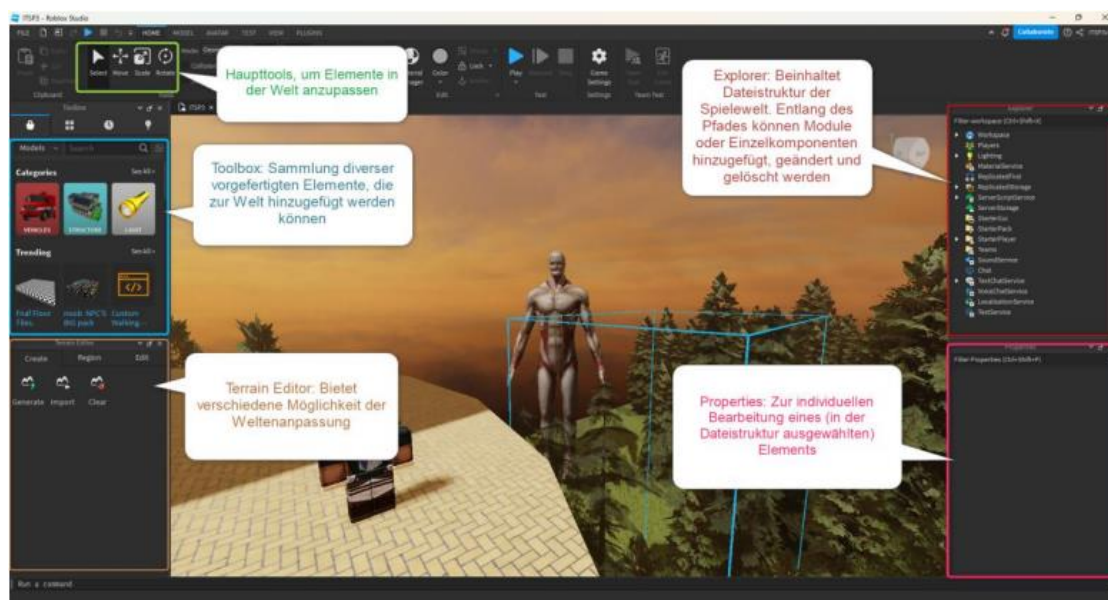


Abbildung 1. Grundfunktionen von Roblox im sog. ‚Roblox Studio‘

Unity wurde für komplexere Projekte mit höheren Anforderungen an die Anpassbarkeit und Visualisierung als geeignet angesehen, während Mozilla Hubs und Minecraft jeweils für spezifischere Anwendungsfälle empfohlen wurden. Mittlerweile stehen bei Mozilla Hubs VR zudem nicht mehr die Gestaltungsfreiheiten zur Verfügung wie zu Projektbeginn und die Nutzung ist nicht mehr kostenlos.

3.3 Virtual Showrooms zu Zwecken des Employer Brandings und der Rekrutierung

Damaris Hetmank, Marvin Wucher, Gidion Schillon, Marco Di Maria

Das **Ziel** in diesem Teilprojekt war es, Anforderungen an virtuelle Showrooms von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zu identifizieren und diese mit entsprechenden Prototypen zu ergänzen bzw. zu evaluieren. Dabei lag der Fokus darauf, die Wirksamkeit virtueller Showrooms im Recruiting zu verbessern und Unternehmen eine innovative Möglichkeit zur Optimierung ihrer Recruiting-Prozesse zu bieten

Tabelle 3. Anforderungen an Virtual Showrooms für Arbeitgeber:innen-Zwecke

Anf. #	Anforderung	Teilaspekt
A1	Einheitlich	Cooperate Identity einbinden
A2	Effiziente Interaktionen	Zeiteffiziente User Experience
		Interaktionsmöglichkeiten
A3	Einfachheit	Einfacher Zugang
		Aufwand und Nutzen im Einklang
		Baukastenprinzip
		Kosten
A4	Sprach und Datenschutz	Keine auffordernde Sprache
		Datenschutz

Die **Anforderungen** wurden durch gezielte Interviews mit Vertreter:innen verschiedener regionaler KMUs erfasst (**siehe Tab. 3**). Die Durchführung der Interviews folgte einem strukturierten Prozess, der die Identifikation spezifischer Bedürfnisse und Erwartungen ermöglichte. Zu den identifizierten Anforderungen zählten unter anderem die Einbindung der Corporate Identity, eine zeiteffiziente User Experience, einfacher Zugang bzw. Integrierbarkeit, Interaktionsmöglichkeiten, Datenschutz und die Berücksichtigung von Kosten.

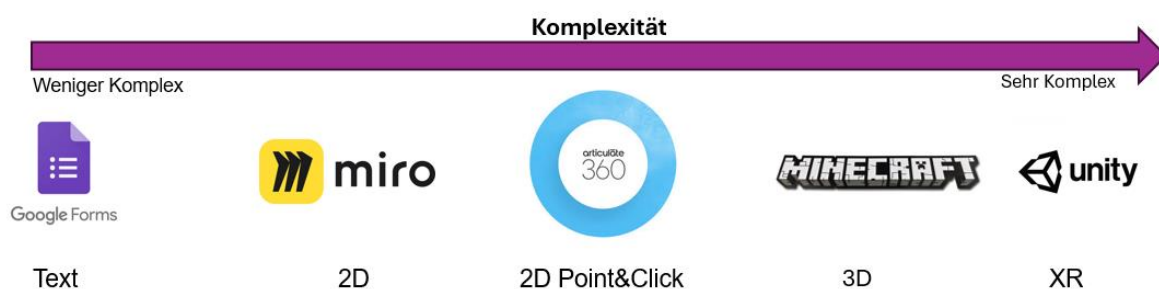


Abbildung 2. Komplexität entlang des Mixed-Reality-Kontinuums

Für die **Gestaltung** wurden Prototypen für verschiedene KMUs unter Einsatz vier verschiedener Tools wie Roblox, Genial.ly¹⁵, Gather.Town¹⁶ und Deck.Toys¹⁷ erstellt (**siehe Abb. 2**). Jedes Tool wurde hinsichtlich seiner Eignung, die Anforderungen zu erfüllen, evaluiert. Dabei wurde besonderer Wert auf Interaktionsmöglichkeiten, die Integration der Unternehmensidentität und die Benutzerfreundlichkeit gelegt.

¹⁵ <https://genial.ly/de/>

¹⁶ <https://www.gather.town/>

¹⁷ <https://deck.toys/>

Anforderung	Aspekt	Roblox	Gathertown	Genial.ly	Decktoys
A1 Einheitlichkeit	Cooperate Identity einbinden	Gut	Gut	Gut	Mittel
A2 Effiziente Interaktion	Zeiteffiziente User Experience	Gut	Gut	Gut	Gut
	Interaktionsmöglichkeiten	Mittel	Gut	Mittel	Mittel
A3 Einfachheit	Einfacher Zugang	Mittel	Gut	Gut	Mittel
	Aufwand und Nutzen im Einklang	Schlecht	Gut	Mittel	Mittel
	Baukastenprinzip	Gut	Gut	Mittel	Gut
	Kosten	Gut	Mittel	Gut	Gut
A4 Sprach und Datenschutz	Keine auffordernde Sprache	Gut	Gut	Gut	Gut
	Datenschutz	Gut	Mittel	Gut	Gut

Die **Evaluation** der Prototypen basierte auf dem Feedback der KMUs und internen Analysen. Wichtige Evaluationskriterien umfassten die Erfüllung der definierten Anforderungen, die Effektivität der Interaktionsmöglichkeiten, die Anpassbarkeit an die Unternehmensidentität und die allgemeine Benutzererfahrung. Zusätzlich wurden die Prototypen in einer Live-Demonstration präsentiert, um ihre Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit zu veranschaulichen.



Abbildung 3. Screenshot des Virtual Showrooms der Partnerfirma 'ENTIAC'

Das Projekt ergab, dass virtuelle Showrooms eine vielversprechende Möglichkeit bieten, die Recruiting-Prozesse von KMUs zu optimieren. Insbesondere wurde festgestellt, dass Tools wie Gather.Town aufgrund ihrer Einfachheit, Zugänglichkeit und vielfältigen Interaktionsmöglichkeiten besonders geeignet sind. Als **Empfehlung** für KMUs wird vorgeschlagen, die Möglichkeiten virtueller Showrooms zu erkunden und diese an ihre spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen anzupassen. Es wird betont, dass die Auswahl des richtigen Tools entscheidend ist, um eine effektive und ansprechende Darstellung des Unternehmens und seiner Werte zu gewährleisten.

3.4 Virtual Showrooms zu Zwecken der virtuellen Karrieremesse¹⁸

Auf Basis der Ergebnisse aus den Perspektiven der Bewerber:innen und Arbeitgeber:innen haben wir uns eine dritte Perspektive erschlossen. Aus Gesprächen mit Expertinnen für Karriere-/Berufsberatung der Arbeitsagentur sowie des Career Services der Universität Hildesheim sowie dem Arbeitskreis Informationstechnologie (AK IT) haben wir eine Mittler-Perspektive konzipiert. Diese ist zwischen Bewerber:innen und Arbeitgeber:innen angesiedelt und kann beispielsweise von Universitäten oder Messebetreibern eingenommen werden. Inspiriert vom IT-Speeddating an der Universität Hildesheim haben wir uns daher nochmals angeschaut, inwiefern Virtual Showrooms auch als Werkzeuge für virtuelle Karrieremessen geeignet sind. Eine virtuelle Messe sollte eine Plattform für Unternehmen bieten, um mit Studierenden in Kontakt zu treten und sich dynamisch zu präsentieren, mit Funktionen wie privaten Gesprächsbereichen, individuell gestalteten Unterräumen sowie Posterräumen für Werbung und Stellenausschreibungen.

Die **Anforderungen** wurden basierend auf der Notwendigkeit entwickelt, eine einfach zugängliche und kostengünstige Plattform für den Kontakt zwischen Unternehmen und Studierenden zu bieten. Dies ergab sich aus der Erkenntnis, dass herkömmliche Methoden der Unternehmenspräsentation und Talentrekrutierung physische Grenzen haben. Die Anforderungen zielten darauf ab, eine benutzerfreundliche Umgebung für Unternehmen und Studierende zu schaffen, die eine effiziente Kommunikation und Zusammenarbeit ermöglichen.

Das **Design** wurde mit der Technologie Gather.Town umgesetzt. Dabei wurden Erfahrungen und Beispiele erfolgreicher virtueller Veranstaltungen berücksichtigt, insbesondere der Indie Arena Booth Online¹⁹. Wichtige Designelemente beinhalteten die Schaffung eines eigenen Raumes in Gather.Town, die Anpassung an die Projektziele und die Einbeziehung von Partnerunternehmen in den Gestaltungsprozess.

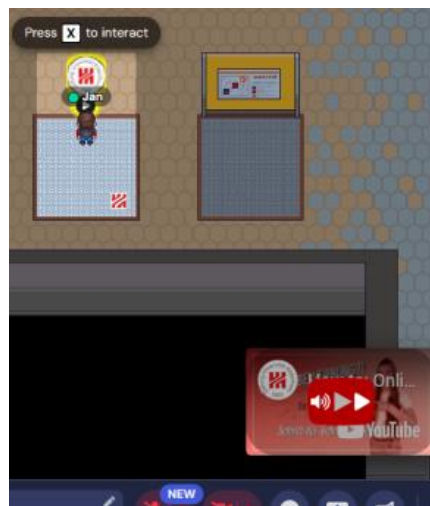


Abbildung 4. Posterraum in ‚Gather.Town‘ bei einer virtuellen Messe

Die **Evaluation** erfolgte durch die Demonstration des Artefakts an eine Auswahl von Studierenden und die Sammlung von Feedback. Die Evaluierung zeigte, dass der Prototyp die wesentlichen Anforderungen erfüllte und eine solide Basis für zukünftige Entwicklungen bot. Es wurden jedoch auch Herausforderungen, insbesondere im Bereich der Editierrechte und der Sicherheit, identifiziert. Eine umfassende Benutzertestung war aufgrund begrenzter Ressourcen nicht möglich.

¹⁸ Wir bedanken uns ganz herzlich bei Jan-Hendrik Vandrei für die Unterstützung im Rahmen einer Projektarbeit

¹⁹ <https://indiearenabooth.de/home>

Das **Ergebnis** umfasst ein Artefakt und eine detaillierte Anleitung für dessen Nutzung, insbesondere für Unternehmen, die ihre Stände und Werbematerialien selbst gestalten müssen. Empfehlungen für den erfolgreichen Einsatz beinhalten die gezielte Talentsuche, die Bereitstellung von Informationsmaterial, die Förderung von Praktika und Kooperationen sowie die Integration von Alumni-Netzwerken. Die Studie unterstreicht die Bedeutung der aktiven Beteiligung und Schulung der Unternehmen für die optimale Nutzung der Plattform.

4 Handlungsempfehlungen an regionale Unternehmen

Virtuelle Showrooms bieten eine innovative Möglichkeit für KMUs, sich in der digitalen Welt zu positionieren und ihr Recruiting zu optimieren. Es entstehen dadurch vielfältige Potentiale, die KMU nutzen sollten. Um diese zu heben, empfehlen wir die Orientierung an diesen Leitlinien:

- **Nutzen Sie Virtual Showrooms**, um Ihre Präsenz und Sichtbarkeit bei potenziellen Bewerber:innen signifikant zu erhöhen. Setzen Sie dabei auf kreative und innovative Präsentationsformate, um ein tiefgehendes gegenseitiges Verständnis zu fördern und die Attraktivität Ihres Unternehmens für IT-Studierende und Fachkräfte zu steigern.
- **Intensivieren Sie den Austausch** zwischen Ihrem Unternehmen, IT-Studierenden und Fachkräften mithilfe von Virtual Showrooms. Nutzen Sie die Plattform, um spezifische Anforderungen, Wissen und Kompetenzen zu kommunizieren und eine effektive Vernetzung mit potenziellen Bewerber:innen zu erleichtern.
- **Entwickeln Sie passgenaue Angebote** durch einen frühzeitigen Austausch von Erwartungen zwischen Ihrem Unternehmen und potenziellen Bewerber:innen. Dies verbessert die Qualität der Kennenlern-, Austausch- und Kompetenzentwicklungsprozesse erheblich.
- **Demonstrieren Sie Fähigkeiten für das hybride Arbeiten** in Ihren Virtual Showrooms. Bereiten Sie Bewerber:innen gezielt auf die Anforderungen moderner, hybrider Arbeitswelten vor und zeigen Sie, wie Ihr Unternehmen diese Herausforderungen meistert.
- **Stellen Sie Ihre Unternehmenskultur und Arbeitsumgebung** lebhaft in Virtual Showrooms dar. Nutzen Sie dies als Chance, Ihr Employer Branding zu stärken und die Einzigartigkeit Ihres Unternehmens hervorzuheben.
- **Implementieren Sie spielerische Elemente und interaktive Aufgaben** in Ihren Virtual Showrooms, um die benötigten Kompetenzen für offene Stellen auf innovative Weise zu präsentieren. Dies kann die Effektivität Ihrer Rekrutierungsprozesse deutlich steigern.
- **Erkunden und passen Sie geeignete Technologien an Ihre Bedürfnisse an.** Roblox wird für seine Benutzerfreundlichkeit und Vielfalt in der Gestaltung empfohlen, während Gather.Town für seine Einfachheit und Zugänglichkeit geschätzt wird. Wählen Sie die Technologie, die am besten zu den spezifischen Anforderungen Ihres Unternehmens passt.

Durch die Befolgung dieser Handlungsempfehlungen können KMUs Virtual Showrooms effektiv für Recruiting-Zwecke einsetzen, die Sichtbarkeit ihres Unternehmens erhöhen und eine starke Verbindung zu potenziellen Bewerber:innen aufbauen.

5 Zusammenfassung

Virtual Showrooms eröffnen kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) vielfältige Chancen, sich auf innovative Weise zu positionieren, direkt in den Dialog mit potenziellen Bewerber:innen zu treten und ihre Rekrutierungsprozesse effizienter zu gestalten. Indem KMUs die Showrooms gezielt auf ihre individuellen Bedürfnisse und die spezifische Unternehmenskultur abstimmen, können sie eine überzeugende und ansprechende Präsentation ihres Unternehmens sowie ihrer Werte gewährleisten. Eine sorgfältige Abstimmung auf die eigene Unternehmens- und Personalstrategie ist entscheidend, um eine stimmige Botschaft zu vermitteln und genau die Talente anzusprechen, die nicht nur in die Unternehmenskultur passen, sondern diese auch bereichern. Um dieses Potenzial voll ausschöpfen zu können, ist es für Unternehmen unerlässlich, die erforderlichen Kompetenzen sowohl für die kreative Gestaltung als auch für die effektive Nutzung der Virtual Showrooms zu entwickeln und kontinuierlich zu erweitern. Schließlich können sich KMU so optimal aufstellen für die Personalgewinnung und –bindung in Zeiten der Digitalen Transformation und des Demographischen Wandels.