

Mit E-Sports Talente begeistern

Gamer als wertvolle Mitarbeiter in der chemischen Industrie

E-Sports, also wettbewerbsorientiertes Videospiele, hat sich weltweit zu einer milliardenschweren Industrie entwickelt. Auch in der Unternehmenswelt spielen E-Sports und Gaming eine immer wichtigere Rolle, insbesondere in den Bereichen Human Resources und Employer Branding. Alexander Albrecht, Geschäftsführer der E-Sports-Agentur Build a Rocket, erläutert, wie Unternehmen aus der chemischen Industrie durch ein Engagement im E-Sports-Bereich Talente gewinnen und halten können. Denn Gamer eignen sich für die Branche besonders gut: Ihre mehrheitliche Vorliebe für MINT-Fächer ist besonders wertvoll.

In einer schnelllebigen Gesellschaft, die von technologischen Innovationen und sich wandelnden Arbeitswerten geprägt ist, steht die chemische Industrie vor der Herausforderung, technikaffinen Nachwuchs zu gewinnen. Hoch qualifizierte und mit digitalen Technologien vertraute Zielgruppen sind auf dem Arbeitsmarkt stark umworben und schwer zu rekrutieren. Der demografische Wandel führt zudem zu alternden Belegschaften. Gaming und E-Sport bieten Unternehmen die Möglichkeit, gezielt jüngere Generationen anzusprechen und langfristig eine vielfältigere Belegschaft aufzubauen.

Klassische Rekrutierungsmethoden wie Stellenanzeigen in Jobportalen oder Printmedien verlieren bei diesen Zielgruppen an Wirkung. Die Unternehmen der Branche müssen kreative Wege und neue Kanäle finden, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und sich vom Wettbewerb abzuheben.

Dazu gehören Maßnahmen wie die verstärkte Nutzung von Social Media für das Employer Branding, die Einführung flexibler Arbeitsmodelle, die Pflege einer integrativen Unternehmenskultur und die Bereitstellung gezielter Weiterbildungsmöglichkeiten. Um potenzielle Bewerber anzusprechen und bestehende Mitarbeiter zu motivieren, sollten Unternehmen in Betracht ziehen, sich Gaming und E-Sports zu Nutze zu machen. Das beginnt bei Gaming-Räumen und Spielkonsolen im Unternehmen und reicht über Recruiting-Instrumente bis hin zu Engagements bei Gaming-Influencern und im E-Sport. Darüber hinaus eröffnen spielerische Ansätze auch in der Bewerberauswahl – dem Assessment – und in der Mitarbeiterschulung neue und spannende Wege.

Digitale Vorreiter in der chemischen Industrie

E-Sports fördert Fähigkeiten, die auch im Berufsleben der chemischen Industrie gefragt sind. Durch das Gaming verbessern die Spieler ihre Fähigkeit, sich über längere Zeiträume zu konzentrieren und komplexe Handlungen präzise auszuführen. Diese Präzision und Ausdauer sind besonders dort wichtig, wo es auf genaues und sorgfältiges Arbeiten ankommt. Darüber hinaus sind E-Sportler digital versiert und verfügen über umfassende Kenntnisse in Informationstechnologien und digitalen Lösungen. Digitalisierung ist ein zentraler Aspekt der modernen Arbeitswelt. Gaming und E-Sports sind Beispiele für den erfolgreichen



Alexander Albrecht,
Build a Rocket
© Build a Rocket GmbH

Einsatz digitaler Technologien und können als Blaupause für die Implementierung digitaler Prozesse in der chemischen Industrie dienen.

Die teamorientierte Arbeitsweise von E-Sportlern macht sie zu wertvollen Mitarbeitern in Unternehmen, die eine starke Teamkultur und effektive Zusammenarbeit fördern. E-Sports steht an der Spitze der Digitalisierung und schult die Teilnehmer in wichtigen digitalen Kompetenzen. E-Sports-Spieler lernen, dezentral zu arbeiten, digitale Tools effizient zu nutzen und flexibel auf Veränderungen zu reagieren.

Die Integration von E-Sports kann also weit mehr als nur einen HR-Effekt haben: Im Idealfall kann sie dazu beitragen, die gesamte Organisation zu verändern und die notwendigen Kompetenzen für die Zukunft zu entwickeln.

Internationale Kompetenz

In der stark global ausgerichteten chemischen Industrie wird die Fähigkeit, effektiv in Englisch zu



E-Sports fördert Fähigkeiten, die auch im Berufsleben der chemischen Industrie gefragt sind.

kommunizieren, immer wichtiger. Die meisten Gamer bringen diese wichtige Fähigkeit bereits mit. Der Grund dafür liegt in der internationalen Natur von Computerspielen und der gesamten E-Sports-Kultur, in der Englisch die dominierende Sprache ist. Gamer interagieren regelmäßig auf Englisch mit Teammitgliedern aus verschiedenen Ländern und mit einer internationalen Community. Sie verfolgen auch englische Übertragungen von E-Sports-Turnieren auf hohem Niveau und nutzen häufig englische Spielanleitungen, Turnierregeln und Kommunikationsplattformen wie Discord und YouTube, um mit Gaming-Inhalten zu interagieren. Diese kontinuierliche Praxis schärft ihre Englischkenntnisse, die sie dann in der global vernetzten Welt der chemischen Industrie effektiv einsetzen können, sei es in der Kommunikation mit



internationalen Partnern oder beim Verfassen und Verstehen technischer Dokumentationen.

Erfolgsfaktor Authentizität

In der Welt von Gaming und E-Sports ist Authentizität ein zentraler Faktor, vergleichbar mit etablierten Sportarten wie Fußball oder den großen US-Ligen wie NFL und NBA. So engagiert sich die BASF im E-Sports und ist Partner des Teams „No Need Orga“ (NNO), um von der Begeisterung und Leidenschaft der Fans zu profitieren. Ziel solcher Sponsorings ist es, eine starke emotionale Bindung aufzubauen, die oft als „Brand Love“ bezeichnet wird. Dieser Ansatz kann jedoch sowohl in traditionellen Sportarten als auch im E-Sports-Bereich Risiken bergen. Um diese Risiken zu minimieren und die „Brand

Discord in den Dialog treten, was geplant werden muss. So erhalten sie einen direkten Einblick in die Interessen und Bedürfnisse der Generation Z und der E-Sports-Community und können relevante Themen aufgreifen.

3. Die richtige Sprache und Bildsprache verwenden: E-Sports zeichnet sich durch eigene sprachliche Codes und popkulturelle Referenzen aus, die je nach Spiel, Community oder Creator variieren. Unternehmen der chemischen Industrie müssen die verschiedenen Subcommunities innerhalb des E-Sports verstehen und die passende sprachliche und visuelle Ansprache wählen, um eine authentische und damit langfristige Beziehung aufzubauen.

Durch die Beachtung dieser Prinzipien kann die chemische Industrie nicht nur die Glaubwürdigkeit ihrer Marken im Bereich des E-Sports stärken, sondern auch eine nachhaltige Bindung zu einer technikbegeisterten und innovationsorientierten Zielgruppe aufbauen.

Strategien zur Gewinnung junger Talente durch Gaming und E-Sport

Gamification im Bewerbungsprozess

Unternehmen der chemischen Industrie können spielerische Elemente wie Quizze, Rätsel oder Simulationen in ihre Online-Bewerbungsverfahren integrieren, um das Engagement der Kandidaten zu erhöhen und sich als kreative und innovative Arbeitgeber zu präsentieren. Diese Techniken liefern zudem wertvolle Informationen über die Fähigkeiten und Eignung der Bewerber.

E-Sports-Turniere und spielbasierte Assessment Center

Die Durchführung von E-Sports-Turnieren und spielbasierten Assessment Centern bietet eine einzigartige Möglichkeit, Teamdynamik und individuelle Leistung unter Wettbewerbsbedingungen zu beobachten. Diese Ansätze ermöglichen es, nicht nur die fachlichen Fähigkeiten der

Bewerber, sondern auch ihre Soft Skills, wie Teamfähigkeit und kulturelle Passung zum Unternehmen einzuschätzen. Solche Bewertungen sind entscheidend, um zu bestimmen, ob eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit möglich ist.

Ideen für Assessment-Center

- Simulationen und Fallstudien ermöglichen realitätsnahe Kompetenzmessungen.
- Interaktive Aufgaben und VR-Simulationen bieten innovative Wege, um die Fähigkeiten der Bewerber in praxisnahen Szenarien zu testen.
- Escape Rooms und App-basierte Challenges fördern Teamarbeit und Problemlösungsfähigkeiten.
- Gamification in der Ausbildung
- Neben dem Bewerbungsprozess kann auch die Ausbildung und für die generelle Weiterbildung durch Gamification attraktiver gestaltet werden.
- Level- und Punktesysteme motivieren die Teilnehmer, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.
- Virtuelle Währungen und Abzeichen (Badges) bieten Anreize und erkennbare Belohnungen für Leistungen.
- Storytelling und Rollenspiele machen Lerninhalte greifbar und fördern das Verständnis komplexer Zusammenhänge.

Einsatz von Social Media und Content Marketing

Die chemische Industrie kann durch den Einsatz von Social Media und Content Marketing mit Fokus auf Gaming-Inhalte eine Verbindung zur jungen Zielgruppe aufbauen. Durch Partnerschaften mit bekannten Twitch-Streams oder Gaming-Vlogs und eine sinnvolle inhaltliche Einbindung können Unternehmen effektiv mit der Gaming-Community interagieren, ihre Sichtbarkeit erhöhen und ein modernes Image fördern.

Zusammenarbeit mit Gaming-Influencern

Eine besonders effektive Methode, um die Reichweite zu maximieren und das Employer Branding zu stär-

ZUR PERSON

Alexander Albrecht ist Geschäftsführer der E-Sports-Agentur Build a Rocket und seit über 20 Jahren in führenden Positionen innerhalb des E-Sports tätig. Er zählt zu den Branchenkennern in Europa und betreut mit seinem Team u.a. Kunden wie SAP, AXA, Deutscher Zoll und Congstar.

ken, ist die Kooperation mit bekannten Gaming-Influencern. Ähnlich wie Red Bull mit dem professionellen Fortnite-Spieler Tyler „Ninja“ Blevins zusammenarbeitete, können Unternehmen der chemischen Industrie Partnerschaften mit prominenten Gamern eingehen. Solche Partnerschaften helfen nicht nur bei der Verbreitung der Unternehmensbotschaft, sondern stärken auch das Image als innovative Arbeitgeber, vorausgesetzt die Partnerschaft passt für alle Beteiligten.

Förderung von Diversität und Inklusion

Die aktive Unterstützung von Diversität und Inklusion in E-Sports und Gaming stärkt das Image eines Unternehmens als sozial verantwortungsvoller Arbeitgeber. Chemieunternehmen können bspw. E-Sports-Teams oder -Events sponsern, die auf Inklusivität und Vielfalt ausgerichtet sind.

Integration von Gaming in die Unternehmenskultur

Unternehmen können durch einfache Maßnahmen wie das Bereitstellen von Spielkonsolen in Pausenräumen, den Betrieb einer internen Liga, oder die Durchführung regelmäßiger Gaming-Sessions ein entspanntes und innovatives Arbeitsumfeld signalisieren. Dies trägt dazu bei, den Stress abzubauen und die Kreativität sowie die Zufriedenheit und Produktivität der Mitarbeiter zu fördern.

Fazit

E-Sports und Gaming sind zu wichtigen Elementen des modernen HR-Managements geworden, insbesondere für Employer Branding und Recruiting. In diesen Bereichen können Chemieunternehmen mit technikbegeisterten Talenten in den Dialog treten und sie für sich gewinnen. Durch Gamification im Recruiting-Prozess und firmeninterne Gaming-Turniere steigern Unternehmen ihre Attraktivität und sprechen gezielt Kandidaten im War for Talents an. E-Sports dient somit nicht nur als Marketingplattform, sondern auch als strategisches Instrument für den organisatorischen und kulturellen Wandel, der in der digitalisierten Welt erfolgsentscheidend ist.

Alexander Albrecht, Geschäftsführer, Build a Rocket GmbH, Köln

■ hello@bildarocket.com
■ https://buildarocket.com

Studie zu Mittelstand und Social Media in der Chemie

Weniger als ein Drittel der deutschen mittelständischen Chemieunternehmen sind auf LinkedIn aktiv

In den Business-Netzwerken des Social Web haben Mittelständler aus der Chemiebranche kaum eine Stimme: Nur jeder zwölfte CEO nutzt LinkedIn und nicht einmal jedes dritte Unternehmen ist dort präsent. Das zeigt eine gemeinsame Studie der Agentur In A Nutshell und der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität.

Damit verspielen Chemie- und Rohstofffirmen Chancen in Recruiting,

Vertrieb und Markenarbeit. Mit 97% zählen nahezu alle Unternehmen der Chemie- und Pharmaindustrie zum Mittelstand: Davon betreiben 28% keine aktiven eigenen Accounts auf LinkedIn. Im Branchenvergleich liegt die Chemie jedoch drei Prozentpunkte über Durchschnitt. Denn insgesamt ist nur jedes vierte mittelständische Unternehmen in Deutschland mit einem Account auf LinkedIn aktiv –

dem mit rund 1 Mrd. Nutzer weltweit, davon 22 Mio. in der DACH-Region, größten Business-Netzwerk. Bei den DAX-40-Unternehmen sind 100% aktiv. Auffällig ist zudem, dass Chemie- und Rohstoffunternehmen im Schnitt zwar mehr Follower als der Durchschnitt haben. Überdurchschnittlich viele Likes oder Kommentare bekommen sie allerdings nicht. Die Interaktionsrate pendelt sich bei 29 Likes,

Shares oder Kommentaren pro Post und 1.000 Followern im Mittelfeld ein.

Auch in puncto Informationsbeschaffung sind soziale Netzwerke wie LinkedIn eine gute und seriöse Quelle, so haben Branchenmedien wie CHEManager eigene Accounts mit insgesamt 39.000 Followern, auf denen tagesaktuelle Nachrichten aus der Chemieindustrie präsentiert werden. (ag)

China beschäftigt knapp 42% aller Mitarbeitenden in Forschung & Entwicklung

Konkurrenz um Spitzenkräfte in F&E nimmt zu

Chinas weltweit führende Rolle bei den Patentaktivitäten basiert nicht zuletzt auf dem Spitzenpersonal in der F&E. Nach einer aktuellen Meldung des VFA beschäftigt kein anderes Land hier mehr Personal. Im Jahr 2020 waren es 4,5 Mio. Personen – knapp 1 Mio. mehr als in Deutschland und den USA zusammen. Von weltweit allen F&E-Beschäftigten entfallen damit knapp 42% auf China, gefolgt von

der EU mit 17,2% und den USA mit 16,5%. Japan stellt immerhin 6%, gefolgt von Deutschland mit 4,5% und Südkorea mit 4,2%. Der Spitzenplatz Chinas macht deutlich: Deutschland und Europa tun gut daran, ihre innovativen Kapazitäten zu stärken. Die Innovationskraft Europas ist in der globalen Konkurrenz der zentrale Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg in den kommenden Jahren. (ag)