

Frank Rechsteiner

Kulturbasiertes IT-Recruiting

Warum Headhunter für Ihr
Unternehmen überflüssig sind



Springer Gabler

Kulturbasiertes IT-Recruiting

Frank Rechsteiner

Kulturbasiertes IT-Recruiting

Warum Headhunter für Ihr
Unternehmen überflüssig sind

 Springer Gabler

Frank Rechsteiner
München, Deutschland

ISBN 978-3-662-54679-6 ISBN 978-3-662-54680-2 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-662-54680-2

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer-Verlag GmbH Deutschland 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer-Verlag GmbH Deutschland

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

Vorwort

Mein Vater gab mir vor vielen Jahren für meinen beruflichen Werdegang verschiedene Ratschläge. So sollte ich unbedingt darauf achten, eine Arbeit zu wählen, die zu mir und meinen Werten passt und mir Freude bereitet. Auch wenn sich dieses Gefühl im Berufsalltag nicht immer einstellen könne, sollte es jedoch weitgehend überwiegen. Außerdem empfahl mir mein Vater, mich bei der Arbeit möglichst mit Menschen zu umgeben, die ich mag und die mich fördern und voranbringen. „Wenn Du diesen Prinzipien folgst, bist Du auf dem richtigen Weg“, meinte er. „Der Rest ergibt sich von selbst, vertraue darauf!“

Auch wenn ich meinen Vater damals noch nicht richtig verstand, muss ich ihm rückwirkend uneingeschränkt recht geben. So haben sich seine Ratschläge als goldrichtig erwiesen, wann immer ich mich später bei einem IT-Arbeitgeber um eine Vakanz bewarb. Noch während ich langjährige Führungspositionen bei internationalen IT-Anbietern innehatte, wuchs meine Leidenschaft für die diversen Arbeitsthemen so sehr, dass ich diese in den Fokus meines Wirkens stellte: 2009 habe ich mich komplett auf die Personal- und Strategieberatung für IT-Unternehmen spezialisiert.

Damit möglichst viele IT-Experten und IT-Anbieter von meinen Erkenntnissen und Erfahrungen in diesem Bereich profitieren können und somit die richtigen Menschen zusammenkommen, habe ich das „kulturbasierte Recruiting“ entwickelt. Es beruht auf der These, dass es für jeden Menschen die richtige Aufgabe gibt, und soll IT-Arbeitgeber unterstützen, hoch qualifizierte Kandidatinnen und Kandidaten zu finden und dauerhaft an sich zu binden. Kurzum: Ich möchte Ihnen helfen, nach einem speziellen Sechs-Punkte-Plan eine Unternehmenskultur zu etablieren, an der auch mein Vater seine Freude gehabt hätte.

In diesem Sinn biete ich Ihnen an, Ihr Unternehmen bei der Transformation zum „kulturbasierten Recruiting“ zu begleiten.

Viel Spaß bei der Lektüre,

München, Deutschland
im März 2017

Ihr
Frank Rechsteiner

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	2
2	Die Interviewpartner und ihre IT-Unternehmen	3
3	Never Change a Running System?	7
3.1	Allheilmittel Headhunter?	7
3.2	Warum arbeiten Sie mit Personalberatern?	9
3.3	Was erwarten Sie von der Zusammenarbeit mit Headhuntern?	10
	Literatur	13
4	The Perfect (Mis)Match	15
4.1	Typischer (Mis)Match bei der Bewerberauswahl	15
4.2	Der falsche Freund oder: „Sprechen wir vom selben Level?“	18
4.3	Welche Aussagekraft haben Stellenanzeigen?	19
4.4	Wie sieht der ideale Mitarbeiter aus?	22
4.4.1	Der Unternehmer im Unternehmen	22
4.4.2	Lieber angepasst als selbstbewusst?	22
4.4.3	Change Management erforderlich	23
4.5	„Magic Moment“: Die richtigen Leute zum richtigen Zeitpunkt finden!	24
	Literatur	26
5	Recruiting-Strategien von Start-ups	27
5.1	Was macht Start-ups so attraktiv?	27
5.1.1	Aufbau vor Struktur	27
5.1.2	Recruitment: Talentsuche mit Spaßfaktor	28

5.1.3	Social und Mobile Recruiting.	28
5.1.4	Start-up-Recruiting ist Chefsache	29
5.2	Welche Recruiting-Strategien können wir von Start-ups übernehmen?	30
5.3	Warum sind Start-ups bei Bewerbern so beliebt?	34
	Literatur.	38
6	Employer Branding für IT-Unternehmen.	39
6.1	Employer Branding als wichtigster Trend	39
6.1.1	Unternehmen schummeln bei der Selbstdarstellung	40
6.1.2	Arbeitgeber müssen wahre Geschichten erzählen	41
6.1.3	Authentisch und professionell ist kein Widerspruch	41
6.2	Wie erweitern Sie Ihre Arbeitgeber-Attraktivität?	42
6.2.1	Image des Unternehmens	43
6.2.2	Mitarbeiter-Motivation durch soziales Engagement	45
6.2.3	Schrittweise zum attraktiven Arbeitgeber.	45
6.2.4	Sie brauchen ein klares Profil.	46
6.3	Ihre Mitarbeiter sind die besten Botschafter und Headhunter	48
6.3.1	Das Ambassador-Prinzip	48
6.3.2	Mitarbeiter werben Mitarbeiter	51
6.3.3	Software-gestützte Empfehlungen	51
6.3.4	Gute Mitarbeiter ziehen Bewerber an.	52
6.4	Content Marketing im Recruiting	53
	Literatur.	57
7	Was Mitarbeiter wirklich wollen: Die Hype-Strategie.	59
7.1	Geben Sie Ihren Mitarbeitern größtmögliche Eigenverantwortung!	64
7.2	Kommunizieren Sie ehrlich und direkt!	69
7.3	Setzen Sie Ihre Mitarbeiter nach ihren individuellen Stärken und Vorlieben ein!	72
7.4	Machen Sie deutlich, wofür Ihr Unternehmen steht: Sie brauchen ein klares Profil!	82
7.5	Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter bei der Selbstverwirklichung!	87
7.6	Weg mit Bürokratie und Hierarchien!	93
	Literatur.	98

8	Mitarbeiterbindung wirkt sich positiv auf den Unternehmenserfolg aus	99
8.1	Führungskräften fehlt es an Reflexionsbereitschaft	100
8.2	Starke Einbußen für die Wirtschaft	100
	Literatur	100
9	Schlusswort: Quo vadis, HR? oder: Wie schaffe ich ein kulturbasiertes Recruiting?	101
9.1	Stellen Sie Herkömmliches mutig infrage – jedoch nicht gedankenlos alles!	101
9.2	Sie brauchen Management-Attention!	102
9.3	Reden Sie nicht nur über neue Prozesse – handeln Sie!.	102
9.4	Wirken Sie als Vorbild!	103
9.5	HR-Modell „Dynamic Work System“	103

Zusammenfassung

Der steigende Fachkräftemangel in der IT-Branche macht ein Umdenken im Recruiting erforderlich. Statt Stereotypen wie „spannende Kundenprojekte“ oder „gute Aufstiegschancen“ zu bemühen, sollten IT-Arbeitgeber an der Optimierung von Unternehmenskultur und Personalmanagement arbeiten. Welche Maßnahmen sinnvoll sind, ist Inhalt dieses Buchs. Im Fokus steht die „Hype-Strategie“ mit dem „Sechs-Punkte-Plan“, die auf langjährigen Erfahrungen in der Personal- und Strategieberatung für internationale IT-Anbieter fußt.

Employer Branding heißt das Zauberwort, mit dem Unternehmen in Zeiten wachsenden Fachkräftemangels um die Gunst potenzieller Bewerber buhlen. Heftige Flirtversuche sind gerade in der IT-Branche zu beobachten, in der nach Angaben des Branchenverbands Bitkom Ende 2016 insgesamt 51.000 offene Stellen zu verzeichnen waren, was einem Anstieg um fast 20 % gegenüber dem Vorjahr entspricht (Bitkom 2016).

Doch scheint es vielen Unternehmern schwerzufallen, sich als attraktive Arbeitgeber zu positionieren. Wie sonst ließe sich erklären, dass in ihren Selbstdarstellungen und Imagekampagnen immer wieder dieselben Floskeln auftauchen: von „einzigartigen Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten“ über „spannende Kundenprojekte“ bis hin zu „Teamgeist und kollegialem Arbeitsklima“. So mancher Bewerber winkt da schnell ab – mit Allgemeinplätzen lässt sich längst kein IT-Experte mehr locken.

Dieses Buch geht der Frage nach, wie IT-Anbieter ein Profil entwickeln können, das sie von anderen unterscheidet. Nach einem Sechs-Punkte-Plan wurde die „Hype-Strategie“ entwickelt, die es Start-ups und Konzernen ermöglicht, die besten Mitarbeiter zu finden und zu binden, ohne die gängigen Klischees attraktiver Arbeitgebermarken und kostspielige Headhunter zu bemühen. Während die

meisten Unternehmen mit Unterstützung von Personalberatern an ihrer Außendarstellung arbeiten, geht es bei der „Hype-Strategie“ darum, die Unternehmenskultur und das Personalmanagement zu verbessern und damit einen neuen Ansatz für *Employer Branding* zu entwickeln.

Im Zentrum des Buches stehen Erkenntnisse zum Thema „Was Ihre Mitarbeiter wirklich wollen“, darunter innovative Arbeits- und Führungsmodelle, die dem steigenden Wunsch der Mitarbeiter nach einer flexiblen Integration von Berufs- und Privatleben entsprechen. Ich nutze dabei meine langjährigen Erfahrungen als Personal- und Strategieberater nationaler und internationaler IT-Anbieter und ergänze meine Ausführungen um zahlreiche Praxisbeispiele und Interviews mit Geschäftsführern und HR-Verantwortlichen namhafter IT- und Unternehmensberatungen in Deutschland.

Literatur

Bitkom (2016) 51.000 offene Stellen für IT-Spezialisten. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/51000-offene-Stellen-fuer-IT-Spezialisten.html>. Zugegriffen: 14. Nov. 2016