

Wie lässt sich der «War for Digital Talents» gewinnen?

Die Digitalisierung droht nicht nur Jobs zu vernichten, sondern kreierte auch neue. Gesucht bei Tech-Unternehmen sind heute entsprechend junge Talente mit ausgewiesenen «Digital Skills». Doch wie und wo sind diese zu finden, wenn immer mehr Firmen um sie buhlen?

VON THOMAS BERNER

Es ist eine Binsenwahrheit: Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt nachhaltig. Nicht nur sogenannte «Tech-Unternehmen», welche im Zuge des digitalen Wandels laufend neu entstehen und neue, digitale Geschäftsmodelle entwickeln, suchen nach jungen Talenten. Auch in «profanen» Gewerbebetrieben, etwa im Bausektor, wird händeringend nach beruflichem Nachwuchs gesucht. Zum Beispiel Building Information Modelling, kurz BIM, benötigt auch im Maurerhandwerk digitale Kompetenz. Damit bieten auch Berufsfelder, die auf den ersten Blick bei der jungen Tech-Generation weniger «sexy» erscheinen, plötzlich neue Perspektiven.

Rekrutierung strategisch angehen.

Der Bedarf an jungen, aufstrebenden Fachkräften mit digitaler Kompetenz wächst also in allen Branchen. Der «War for Digital Talents» ist in vollem Gang. «Die Talente sind nicht alleine bei jenen Firmen gefragt, die schon immer ein digitales Geschäftsmodell hatten. Auch Automobilzulieferer, Finanzdienstleister oder Retailer brauchen dringend Produktmanager und Mitarbeiter mit technischem Hintergrund, die ihre Organisationen in kurzer Zeit fit für die digitale Transformation machen», schrieb Werner Vogels, CTO bei amazon.com, kürzlich in einem Blog. Unternehmen sind demnach gezwungen, die Rekrutierung strategischer anzugehen als noch in den letzten Jahren. Es geht darum, wie man sich als Ar-

beitgeber positioniert, um für digitale Talente attraktiv zu sein.

Viele Wege führen nach Rom. Employer Branding, kommunikative Rekrutierungs-Strategien, Anreize wie flexible Arbeitszeiten bis hin zur Aussicht, sich im Job auch selbst verwirklichen zu können, so lauten heute die am meisten genannten Stichworte im «War for Digital Talents». Erfahrungen aus sogenannten «digital aufgestellten» Unternehmen zeigen, dass nicht nur die Fähigkeiten und Qualifikationen der Bewerber passen müssen, sondern auch der Job zur aktuellen Lebensplanung. Viele junge Menschen schätzen heute projektorientierte Arbeit – sei es als Freelancer oder fest angestellt. Unternehmen, welche ebenfalls stark projektorientiert arbeiten, können für solche Menschen attraktiv sein. Einhergehen muss damit aber auch eine stringente Kommunikation nach aussen. Dazu gehören etwa Bewertungen durch die Mitarbeitenden selbst. Ein gut gepflegter Unternehmensblog, der Einblick in die Arbeit einer Firma vermittelt, kann die Attraktivität auf junge Talente weiter erhöhen.

Entwicklungsmöglichkeiten bieten.

Junge Talente wollen zudem Freiraum. Werner Vogels dazu: «Es ist wichtig, die bestehende Mannschaft zu ermutigen, sie mit Ressourcen auszustatten, ihnen Entscheidungsfreiräume zu geben, damit sie eigene Ideen verfolgen können und sich dafür verantwortlich fühlen. Die Fähigkeiten eigener Mitarbeiter verbessern sich, wenn man ihnen die

richtigen Entwicklungsmöglichkeiten anbietet.» Hinzu kommt eine «Wohlfühl-Atmosphäre» unter Kollegen. Mitarbeitende – gerade junge – wollen erfahren, dass ihnen zugehört wird und man für ihre Vorschläge offen ist. Heute, wo jede Erfahrung – positiv oder negativ – über Social-Media-Kanäle geteilt wird, tun Unternehmen also gut daran, eine wohlwollende Kultur zu pflegen. Ein Image verbreitet sich heute eben schnell, besonders ein wenig mitarbeiterfreundliches...

Mitarbeitende halten. Eigene High Potentials zu entwickeln sollte ein weiteres Credo sein. Der jüngste HR-Report des Personaldienstleisters Hays hat gezeigt, dass die Mitarbeiterbindung oberste Priorität in HR-Abteilung haben muss. Dazu gehört eine fundierte Mitarbeiterentwicklung. Gerade bei Millennials ist zu beobachten, dass sie bereit sind, viel in ihre eigene Karriere zu investieren. Unternehmen sollten deshalb offen sein, junge Bewerber, die zwar zur Firmenkultur hervorragend passen würden, aber vielleicht erst noch ein Studium abschliessen wollen, auch zu einem späteren Zeitpunkt noch einzustellen. Das benötigt natürlich Geduld und Vertrauen. Onboarding- und Learning-Plattformen können ebenfalls einen Beitrag dazu leisten.

Die «richtige» Strategie im «War for digital talents» gibt es natürlich nicht. Wie nebenstehende Interviews zeigen, findet aber jedes Unternehmen einen Erfolg versprechenden Weg, junge digitale Talente für sich zu gewinnen.



Michael Gassmann

ist CEO von Canoo Engineering mit 65 Mitarbeitenden.

Canoo Engineering

Kirschgartenstrasse 5
4051 Basel
T 061 228 94 44
info@canoo.com
www.canoo.com



Beat Tinner

ist CEO von Cyberlink AG mit 30 Mitarbeitenden.

Cyberlink AG

Bellerivestrasse 241
8008 Zürich
T 044 287 29 92
info@cyberlink.ch
www.cyberlink.ch



Susanne Weislein

ist HR-Manager bei ISPIN AG mit 70 Mitarbeitenden.

ISPIN AG

Grindelstrasse 6
8303 Bassersdorf
T 044 838 31 11
info@ispin.ch
www.ispin.ch



Roman Flepp

ist Head of Marketing & Sales bei Threema GmbH mit 12 Mitarbeitenden.

Threema GmbH

Churerstrasse 82
8808 Pfäffikon SZ
sales@threema.ch
www.threema.ch

Wie sehen Sie das derzeitige Angebot an Fachkräften mit ausgewiesenen «Digital Skills»?

Es gibt eine Lücke zwischen Angebot und Nachfrage – bei Fachkräften mit dem «gewissen Etwas» ist diese sogar noch grösser. Canoo investiert viel in Fortbildung und kann diese Lücke minimieren.

Die Bildungspolitik im Bereich ICT ist mit einer ganzen Reihe von Herausforderungen konfrontiert. Dem jährlichen Wachstum der ICT-Stellen steht ein geringerer Zugang von jungen Absolventen gegenüber.

Die Arbeitswelt ist erst auf dem Weg in die digitale Zukunft. Arbeitnehmer, die bereits «digital» denken sind rar. Unsere Fachkräfte sind aber aufgrund ihrer Tätigkeit schon sehr digital orientiert.

Es besteht ein immenser Bedarf an Fachkräften mit «Digital Skills». In unserem Kernbereich Software-Entwicklung für «mobile devices», Verschlüsselungs-Technologien und «Privacy by Design» sind Fachkräfte besonders rar.

Wo suchen Sie als Tech-Unternehmen aktiv nach «digitalen Talenten» und wo werden Sie am ehesten fündig?

Wir engagieren uns an Karrieremessen (z.B. ETH oder FHNW). Zudem sind einige unserer Mitarbeiter Dozenten an Hochschulen. Unsere dritte Säule ist unser sehr gut gepflegtes Netzwerk in der Community.

Wir suchen klassisch via Job-Inserate, setzen aber auch schon Headhunter mit Talentscout-Fähigkeiten ein. Beides funktioniert in der Regel sehr gut.

Die beste Quelle sind unsere bestehenden Mitarbeiter. Niemand kennt uns und unsere Firmenkultur besser als sie. Zudem pflegen wir unser Netzwerk und enge Partnerschaften mit Recruiting Spezialisten.

Die Suche nach digitalen Talenten startet meist im Team-Umfeld (ehemalige Kollegen und Freunde werden angefragt), bevor wir die Suche auf spezialisierte Job-Börsen ausweiten.

Mit welchen Strategien und Angeboten machen Sie als Arbeitgeber bei jungen Digital-Fachkräften auf sich aufmerksam?

Wir promoten das «Canoo-Feeling». Mit sechs Java Champions, gut gelegenen Büros in Basel und Zürich und vielen Zusatzangeboten wie Code Camps, Canoo Sports usw. bieten wir weitaus mehr als nur einen Job.

Für junge Leute steht nicht unbedingt der Lohn an erster Stelle, sondern das Job-Umfeld. Was bietet die Firma sonst noch für Vorteile; dies können der Arbeitsort, die Lage, Fringe Benefits und anders sein.

Wir inserieren in unkonventionellen Designs, die wir über Social Media verbreiten, nutzen aber nach wie vor auch die klassischen Medien. Wir sind präsent an Events und stellen Dozenten an Fachhochschulen.

Es gibt viele qualifizierte Leute, die ein dynamisches Start-up-Umfeld den trägen und hierarchischen Strukturen grosser Konzerne vorziehen, und hier liegt unsere grosse Chance. Wir bieten all unseren Mitarbeitenden flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit zu Home Office, was im IT-Umfeld besonders gut ankommt. Wir profitieren zudem von unserem exzellenten Ruf: Threema kennt man in der IT-Szene.

Inwieweit decken die rekrutierten jungen Talente auch Ihre expliziten Bedürfnisse?

Junge Kollegen helfen uns dabei, jung zu bleiben. Sie bringen neue Ideen und Denkweisen mit, welche unseren reichen Erfahrungsschatz erweitern.

Das hängt sehr stark vom Rekrutierungsprozess ab. Im Vorfeld müssen möglichst viele Anforderungen auf Übereinstimmung geprüft werden. Wir investieren hierfür sehr viel Zeit, am Schluss lohnt sich das auf alle Fälle.

Für unsere Tätigkeit braucht es einiges an Berufserfahrung. Wir bieten jungen Menschen eine solide Entwicklungsperspektive mit einem einzigartigen Wissensnetzwerk innerhalb der Firma.

Wir sind darum bemüht, nur junge Talente zu rekrutieren, die wirklich auch unserem Anforderungsprofil entsprechen. Als kleines Unternehmen können wir uns etwas anderes gar nicht leisten.