

WAS UNTERNEHMEN ATTRAKTIV MACHT

EAT, PLAY, WORK!

Um für Mitarbeiter attraktiv zu sein, gehen immer mehr Unternehmen ungewöhnliche Wege. Sie versuchen es mit völliger Transparenz, mit kürzeren Arbeitszeiten oder mit freier Ortswahl. Die Idee: Glückliche Mitarbeiter sind motivierter – und vertreten das auch nach außen. Für die Arbeitgebermarke ist das goldwert.

TEXT **JAKOB STRULLER**

Wer in Las Vegas arbeiten will, kann seine Bewerbung nach Holzwicked schicken. Dort sitzt das Startup Uniq, das seit Jahren erfolgreich Schnäppchenseiten wie Urlaubsguru.de oder Schnäppchenfee.de betreibt. Meistens arbeiten die rund 150 Mitarbeiter auch in dem kleinen Ort bei Dortmund. Im Frühjahr 2017 aber wird der Firmensitz für eine Woche in die Kasino-Hochburg verlegt – als Belohnung für die Mitarbeiter, denn die kommen natürlich alle mit.

Diese eher ungewöhnliche Form der Dienstreise ist Teil der Unternehmensphilosophie: Die Angestellten sollen sich möglichst wohl fühlen bei ihrer Arbeit. Die Idee: Glückliche Mitarbeiter sind motivierte Mitarbeiter. Und sie ziehen Bewerber an. Wer wollte nicht in einer Firma arbeiten, die mal eben mit Sack und Pack den Kontinent wechselt – einfach, weil es Spaß macht? „Über zu wenig Bewerber können wir uns absolut nicht beklagen“, so Daniel Krahn, Gründer und Geschäftsführer von Uniq. „Praktisch alle nennen unsere Unternehmenskultur als einen der Hauptgründe, warum sie für uns arbeiten wollen.“ Das hat sich inzwischen in der Tech-Branche herumgesprochen.

So gehen immer mehr Unternehmen neue Wege, um sich als Arbeitgeber attraktiv zu machen. „In fast allen Branchen beobachten wir mittlerweile, dass es großes Interesse an neuen Formen der Arbeitsgestaltung gibt“, sagt Dennis Stolze, der am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation an der Zukunft der

Arbeitskulturen forscht. „Unternehmen, die sich damit beschäftigen, haben definitiv bessere Chancen, gute Leute auf dem Arbeitsmarkt zu finden.“

Eine Studie der Hochschule der Medien Stuttgart [1] zeigt, wie präsent das Thema mittlerweile ist. Drei Viertel der befragten Firmen haben bereits explizit ihre Arbeitgebermarke definiert oder planen, das zu tun. Und praktisch alle Befragten sind sich einig: Unternehmen müssen sich immer mehr anstrengen, um für Arbeitnehmer attraktiv zu sein.

FIRMENKULTUR SCHLÄGT GELD – MANCHMAL ZUMINDEST

Denn gute Leute sind umkämpft: Ingenieure, Wirtschaftswissenschaftler und vor allem auch IT-Experten sind rar, wie eine Untersuchung der Arbeitsagentur von März 2016 zeigt [2]. Freie Stellen für Informatiker und Software-Entwickler bleiben demnach immer länger unbesetzt. Auf 104 freie Stellen kommen im Schnitt 100 Kandidaten.

Dementsprechend wählerisch sind die Talente. Laut einer Befragung des Karrierenetzwerks LinkedIn [3] schließen mehr als die Hälfte der Befragten den Wechsel zu einem Unternehmen mit einer schwachen Arbeitgebermarke aus. Geld kann das nicht wett machen – jedenfalls nicht nur. Stattdessen finden Bewerber laut der