

Gehalt ist nicht alles

Start-ups suchen händeringend Top-Kräfte. Geld allein ersetzt dabei das gute Arbeitsklima nicht. Deshalb locken diese Unternehmen mit vielen Extras

VON ANJA STEINBUCH

Ferry Heilemann hat es eilig. Der sportliche Startup-Gründer kommt nicht gern zu spät. Heilemann ist Geschäftsführer der digitalen Spedition FreightHub in der Backfabrik am Prenzlauer Berg. Vor dem Interview hatte er mit einigen seiner neuen Mitarbeiter Mittag gegessen.

„Dabei können die Kollegen uns Firmengründern in entspannter Atmosphäre Löcher in den Bauch fragen“, erklärt er das Zusammenkommen. Das gehöre zum „Onboarding-Prozess“, also zur Eingewöhnung, erklärt der erfolgsgewohnte Firmenchef. Vor fünf Jahren verkauften er und sein Bruder Fabian die Plattform Daily Deal an Google. Mit sattem Gewinn.

Teamspirit und Verantwortung

Heilemann braucht neue Mitarbeiter. Etwa ein Dutzend: einen international erfahrenen Profi für den Einkauf (Director Global Procurement), Software-Entwickler sowie Vertriebs- und Logistik-Spezialisten. „Wir suchen immer nach den Top-Leuten auf dem Markt“, sagt er. Sein Team ist seit der Gründung im vergangenen Jahr auf 30 Personen angewachsen. Softskills der Führungskräfte und der Zusammenhalt innerhalb des Teams seien für potentielle neue Kollegen von großer Bedeutung. „Jeder Mitarbeiter kann uns jederzeit ansprechen.“

Flache Hierarchien, ein transparenter Führungsstil, gefüllte Obstschalen, Fruchtsäfte, Kaffee und bezuschusste Fitness-Abos gehören bei jungen ambitionierten Arbeitgebern inzwischen fast zu den Standards – auch bei FreightHub. Das digitale Logistikunternehmen macht noch mehr. „Mitarbeiter, die wir aus dem Ausland nach Berlin holen, werden von uns in den ersten Wochen zu Ämtern begleitet und erhalten Hilfe bei der Wohnungssuche und Visa-Angelegenheiten.“ Kandidaten würden sich für FreightHub zudem entscheiden, weil sie die Erfahrungen des Gründerteams schätzen: „In unserer Branche zählen Teamspirit, frühe Verantwortung und Know-how in Zukunftstechnologien mehr als Gehalt und Firmenwagen.“

Berliner Unternehmen können sich laut aktuellem Gallup Engagement-Index durch motivierte Mitarbeiter pro Jahr 100 Milliarden Euro Umsatz sichern. So viel würde nämlich verloren gehen, wenn Angestellte „Dienst nach Vorschrift“ machen würden. Deswegen ist eine Voraussetzung: Die Arbeitnehmer müssen sich in ihrem Job frei entfalten können.

„Und motiviert und bereit, sich mit ganzer Kraft für ihren Arbeitgeber einzusetzen,



Gemeinsames Brainstorming geht besser, wenn man sich gut versteht.

sind Mitarbeiter nur, wenn sie sich wohlfühlen“, weiß Annette Vasquez von der Serviceline Personal-Management in der Katharinenstraße. Personalchefs sollten darauf achten, welche Vorlieben ihre Kandidaten haben und wofür sie sich engagieren: „Fehlendes Fachwissen kann man leicht nachholen, fehlende menschliche Qualitäten nicht.“

Beim Online-Händler Lesara (250 Mitarbeiter) heißt das wichtigste Auswahlkriterium „personal fit“. Die Persönlichkeit der Kandidaten muss zum Unternehmen passen. Das erklärt Julie Görgen, die sich bei dem Mode- und Lifestyle-Spezialisten um Firmenkultur und Mitarbeiter kümmert. Die gebürtige US-Amerikanerin muss bei Lesara fast 20 Nationalitäten „unter einen Hut“ bringen. Mit drei Argumenten überzeugt sie ihre Schützlinge im Unternehmen zu bleiben: transparente Unternehmenskultur, angemessenes Gehalt und individuelle Incentives im Alltag. Dazu gehören Team-Events, ergonomisch gestaltete Arbeitsplätze, Sportangebote, Talent- und Wissensaustausch in der Belegschaft. „Wir verbringen einen großen Teil unserer Lebenszeit im Job, deshalb ist es wichtig, nicht genervt heimzukommen“, sagt Julie Görgen. „Geld allein ersetzt kein gutes Arbeitsklima.“

Eigene Repräsentanz führen

Auch einige Unternehmen der Finanzbranche suchen momentan händeringend Top-Kräfte. Der Finanzdienstleister tecis hat 2016 in Berlin sein Team aus Vertriebspartnern von 270 auf 410 Personen aufgestockt. Die Bewerber, die meisten sind Mitte 20, interessieren andere Punkte als Kandidaten vor zehn oder 15 Jahren, hat Daniel Donner, Manager bei tecis in der Hauptstadt festgestellt: „Viele fragen nach ethischen Grundsätzen und nachhaltigem Handeln.“

Leistungsorientierte Bezahlung, flexible Arbeitszeiten mit zwei bis drei Tagen im Home Office bietet Donner jedem neuen Vertriebspartner an: „Das ist ein relevantes Entscheidungskriterium für Bewerber.“ Außerdem könne sich jeder während der Arbeitszeit weiterbilden. Das sei für alle auf dem sich stetig verändernden Arbeitsmarkt enorm wichtig. Jedem stehe es offen, nach einer Einarbeitungsphase eine eigene Repräsentanz zu führen. Daniel Donner sieht darin eine Erfolgsstrategie: „Dadurch konnten wir die Fluktuation von Fach- und Führungskräften an unserem Standort in Berlin auf drei Prozent reduzieren.“

THINISTOCK.DE/ISTOCK/MILKOS