

Arbeit und Leben als Einheit

PRAXIS. Trotz IT-Fachkräftemangel gibt es Unternehmen, die dank erfolgreichem Employer Branding keine Probleme haben, Softwareentwickler zu finden.

Von **Jens Gieseler**

Wer in Metzingen das Gebäude von Easysoft betritt, ist beeindruckt von der hellen und großzügigen Gestaltung. Andreas Nau kommt Besuchern über die freie Treppe entgegen und rechts sorgt eine 16 Meter hohe Kletterwand für einen Blickfang und Gesprächsstoff. „Das war vor etlichen Jahren ein Mitarbeiterwunsch, nachdem wir einen Klettergarten besucht hatten“, erzählt der strategische Geschäftsführer. Es mache für ihn einfach keinen Sinn, wenn Programmierer, die sich in einer Arbeit festgefahren haben, weiterhin auf den Bildschirm starren. Nach einem Tapetenwechsel und körperlicher Betätigung bekommen sie oft einen neuen Blick auf das Problem und finden schneller eine Lösung.

Kletterwand, Slackline oder Fitnessstudio

Die Kletterwand steht natürlich allen Mitarbeitern zur Verfügung. Sie hilft etwa auch, wenn Teammitglieder vor einer kreativen Aufgabe die Köpfe freibekommen wollen. Die Wand wird genutzt, ist aber nicht bevölkert. Auch der Firmengründer schaut etwas zweifelnd nach oben – er ist nicht schwindelfrei. Stattdessen holt Andreas Nau lieber seine Laufschuhe und dreht eine Runde im Wald.

Wem auch Tischkicker, Slackline oder Fitnessstudio nicht passen, der kann den Ruheraum nutzen oder in der großzügigen Küche etwas brutzeln.

„Entscheidend ist doch nicht, dass unsere Mitarbeiter acht Stunden in der Firma sind, sondern dass die Ergebnisse stimmen“, formuliert Nau das Selbstverständnis des Unternehmens, in dem es auch keine Stechuhren gibt.

Mit Werten aus der Krise

Eine tiefenentspannte Wohnfühloase ist die Metzinger Zentrale deswegen noch lange nicht. Easysoft steigerte seinen Umsatz im vergangenen Jahr um zwölf Prozent auf mehr als fünf Millionen Euro. 15 neue Stellen hat der IT-Dienstleister, der Software für Personalentwicklung und Seminarorganisation anbietet, im vergangenen Jahr geschaffen. Insgesamt arbeiten nun 78 Mitarbeiter an den drei Standorten in Metzingen, Bretten und Essen.

So blendend ging es Easysoft nicht immer: Nach einem guten Unternehmensstart 1994 verzettelte sich die IT-Schmiede zunehmend in einzelnen Kundenwünschen. Die Folge: Teure Personalkapazitäten waren gebunden, die Produkte waren nicht skalierbar und der Ertrag fiel immer geringer aus. „Wir hatten einfach keinen Plan und haben uns darauf verlassen, dass es schon klappen wird“, erläutert Nau stellvertretend für seine Mit-Geschäftsführer Wilfried Hahn und Friedhelm Seiler. 2008 stand das Unternehmen vor der Insolvenz. Über mehrere Umwege stieß Nau auf den Unternehmenscoach Stefan Merath. Die entscheidende Erkenntnis: Werte sind fundamental für Unternehmen – vor allem, wenn grundsätzliche Entscheidungen getroffen werden.

Deshalb haben die drei vor zehn Jahren zusammen fünf Unternehmenswerte entwickelt, an denen Entscheidungen konsequent ausgerichtet werden: Bestleistung, Menschlichkeit und Gesunderhaltung, Wachstum und Entwicklung. Diese Werte wirken sich im Alltag aus. Ein Beispiel: Wer einen Tippfehler entdeckt, während er einen Brief in den Umschlag steckt, kann denken „Was soll’s“. Die Easysoft-Mitarbeiter setzen sich dagegen nochmals an den Rechner und korrigieren den Fehler, bevor der Brief das Haus verlässt.

Recruitingerfolg durch Werteorientierung

Eine weitere Erkenntnis von Andreas Nau: „Die richtige Mischung von An- und Entspannung macht Spitzensportler aus.“ Das gelte ähnlich auch für Arbeitnehmer. Je nach Studie lasse die Konzentration von Mitarbeitern nach 50 oder 90 Minuten nach, dann benötigten sie eine Pause. „Wir wollen keine Work-Life-Balance, die Arbeit und Freude trennt, sondern beides verbinden, also Work-Life-Blend“, sagt Nau. Das ist einerseits effektiv für die Arbeitsökonomie, andererseits haben die Mitarbeiter mehr Spaß bei der Arbeit. „Langfristig zahlt es sich aus, gut und offen mit sich selbst und den Kollegen umzugehen.“ Als Einzelmaßnahme funktioniert eine tolle Kletterwand oder eine nette Weihnachtsfeier nicht, die Grundhaltung der Unternehmensführung müsse glaubhaft vorgelebt werden, so Nau, der diese unternehmenskulturellen Elemente auch für das Employer Branding einsetzt.



QUELLE: EASYSOFT

An der Kletterwand den Kopf freimachen für neue Ideen – die Mitarbeiter bei Easysoft nutzen häufig diesen Perspektivenwechsel.

Ohne die Werteorientierung hätte Cem Lang seinen Vertriebsjob in Bretten nicht angetreten: „Mein Vertrauen war durch den vorherigen Arbeitgeber so geschädigt, dass ich gar nicht glauben konnte, dass es im Vertrieb so offen und ehrlich zugehen kann.“ Deshalb wollte er vor einem Jahr während des Bewerbungsprozesses aussteigen. Aber Vertriebschef Friedhelm Seiler spürte die Skepsis des Kandidaten, schlug ein weiteres Gespräch vor und nahm ihn zu einem Kundentermin mit. Diese Transparenz überzeugte Lang: „Bedarfsge-rechtes Verhandeln statt Akkordverkauf – das war genau das, was ich suchte“.

Mitarbeiterbindung mit „Wir-Gefühl“

Ein anderes Beispiel für gelebte Werte ist Tanja Höhn. Während ihrer knapp sechsjährigen Elternzeit war sie immer

zu Veranstaltungen eingeladen, ist seit August 2016 mit 30 Prozent wieder eingestiegen und kann mit einem firmeneigenen Laptop auch von zu Hause arbeiten. Damit hat sie ausreichend zeitliche Flexibilität, um sich um ihre Kinder zu kümmern und konzentriert zu arbeiten. Denn sie ist involviert: Auftragslage und der aktuelle Finanzstatus sind für jeden auf einem zentralen Bildschirm oder im Intranet sichtbar.

„Früher hat jeder ‚sein Sach‘ erledigt“, sagt die Veranstaltungsmanagerin, die seit 2003 dabei ist und Krise wie Turn-around miterlebt hat. „Heute gibt es dagegen Wirgefühl“, ergänzt sie. Jeder wüsste, dass er über seine individuellen Ziele direkt oder mittelbar etwas zur Kundenzufriedenheit beiträgt. Die gelernte Zahnarzthelferin und Wirtschaftsfachwirtin etwa organisiert die

drei Akademien, Messen und diverse Veranstaltungen wie die Anwenderkonferenz mit mehr als 200 Teilnehmern.

Empfehlungen dominieren die Neueinstellungen

Das vielfältige Engagement für die 78 Mitarbeiter geben diese auf eine spezielle Art zurück: 60 Prozent der Kollegen, die in den vergangenen zwei Jahren eingestellt wurden, sind Freunde oder Bekannte.

Das Unternehmen hat zudem eine Arbeitgebermarke aufgebaut, die auch stark nach außen wirkt: Ein Viertel der rund 1.000 Bewerbungen sind Initiativbewerbungen. Während andere IT-Unternehmen über Fachkräftemangel klagen und der Branchenverband Bitkom 55.000 offene Stellen zählt, locken die Metzinger mit ihrer Arbeitsweise und -atmosphäre qualifizierte und passende Kandidaten an. „Natürlich tun wir uns mit bestimmten Anforderungen schwer, grundsätzlich sind wir aber überzeugt, dass unsere Investitionen in unsere Marke sich lohnen“, so Nau.

Kontinuierliche Weiterentwicklung

Einerseits belegen diverse Arbeitgeberpreise, an denen das Unternehmen erfolgreich teilgenommen hat, dass es sich auf einem gutem Weg befindet. Andererseits will es sich kontinuierlich weiterentwickeln. Deshalb führt aktuell ein Student der FH Reutlingen für seine Bachelorarbeit eine Mitarbeiterbefragung durch. Viele weitere Anregungen holt sich Nau selbst durch Personalliteratur, Kongresse und Mastermind-Gruppen. Sein Fazit lautet: „Wir investieren viel Zeit, die Mitarbeiter zu finden, die ihre Freiheiten nutzen, Ziele mitentwickeln und sich auch daran messen lassen.“



JENS GIESELER ist Kommunikationsberater und Journalist in Esslingen.



Die Gedanken frei schwingen lassen – auch das ist möglich, wie Geschäftsführer Andreas Nau demonstriert.



Teamstrukturen stärken: Beim Floßbau erleben die Mitarbeiter ihre Kollegen einmal von ganz anderen Seiten.



Friedhelm Seiler, Andreas Nau und Wilfried Hahn sind die Gründer von Easysoft.



Vertriebsmitarbeiter Cem Lang auf einer Messe. Ihn hat die Transparenz des Unternehmens überzeugt.



Kommunikationsinseln fördern den Austausch der Mitarbeiter. Auch in der großzügigen Küche, im firmeneigenen Fitnessstudio oder am Tischkicker trifft man sich gern. Im Zentrum dieses Konzepts steht eine gute Balance zwischen Leistung und Entspannung. Arbeit und Leben sollen nicht als Gegensätze angesehen werden, sondern als Einheit.