

# Personaler auf Pirschfahrt

Arbeitgeber wollen wissen, wie Talente im Digital Business ticken. Mit Stopps bei Ideenschmieden und in der Start-up-Szene bietet die Berliner HR-Safari Personalmanagern Eindrücke auf „freier Wildbahn“. Von Kathrin Witsch

Mit Jeans, Pullover und Turnschuhen bekleidet, betreten 20 Personalmanager das Café Sankt Oberholz am Rosenthaler Platz in Berlin. Das Büro der Start-up-Szene in der deutschen Hauptstadt. Wenn sich Personaler an die Talente des Digital-Business ranpirschen, sieht man ihnen nicht mehr an, dass sie für Philips, Bosch, L'Oréal oder Jägermeister arbeiten. In ihren lässigen Outfits fügen sie sich unauffällig in ihre Umgebung ein. Die Gruppe beobachtet, wie die Oberholz-Gäste im Alter zwischen 25 und 35 einzeln an ihren Tischen sitzen und fleißig in die Tasten ihrer weißen oder silberfarbenen MacBooks geben.

Vom Erdgeschoss mit der langen Theke, wo Snacks und Getränke für die Digital-Arbeiter, Online-Grafiker und App-Programmierer zubereitet werden, geht es in den zweiten Stock. Dort darf jeder Personaler mal kurz um die Ecke schauen – wieder so unauffällig wie möglich. Die Gäste dort, die die bereitgestellten Arbeitsplätze, Online-Verbindungen und Konferenzräume zeitweise und gegen Gebühr nutzen, sollen nicht gestört werden. „Die kommen sich sonst vor wie im Zoo“, sagt Café-Gründer Ansgar Oberholz zwinkernd. Die Personaler nicken verständnisvoll. Für viele ist es das erste Mal, dass sie einen sogenannten Coworking-Space live erleben.

Das Oberholz ist die erste Station der diesjährigen „HR-Safari“, die regelmäßig von der „Good School für digitalen Wandel“ veranstaltet wird: Jeweils zwei Tage lang fahren Personalmanager mit einem alten amerikanischen Schulbus quer durch Berlin, um Digitalisierung „in freier Wildbahn“ zu erleben. Und

um zu lernen, wie die neue Art der Arbeit, von ihren Anhängern „New Work“ genannt, funktioniert.

Begleitet werden sie unterwegs musikalisch von einer Ein-Mann-Combo, inhaltlich von Simone Ashoff. Sie ist die Leiterin der Good School. Die mehrfach ausgezeichnete Pionierin des Digital-Zeitalters hat die allerersten Webseiten für MTV und BMW konzipiert und später mit Kabel New Media eine der ersten Interactive-Agenturen Deutschlands aufgebaut. Inzwischen sensibilisiert Ashoff Personalchefs für eine neue Spezies von Beschäftigten, die den Arbeitsmarkt global revolutioniert.

Nach etwa zwanzig Minuten Fahrt steht der nächste Halt auf dem Pro-

gramm. Insgesamt elf Stopps sind geplant. Etwa beim Telekom Hubraum, einem Treff für Start-ups der Hightech-Szene, und bei Unternehmen wie IXDS. Die Design- und Innovationsagentur, bei der es für etwa 50 Mitarbeiter weder Anwesenheitspflicht noch die Fünf-Tage-Woche gibt, gewährt Einblick in ihre innovative Organisation. Das weitläufige Großraumbüro liegt versteckt in einem Hinterhof. Eine Holztheke trennt die offene Küche vom Konferenzbereich, wo die Safari-Teilnehmer Platz nehmen. Nancy Birkhölzer und Kaija Peters von IXDS erklären ihnen, dass die IXDSler ihre Arbeitsweisen kontinuierlich optimieren. „Wir wollen uns immer wieder hinterfragen“, sagt Birkhölzer. Deswegen wird ein Viertel der Arbeitszeit in die Weiterentwicklung der Arbeitsmodelle gesteckt. Sofort schnell Roswitha Beleius Hand nach oben: „Aber wie finanziert sich das?“, fragt die Personalreferentin vom Elektrounternehmen Bosch. „Das müssen die Mitarbeiter in der restlichen Zeit sicherstellen“, erklärt Birkhölzer. Durch die Gleichstellung und Eigenverantwortung aller Beteiligten hätten diese aber auch ein größeres Interesse daran, den notwendigen Profit zu erwirtschaften.

Digitalisierung verändert die Wirtschaft und das klassische Führungsprinzip Weisung und Kontrolle innerhalb der hierarchischen Strukturen stößt an seine Grenzen. Es entsteht aber auch eine Kluft zwischen denjenigen Unternehmen, die den fundamentalen Charakter der digitalen Umwälzung erkennen und jenen Firmen, die in der Digitalisierung lediglich ein technisches Werkzeug sehen. Dabei hinkt die deutsche Wirt-

schaft offenbar insgesamt hinterher. Eine Studie des Personaldienstleisters Hays zeigt, dass vor allem das Insel- und Konkurrenzdenken der einzelnen Fachabteilungen innerhalb der Unternehmen einer durchgreifenden Digitalisierung im Weg steht.

Fakten, die sich im Michelberger Hotel an der Warschauer Straße in Berlin gleich zu Beginn bestätigen. Im Retro-



Alter amerikanischer Schulbus: Für den Trip der Extraklasse.

mit weltweit mehr als 15.000 Mitarbeitern. Den Kurs der Firma bestimmen die Chefs. Einen radikalen Schritt in Richtung Digitalisierung halten sie nicht für notwendig. „Wir wachsen, die Mitarbeiter sind zufrieden und natürlich arbeiten wir mit sozialen Medien wie Xing und Linked In, um Bewerber zu finden“, sagt der 28-Jährige. Aber das Kerngeschäft nehme zu viel Zeit in Anspruch, um die interne Digitalisierung umfassend voranzutreiben. Ein Argument, das häufig zu hören ist.

Doch genau darüber schüttelt Stephan Grabmeier den Kopf. Der Experte für Digitale Transformation begleitet die Safari. „Das ist eine existenzbedrohende Einstellung“, sagt er. Immer dann, wenn es einem Unternehmen wirtschaftlich gut gehe, ändere sich zu wenig. „Die vermeintliche Sicherheit ist trügerisch. Siehe BlackBerry, Nokia oder Grundig“, warnt Grabmeier. Einstige Spitzenmarken, die in der Bedeutungslosigkeit versunken sind.

Am Abend des ersten Safari-Tages erfahren die Personaler von Headhunterin Constanze Buchheim, warum dieses Festhalten an gewohnten Strukturen dazu führen könnte, dass ihnen die Fachkräfte ausgehen. Sie hat sich auf die Vermittlung von Nachwuchskräften der sogenannten Generation Y im Alter zwischen 20 und 35 an Firmen spezialisiert, die schon heute über Fachkräftemangel klagen. „Und das wird sich nicht ändern, wenn die Unternehmen sich den Bedürfnissen dieser neuen Generation nicht anpassen“, sagt sie. Beinahe wie ein Ranger auf einer echten Safari bereitet sie die Runde auf das nächste Ereignis vor – die Diskussion mit einem typischen Vertreter der Generation Y.

Aufgewachsen in einer vernetzten Welt unter nie dagewesenen Wohlstandsbedingungen sitzt Marcel Rasche auf dem Sofa der Good School. Ein Bein liegt locker auf dem anderen. Mit der Hand fährt er sich durch das braune Haar. Er erzählt, was seine Generation von Arbeitgebern und vom Leben erwartet: „Siemens hat mir vor vier Jahren nach meinem dualen Studium zum Wirtschaftsingenieur einen Job angeboten. Aber ich habe gekündigt.“ Der damals 21-Jährige wollte etwas anderes als die Aussicht auf eine Festanstellung bis zur Rente. Er studierte Schauspiel, dann machte er sich mit einer Talentagentur selbstständig und gerade denkt er über die nächste Geschäftsidee nach. „Geld ist nicht meine Motivation“, sagt Rasche. Er will mehr. Als der Moderator

des Abends ihm eine Definition der Generation Y vorliest, konzentriert er sich einen Moment auf das Zitat auf der Leinwand hinter ihm. Dann dreht er sich wieder zu seinen Zuhörern um und sagt: „Ja, das stimmt. Außer, dass wir nicht nur das Gefühl haben wollen, wir würden die Welt verändern. Wir wollen die Welt verändern.“

„Und genau das ist der Punkt“, sagt Experte Grabmeier. „Die Impulse von außen werden immer intensiver, die Märkte immer schneller.“ Ein Unternehmen müsse so flexibel geformt sein, dass es sich immer wieder von neuem anpassen könne. „Die durchschnittliche Halbwertszeit von Unternehmen ist inzwischen von 75 auf 15 Jahre gesunken. Und sie wird nicht langsamer.“

Im Gegenteil, die Ideen rund um die Digitalisierung allein in Sachen Personalwesen sprudeln nur so. Das erleben die Safari-Teilnehmer noch mal hautnah am zweiten Tag des Bustripps. Da fahren sie zum Telekom-Hubraum, einem Zentrum für Start-ups in Berlin-Schöneberg. Dort begeben sie sich in die sprichwörtliche Höhle des Löwen. Wie im gleichnamigen Fernsehformat treten Gründer von fünf Start-ups an, um in jeweils sieben Minuten den Personaler ihr Geschäftsmodell vorzustellen. Danach müssen die Besucher entscheiden, wie viel Geld sie dem jeweiligen Jungunternehmer geben würden. Von einer Vermittlungsplattform für Teilzeitjobs bis zu einer Art Datenbank, die wie eine Partnervermittlung Bewerber den idealen Arbeitgeber vorschlägt, reicht das Angebot. Am Ende siegt die Idee einer auf Fachkräfte spezialisierten Suchmaschine – eine interessante Lösung für ein Problem, mit dem die Personalmanager beinahe täglich konfrontiert sind.

Mit Digital-Technik allein wird sich dieses Problem aber nicht lösen lassen. Nach zwei Tagen HR-Safari beginnen das auch die Teilnehmer zu verstehen. Sie haben viel notiert und unzählige Fragen gestellt. Sie haben Einblicke in Unternehmen wie IXDS, in die Abläufe von Coworking-Zentren wie das Café Sankt Oberholz bekommen und sind Talenten der Digitalwirtschaft begegnet. „Ein Mittelstandsunternehmen wie unser Automobilzulieferer wird jetzt nicht hingehen und seine Struktur komplett umwerfen“, sagt Grabmeier abschließend. Aber ein neues Verständnis für die Digitalisierung und ihre Folgen müsse wenigstens da sein. Und das, hofft er, nehmen die Teilnehmer aus der HR-Safari wenigstens als kleine „Trophäe“ mit.



Café Sankt Oberholz: Alternativer Arbeitsplatz für junge Leute der Berliner Start-up-Szene.



Simone Ashoff, Leiterin der Good School: Digitalisierung erlebbar machen.



Personalmanager auf Tour: Im Bus entspannen sich die Teilnehmer zwischen den einzelnen Stationen mit Live-Musik von den vielen neuen Eindrücken.



Workshop bei IXDS: Personalerin Claudia Rohde von Jägermeister (l.) bespricht sich mit Ila Miers von der Werbeagentur Lukas Lindemann Rosinski (2. v. l.).



Start-up-Wettbewerb im Hubraum der Telekom: Fünf Gründer präsentieren den Safari-Teilnehmern innovative Geschäftsideen rund ums Personalwesen.