



Meeting des Compeople-Führungsteams. Die Mitarbeiter werden in fachliche Entscheidungen und strategische Entwicklungen immer miteingebunden.

FOTO: COMPEOPLE AG

COMPEOPLE

DEN SPIEGEL VORGEHALTEN

Der Frankfurter IT-Dienstleister Compeople ist beim bundesweiten Unternehmensvergleich „Top Job“ als „Arbeitgeber des Jahres 2010“ ausgezeichnet worden. Ein Gespräch mit Jürgen Wiesmaier, Vorstand von Compeople.

Herr Wiesmaier, was zeichnet Compeople als „Arbeitgeber des Jahres“ besonders aus?

WIESMAIER: Der Benchmarkingbericht hat unser starkes Wir-Gefühl als Besonderheit hervorgehoben. Es basiert auf einer ausgeprägten Kommunikationskultur innerhalb des Unternehmens. Hierzu zählt die Transparenz von der Geschäftsleitung in Richtung Mitarbeiter: Jeder weiß, wie unsere Zahlen aussehen, welche Kunden wir gewonnen haben, welche Projekte geplant sind. Ebenso wichtig für uns ist der offene Dialog der Mitarbeiter untereinander, aber auch der respektvolle Umgang miteinander.

In vielen Unternehmen ist das Betriebsklima schlecht, ein Wir-Gefühl gibt es dort nicht einmal ansatzweise. Welche Tipps können Sie Personalverantwortlichen geben, die den Zusammenhalt ihres Teams verbessern möchten?

WIESMAIER: Bei Compeople gibt es keine herausragende Einzelmaßnahme, vielmehr sind es viele kleine Maßnahmen, die ein in sich stimmiges Ganzes ergeben. Uns ist es sehr wichtig, dass Mitarbeiter in fachliche Entscheidungen und strategische Entwicklungen immer eingebunden werden. Ganz gleich, ob ein Mitarbeiter erst seit drei Monaten oder schon seit zehn Jahren im Unternehmen ist: Jeder hat das Gefühl, dass er gehört und geachtet wird, dass seine Meinung zählt und in die Gesamtentscheidung miteinfließt. Wir leben das Wir-Gefühl im täglichen Miteinander. Das ist für uns wichtiger, als einen glitzernden Oskar hochhalten zu können.

Wer auf Ihrer Internetseite nach einem Unternehmensleitbild recherchiert, sucht vergeblich. Verzichten Sie bewusst darauf?

WIESMAIER: In manchen Betrieben werden Leitlinien oft von der Ge-

schäftsführung oder dem Marketing erarbeitet und schön gerahmt in Fluren oder Aufzügen präsentiert, ohne dass sich die Mitarbeiter damit identifizieren. Bei uns war das anders. In Workshops haben wir herausgearbeitet, was uns auszeichnet und stark macht, welche Kernkompetenzen wir haben, wo wir stehen, wie wir uns für die Zukunft noch besser aufstellen können. Den Mitarbeitern war es in diesem Zusammenhang wichtig, gemeinsame Werte zu definieren und letztendlich eine Summe zu finden, wo alle sagen: Genau das ist Compeople, das sind wir. Es war Wunsch der Mitarbeiter, die Unternehmensleitsätze nicht publik zu machen. Sie waren der Meinung: Das sind unsere Leitlinien, dafür stehen wir. Aber nach außen müssen wir nichts beweisen.

Was macht für Sie den Reiz aus, an Wettbewerben teilzunehmen?

WIESMAIER: Zunächst sind wir mit dem Ziel angetreten, dass wir

durch eine erfolgreiche Teilnahme am Wettbewerb unsere Arbeitgebermarke bekannter machen, um als mittelständisches Unternehmen von potenziellen Bewerbern stärker wahrgenommen zu werden. Wir haben allerdings schnell festgestellt, dass die Teilnahme noch einen weiteren positiven Effekt hat: Der Benchmarkingbericht, den das Institut für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen im Rahmen des Top-Job-Wettbewerbs erstellt, hat uns einen Spiegel vorgehalten, der unsere Arbeit kritisch reflektiert und Potenziale für Verbesserungen aufzeigt. Inzwischen ist uns dieser sogar wichtiger als die Auszeichnung. In diesem Jahr geht

KONTAKT

Compeople
Untermainanlage 8
60329 Frankfurt
E-Mail info@compeople.de
Internet www.compeople.de

es bei Compeople nun vorrangig darum, das zu stabilisieren und zu systematisieren, was wir in den vergangenen Jahren aufgebaut und an neuen Prozessen eingeführt haben. Dem Vergleich mit anderen Unternehmen werden wir uns dann wieder im nächsten Jahr stellen.

Gab es bei Compeople auch überraschende Ergebnisse im Benchmarkingbericht?

WIESMAIER: Durchaus, und zwar bei unserer ersten Teilnahme, im Benchmarkingbericht des Jahres 2008. In den meisten Bereichen haben wir uns hier bestätigt gesehen. Erstaunt waren wir allerdings darüber, dass die Mitarbeiter in puncto Weiterbildung nicht komplett zufrieden waren, obgleich wir in diesen Bereich viel investieren. Bei einer genaueren Analyse hat sich gezeigt, dass die Mitarbeiter mit der individuellen Förderung zwar hochzufrieden waren, allerdings vom Arbeitgeber Vorgaben wünschten, wie zum Beispiel, welche Weiterbildungsthemen für das Unternehmen wichtig sind. Kurz: Die Mitarbeiter haben mehr Orientierung, auch hinsichtlich der künftigen Unternehmensstrategie, eingefordert.

Wie haben Sie den Wunsch Ihrer Mitarbeiter in den Unternehmensalltag übersetzt?

WIESMAIER: Im Bereich Weiterbildung bieten wir inzwischen Inhouse-Schulungen an und vermitteln den Mitarbeitern in den Gesprächen mit ihren Personalverantwortlichen konkrete Weiterbildungsvorschläge. Grundsätzlich achten wir beim Umsetzen von Mitarbeiterwünschen in den Unternehmensalltag darauf, dass wir Veranstaltungen wie Mitarbeiter-tage oder Bowlen nicht als einmalige Aktionen durchführen, sondern solche Events als feste, regelmäßige Einrichtungen etablieren. Ein Beispiel hierfür ist der Compeople Day, der viermal jährlich stattfindet. Die Geschäftsführung präsentiert dort

zunächst die Quartalsergebnisse, anschließend stellen Projekt- und Forschungsgruppen ihre Arbeitsergebnisse vor. Es wird offen diskutiert, was gut läuft und was nicht. Beim Compeople Day geht es vor allem um den Austausch und internen Wissenstransfer. Da unsere Mitarbeiter an unterschiedlichen Standorten, wie zum Beispiel am Hauptsitz in Frankfurt, im Compeople Office in München sowie bei Kunden vor Ort tätig sind, ist es bei internen Meetings oder Aktivitäten ebenso wichtig, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken. Im Frühjahr sind beispielsweise nach dem offiziellen Programm des Compeople Day auch die Familien der Mitarbeiter zum gemeinsamen Grillen eingeladen, im Herbst steht ein größerer Kick-off im europäischen Ausland auf dem Programm.

Die Top-Job-Jury bescheinigt Compeople auch im Bereich Personalentwicklung herausragende Leistungen. Was sind die Bausteine Ihres Erfolgs?

WIESMAIER: Neben der persönlichen und fachlichen Weiterbildung stellen wir Mitarbeiter für zehn Tage pro Jahr frei, wenn sie an internen Forschungsprojekten teilnehmen und sich dabei fachlich weiterentwickeln möchten. Wir unterstützen Mitarbeiter auch darin, wenn sie in führenden Open Source Communities mitarbeiten, Artikel für Fachmagazine schreiben oder Vorträge auf Konferenzen halten möchten. Viele der Mitarbeiter profilieren sich so als Experten in Fachkreisen und machen damit zugleich auch das Unternehmen und seine Kernkompetenzen bekannt.

Angesichts des demografischen Wandels bekommt das Thema Familienfreundlichkeit in Unternehmen ein immer größeres Gewicht. Gehen Sie hier im Rahmen des Möglichen auch unkonventionelle Wege?

WIESMAIER: Hier ist es uns besonders wichtig, gemeinsam mit den



Jürgen Wiesmaier, Vorstand von Compeople:
„Wir leben das Wir-Gefühl im täglichen Miteinander. Das ist für uns wichtiger, als einen glitzernden Oskar hochzuhalten.“

Mitarbeitern individuelle Vereinbarungen zu treffen. Zwei Beispiele: Eine Mitarbeiterin, die vor Kurzem aus dem Mutterschutz zurückgekehrt ist, aber inzwischen in den Niederlanden lebt, arbeitet nun im Homeoffice zwei Tage pro Woche in Teilzeit für uns. Ein Mitarbeiter, der zusammen mit seiner Familie Kuba, das Heimatland seiner Frau, kennenlernen wollte, ist jetzt für ein Jahr freigestellt. Aber auch bei Fragen wie zum Arbeitsstandort betrachten wir den jeweiligen Einzelfall: So erhalten jüngere Mitarbeiter, die Herausforderungen suchen, die Chance Projekte in Wien oder Hamburg zu übernehmen. Mitarbeitern hingegen, die gerade eine Familie gegründet und ein Haus gebaut haben, ermöglichen wir es, für vier, fünf Jahre in räumlicher Nähe zu ihrem Wohnsitz zu arbeiten.

Welche Kriterien legen Sie bei der Personalauswahl zugrunde?

WIESMAIER: Neben der fachlichen Qualifikation ist es uns ganz wichtig, dass der neue Mitarbeiter auch gut ins jeweilige Team passt und motiviert ist, unsere Firmenkultur mit zu leben und zu gestalten. So ist bei den Vorstellungsgesprächen neben dem Personalverantwortlichen mindestens ein Mitarbeiter aus dem zukünftigen Team des Bewerbers dabei. Zwar treffe ich als Vorstand die letztendliche Personalentscheidung, allerdings haben die beteiligten Mitarbeiter bei der Stellenbesetzung ein Vetorecht. Dieses wird im konkreten Fall auch berücksichtigt, denn wir

sind an einer langfristigen vertrauensvollen Zusammenarbeit aller Mitarbeiter und einem guten Arbeitsklima interessiert. Unser Ziel ist es, auch in Zukunft als ein großes Team, im dem sich alle wohlfühlen, erfolgreich nach vorne zu gehen.

Hat die Auszeichnung als Arbeitgeber des Jahres eine Bewerberflut bei Compeople ausgelöst?

WIESMAIER: Von einer Bewerberflut zu sprechen, wäre übertrieben. Wir haben allerdings zahlreiche Initiativbewerbungen erhalten. Die Auszeichnung hat unsere Bekanntheit und unsere Reputation als Arbeitgeber erhöht. Auf Messen setzen wir beispielsweise das Top-Job-Gütesiegel gezielt als Eyecatcher ein, um auf uns aufmerksam zu machen und mit qualifizierten Nachwuchskräften ins Gespräch zu kommen. Gerade mittelständische IT-Dienstleister stehen im harten Wettbewerb mit großen Unternehmen. Die Interessenten sind dann oft erstaunt, welche Entwicklungs- und Mitgestaltungsmöglichkeiten ihnen ein mittelständisches Unternehmen bietet, auch wenn dort die in internationalen Konzernen üblichen, wohlklingenden Positionen auf der Visitenkarte manchmal fehlen. |



INTERVIEW
PETRA MENKE
Chefredakteurin,
IHK Wirtschaftsforum,
Unternehmermagazin
der IHK Frankfurt
p.menke@
frankfurt-main.
ihk.de