

Mehr Fachkräfte für die Digitalbranche

premium consultants aus Hamburg vermittelt digitale Fach- und Führungskräfte an Großkonzerne, Start-ups, Medienhäuser und Agenturen. 'new business' sprach mit Geschäftsführerin Katharina Wolff über die rare Spezies der Digitalexperten.

nb: Frau Wolff, Sie haben Anfang 2010 Ihre Personalberatung premium consultants gegründet. Wie kam es dazu, dass Sie sich auf die Digitalbranche spezialisiert haben?

Katharina Wolff: Ich habe Jura studiert und bereits während des Studiums und auch im Anschluss daran im Bereich Personalberatung gearbeitet. Zur Digitalbranche bin ich dann wie die Jungfrau zum Kinde gekommen. Der Freund meiner damaligen Mitbewohnerin gründete gerade ein Start-up und hat mich zum Personalaufbau hinzugezogen. In der Anfangsphase meiner Selbständigkeit habe ich sehr viel für Start-ups gearbeitet, mittlerweile begleiten wir auch große Konzerne bei der Digitalisierung.

nb: Wie viele Unternehmen betreuen Sie mittlerweile?

Wolff: Das variiert laufend, es gibt da sehr starke Schwankungen. Bestandskunden haben wir etwa 80. Die suchen natürlich nicht ständig nach neuen Mitarbeitern. Bei den aktiven Kunden, die wir parallel betreuen, kommen wir im

Schnitt auf 20, sodass jeder Kunde wirklich intensiv und individuell betreut werden kann.

nb: Wie viele Bewerber haben Sie in Ihrer Kartei?

Wolff: In unserer Datenbank sind über 2.000 Kandidaten mit Expertenwissen aus der digitalen Wirtschaft, wobei ja nicht alle immer auf der Suche nach einem neuen Job sind. Die Fluktuation auf dem Online-Markt ist aber sehr hoch. Durchschnittlich wechseln die guten Leute alle zwei bis drei Jahre ihren Arbeitsplatz, weil sie sich weiterentwickeln wollen.

nb: Wie sind Ihrer Erfahrung nach die Medienhäuser in Deutschland aufgestellt?

Wolff: Das ist sehr unterschiedlich. Von den Großen sind als vorbildlich Axel Springer und Burda zu nennen. Burda hat zum Beispiel einen eigenen Vorstandsposten für den Digitalbereich mit Stefan Winners besetzt. In einigen Medienunternehmen mangelt es aber an einer echten und langfristigen Digitalstrategie, nicht nur was die Personalfragen betrifft. Es geht darum, sich klar zu machen, wie man seine Produkte in zehn bis 15 Jahren noch verkaufen kann. Da wird aber nur in Zwei- bis Dreijahresschritten gedacht, ohne sich über einen echten Zukunftsmarkt Gedanken zu machen.

nb: In welchen Branchen besteht in puncto Digitalisierung noch hoher Nachholbedarf?

Wolff: Die großen Konzerne hinken in der Regel noch weit hinterher. Das liegt vor allem daran, wie sie aufgestellt sind. Rewe ist ein gutes Beispiel dafür, wie auch ein Großunternehmen die Digitalisierung meistern kann. So hat Rewe eine Art Start-up-Unit mit flachen Hierarchien etabliert und verfügt als einer der wenigen Konzerne über einen Chief Digital Officer. Denn wenn nicht in der Unternehmensführung einer sitzt, der die Digitalisierung vorantreibt, funktioniert es im gesamten Konzern nicht.

nb: Dann wird es auch schwer, Fachkräfte zu finden.

Wolff: Die hochqualifizierten Fach- und Führungskräfte wollen neue Dinge entwickeln, die quasi der Trend von übermorgen sind. Diese Leute bekommt aber kein Konzern, solange dort Bürokratie herrscht und die Hierarchien starr sind. Ein weiteres Problem sind die langwierigen Prozesse, auch im Einstellungsverfahren. In der digitalen Welt geht hingegen alles sehr schnell.



KATHARINA WOLFF

hat premium consultants Anfang 2010 gegründet. Mit sechs Mitarbeitern in Hamburg (ab 1. Juli: sieben) und zwei in Berlin vermittelt die Personalberatung digitale Fach- und Führungskräfte an Unternehmen. Abgerechnet wird pro vermitteltem Mitarbeiter. In der Regel wird ein Drittel bei der Vorstellung eines Kandidaten fällig, die zwei weiteren Drittel bei erfolgreichem Abschluss. Für Start-ups bietet premium consultants spezielle Preise.

KUNDEN VON PREMIUM CONSULTANTS (Auswahl):

Serviceplan, Ströer Digital, immonet, affilinet, Aprupt, Facelift, Retailmenot, High-Tech Gründerfonds, Hanse Ventures, DailyDeal, Rewe.

nb: Hinzu kommt der Fachkräftemangel in der Digitalbranche...

Wolff: Ja, vor allem bei den IT-Experten herrscht großer Mangel. Ich sehe es als eine politische Aufgabe an, vor allem Mädchen stärker für technische Berufe zu gewinnen. Wir vermitteln in der IT-Sparte 99 Prozent Männer. In den Bereichen Marketing, Business Development, Produktmanagement und Sales gibt es eigentlich kein Geschlechterproblem, auch nicht in Führungspositionen.

nb: Wie lässt sich der IT-Fachkräftemangel lösen?

Wolff: Viele Unternehmen sträuben sich immer noch, englischsprachige Entwickler einzustellen. Außerdem ist man in Deutschland oft sehr festgefahren, was Lebensläufe betrifft. Es gibt hierzulande kaum Quereinsteiger. Ein Bewerber muss quasi bereits exakt den Beruf ausüben, der in der Stellenausschreibung steht. Und die Branche muss auch noch übereinstimmen. Da müssen sich die Unternehmen viel stärker öffnen.

nb: premium consultants vermittelt also auch Fachkräfte aus dem Ausland?

Wolff: Ja, wir haben viele Entwickler aus der Ukraine, aus Polen, Portugal oder Spanien. Im IT-Sektor liegt der Anteil bei zehn bis 15 Prozent.

nb: Rekrutieren Sie auch an Hochschulen?

Wolff: Nein, aktiv vermitteln wir nur Fachkräfte mit Berufserfahrung und Führungskräfte. Wir haben aber gerade die Stellenplattform digitaltalente.de aufgebaut, auf der Berufseinsteiger-Jobs, Werkstudenten-Stellen und Praktika für 69 Euro im Monat inseriert werden können.

nb: Sie sind vor Kurzem bei der Berliner Personalberatung Shortlist Europe eingestiegen. Was waren Ihre Beweggründe?

Wolff: Wir haben sehr viele Kunden in Berlin und brauchen dort einen Standort. Für uns hat sich die Frage gestellt, ob wir ein eigenes Büro eröffnen oder uns an einem Unternehmen beteiligen, das dort schon verankert ist. Antonia Latta ist seit einem Jahr mit Shortlist Europe aktiv. Sie hat zuvor den HR-Bereich bei Brands4Friends aufgebaut, kennt sich in der Digitalbranche bestens aus und ist sehr gut vernetzt. Wir haben außerdem dieselbe Philosophie, was das Beratungsgeschäft und unser Dienstleistungsangebot betrifft.

nb: Wann wollen Sie Ihr Büro in Düsseldorf eröffnen?

Wolff: Das ist für Ende des Jahres geplant. Unsere Schwerpunkte liegen ganz klar in den Metropolen Berlin, Hamburg, München, Köln und Düsseldorf. Der neue Standort wird dann die beiden NRW-Städte betreuen. Dort passiert gerade sehr viel.

nb: Wie sieht es mit einer internationalen Dependence aus?

Wolff: Ich denke, das wird eher ein Projekt ab 2016 werden, ist aber durchaus geplant, denn die digitale Szene wird immer internationaler. Wir haben bereits heute einerseits internationale Kunden, die in Deutschland eine Niederlassung eröffnen wollen. Andererseits betreuen wir auch deutsche Unternehmen, die ins Ausland expandieren wollen.

nb: Wie beurteilen Sie den Digitalstandort Deutschland insgesamt?

Wolff: Im internationalen Vergleich spielt Deutschland in der Kreisliga, aber ich glaube, dass sich hier noch einiges tun wird. In der Politik ist es mittlerweile angekommen, dass die Digitalbranche ein wichtiger Markt ist und dass dort nachhaltige Unternehmen aufgebaut werden. Letztendlich ist Deutschland dazu gezwungen, in dem Bereich aufzurüsten. Denn sonst gehen die guten Leute früher oder später lieber in die USA, nach England oder nach Israel. Der Digitalmarkt ist ein enormer Wachstumssektor und kann unglaublich viele neue Jobs schaffen. Um auf Weltniveau aufzuschließen, müsste aber auch das "alte Geld", von dem es in Deutschland reichlich gibt, in die neuen Technologien fließen.

nb: Immer mehr Unternehmen setzen eigene Accelerator-Programme auf. Was halten Sie davon?

Wolff: Es ist ein guter Anfang, aber ich halte diese Strategie nicht für nachhaltig, da die Start-ups, die die Unternehmen um sich scharen, nicht notwendigerweise zu ihrem Kerngeschäft passen und nicht im Namen des Unternehmens entwickeln.

(Interview: Margit Mair)

IN UNSERER SERIE 'HUMAN RESSOURCES' KAMEN BISLANG ZU WORT:

- Dagmar Hübner, Geschäftsführerin The People Business (nb 9/2014)
- Ulrich Roth, GF von Roth & Lorenz (nb 16/2014)
- Simon Zicholl, Social Media-Spezialist bei Westpress (nb 24/2014)
- Christiane Schulz, CEO Weber Shandwick (nb 25/2014)