

09.2017

Desonamagazin. TRENDS. ANBIETER, PRAXIS Spezial



HR Start-up Guide 2017 Durchstarten mit Innovationen in der Personalarbeit

BEGEGNUNG Wie HR-Start-ups

frischen Wind in die etablierte Personalszene bringen s. 4

ZUSAMMENARBEIT Wie Unternehmen und Start-ups von Kooperationen profitieren s. 8

Firmenporträts HR-Start-ups stellen ihre Produkte und Lösungen vor

METHODEN Wie Design Thinking die Wertschöpfung von HR erhöhen kann s. 14





Liebe Leserinnen und Leser,

vor einem Jahr haben wir erstmals dieses Sonderheft veröffentlicht. Einige Start-ups sind inzwischen durchgestartet und konnten sich bereits fest am Markt etablieren. Viele neue Start-ups mit innovativen Produkten für den Personalbereich sind entstanden. Zwanzig davon stellen wir Ihnen in diesem Heft



"Machen Sie es wie die Start-ups: nicht zögern, sondern

durchstarten. Wer wagt, gewinnt!"

Melanie Rößler, Personalmagazin

vor. Aber belassen Sie es nicht nur beim Lesen hinter verschlossener Bürotür. Gehen Sie nach draußen, um die Welt der HR-Start-ups und ihre Jungunternehmer persönlich kennenzulernen. Besuchen Sie beispielsweise das "Start-up Village" auf der Zukunft Personal. Dort präsentieren über 70 Start-ups ihre HR-Innovationen. Oder nehmen Sie an einer Roadshow oder Start-up-

Tour in Ihrer Nähe teil. Und wagen Sie ruhig auch mal eine konkrete Zusammenarbeit oder ein Projekt mit einem Start-up. Neue Lösungen erfordern den Mut zum Experimentieren. Es geht dabei nicht um "Best Practice", sondern um "First Practice". Nur so hat HR die Chance, sich zu verändern. Nicht zögern, sondern durchstarten! Wer wagt, gewinnt.

Viel Erfolg wünscht Ihnen Melanie Rößler, Redaktion Personalmagazin

INHALT

04 Nicht nur gucken - machen!

Wie HR-Start-ups frischen Wind in die etablierte Personalszene bringen

06 Innovationskultur fördern

Wie Unternehmen den Rahmen für mehr Kreativität schaffen

08 Begegnung auf Augenhöhe

So gelingt die Zusammenarbeit von Unternehmen und Start-ups

10 Spiel, Spaß und Innovation?

Ideen nehmen Gestalt an: So funktioniert Lego Serious Play

12 Etwas ziviler Ungehorsam

Wie Start-ups Personalarbeit machen und was etablierte Unternehmen davon lernen können

14 HR als Gestalter von Erlebnissen

Wie die Arbeit mit Design-Thinking-Methoden den Wertbeitrag von HR erhöhen kann

18 Unternehmensporträts

Zwanzig HR-Start-ups stellen sich und ihre Produkte vor

58 Awards und Events

Rückblick und Ausblick auf Highlights in der Start-up-Szene

IMPRESSUM

Eine Sonderveröffentlichung von

personalmagazin

VERLAG Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Munzinger Straße 9, D-79111 Freiburg

Kommanditgesellschaft, Sitz und Registergericht Freiburg, HRA 4408 Komplementäre: Haufe-Lexware Verwaltungs GmbH Sitz und Registergericht Freiburg, HRB 5557; Martin Laqua Beiratsvorsitzende: Andrea Haufe

Geschäftsführung: Isabel Blank, Sandra Dittert, Markus Dränert,

Jörg Frey, Birte Hackenjos, Markus Reithwiesner, Joachim Rotzinger, Dr. Carsten Thies

Steuernummer: 06392/11008, USt-ID: DE 812398835 REDAKTION Reiner Straub (verantw. Chefredakteur), Melanie Rößler, Benjamin Jeub

REDAKTIONSASSISTENZ Brigitte Pelka

brigitte.pelka@haufe-lexware.com, Telefon 0761 8983-921 **GRAFIK/LAYOUT** Ruth Großer

ABONNENTEN-SERVICE UND VERTRIEB

zeitschriften@haufe.de, Telefon 0800 5050445 (kostenlos)

ANZEIGEN Florian Metzger (florian.metzger@haufe.de), Bernd Junker (bernd.junker@haufe.de)

TITELBILD peshkov / thinktstockphotos.de

VERBREITUNG Das Sonderheft "HR-Start-ups ist eine Veröffentlichung von Personalmagazin und der Ausgabe September 2017 beigelegt (Auflage 31.000). Aktuelle Information zu den Zeitschriften- und Online-Angeboten der Haufe-Gruppe finden Sie unter: www.haufe.de/mediacenter



"Nicht nur gucken, auch machen"

INTERVIEW. Innovationen in HR sind seine Mission: Simon Werther erläutert, was sich in der HR-Start-up-Szene tut und wie sich die traditionelle Personalerwelt verändert.

personalmagazin: Als Leiter der Fachgruppe HR-Start-ups im Bundesverband Deutsche Startups (BVDS) vertrittst du die Interessen von HR-Start-ups in Deutschland. Was macht der BVDS und wofür setzt sich die Fachgruppe konkret ein? Simon Werther: Der BVDS wurde als Interessensvereinigung aller Start-ups in Deutschland gegründet. Er hat im Wesentlichen zwei Ziele: Zum einen die Interessenvertretung im engeren Sinne, also in Richtung Politik und Gesellschaft. Zum anderen will er die Vernetzung von Start-ups untereinander und zwischen Start-ups und etablierten Unternehmen ermöglichen und fördern. Die Zielsetzung der HR-Fachgruppe ist letztlich die Gleiche wie beim Bundesverband - nur eben mit Fokus auf das Thema Personal. Wir ermöglichen die Vernetzung von HR-Start-ups untereinander, aber auch zwischen HR-Start-ups und etablierten Unternehmen oder anderen HR-Dienstleistern. Wir wollen Synergien aufzeigen, um gemeinsam Innovationen voranzutreiben. Wir setzen uns aber auch für entsprechende politische Rahmenbedingungen ein, zum Beispiel in Bezug auf Datenschutz oder Arbeitszeitregelungen, um Innovationen in HR zu ermöglichen.

personalmagazin: Es ist jetzt zwei Jahre her, dass du diese Fachgruppe ins Leben gerufen hast. Was habt ihr seither erreicht? Simon: Wir sind im Juni 2015 mit knapp 15 HR-Start-ups gestartet. Inzwischen haben wir über 60 Mitglieder. Im vergangenen Jahr haben wir gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Personalführung (DGFP) die HR Innovation Road-



PROF. DR. SIMON WERTHER ist Gründer der HR Instruments GmbH, Professor für Innovationsmanagement an der Hochschule der Medien in Stuttgart und Vorsitzender der Fachgruppe HR-Start-ups im Bundesverband Deutsche Startups.

show ins Leben gerufen – ein Veranstaltungsformat, das gezielt den Austausch von Personalern mit HR-Start-ups ermöglicht. An acht Stationen in ganz Deutschland haben sich jeweils 20 HR-Start-ups vorgestellt. Die Organisation der Roadshow hat viele Kapazitäten gebunden, war aber auch so erfolgreich, dass sie dieses Jahr fortgesetzt wurde und wird.

personalmagazin: *Und was plant ihr für die Zukunft?*

Simon: Jetzt geht es darum, zusätzliche Austauschformate auch für uns Startups untereinander zu etablieren – und weitere Formate zum Austausch zwischen Start-ups und etablierten Unternehmen ins Leben zu rufen.

personalmagazin: Die HR-Start-up-Szene ist – nicht zuletzt dank eurer Aktivitäten – sehr lebendig, und die Bandbreite an innovativen Produkten und Dienstleistungen für HR ist riesig ...

Simon: Ja, gerade in den vergangenen zwölf Monaten ist noch einmal richtig viel in Bewegung gekommen. Der Markt hat sich ausdifferenziert und es wurden immer mehr auch vermeintliche Nischen von HR-Start-ups besetzt. Den größten Bereich stellt zwar nach wie vor das Recruiting - hier sind die zentralen Themen Matching, Künstliche Intelligenz, Active Sourcing und Mobile Applications. Aber stark wachsend sind momentan die Bereiche PE/OE mit Apps für selbstgesteuertes Lernen, digitale Unterstützung des Weiterbildungstransfers und Tools für Mitarbeiterbefragungen, Puls-Checks et cetera sowie der Bereich Gesundheitsmanagement.

personalmagazin: Du hast die HR Innovation Roadshow erwähnt. Welche anderen Möglichkeiten haben Personaler, um mit Start-ups in Kontakt zu kommen? Simon: Ein guter Einstieg sind sicherlich

Messen verschiedenster Art, sei es im engeren Sinne HR-Fachmessen, wie Zukunft Personal, Personal Nord, Personal Süd, oder auch Cebit oder Hannovermesse. Auf all diesen Messen gibt es inzwischen spezielle Start-up-Areas, wo sich Start-ups gemeinsam präsentieren und in kurzen Pitch Slots ihre Produkte

und Dienstleistungen vorstellen. Auch die Website des BVDS (www.startupverband.de) bietet eine gute Einstiegsmöglichkeit. Dort kann man sich über Begegnungsformate im eigenen Umkreis informieren, eine Abendveranstaltung oder ein Business Breakfast. Und nicht zuletzt kann man natürlich die Start-ups auch direkt kontaktieren.

personalmagazin: Wie tragen HR-Start-ups zu Innovationen im Personalbereich bei? Simon: Das Spannende ist, wenn man sich als Start-up im HR-Bereich bewegt, dass man beim Austausch auf zwei Ebenen ansetzen kann: Als Start-ups sind wir Abbild einer "neuen Arbeitswelt" und Vorbild in Sachen Agilität und Unternehmenskultur – also schon allein deswegen interessant für etablierte Unternehmen und Personaler. Gleichzeitig bieten wir auch die passenden innovativen Lösungen und Produkte an, die solche neuen Arbeitsweisen unterstützen.

personalmagazin: Wie erlebst du den Austausch mit Personalern aus etablierten Unternehmen?

Simon: Das Interesse vonseiten etablierter Unternehmen ist groß – gerade im Bereich HR. Aber man müsste noch einen Schritt weiter kommen: vom bloßen Austausch auch den Weg in konkrete Formate der Zusammenarbeit finden. Die Offenheit ist da, das zeigt die Beliebtheit von Veranstaltungen, wie Roadshows, Start-up-Touren, -Safaris,

"Das Interesse an Startups ist groß. Aber man müsste noch einen Schritt weiter kommen: Vom bloßen Austausch auch in die konkrete Zusammenarbeit finden." -Expeditionen und wie sie alle heißen. Aber das hat teilweise so ein bisschen Zoocharakter. Man schaut mal kurz vorbei und fährt dann zurück an seinen Arbeitsplatz und macht weiter wie bisher. Die eigentliche Frage ist ja: Wie schaffe ich es, wirklich etwas zu verändern?

Ich denke, wir sind in einer Phase, in der wir noch ausloten: Was gibt es für Begegnungsformate, bei denen man sich wirklich auf Augenhöhe austauschen kann? So, dass wirklich beide Seiten profitieren und eine nachhaltige Veränderung daraus resultiert. Ansonsten bleibt das eine Einbahnstraße.

personalmagazin: Dein Blick aus der Startup-Welt auf die traditionelle Personalerwelt: Was hat sich in den vergangenen ein bis zwei Jahren verändert?

Simon: Die Offenheit hat spürbar zugenommen. Das ist für mich ein Indikator, dass auch in der traditionellen Arbeitswelt viel in Bewegung ist und auch viel experimentiert wird. Das beginnt bei Veranstaltungen, wo man weggekommen ist von klassischen Frontalveranstaltungen hin zu interaktiven Formaten und geht auch weiter in den Unternehmen. Vor zwei bis drei Jahren war es für einen Personaler viel schwerer als heute, intern ein junges Start-up zu positionieren und eine Zusammenarbeit anzustreben. Zum einen gibt es inzwischen mehr erfolgreiche Beispiele, zum anderen ist auch der Reifegrad und die Professionalisierung aufseiten der Start-ups höher.

personalmagazin: Vor einem Jahr hast du in diesem Sonderheft "Mehr Mut für neue Wege" gefordert. Spürst du davon schon etwas, eine Art Aufbruchstimmung in den Unternehmen?

Simon: Ja – aber es ist noch Luft nach oben. Auf Veranstaltungen wird viel gesprochen über neue Formate, Agilität, Austausch, Augenhöhe und so weiter. Aber wenn es darum geht, wirklich teilzunehmen, "reinzuspringen", dann ist die Hemmschwelle oftmals doch noch groß. Gerade Personaler aus traditio-

nellen Branchen sind da noch zurückhaltend, sei es aus Gründen der Sozialisation oder der Historie. Veränderung beginnt letztlich ja immer bei mir selbst: Vorbild sein, nicht nur austauschen, sondern wirklich Dinge verändern, neue Tools und Prozesse auch tatsächlich einführen – und diese selbst nutzen, die Veränderung vorleben. Dieses Mindset ist in der Personalszene noch nicht flächendeckend verbreitet. Aber es bewegt sich extrem viel.

personalmagazin: Du selbst hast mit 16 Jahren dein erstes Unternehmen gegründet. Inzwischen bist du gestandener Unternehmer, Professor für Innovationsmanagement und nebenbei bist du noch Berater und in der Verbandsarbeit tätig. Wie hast du dir den Start-up-Geist bewahrt? Simon: Das Wichtigste ist, dass ich mir eine gesunde Neugier und eine gesunde Skepsis bewahre. Den Status quo ständig zu hinterfragen ist die Voraussetzung dafür, überhaupt auf neue Ideen zu kommen. Aber das ist eine Gratwanderung: Es braucht auch Stabilität und Nachhaltigkeit. Das wird oft falsch verstanden: alles nur agil und dynamisch funktioniert auch nicht. Es braucht schon stabile Strukturen. Vielleicht ist das meine Stärke: Ich kann mich gut in feste, etablierte Strukturen einfügen - sei es in einem Unternehmen oder im akademischen Kontext, wie ich das für eine Professur muss. Und ich kann solche Strukturen, wenn sie noch nicht existieren, selbst etablieren, wie ich das bei HR Instruments getan habe. Aber ich kann auch mal einen Schritt zurücktreten und den Status quo mit Skepsis betrachten. Und ich schaue gern mit Neugier in ganz andere Bereiche hinein. Vor allem das möchte ich jedem ans Herz legen: Offen zu sein in alle Richtungen und sich nicht nur mit der eigenen Zunft auseinanderzusetzen. Und vor allem: Nicht nur gucken, sondern auch Dinge ausprobieren und machen!

Das Interview führte Melanie Rößler.

Die Innovationskultur fördern

GRUNDLAGEN. Kreativität ist erlernbar. Doch ohne die richtige Haltung und Unternehmenskultur nützen die besten Kreativitätstechniken wenig.

Von **Florian Rustler**

ie meisten Unternehmen wünschen sich geniale Ideen der Mitarbeiter. Diese sollen zu innovativen Produkten und Dienstleistungen führen. Ob ein Unternehmen mit einem neuen Angebot am Markt erfolgreich ist, hängt natürlich von guten Ideen, aber darüber hinaus von vielen weiteren inneren und äußeren Faktoren ab. Ob eine Firma es schafft, kontinuierlich Neues zu schaffen, hängt vor allem von inneren Faktoren ab.

Vier Säulen der Innovation

Vereinfacht lassen sich vier voneinander abhängige Aspekte unterscheiden. Zuerst der Innovationsprozess: Wie Sie vorgehen, bestimmt, was am Ende herauskommt. Zweitens die Struktur: Die Art, wie das Unternehmen strukturiert ist und die Frage, wer wann welche Entscheidungen treffen kann, beeinflusst maßgeblich die Frage, wie schnell und effektiv sich eine Organisation an sich verändernde Umstände anpassen kann (Agilität) und die Innovationskultur. Sie bildet den dritten Aspekt und beschreibt, wie die Dinge gemacht werden in Hinblick auf Innovation. Die Kultur wiederum steht in einer gegenseitigen Wechselbeziehung zu Faktor Nummer vier: Der Person. Die Haltung, Glaubenssätze und Fertigkeiten einer Person beeinflussen die Verhaltensweisen eines Menschen und wirken damit wieder auf die Kultur.

Wenn ein Unternehmen seine Innovationsfähigkeit steigern möchte, dann stellen die kreativen Fertigkeiten und die kreative Kollaboration der Mitarbeiter einen wichtigen Faktor dar, jedoch nicht den einzigen. Kreativität definiere ich dabei als die Fähigkeit, etwas Neues zu schaffen, das Mehrwert bringt. Im Folgenden zeige ich, wie die persönliche Kreativität gefördert und verbessert werden kann. Wenn ein Unternehmen jedoch vergisst, Prozess, Struktur und Kultur für Innovation zu adressieren, nutzen auch die besten Ideen wenig.

Aber nun zum Thema. Manche glauben, dass man Kreativität nicht erlernen könne, sondern einfach kreativ sein müsse oder kreativ geboren wird. Da ist etwas dran! Die gute Nachricht ist: Wir alle sind kreativ und sind so geboren. Doch nicht alle Menschen sind mit den gleichen Talenten ausgestattet. Somit kann jeder Mensch kreativ sein, aber nicht alle Menschen werden es auf die gleiche Art und Weise sein. Neben diesen angeborenen Aspekten gibt es auch einige bewusst trainerbare und erlernbare Fertigkeiten der Kreativität. Diese kann jeder verbessern, auch wenn es viele zufällige Elemente gibt, die wir nicht kontrollieren können. Es gibt mehrere Aspekte, die sich bewusst beeinflussen lassen: Die Haltung, Gewohnheiten sowie Techniken und Prozesse.

Die richtige Haltung

"Hire for attitude, train for skill": Dieses bekannte Zitat drückt aus, dass die Einstellung eines Menschen oft am schwierigsten zu ändern ist. Dennoch ist es möglich und jeder kann bewusst an einer für Kreativität förderlichen Haltung arbeiten. Die große Mehrheit der Menschen weiß bei einer Idee oder einem ungewöhnlichen Vorschlag meist recht schnell, warum dieser nicht funktionieren wird. Sie finden Gründe, warum es nicht geht: "Ja. aber ... ". Es wäre aber auch möglich, neuen Ideen mit der Haltung zu begegnen, erst einmal das Positive oder die Chance zu sehen: "Why not?" statt "Yes, but ...". Neben dem Realitätssinn braucht es auch den Möglichkeitssinn, denn besonders im Anfangsstadium sind neue Ideen extrem fragil. Die Haltung der Menschen, die diese Ideen betrachten, ist entscheidend dafür, ob diese eine Chance haben oder sofort aussortiert werden. Ohne eine unterstützende Haltung sind Kreativitätstechniken und Kreativprozesse wie Design Thinking oder Systematic Creative Thinking nutzlos. Mit der richtigen Haltung können diese jedoch sehr wirksam sein. Seine Einstellung gegenüber Neuem kann man frei wählen.

Gewohnheiten der Kreativität

Neben der grundlegenden Haltung gibt es eine Reihe von Gewohnheiten des

"Why not?" statt "Yes, but …": Neben dem Realitätssinn braucht es auch den Möglichkeitssinn, denn besonders im Anfangsstadium sind neue Ideen extrem fragil. Denkens und des Tuns, welche die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass Kreativität entsteht - die sogenannten Grundregeln der Kreativität. Diese Gewohnheiten sind intellektuell einfach zu begreifen. Genauso wie Menschen, die mehr Sport machen oder mit dem Rauchen aufhören möchten, grundsätzlich wissen, was zu tun ist. Wichtiger ist jedoch die bewusste Übung dieser Gewohnheiten, damit diese wirklich zu einer Gewohnheit werden.

Erstens: Bewertung und Entwicklung von Optionen trennen

Wir sollten immer die Entwicklung von Optionen von der Bewertung der Optionen trennen und diese nicht gleichzeitig durchführen. Während wir Ideen generieren, möchten wir dabei sämtliche Bewertungen zurückstellen – egal, ob die Bewertung positiv oder negativ ist. Erst danach, wenn die Optionen auf dem Tisch liegen, beginnen wir, diese zu bewerten und über ihre Qualität zu sprechen. Klingt einfach, aber leider kommt dieses Grundprinzip in vielen Köpfen und Teams zu wenig zum Einsatz.

Zweitens: Probleme als offene Fragen formulieren

Anstelle der Aussage: "Das Produkt sieht unbeholfen aus" könnte man sagen: "Wie könnten wir es noch eleganter aussehen lassen?" Wir versuchen also, ein Problem als offene Frage zu formulieren. Der Unterschied in den Köpfen aller Beteiligten ist, dass wir in den Lösungsmodus kommen. Diese kleine Veränderung im Denken und Sprechen kann eine sehr positive Dynamik in das Denken und damit in Teams bringen.

Drittens: Ideen reifen lassen

Neben diesen zwei Beispielen für Denkgewohnheiten, gibt es auch Gewohnheiten des Tuns, die Kreativität begünstigen können.

Trotz des Umstands, dass Dinge meist sehr dringend, am besten sofort erledigt werden müssen: Wer kann, lässt am Besten zwischen dem ersten Wurf und der Der wichtigste Erfolgsfaktor für Kreativität ist die Motivation. Um motiviert zu sein, muss ein Mensch eine bestimmte Aufgabe als individuell wichtig erachten.

finalen Version einer Arbeit etwas Zeit verstreichen. Das Gehirn beschäftigt sich weiter mit der Sache, auch wenn wir nicht aktiv daran arbeiten. Diese Inkubationszeit führt noch einmal zu neuen Ideen und Aspekten, die eine erste Version verbessern können.

Viertens: Kreativzeit bewusst planen

Sie sollten sich ganz bewusst eine unterbrechungsfreie Zeit für kreative Tätigkeiten einplanen. Der Schriftsteller Steven Pressfield sagte einmal: "Ich schreibe ausschließlich, wenn ich inspiriert bin. Glücklicherweise kommt die Inspiration jeden Morgen um Punkt neun Uhr!" Wir können nie garantieren, dass zu einer bestimmten Uhrzeit ein besonders kreativer Einfall kommt. Was jedoch garantiert ist: Ohne den bewussten Versuch, kreativ zu sein, passiert meist wenig. Dabei ist es für Menschen, die beruflich kreativ sein müssen, besonders wichtig, dass sie unterbrechungsfreie Zeit haben. Während dieser Zeit gibt es keine Anrufe, keine kurzen Kollegengespräche und andere Ablenkungen.

Außerdem gibt es sogenannte Kreativitätstechniken und Prozessmodelle der systematischen Kreativität. Ich möchte betonen, dass ich diese für sehr wichtig und hilfreich erachte. Damit diese funktionieren, sollten jedoch die obigen Aspekte zuerst erfüllt sein.

Den Rahmen schaffen: Wer können soll, muss auch dürfen können

Die oben diskutierten Fertigkeiten stellen das "Können" eines Menschen dar. Damit das Können auch einen Effekt im Unternehmen hat, müssen Menschen auch wollen und dürfen. Beides ist in vielen Fällen nicht selbstverständlich.

Den wichtigsten Erfolgsfaktor für Kreativität habe ich bisher noch nicht erwähnt. Dieser kann nicht wirklich erlernt, jedoch beeinflusst werden: Die Motivation. Gibt es einen Grund, kreativ zu sein? Erachte ich die Tätigkeit und das Ziel als sinnvoll? Diese beiden Fragen sollten vorab positiv beantwortet werden. Dann bin ich startklar, um der Kreativität mit einer positiven Grundhaltung und der einen oder anderen Technik freien Lauf zu lassen. Dazu muss ein Mensch eine bestimmte Aufgabe als individuell wichtig erachten und den Zweck des Unternehmens als Ganzes als sinnvoll betrachten. Damit bekommt das Zitat: "Hire for attitude, train for skills" eine neue Bedeutung: Wenn ein Unternehmen kreative Menschen möchte, dann muss es darauf achten, Mitarbeiter einzustellen, die das Unternehmen und seine Tätigkeiten als wirklich relevant erachten. Erst dann spielen fachliche Qualifikationen eine Rolle.

Wenn Menschen nun können und auch wollen, dann müssen sie auch dürfen. Dazu braucht es eine Kultur, in der Menschen vertrauensvoll zusammenarbeiten können, Zeit haben, kreativ zu sein und die Freiheit haben, den Weg zur Lösung eines Problems zu beeinflussen. Die notwendige Autonomie, selbstständig Entscheidungen treffen zu können, hängt wiederum von der Struktur des Unternehmens und dem Verhalten der Führungskräfte ab.

Kreativität kann also bewusst trainiert und verbessert werden. Um einen Effekt zu erzielen, müssen Unternehmen allerdings auch andere Faktoren beachten.



FLORIAN RUSTLER ist Gründer der creaffective GmbH. Er berät Unternehmen weltweit zu den Themen Innovation,

Innovationskultur und Agilität. Im Oktober erscheint sein neues Buch "Innovationskultur der Zukunft".

"Begegnung auf Augenhöhe"

INTERVIEW. Christoph Baier und Philipp Kallenbach begleiten Kooperationen zwischen Unternehmen und Start-ups. Im Interview erläutern sie, worauf es dabei ankommt.

personalmagazin: Start-ups stehen vor allem in letzter Zeit verstärkt im Fokus von etablierten Unternehmen. Sie gelten als Vorbild in Sachen Agilität, Unternehmenskultur und Innovation. Viele Unternehmen suchen gezielt den Austausch mit Start-ups oder gehen ganz konkrete Kooperationen ein. Ihr habt das zum Geschäftsmodell gemacht. Was genau macht Ambi-Vation?

Philipp Kallenbach: Wir begleiten als spezialisierte Innovationsberatung Kooperationen zwischen etablierten Unternehmen und Start-ups im deutschsprachigen Raum. Zunächst vermitteln wir, zum Beispiel in Innovationsworkshops, Verständnis für die Arbeitsweise und die Methoden von Start-ups und bieten



PHILIPP KALLENBACH bringt als Gründer und Geschäftsführer von Ambi-Vation Unternehmen und Start-ups zusammen.

etablierten Unternehmen einen Kanal in die Start-up-Welt. Im zweiten Schritt helfen wir bei der Anbahnung von Kooperationen, indem wir gemeinsam mit dem Unternehmen verschiedene Kooperationsformen ausloten und im Rahmen der Bedarfserhebung passende Start-ups identifizieren. Im dritten Schritt begleiten wir dann die konkreten Kooperationsgespräche und schließlich auch die Kooperation an sich.

Christoph Baier: Ganz wichtig ist, dass solche Kooperationsgespräche immer auf Augenhöhe geführt werden. Beide Seiten müssen wissen, dass Start-ups gewisse Stärken und Schwächen haben, und dass Unternehmen gewisse Stärken und Schwächen haben. Das Spannende an diesen Kooperationen ist, dass sie gegenseitig die Schwächen des anderen ausgleichen. Aber etablierte Unternehmen und Start-ups sind eben einfach sehr verschieden.

personalmagazin: Welche Kooperationsformen gibt es denn konkret?

Philipp: Die Kooperationsmöglichkeiten sind sehr vielfältig. Das kann ein kleines Investment in ein Start-up sein oder eine klassische Kunden-Lieferantenbeziehung, bei der das etablierte Unternehmen erster Abnehmer eines neuen Produkts oder einer Dienstleistung eines Start-ups ist - oder umgekehrt. Häufig sind auch Forschungskooperationen, wo gemeinsam Produkte oder Dienstleistungen entwickelt werden. Und im letzten Schritt kann es natürlich auch um die komplette Übernahme eines Start-ups gehen.

personalmagazin: Ist das hauptsächlich ein Thema für Großunternehmen?

Christoph: Wir betreuen auch eine ganze Reihe von Mittelständlern. Allerdings sind die Ziele und Erwartungen in Bezug auf die Zusammenarbeit mit Start-ups häufig andere. Mittelständler suchen eher Hands-on-Lösungen für konkrete Probleme und wollen schnelle Ergebnisse sehen. Großunternehmen wollen oft zunächst Formate der Zusammenarbeit aufbauen, zum Beispiel ein eigenes Accelerator-Programm. Dabei steht auch die Kulturveränderung in der eigenen Organisation stark im Fokus.

personalmagazin: Ihr habt kürzlich in Berlin eine "Start-up Matching Tour" mit dem Themenschwerpunkt Personal/HR veranstaltet. Wie lief das ab?

Philipp: Die Teilnehmer waren vier Personalvorstände von regionalen Energieversorgern, die sich untereinander kannten und Interesse an einer solchen Tour bekundet hatten. Wir haben im Vorfeld zunächst die konkreten Intentionen und Bedarfe der Teilnehmer ermittelt und anschließend passende Start-ups ausgewählt. Auftakt der Tagesveranstaltung war dann ein kleiner Workshop zu Methoden und Arbeitsweisen von Start-ups. Dann haben wir drei Berliner Start-ups besucht, und zwar waren das Tandemploy, Skill Hero und 12grapes. Bei jeder Station hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, die Büroräume und Arbeitsweisen des jeweiligen Start-ups kennenzulernen - da war beispielsweise auch ein Coworking Space dabei - und sich anschließend detailliert zu ihren Themen

auszutauschen. Das hat tatsächlich bis hin zur Anbahnung von konkreten Geschäftsbeziehungen geführt.

personalmagazin: Welche anderen Möglichkeiten gibt es für interessierte Unternehmen, in Kontakt mit Start-ups zu kommen, die zu ihnen passen?

Philipp: Wir "scouten" auch ganz gezielt im Auftrag von Unternehmen, das heißt wir schauen: Was gibt es für Start-ups, die zu den konkreten Bedürfnissen des Unternehmens passen? Die Unternehmen haben dann die Möglichkeit, diese Start-ups zu sich einzuladen – entweder einzeln für ein direktes Kennenlernen oder im Rahmen eines "Pitching Day", bei dem sich mehrere Start-ups zunächst vor einer internen Jury vorstellen. Wir haben auch mal ein Start-up-Speeddating zu bestimmten Themenschwerpunkten organisiert, bei dem unterschiedliche Unternehmen mit verschiedenen Startups zusammengekommen sind.

Christoph: Wichtig für uns ist, dass bei solchen Begegnungen immer konkrete Winwins entstehen, was ich eingangs auch als "Austausch auf Augenhöhe" beschrieben habe. Wir schauen zwar immer aus der Perspektive der etablierten Unternehmen, da diese unsere Kunden sind. Aber wir müssen auch die Perspektive der Start-ups im Blick haben. Die Start-ups müssen natürlich auch etwas davon haben, sei es die Chance auf eine konkrete Geschäftsbeziehung oder die Chance, relevante Akteure kennenzulernen.

personalmagazin: Was sollten Unternehmen beachten, wenn sie eine Zusammenarbeit mit dem Start-up anstreben?

Philipp: Schon während der Anbahnung einer Kooperation sollte der viel zitierte Kulturunterschied auf keinen Fall vernachlässigt werden. Auf der einen Seite haben wir die Start-ups: Die sind es gewohnt, sehr schnell ihre Entscheidungen zu treffen. Die ändern – gerade in der Anfangsphase, wenn sie noch auf der Suche nach ihrem Geschäftsmodell sind – auch öfter mal noch ihre



CHRISTOPH BAIER ist Gründer und Geschäftsführer der Innovationsberatung Ambi-Vation in Berlin.

Richtung. Sie sind also sehr agil. Und diese treffen dann auf Unternehmen, die schon aufgrund ihrer Größe deutlich prozesslastiger sind. Das muss ein Start-up erstmal verstehen, dass es da Einkaufsprozesse gibt, dass es da Legal & Compliance gibt, und dass diese Stellen immer mit eingebunden werden müssen – so funktionieren nun mal große Organisationen.

Diese Kulturunterschiede versuchen wir mit einem beiderseitigen Erwartungsmanagement abzubauen. Wir bringen den etablierten Unternehmen bei, wie Start-ups "ticken". Und auf der anderen Seite erklären wir den Start-ups beispielsweise: Wenn ihr euch für den Einkaufsprozess bei diesem Unternehmen qualifizieren wollt, dann müsst ihr diese und jene Regularien erfüllen – und wir weisen auch darauf hin, dass der Entscheidungsprozess aufseiten des etablierten Unternehmens eine längere Zeit in Anspruch nehmen kann.

Christoph: Wichtig in der Vorbereitungsphase ist aber auch ganz einfach, sich die Zeit zu nehmen, sich persönlich kennenzulernen. Denn am Ende ist das eine Zusammenarbeit zwischen zwei (oder mehreren) Menschen und die müssen erst einmal ein gegenseitiges Verständnis füreinander entwickeln und eine "Chemie" aufbauen.

personalmagazin: Welche Tipps gebt ihr Unternehmen mit auf den Weg, damit die Zusammenarbeit dann auch in der Praxis gelingt?

Christoph: Wichtig ist zunächst, dass man die Rückendeckung der Führungsetage hat. Aber mindestens genauso wichtig ist es. die eigenen Mitarbeiter "abzuholen". Sonst kann es passieren, dass man intern auf Widerstände trifft - nach dem Motto: "Jetzt holen die sich ein Startup ins Haus, weil wir nicht innovativ genug sind." Man kann ja nach neuen Potenzialen Ausschau halten, ohne das Kerngeschäft zu diskreditieren. In der Wissenschaft gibt es dafür den Begriff der "Ambidextrous Innovation". Das bedeutet: Unternehmen müssen "beidhändig" agieren, indem sie auf der einen Seite ihr bestehendes Geschäft in Form von inkrementellen Innovationen vorantreiben und auf der anderen Seite sich aber auch um komplett neue Themen kümmern.

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass gerade bei solchen Kooperationen mit Start-ups das Interesse der Mitarbeiter für die zweite Art von Innovationen geweckt wird und sie sich nachhaltig davon begeistern lassen, weil sie plötzlich merken: Hoppla, wir können ja auch innovativ sein und an ganz neuen Themen arbeiten.

Philipp: Vielleicht zum Schluss noch ein allgemeiner Tipp für die Zusammenarbeit: Immer offen sein für Neues - und Vorsicht vor zu hohem Erwartungsdruck. Es ist unrealistisch zu erwarten. dass durch die Zusammenarbeit mit einem Start-up das eigene Geschäftsmodell komplett innoviert wird oder man gleich im nächsten Jahr wichtige, neue Umsatzpotenziale hebt. Um eine solche "gesunde Erwartungshaltung" an die Zusammenarbeit zu entwickeln, sollte man die gemeinsamen Ziele konkretisieren und einen regelmäßigen, routinierten Austausch, zum Beispiel in Form eines Jour fixe, etablieren.

Das Interview führte Melanie Rößler.

Spiel, Spaß und Innovation?

METHODEN. Führungskräfte bauen mit bunten Steinen an Visionen und Strategien: "Lego Serious Play" nennt sich das und ist eine Methode des Design Thinking.

Von Stephan Grabmeier und Manuel Grassler

ie Arbeitswelt wird immer bunter, digitaler und agiler. Start-ups schießen in die Höhe und machen bestehenden Konzernen bedrohliche Konkurrenz. Die Regeln des Marktes stehen Kopf: Wo früher Etablierung und Firmengröße über Erfolg und Misserfolg entschieden, gilt das heute für Agilität, Innovation und Schnelligkeit. Auf einmal müssen sich arrivierte Unternehmen ein Beispiel an Start-ups nehmen und eine ganz neue Unternehmenskultur etablieren. Dass ein möglicher Weg zu (mehr) innovativer Schlagkraft mit Legosteinen gepflastert sein kann, löst bei vielen Führungskräften noch immer Irritationen aus. Tatsächlich bringt die Methode "Lego Serious Play" Mitarbeiter und Führungskräfte an einen Tisch, um gemeinsam Visionen zu entwickeln und Prozesse zu optimieren - und dies allein dadurch, dass sie miteinander Lego spielen.

Ein 3D-Drucker für unsere Gedanken

Was nach kindlichem Spieltrieb klingt, entpuppt sich bei genauerem Hinsehen als Tool, welches wir im Rahmen unserer Transformationsberatung ,Rhythmix' zur unternehmerischen Strategieentwicklung einsetzen. Dabei werden individuelle Fragestellungen, die eine Vision, die Unternehmenskultur oder Prozesse betreffen können, von den unterschiedlichen Teilnehmern mithilfe von Lego-Modellen beantwortet. Die jeweilige Lösung entsteht als bunter Entwurf, Stein für Stein.

Die Fragen, die auf diese Weise beantwortet werden, bewegen sich nicht in kleinen Dimensionen, es kann sich mitunter sogar um die strategische Ausrichtung eines Weltkonzerns handeln. So bei der Begleitung der digitalen Transformation mit Daimler. Hier wurde der ganze Konzern gegen den Strich gebürstet: "Wo soll das Unternehmen in der Zukunft stehen? Wer sind wir? Wie verändern sich unsere Welt und die Märkte, in denen wir arbeiten? Und wie können wir klug darauf reagieren?"

Spieltrieb - ein Garant für Kreativität

Lego Serious Play ist besonders für Fragestellungen geeignet, für die kreativer und individueller Input benötigt wird. Ungeeignet ist es dann, wenn das gewünschte Ergebnis bereits feststeht und der Gestaltungsspielraum sehr eng ist. Lego Serious Play lebt davon, dass sich die Teilnehmer kreativ austoben, es weckt die Lust, Neues zu gestalten!

Ralf Berns, Leiter Prozessmanagement und Fachredaktion Personal verantwortet rund 400 Prozesse bei der Deutschen Bahn AG. Er sagte nach einem LSP-Workshop, bei dem es um das Design neuer HR-Prozesse ging, völlig verblüfft: "Ich hätte nie geglaubt, dass wir mit dieser Methode in so kurzer Zeit zu so vielen neuen Erkenntnissen und Lösungen kommen." Doch woher genau kommen nun diese neuen Erkenntnisse beziehungsweise wie können sie den Teilnehmern in so kurzer Zeit entlockt werden? Die Antwort lautet: Aus dem Unterbewusstsein!

Denn dort versteckt sich der Großteil unseres Wissens. Die Haptik des LegoBauens aktiviert Bereiche unseres Gehirns, in dem Wissen schlummert, das sonst unzugänglich bleibt. Lego Serious Play wirkt hier wie ein 3D-Drucker für dieses intuitive Wissen - unsere Hände lesen mithilfe der Spielsteine unser Unterbewusstsein aus und bauen so Lösungen, die wir durch herkömmliche Methoden niemals entdeckt hätten. Genau so entsteht Innovation! Und zwar mit Leichtigkeit, denn was normalerweise Stress und viel Arbeit bedeutet, macht mit Lego Serious Play plötzlich sogar Spaß. Dass Legospielen zudem meist positive Assoziationen und Kindheitserinnerungen weckt, sorgt für eine bejahende Grundhaltung der Teilnehmer - unabdingbar für Kreativität!

Hierarchiefrei und universell: Wie Lego zur gemeinsamen Sprache wird

Ideen und Visionen nehmen durch Lego Serious Play Gestalt an, sie werden be-greifbar. Für einen selbst und für die anderen Teilnehmer, sei es der Vorstandschef, Abteilungsleiter, Kollege oder Praktikant. Denn Hierarchien spielen hier keine Rolle. Jeder hat gleich viel Zeit und dieselben Bausteine zur Verfügung, um die gestellte Frage zu beantworten. Das befreit und beflügelt.

Oft verhindern Habitus und Fachjargon, dass verschiedene Mitarbeiter bzw. Führungskräfte im Unternehmen einander verstehen, es herrscht eine Art babylonische Sprachenverwirrung. Was der Ingenieur sagt, ist dem HR-Mitarbeiter oftmals leider unverständlich - und umgekehrt. Lego Serious Play bietet nicht nur hierarchiefreie Gestaltungs-



Ernstes Spiel oder spielerischer Ernst? Lego Serious Play wird immer beliebter.

möglichkeiten, sondern dient auch als universelles Kommunikationsmittel, das alle verstehen. So können die Ideen mit Leichtigkeit kommuniziert und mit anderen Entwürfen zusammengesteckt und kombiniert werden.

In Workshops mit der Deutschen Bahn bewahrheitete sich eine weitere Weisheit des Lego-Strategie-Bauens: Je höher die Führungskraft, desto gröber das System. Das heißt, dass das obere Management oft eher die großen Zusammenhänge im Blick hat, die Fachkraft fokussiert mehr aufs Detail. Zusammen ergibt das ein präzises Bild, das alle Ebenen mit einbezieht. Lego Serious Play bringt hier wortwörtlich "the big picture" auf den Tisch.

HR als Vermittler, Motivator, Innovator

Welche Rolle kommt nun HR im Zusammenhang mit spielerischen und humanzentrierten Methoden zu? Klar ist: HR braucht mehr Innovation und Kreativität! Denn in Zeiten von disruptiven Veränderungen wird strategisches HR-Management immer wichtiger. Letztendlich geht es um die Existenzberechtigung für HR, sich vom Getriebenen zum Treiber zu entwickeln.

Unternehmen benötigen heute mehr denn je engagierte Menschen, die sich initiativ und proaktiv für den (digitalen) Wandel einsetzen. Diese Mitarbeiter zu finden, zu binden und nachhaltig für das Voranbringen des Unternehmens zu begeistern, wird zur Kernaufgabe für den Gesamterfolg! HR hat hier eine Schlüsselposition inne: Es muss Strukturen schaffen, Methoden designen, Entwicklung fördern und für die passende Unternehmenskultur sorgen, damit die Mitarbeiter wiederum befähigt sind, ihr Unternehmen in der Arbeitswelt 4.0 zum Erfolg zu führen. Für HR gilt mehr denn je, das eigene Portfolio proaktiv so zu entwickeln, um die Strategie der CEOs umsetzen zu können.

Digitalisierung: Bedrohung oder Chance für HR?

Gleichzeitig halten Robot Recruiting und Matching-Tools Einzug ins Personalwesen und verringern das Aufgabengebiet für die Personaler, bieten andererseits aber völlig neue Chancen und Themenfelder. Da die Shared Services also zunehmend automatisiert werden, ist es höchste Zeit, dass HR seine Rolle neu definiert: Es muss raus aus der Zurückhaltung - rein in die Verantwortung! Vom Verwalter zum Gestalter! Nur wenn HR zum Motor des Wandels wird, kann es sein volles Potenzial ausschöpfen und einen erfolgskritischen und dringend notwendigen Beitrag leisten. Denn selbst die schlauste Software kann dies niemals: begeistern, inspirieren und vernetzen. Und was hat das nun mit Methoden wie Lego Serious Play zu tun? Bisher leider nicht so viel, aber im Grunde: einiges!

Spielerische Kultur-Revolution

Intuitive und spielerische Ansätze wie Lego Serious Play oder auch andere Design-Thinking-Methoden sind für das Ankurbeln von Innovation und Begeisterung geradezu prädestiniert. Auch wenn der Mensch sich mit Veränderungen schwer tut: Beim Spielen macht es sogar Spaß. Jedes Spiel lebt vom ständigen Wandel. Dies können HR und Unternehmen für sich nutzen: Mehr Lego, weniger Powerpoint. Mehr Spiel, weniger langatmige Meetings. Mehr Zukunft, weniger Starrheit aus Prozessen, die sich zwar in der Vergangenheit bewährt haben, aber heute nicht mehr funktionieren. So kann die Unternehmenskultur eine radikale, spielerische Revolution erfahren und Unternehmen können sich fit machen für die innovative und digitale Zukunft!



STEPHAN GRABMEIER ist Chief Innovation Evangelist der Haufe-Umantis AG in St. Gallen.



MANUEL GRASSLER ist Service Designer und Facilitator bei der Haufe-Umantis AG in St. Gallen.

"Etwas ziviler Ungehorsam"

INTERVIEW. Start-ups müssen oft ohne Personalabteilung auskommen. Wo die Herausforderungen liegen und was die HR-Arbeit der Start-ups auszeichnet, verrät Anna Ott.

personalmagazin: Anna, du bist HR-Expertin im hub:raum, dem Start-up-Inkubator der Telekom. Wie bist du zu diesem Job gekommen?

Anna Ott: Ich arbeite schon seit 17 Jahren in jeweils unterschiedlichen HR-Rollen mit Start-ups. Bevor ich zum hub:raum kam, hatte ich eine Geschäftsführerposition in einem Executive-Search-Unternehmen. Irgendwann bin ich allerdings an einen Punkt gekommen, an dem Executive Search für mich ein wenig langweilig wurde. Über mein persönliches Netzwerk kannte ich die Leute, die den hub:raum ins Leben gerufen haben. Die suchten damals einen HR-Experten, der die Start-ups betreut, in die sie investie-

ren. Das war im Sommer 2013. Im Oktober habe ich dann angefangen.

personalmagazin: Seither bist du HR-Ansprechpartnerin für die Start-ups im hub:raum. Was sind deine Aufgaben? Anna Ott: Als strategischer Partner investieren wir schon in der Frühphase in Start-ups, um sie in den Telekom-Konzern zu integrieren. Mit der ersten großen Finanzierungsrunde können die jungen Unternehmen zunächst ein richtiges Team aufbauen. Das sind natürlich große personelle Veränderungen. Ich bin dafür verantwortlich, dass dabei alles reibungslos abläuft. Auch die Telekom hat ein großes Interesse daran, dass unsere Start-ups schnell die richtigen Leute finden. Die Mitarbeiter müssen aber auch gut gemanagt werden, sodass eine Führungskultur entsteht, die sich überhaupt so nennen kann: Am Anfang sind in Startups oft alle miteinander befreundet. Wenn nach der anfänglichen Euphorie dann die ersten Motivationsdämpfer kommen, weil zum Beispiel der Druck der Investoren steigt, gibt es zuweilen Diskussionen. Gerade in diesen Stressphasen, ist es wichtig, zu moderieren. Das Leitmotiv für mich ist: Hilfe zur Selbsthilfe geben. Als HR-Expertin ersetze ich also nicht die Personalabteilung, wie es in manchen anderen Inkubatoren üblich ist, sondern mache Workshops oder Einzeltrainings, helfe bei Problemen und versuche, mein Wissen bestmöglich weiterzugeben. Das Ziel dabei ist, die Start-ups zu befähigen. Das ist bei diesen Teamgrößen auch nur sinnvoll, denn die meisten der Start-ups in unserem Portfolio werden auf absehbare Zeit keine dezidierte HR-Abteilung haben - trotzdem müssen sie zum Beispiel wissen, wie man Active Sourcing betreibt oder Bewerbungsgespräche richtig führt.

DM HINTERGRUND

Investition in die Zukunft

Mit dem hub:raum hat die Deutsche Telekom AG einen Inkubator eingerichtet, der als strategischer Partner in Technologie-Start-ups investiert. Neben den Standorten in Berlin und Krakau gibt es einen weiteren hub:raum in Tel Aviv.

Der hub:raum Berlin existiert bereits seit 2012 und ist damit einer der ältesten sogenannten Inkubatoren in Deutschland. An den drei Standorten Berlin, Krakau und Tel Aviv investiert die Telekom in Frühphasen-Start-ups und stellt ihnen unter anderem Coworking Spaces zur Verfügung. Der Investitionsfokus liegt dabei vor allem auf Zukunftstechnologien aus den Bereichen künstliche Intelligenz, Big Data, Smart Home und Internet of Things. Durch die Nähe zum Konzern fungiert der hub:raum als Schnittstelle zur Start-up-Welt und ermöglicht der Telekom einen frühzeitigen Zugriff auf innovative Technologielösungen. Das 18-köpfige hub:raum-Team soll Kontakte in den Konzern herstellen und die teilnehmenden Start-ups mit Fachwissen unterstützen. Bislang hat die Telekom über den hub:raum mit mehr als 200 Start-up-Unternehmen zusammengearbeitet und in über 20 Firmen investiert. Aktuell umfasst das hub:raum-Portfolio 20 junge Unternehmen, die mehrheitlich B2B-Anwendungen entwickeln. (bej)

personalmagazin: Welche Themen treiben die Start-ups besonders um?

Anna Ott: Unangefochten auf Platz eins steht die Frage, wie ich einen guten Software Developer finde. Dann nachgelagert auf Platz zwei: Wie bekomme und halte ich ihn? Großen Bedarf gibt es aber auch beim Thema Performance Management. Die Herausforderung für viele Start-up-Manager ist, dass sie die

Leistung von Spezialisten einschätzen müssen, ohne selbst Fachexperte für alle Gebiete sein zu können. Ein kritischer Punkt, denn das Performance Management ist gerade in Start-ups überlebenswichtig. Bei knappen Budgets zählt jeder Headcount.

personalmagazin: Was empfiehlst du in dieser Frage?

Anna Ott: Eine Patentlösung gibt es leider nicht. Es gilt, ein passendes System zu finden, das nicht überbordend ist. Die Lösung muss machbar und fair sein. Als Grundlage empfehle ich den Frühphasen-Start-ups, sich alle drei Monate mit den Mitarbeitern zusammenzusetzen und abzugleichen, was beide Seiten erreichen wollen. Eine gute Methode ist außerdem die sogenannte Critical Incident Technique. Hier geht es etwa darum, sich zu überlegen, was die größtmöglichen Probleme sind. die im Worst Case auftreten könnten. Anschließend lässt sich abschätzen. ob man es dem fraglichen Mitarbeiter zutraut, diese Probleme zu lösen. Das hilft dabei, so konkret wie nur möglich zu bleiben. Abstrakte Zielvereinbarungen, von denen niemand so recht weiß. wie sie überprüft werden sollen, helfen nicht weiter. Das Performance Management sollte sich immer am konkreten Arbeitsalltag orientieren.

personalmagazin: Im hub:raum hast du eine beratende Rolle. Ist dein unterstützender HR-Ansatz auch ein Modell für größere Organisationseinheiten?

Anna Ott: Ich glaube, dass Personaler nicht mehr die einzigen sind, die wissen, wie man Mitarbeiter einstellt oder führt. Das sollten sie auch nicht sein. Es ist umso besser, wenn möglichst viele an dieser Front kämpfen, denn das Personal wird immer mehr zum erfolgskritischen Faktor für Unternehmen. Schon deshalb ist es wichtig, das HR-Wissen möglichst dezentral zu verteilen. Wir sollten grundsätzlich Hilfe zur Selbsthilfe anbieten. Was darauf einzahlen



ANNA OTT ist HR-Expertin im Start-up-Inkubator der Telekom. Hier unterstützt sie die Personalarbeit junger Unternehmen.

kann, ist die Technologisierung von HR-Prozessen. Etwa in Form von Self Services. Im hub:raum nutzen wir für das Recruiting zum Beispiel einen Chatbot, der es den Bewerbern einfacher macht und gleichzeitig Daten zum Erfolg der jeweiligen Stellenausschreibung liefert. Ich kann mir aber auch einen Chatbot vorstellen, dem die Mitarbeiter HR-Fragen stellen können. So kann ein interaktives FAQ ganz ohne unübersichtliche Formulare entstehen: Du kannst rund um die Uhr Fragen stellen und der Chatbot antwortet - zum Beispiel zu einer Spezialfrage in Sachen Elternzeit. Ich glaube, dass die Digitalisierung solcher Serviceprozesse dazu führt, dass sich HR-Kompetenzen auf die gesamte Organisation verteilen können. HR kann damit idealerweise in eine strategische Rolle hineinwachsen und eine Vorbildfunktion übernehmen. Außerdem kann die Automatisierung auch bei Routineprozessen entlasten und so Kapazitäten für die wesentlichen Themen freimachen. Leider ist das noch nicht die Gegenwart, es sollte aber die Zukunft sein.

personalmagazin: Gerade Start-ups haben den Ruf, die Zukunft aktiv zu gestalten. Hat das mit ihrer Arbeitsweise zu tun? Anna Ott: Die Mitarbeiter in Start-ups zeigen oft sehr viel Eigeninitiative. Das ist auch absolut notwendig, weil sie unabhängig voneinander arbeiten und ihre Prioritäten und Deadlines selbstständig managen müssen. Ich denke, ein Faktor dabei ist, dass Start-up-Mitarbeiter meist keinen unbefristeten Vertrag haben. Die Hemmschwelle, auch gegen Widerstände für die eigenen Themen und Projekte zu kämpfen, liegt deshalb niedriger, weil das Risiko, eine langfristige Stelle zu verlieren, nicht gegeben ist. Das macht operativ natürlich einen Unterschied und hat Auswirkung auf die Geschwindigkeit, mit der Start-ups Ideen entwickeln und Projekte umsetzen können. Außerdem sind die Abstimmungszyklen viel kürzer: Du musst nicht erst zahllose Präsentationen halten, um etwas durchzusetzen - die Leute machen einfach. Ich denke, die großen Konzerne können durchaus etwas zivilen Ungehorsam von den Start-ups lernen. Sie sollten den Mitarbeitern Vertrauen schenken und sie dazu ermutigen, ihre Themen und Projekte voranzutrieben.

personalmagazin: Setzt sich der hub:raum innerhalb der Telekom dafür ein?

Anna Ott: Einer unserer Aufträge im Konzern ist es, am kulturellen Wandel mitzuarbeiten. Hier in Berlin, mitten im Start-up-Ökosystem, sehen wir natürlich viel, was neue Arbeitsformen und Unternehmenskultur betrifft. Trotzdem ist es nicht so, dass die Start-up-Kultur den Konzern disruptiv verändern müsste. Auch die Start-ups können viel vom Konzern lernen - zum Beispiel, wie man skalierbare Lösungen umsetzt. Mittlerweile ist zwischen uns ein reger Austausch entstanden. Das war vor einigen Jahren noch anders. Anfangs war der hub:raum noch ein gallisches Dorf, in dem alle so getan haben, als gäbe es Rom nicht. Heute haben wir regelmäßig Besucher aus der Zentrale in Bonn, die sehen wollen, wie wir arbeiten. Der Kulturschock ist nicht mehr allzu groß.

Das Interview führte Benjamin Jeub.

HR als Gestalter von Erlebnissen

METHODEN. Eine von Design Thinking geprägte Personalarbeit orientiert sich an einem Dreiklang aus Wünschbarkeit, Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit.

Von Christian Völkl

ute Personaler sind in ihren Herzen schon immer gute Design Thinker gewesen. Was die Frage aufwirft, warum Design Thinking in der HR-Szene aktuell so einen starken Hype hervorruft. Ein Schelm, wer Böses dabei denkt.

Als wir vor drei Jahren im Personalmagazin (Ausgabe 06/14) davon sprachen, wie sich die im Design Thinking immanente, konsequente Kundenzentrierung auf das Funktionsgebiet der Personalarbeit anwenden lässt, prägten wir seinerzeit den Begriff des Employee Experience Design. Wir brachten damit zum Ausdruck, dass die bewusste Gestaltung eines Mitarbei-

Gute Personaler sind in ihren Herzen schon immer gute Design Thinker gewesen. Kein Wunder, dass die Methode aktuell einen so starken Hype in HR erlebt.

tendenerlebnisses Grundvoraussetzung dafür ist, dass eben diese Mitarbeitenden herausragende Kundenerlebnisse gestalten und erbringen können – etwas, das im heutigen Marktumfeld für nahezu alle Unternehmen überlebensnotwendig ist. Inzwischen hat eine Vielzahl von Unternehmen ihre ersten Gehversuche mit Design Thinking hinter sich und innovative Produkt- oder Service-Angebote für ihre Kunden entwickelt; gleichzeitig kommt Design Thinking für Fragen der Organisationsentwicklung, der Kulturveränderung wie auch der Gestaltung mitarbeiterzentrierter HR-Angebote immer häufiger zur Anwendung.

Es geht um die Erhöhung der Wertschöpfung

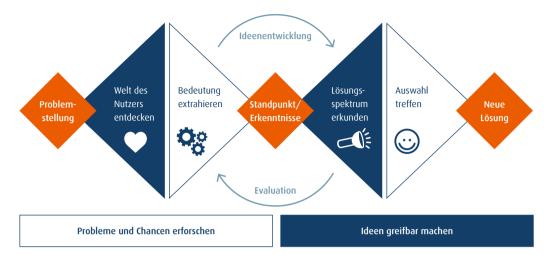
Was ist es also, das Design Thinking so wertvoll für HR sein lässt und welcher Nutzen kann entstehen, wenn man konsequent "Design denkt"?

Ein Blick auf die Start-up-Welt hilft bei der Antwortsuche. Design Thinking wird hier so interpretiert, dass innovative Ideen mit hoher Umsetzungsstärke nur unter ausgewogener Berücksichtigung von Attraktivität für den Nutzer, Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit zustandekommen. Auf die HR-Arbeit adaptiert erfahren diese drei Dimensionen eine Bedeutungsverschiebung. Denn es geht bei erfolgreicher Personalarbeit nicht ausschließlich um Innovation. Der eigentliche Wertbeitrag von HR besteht in der Erhöhung der Wertschöpfung durch Stärkung der Bindung und Produktivität der Mitarbeitenden. Um dieses Ziel zu erreichen, fokussiert eine von Design Thinking inspirierte Personalarbeit auf die echten Bedürfnisse der Kunden, das heißt vorwiegend der Mitarbeitenden und Führungskräfte. Nicht alles aber, was aus deren Sicht wünschbar wäre, ist deswegen auch gleichzeitig wirkungsvoll. In der Personalarbeit existieren viele Instrumente und Verfahrensweisen, die zwar (technologisch) machbar sind, denen aber eine wissenschaftliche Evidenz fehlt und die auch keinen aktiven Zugewinn für die Wertschöpfung darstellen. Und natürlich sind sowohl Wünschbarkeit und Wirksamkeit stets im Einklang mit der Wirtschaftlichkeit in Bezug auf die einmalige Entwicklung als auch die wiederkehrende Bereitstellung der HR-Dienstleistung zu betrachten. So entsteht ein neuer Dreiklang des Employee Experience Designs, in dessen Zentrum das Herz für eine erfolgreiche Personalarbeit schlägt.

Die extreme Fokussierung auf den Kundennutzen wird in der Start-up-Welt durch das sogenannte Minimum Viable Product (MVP) verkörpert. Dieses minimal überlebensfähige Produkt ist guasi die Essenz dessen, was notwendig ist, um funktional die Ansprüche des Kunden zu befriedigen. Damit werden die Markchancen eines neuen Produkts sondiert, bevor weiter in eine aufwendige Entwicklung investiert wird, die vielleicht vom Markt nicht angenommen werden würde. Hiervon kann sich HR eine große Scheibe abschneiden, weil die Geschichten über nicht erfolgreich lancierte neue Personalinstrumente nahezu endlos sind.

Bei einem europaweit führenden Versorgungsunternehmen setzten wir in einem Kulturveränderungsprojekt genau an dieser Stelle an. Das Projekt wurde so angelegt, dass in Quartalsscheiben jeweils eine Reihe von vier bis fünf Prototypen entwickelt wurde, um die angestrebte Transformation – in diesem Fall

DESIGN-THINKING-ANSATZ VON HRPEPPER



Der zyklische Wechsel des Design-Thinking-Prozesses ist notwendig, um überhaupt die viel beschworene Agilität, also die Iterationsfähigkeit des Verfahrens, zu gewährleisten.

OUELLE: HRPEPPER

eine konsequente Ausrichtung der Unternehmenskultur auf den Kundennutzen - in allen Arbeitsbereichen des Unternehmens greifbar werden zu lassen. Anstatt sich in langer Konzeptarbeit hinter verschlossenen Türen zu verstecken, konnte so schnell eine große Bandbreite an neuen Dienstleistungen, Produkten wie auch eine Änderung interner Verhaltensweisen und Verfahrensvorschriften kundenzentrierter ausgerichtet werden. Diese Prototypen wurden dann mithilfe des Feedbacks aus der Belegschaft sukzessive weiterentwickelt und in der Fläche implementiert, um die Nachhaltigkeit der Veränderung zu gewährleisten.

Die Kundenbedürfnisse offenlegen

Verfolgt man solch einen Ansatz, stellt sich für die Personalfunktion eine nicht triviale Frage: Wer ist eigentlich mein Kunde? Sind es die Mitarbeitenden? Sind es die Führungskräfte? Ist es die Organisation als Ganzes, repräsentiert durch die oberste Führungsspitze? Oder sind es gar Externe wie Bewerber oder Unternehmenskunden? Hier haben es die Geschäftsbereiche eines Unternehmens leichter, denn jede am Markt erfolgreiche Organisation hat ein klares Verständnis davon, welche Kunden es bedient und wie es die gesamte Kund-

schaft nach Erlösbeiträgen und Marktpotenzial segmentiert.

HR sieht sich oft in der schizophrenen Situation, zwischen allen Stühlen zu sitzen. Einerseits hat es einen hoheitlichen Auftrag der Unternehmensleitung, für die Setzung und Einhaltung von Richtlinien zu sorgen und durch seine Personalinstrumente unternehmensweite Standards zu gewährleisten. Andererseits erwartet man von den strategischen HR-Business-Partnern, dass sie nah am Geschäft dran sind und die Belange der Führungskräfte und der Mitarbeitenden verstehen und vertreten. Der Mut und das Handwerkszeug zu einer zielführenden Kundensegmentierung ist oft leider nicht vorhanden, was zu Kompromisslösungen führt, die keinen wirklich glücklich machen. Design Thinking hilft an dieser Stelle, die Bedürfnisse und Erwartungen der unterschiedlichen Kundengruppen ans Tageslicht zu befördern. Die für die unterschiedlichen Anspruchsgruppen infrage kommenden Lösungsangebote, das heißt die eigentlichen HR-Produkte, können dann mittels des Dreiklangs aus Wünschbarkeit (Kundenzufriedenheit), Wirksamkeit (Kundennutzen) sowie Wirtschaftlichkeit bewertet werden.

Für ein global operierendes Mobilitäts- und Transportunternehmen ent-

wickeln wir aktuell einen sogenannten Produktbewertungsindex, um genau diese nicht-triviale Frage, welche HR-Produkte für welche Zielgruppen entwickelt werden sollen, in einem Großunternehmen entscheidbar zu gestalten.

Aufspannen und verdichten

Am besten funktioniert eine solche Vorgehensweise, wenn man sich als Gestalter von Mitarbeitendenerlebnissen, also als HR-Designer auf Augenhöhe mit seiner Zielgruppe, begibt. "Co-Creation" heißt das entsprechede Stichwort. Gutes Design bedeutet eben nicht, aus der persönlich-individuellen Betroffenheitsperspektive Gestaltungsentscheidungen zu treffen, das heißt, die Design-Verantwortung einfach auf den Kunden abzuladen. Gutes Design wie es im Design Thinking gelebt wird, setzt ein klares Rollenverständnis voraus, das zwischen Betroffenem und Designer explizit zu unterscheiden versteht. Das den vielen Variationen eines Design-Thinking-Prozesses zugrunde liegende sogenannte "Double Diamond"-Prinzip (siehe Abbildung oben) ist Ausdruck eines solchen Rollenverständnisses, in dem es den Wechsel zwischen Aufspannen (im Sinne der Informationsaufnahme draußen im Feld in der Beobachtungsphase sowie in der Ideengenerierungsphase) und Verdichten (beispielsweise bei der Interpretation der im Feld gesammelten Informationen über Nutzerbedürfnisse oder bei der Zusammenführung der Ideenvielfalt zu konkret greifbaren Prototypen) beschreibt. Das Aufspannen erfolgt vorzugsweise in der Interaktion mit den Nutzern: die Verdichtung findet in der Einsamkeit des Designers statt, der seine Befreiung erst wieder durch das Feedback der Nutzer nach Einnahme eines Standpunktes sowie Vorstellung eines Prototypen erfährt.

Dieser zyklische Wechsel des Design-Thinking-Prozesses ist notwendig, um überhaupt die viel beschworene Agilität, also die Iterationsfähigkeit des Verfahrens, zu gewährleisten. Denn jedes Aufspannen und jede Verdichtung gehen mit einer Formulierung von Hypothesen einher, anfangs nur verbal, später dann auch konkretisiert in einem Prototyp. Diese Hypothesen beschreiben Annahmen, die die Designer über die Bedürfnisse der Nutzer und die Wirkungsweise des Lösungsvorschlags formulieren und daher der kritischen Rückmeldung ebendieser Nutzer bedürfen. In Abhängigkeit von deren Feedback kann dann entweder im Prozess fortgeschritten werden oder ein Rücksprung in eine frühere Phase wird notwendig.

Design Thinker sind demütig

Eine der erfolgskritischsten Haltungen eines HR-Design-Denkers ist Demut: Anzuerkennen, dass die echten Bedürfnisse eines Nutzers für den Designer zunächst einmal nicht offensichtlich sind, weil man in die Köpfe und Herzen der Menschen nicht reinschauen kann. Design-Denker nehmen eine absolute Gegenposition zu dem ein, was in deutschen Unternehmen an der Tagesordnung ist, nämlich sehr schnell mit der Bewertung zu sein und sofort mit Lösungsvorschlägen zu kommen. Design-Denker geben hingegen freimütig zu, dass sie das Endergebnis eines Design-Thinking-Prozesses nicht kennen. Anderenfalls müssten sie den Einstieg in einen solchen Prozess von vorneherein ablehnen, denn dafür ist so eine Vorgehensweise nicht gemacht. Dann sind klassische Projektmanagement-Verfahren deutlich effizienter und effektiver. Aber wie viele Probleme oder Herausforderungen gibt es denn heutzutage noch,

Der HR-Design-Denker erkennt an, dass die echten Bedürfnisse des Nutzers nicht offensichtlich sind, weil man in die Köpfe der Menschen nicht reinschauen kann.

bei denen die Rahmenbedingungen so stabil, die Nutzerbedürfnisse so klar, die Wirkungsweisen so eindeutig und die Wirtschaftlichkeit so offensichtlich sind, dass das Endergebnis wirklich im Vorfeld schon als gesichert angesehen werden kann? Hier liefert Design Thinking einen echten Mehrwert. Durch seine iterative Prozesslogik gepaart mit wirkungsvollen Methoden und Techniken entlang der einzelnen Prozessstufen gewährleistet es zügige Fortschritte in der Vorgehensweise ohne falsche Lösungen zu früh vorzugaukeln.

Diese Erfahrung durfte jüngst auch ein deutscher Großkonzern machen, der im Rahmen einer umfassenden Transformation der HR-Organisation mit Design Thinking als Gestaltungsrahmen für das HR-Portfoliomanagement experimentiert. Die Aufgabe bestand darin, ein bereits seit Jahren existierendes HR-Produkt auf den Prüfstand zu stellen und zu verbessern. Bei dem Produkt handelt es sich um ein sogenanntes Langzeitkonto, bei dem die Mitarbeitenden Überstunden beziehungsweise Arbeitsentgelt in ein Zeitguthaben wandeln, um sich damit zu einem

späteren Zeitpunkt beispielsweise ein Sabbatical gönnen zu können. Eigentlich war alles klar: Die Tarifvereinbarung bot einen soliden Rahmen für die Ausgestaltung des Produkts, der Prozess war wohl definiert, das Produkt konnte mittels im Intranet herunterladbarer Formulare geordert werden. Allerdings gab es kaum Nutzer, die das Produkt in der Vergangenheit bestellt hatten. Der Kunde wollte daher dem Problem auf den Grund gehen. Nachdem eine erste vorläufige Problemstellung, die sogenannte "Design Challenge" formuliert wurde, brachte bereits der zweite Workshop einen Durchbruch. Inhalt des Workshops war die Auswertung von Nutzerdaten zu dem Produkt sowie die Interpretation von Interviews mit Nutzern wie auch Nicht-Nutzern, die im Vorfeld durchgeführt wurden. Nach intensivem Durcharbeiten der Informationsmenge mithilfe von gängigen Design-Thinking-Methoden, wie zum Beispiel einer Kontaktpunkt-Analyse oder einer "Empathy Map" zur Kartierung relevanter Nutzerbedürfnisse, war die zentrale Erkenntnis: Bisher war uns überhaupt nicht bewusst, was unsere Mitarbeitenden wirklich brauchen und sich wünschen. Jetzt haben wir eine viel bessere Vorstellung davon.

Diese Art des kundenzentrierten Denkens und Handelns, das die Bedürfnisse der Menschen, für die eine Lösung entwickelt werden soll, ins Zentrum stellt, die Wirksamkeit der Lösungen nicht außer Acht lässt und all das unter dem Primat der Wirtschaftlichkeit zu realisieren versteht, erfordert allerdings Mut und eben echte Haltung. Aber das haben gute Personaler ja schon immer gewusst und zu denken und zu leben verstanden.



CHRISTIAN VÖLKL ist Partner bei der Beratung HRpepper Management Consultants in Berlin und gilt hierzulan-

de als einer der führenden Experten für Employee Experience Design sowie Design Thinking in der Personalarbeit.

Unternehmensporträts

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen Jungunternehmer aus dem HR-Bereich mit ihrer Idee vor.

18 Beekeeper 38 HRLab

20 Beeline 40 Livabout

22 Blinkit 42 Mystery Lunch

24 Business4Experts 44 Persomatch

26 Employland 46 Personio

28 Feedbackpeople 48 Prozubi

30 Firstbird 50 7Mind

32 FunctionHR 52 Talentwunder

34 Get in 54 Queference

36 HRinstruments 56 Zest

Mitarbeiterkommunikation 2.0



Beekeeper AG

Hönggerstrasse 65 8037 Zürich / Schweiz Tel. +41 44 271 28 16 www.beekeeper.ch

Ansprechpartner

Iens Dreisewerd Tel. +49 170 65 68 634 jens.dreisewerd@beekeeper.io

Gründungsjahr: 2012

Angebot:

Mitarbeiter-App und Plattform für die interne Kommunikation mit Newsstreams, sicherem Enterprise Messaging und der Möglichkeit, HRM-Systeme, Intranets und anderen Systeme einfach zu integrieren.

Standorte:

Zürich, CH San Francisco, USA London, UK Berlin, Deutschland

Mitarbeiteranzahl: 70

Das Züricher Start-up Beekeeper hilft Unternehmen, die interne Kommunikation mit einer Mitarbeiter-App und einer Kommunikationsplattform zu verbessern. Interessant ist das besonders für Unternehmen, die viele Mitarbeiter ohne festen PC-Arbeitsplatz haben.



Wer hat's gegründet?

Beekeeper wurde von Dr. Cristian Grossmann (CEO) und Flavio Pfaffhauser (CTO), beide Absolventen der ETH Zürich, gegründet. Grossmann arbeitete vor der Gründung von Beekeeper für Accenture im Bereich IT-Strategy. Pfaffhauser war nach seinem Abschluss in Computer Science bei verschiedenen Web-Start-ups für die Entwicklung von skalierbaren Webanwendungen verantwortlich. Beide verbindet die Begeisterung für Kommunikation in Unternehmen.

Wie war die Entwicklungszeit?

Beekeeper wurde 2012 als Spin-off der ETH Zürich gegründet und war ursprünglich als mobile Kommunikationsplattform für Studenten konzipiert. Das Management einer Hotelgruppe, die auf unserer Plattform Werbung schaltete, war begeistert vom hohen Engagement der User und der Möglichkeit, Informationen einfach breit zu streuen. Nach einem Pilotprojekt mit Mitarbeitern in drei Hotels wurde Beekeeper wenig später weltweit in über 100 Hotels als zentrale Plattform für die Mitarbeiterkommunikation ausgerollt. Beekeeper als Mitarbeiter-App war geboren. In kürzester Zeit konnten weitere Kunden in der Hotellerie und in Branchen wie Retail oder dem produzierenden Gewerbe gewonnen werden.

Beekeeper hilft mit seiner Mitarbeiter-App, den Arbeitsplatz von Mitarbeitern im Service, in der Produktion oder in Verkaufsräumen zu digitalisieren. Zum einen werden die Mitarbeiter, die häufig über keine Firmen-E-Mail verfügen, digital erreichbar gemacht. Zum anderen werden die Mitarbeiter besser untereinander vernetzt. Eine sichere Messaging-Funktion ermöglicht es Unternehmen, ihre Schatten-IT, wie zum Beispiel WhatsApp-Gruppen, mit einer datenschutzkonformen Lösung zu ersetzen.

Ergänzt wird die einfach zu bedienende App durch eine Webversion und ein umfangreiches Dashboard. Dieses erlaubt Kommunikationsabläufe zu messen und zu automatisieren und bestehende Systeme zu integrieren. Auch lassen sich über Erweiterungen zum Beispiel Mitarbeiterbefragungen durchführen oder Push-Nachrichten an Gruppen von Mitarbeitern versenden.

Personalverantwortliche stärken mit Beekeeper die interne Kommunikation, erhöhen die Effizienz im Unternehmen und steigern das Engagement der Mitarbeiter.

Die Idee entstand im Austausch mit einer globalen Hotelgruppe, die keine Möglichkeit hatte, ihre 45.000 Mitarbeitenden an über 120 Standorten einfach und effizient zu erreichen, da 80 Prozent keine Firmen-E-Mail-Adresse besaßen. Beekeeper hat schnell erkannt, dass die Erreichbarkeit der Mitarbeitenden auch heute noch für viele Unternehmen eine große Herausforderung darstellt. Häufig wird zeit- und kostenaufwendig über viele Hierarchiestufen hinweg oder mit hohem Streuverlust noch über das Schwarze Brett kommuniziert.

In Deutschland arbeitet Beekeeper mit Unternehmen wie Europa Park, Marché oder der Münchner Verkehrsgesellschaft zusammen.

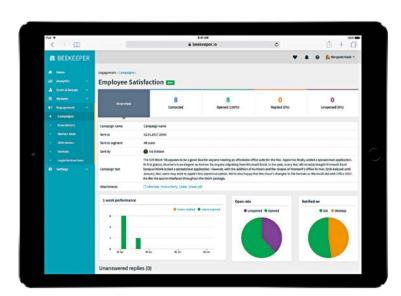




Anhand der Kennzahlen zum Kommunikationsverhalten der Mitarbeiter können HRler den Informationsfluss im Unternehmen nachvollziehen

Was soll noch geändert werden?

Bereits jetzt lässt sich die Mitarbeiter-App Beekeeper mit einer Vielzahl an Systemen verbinden, um z.B. Mitarbeiter aus einem HRM-System zu synchronisieren oder Schichtpläne, Urlaubstage oder andere Informationen aus Drittsystemen mit Mitarbeitern zu teilen. In den nächsten Wochen und Monaten werden weitere Integrationen und Erweiterungen folgen. Außerdem haben wir mit interaktiven Umfrage-Chatbots die Grundlage gelegt, um HR-Prozesse zunehmend zu digitalisieren und zu automatisieren.



Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Als Start-up, das sich tagtäglich mit der internen Kommunikation und dem Mitarbeiter-Engagement beschäftigt, spielt die Unternehmenskultur eine zentrale Rolle. Indem wir diese aktiv gestalten und mit allen Mitarbeitern fünf gemeinsame Werte definiert haben, ist es uns möglich, trotz eines Wachstums von 30 auf 70 Mitarbeiter, unsere Kultur zu bewahren. Die Werte sind Grundlage bei der Auswahl von neuen Mitarbeitern und Partnern und geben in einem dynamischen Umfeld Orientierung. Natürlich hat bei uns auch eine offene und transparente Kommunikation einen sehr hohen Stellenwert. Regelmäßige Team-Events, ein gemeinsames Frühstück am Donnerstag, Früchte und Getränke im Büro und eine hohe Diversität tragen zusätzlich zu einer positiven Kultur bei.

Benefits für Mitarbeiter und Unternehmen



beeline solutions GmbH & Co. KG

Wienburgstraße 207 48159 Münster Tel. 0251 131 23 80 www.beeline-solutions.de info@beeline-solutions.de

Ansprechpartner

Frank Rohmann Tel. 0251 131 238 20 rohmann@beeline-solutions.de

Gründungsjahr: 2014

Angebot:

Mitarbeiterbenefits/Arbeitgeberzuschüsse digital

- Sachbezug
- Essenszuschüsse
- Aufmerksamkeiten
- · Betriebliche Altersvorsorge
- Prepaidkartenlösung
- Internetzuschuss
- Erholungsbeihilfe
- Werbeflächenzuschuss
- · Bonus als Sachleistung
- Dienstfahrrad
- · Job-Handy

Standort: Münster

Mitarbeiteranzahl: 10

Zusatzleistungen verbessern die Mitarbeiterbindung. Das Unternehmen beeline solutions hat eine übersichtliche Onlinelösung entwickelt, mit der Unternehmen verschiedene steuerbegünstigte oder sogar steuerfreie Sachzuwendungen einfach managen können.



Von links nach rechts: Frank Rohmann, Ralph Brand, Sven Janßen

Wer hat's gegründet?

Beeline solutions ist kein typisches Start-up, da die Gesellschafter und Mitarbeiter über jahrelange Expertise in den Bereichen Digitalisierung, Absicherung und Führung von Unternehmen verfügen.

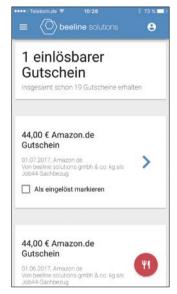
Frank Rohmann (49) konzentrierte sich vor der Gründung der beeline solutions im Jahr 2014 in seiner unternehmerischen Laufbahn auf modernes Geschäftsprozessmanagement und konnte dies in den Bereichen Versicherungen, Automobil und Energie als "serial Entrepreneur" bereits mehrfach erfolgreich umsetzen.

Mitgründer Sven Janßen (51) war zunächst Geschäftsführer eines mittelständischen Finanzdienstleisters und greift auf mehr als zehn Jahre Expertise im Bereich der Entwicklung und Umsetzung von Absicherungs- und Anlagekonzepten für Unternehmen zurück.

Seit Herbst 2016 ist Ralph Brand (53) als Gesellschafter mit an Bord, um das Versicherungsgeschäft auszubauen. Brand war zuletzt CEO der Zurich Deutschland und hatte zuvor verschiedene Stationen in Führungspositionen in der Versicherungsindustrie inne.









Mitarbeitermotivation in Form von Gutscheinen und Sachzuwendungen sind seit vielen Jahren steuerbegünstigt oder sogar steuerfrei. Jedoch war die Bearbeitung der steuerfreien Sachzuwendungen mit viel Aufwand für die Unternehmen und die Personalabteilung verbunden.

Die beeline solutions ermöglicht Unternehmen und ihren Mitarbeitern, attraktive Gehaltsextras über eine professionelle Onlinelösung einfach, komfortabel und wirtschaftlich zu managen. Verwaltungs- und Abrechnungsprozesse werden automatisiert, Personalabteilungen und Buchhaltung entlastet.

"Beeline benefits" ist aktuell die umfänglichste und günstigste Lösung für Mitarbeiterbenefits. Schon ab zwei Euro pro Mitarbeiter und Benefit kann zum Beispiel der 44-Euro-Sachbezug mit digitalen Gutscheinen von Amazon.de, Stromoder Fitnessanbietern und Bundesliga-Fanshops angeboten werden. Die papiergebundenen Essensgutscheine wurden durch "JobLunch" - einen digitalen Belegprozess - in der App ersetzt. Neben der rein digitalen Abwicklung stellt beeline auch eine Prepaid-Mastercard-Lösung zur Verfügung. Das sind nur einige Beispiele für die umfangreichen Leistungen.

Ein spezialisierter Steuer- und Rechtsberater übernimmt auf Wunsch die individuelle Beratung der Kunden.

Anrufungsauskünfte und Anträge auf Aufzeichnungserleichterungen für die beeline-Lösung wurden bisher von allen Finanzämtern positiv entschieden. Mit beeline benefits wählen Unternehmen die sichere Lösung.

Beeline strebt danach, alle Kosten zu vermeiden, denen keine entsprechende Wertschöpfung gegenübersteht.

Wie war die Entwicklungszeit?

Die Idee ist auf dem WHYIT Campus in Münster entstanden, einem privat betriebenen Areal für IT-getriebene Geschäftsmodelle. Bei den dort angesiedelten, schnell wachsenden Firmen waren Gehaltsextras sofort ein relevantes Thema.

Als die Gründer erkannten, dass Teile der am Campus erarbeiteten IT-Services auch für die beeline-Vorstellung eines Gehaltsextra-Kontos gut geeignet waren, konnte nicht nur das Entwicklungsteam am Campus rekrutiert, sondern auch noch die erste Betaphase mit den dort angesiedelten Firmen realisiert werden.

Was soll noch geändert werden?

Die Lösungen von beeline sind modular aufgebaut und werden agil mit den Kunden weiterentwickelt. Sie können damit flexibel an geänderte Möglichkeiten, Kundenanforderungen und an die aktuelle steuerrechtliche Situation angepasst werden.

Aktuell wird an einer Lösung gearbeitet, welche die "Mutter aller Benefits", die betriebliche Altersversorgung, auch für KMUs und deren Mitarbeiter hoch attraktiv macht, indem sie die Vorsorge radikal von Kosten entschlackt und die Abwicklung digitalisiert.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Aus bestehenden Lösungen das Beste auswählen und intelligent kombinieren. Bis heute ist es die Stärke von beeline, Dinge jederzeit ausprobieren zu können und Änderungen schnell zum Kunden zu bringen. Beeline setzt bei allen Neuentwicklungen kleine, interdisziplinäre Teams ein. Ein "Abteilungsdenken" existiert dabei nicht.

Praxistransfer per Web-App



blink.it GmbH & Co. KG

Robert-Bosch-Straße 7 64293 Darmstadt Tel. 06151 392 169 0 www.blink.it info@blink.it

Ansprechpartner

Konstantin Ristl Tel. 06151 392 169 0 k.ristl@blink.it

Gründungsjahr: 2014

Angebot:

- Web-App zur Begleitung von Weiterbildungsangeboten, Trainings und Speakings Informationen unter: www.blink.it/blink-it-app
- Begleitete Workshops zur professionellen Videoproduktion. Informationen unter: www.blink.it/rocketday

Standort: Darmstadt

Mitarbeiteranzahl: 9

Die Softwarelösung von blink.it unterstützt Weiterbildner dabei, ihre Präsenzformate um Online-Lerninhalte zu ergänzen - auch ohne technische Vorkenntnisse. So wird es möglich, den Lernprozess individuell zu begleiten und die sogenannte Transferlücke zu schließen.



Von links nach rechts: Hans Peter Ludescher, Konstantin Ristl, Michael Witzke, Chris Ölmüller, Johanna Becker, Tobias Keller, Niklas Appelmann

Wer hat's gegründet?

Den Grundstein für blink.it haben Konstantin Ristl (29) und Michael Witzke (29) 2014 gelegt. Was beide verbindet, ist der Wille, einen Mehrwert zu stiften und in die Welt zu tragen. Einige Monate nach dem Kennenlernen an der TU Darmstadt ist aus dieser Motivation blink.it entstanden, eine Software für die optimale Verbindung von Online- und Offline-Seminaren. Die Vision der Gründer besteht darin, die Welt der Weiterbildung ein Stückchen besser zu machen.

Wie war die Entwicklungszeit?

Das Start-up wurde von Beginn an ohne externe Finanzierung aufgebaut (sogenanntes Bootstrapping). Begonnen wurde mit der didaktischen Vermittlung von Schulungsinhalten durch Kurzvideos. Aus dem Bedarf, solche Inhalte geschickt zu verteilen, entstand blink.it. Bis heute wird die Software im engen Austausch mit Kunden weiterentwickelt – mit dem Ziel, jede Funktion der Software so einfach zu halten, dass keine technischen Vorkenntnisse nötig sind.



Mit begleitenden Online-Inhalten hilft blink.it Weiterbildungsteilnehmern dabei, das Gelernte in den Arbeitsalltag zu übertragen.

Blink.it liefert eine hochwertige Online-Lösung zur Begleitung betrieblicher Weiterbildungsmaßnahmen, Trainings und auch Speakings. Teilnehmern solcher Veranstaltungen fällt der Transfer des Erlernten in die Praxis oft schwer. Man spricht hier von einer Transferlücke, die umso größer ist, je weniger das Erlernte umgesetzt wird. Um genau diese Transferlücke zu schließen, brauchen die Teilnehmer oft persönliche Unterstützung, welche meist sehr teuer oder zeitaufwendig ist (beispielsweise in Form von Coaching). An dieser Stelle kommt blink.it ins Spiel. Blink.it bietet die perfekte Verzahnung zwischen der Livepräsenz und der zugehörigen Online-Begleitung. Auf diese Weise ist es möglich, die Teilnehmer langfristig, kostengünstig und flexibel zu unterstützen. Neben freien Trainern, Speakern und Coachs spricht blink. it mit diesem Angebot auch Unternehmen mit größeren Bildungsabteilungen an. Der jeweils fachliche Schulungsexperte kann ohne technische Kenntnisse seine Begleitung frei und selbstständig gestalten maßgeschneidert auf die Bedürfnisse seiner Zielgruppe. Ziel ist ein durchgehendes Lernund Trainingserlebnis seiner Veranstaltung.

Was soll noch geändert werden?

Unser höchster Anspruch an ein Produkt besteht darin, dass es keiner Erklärung bedarf. Mit jedem neuen Feature wollen wir diesem Anspruch gerecht bleiben. Da immer erfolgreicher werdende Kunden immer mehr Teilnehmer und Kurse haben, rückt aktuell die Organisation solcher Strukturen in den Vordergrund.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Wir haben gelernt, dass in großen Unternehmen manchmal der Fokus auf das Wesentliche verloren geht: der Mehrwert für den Nutzer. Natürlich gibt es auch in etablierten Unternehmen viele positive Beispiele, doch egal, wie sicher man sich fühlt, lohnt es sich hin und wieder zu fragen: "Was will mein Nutzer genau erreichen?" oder "Benötige ich noch alle Knöpfe und Funktionen, um das Ziel des Nutzers abzubilden?". Hier wollen wir unterstützen.



Recruiting-Kanal für erfahrene Fachkräfte

BUSINESS EXPERTS

Business4HR GmbH & Co.KG

Eupenerstraße 165 50933 Köln Tel. 0221 56 96 74 0 www.business4experts.de info@business4experts.de

Ansprechpartner

Marita Lüben, Gründerin und Geschäftsführerin Tel. 0221 56 96 74 0 m.lueben@business4hr.com

Gründungsjahr: 2015

Angebot:

- · Recruitingkanal für hoch qualifizierte Fach- und Führungskräfte mit mindestens 15 Jahren Berufserfahrung
- · Kostenlose Registrierung für Unternehmen
- Zugriff auf Kandidatenpool für Unternehmen
- · Möglichkeit der direkten Kommunikation mit Kandidaten
- · Täglich aktualisiertes Expertennetzwerk und Stellenanzeigen, zugeschnitten auf unsere Zielgruppen

Standort: Köln

Mitarbeiteranzahl: 4

Als HR Business Partner stellte Marita Lüben immer wieder fest: hoch qualifizierte Fachkräfte mit Berufserfahrung sind schwer zu finden. Mit der Online-Plattform Business4Experts hat sie eine Lösung geschaffen – einen exklusiven Recruiting-Kanal nur für diese Zielgruppe.



Wer hat's gegründet?

Gründerin und Geschäftsführerin ist Marita Lüben. Sie ist studierte Juristin und war vor der Gründung ihres Start-ups 15 Jahre in den verschiedensten HR-Funktionen tätig. In dieser Zeit gehörte neben arbeitsrechtlichen und Compensation-&-Benefit-Themen auch die operative HR-Arbeit als HR Business Partner zu ihren Schwerpunkten. In dieser Funktion verantwortete sie die Suche und Auswahl von erfahrenen Führungskräften für einen großen DAX-Konzern.

Wie war die Entwicklungszeit?

Von Beginn an war das Interesse an unserer Plattform groß. Gestartet sind wir mit einem DAX-Konzern, den wir bis heute zu unseren Kunden zählen. Weitere kleinere und größere Unternehmen kamen im letzten Jahr dazu. Auf der Kandidatenseite hat sich ebenfalls viel getan: Seit Oktober 2015 registrierten sich mehr als 1.800 qualifizierte Fach- und Führungskräfte auf unserer Plattform. Für uns ist es faszinierend, wie die Kunden auf unser Produkt reagieren. Bislang sind wir rein organisch gewachsen. Um auch weiterhin wachsen und all unsere Ideen umsetzen zu können, überlegen wir, einen Investor ins Boot zu holen.

Wir haben einen alternativen Recruiting-Kanal für die moderne Job- und Personalsuche geschaffen. Das Angebot ist auf hoch qualifizierte Fach- und Führungskräfte mit mindestens 15 Jahren Berufserfahrung ausgerichtet. Entstanden ist die Idee während der letzten Station der Gründerin als HR Business Partner. In dieser Funktion suchte sie in erster Linie Führungskräfte mit einer Ingenieursausbildung und langjähriger Berufserfahrung. Dabei stellte sie fest, dass es keinen (Online-)Recruiting-Kanal gab, um exklusiv mit dieser Zielgruppe in Kontakt zu treten. Mit dem demografischen Wandel gewinnt der Arbeitsmarkt für hoch qualifizierte Fach- und Führungskräfte mit Berufserfahrung jedoch zunehmend an Bedeutung. In Übereinstimmung mit dem AGG orientiert sich unser Karrierenetzwerk allerdings nicht am Alter, sondern am Know-how und der Berufserfahrung – ein Alleinstellungsmerkmal. Auf unserer Plattform begegnen sich Kandidaten und Unternehmen auf Augenhöhe: Die Kandidaten können sich kostenlos registrieren und sich mit einem (zunächst anonymen) Profil im Karrierenetzwerk präsentieren. So können sie unkompliziert mit Unternehmen in Kontakt treten oder sich direkt auf eine der angebotenen Stellen bewerben. Die Unternehmen können wiederum ihre Stellen veröffentlichen und durch "Active Sourcing" nach geeigneten Kandidaten suchen.

Was soll noch geändert werden?

Für die nächsten Monate ist der weitere Auf- und Ausbau unseres Kandidaten- und Unternehmensnetzwerks geplant. Zudem wollen wir unsere Plattform in naher Zukunft auch in Österreich etablieren. Aktuell testen wir außerdem weitere Dienstleistungen, wie etwa ein Kandidatenempfehlungsprogramm, das wir mittelfristig in die Plattform integrieren möchten. Langfristiges Ziel ist es, weiter zu wachsen und unseren Bekanntheitsgrad zu steigern. Dabei wollen wir aber die Qualität entsprechend unserer Kundenanforderungen weiter sicherstellen. Uns ist es wichtig, dass wir quantitativ wachsen, aber qualitativ nicht zurückstecken müssen.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Für uns ist es wirklich spannend, wie die Kunden mit unserem Produkt arbeiten. Das bekommen wir regelmäßig mit, denn wir entwickeln das Angebot anhand des Kundenfeedbacks stetig weiter. Dabei sind wir sehr flexibel. Schon deshalb ist bei uns kein Tag wie der andere. Wir hinterfragen ständig unsere Prozesse und Angebote und nehmen neue Aspekte von Kunden auf. Organisatorisch können wir recht frei bestimmen, wie wir uns aufstellen. Wir haben kaum Hierarchien, und Entscheidungswege bestehen quasi über den Schreibtisch. Das macht es einfach, die Anliegen unserer Kunden schnell umzusetzen.



Business4Experts: Übersichtlich von Beginn an. Registrierung als Kandidat oder Unternehmen möglich.



Mit den passenden Filtern werden exakt die Kandidaten herausgesucht, die zum Unternehmen passen.



An die passenden Kandidaten können Anfragen verschickt werden. Wenn die Experten diese annehmen, kann das jeweilige Profil mit allen eingetragenen Details eingesehen werden.

Internationale Fachkräfte mühelos rekrutieren



Employland GmbH

Saseler Chaussee 109 22393 Hamburg Tel. 040 632 99 550 service@employland.de www.employland.de

Ansprechpartner

Sabine Drechsel s.drechsel@employland.de Tel. 040 632 99 555

Gründungsjahr: 2014

Angebot:

Online-Vermittlung ausländischer Fachkräfte nach Deutschland; Erledigung aller juristischen Erfordernisse im Zusammenhang damit

Standort: Hamburg

Mitarbeiteranzahl: 10

Der Fachkräftemangel ist das Toprisiko für die deutsche Wirtschaft. Mit der Verzahnung von Jobvermittlung und juristischer Dienstleistung bietet **Employland** deutschen Unternehmen eine Plattform für die weltweite Mitarbeiter-Rekrutierung. Das Start-up erledigt alle mit der Arbeitsmigration verbundenen rechtlichen Schritte.





Gründer Hans-Christian Bartholatus, Geschäftsführer, und Gründerin Güler Doğan, Rechtsanwältin, Aufenthaltstitel & Anerkennung der Qualifikation

Wer hat's gegründet?

Mit Hans-Christian und Rüdiger Bartholatus (Gründer von mobile.de) sowie Felix Jung (unter anderem Gründer von motoso.de) gehören drei langjährig erfolgreiche Internet-Unternehmer ebenso zu den Gründern wie drei erfahrene Rechtsanwälte: Güler Dogan, qualifiziert im Zuwanderungs- und Aufenthaltsrecht, Karsten Böhlke, zuletzt tätig in der Rechtsabteilung von mobile.de und E-Bay sowie Marius P. Vogel, zuständig für alle eigenen juristischen Angelegenheiten und Verträge.

Wie war die Entwicklungszeit?

Nach zwei Jahren Programmierung ist Employland seit Mitte 2016 online. Über 1.000 internationale Fachkräfte haben sich registriert und warten darauf, von deutschen Unternehmen gefunden zu werden. Für Marketingmaßnahmen zur Erhöhung der Bekanntheit wird aktuell ein Investor gesucht.

Auf www.employland.de können deutsche Unternehmen dringend gesuchte Fachkräfte aus aller Welt und allen Branchen finden, kontaktieren und einstellen. Aussagekräftige Fachkräfte-Profile machen die Suche einfach. Employland kümmert sich um alle bürokratischen Punkte, die die Arbeitsmigration mit sich bringt - welches Visum, Aufenthalts- und Beschäftigungserlaubnis, gegebenenfalls Anerkennung der Qualifikation. Employland erklärt nicht, wo welcher Antrag gestellt werden muss, sondern tut es – qualifizierte Anwälte erledigen dies zu Festpreisen. Durch die erstmalige Verzahnung von Jobvermittlung und rechtlicher Dienstleistung können auch Unternehmen ohne juristisches Spezialwissen weltweit Mitarbeiter rekrutieren. Für Fachkräfte ist der Service kostenlos, Unternehmen zahlen zehn Prozent des ersten Bruttojahresgehalts, wenn der Kandidat den Job angetreten hat. Neben IT-Spezialisten, Ingenieuren, Ärzten, um nur einige zu nennen, sind fast alle Berufsgruppen auf der Plattform vertreten. Falls der passende Kandidat nicht dabei ist, können Suchaufträge hinterlegt werden - Employland informiert dann per E-Mail über neue Kandidaten.

Employland erledigt juristische Aufträge zu Festpreisen - Visum, Aufenthaltstitel, Qualifikationsanerkennung.

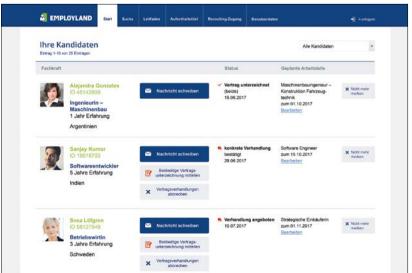


Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Die Globalisierung beginnt im eigenen Unternehmen – das lebt Employland! Von zehn Kollegen haben vier ihre Wurzeln in Kolumbien, Russland, Italien und der Türkei – die USA wird in Kürze ebenfalls dazu gehören. Knapp die Hälfte des Teams hat keine deutschen Wurzeln und bringt ein Know-how mit, das für Employlands weltweites Agieren unverzichtbar ist.

Was soll noch geändert werden?

Anhand eines "Ampelsystems" auf den Fachkraftprofilen können Arbeitgeber zukünftig noch detaillierter sehen, welche notwendigen rechtlichen Schritte von Employland vollzogen werden müssen, um den Kandidaten einzustellen. Ebenso verbessern wir laufend die Fachkräfte-Verwaltung für Arbeitgeber und verfeinern die Suchkriterien.



Über den kostenlosen Recruiting-Zugang sind sämtliche Profildaten verfügbar – die Fachkräfte können unmittelbar kontaktiert werden.

Zeitgemäße Führungskompetenz erkennen



Digital Leadership Test ist ein Produkt von:

Feedbackpeople Managementberatung GmbH

Alte Spinnerei Loft 14 Jürgen-Hornemann-Straße 6 48268 Greven Tel. 02571 568 865-0 info@feedbackpeople.de www.feedbackpeople.de www.digital-leadership-test.de

Ansprechpartner

Stefan Dickfeld "Digital Hero" Tel. 02571 568 865-3 s.dickfeld@feedbackpeople.de

Gründungsjahr: 2012

Angebot:

- · Management-Diagnostik: zum Beispiel Assessment und Development Center
- Führungskräfteentwicklung: zum Beispiel Trainings, Workshops
- · Digitale HR-Lösungen: zum Beispiel DLT, Motivtest INBEMO, 360-Grad-Feedback, Digitales Klassenzimmer
- · Change Management
- Coaching

Standort: Greven (NRW)

Mitarbeiteranzahl:

10 plus 15 freie Projektpartner

Um erfolgreich mit der Digitalisierung umzugehen, brauchen Führungskräfte das passende Skill Set. Die Managementberatung Feedbackpeople hat nun ein Testverfahren entwickelt, das die Ausprägung entsprechender Kompetenzen misst - den Digital Leadership Test.



Das Feedbackpeople-Team arbeitet auf Augenhöhe zusammen.

Wer hat's gegründet?

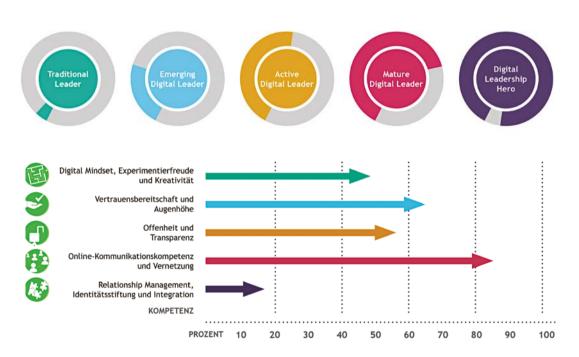
Der Digital Leadership Test (DLT) ist ein neues Produkt der Feedbackpeople Managementberatung GmbH, welche 2012 von Nicole Seifert (41) gegründet wurde. Sie verfügt als Diplom-Psychologin über eine mehr als 15-jährige Erfahrung in HR-Beratungen und war zuvor unter anderem für Kienbaum und Profil M tätig.

Seit Januar 2017 wird der digitale Geschäftsbereich des Feedbackpeople-Teams von Stefan Dickfeld geleitet. Er ist ein digitaler Entrepreneur der ersten Stunde und gründete sein erstes Unternehmen vor 15 Jahren. 2016 verkaufte er seine über zehn Jahre gewachsene E-Commerce-Agentur an ein international tätiges IT-Unternehmen und fokussiert sich seitdem auf die Entwicklung digitaler HR-Tools.

In den vergangenen zwei Jahren haben wir vermehrt Assessment-Center für Führungspositionen durchgeführt, die unter spezifischen Anforderungen der Digitalisierung besetzt werden sollten. Dabei ging es nicht nur um Positionen in jungen Unternehmen, sondern ebenso um Positionen in neuen Unternehmensbereichen innerhalb von Konzernstrukturen oder in modernen mittelständischen Unternehmen. Bei diesen Projekten wurde uns der Bedarf für ein

Instrument bewusst, mit dem gezielt und kosteneffizient der Entwicklungsgrad von Kompetenzen gemessen werden kann, die für Digital Leadership relevant sind: Etwa ein ausgeprägtes "Digital Mindset", Vertrauen und Augenhöhe, Offenheit oder Online-Kommunikationskompetenz. Mit dem DLT haben wir ein solches Instrument mit wissenschaftlicher Fundierung entwickelt, das wir Personalentscheidern und -entwicklern, Recruitern, anderen HR-Beratungen, Coachs

und auch im Rahmen eines Selbsttests für Führungskräfte anbieten. Der Online-Test gibt 20 praxisnahe Führungssituationen mit jeweils vier Entscheidungsalternativen zur Bearbeitung vor und dauert lediglich 30 Minuten. Damit ist er einfach und schnell in der Praxis anwendbar. Der Ergebnisbericht umfasst ein individuelles Feedback zum erreichten "Digital Leadership Level" sowie zu relevanten Kernkompetenzen und wird als PDF-Dokument zur Verfügung gestellt.



Der "Digital Leadership Test" liefert einen jeweils individuellen Ergebnisbericht, der die Ausprägung von relevanten Führungskompetenzen darstellt und sie zu einem entsprechenden Leadership-Profil verdichtet.

Wie war die Entwicklungszeit?

Entwickelt wurde der Test innerhalb von nur vier Monaten vom Feedbackpeople-Team in Zusammenarbeit mit erfolgreichen Digital Leadern aus unterschiedlichen Unternehmen und Geschäftsfeldern sowie mit einem Wissenschaftler und Experten für die spezifische Testkonstruktion.

Wie immer bei einer agilen Produktentwicklung gab es einige Meilensteine zu bewältigen. So mussten wir in kurzer Zeit eine große, qualitativ hochwertige Normstichprobe aufbauen – bei Ungewissheit, ob der Test tatsächlich inhaltlich signifikante Ergebnisse liefern würde. Das hat er. Wir sind sehr glücklich darüber, dass wir die Hürden mit Bravour nehmen konnten.

Was soll noch geändert werden?

Nachdem wir die Validierungsphase erfolgreich abgeschlossen haben, soll nun die Normstichprobe weiter ausdifferenziert werden. Außerdem steht kurzfristig die Übersetzung in Englisch sowie – bei Bedarf – in weitere Sprachen an, die für interessierte Kunden relevant sind.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Unseren Kunden vermitteln wir, wie moderne Führung funktioniert – auf Augenhöhe, mit Vertrauen und durch offenen Austausch. Diese Werte leben wir Tag für Tag: in unserem Büro und besonders in unseren Trainings und den Auswahlverfahren bei Kunden. Obwohl wir schon seit fünf Jahren als Feedbackpeople zusammenarbeiten, sind und bleiben wir im Kern doch ein Start-up - mit jeder Menge Frische und Herzblut!

Mitarbeiter als Personalberater



Firstbird

Hietzinger Hauptstraße 34 1130 Wien Tel. +43 125 317 901 99 hello@firstbird.eu www.firstbird.eu/de

Ansprechpartner

Arnim Wahls, Gründer und CEO arnim.wahls@firstbird.com Tel. +43 125 317 901 01

Gründungsjahr: 2013

Angebot:

- · Digitales Mitarbeiterempfehlungsprogramm
- · Nahtlose Anbindung an alle Bewerbermanagementsysteme
- · Mobile App "Firstbird2Go", ermöglicht auch Mitarbeitern ohne Computerarbeitsplatz, Empfehlungen auszusprechen
- · Lösung zur Vereinfachung des Recruitings durch das Potenzial persönlicher Empfehlungen
- · Stärkung des Employer Brandings in sozialen Netzwerken
- Erreichbarkeit des passiven **Arbeitsmarkts**

Standort: Wien

Mitarbeiteranzahl: 40

Private Netzwerke nutzen und neue Talente gewinnen: Um den Unternehmen das Recruiting zu erleichtern, hat das Wiener Start-up Firstbird eine Software für Mitarbeiterempfehlungen entwickelt. Die Anwendung verbindet Funktionalität mit Gamification-Ansätzen.



Von links nach rechts: Matthias Wolf (COO), Daniel Winter (CTO), und Arnim Wahls (CEO)

Wer hat's gegründet?

Gegründet wurde Firstbird von Arnim Wahls, Matthias Wolf und Daniel Winter. Wir kommen aus den unterschiedlichsten Branchen und vereinen langjährige Erfahrung aus den Bereichen HR, Business Development und Softwareentwicklung, die wir in Unternehmen wie Kienbaum, Great Place to Work oder Endress und Hauser gesammelt haben.

Wie war die Entwicklungszeit?

Anfangs zu dritt wurde die Idee ohne Fremdkapital als Produkt auf den Markt gebracht. Nach eineinhalb Jahren hatten wir zahlende Kunden, wachsende Erfolge und messbare Belege über die Vorteile für Unternehmen, Firstbird zu nutzen, gesammelt. Nach Aufnahme in das globale Microsoft-Accelerator-Programm wurden unter anderem von Kienbaum und der JobCloud AG insgesamt 1,25 Mio. Euro Wachstumskapital aufgenommen. Heute ist Firstbird das führende Mitarbeiterempfehlungsprogramm in Europa und bedient mit knapp 40 Mitarbeitern über 2.500 Unternehmen weltweit, unter anderem Sixt, Arvato Bertelsmann, Deloitte, Roland Berger oder Nordsee.

Firstbird bringt das traditionelle Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programm in die digitale Welt und macht die eigenen Mitarbeiter zum besten Recruiting-Kanal.

Firstbird lässt sich problemlos in alle gängigen Bewerbermanagementsysteme integrieren und garantiert über eine Vielzahl an Motivations- und Kommunikationsfunktionalitäten einen langfristigen und nachhaltigen Erfolg des Empfehlungsprogramms.

Die Erfolgsbilanz spricht für sich: Firstbird-Kunden stellen durchschnittlich einen von vier Bewerbern ein und nicht selten ist Firstbird bereits der effektivste und erfolgreichste Recruiting-Kanal. Zudem bleiben empfohlene Kandidaten nachweislich länger im Unternehmen, weshalb Firstbird dazu beiträgt, Fluktuation und Fehlbesetzungskosten möglichst gering zu halten.

Was soll noch geändert werden?

Wir arbeiten in der Produktentwicklung sehr eng mit unseren Kunden zusammen und legen großen Wert darauf, dass Firstbird Monat für Monat um neue nützliche Funktionen und Lösungen erweitert wird. Ein großer Fokus liegt dabei auf der Integration von Firstbird in die Systemlandschaft unserer Kunden, dazu zählen alle gängigen Bewerbermanagementsysteme wie Greenhouse oder Successfactors ebenso wie Kommunikationsplattformen wie Slack.

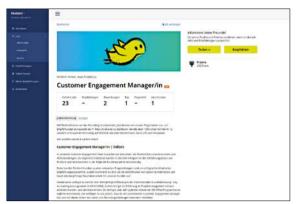
Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Unternehmen können von uns insbesondere drei Dinge lernen:

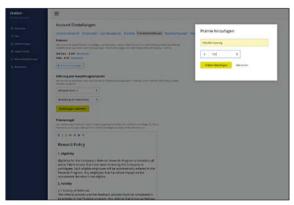
Fehlerkultur: Wer neue Wege geht, wird sich hin und wieder verlaufen und bei einem Start-up, welches ein komplett neues Produkt auf den Markt bringt, sind gewisse Misserfolge vorprogrammiert. Wir verdammen diese Fehler nicht, sondern sehen sie als wertvolle Erfahrungsquelle, denn mit jedem Misserfolg kommen wir dem Erfolg ein Stück näher.

Fokussierung: Bei Firstbird erhält das Unternehmen sowie jede Abteilung klare und messbare Ziele, die pro Quartal klar definiert werden. Diese Ziele sind für alle Mitarbeiter öffentlich einsehbar und werden im Zwei-Wochen-Rhythmus offen besprochen und analysiert. Das erhöht nicht nur den Fokus jedes Mitarbeiters, sondern auch Motivation und Transparenz innerhalb des Teams.

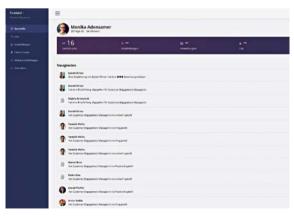
Geschwindigkeit: Als Start-up geht bei uns alles um Geschwindigkeit. Unsere Wachstumsziele sind keine Prozentzahlen, sondern Multiplikatoren und dementsprechend mussten wir eine Organisation aufbauen, die sich innerhalb eines Jahres verdreifachen kann, ohne im Chaos zu enden.



Bei Firstbird kann man Job-Angebote mit Titelbildern individualisieren und an das Branding des Unternehmens anpassen, um bei Kandidaten bestmöglich aufzufallen.



Firstbird schafft Freiraum für Kreativität. Unternehmen können etwa individuelle Prämien zur Motivationssteigerung ihrer Mitarbeiter festlegen.



Mit Gamification-Ansätzen, Erfolgsgeschichten und Statistiken hält Firstbird die Unternehmen und deren Talent Scouts auf dem Laufenden – und motiviert beide Seiten.

People Analytics für jedermann



functionHR GmbH

Rupert-Mayer-Straße 44 81379 München Tel. 089 724 849 00 call@functionhr.de www.functionhr.de

Ansprechpartner

Dr. Daniel Mühlbauer Tel. 089 724 849 00 call@functionhr.de

Gründungsjahr: 2016

Angebot:

- · People Analytics als Software as a Service
- · Integration von Daten aus verschiedenen Quellen
- · Fortgeschrittene Datenanalysen im Selfservice
- · Fundierte Beratung und Unterstützung bei der Umsetzung von **People Analytics**

Standort: München

Mitarbeiteranzahl: 5

Die Gründer der functionHR GmbH unterstützen HRler bei der datengestützten Personalarbeit. Dazu bieten die drei People-Analytics-Experten ein Software-Tool, das Daten im Unternehmen nutzbar macht, um vorhandene Reporting- und Steuerungsprozesse zu modernisieren.

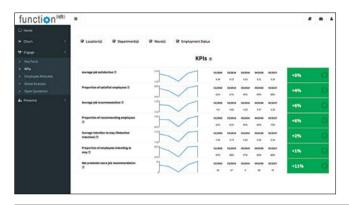


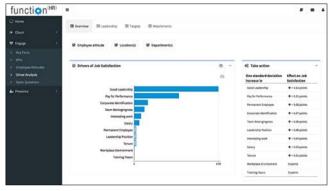
Wer hat's gegründet?

Function(HR) wurde von Dr. Julian Huff, Dr. Daniel Mühlbauer und Dr. Julian Süß als Spinoff der Ludwig-Maximilians-Universität München gegründet. Wir haben am Institut für Personalwirtschaft promoviert und vereinen Kompetenzen aus den Bereichen Personalmanagement, Statistik, Data Science, IT und Softwareentwicklung. In gemeinsamen Forschungs- und Praxisprojekten verfestigte sich die Idee, unsere Leidenschaft für Daten und Datenanalysen mit einer stärkeren Praxisorientierung zu verbinden.

Wie war die Entwicklungszeit?

Wir sind im August 2016 mit dem Ziel gestartet, Unternehmen mit einer integrierten Softwarelösung für People Analytics auszustatten. Diesem Ziel sind wir bereits ein großes Stück näher gekommen. Dabei ist unser "HR Keyboard" bis heute eine vollständige Eigenentwicklung. Zwei namhafte Pilotkunden haben mit ihrem Feedback dabei geholfen, die Software auf die Bedürfnisse der Personalpraxis auszurichten. Diese Nähe zum Kunden wollen wir auch in Zukunft beibehalten.







Das "HR Keyboard" nutzt Verfahren der Statistik und künstlichen Intelligenz, um – über klassische KPIs hinaus – fortgeschrittene Analysen zu Themen wie Mitarbeiterengagement, Fluktuation oder Recruiting bereitzustellen.

Was ist die Idee dahinter?

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass die vielfältigen Potenziale von People Analytics in Unternehmen bisher nur selten genutzt werden. Häufig liegen verfügbare Daten in Insellösungen vor und sind nicht für die zielgerichtete Auswertung vorbereitet. Dazu fehlt oftmals fachliches Know-how zur Umsetzung der Analysen. Mit dem HR Keyboard können unsere Kunden diese Einstiegshürden überwinden. Es bietet eine automatisierte Datenintegration, leistungsfähige Analysen mittels fortgeschrittener Statistik und künstlicher Intelligenz (zum Beispiel Ursache-Wirkungs-Analysen, Prognosen, Textanalysen) sowie eine innovative, web-basierte Oberfläche. Die Nutzer analysieren interaktiv und im Selfservice und erstellen individualisierte Ergebnisreports. Die integrierten Interpretationshilfen und Handlungsimplikationen ermöglichen einen einfachen Zugang und liefern direkte Steuerungsrelevanz. Damit modernisiert das HR Keyboard klassische Reporting-Prozesse, macht die Kraft fortgeschrittener Analysen auf breiter Ebene nutzbar und ermöglicht, das Personalmanagement agil und proaktiv auf die Anforderungen im Unternehmen auszurichten. Über unser Rollenmodell kann das HR Keyboard verschiedenen Nutzergruppen im Unternehmen zugänglich gemacht werden – von der Unternehmensleitung bis zum einzelnen Mitarbeiter.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Wie die meisten Start-ups können wir mit unserer Agilität und Innovationskraft punkten. People Analytics erfordert zudem eine hohe Affinität zu Daten und Datenanalyse-Technologien sowie eine strukturierte, regelgeleitete Vorgehensweise. Dabei zeichnet uns die Nähe zur Wissenschaft gleichermaßen aus wie der Transfer aktueller technischer Entwicklungen (etwa im Bereich künstliche Intelligenz) in die Praxis.

Was soll noch geändert werden?

Die Entwicklung orientiert sich an aktuellen Herausforderungen im Personalmanagement. Mit den Modulen f(engage), f(churn) und f(attract) adressieren wir die drei Problemfelder Mitarbeiterengagement, -bindung und Rekrutierung. Noch in diesem Jahr sollen Lösungen für Fehlzeiten, die Personalentwicklung und die strategische Personalplanung fertiggestellt werden.

Fachkräfte finden und binden

get in {IT}

get in /&*/

get in GmbH

Siegburger Straße 215 50679 Köln Tel. 0221 283 222 600 kontakt@get-in.de www.get-in.de

Ansprechpartner

Rainer Weckbach Tel. 0221 283 222 610 rainer.weckbach@get-in.de

Gründungsjahr: 2013

Angebot:

- Recruiting von Nachwuchskräften aus dem MINT-Sektor
- · Zielgruppenspezifisches Employer Branding
- Active Sourcing: Passende MINT-Kandidaten direkt ansprechen

Standort: Köln

Mitarbeiteranzahl: 18



Gerade in den Bereichen IT und Ingenieurwesen ist der "War for Talent" in vollem Gange. Mit speziellen Absolventenplattformen bietet das Start-up get in GmbH die

Möglichkeit, gezielt auf die gefragten Fachkräfte zuzu-



Unternehmen fällt es zunehmend schwer, offene Positionen mit talentierten Nachwuchskräften aus den Bereichen IT oder Ingenieurwesen zu besetzen. Auf der anderen Seite stehen die Absolventen der gefragten MINT-Fächer dem unübersichtlichen Arbeitsmarkt oft orientierungslos gegenüber und kennen nur einen Bruchteil ihrer potenziellen Arbeitgeber. Diese Informationslücke haben wir geschlossen.

Das Besondere: Wir haben mit www.get-in-IT.de und www.get-in-Engineering.de spezialisierte Plattformen entwickelt, um Young Professionals und Absolventen aus MINT-Studiengängen in ihrer Sprache alle relevanten Informationen für den Start ins Berufsleben zugänglich zu machen. Dieser fokussierte Ansatz ist Grundlage dafür, dass unseren Plattformen eine hohe Glaubwürdigkeit beigemessen wird.

Das Ergebnis ist die marktführende Reichweite in den jeweiligen Zielgruppen. Beispielsweise legt ein Drittel der jährlich auf den Arbeitsmarkt strömenden IT-Nachwuchskräfte ein spezifisches Bewerberprofil bei get in IT an, um via Direktansprache passende Jobangebote zu erhalten.

Über das Active Sourcing hinaus bieten unsere Plattformen das Umfeld, sich den Absolventen der MINT-Fächer nachhaltig als attraktive Arbeitgebermarke bekannt zu machen. Dafür stehen unterschiedliche Employer-Branding-Lösungen zur Verfügung.

Wie war die Entwicklungszeit?

Wir haben unsere Idee nach dem Lean-Startup-Prinzip entwickelt. Das heißt, wir haben sehr darauf geachtet, frühzeitig mit einem Prototypen zu starten, um direkt Nutzererfahrungen aufseiten der Unternehmen und Nachwuchskräfte zu sammeln. Mit dieser Methodik haben wir von Beginn an sichergestellt, dass die Funktionsweise unserer Plattformen den Interessen und Bedürfnissen unserer Nutzer entspricht. So haben sich Schritt für Schritt zwei "erwachsene" Plattformen entwickelt, die sich durch einen einzigartigen Product/Market Fit auszeichnen.

Wir sind davon überzeugt, dass Recruiting dann erfolgreich ist, wenn die jeweilige Zielgruppe mit ihren individuellen Informationsbedürfnissen abgeholt wird. Unser Ziel ist es daher, sukzessive weitere Talentplattformen aufzubauen.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Den Lean-Startup-Ansatz in die Tat umzusetzen: Nicht alles, was technisch machbar ist, wird der Lebenswirklichkeit der Bewerber und HR-Verantwortlichen gerecht. Dass wir die Weiterentwicklung unserer Produkte an den Interessen und Bedürfnissen unserer Zielgruppen ausrichten, ist Garant für unsere nachhaltig erfolgreiche Marktpositionierung.

Was soll noch geändert werden?

Aktuell entwickeln wir Features, die das Matchmaking zwischen Ingenieurtalenten und potenziellen Arbeitgebern nachhaltig verbessern. Der Rollout dieser Features wird im September 2017 stattfinden. Darüber hinaus werden wir etwa zeitgleich die brandneuen Ergebnisse unserer beliebten Trend-Studie unter IT-Nachwuchskräften veröffentlichen, der größten wissenschaftlich begleiteten Umfrage unter IT-Talenten in Europa.



Über die get-in-Plattformen können Firmen MINT-Talente ansprechen und sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren.

Ein Werkzeugkasten mit Feedbacktools

HRinstruments

HRinstruments GmbH

Agnes-Pockels-Bogen 1 80992 München Tel. 089 890 831 70 www.hr-instruments.com info@hr-instruments.com

Ansprechpartner

Prof. Dr. Simon Werther Tel. 089 890 831 70 werther@hr-instruments.com

Gründungsjahr: 2015

Angebot:

- · Instant Feedback und mobile **Echtzeit-Formate**
- · Pulsbefragungen und Mitarbeiterbefragungen
- Feedback für Führungskräfte und 360-Grad-Feedback
- · Teamfeedback und Projektfeedback
- · Mitarbeitergespräche und Performance Management
- Tools für Employee Experience und Talent Experience
- · Ideenmanagement und kontinuierliche Folgeprozesse

Standort: München

Mitarbeiteranzahl: 10 plus ein großer Pool an freien Beratern und Trainern für nachhaltige Folgeprozesse

Von der Mitarbeiterbefragung über das Führungskräfte-Feedback bis zur Echtzeit-Rückmeldung über Ländergrenzen hinweg: HRinstruments entwickelt ganze Feedbacklandschaften nach den Wünschen der Kunden, denn das Start-up bietet nicht nur eine Vielzahl von Instrumenten, sondern auch ganz individuelle Lösungen.



Die Gründer von HRinstruments: Prof. Dr. Simon Werther (links) und Philipp Lehmayr.

Wer hat's gegründet?

HRinstruments wurde im Januar 2015 von Philipp Lehmayr und Prof. Dr. Simon Werther gegründet. Philipp ist erfahrener Informatiker und Datenschutzexperte, während Simon als promovierter Psychologe lange als Berater in der HR-Branche tätig war. Beide greifen auf umfangreiche Praxiserfahrung in mittelständischen Unternehmen bis hin zu Großkonzernen zurück, sodass sie gemeinsam mit ihrem interdisziplinären Team mit großer Leidenschaft unterschiedliche Feedbackwelten entwickeln und betreuen.

Wie war die Entwicklungszeit?

Direkt zur Gründung konnten wir viele Kunden gewinnen, etwa die Stadtwerke München mit 9.000 Mitarbeitern. Es folgten über 50 Kunden aus fast allen Branchen - von Finanzen über IT bis hin zu Pharma. Die Größe unserer Kunden reicht aktuell von 100 bis 50.000 Mitarbeitern weltweit. Die Entwicklungszeit war recht kurz, da viele Unternehmen direkt mit unserer Feedback-Toolbox gearbeitet haben. Die Weiterentwicklung erfolgt seitdem in enger Abstimmung mit bestehenden Kunden und neuen Interessenten – schließlich können Feedbacklösungen nur auf Basis der Rückmeldung von den tatsächlichen Nutzer wachsen.



Feedback ist in vielen Unternehmen immer noch ein Thema, das in unflexiblen Instrumenten und Prozessen abgebildet und mehr mit Ängsten als mit Neugier assoziiert wird. Unsere Vision ist eine Veränderung der Unternehmenskultur in Richtung echter Wertschätzung und echter Partizipation. Genau hier setzen wir mit unserer Feedback-Toolbox an, mit deren Hilfe diese Aspekte nachhaltig über agile Feedbackinstrumente transportiert und etabliert werden. Digitale Feedbacktools können natürlich immer nur ein erster Ansatzpunkt sein – doch die Erfahrungen unserer Kunden machen deutlich, wie positiv die Auswirkungen sein können.

Unsere Feedback-Toolbox ist ein flexibler Baukasten, der von 360-Grad-Feedback und Teamfeedback über Puls- und Mitarbeiterbefragungen auch Lösungen für Mitarbeitergespräche und das Performance Management beinhaltet. Außerdem sind ganz neue Formate wie etwa Instant Feedback enthalten. Durch den modularen Aufbau und die inhaltliche Flexibilität der Toolbox können die Prozesse bei jedem Kunden in individuelle Feedbackwelten übersetzt werden - je nach Unternehmenskultur. Wir unterstützen unsere Kunden von der Entwicklung der Inhalte über den Rollout und die technische Umsetzung bis zum Erarbeiten von passenden Kommunikationsmaßnahmen. Durch wissenschaftliche Fundierung, etwa durch unseren Gründer Prof. Dr. Simon Werther, der Professor an der Hochschule der Medien Stuttgart ist, können wir auch komplexe Themen realisieren: Von vollständig selbstgesteuerter Personalentwicklung über Kombinationen aus regelmäßigen Pulsbefragungen oder Engagement-Indizes bis hin zu umfangreichen Mitarbeiterbefragungen – es gibt unzählige Anwendungsszenarien.

Was soll noch geändert werden?

Unsere Feedback-Toolbox verändert sich ständig, da sowohl die Benutzeroberflächen als auch die Funktionen für jeden neuen Kunden erweitert und optimiert werden. Schnittstellen zu SAP und zu anderen Anbietern sowie ein einfacher Anmeldeprozess sind selbstverständlich, doch auch neue Features und weitere Schnittstellen können wir oft in wenigen Tagen umsetzen. Flexibilität ist die Stellschraube unseres Erfolgs.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Geschwindigkeit und Wertschätzung fallen uns hier direkt ein. Geschwindigkeit bezieht sich vor allem auf die laufende Weiterentwicklung und das kontinuierliche Hinterfragen der aktuellen Situation. Selbst komplexe Anforderungen, an denen sich etablierte Anbieter die Zähne ausgebissen haben, konnten wir bisher kurzfristig umsetzen. Daneben ist Wertschätzung für uns ein zentrales Motiv: Sie ist der inhaltliche Kern unserer Feedback-Toolbox und leitet uns ebenso in der Zusammenarbeit mit Kollegen und Kunden. Darüber hinaus verbinden wir gerne vermeintliche Gegensätze – etwa digitales und analoges Feedback. In künftigen Arbeitswelten liegt für uns genau darin einer der Schlüssel zum langfristigen Unternehmenserfolg. Digitalisierung ist kein Selbstzweck - sie bietet jedoch viele Chancen, die wir aktiv gestalten. Diese Einstellung lässt sich auch auf die digitale Transformation großer Unternehmen übertragen.

Alle Daten auf einen Blick



tridion digital solutions GmbH

Falckensteinstraße 47-48 10997 Berlin Tel. 030 398 219 600 info@hrlab.de www.hrlab.de

Ansprechpartner

Achim Trude, CEO/Founder Tel. 030 398 219 600 achim@hrlab.de

Gründungsjahr: 2016

Angebot:

- · Human-Capital-Management-Plattform
- · Umfassende digitale Personalakte
- Mitarbeiterqualifikation
- · An- und Abwesenheitsmanagement
- · Management von Geschäftsreisen
- Dokumentenmanagement
- Recruiting & Onboarding
- · Compensation & Benefits
- Zeiterfassung
- · Vollständige Lohn- & Gehaltsabrechnung
- · Reporting & Analysen

Standorte: Berlin, Köln

Mitarbeiteranzahl: 26

Auf der HCM-Plattform des Start-up HRlab laufen alle HR-Prozesse zusammen. So können sämtliche Daten und Kennzahlen zentral verwaltet und ausgewertet werden. Die SaaS-Lösung ist per Internetbrowser verfügbar und erspart damit eine aufwendige IT-Infrastruktur.



Wer hat's gegründet?

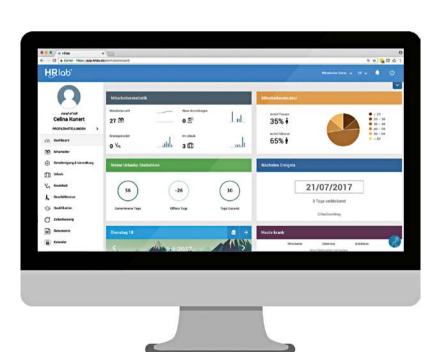
HRlab ist ein Produkt der tridion digital solutions GmbH, ein Spin-off der heutigen tridion pension solutions GmbH. Das Gründerteam besteht aus Achim Trude, Kay Ackermann, Michael Latz und Patrick Kauder. Achim Trude hat als Seriengründer bereits vor Jahren die heutige tridion pension solutions ins Leben gerufen und besitzt langjährige Erfahrung mit HR-Prozessen. Als Ehemaliger der WHU reiht er sich in deren erfolgreiche Gründergeschichte ein. Kay Ackermann bringt durch Stationen bei namhaften Unternehmen wie Zanox und Ströer umfangreiches Fachwissen im Bereich Business Development mit. Michael Latz ist als Steuerexperte der Mann für die Finanzen und Patrick Kauder, der Spezialist für IT, hat bereits als einer der ersten Mitarbeiter von Delivery Hero sein Know-how ausbauen können.

Die Verwendung verschiedener digitaler Lösungen für die einzelnen Prozesse des Personalwesens ist fehleranfällig und undurchsichtig. Eine ganzheitliche Lösung, die alle Prozesse bündelt und miteinander verknüpft, bietet effiziente und transparente Personalarbeit.

HRlab ist eine Human-Capital-Management-Plattform, die alle Prozesse des Personalwesens vereint und durch Schnittstellen zu Third-Party-Applikationen sowie bequemen Export- und Importfunktionen erleichtert. Das Besondere an der cloud-basierten Plattform ist die Integration von Analysen und Statistiken zur strategischen, datenbasierten Personalplanung sowie der flexible Zugriff auf Daten von überall zu jeder Zeit. Modernes Design und eine intelligente Zuteilung von Nutzungsrechten versprechen einfaches Personalmanagement. Der Fokus auf Übersichtlichkeit, Benutzerfreundlichkeit und die Einbindung von People Analytics machen HRlab zu einer innovativen HR-Management-Plattform mit besonderem Mehrwert.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Als Start-up arbeiten wir in kleiner Runde an unserer Plattform und sind damit besonders erfolgreich. Unsere Größe sowie das Arbeiten an einem gemeinsamen Ziel ermöglichen es uns, schnell auf Veränderungen reagieren zu können und agil zu bleiben. Als sehr wichtig hat sich hierbei immer wieder eine gute und transparente Kommunikation im gesamten Team herausgestellt.





Im personalisierbaren Dashboard sind die Daten und Prozesse des Personalmanagements übersichtlich dargestellt.

Wie war die Entwicklungszeit?

Nach Fertigstellung der Plattform stieß sie direkt auf Nachfrage und positives Feedback. Weitere Entwicklungsmaßnahmen an der Plattform dienen dazu, eine dauerhaft zeitgemäße Lösung zu bieten. Die Unterstützung von Kontakten aus der langjährigen Tätigkeit der tridion im Personalbereich und ein engagiertes Team bilden die Grundlage. Häufige Iterationen in der Entwicklung sowie der Aufbau einer skalierfähigen und internationalen Lösung stehen im Vordergrund.

Was soll noch geändert werden?

Als klassisches SaaS-Produkt lebt HRlab von den Wünschen und Anforderungen unserer Kunden und wird sich somit kontinuierlich weiterentwickeln. Ein neues Release der Plattform erschien zuletzt mit Erweiterungen in der Rollenverteilung, einer vereinfachten Struktur des Dokumentenmanagements und Optimierungen im Design. Die neue Version verspricht noch mehr Benutzerfreundlichkeit und Übersichtlichkeit in der Verwaltung der Personalprozesse.

Wohnlösungen für berufliche Stationen



livabout°/

Livingrooms GmbH & Co. KG

Reichenbachstr. 16 80469 München Tel. 089 242 178 27 info@livabout.com try.livabout.com/hr/

Ansprechpartner

Brendan May; CEO Brendan@livabout.com Tel. 0157 753 392 93

Gründungsjahr: 2016

Angebot:

- · Wohnung auf Zeit online buchen
- · Einfache und schnelle Suche nach dem individuell passenden Angebot
- · Ausgesuchte und professionelle Angebote, die sich zum echten Leben in einer neuen Stadt eignen
- 85.114 Anbieter mit ca. 2,4 Millionen Apartments in 14.614 Städten weltweit

Standort: München

Mitarbeiteranzahl: 10

In einer globalisierten Welt werden auch die Mitarbeiter immer mobiler. Die Online-Plattform livabout bietet dazu die passenden Apartments im In- und Ausland. Hier finden sich Angebote für berufliche Aufenthalte im Zeitraum von sieben Tagen bis zu mehreren Jahren.



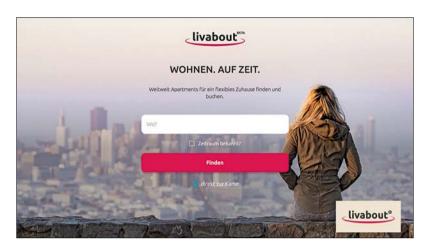
Das livabout°-Team unterstützt Unternehmen bei der Suche nach Wohnlösungen für Mitarbeiter, die auf Zeit an einem anderen Standort eingesetzt sind.

Wer hat's gegründet?

livabout° wurde von Nicole Piefrement, Anton Hell, Martin Possekel und Brendan May gegründet. In das Start-up fließen die langjährige Erfahrung der Gründer in der (Apartment-) Hotellerie, im Vertrieb und der IT-Branche sowie im Management von etablierten wie auch jungen Unternehmen ein.

Wie war die Entwicklungszeit?

Die Entwicklungszeit war sehr lehrreich. Die Gründer mussten schnell die passenden Methoden finden, um als virtuelles Team effizient zusammenzuarbeiten. Außerdem war es spannend, nicht nur ein Produkt, sondern auch eine eigene Firmenkultur zu etablieren. Dazu gehörte auch, eine Fehlerkultur zu schaffen, die es erlaubt, aus Fehlern zu lernen und sich dadurch agil weiterzuentwickeln.





Über die Online-Plattform livebout° sind aktuell 2,4 Millionen Apartments für lang- oder mittelfristige Aufenthalte verfügbar – in mehr als 14.000 Städten.

livabout° ist ein digitaler Marktplatz für das Wohnen auf Zeit, auf dem sich einfach und schnell über 2,4 Millionen Apartments weltweit für berufliche Aufenthalte von Wochen bis Monaten finden und online buchen lassen. Somit helfen wir Firmen dabei, flexible Wohnlösungen ab einem Aufenthalt von sieben Tagen bis hin zu mehreren Monaten oder Jahren zu finden. Unser Angebot ist besonders für neue Mitarbeiter oder Expatriates geeignet, die zu Beginn eine unkomplizierte Wohnlösung brauchen. Auch Mitarbeiter, die in Projekten beschäftigt sind, die über Wochen oder Monate dauern, sprechen wir an. Unsere Kunden können über unsere Plattform direkt und online buchen oder eine unverbindliche Anfrage stellen. Auf livabout° finden sich derzeit weltweit 85.114 Anbieter mit circa 2,4 Millionen Apartments in 14.614 Städten. livabout° führt ausschließlich Angebote, die eine echte Option zum langfristigen Wohnen sind. Dazu gehören neben der Ausstattung und den inkludierten Serviceleistungen unter anderem eine signifikante Kostenersparnis gegenüber Hotels oder Mietwohnungen von 50 Prozent oder mehr. Ein wesentlicher Vorteil für Firmen ist, dass sich die Mitarbeiter wesentlich schneller in der neuen Stadt und der neuen Umgebung einleben. Sie müssen sich zum Beispiel nicht wie in einer klassischen Mietswohnung um Dinge wie die Wahl von Telefon- und Internetanbietern kümmern.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Der starke Kundenfokus in Verbindung mit der Produktentwicklung nach der Scrum-Methode sowie eine gelebte Vertrauensund Fehlerkultur zeichnen livabout° aus.

Alles geht von unseren Kunden aus. Wir sehen unsere Aufgabe darin, dem Kunden immer das passendste und bestmögliche Angebot zu unterbreiten. Wir würden niemals ein Angebot bevorzugt anbieten, nur weil sich für uns damit mehr Geld verdienen ließe. Dies ist in der Reisebranche leider vielerorts üblich – unseren Prinzipien widerspricht das jedoch zu 100 Prozent.

Scrum ist das operative Werkzeug, das uns befähigt, schnell und flexibel auf die Kundenwünsche zu reagieren. Jede Woche entscheiden wir aufs Neue, welche Aufgaben wir in den Fokus nehmen. Das ermöglicht uns große Flexibilität. Unsere Vertrauensund Fehlerkultur beflügelt zudem jeden im Team, sich eigenverantwortlich einzubringen. Dies alles funktioniert aber nur, wenn es auch wirklich umgesetzt und gelebt wird.

Was soll noch geändert werden?

Wir haben noch viel vor. Als nächstes entwickeln wir den "livaBot", unseren virtuellen Assistenten. Er wird unseren Kunden noch besser und schneller helfen, das passende Apartment zu finden. Dies erfolgt durch einen Abgleich der Bedürfnisse der Firma beziehungsweise des Gastes mit den Angeboten der Anbieter – ähnlich wie die Filmempfehlungen von Netflix oder die Kaufempfehlungen von Amazon.

Wir launchen außerdem gerade unser "LivaBusiness-Rewards-Programm". Es ermöglicht Firmen eine Rückvergütung in stetig steigender Höhe. Dies gilt bereits ab der ersten Buchung. Außerdem bieten wir unseren Firmenkunden einen persönlichen Ansprechpartner für den direkten Draht zu uns sowie detaillierte Buchungs- und Umsatzreports, die dabei helfen, jederzeit den Überblick zu behalten.

Blind Date gegen Silodenken



Mystery Lunch / TheInnerCrowd UG

Ortlerstraße 1c 81373 München Tel. 0176 207 469 14 info@mysterylunch.com www.mysterylunch.com

Ansprechpartner

Christoph Drebes christoph.drebes@mysterylunch.com Tel. 0176 207 469 14

Gründungsjahr: 2014

Angebot:

- · Setup und Erstellung einer personalisierten Mystery-Lunch-Plattform für Unternehmen
- · Beratung bei der Erstellung des Konzepts und Umsetzung
- · Vollständige Betreuung durch eigenen Customer Support

Standort: München

Mitarbeiteranzahl: 5

Der Austausch zwischen den Unternehmensbereichen wird immer wichtiger. Dabei hilft "The Inner Crowd" mit der Anwendung Mystery Lunch. Die Idee: Mitarbeiter bekommen per Zufall Einladungen zum Mittagessen mit Kollegen, die sie noch nicht kennen.







Christoph Drebes, Matthew Murray und Stefan Melbinger (v.l.n.r.) kam die Idee zu ihrem Start-up Mystery Lunch passenderweise beim Mittagessen.

Wer hat's gegründet?

Wir sind ein internationales Gründerteam: Christoph Drebes (31) kommt aus Deutschland und hat einen Master in internationaler BWL. Er kümmert sich um "Strategy, Marketing & Sales" und war zuvor "Lean Six Sigma Black Belt" bei Telefónica. Stefan Melbinger (33) ist Österreicher, hat einen Master in Informatik und ist für die IT verantwortlich. Zuletzt war er Unternehmensberater bei der Boston Consulting Group. Matthew Murray (29) ist irischer Staatsbürger und hat Germanistik und BWL studiert. Er verantwortet den Bereich "Produktmanagement & User Experience". Zuvor war er Projektmanager bei Telefónica.

Wie war die Entwicklungszeit?

Wir haben das Start-up 2014 nebenbei gegründet und sind dann mit der Zeit organisch gewachsen. Wir konnten in den ersten Jahren große Kunden wie Payback, DHL oder die Deutsche Bundesbank gewinnen. Da die Nachfrage sehr stark stieg (unter anderem aus Nordamerika und Asien) arbeiten wir seit 2016 Vollzeit.



Was soll noch geändert werden?

Wir planen dieses Jahr einige technische Neuerungen der Plattform. Außerdem starten wir neue Lösungen zur Vernetzung von Menschen, zum Beispiel ein "Mystery Brainstorming". Dabei bringen wir Kollegen aus unterschiedlichen Abteilungen in gezielten Workshops zu Problemlösungen oder zur Ideenfindung zusammen. Insgesamt sehen wir viel Potenzial, Menschen innerhalb von Unternehmen persönlich zusammenzubringen.

Mystery Lunch vernetzt die Mitarbeiter über Online-Plattformen im individuellen Corporate Design.

Was ist die Idee dahinter?

Mystery Lunch vernetzt Mitarbeiter eines Unternehmens per Zufallssystem mit Kollegen aus unterschiedlichen Abteilungen. Dies funktioniert über eine firmenspezifische Online-Plattform, auf der sich Mitarbeiter freiwillig anmelden können (siehe Abbildung). Die Teilnehmer erhalten dann im gewünschten Rhythmus Einladungen zum Mittagessen mit neuen Kollegen.

Die Idee zum zufälligen Austausch beim Mittagessen kam uns in der Kantine eines deutschen Großunternehmens, als wir mit der Problematik des "Silodenkens" und des fehlenden Austauschs zwischen Abteilungen konfrontiert waren.

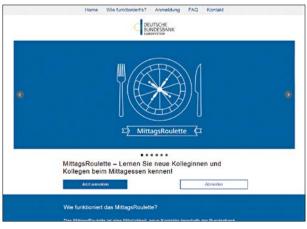
Für Personaler ist Mystery Lunch ein wirkungsvolles Tool, um den persönlichen Austausch im Unternehmen zu verbessern, die Entstehung neuer Ideen zu fördern und ihre Mitarbeiter mit einer innovativen Idee zu begeistern.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen neue Ideen einfach ausprobieren sollten – ohne Scheu vor Fehlern. Daher testen wir als Team laufend neue Ideen und lernen dabei enorm viel.

Eine weitere Philosophie unserer Firma ist natürlich der zwischenmenschliche Austausch – gerade in der immer stärker digitalisierten Welt sind persönliche Face-to-Face-Gespräche mit Kunden, Partnern und zwischen Mitarbeitern entscheidend.





Jobangebot in der Suchmaschine



persomatch GmbH

Goldstraße 16 33602 Bielefeld Tel. 0521 448 139 90 info@persomatch.de www.persomatch.de

Ansprechpartner

Tristan Niewöhner Tel. 0521 448 139 90 tristan.niewoehner@persomatch.de

Gründungsjahr: 2017

Angebot:

· Jobangebote als Googleanzeige

Standort: Bielefeld

Mitarbeiteranzahl: 11

Die Kandidaten dort ansprechen, wo sie unterwegs sind. Das hat sich **persomatch** zur Aufgabe gemacht: Das Unternehmen von Tristan Niewöhner bietet Stelleninserate an, die in den Google-Suchergebnissen erscheinen - am Startpunkt vieler Job-Suchen.



Wer hat's gegründet?

1987 geboren und in Gütersloh aufgewachsen, hatte Tristan Niewöhner schon in der Schulzeit erste Geschäftsideen. Nach dem BWL-Studium in Paderborn, Peking und Normal (Illinois) gründete er 2013 mit Freunden "freat", einen Onlineshop für Liefergastronomie. 2014 wurde er Gründercoach bei TecUP bei Professor Dr. Kabst an der Universität Paderborn, kurz darauf startete er "Loom Technologies", das Logistiksoftware entwickelt. 2016 verkaufte er seine Loom-Anteile und wurde Entrepreneur in Residence bei der Founders Foundation, Bertelsmann-Stiftung. Hier entstand die Idee für persomatch: eine zentralisierte, googlebasierte Jobsuche.

Wie war die Entwicklungszeit?

Die Idee war so logisch und naheliegend, dass es schnell ging: Vom Erkennen der Notwendigkeit einer neuen Form der Jobsuche über die Ausarbeitung bis hin zum Start vergingen nur sechs Monate: Im Dezember 2016 stand die Idee, im Februar 2017 erfolgte die Eintragung ins Handelsregister, im März stiegen Investoren ein – im Mai wurden die ersten Stellenangebote eingestellt.



Die persomatch-Jobangebote erscheinen bei Google als gesponsertes Suchergebnis – sie passen immer auf die jeweilige Suchanfrage des Kandidaten.

Was ist die Idee dahinter?

Gerade für Start-ups und kleinere Unternehmen sind die klassischen Jobportale oft zu aufwendig, zu teuer und vor allem zu dezentral: Welches Jobportal ist das Richtige? Welches wird von wem genutzt? Wer sich für die falsche Plattform entscheidet, verbrennt Kapital. Es wurde deutlich, dass man das Zusammenbringen von Jobsuchenden und -bietenden für alle Branchen radikal vereinfachen und günstiger machen müsste – durch eine einzige, googlebasierte Suche.

Das Ergebnis heißt persomatch. Statt weiterhin verschiedene Plattformen buchen oder durchsuchen zu müssen, werden bei persomatch Jobangebote einmal eingestellt und über die klassische Googlesuche portalunabhängig gefunden. Suchende müssen lediglich bei Google den gesuchten Job (Berufsbezeichnung) und Ort eingeben und das vom Unternehmen bei persomatch eingestellte Angebot erscheint als Anzeige ganz oben im Suchergebnis, noch vor den Zusammenfassungen des vermutlich bald eingeführten Angebots von "Google for Jobs". persomatch ist extrem einfach und entspricht den Gewohnheiten der Zielgruppe: die Suche von Alltäglichem per Suchmaschine.

Was soll noch geändert werden?

Ziel ist es, den gesamten Recruiting- und Bewerbungsprozess immer weiter zu vereinfachen, bis zum Schluss die Bewerbung mit einem Klick möglich ist: Job anbieten, Angebote finden, zusammenkommen. Niemand soll seine Zeit mit der Suche nach Plattformen und deren Anforderung verbringen, sondern mit dem Finden der passenden Stelle beziehungsweise des besten Personals.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Zum einen: Denkt einfach einfach. Es liegt so nahe, eine Suchmaschine für die Suche nach Jobs zu nutzen. Statt immer wieder neue Angebote zu entwickeln, sollten wir schauen, wie wir die bestehenden für Weiterentwicklungen und Optimierungen nutzen können. Reduktion und Vereinfachung wird ein neuer Trend werden, der mit persomatch früh erkannt wurde. Zum anderen: Qualifizierte Mitarbeiter sind ein sehr rares Gut. Wir können es uns schlicht nicht erlauben, beim Wettkampf um die besten Köpfe zu verlieren, nur weil die Jobsuche zu aufwendig ist und gute Leute mit wenig Zeit die Angebote nicht finden.

Ein zentrales System für alle HR-Prozesse



Personio GmbH

Buttermelcherstraße 16 80469 München Tel. 089 125 010 04 info@personio.de www.personio.de

Ansprechpartner

Sabrina Koch Tel. 0176 42017259 sabrina.koch@personio.de

Gründungsjahr: 2015

Angebot:

- Software f
 ür Personalverwaltung und Bewerbermanagement für 10 bis 1.000 Mitarbeiter
- · Digitalisierung administrativer HR-Prozesse und Bewerbermanagement
- · Stellenausschreibung, Applicant Tracking System, digitale Personalakte, On-, Offboarding, Lohnbuchhaltung, Arbeitszeiterfassung, Abwesenheiten, Dokumentenverwaltung, Performance, Feedback, Reporting

Standort: München

Mitarbeiteranzahl: 50

Die Einrichtung von herkömmlichen HR-Systemen ist für kleine und mittlere Unternehmen oft zu teuer und zu kompliziert. Deshalb entwickelte **Personio** eine Softwarelösung, die alle HR-Prozesse abbildet und sich ohne Installation auf jedem browserfähigen Gerät nutzen lässt.

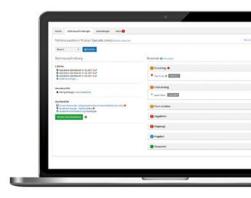


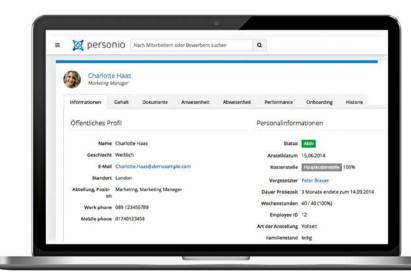
Wer hat's gegründet?

Hanno Renner, Roman Schumacher, Arseniy Vershinin und Ignaz Forstmeier gründeten Personio im Jahr 2015. Die vier Gründer lernten sich am Münchner Center for Digital Technology and Management (CDTM) kennen, aus dem bereits erfolgreiche Unternehmen wie Outfittery, Stylight, Freeletics oder eGym entstanden sind.

Wie war die Entwicklungszeit?

Wir haben Personio in der Anfangsphase mit einer kleineren Gruppe von Pilotkunden getestet. Diese waren so zufrieden und begeistert, dass unser Kundenstamm ohne aktives Marketing innerhalb der ersten 18 Monate auf über 150 Kunden wuchs. Heute, über zwei Jahre nach der Gründung, stehen wir bei über 400 Kunden.





Personio lässt sich ohne Installation auf jedem browserfähigen Gerät nutzen und wird ausschließlich auf zertifizierten Rechenzentren in Deutschland betrieben.

Was ist die Idee dahinter?

Personio wurde aus einem Problem heraus geboren, da einer der Gesellschafter bei seinem ehemaligen Arbeitgeber Personalverwaltungsaufgaben übernehmen musste und schnell gemerkt hat, wie zeitraubend diese Prozesse sein können. Die Idee hinter Personio ist, allen administrativen Anforderungen und Aufgaben von Personalverantwortlichen in kleinen und mittleren Unternehmen mit einer umfassenden Software gerecht zu werden. Als das HR-Betriebssystem erlaubt Personio mehr Zeit für wertschöpfende Personalarbeit, indem es Personalprozesse automatisiert und die Mitarbeiter über eigene Benutzerkonten in administrative Aufgaben einbezieht. Gerade in kleineren Unternehmen haben Personalverantwortliche bisher oft zahlreiche "Insellösungen" an der Hand, die nur einen bestimmten Personalprozess wie beispielsweise Zeiterfassung oder Urlaubsbeantragung abbilden. Die Nutzung einzelner Lösungen wird in der Praxis leicht unübersichtlich und kann zu inkonsistenten Daten und ineffizienten Abläufen führen. Personio bietet alles in einer Software vereint und sorgt so für verschlankte Prozesse, Nachvollziehbarkeit und Datenkonsistenz. Mit Personio können HR-Manager Mitarbeiter rekrutieren, verwalten und entwickeln. Intuitive Bedienung und der kostenfreie Münchner Kundenservice erleichtern den Einstieg. Zusätzlich kann Personio, als Cloud-Lösung mit ISO-zertifizierten Sicherheits-Servern zur Datenspeicherung in Frankfurt, bereits in weniger als vier Wochen einsatzbereit sein.

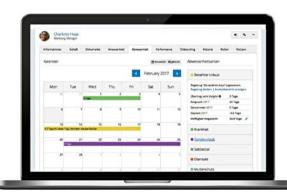
Was soll noch geändert werden?

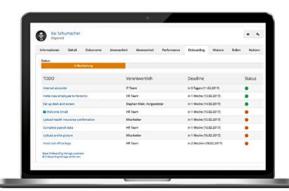
Unser Ziel ist es, Personio zur zentralen Human-Resources-Plattform für kleine und mittlere Unternehmen in Europa aufzubauen, an die sich weitere Anbieter von Services wie Lohnabrechnung oder Feedback anbinden können. Unsere Funktionen werden, auch dank der vielen Vorschläge unserer Kunden, immer mehr verfeinert und die Integrationen mit weiteren Partnern in den nächsten Monaten vorangetrieben.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Wir bei Personio arbeiten mit sehr viel Eigeninitiative und Freiraum. Wir legen gemeinsam mit allen Mitarbeitern fest, welche Ziele wir erreichen wollen. Unser Arbeiten mit quartalsweisen OKRs (Objectives and Key Results) führt dazu, dass jeder Mitarbeiter in seinem Bereich aktiv in die Umsetzung der Unternehmensziele mit eingebunden ist. Das schafft Motivation, Transparenz und Spaß an der Arbeit. Für Mitarbeiter heißt das aber auch, dass diese bereit sein müssen, das eigene Management öfter mal zu hinterfragen und sich mit ihren Ideen durchzusetzen. In diesem Bereich können größere Unternehmen wahrscheinlich von uns lernen.







E-Learning in der Ausbildung



Prozubi GmbH

Munstermannskamp 1 21335 Lüneburg Tel. 04131 60 66 235 info@prozubi.de www.prozubi.de

Ansprechpartner

Felix Fischer Tel. 04131 60 66 233 felix.fischer@prozubi.de

Gründungsjahr: 2014

Angebot:

- Online-Lernplattform f
 ür Azubis in kaufmännischen Berufen
- Lernvideos
- Übungsaufgaben
- Experten-Chat
- IHK-Prüfungsvorbereitung
- · Ausbildungsbegleitendes Lernen
- · Individuelle Produktion von Video-Lerninhalten

Standort: Lüneburg

Mitarbeiteranzahl: 10

Prozubi.de ist ein Plug-and-Play-Lernangebot für Azubis und ausbildende Unternehmen. Mit Lernvideos, Übungsaufgaben und Live-Experten-Chat lernen Auszubildende während der Ausbildung und für die IHK-Prüfung – unabhängig von der bestehenden IT im Unternehmen.



Wer hat's gegründet?

Die Gründer der Prozubi GmbH sind Clemens Schröder, Felix Fischer und Arno Baltruschat. Sie lernten sich an der Universität Lüneburg kennen, wo sie sich mit dem Thema Online-Learning beschäftigten. Aus einem Uni-Projekt wurde in den letzten Jahren ein erfolgreiches Unternehmen mit namhaften Kunden aus verschiedenen Branchen.

Wie war die Entwicklungszeit?

Die Idee zu Prozubi entstand im Sommer 2013 und wurde noch im selben Jahr als "Gründungsidee des Jahres" gekürt. Seit dem Frühjahr 2014 ist der U-Form-Verlag aus Solingen, der seit Langem als Partner der IHK über große Kompetenz rund um die IHK-Prüfung verfügt, als Investor und Unterstützer an Bord. Ende 2014 ging die Prozubi-Lernplattform an den Start, die nun bundesweit von Auszubildenden und ausbildenden Unternehmen in verschiedensten Branchen genutzt wird. 2015 erhielten die Gründer den mit 10.000 Euro dotierten "DurchSTARTer"-Preis des niedersächsischen Wirtschaftsministers.

Prozubi.de ist die Online-Lernplattform für die Ausbildung. Mit Hunderten Lernvideos und Tausenden Übungsaufgaben bereiten sich Auszubildende auf die IHK-Abschlussprüfung vor und lernen Ausbildungsinhalte begleitend zur Ausbildung. Sowohl theoretische Inhalte als auch praktische Themen der IHK-Prüfung werden mit "azubigerechten" Online-Lernvideos illustriert und anschaulich vermittelt. Alle Inhalte werden vor Ort in Lüneburg produziert. Im Experten-Chat stehen den Auszubildenden spezialisierte Fachexperten für inhaltliche Rückfragen zur Verfügung.

Für Unternehmen bietet Prozubi weitere Vorteile: Ausbildungsverantwortliche können nachvollziehen, wie die Plug-and-Play-Lernplattform genutzt wird und in welchen Lernbereichen die Auszubildenden Stärken und Schwächen haben. So können Unternehmen mit Prozubi die betriebliche Ausbildung sinnvoll ergänzen.

Die Prozubi-Lernplattform läuft online auf jedem PC, Laptop, Smartphone oder Tablet und ist somit völlig unabhängig von unternehmenseigener IT. Auf Wunsch können die Lerninhalte auch in bestehende LMS, zum Beispiel via SCORM, eingebunden werden.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Wir verstehen uns als Dienstleister für Ausbildungserfolg. Unser Fokus liegt auf der Zufriedenheit und dem Erfolg des Kunden – erst wenn der Azubi sicher in die Prüfung geht und der Ausbilder und die Personalentwicklung zufrieden sind, sind wir es auch! Sowohl kleine, mittlere als auch große Unternehmen gehören zu unseren Kunden. Bereits heute verlassen sich zahlreiche etablierte Unternehmen, zum Beispiel Allianz, Dekra, Otto und Ikea, auf das Lernangebot von Prozubi.



Die Prozubi-Lernvideos vermitteln nicht nur die Theorie, sondern auch praxisnahes Anwendungswissen.

Was soll noch geändert werden?

Die Prozubi-Lernplattform wird laufend weiterentwickelt. Kontinuierlich entstehen Inhalte für neue Zielgruppen sowie ergänzende Videos und Übungsaufgaben für bestehende Ausbildungsgänge. Auch die Dienstleistungen rund um den Einsatz der Lernplattform werden ausgebaut. Ziel ist es, stets die erste Anlaufstelle für Auszubildende und Unternehmen zu sein, die auf der Suche nach moderner Prüfungsvorbereitung und E-Learning-basierter Ausbildungsunterstützung sind.





Bei weiterführenden Fragen zum Online-Lernmaterial, das Prozubi in Lüneburg produziert, können sich die Azubis per Chat an Fachexperten wenden.

Erbauliche Auszeit am Arbeitsplatz



7Mind GmbH

Tempelhofer Ufer 17 10963 Berlin feedback@7mind.de www.7mind.de

Ansprechpartner

Manuel Ronnefeldt manuel@7mind.de Tel. 0151 205 089 42

Gründungsjahr: 2014

Angebot:

Alltagstaugliche Meditationen per App, ohne Esoterik, jederzeit einsetzbar, auch im Unternehmen

Standort: Berlin

Mitarbeiteranzahl: 15

Im Alltag bleibt oft kaum Zeit für die eigenen Bedürfnisse. Darum hat 7Mind eine Smartphone-App entwickelt, die kurze, aber wirksame Meditationsübungen leicht verfügbar macht. Ebenfalls im Programm: Kurse zu Themen wie Stressmanagement und achtsame Führung.



Jonas Leve (2. v.l.) und Manuel Ronnefeldt (3. v.l.) sorgen für Ausgeglichenheit im Unternehmen

Wer hat's gegründet?

7Mind wurde 2014 von Jonas Leve und Manuel Ronnefeldt noch im Studium gegründet. Unterstützt hat die beiden der Unternehmer und Zen-Lehrer Paul Kohtes. Bei einem Kongress an ihrer Uni trafen Jonas und Manuel auf Paul. Hier entstand die Idee zur App. Jonas hat schon in der Kindheit Erfahrungen mit Meditation gemacht, Manuel kam bei einem Auslandsjahr in Indien mit dem Thema in Kontakt. Paul ist Gründer der Agentur Kohtes & Klewe (heute: Ketchum-Pleon), seit über 30 Jahren Meditationstrainer und Führungskräftecoach.

Wie war die Entwicklungszeit?

Die Entwicklung der App dauerte nur einige Monate. Der erste Prototyp wurde mit einer Agentur entwickelt, getestet und gemeinsam mit den Nutzern optimiert. Dank Investoren-Unterstützung erfolgt die Programmierung inzwischen in-house, sodass die App kontinuierlich weiterentwickelt werden kann.



Anliegen von 7Mind ist es, Meditation mit einfachen, niedrigschwelligen und unesoterischen Angeboten für jeden zugänglich zu machen – egal, wie stressig der Alltag gerade ist. Über 10.000 Studien belegen inzwischen den positiven Effekt von Meditation unter anderem auf Stressmanagement, Gesundheit, Schlaf und Kommunikation. Achtsame Manager werden Untersuchungen zufolge als die besseren Führungskräfte empfunden. Achtsamkeitstraining beugt außerdem stressbedingten Krankheiten und damit Ausfällen im Unternehmen vor.

Die App bietet angeleitete Meditationen von maximal sieben Minuten, die sich jederzeit integrieren lassen. Die Übungen werden von Meditationscoach Paul Kohtes gesprochen und durch den Mediziner Prof. Dr. Tobias Esch wissenschaftlich begleitet. Der kostenfreie Einsteigerkurs vermittelt die Grundlagen der Meditation. Weiterführende Kurse behandeln gezielt Themen wie Stressmanagement oder achtsame Führung. Als Unternehmen ist Achtsamkeit ein Weg, Mitarbeiter vor Stressfolgen zu schützen, das Miteinander zu verbessern und sich als innovativer, gesundheitsbewusster Arbeitgeber zu zeigen.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Als Start-up verfügen wir oft nicht über die Zeit und die Ressourcen, Einhundert-Prozent-Lösungen auf Anhieb umzusetzen. Stattdessen agieren wir flexibel und setzen auf schlanke Prozesse. Daraus entsteht eine innovative Arbeitsweise mit viel Raum für Ideen und Eigenverantwortung. Zusätzlich leben wir Achtsamkeit auch intern und nehmen uns etwa vor Meetings Zeit für eine kurze Meditation, was die Atmosphäre sehr positiv beeinflusst.

Was soll noch geändert werden?

Wir wissen, wie schwer es ist, im hektischen Alltag die nötigen Ruhepausen zu finden. 7Mind wird sich schon deshalb in Zukunft mit individualisierten Programmen noch stärker an den Bedürfnissen der Nutzer orientieren, die passenden Meditationsübungen empfehlen und bei der Entwicklung einer Routine unterstützen.

Voraussichtlich ab Mitte September 2017 wird die 7Mind-App in neuem Design verfügbar sein – hier eine Vorschau.





Datengestützte Talentsuche



Talentwunder UG

Torstraße 33 10119 Berlin Tel. 030 921 521 56 info@talentwunder.com www.talentwunder.com

Ansprechpartner

Andreas Dittes Tel. 0178 554 903 0 andreas@talentwunder.com

Gründungsjahr: 2014

Angebot:

- Active Sourcing
- · Social Media Recruiting
- Talentsuchmaschine
- Big-Data-Analysen

Standort: Berlin

Mitarbeiteranzahl: 25

Die richtigen Kandidaten für einen Job zu finden, ist nicht einfach. Oder? Mit der Big-Data-Suchmaschine des Start-ups **Talentwunder** sind die passenden Kandidaten schnell gefunden. Außerdem berechnet das Active-Sourcing-Tool, bei wem sich die Kontaktaufnahme lohnt.

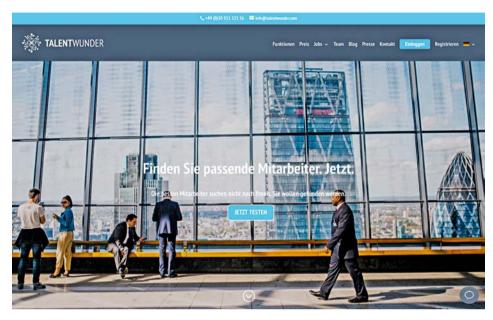


Wer hat's gegründet?

Talentwunder wurde Ende 2014 von Dr. Jörg Rech und Andreas Dittes in Berlin gegründet. Jörg und Andreas kennen sich aus Karlsruhe, wo sie zuvor auch schon gemeinsam an einem Hackathon teilgenommen haben. Für die Gründung von Talentwunder sind beide dann nach Berlin gezogen.

Wie war die Entwicklungszeit?

Bei Talentwunder handelt es sich um eine technisch anspruchsvolle Softwarelösung. Bei der Entwicklung haben wir aber auch viel Unterstützung erfahren. Konzerne wie IBM, Google und Microsoft haben uns mit Rechenleistung und Know-how unterstützt und neben den Investoren helfen uns auch unsere tollen Kunden mit ihrem Feedback, jeden Tag besser zu werden.



Talentwunder hilft Unternehmen dabei, in kurzer Zeit die passenden Kandidaten zu finden und aktiv anzusprechen.

Was ist die Idee dahinter?

Talentwunder ist gestartet mit der Vision, das aktive Recruiting von Talenten zu revolutionieren. Wir sind heute ein Active-Sourcing-Tool mit weltweiten Kunden. Durch eine einzigartige Big-Data-Suchmaschine sowie den Einsatz moderner Technologien, wie zum Beispiel Predictive Analytics, haben wir für unsere Kunden wertvolle Tools für eine erfolgreiche Suche geschaffen. Mehr als 2.000 Recruiter sind bereits bei Talentwunder angemeldet und können mit Active Sourcing auch schwierige Stellen besetzen, bei denen alle anderen Recruitingmaßnahmen versagen.

Wir ermöglichen unseren Kunden eine einfache Suche, mit der man innerhalb von wenigen Minuten eine Liste von passenden Kandidaten zusammenstellen kann. Um die Auswahl und Ansprache zu vereinfachen, analysieren wir jedes einzelne Profil und berechnen eine individuelle Wechselwahrscheinlichkeit.

Damit finden unsere Kunden nicht nur passende Talente, sondern sehen auch auf den ersten Blick, bei wem sich eine Ansprache lohnt. Auch kann so herausgefunden werden, welche Personen eine hohe Bereitschaft aufweisen, für einen neuen Job in eine andere Stadt oder ein anderes Land umzuziehen.

Für diese Lösung wurden wir auch mit dem HR Innovation Award auf der Zukunft Personal ausgezeichnet.

Was soll noch geändert werden?

Auch wenn wir schon sehr viel erreicht haben, sehen wir uns am Anfang einer spannenden Reise. Mit modernen Technologien ist sehr viel möglich und wir wollen unsere Kunden bei der digitalen Recruiting-Transformation begleiten und dabei helfen, die besten Talente der Welt zu finden und den "War for Talent" zu gewinnen.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Als Start-up muss man die knappen finanziellen und personellen Ressourcen optimal einsetzen, um dem starken Unternehmenswachstum gerecht zu werden. Mitarbeiter haben viele Freiheiten, aber auch viel Verantwortung. Das sorgt für einen hohen Grad an Dynamik und Kreativität. Erwähnenswert ist sicher auch der Mut, Neues zu wagen und kontinuierlich von den Experimenten zu lernen.



Das Talentwunder-Team hat sich gefunden und hilft nun anderen bei der Suche.

Referenzen digital einholen



Queference / Eckhold GbR

Eppendorfer Landstraße 74 20249 Hamburg Tel. 040 605 33 84 80 info@aueference.com www.queference.com

Ansprechpartner

Dr. Yvonne Glock yvonne.glock@queference.com

Gründungsjahr: 2016

Angebot:

- · Bereitstellung einer Online-Plattform, mit der Unternehmen Referenzen in Personalauswahlprozessen erheben können
- · Zusätzlich bietet Queference die Erhebung von Referenzen für Bewerber auch als Managed Service für Unternehmen an
- · Erstellung wissenschaftlich fundierter Fragebögen für spezifische Anwendungsfälle in Unternehmen
- · Einbindung der Plattform in bereits bestehende IT-Lösungen
- · Anpassung der Plattform auf die kundenspezifische Corporate Identity

Standort: Hamburg

Mitarbeiteranzahl: < 10

Um Fehlbesetzungen zu vermeiden, ist es sinnvoll, beim ehemaligen Arbeitgeber eines Bewerbers nachzufassen. Diesen eigentlich aufwendigen Prozess überträgt das Referenzerhebungs-Tool Queference in ein anwenderfreundliches Online-Verfahren.



Wer hat's gegründet?

Die Idee zu Queference entstand während Jochen Eckholds beruflicher Station in den USA als Leiter HR von Adidas America, Inc. Hier erkannte er das in Deutschland unzureichend genutzte Potenzial persönlicher Referenzen bei der Personalauswahl. Er gründete Queference 2016 in Hamburg gemeinsam mit seiner Frau Katrin, die über langjährige Erfahrung im Operations Management auf internationaler Ebene von Start-ups bis Mittelstand in den Branchen Finanzen und IT-Beratung verfügt. Ende 2016 stieß die Wirtschaftspsychologin Dr. Yvonne Glock zu Queference, die für alle Aspekte des Produktmarketings verantwortlich zeichnet.

Wie war die Entwicklungszeit?

Dadurch, dass wir Queference aus eigenen Mitteln finanziert haben, konnten wir uns auf das Erforschen der Kundenbedürfnisse und die Entwicklung eines intuitiv zu bedienenden Produktes konzentrieren. Nach einem Jahr Entwicklungszeit an der Web-Applikation und unserem Webauftritt fokussieren wir uns nun auf die Vermarktung.

Jeder Personalverantwortliche kennt dieses unsichere Gefühl nach einem Vorstellungsgespräch. Man überlegt den Bewerber einzustellen, hat aber das Gefühl, dass da "noch irgendetwas ist". Es fehlen weitere Informationen, die aus standardisierten Arbeitszeugnissen und den Bewerbungsdokumenten nicht entnommen werden können.

Auf Basis unserer internationalen Erfahrungen haben wir uns gefragt, warum Referenzen in Deutschland so wenig genutzt werden – obwohl sie die wirkliche Leistung und das Verhalten von Bewerbern in der beruflichen Praxis mit hoher Aussagekraft widerspiegeln.

Wir kamen zu dem Schluss, dass es mit dem aufwendigen Prozess zusammenhängen muss, alle Referenzgeber persönlich zu erreichen, ehrliche Auskunftsbereitschaft herzustellen und die erhaltenen Informationen strukturiert auswerten zu müssen.

Queference bietet Ihnen nun einen effizienten Online-Prozess zur Erhebung von Referenzen im digitalen Zeitalter. Ehemalige Vorgesetzte, Kollegen und Mitarbeiter werden online um detaillierte und persönliche Beobachtungen zum gezeigten Verhalten und der Leistung des Bewerbers im vorherigen beruflichen Kontext befragt. Die Ergebnisse werden anonymisiert und übersichtlich grafisch aufbereitet und liegen innerhalb weniger Tage nach Beginn der Befragung vor.

Referenzerhebungen, bisher Management-Funktionen vorbehalten, werden somit auch für deutlich erweiterte Zielgruppen praktikabel, zum Beispiel im Einzelhandel, Call Center oder in der Gastronomie. Insbesondere hier sind Informationen aus erster Hand zu Vertrauenswürdigkeit und Leistungsvermögen unentbehrlich.

Die mit Queference gewonnenen Erkenntnisse führen zu einer Reduktion von Fehlbesetzungen, welche Kosten im fünfbis siebenstelligen Bereich hervorrufen und damit spart Queference nicht nur Zeit, sondern auch Geld.

Was soll noch geändert werden?

Aktuell sind nur noch kleinere Anpassungen im Berechtigungssystem geplant. Die großen Blöcke Mehrsprachigkeit, individuell anpassbare Bewerberkommunikation und Fragebögen, spezifische Zusatzfragen auf Bewerberebene und die Vorbereitung einer wissenschaftlichen Validierungsstudie sind abgeschlossen.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Wir suchen immer nach dem direktesten Weg zur Lösung und arbeiten mit Partnern zusammen, die den gleichen Pragmatismus haben. Unsere Webapplikation ist deshalb sehr intuitiv bedienbar und ohne Schulung direkt einsetzbar. Die zugrunde liegenden Fragebögen sind auf die Bedürfnisse unsere Kunden zugeschnitten und die Auswertungen zielgerichtet aufbereitet. Wir wollten ein Produkt "von Personalern für Personaler" schaffen und einen wesentlichen HR-Prozess ins digitale Zeitalter führen.

Experts in 0	ERENCE Online References
Wie beurteilen Sie die Gelassenheit des Bewerbers, z.B. in Konfliktsituationen, bei Widerständen, Hindernissen oder Misserlolgen?	(bei 2 gewerteten Antworten)
In wie weit ist der Bewerber offen für Anregungen bzw. neue Ideen und bereit, unkonventionelle Wege zu gehen?	(bei 2 gewerteten Antworten)
Zusammenfassung: Leistungsvoraussetzungen (Potenzial) - Führungskräfte	(bei 2 gewerteten Antworten)
Arbeits- und Sozialverhalten - All	gemein (Fachkräfte/Spezialisten)
Die individuelle Arbeitsweise ist durch ein unterschiedliches Flexibilität gekennzelchnet.	Maß an Selbstständigkeit, Strukturiertheit, Sorgfalt und
Wie beurteilen Sie die Selbstständigkeit des Bewerbers bei der Erledigung seiner Aufgaben?	(bei 2 gewerteten Antworten)
Wie strukturiert und planvoll geht der Bewerber bei der Eriedigung seiner Aufgaben vor?	(bei 2 gewerteten Antworten)
Wie beurteilen Sie das Zeitmanagement des Bewerbers und seine Priorisierung der Arbeitsaufgaben?	(bei 2 gewerteten Antworten)
Wie schätzen Sie die Sorgfalt und Genauigkeit ein, mit der der Bewerber seine Aufgaben bearbeitet?	(bei 2 gewerteten Antworten)
Wie beurteilen Sie die Zuverlässigkeit (z.B. Einhalten von Vereinbarungen, Pünktlichkeit) des Bewerbers?	0 (bei 2 gewerteten Antworten)
Wie vertrauenswürdig ist der Bewerber, z.B. im Umgang mit diskret zu behandelnden Informationen?	(bei 2 gewerteten Antworten)
Wie schätzen Sie die Flexibilität des Bewerbers ein, d.h. in wie weit passt er sich an unterschiedliche Situationen an und reagiert situationsangemessen?	(bei 2 gewerteten Antworten)
Das Arbeitsverhalten ist neben der individuellen Arbeitsweis Personen, bspw. Vorgesetzten, Kollegen oder Kunden, gek	ie durch das soziale Verhalten gegenüber anderen
Wie beurteilen Sie das Sozialverhalten des Bewerbers gegenüber hierarchisch Vorgesetzten?	(bei 2 gewerteten Antworten)

Queference befragt ehemalige Vorgesetzte und Kollegen eines Kandidaten per Online-Verfahren – das verringert das Risiko von Fehlbesetzungen.

Unternehmenskultur sichtbar machen

p•manent

Zest / p-manent GmbH

Mörsenbroicher Weg 200 40470 Düsseldorf Tel. 0211 580 045 60 info@p-manent.de www.p-manent.de/zest

Ansprechpartner

Dirk Linn dirk.linn@p-manent.de Tel. 0211-5800-4560

Gründungsjahr: 2015

Angebot:

- Talentmanagement
- E-Recruiting-Systeme
- · Moderne Kommunikationsplattformen für HR
- Beratung und Umsetzung von Kundenprojekten - vom Bestellvorgang bis zur Systemabnahme

Standorte: Düsseldorf; Büros in Stolberg bei Aachen und Paderborn

Mitarbeiteranzahl: 15

Partizipation ist ein zentraler Faktor für die Innovationsfähigkeit. Mit der Mobile-App Zest können HRler die Mitarbeiter einbeziehen. So entsteht ein Überblick zur Wertekultur im Unternehmen. Neben einem Feedback-Tool bietet die Anwendung viele weitere Features.



Unten von links: Kim Vu, Hakim Elmahmoud, Daniela Günther, Sarah Banaszak, Phillip Masloch. Oben von links: Arno Illmann, Martin Funke, Stefan Bootmann, Dirk Linn, Tobias Vohmann, Ssahar Tahmass, Marcus Kretzschmar, Niklas Andruszkiewicz.

Wer hat's gegründet?

Zest wurde 2015 von Christophe Bergeon (Geschäftsführer), Pierre-Henri Freyssingeas (Leiter Kundenmanagement) und Guillaume Viry (Vertriebsleiter) in Frankreich gegründet. Im November 2016 folgte der erste Schritt ins Ausland: Über eine Kooperation mit P-Manent Consulting leitete das Start-up die Expansion nach Deutschland ein.

Wie war die Entwicklungszeit?

Zest wurde 2015 von Experten rund um die Themen Talent Management und digitale Transformation gegründet. Ein Jahr später zählte das Start-up zehn Mitarbeiter und rund 30 Kunden, darunter EY. Mit der Expansion nach Deutschland ist ein deutliches Wachstum geplant. Hier greift die Kooperation mit dem Team von p-manent, welches die deutsche Entwicklung unterstützt und die landestypischen Anpassungen verantwortet. Mit webbasierten Kollaborationstools war eine deutsche Version innerhalb von wenigen Wochen im Appstore verfügbar.

Mitarbeiter in Unternehmen wollen heute im Prinzip drei Dinge: Sie wollen sich in das Unternehmen einbringen und mitteilen, was sie denken und fühlen – das alles möglichst tagesaktuell. Wichtige Punkte sind Partizipation und Schnelligkeit. Der dritte Punkt ist, dass die Mitarbeiter einfache Lösungen wünschen. Die Apps von Zest treffen genau diese Lücke: Sie helfen den Unternehmen, ihre Mitarbeiter zu erreichen und sie verleihen den Mitarbeitern eine starke Stimme.

Zest bietet Apps mit folgenden Funktionalitäten an: aktuelle Stimmungslage, Feedback, Ideen, Wertemanagement, Collaboration und ein Dashboard mit aktuellem Betriebsklima im Gesamtunternehmen oder einzelnen Bereichen. Die zentrale Fragestellung, die dahintersteht, lautet: Wie können Unternehmen im digitalen Zeitalter ihre Mitarbeiter besser am Arbeitsplatz integrieren? Zest will das Leben am Arbeitsplatz verbessern, interessanter und aufregender gestalten.

Was soll noch geändert werden?

Zest wird mit Scrum-Methoden laufend weiterentwickelt. Einmal im Monat erscheint ein neues Release mit neuen oder optimierten Funktionen. Auch mehr Möglichkeiten für ein Kunden-Branding sind vorgesehen, wie auch viele Standardprozesse in den Bereichen Onboarding, Umstrukturierungen oder Exits, die direkt genutzt werden können. Im Frühjahr werden wir zudem eine einfache und effektive Methode für Mitarbeitergespräche und Beurteilungen anbieten.

Was können etablierte Unternehmen von Ihnen lernen?

Etablierte Unternehmen können sich sicherlich etwas von der Spontaneität, Schnelligkeit und der Kreativität eines Start-ups wie Zest abschauen. Aber noch wichtiger als die Faktoren, die ganz allgemein der Start-up-Kultur zugeordnet werden, sind für uns die Partizipation der Mitarbeiter, Offenheit und Transparenz sowie das Freisetzen von Energie und Motivation – Themen, die wir auch in den Mittelpunkt unserer Produkte gestellt haben.





Im Zest-Dashboard wird die Unternehmenskultur auf einen Blick sichtbar. Anhand der Kennzahlen kann die Effektivität von HR-Instrumenten in Echtzeit überprüft werden. Zudem können HRIer schnell und effektiv aktuelle Problemfelder identifizieren.

Awards und Events

HIGHLIGHTS. Ein Rückblick auf Wettbewerbe, Preise und Auszeichnungen in der HR-Start-up-Szene sowie ein Ausblick auf kommende Veranstaltungen.

Von Melanie Rößler (Red.)

s ist viel los in der Start-up-Welt. Gleichzeitig ist das Interesse der etablierten HR-Szene, von den Methoden und Arbeitsweisen der Start-ups zu lernen, so groß wie nie. Kein Wunder, dass neue Veranstaltungsformate, die auf Begegnung und Austausch zwischen etablierten Unternehmen und Start-ups abzielen, wie Pilze aus dem Boden schießen. Aber auch

in die traditionellen HR-Events werden Start-ups immer stärker integriert - sei es mit speziellen Start-up-Areas auf Messen oder in Form von Wettbewerben. Im vergangenen Jahr wurden gleich zwei Preise für HR-Innovationen ins Leben gerufen. Der HR Innovation Award (Zukunft Personal) und der HR Start-up Award (Personalmanagementkongress). Daneben gibt es auch internationale Wettbewerbe wie die Startup Competition auf dem HR Tech World Congress. Wer im vergangenen Jahr welchen Award gewonnen hat, sehen Sie links unten im Überblick.

Rechts daneben haben wir einen Ausblick auf interessante Veranstaltungen und Events zusammengestellt, die in den kommenden Wochen anstehen. Sie alle bieten die Möglichkeit, HR-Start-ups sowie ihre Methoden und Arbeitsweisen kennenzulernen. Egal ob Safari, Roadshow oder Kongress: Der Herbst 2017 wird mit Sicherheit spannend.

Review ◀

▶ Preview

Oktober

mals vergeben wurde. Talentwunder über-

disrupt!HR-Champion bei der der HR Tech World in Paris

"Next Great HR Tech Com pany" des amerikanischen



April

Leipzig (blog.hhl.de).

2017

September 2017



Oktober

HR Tech World

November 2017

HR Technology Demo Day www.hrtechtank.com

Prototyping HR DGFP//lab http://lab.dgfp.de/



19.-21. Sept. 2017 Koelnmesse

Europe's most innovative trade fair for human resource management

work: olution moving minds

Von Evolution bis Revolution: Denken Sie die Arbeitswelt neu!

Europas größter Hot-Spot mit mehr als 80 Start-ups



Highlights 2017:

Start-up Brunch | IBM Watson Workshops | Founders Fight Club | Guided Tours sponsored by SAP | Start-up Pitches | HR Innovation Award

> **Jetzt Ticket sichern unter:** www.zukunft-personal.de

> > Mit Aktionscode 30% sparen!

Code: ZP_HL_Voucher

Silver Investor



FOUNDERS

DESIGN OFFICES























