

EINE FRAGE DER KULTUR

Was ein Bewerber alles beherrscht, könnte in absehbarer Zeit weniger wichtig sein, als die Frage, ob er zum Unternehmen passt. Dabei spielen Werte und Einstellungen eine entscheidende Rolle. Der „Cultural Fit“ wird damit zum Wettbewerbsfaktor mit Blick auf neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Arbeitgeber sind gefordert, ihre eigene Kultur zu definieren und klar zu kommunizieren

TEXT: RAOUL FISCHER

Und tschüss! Schon wieder verlässt eine Mitarbeiterin das Startup im Fitness-Bereich. Dabei hatte alles gut angefangen: Ein modernes Produkt, potente Investoren und ein junges Team, das bereit war, sich ins Zeug zu legen. Aber jetzt geht einer nach dem anderen: Burn-out und Überlastung, Querelen mit dem Chef, Unsicherheit, was die Zukunft bringt. Mit der Unternehmenskultur steht es nicht zum Besten, könnte man meinen. Und das ist kein Einzelfall. Es mehren sich kritische Stimmen, die beklagen, dass in jungen Unternehmen – und nicht nur in Startups – oft zu wenig Wert auf Unternehmenskultur gelegt würde.

Ist das so? Eine gemeinsame Umfrage von Webgears, einem Betreiber von Shopping-Portalen, und dem Online-Magazin Starting-up.de hat ergeben, dass knapp 85 Prozent der Mitarbeiter von Startups mit der Kultur im eigenen Unternehmen zufrieden sind. Das bezeich-

passen. Damit wird das Thema Unternehmenskultur zu einem wichtigen Kriterium in der Bewerber-Auswahl. Joachim Diercks, Geschäftsführer des Recruiting-Dienstleisters Cyquest in Hamburg, stellt einen Paradigmenwechsel bei der Personalauswahl fest von der „Eignung“ hin zur „Passung“. „Was man können muss, ist wegen der grundlegenden Veränderungen vieler Jobs gar nicht mehr so einfach zu beantworten. Wichtig ist, was man vom Potenzial her können ‚kann‘ und ob man dabei kulturell zusammenpasst. Das heißt vor allem, ob Kandidaten die Werte des Unternehmens teilen, sich ohne Schmerz in Rituale und Verhaltensweisen einfügen können“, erklärt Diercks.

ES GIBT KEINE PER SE „GUTE“ ODER

