



Quelle: conject AG

Der ungewöhnliche Conject-Stand vor der TU Dresden.

Personalmarketing der besonderen Art

Das Münchener Softwareunternehmen Conject AG geht ungewöhnliche Wege, um sich als potenzieller Arbeitgeber bei Hochschulabsolventen ins Gespräch zu bringen. Es sucht den direkten Kontakt zu den Studierenden und lässt sich auch nicht von ausgebuchten Recruiting-Messen abhalten.

Viele Wege führen nach Rom. Und mindestens ebenso viele bieten die Chance, durch erfolgreiches Personalmarketing profiliertes Personal für das eigene Unternehmen anzuheuern. Während auf der einen Seite die traditionellen Anzeigen in der Tages- und Wirtschaftspresse noch immer das Medium schlechthin darstellen, wächst auf der anderen Seite das E-Recruiting. Zusätzlich boomen die etablierten Recruiting-Messen, auf denen sich Unternehmen, Studierende, Absolventen und Young Professionals treffen. Alternativ jedoch setzen gerade mittelständische Unternehmen auf ausgefallene und erfolgversprechende Aktionen, wie das Münchener Software-Unternehmen Conject gerade an der Technischen Universität in Dresden demonstriert hat.

Hochschule als Kontaktbörse

Die Hochschule ist bevorzugte Kontaktbörse für Unternehmen, die auf der Suche nach gutem Nachwuchs sind. Basierend auf dieser Einsicht fand vom 26. bis 27. Mai 2008 die

„Bonding Dresden Recruiting-Messe“ an der Technischen Universität im Rahmen einer stadtübergreifenden Veranstaltungsreihe statt (www.bonding.de). Dieses Forum mit außergewöhnlichem Ambiente von und für Insider des Personalmarketing und der -beschaffung nutzte auch die Conject AG auf ungewöhnliche Art, um ihren dringenden Bedarf an engagierten Mitarbeitern, wenn nicht zu decken, so doch in Ansätzen zu erfüllen: Sie lud den sächsischen Sozialminister a.D. und jetzigen Conject-Unternehmensbeirat Dr. Hans Geisler an die eigens organisierte Saftbar vor der TU Dresden ein, um sich durch ihn in ihrem Bestreben nach neuem Personal unterstützen zu lassen (siehe Foto oben). „Ich möchte gerne jungen engagierten Menschen helfen, eine qualifizierte Stelle mit großem Potenzial zu finden“, so Geisler, in dessen Zuständigkeit früher auch das Ressort „Jugend“ fiel. „Gesucht werden beispielsweise Bauingenieure, die einen Einstieg in die IT-Beratung anstreben.“ Gefragt danach, wie es zu dieser Idee kam, antwortet Peer Wiesner, verantwortlich für das Personalmarketing bei



Quelle: conject AG

Der Beratungs-LKW von Conject vor der TU München.

Conject: „Wir haben einen großen Bedarf an Bauingenieuren, Architekten und anderen Absolventen und sahen in der dortigen Recruiting-Messe die geeignete Plattform. Zu unserem Bedauern war der Kongress jedoch ausgebucht und die Veranstalter konnten uns keine Alternativen anbieten. So war unsere eigene Kreativität gefragt.“

Etlliche Studenten besuchten den Conject-Informationsstand und zeigten – demonstriert durch lebhafte Diskussionen – ernsthaftes Interesse am Unternehmen und den ausgeschriebenen Stellen. „Wir haben von dieser Aktion in vielerlei Hinsicht profitiert“, freut sich Wiesner über die positiven Erfahrungen. „Zum einen ist unsere Bekanntheit an den Hochschulen gestiegen, zum anderen resultierten aus unserem Engagement etliche Presseartikel, wie etwa in der Süddeutschen

Zeitung. Aber auch die Bewerbungen, die über unser Unternehmens-Portal eingehen, haben seitdem stark zugenommen.“

Entscheidend ist im Nachhinein jedoch, dass der Einsatz des Unternehmens in Dresden bereits jetzt zwölf Bewerbungen für Festanstellungen sowie etliche Anfragen nach Praktikumsplätzen zur Folge hatte. Auch der relativ hohen Arbeitslosenquote in Sachsen von derzeit 13,6 Prozent sollte diese individuelle Aktion entgegenwirken, zumal Conject gerade damit beschäftigt ist, in Dresden eine weitere Niederlassung aufzubauen.

Not macht erfinderisch

Die Personalbeschaffung wird in Zukunft viele Unternehmen in Deutschland vor besondere Herausforderungen stellen. Schon heute klagen viele Branchen über

einen Mangel an qualifizierten Fach- und Führungskräften. Dieser Trend wird sich nach Aussagen vieler Forschungs-Institute – wie etwa dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in Nürnberg – weiter verstärken. Die Qualität und Quantität des Personals wird so zum kritischen Wettbewerbsfaktor in zahlreichen Unternehmen. Damit kommt den Personalabteilungen, und hier besonders dem Bereich Recruiting, eine strategische Bedeutung zu.

Um die Recruiting-Prozesse im eigenen Haus zu optimieren, hatte Conject bereits Anfang 2008 im Rahmen des Hochschulmarketings vor der Technischen Universität München mit einer mobilen Aktion mit Erfolg auf sich aufmerksam gemacht. Weil die dortige Recruiting-Messe (IKOM Bau, 23. Januar 2008) ausgebucht war, orderte das Unternehmen kurzerhand einen LKW und lud bei entsprechender Verköstigung auf die Laderampe (siehe Foto oben). Die Studenten, meist auf dem Weg zum Hörsaal, staunten nicht schlecht, zwei Architektur-Studentinnen machten Komplimente: „Das habt Ihr aber richtig schön gemacht!“ Auch diese Aktion, ähnlich wie vorangegangene, zog mehr als ein Dutzend Bewerbungen nach sich.

Nach einer Studie von BBDO Consulting (www.bbdo-consulting.com) sehen vor allem Mittelständler im Mangel an Fach- und Führungskräften ein Wachstumshindernis. Zwei Drittel der Befragten befürchten danach, dass sie künftig Probleme haben werden, qualifiziertes Personal zu finden. Das Engagement in Sachen Personalwerbung ist daher neben der Investition ins Hochschulmarketing insbesondere in puncto ausgefallene Werbeaktionen bei den dynamischen Münchenern ungeboren. So haben sie soeben auf YouTube ein neues, ungewöhnliches Firmenporträt erstellt: www.conject.com/karriere, auf dem auch ein Webmovie über Conject als Arbeitgeber präsentiert wird.

Andrea Stercken, freie Journalistin, Pensberg

Conject AG

Info

Conject betreibt Europas On Demand-Plattform für die Bau- und Immobilienbranche. Alle Beteiligten eines Immobilienprojektes werden hier unternehmens- und branchenübergreifend vernetzt, sämtliche Kernprozesse im Immobilien Lebenszyklus Management (ILM) internetbasiert unterstützt. Von der Entwicklung über die Planung und den Bau bis hin zum Betrieb und der gewerblichen Nutzung. Über 60 000 Anwender und mehr als 3000 Unternehmen weltweit, darunter zwei Drittel der DAX-Unternehmen, setzen auf die Software von Conject.

Aber nicht nur große Unternehmen wie DaimlerChrysler, DATEV, IKEA, MAN, Media-Saturn oder Schering nutzen Conject. Auch zahlreiche Länder, Stadtwerke, Städte und Gemeinden sowie zahlreiche Krankenhäuser, Universitäten und Medienunternehmen. Gegründet 2000 mit Hauptsitz in München und einer Dependence im Ruhrgebiet (Duisburger Innenhafen), beschäftigt Conject mittlerweile rund 100 Mitarbeiter in Standorten weltweit, darunter Dubai, Den Haag, St. Petersburg. Weitere Informationen unter www.conject.com.