

Beste Recruiter Österreichs gekürt

In der aktuellen Erhebung zeigt Best Recruiters, dass die Qualität des Recruitings über die Jahre konstant gestiegen ist. Aber: Gerade Social Media und der persönliche Kontakt werden von den Unternehmen oft vernachlässigt.

Obwohl die Anzahl der Social-Media-Accounts tendenziell steigt, nützen nur die Hälfte der Unternehmen ihren Facebook-Account für karriererelevante Postings: in erster Linie für Stellenanzeigen, aber kaum zum aktiven Austausch mit potenziellen Bewerbern. Außerdem werden nur 14 Prozent der Direktanfragen binnen dreier Tage beantwortet. Im gleichen Zeitraum wurde auf 40 Prozent der Mails reagiert. Zum zweiten Mal in Folge konnte sich Herold an die Spitze setzen, vor Eures und der Erber Group.

Beste Employer Brands im D-A-CH-Raum gekürt

Auf der Talent Attract 19, einer Konferenz für HR-Marketing, Recruiting und Employer Branding des Employer-Brand-Managers-Clubs, kamen HR-, Marketing- und Kommunikationsleute aus dem D-A-CH-Raum zusammen, und es wurden die besten Arbeitgeber der deutschsprachigen Länder mit den Employer Branding Awards ausgezeichnet. Unter den Preisträgern sind Accenture, Antwerpes, eMagnetix, KTM, Magenta, Stadt Salzburg, AUA, Daimler, McDonald's Dtl., ÖBB Holding, ProSiebenSat1, PwC, Siemens, Stadt Wien und WTS.

„Kopfwissen digitalisieren - zu 100 Prozent“

Industrie 4.0. Unternehmen haben nach wie vor mit einigen Hürden auf dem Weg zur Digitalisierung zu kämpfen. Mut und Ausdauer seien gefragt, sagt Johann Hofmann.

Von der Digitalisierung ist ja nun wirklich schon lang die Rede, und sie ist ein alter Hut. Der Blick in die Praxis zeigt aber weiter: Es ist noch viel zu tun.

Das habe mehrere Gründe, sagt Johann Hofmann. Der Founder & Venture Architect of Value-Factoring bei der Maschinenfabrik Reinhausen (2013 erster Preisträger des „Industrie 4.0 Award“), war kürzlich auf Einladung von ITS Förderberatung und LLP in Wien zu Gast.

Einer der Gründe: „Digitalisierung findet immer auf einem ‚brown field‘ statt“, sagt Hofmann. Green fields, also die grüne Wiese, gebe es immer nur in der Theorie: „Es gibt immer einen historischen Maschinenpool, jede Maschine spricht eine andere Sprache, und es ist mitunter eine gewaltige Aufgabe, Konnektivität zu schaffen.“

Dazu komme das Thema „Stammdaten“: Hierzu zählt Hofmann einerseits die technischen und kaufmännischen Daten der einzelnen Produkte, aber auch die Werkzeugdaten, um die Maschinen richtig einzustellen. „Solange man Papier herumträgt, muss man viel auswendig wissen.“ Digitalisierung bedeute, Kopfwissen zu digitalisieren - und zwar zu 100 Prozent. Hofmann bringt ein Beispiel: Ein Navigationsgerät, das nur über 98 Prozent der Daten verfügt, beispielsweise in einem Neubaugebiet, kann keine Route errechnen, und man muss selbst navigieren.

„Vom Ablauf her wird der Prozess erst papierlos.“ Das sei die Digitalisierung, sagt er. „Danach



Johann Hofmann, Experte für Industrie 4.0, bei seinem Vortrag in Wien.

[ITS/Doris Schwarz-König]

verändert sich der Prozess, weil nun Dinge möglich werden, die vorher nicht funktionierten.“ Das sei die digitale Transformation.

Angst verlangt nach Antworten

Eine andere Hürde, warum die Digitalisierung gerade in produzierenden Industrien noch lang nicht erledigt sei, ist die Sorge, dass Mitarbeiter nicht „mitgenommen“ werden können. „Mitarbeiter wollen Digitalisierung oft nicht, wollen nicht mitgehen.“ Und würden eher auf dem in der Vergangenheit Bewährten beharren. „Sie haben Digitalisierungsangst“, sagt Hofmann. Sie verlangt nach Weiterbildung in digitaler Kompetenz. Darunter versteht er Kenntnisse über die digitalen Wirkungsmechanis-

men und die Fähigkeit und den Willen, diese sinnvoll einzusetzen. Zudem gliedert er sie in digitale Einzel- und Gruppenkompetenz. Unter die Einzelkompetenz fallen das Verstehen und Bewerten. Sie sind am ehesten über Learning by Doing zu erlangen.

Als Gruppenkompetenz bezeichnet Hofmann die Fähigkeit, eingespielte Methoden zu respektieren, sie zu reflektieren und auch zu verändern. Sie zu erlangen, sei alles andere als einfach.

Und noch etwas: Digitalisierung sei ein Prozess, der Mut und Ausdauer verlange: „Gerade in der Industrie liegen keine Kürbisse herum, sondern Hunderte, vielleicht sogar Tausende Erbsen.“ Hofmann meint damit, Digitalisierung sei

nicht ein einziger Schritt, sondern bestehe aus viele Kleinigkeiten. Werden viele von ihnen realisiert, werde der Effekt des Digitalisierungsaufwands erst sichtbar.

Was tun mit „Zeitgeschenken“?

Hofmann sprach in Wien auch über Entschleunigung, die die Digitalisierung mit sich bringen könne. Im Business-Kontext werden diese „Zeitgeschenke“ eingesetzt, um die Produktivität zu erhöhen und die Arbeit zu beschleunigen. Im Privaten hingegen schaffe die Digitalisierung effektiv Zeit: Der Staubsaugerroboter erledigt die Arbeit, die Zeit, in der man früher mit dem Staubsauger unterwegs war, lässt sich anderwärtig wesentlich angenehmer nutzen. (mhk)