

Presseinformation

München, 14. Dezember 2011

Wir sind Chef: An Start-ups schätzen Bewerber Teamgeist und Eigenverantwortung

Im Wettbewerb um junge Talente haben es kleinere Unternehmen und Start-ups schwer: Mit internationalen Konzernen können sie in Sachen Prestige und Zahlungskraft kaum mithalten. Damit sich gut ausgebildete Nachwuchskräfte für sie entscheiden, müssen sie in ihrer Selbstdarstellung auf andere Stärken setzen. Teamgeist und eigenverantwortliches Handeln sind für mögliche Bewerber bei Start-ups am wichtigsten. Das hat eine Umfrage von Wirtschaftswissenschaftlern der Technischen Universität München (TUM) ergeben.

Gutes Personal zu rekrutieren ist für Unternehmen der Schlüssel zum Erfolg. Für kleine Firmen und Start-ups ein schwieriges Unterfangen: Denn im Wettbewerb um die besten Köpfe konkurrieren sie mit eingesessenen Familienunternehmen oder internationalen Konzernen. Deren Bekanntheit übersteigt die kleinerer Start-ups. Zudem können sie potenziellen Bewerbern neben Reputation und Prestige oftmals handfeste Vorteile bieten: Eine überdurchschnittliche Bezahlung, unbefristete Verträge sowie umfassende Entwicklungsmöglichkeiten gehören dazu. Solche Anreize können sich Unternehmen in ihrer Anlaufphase selten leisten.

Womit können Start-ups trotzdem junge Bewerber überzeugen? Wirtschaftswissenschaftler der TU München haben 160 Studierenden und Absolventen der Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften verschiedene Merkmalkombinationen von Start-ups und kleinen Unternehmen zur Bewertung vorgelegt. Das Ergebnis: Sollen sich die potenziellen Bewerber zwischen Unternehmensprofilen von Start-ups entscheiden, ist ihnen ein hohes Maß an Teamgeist und Gemeinschaftsgefühl am wichtigsten (wichtigstes Merkmal für 36% der Befragten). Auf Platz zwei liegt der hohe Grad an Eigenverantwortung und Selbstständigkeit der Mitarbeiter in kleinen Unternehmen (am wichtigsten für 21% der Befragten). Danach folgen flexible Arbeitszeiten (17%) und die Möglichkeit, schnell Führungsaufgaben zu übernehmen (11%). Als weniger wichtige Merkmale erachteten die Befragten die Aufgabenvielfalt und den Aufbau von Wissen für eine eigene Unternehmensgründung (je 6%) sowie die Chance auf Unternehmensanteile (4%).

„Das Gefühl, selbst etwas bewegen und mitentscheiden zu können, ist für qualifizierte und motivierte Hochschulabsolventen sehr wichtig. Mit diesen Stärken können gerade kleinere Unternehmen bei jungen Bewerbern punkten“, erklärt Prof. Isabell Welpé, Inhaberin des Lehrstuhls für Strategie und Organisation in der Betriebswirtschaftslehre. Das Wissen um ihre Alleinstellungsmerkmale könnten potenzielle Arbeitgeber in der Anlaufphase für ihr „Entrepreneurial employer branding“ nutzen, um Bewerber auf sich aufmerksam zu machen, beispielsweise in Online-Videos, Blogs oder sozialen Netzwerken. „Mit den Möglichkeiten der elektronischen Kommunikation und von Social Media wird es auch mit wenigen Ressourcen einfacher, eine hohe Reichweite und Bekanntheit zu erreichen“, sagt Prof. Welpé.

Originalpublikation: Tumasjan, A., Strobel, M., & Welpé, I. (2011). Employer brand building for start-ups: Which job attributes do employees value most? *Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB)*, 81, 111-136.

Link zur frei verfügbaren SSRN-Version:

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1738955

Kontakt:

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre –
Strategie und Organisation
Univ.-Prof. Dr. Isabell M. Welpé
TUM School of Management
Technische Universität München
Leopoldstraße 139
D-80804 München (Germany)

Tel: +49-(0)89-289-24823

Fax: +49-(0)89-289-24805

Dipl.-Psych. Andranik Tumasjan andranik.tumasjan@wi.tum.de

Dipl.-Psych. Maria Strobel maria.strobel@wi.tum.de

Prof. Dr. Isabell M. Welpé welpe@tum.de

Die **Technische Universität München (TUM)** ist mit rund 460 Professorinnen und Professoren, 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und 31.500 Studierenden eine der führenden technischen Universitäten Europas. Ihre Schwerpunktfelder sind die Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften, Lebenswissenschaften, Medizin und Wirtschaftswissenschaften. Nach zahlreichen Auszeichnungen wurde sie 2006 vom Wissenschaftsrat und der Deutschen Forschungsgemeinschaft zur Exzellenzuniversität gewählt. Das weltweite Netzwerk der TUM umfasst auch

Technische Universität München Corporate Communications Center 80290 München www.tum.de

Dr. Ulrich Marsch Sprecher des Präsidenten +49.89.289.22778 marsch@zv.tum.de
Undine Ziller PR-Referentin +49.8161.71.5403 ziller@zv.tum.de

The Entrepreneurial University.



Technische Universität München

eine Dependence mit einem Forschungscampus in Singapur. Die TUM ist dem Leitbild einer unternehmerischen Universität verpflichtet.

Technische Universität München

Corporate Communications Center

80290 München

www.tum.de

Dr. Ulrich Marsch
Undine Ziller

Sprecher des Präsidenten
PR-Referentin

+49.89.289.22778
+49.8161.71.5403

marsch@zv.tum.de
ziller@zv.tum.de