

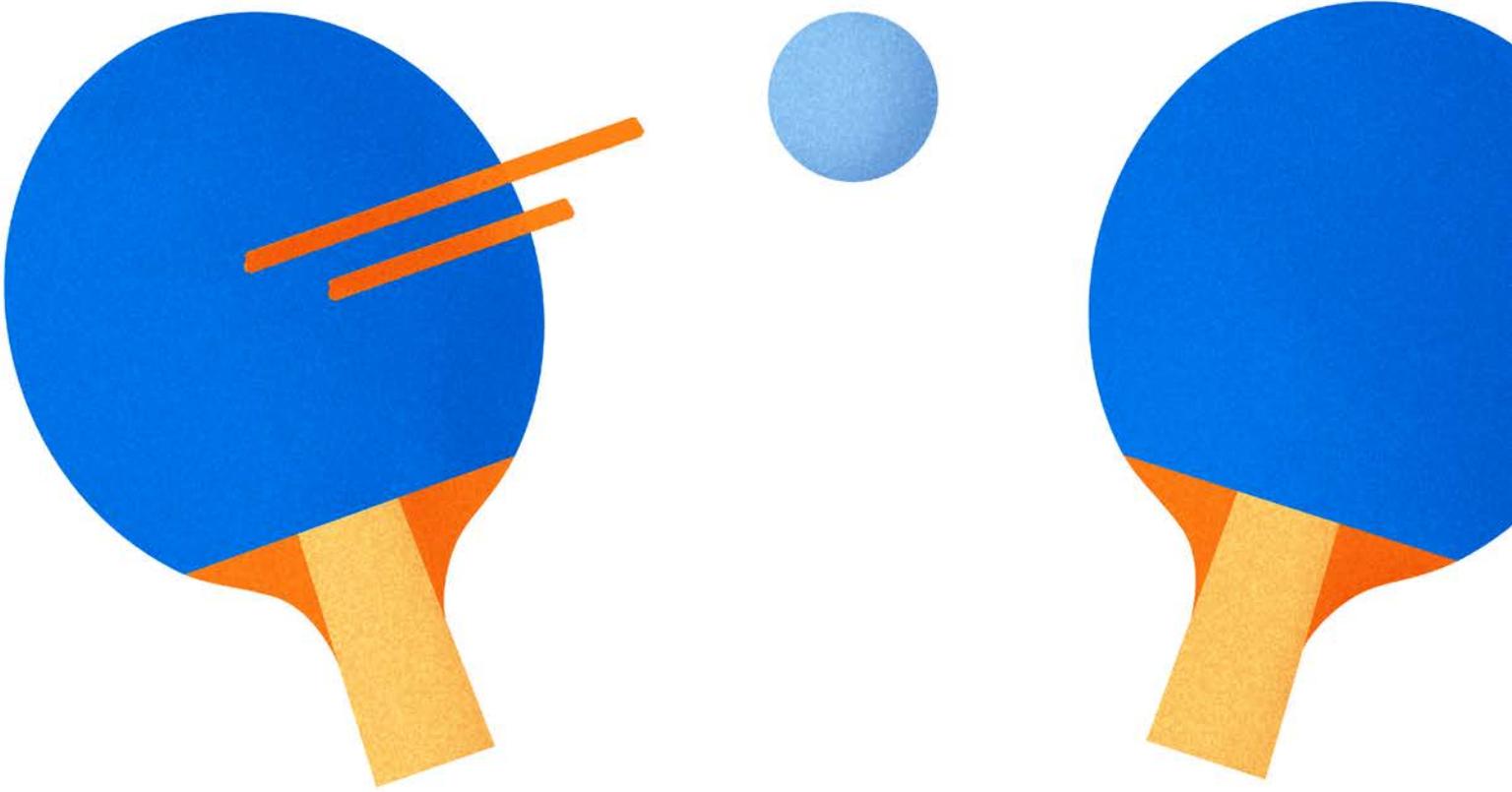
Schwerpunkt

Start-ups

Illustration Anne Albert

The illustration features a large, stylized orange hand with a blue line graph drawn on its palm. The graph shows a fluctuating line with several peaks and valleys. To the right of the hand, a blue pencil with orange and yellow stripes is shown, with a blue line extending from its tip towards the graph. The background is white with orange vertical bars on the left and right sides.

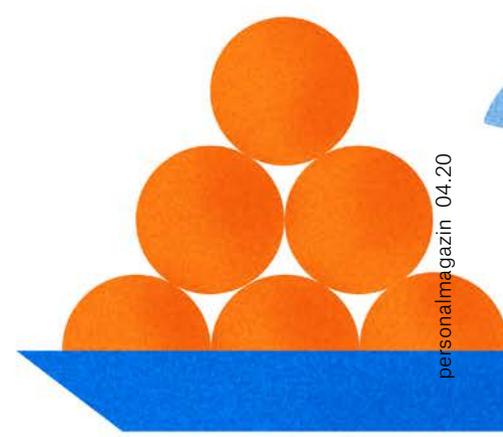
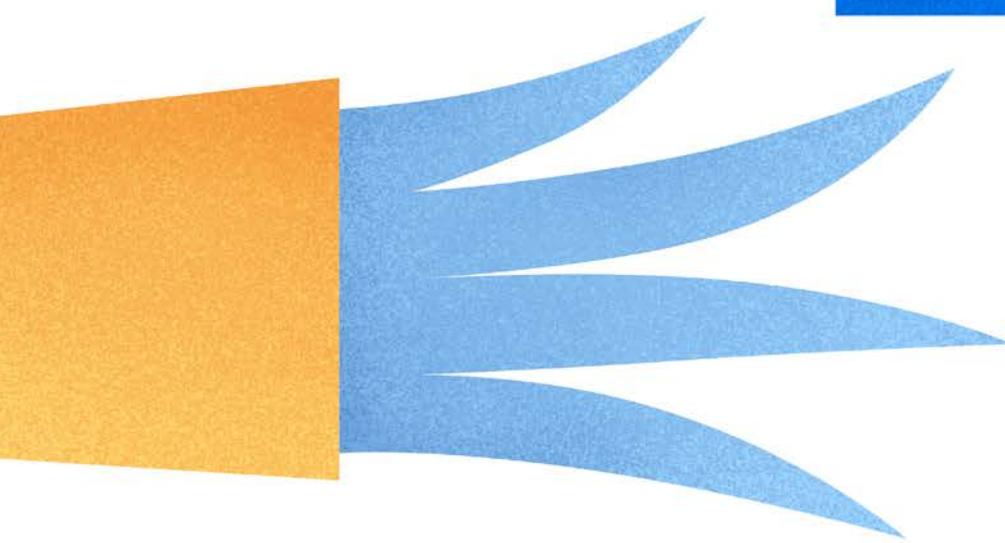
Neue Perspektiven, neue Produkte, neue Impulse. Der Gründergeist der Start-up-Szene bringt vielfältige Entwicklungen für die Personalarbeit hervor. Aber welche Start-ups gibt es überhaupt? Und unter welchen Voraussetzungen kann die Zusammenarbeit mit den jungen Unternehmen gelingen?





Alles auf

Neustart





Immer mehr Start-ups entstehen, Unternehmen erhoffen sich von ihnen neue Produkte. Wie gelingt die Zusammenarbeit zwischen Start-up und Corporate? Welche Erwartungen zur Kooperation bestehen? Eine Studie der Wiesbaden Business School, der Beratungsgesellschaft HKP und des Personalmagazins bringt Licht ins Dunkel.

● Zwischen 2015 und 2019 hat sich die Zahl der HR-Start-ups mehr als verdreifacht – auf insgesamt 219, so stellte es bereits Simon Werther im Personalmagazin Ausgabe 05/2019 dar. In der neuen Studie „HR-Start-ups auf dem Prüfstand“ konnten wir noch einmal mehr HR-Start-ups in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) identifizieren: Ende 2019 offerierten insgesamt 265 junge Unternehmen Produkte und Dienstleistungen im Bereich Personalmanagement.

Es gibt also zwangsläufig sehr viele geschäftliche Kooperationsbeziehungen zwischen HR-Start-ups und etablierten Unternehmen. Und das nicht nur trotz, sondern auch wegen der immer wieder festgestellten Unterschiede zwischen diesen beiden Organisationsformen. Dabei ist scheinbar klar, was sich die Partner von so einer Kooperation erwarten: neue Produkte und Technologien einerseits, neue Kunden und Umsätze andererseits. Aber wie sieht es mit anderen Erwartungen aus? Wollen Corporates zum Beispiel auch, dass die Kultur und die Arbeitsweisen von HR-Start-ups abfärben? Und was passiert, wenn die gegenseitigen Erwartungen nicht übereinstimmen? Diese Aspekte wurden in

bisherigen Untersuchungen kaum beachtet, sind aber wichtig, wie sich durch die Studie zeigt. Deshalb standen zwei Fragen im Mittelpunkt der gemeinsamen Studie der Wiesbaden Business School, der HKP Group und des Personalmagazins. Erstens: Wie sieht die HR-Start-up-Landschaft aus? Zweitens: Welche Herausforderungen und Lösungen gibt es bei der Zusammenarbeit von HR-Start-ups mit etablierten Unternehmen?

Studienaufbau

Dafür wurden im Rahmen eines studentischen Forschungsprojekts zwischen Oktober und Dezember 2019 zwei empirische Erhebungen durchgeführt: Zunächst wurden zehn Vertreter der Corporate- und HR-Start-up-Seite interviewt, um Erfolgsfaktoren zu identifizieren, die spezifisch für die Kooperation mit Start-ups aus dem HR-Bereich sind. Anschließend wurde ein Online-Fragebogen an beide Seiten verschickt. Auf Basis der Antworten (123 HR-Start-ups und 49 Corporates, wobei nicht immer alle Fragen beantwortet wurden, weshalb die Anzahl der

Unterschiede zwischen Corporates und HR-Start-ups

	Corporates	Start-ups
Alter und zeitliche Perspektive	Langes Bestehen: Prägung durch Erfolge der Vergangenheit	Kurzes Bestehen: Fokus auf Gegenwart und Zukunft
Größe und Systemtypus	Groß bis sehr groß: Organisation, funktional stark ausdifferenzierte Strukturen	Klein: Eher teambasiert, wenig ausdifferenziert
Unternehmensziele und -strategie	Planungsorientiert: Profitabilitäts-, Kosten- und Effizienzziele	Überlebensorientiert: Wachstums- und Liquiditätsziele
Zugang zu Absatz- und Beschaffungsmärkten	Etablierter Kundenstamm, geprüfte Lieferanten, oft bekannte Arbeitgeber- marke	Wenige Kunden, kaum Lieferanten, meist keine Bekanntheit unter (potenziellen) Arbeitnehmern
Ressourcenbasis	Meist breite finanzielle, personelle und informationelle Ressourcen	Meist knappe finanzielle und personelle Ressourcen
Organisationsstrukturen und -prozesse	Hoch strukturiert: Formale Regeln, Standards, stabil	Lose strukturiert: Kaum formelle Regelungen und Standards, dynamische Anpassungen
Kultur und Zusammenarbeit	Formell: Über viele Jahre etablierte Muster und Spielregeln	Informell: Netzwerk-/ Gemeinschaft, geprägt durch Gründer oder Gründerinnen
Innovationstypus	Inkrementell („Schuster bleib bei deinen Leisten“)	Alle Innovationstypen: radikal, inkrementell, modular oder architektonisch
Daten-Management	Fokus auf Datenschutz und Compliance- Richtlinien, restriktiver Umgang	Fokus auf Produktoptimierung, extensiver Umgang

Quelle: eigene Erstellung in Anlehnung an Wrobel, Schildhauer & Preiß 2017; Hilsa & Susemihl 2018

Antworten zwischen den Fragen variiert) analysierte das Team sowohl den Status quo der HR-Start-up-Szene als auch die jeweiligen Erwartungen und Erfahrungen im Zusammenhang mit der Kooperation zwischen Corporates und HR-Start-ups. Zudem überprüfte das Team die Zuordnung der HR-Start-ups zu den HR-Teilfunktionen („Solution Focus“) und ordnete hier auch jene Start-ups zu, die nicht an der Umfrage teilgenommen hatten.

HR-Start-ups und Corporates

Gemäß der Definition der Europäischen Union werden unter etablierten Unternehmen, auch Corporates genannt, Organisationen mit mehr als 250 Mitarbeitenden oder einem Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro verstanden. In Einzelfällen kann davon abgewichen werden, wenn die Firmen auf eine Historie von mehr als zehn Jahren zurückblicken können und mehrere Dutzend Mitarbeiter beschäftigen.

Noch etwas mehr Spielraum gewährt die definitorische Abgrenzung von Start-ups. In Anlehnung an den Bundesverband Deutsche Startups definiert die Studie HR-Start-ups als Unternehmen, die

- innovative, technologiebasierte Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle für eine oder mehrere HR-Teilfunktionen anbieten,
- hohe Wachstumsraten realisieren oder zumindest ein hohes Wachstum anstreben,
- meist als Kapitalgesellschaften gegründet werden und entweder durch Wagniskapital oder Beteiligung der Unternehmensgründer finanziert werden und
- nicht älter als zehn Jahre sind.

In der Praxis sind solche formalen Unterscheidungskriterien weniger relevant als die organisationssoziologischen beziehungsweise -psychologischen: Corporates und Start-ups „ticken“ unterschiedlich. In der wissenschaftlichen Literatur

wird immer wieder auf solche Unterschiede im Allgemeinen hingewiesen; auf Basis der Experteninterviews konnten wir diese um die Spezifika des HR-Umfelds erweitern, wie die Gegenüberstellung in der Tabelle auf Seite 24 zeigt.

Beim Blick auf diese Liste wird klar: Im Bestfall sind die Unterschiede komplementär, das heißt, Corporates und HR-Start-ups ergänzen einander. Beispielsweise verfügen Corporates über einen guten Marktzugang und haben viele Stammkunden, sind aber oft zu träge, um innovative Lösungen schnell anzubieten – genau das ist die Stärke der Start-ups, die wiederum aber keine breite Kundenbasis haben. Wenn allerdings Corporates Monate brauchen, um ein Start-up als einen neuen Zulieferer zu qualifizieren, bringt das manche Start-ups in eine prekäre Situation, weil sich der erhoffte Erlös verzögert. Im schlechtesten Fall verlieren alle Beteiligten nicht nur Zeit und Nerven, sondern für den schwächeren Partner ist die Kooperation existenzbedrohend. In welche Richtung sich eine solch asymmetrische Beziehung entwickelt, hängt – wie bei jeder Partnerschaft – immer auch von den gegenseitigen Erwartungen ab. Aber erst muss man einen Partner finden. Dafür bietet die Start-up-Landschaft reichlich Möglichkeiten.

HR-Start-ups: Wer ist in welchen Bereichen unterwegs?

Grundsätzlich bieten HR-Start-ups für alle Personalbereiche technologiebasierte Lösungen an, vom Recruiting und der (strategischen) Personalplanung über die Personalverwaltung und -entwicklung bis hin zum Performance Management und der Gesundheitsvorsorge. Allerdings zeigt sich – für Kenner der Szene wenig überraschend –, dass die meisten HR-Start-ups im Recruiting-Umfeld zu finden sind, wie die Verteilung entlang des Solution Focus auf Seite 27 zeigt. Im Folgenden werden nur ausgewählte Teilfunktionen vorgestellt.

Recruiting

Allein ein Fünftel der Start-ups bietet Online-Plattformen für die Personalbeschaffung. Weitere 13 Prozent bieten Recruiting-Dienstleistungen an, die keine Plattform im eigentlichen Sinne sind. Sie bringen also nicht bloß Nachfrager und Anbieter zusammen, sondern ermöglichen beispielsweise die automatisierte Schaltung von Stellenanzeigen in unterschiedlichen Kanälen (zum Beispiel die Start-ups „Personalcom“ oder „Study Script“), Active Sourcing (zum Beispiel „Catch Talents“ und „Talentwunder“) oder den Einsatz von Chatbot-Technologien (zum Beispiel „Jobpal“ und „VCV“).

Learning & Development

Der zweitgrößte Bereich ist Learning & Development (mit etwa 16 Prozent), in dem schon seit Jahrzehnten mit digitalen Technologien experimentiert wird. Neben der klassischen Digitalisierung von Lerninhalten und der Administration (zum Beispiel die Start-ups „Evala“ und „Spot-Academy“) gibt es erste Chatbot-basierte Angebote (zum Beispiel „AI Coaching“ oder „Evoach Bots“) und Trainings in der virtuellen Welt (zum Beispiel „Virtual Reality“). Mit dabei ist auch „Precire“, ein Start-up, das von sprachbasiertem Recruiting umgestellt hat und nun Führungskräfte hinsichtlich ihrer Kommunikationsstile weiterentwickelt.



ANZEIGE



„Vernetzung entsteht beim Mittagessen. Unsere digitale Lunch-Lotterie erleichtert Mitarbeitenden den Austausch über Abteilungsgrenzen und Hierarchien hinweg und fördert das persönliche Miteinander.“

Florian Gansemer (links) und Damien Antipa (rechts), Gründerteam Lunchzeit

Start-ups und Corporates haben unterschiedliche Erwartungen an die Zusammenarbeit – das birgt Konfliktpotenzial.



Feedback, Recognition & Performance Management

Eine Reihe von HR-Start-ups (etwa sieben Prozent) bietet Applikationen an, über die entweder Mitarbeiter-Feedback eingeholt werden kann oder über die sich Mitarbeitende gegenseitig Rückmeldungen geben beziehungsweise Lob aussprechen können (zum Beispiel „Kununu Engage“, „HR Instruments“ und „Tap My Back“). Aufbauend auf den Analysen offerieren manche Anbieter auch noch weitergehende Dienstleistungen, beispielsweise hinsichtlich Performance Management oder Führungskräfteentwicklung (zum Beispiel „Peakon“ und „Resourceful Humans“).

People & Workplace Analytics

Der Schritt vom Datensammeln über Feedback- und Umfrage-Apps hin zur Auswertung ist nicht weit. Schließlich sollen aus den Rückmeldungen der Mitarbeitenden ja auch handlungsorientierte Schlussfolgerungen gezogen werden. Anbieter aus diesem Bereich (zum Beispiel „Function HR“ oder „Predict 42“) analysieren Daten, etwa um herauszufinden, was die Treiber der Arbeitszufriedenheit sind, was Führungskräfte besser machen können oder wie man Schlüsselpersonen mit hoher Abwanderungswahrscheinlichkeit doch noch davon überzeugt, zu bleiben. Neben diesen eher klassischen Fragen ermöglichen HR-Start-ups auch datenbasierte Einblicke in aktuelle und zukünftige Tätigkeiten, Kosten und Kompetenzen von HR – oder gleich der gesamten Belegschaft (zum Beispiel „Content“ und „HR Forecast“).

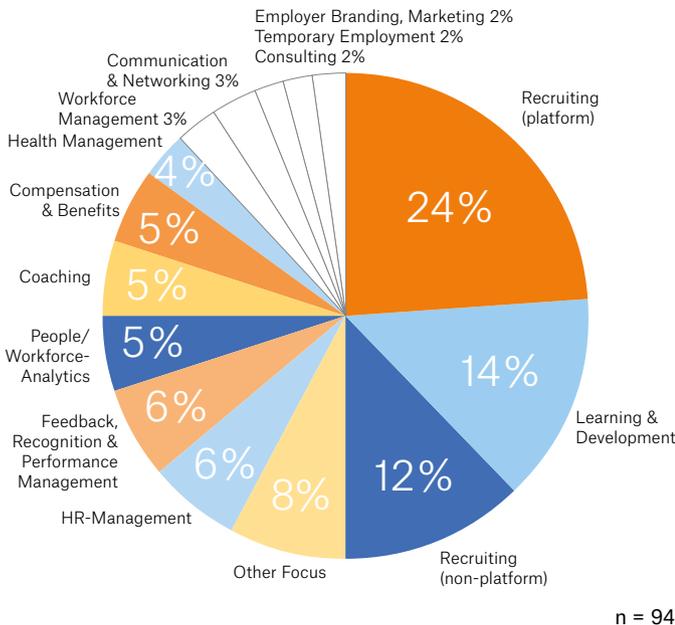
Es gibt also eine reichhaltige Palette an HR-Start-ups, deren Angebote unterschiedlich innovativ sind. Manche verbessern bestehende Prozesse, indem sie sie digitalisieren. Andere nehmen eine bestimmte HR-Dienstleistung und denken diese ganz neu. Wieder andere verändern mit ihrer Lösung die bestehenden Arbeitsprozesse der HR Professionals in den etablierten Unternehmen. Neben der Frage, welches Problem man mit welchem Produkt lösen will und kann, müssen noch einige weitere Aspekte beachtet werden, wenn die Kooperation zwischen Corporates und HR-Start-ups von Erfolg gekrönt sein soll.

Gegenseitige Erwartungen: Denn sie wissen nicht, was sie wollen

Damit sich eine stabile Beziehung etabliert, müssen die Beteiligten Erwartungserwartungen ausbilden – nach dem Systemtheoretiker Niklas Luhmann sind das Erwartungen, die sich auf die Erwartungen des Gegenübers beziehen: Welches Verhalten erwarte ich von meinem Gegenüber und welches zeige ich, weil ich seine Erwartungen antizipiere? Anders formuliert: Was glaube ich, dass mein Gegenüber will, und verhalte ich mich entsprechend? Zumindest aber sollten die Beteiligten wissen, welche Erwartungen vom jeweils anderen Partner zu erwarten sind. In den Worten eines HR-Start-up-Gründers ausgedrückt: Zentral ist, dass „jeder wissen muss, was er will, wann er etwas will und was er nicht versteht“. Aber genau hier besteht Verbesserungspotenzial, wie die Studie offenlegt. Die größten Missverständnisse gibt es entlang der folgenden Erwartungserwartungen.

- 63 Prozent der HR-Start-ups erwarten ein spürbares Vertrauen vom Kooperationspartner, aber nur 29 Prozent der Corporates erwarten, dass HR-Start-ups diese Erwartung haben.
- 67 Prozent der HR-Start-ups erwarten unmittelbare Umsätze aus einer Kooperation mit Corporates, aber nur 36 Prozent der Corporates erwarten, dass HR-Start-ups so denken.

Klassifizierung der HR-Start-ups nach Solution Focus



- Während nur 24 Prozent der HR-Start-ups sich von Corporates eine Unterstützung durch deren Fachexpertise erwarten, denken 52 Prozent der Corporate-Vertreter, dass dies eine Erwartung der HR-Start-ups sei.
- 31 Prozent der HR-Start-ups erwarten, dass Corporates fertige Produkte beziehungsweise Lösungen haben wollen, aber nur zwölf Prozent der Corporates erwarten dies tatsächlich.

Unterschiedliche Auffassungen zu Regelwerken

Aus den Interviews ergibt sich außerdem eine Differenz hinsichtlich der Regelwerke. HR-Start-ups erhoffen sich weniger umfangreiche Compliance Guidelines, da die Bearbeitung solcher Vorgaben „viel Zeit in Anspruch (nimmt), mit der man was Besseres hätte anstellen können“. Die unausgesprochene Erwartung ist also: Corporates sollen von ihren Regelwerken abrücken. Dass dies zu einer Enttäuschung führen muss, zeigt sich an der klaren Aussage eines Corporate-Vertreter: HR-Start-ups müssen sich an Vorgaben halten, weil „gewisse Prozesse in großen Unternehmen erstmal schlichtweg gesetzt sind“.

Unterschiedliche Erwartungen können mehr oder weniger gravierende Folgen haben: Im unschädlichsten Fall werden sie nur enttäuscht. Problematischer ist es, wenn die Kooperationspartner falsche Prioritäten setzen und Zeit, Ressourcen und Nerven auf unwichtige Dinge verschwenden. Noch gravierender

ANZEIGE

„Bewerben dauert nur zwei Minuten“

Welche Vorteile bringt die Smartphone-Bewerbung?

Die Hemmschwelle, sich zu bewerben, sinkt. Ein Kandidat liest eine Anzeige auf seinem Smartphone, klickt diese an und hat innerhalb von zwei Minuten seine Bewerbung mit den wichtigsten Angaben eingesprochen. Es gibt keinen Medienbruch. Recruiter erhalten eine Entscheidungsgrundlage für die nächsten Auswahlsschritte und müssen nicht jeden CV lesen.

Was macht Ihre Lösung zukunftsfähig?

Wir gewöhnen beide Parteien langsam an das Thema KI; mit einfachen und transparenten Produkten, die aber einen konkreten Bedarf decken. Dadurch schaffen wir erste positive Nutzererfahrungen und können später bei Bedarf technologisch nachrücken.

Personalmagazin: BetterHeads verspricht, Interviewprozesse für Unternehmen und Bewerbende radikal zu vereinfachen. Erklären Sie uns wie!

Markus Krampe: Mit unserem Produkt bieten wir eine sprachgeführte Chat-Bewerbung per Smartphone. Dabei haben wir uns insbesondere an den Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppen Blue Collar Worker, Studierende und Azubis orientiert. Unternehmen erhalten mit der Bewerbung außerdem strukturierte Profile für die Vorqualifikation der Kandidaten.



Markus Krampe und Philipp Mommsen gründeten BetterHeads.



„Menschen sind der zentrale Erfolgsfaktor jeder Organisation.“

Vernünftiges HR-Management muss deshalb auch für kleine Betriebe machbar sein. Mit staffboard digitalisieren wir die Kernfunktionen von HR und schaffen so mehr Zeit für die wichtigen Aufgaben.“

David Hajizadeh, Mitgründer von staffboard

ANZEIGE

Ist es, wenn aus den Missverständnissen Misstrauen erwächst, weil die Ursachen für Konflikte und Kommunikationsprobleme nicht verstanden werden. Ein erster Schritt zur Verbesserung ist es, sich die Unterschiede bewusst zu machen. Da diese aber nicht statisch sind, muss immer wieder ein Update der Erwartungen und Erwartungserwartungen erfolgen. Dabei helfen Offenheit, Neugier und Geduld.

Die Studienergebnisse zeigen aber auch, dass nicht alle Erwartungen aneinander vorbeigehen. Bei Aspekten wie „Zugang zu Vertriebskanälen/Kunden“, „schnelle Entscheidungen“ und „Abfärben der Start-up-Kultur auf die der Corporates“ schätzen die Studienteilnehmer die Erwartungen der jeweils anderen Seite weitgehend richtig ein. Gerade der letzte Aspekt passt zum Zeitgeist: Viele sprechen davon, dass Agilität weniger ein Methodenthema ist, sondern eines der Kultur oder des „Mindsets“, weshalb es aus dieser Sicht nur folgerichtig ist, dies von Start-ups zu lernen – oder es zumindest auf einen Versuch ankommen zu lassen.

Startbedingungen für eine Kooperation aus Corporate-Sicht

Bevor eine Kooperation mit etablierten Unternehmen eingegangen werden kann, müssen HR-Start-ups eine Reihe von Kriterien erfüllen. Für unsere Studie haben wir eine Liste an Punkten aus der Literatur und den Experteninterviews zusammengestellt und die Corporates gebeten, diese nach Kann-, Soll- und Muss-

Schwerpunkt

Kriterien zu sortieren. Betrachtet man die Häufigkeit, mit der ein Kriterium als „Muss“ gekennzeichnet wird, ergibt sich eine Rangfolge der Kriterien, die von Start-ups erwartet werden: An erster Stelle steht demnach ein DSGVO-konformer Umgang mit Daten, dies wird von beinahe allen Corporates (95 Prozent) als „Muss“ genannt.

Darauf aufbauend, kommt es für Corporates auf eine benutzerfreundliche Bedienung des Produkts (64 Prozent geben „Muss“ an) und auf die ethische Vertretbarkeit der angebotenen Lösung (55 Prozent) an. Ein niedriges Ausfallrisiko des Start-ups ist für 31 Prozent ein Muss-Kriterium, ähnlich bedeutend sind die Kriterien „soziokulturelle Anschlussfähigkeit“ (29 Prozent) und „Kompatibilität mit Corporate-HR-IT-System“ (19 Prozent). Die Kenntnisse über Prozesse und Strukturen von Corporates sind für 14 Prozent der Corporates ein Muss.

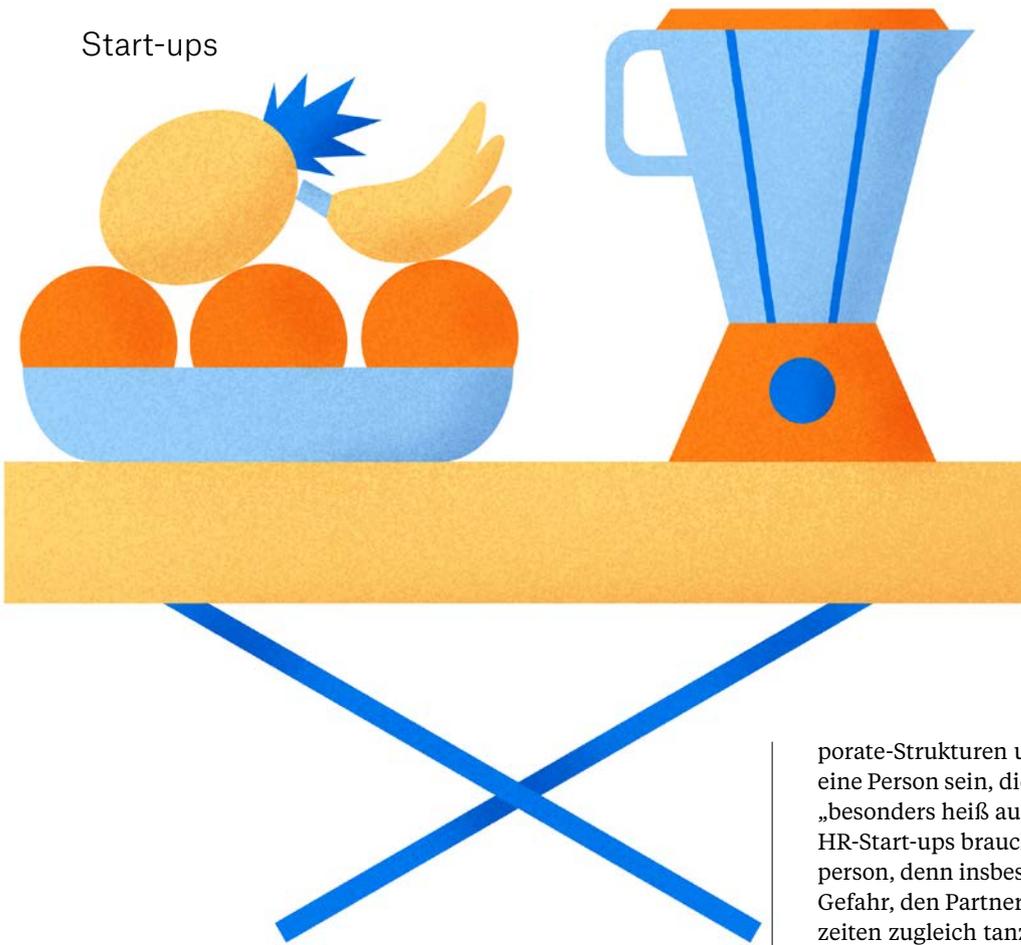
Natürlich limitiert man durch die Vorgabe von Merkmalen die Ergebnisse, weshalb weitere Bedingungen existieren, die nicht abgebildet sind. Immerhin zeigen sich aber Schwerpunkte, wenn man die Kriterien relativ zu den anderen Punkten der Liste betrachtet. Dann wird deutlich, dass rechtliche und ethische Aspekte (wie beispielsweise „DSGVO-konformer Umgang mit Daten“ und „ethische Vertretbarkeit der angebotenen Lösung“) wichtige Showstopper und unbedingt einzuhalten sind. Allerdings ist die zweitwichtigste Anforderung eine technisch-funktionale: die benutzerfreundliche Bedienung des Produkts beziehungsweise der Lösung.

(Miss-)Erfolgsfaktoren bei der Kooperation von Corporates mit HR-Start-ups

Ist die Kooperation einmal gestartet, gibt es einige Faktoren, die ihren Erfolg oder Misserfolg bestimmen. Die Auswertung der offenen Antworten auf die Frage, was der wichtigste Faktor für eine erfolgreiche Kooperation sei, zeigt deutlich, dass es vor allem auf weiche Faktoren wie Kommunikation, Beziehungen oder Vertrauen ankommt. Die häufigste genannte Antwort (27 Prozent) bezieht sich auf das Kommunikationsverhalten: Es soll offene, direkte und schnelle Ab- und Aussprachen geben. Am zweithäufigsten wird gegenseitige Unterstützung genannt (23 Prozent), und an dritter Stelle stehen Vertrauen, Respekt und Geduld (19 Prozent). Produktbezogene Erfolgsfaktoren (zum Beispiel ein funktionierendes Produkt, Problemlösung wie erwartet) folgen erst auf dem vierten Rang (13 Prozent). Auf dem letzten Platz der „Top-5-Erfolgsfaktoren“ landet der strukturbedingte Faktor „schnelle Entscheidungen“ mit elf Prozent.

Die Relevanz von strukturellen Faktoren steigt allerdings deutlich, wenn man nach dem größten Misserfolgsfaktor fragt: Zwar sind weiche Aspekte wie „Mangel an Vertrauen oder Angst vor Risiken“ (25 Prozent) und „Mangel an Kommunikation und abweichende Erwartungen an Ergebnisse“ (23 Prozent) immer noch die wichtigsten Misserfolgsfaktoren, aber nun nehmen strukturbedingte Faktoren die Plätze drei bis fünf ein: Auf Platz drei landet das Problem „zu lange Entwicklungszyklen und zu wenig Flexibilität“ mit 17 Prozent, darauf folgt das „Nicht-Einhalten-Können von Compliance-Richtlinien“ mit 14 Prozent. Als fünftwichtigster Misserfolgsfaktor werden „fehlende Ressourcen“ von zwölf Prozent genannt.

Eine Schlussfolgerung daraus lautet: Mit passenden Strukturen gibt es eine gemeinsame Basis, ohne die eine Kooperation



wahrscheinlich scheitert – aber es ist eben nur die Basis gelegt. Anders formuliert: Nach der Pflicht kommt noch die Kür und die zeigt sich im menschlichen Miteinander.

Diese drei „A“ erhöhen die Erfolgswahrscheinlichkeit der Kooperation

Die Zusammenarbeit mit HR-Start-ups ist für viele Unternehmen ein fester Bestandteil ihrer HR- oder Innovationsstrategie geworden. Dabei besteht kein Mangel an Optionen. Und wenn der Wille zur Kooperation da ist, sollten HR-Start-ups und Corporates vor allem an drei erfolgswirksame Punkte denken.

- **Ausgangsbasis klarmachen:** Bevor Corporates eine Kooperation eingehen, muss die Einhaltung bestimmter Gesetze (allen voran Datenschutz und Antidiskriminierungsregeln) und unternehmensinterner Regelungen nachgewiesen werden. Technisch-funktionale Aspekte kommen im zweiten Schritt.
- **Augenhöhe etablieren:** Statt wechselseitig unausgesprochene Erwartungen oder gar Vorurteile zu hegen, sollten sich die Kooperationspartner auf Augenhöhe austauschen. Dann können Enttäuschungen, Konflikte und existenzbedrohende Situationen vermieden werden. Der erste Schritt ist immer, sich die eigenen Erwartungen bewusst zu machen, indem man sich zum Beispiel anhand der Tabelle auf Seite 24 einmal fragt, welche Punkte man sofort unterschreiben würde – und sich dann kritisch mit der eigenen vorgefertigten Meinung auseinandersetzt.
- **Ansprechpartner bestimmen:** Augenhöhe lässt sich strukturell verankern, indem auf beiden Seiten ein Ansprechpartner bestimmt wird. Der Kontakt auf Corporate-Seite muss die richtigen Türen öffnen und den Start-up-Mitarbeitern den Weg weisen können, damit sich diese nicht im Dschungel der Cor-

porate-Strukturen und -Regeln verlieren. Es sollte bestenfalls eine Person sein, die, wie es ein Start-up-Gründer formulierte, „besonders heiß auf das Projekt ist“. Aber auch auf Seiten des HR-Start-ups braucht es eine (!) dezidiert abgestellte Kontaktperson, denn insbesondere vielbeschäftigte Gründer laufen oft Gefahr, den Partner zu verprellen, weil sie auf zu vielen Hochzeiten zugleich tanzen. Ziel ist nicht nur der reibungslose Informationsaustausch, sondern den Corporate-Anforderungen gerecht zu werden und die eigenen Erwartungen zu transportieren. Dann bilden gute Kommunikation und Augenhöhe die Basis für Vertrauen, welches langsam wächst, aber schnell zerstört werden kann. ■■■

Literaturempfehlungen

Hilse, H. & Susemihl, I. (2018): Erfolgreiche Kooperationen von Corporates und Start-ups. *Organisations Entwicklung* 1/2018, 18-24.

Kollmann, T., Hensellek, S., Jung, P. B., Kleine-Stegemann, L. (2019): *Deutscher Startup Monitor (DSM) 2019*. Berlin.

Werther, S. (2019): HR-Start-ups treiben Innovationen im Personalwesen. *Personalmagazin* 05/19, 18-21.

Wrobel, M., Schildhauer, T. & Preiß, K. (2017): Kooperationen zwischen Startups und Mittelstand (Studie des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft in Kooperation mit Spielfeld Digital Hub). Berlin.

CHRISTIAN GÄRTNER ist Professor für BWL mit Schwerpunkt auf Personalmanagement und Organisation an der Wiesbaden Business School.

MICHAEL KRAMARSCH ist Managing Partner der Unternehmensberatung HKP Group, Mitinitiator und Juryvorsitzender des HR Start-up Awards sowie als Business Angel für und Investor in HR Start-ups aktiv.

Am Projekt beteiligt waren außerdem Jan Hartwich, Marcel Paszun, Melanie Rosenögger und Lidia Weldeabzghi (Wiesbaden Business School), Hannes Klingenberg (HKP) und Maxim Nopper-Pflügler (Personalmagazin).

Die HR-Start-ups im Überblick

Welche Start-ups kommen für welchen HR-Teilbereich infrage? Die Gründer und Gründerinnen haben in unserer Studie Angaben zu ihren Unternehmen gemacht. Hier die Marktübersicht mit aktuellen Lösungen.

FEEDBACK

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Kununu Engage <i>engage.kununu.com</i>	2017	Fabian Friede, Steffen Zoller	Nutzt anonymes Feedback von Mitarbeitenden, um das Arbeitsklima zu ermitteln.
Engagedly <i>engagedly.com</i>	2015	Jay Shankar, Sri Chellappa	Performance-Review mit Zielsetzungs- und 360-Grad-Feedback-Methoden, um das Engagement der Mitarbeitenden zu steigern.
HR Instruments <i>hr-instruments.com</i>	2015	Philipp Lehmayr, Simon Werther	Fokus auf Mitarbeiterengagement: kombiniert Instant- und Peer-Feedback, partizipative Formate und Pulsbefragungen.
Tap My Back <i>Tapmyback.com</i>	2015	Rui Gouveia	Fokus auf Motivation: Feedback-Lösung mit Pulsbefragungen und kurzen, direkten Rückmeldungen unter Mitarbeitenden.
Team Echo <i>teamecho.de</i>	2015	Markus Koblmüller, David Schellander	Online-Tool, das mit automatischen Umfragen das Klima am Arbeitsplatz und die Stimmung der Mitarbeitenden erfasst.
Glickon Srl <i>glickon.com</i>	2014	Filippo Negri, Matteo Corte, Davide Griffon, Matteo Bersanelli	Die Plattform nutzt verschiedene Tools mit Fokus auf spielerischen Elementen, um die Produktivität und das Mitarbeiterengagement zu steigern.
Peakon <i>peakon.com</i>	2014	Phil Chambers, Kasper Hulthin, Dan Rogers, Christian Holm	Bietet neben Echtzeitanalysen zu Engagement auch Tools zur Verbesserung der Employee Experience, zur Führungskräfteentwicklung und zum Diversity-Management.
Resourceful Humans GmbH <i>resourceful-humans.com</i>	2011	Angela Maus, Heiko Fischer	Verschiedene Instant-Feedback- und Kommunikations-Tools, um Kontakte aufzubauen und Unternehmen in Richtung Netzwerkorganisation zu entwickeln.

RECRUITING UND ZEITARBEIT

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Aivy <i>aiivy.app</i>	2020	Boas Bamberger, David Biller, Florian Dyballa, Arbnor Raci	Nutzer erkunden spielerisch ihre versteckten Potenziale und lernen Unternehmen und Stellen kennen, die wirklich zu ihnen passen.
Huntyourself <i>huntyourself.de</i>	2019	k.A.	Versteigert Kandidaten auf Grundlage von Wechselprämien.
Inga <i>inga.one</i>	2019	Corinna Haas, Kim Körber	Experten-Headhunting: arbeitet mit Chatbots, Machine Learning und Marketing-Technologien.
Job ID <i>jobid.com</i>	2019	Henning Haeske, Michael von Hirschfeld	Automatisches Matching von Jobanzeigen und Lebensläufen: Kandidatenpools und Vakanzen können abgeglichen werden.
Airsupply Solutions <i>airsupply.org.uk</i>	2018	Duncan Verry	Vermittelt Vertretungslehrkräfte und besetzt Stellen an Schulen kurzfristig.
Foxio Consulting <i>foxio.com</i>	2018	Tim Wagener, Tammo Severin, Christian Scholle	Die Recruiting-Agentur evaluiert und optimiert den eigenen Prozess ständig und erreicht somit immer bessere Ergebnisse bei allen wichtigen Recruiting-KPIs.
Personalcom <i>personalcom.de</i>	2018	k.A.	Plattform für das Posten von Jobanzeigen auf verschiedenen Hochschuljobbörsen.
Searchtalent <i>searchtalent.de</i>	2018	Benjamin Visser	Hilft mit Technologie und Know-how, Prozesse zu optimieren und Lösungen zu finden.
Talentz <i>talentz.de</i>	2018	Fabian Annich, Patrick Losert	Ermöglicht den Austausch von Talenten, Erfahrungen und Wissen zwischen unterschiedlichen Unternehmen.
Zahnfinder <i>zahnfinder.de</i>	2018	k.A.	Interaktive Jobplattform für Zahnmedizin mit auf Algorithmen basierendem Matching
Catch Talents <i>catch-talents.de</i>	2017	Marco Verhoeven, Justin Bous	Spricht Kandidaten über verschiedene Online-Kanäle automatisch an. Fokus auf KMU.
On And Offer <i>onandoffer.com</i>	2017	Juliana Danner, Roland von Kiedrowski	Marktplatz für Jobs in der Kreativbranche: Unternehmen treten direkt mit Freiberuflern und Jobsuchenden in Kontakt.
Persomatch <i>persomatch.de</i>	2017	Tristan Niewöhner	Platziert Stellenausschreibungen als Google-Anzeige auf der ersten Suchseite.
Studyads <i>studyads.de</i>	2017	Jan Stadermann, Philipp Klein, Tobias Auradniczek	Schüler und Studenten mit Anzeigen ansprechen: Studyads können modular nach Standort, Branche und Werbemedium zusammengestellt werden und auf ein Budget angepasst werden.
Talentes <i>talentes.com</i>	2017	Fernando Vilas	Automatisches Matching nach Kultur, Wertvorstellung und Lebenseinstellung
Tempreo <i>tempreo.de</i>	2017	Eugen Müller, Ivan Billy	Marktplatz für Zeitarbeit: Vermittelt Leiharbeiter aus 9.000 Zeitarbeitsfirmen.
Think IT <i>think-it.io</i>	2017	Mehemed Bougsea, Joscha Raue, Amal Abid	Vernetzt IT-Fachkräfte und Technologieunternehmen weltweit. So soll das Potenzial internationaler Teams voll ausgeschöpft werden.
Wisr <i>growwisr.com</i>	2017	Klaudia Bachinger, Carina Rot, Martin Melcher	Vermittelt „Senior Talents“: Menschen im Ruhestand bieten enormes Potenzial. Damit Unternehmen von deren Expertenwissen profitieren.

RECRUITING UND ZEITARBEIT

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Cherryfish <i>cherryfish.me</i>	2016	Claudia Bottler, Christopher Schmacke	Beratung per Plattform: Vermittelt freiberuflich Tätige oder Dienstleistungsagenturen.
Inploi <i>inploi.com</i>	2016	Matthew de la Hey, Alex Hanson- Smith	Plattform für Blue-Collar-Jobs mit Schwerpunkt auf Gastronomie- und Hotelbranche. Wird auf weitere Branchen ausgeweitet.
Study Script <i>studyscript.de</i>	2016	Marc Busch	Druckt Unterlagen für Studierende und bietet fachgruppenspezifische Stellenanzeigen.
Birdie Match <i>birdiematch.de</i>	2015	Bernd Vögele, Josef Schindler	Jobmatching-Plattform mit Schwerpunkt auf Logistik, Spedition und Transport.
Hijob <i>hijob.me</i>	2015	René Tillmann, Daniel Schaffeld, Torsten Alfes	Verspricht zeitsparendes „Automatic Sourcing“ statt Active Sourcing. Zu Stellenanzeigen passende Talente werden ausgespielt.
Opening <i>opening.io</i>	2015	Andreea Wade, Adrian Mihal	Unterstützt HR-Tech-Anbieter, Personalvermittler und Unternehmen mit der Entwicklung von Matching-Algorithmen.
Taledo <i>taledo.com</i>	2015	Melikshah Ünver, Mengühan Ünver, Marcel Poelker	Fokussiert sich auf die Vermittlung von Top-Talenten aus einer kuratierten Kandidatenliste und bietet Unternehmen persönliche Unterstützung beim Headhunting.
Zalvus <i>zalvus.com</i>	2015	Matilda von Gierke, Florian Burchett, Christoph Schuster	Nutzt Strategien und Analysemethoden des Online-Marketings, um sowohl passiv als auch aktiv suchende Kandidaten anzusprechen.
4 Scotty <i>4scotty.com</i>	2014	Matthias Schleuthner	Experten-Recruiting in der Softwareentwicklung und IT mit automatischer Vorauswahl
Log On <i>logon-consulting.de</i>	2014	k.A.	Automatisiert frühe Recruiting-Phasen, gleicht Stellenbeschreibungen und Lebensläufe ab und erzeugt Kandidatenprofile.
Matchingbox <i>matchingbox.de</i>	2014	Benjamin Pieck	Analysiert, ob Persönlichkeitsprofile von Kandidaten zur Unternehmenskultur passen.
Talentwunder <i>talentwunder.com</i>	2014	Jörg Rech, Andreas Dittes	Unterstützt beim Active Sourcing durch Suche und Social-Network-Analysen auf verschiedenen Plattformen.
8-Vance <i>8vance.com</i>	2013	Johannes Stoffels, Peter van Marwyk	Matching-Algorithmus, der sich individuellen Bedürfnissen anpasst und als Karrierehelfer einzelner Kandidaten genutzt wird.
Malt <i>malt.de</i>	2013	Vincent Huguët, Hugo Lassiège, Jean-Baptiste Lemée	Die Freelancer-Community stellt Kontakte zwischen Freiberuflern aus verschiedenen Bereichen mit Kunden und Unternehmen her.
Better Heads <i>betterheads.io</i>	2012	Philipp Mommsen, Markus Krampe	Verspricht mehr Bewerber im Blue-Collar-Bereich durch intelligente und sprachgesteuerte Interviews auf mobilen Endgeräten.
On-apply <i>onapply.de</i>	2012	Malte Weiss, Timur Özcan	Hilft beim Gestalten von Stellenanzeigen und beim Platziere auf wichtigen Jobbörsen.
VCV <i>vcv.ai</i>	2012	Arick Akhverdyan	Der Robot-Recruiter sucht Kandidaten, nimmt Kontakt auf und führt automatisch Telefon- und Videointerviews.

„Unternehmen können Beratungskosten sparen“

Searchtalent 

Personalmagazin: Was unterscheidet Searchtalent von klassischen Personalberatungen?

Benjamin Visser: Wir denken digital, ohne die persönliche Komponente zu vernachlässigen. Wo es möglich ist, automatisieren wir Prozesse; wo menschliche Fähigkeiten gefragt sind, beraten wir. Das macht uns schneller, transparenter und weniger nervig als klassische Beratungen. Unternehmen sparen dadurch bis zu 40 Prozent externer Beratungskosten bei besserem Service.

Sie bezeichnen Ihr Unternehmen als Netflix des Recruitings. Was meinen Sie damit?

Wie bei Netflix zahlen unsere Nutzer eine monatliche Gebühr, unabhängig davon, ob sie eine oder zehn Serien schauen. Auf unseren Service übertragen, heißt



das: Unsere Kunden zahlen pro Suche, egal wie viele Kandidaten sie schließlich einstellen. Möchte ein Unternehmen beispielsweise zehn Entwicklerstellen besetzen, rechnen wir nur eine Suche ab. Weil wir überzeugt sind, dass das funktioniert, bieten wir Kunden einen Testmonat. Wer nicht erste Profile in diesem Monat von uns bekommt, kann danach kündigen.

An welche Unternehmen richtet sich Ihr Angebot?

Vom Start-up, das kurzfristig Mitarbeiter sucht, über den Mittelstand, der Spezialisten für IT, Vertrieb oder HR sucht, bis hin zum Dax-Konzern, der einen Vorstandsposten zu besetzen hat. Und diese Bandbreite entspricht auch tatsächlich unseren laufenden Projekten.

Benjamin Visser,
Gründer Searchtalent

„Wir bieten Zugriff auf 170.000 Freelancer-Profile“

Personalmagazin: Malt ist ein Online-Marktplatz für Freelancer und Unternehmen. Was unterscheidet Sie von Personalvermittlern?

David Lauber: Als Tech-Unternehmen bieten wir einen vollständig digitalen Marktplatz von der Suche über den Vertragsabschluss bis hin zur Zahlung. Damit sind wir transparenter und schneller als Personalvermittler und vermeiden hohe Strukturkosten. Außerdem spielen Sicherheit und Compliance eine wichtige Rolle. Unternehmen schließen ein direktes Vertragsverhältnis mit dem Freelancer, welches eine illegale Arbeitnehmerüberlassung verhindert. Unsere Freiberufler haben außerdem geprüfte Dokumente und sind berufshaftpflicht-versichert.

Welche Fachkräfte finden Unternehmen auf Ihrer Plattform?

Unsere Freelancer-Profile bilden die gesamte Wertschöpfungskette der digitalen Ökonomie und Transformation ab, wobei Tech und Data den größten Anteil – etwa 40 Prozent – ausmachen.

Inwiefern erleichtern Sie Unternehmen die Suche nach Fachkräften?

Für die Fachabteilungen zählen Qualität und schnelle Verfügbarkeit. Unser offener Marktplatz bietet Zugriff auf 170.000 Freelancer-Profile, die per Schlagwort und Filter durchsucht und sofort angeschrieben werden können. Verfügbarkeit und Referenzen sind im Profil direkt einsehbar.

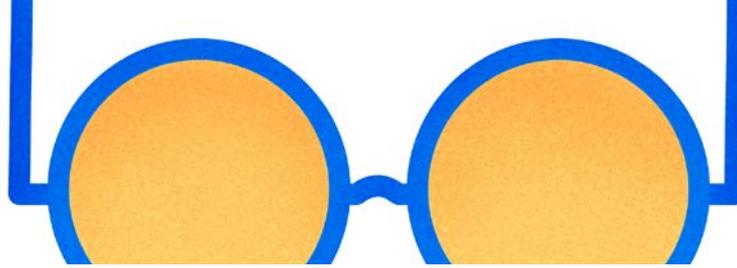


David Lauber, Country Manager Malt
Deutschland

 malt

COACHING, LEARNING UND DEVELOPMENT

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Evoach <i>evoach.com</i>	2019	R. Rutschmann, S. Wolz, P. Herman, A. Paulick, A. von Bornhaupt	Die Coaching-Lösung bietet allen Mitarbeitern ein vollständig digitalisiertes und automatisiertes Selbst-Coaching.
Skills <i>skills.de</i>	2019	Marina Eckert, Heinrich Geywitz, Verena Hauser	Chatbot Sally coacht und unterstützt Bewerber und Young Talents mit digitalisiertem Business-Coaching.
Peers <i>peers-solutions.com</i>	2019	Elisa Hertzler, David Topf	Personalentwicklung für die Industrie. Die Software unterstützt beim Definieren von Anforderungen und Gestalten von Lernpfaden.
Spotgroup <i>spotacademy.de</i>	2019	Paul Knissling	Learning-Management-Plattform, um sich Methoden des Projektmanagements und Themen rund um New Work jederzeit anzueignen.
Lernhacks <i>lernhacks.de</i>	2018	J. Schoenfeld, M. Huelber, T. Tillmann	Unterstützung beim Lernen durch Tools, Tipps und agile Methoden. Mitarbeiter sollen somit ihre Weiterbildung selbst in die Hand nehmen können.
Neue Fische <i>neuefische.de</i>	2018	k.A.	Weiterbildungsangebote wie Coding-Bootcamps, für Einzelpersonen und Unternehmen.
Orgabrain <i>orgabrain.com</i>	2018	Götz Piwinger, Michael Morgen	360-Grad-Personal- und Organisationsentwicklung: Kombiniert Wissensmanagement mit Learning- und Talentmanagement.
Staffprax <i>staffprax.de</i>	2018	Joey Fleck, Ali Berrada, Kai Bitterschulte	Erweitert Onboarding-Funktionen um Weiterbildungsangebote in einer Softwarelösung für Berufseinsteiger.
Virtual Reality <i>vr-trainings.info</i>	2018	Burkhard Panier	Setzt Lerninhalte in Virtual-Reality-Formate um.
Coach Now <i>coach-now.de</i>	2017	Valentin Vollmer	Online-Coachings für Fach- und Führungskräfte mit spezialisierten Coaches
Catch up with the Best <i>catchupwiththebest.de</i>	2017	Daniel Werner	Lernvideos, Blended Learnings und Online-Trainings rund um Führungskompetenzen
BEN Europe Insitute <i>beneurope.com</i>	2016	Manuela Montesinos, Bargallo	Interkulturelle Kompetenzen entwickeln mit Serious Games. Verspricht praxisorientierten Transfer im beruflichen Alltag.
Leada <i>leada.de</i>	2015	Frank Kübler, Jörg Krauter, Udo Krauß	Täglich kleine Lernimpulse zu den Themen Führung und Zusammenarbeit über eine Smartphone-App
Evalea <i>evalea.de</i>	2014	David Maurer, Timo Riedle	Verknüpft Learning Journeys, Kompetenzen und Feedback für Personalentwicklung.
Saberr <i>saberr.com</i>	2013	A. Shepherd, T. Marsden, N. Brbora, S. Rogers	Plattform für Personalentwicklung: Der Saberr-Bot soll Führungskräfte dabei unterstützen, ihr Team weiterzuentwickeln.
Precire <i>Precire.com</i>	2012	Dirk C. Gratzel, Christian Greb, Mario Reis	Sprachanalysen zu Persönlichkeitsprofilen, Kompetenzen und kommunikativen Wirkungsweisen für die Personalentwicklung



HR-MANAGEMENT

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Org OS <i>orgos.io</i>	2017	David Padilla, Max Bauermeister, Gonzalo Abruna, Carlos Lozano	HR-Software für KMU, die Mitarbeiterzufriedenheit und Produktivität durch Digitalisierung von HR-Prozessen steigert.
Hppyppl <i>hppypl.de</i>	2016	Jelena Klingenberg	HR-Büro als Dienstleistung: Ein Team betreut bis zu sechs Unternehmen in HR-Aufgaben.
Spencer <i>spencer.co</i>	2016	Maarten Raemdonck	Employee-Experience-Plattform, die Kommunikation mit und unter Mitarbeitenden ermöglicht.
Staffboard UG <i>staffboard.com</i>	2014	David Hajizadeh, Besnik Ruhani	Digitale und modulare HR-Lösung, die verschiedene HR-Core-Funktionen unterstützt und mit dem Unternehmen mitwächst.
Jacando <i>jacando.com</i>	2012	Dennis Teichmann	Bietet neben modularen Lösungen für HR-Core auch ein Tool für Zeitmanagement.
Intuo <i>intuo.io</i>	k.A.	k.A.	Bringt die Entwicklungsziele von Mitarbeitern mit Unternehmenszielen in Einklang.

PEOPLE ANALYTICS

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Behavera <i>behavera.com</i>	2018	Igor Kubicek, Lukas Macenauer, Dusan Svancara, Jan Kuba	Nutzt Daten zur Arbeitsweise und zum Verhalten Mitarbeitender, um die Entwicklung und Transformation von Organisationen voranzubringen.
Predict 24 <i>predict24.com</i>	2018	Thomas Görtz, Johannes Fuhr	Entwickelt People-Analytics-Prototypen anhand individueller Fragestellungen und nutzt diese für das Lernen im Unternehmen.
Motion Miners <i>motionminers.com</i>	2017	Sascha Feldhorst, René Grzeszick, Sascha Kaczmarek	Erzeugt Potenzialanalysen, um Effizienz und Ergonomie von Arbeitsumgebungen in der Logistik und der Produktion zu verbessern.
Function HR <i>functionhr.de</i>	2016	Julian Huff, Daniel Mühlbauer, Julian Süß	Bietet People-Analytics-Anwendungen für datengetriebenes Personalmanagement, um die Employee Experience zu verbessern.
Content <i>content-b.com</i>	2014	Christian Krohn, Fabian Gloyer	Der datenbasierte Vergleich verschiedener Szenarien liefert Grundlagen für die Entscheidungsfindung.
HR Forecast <i>hrforecast.de</i>	2014	Christian Vetter, Florian Fleischmann	Macht das Wissen und die Kompetenzen im Unternehmen anhand von Datenanalysen sichtbar und zeigt so Entwicklungspotenziale.



Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Evermood (ehemals Lytt) <i>evermood.com</i>	2019	Marvin Homburg, Lara von Petersdorff-Campen	Evermood hilft Mitarbeitenden, gesunde Routinen zu entwickeln, um ihr körperliches und mentales Wohlbefinden zu stärken.
Bridge <i>hellobridge.de</i>	2018	Anne Querner, Ulrike Lappöhn	Kreativagentur, die auf das Veranschaulichen von komplexen Inhalten wie Strategien und Prozesse in Video und Bild spezialisiert ist.
Lunchzeit <i>lunchzeit.com</i>	2017	Florian Gansemer, Damien Antipa	Bietet eine Lunch-Lotterie und andere Tools mit denen sich Personen im Unternehmen untereinander besser vernetzen können.
Beekeeper <i>beekeeper.io</i>	2012	Cristian Grossmann, Flavio Pfaffhauser, Daniel Sztutowojner, Andreas Slotosch	Teamkommunikation per App, über mehrere Standorte hinweg und in verschiedenen Sprachen auf einer zentralen Plattform
Combine-Consulting <i>combine-consulting.com</i>	k.A.	k.A.	Die Agentur berät zu Bürokonzepten, Change Management und neuen Arbeitswelten.

ANZEIGE

„Stellenanzeigen auf Google funktionieren immer“

Personalmagazin: Die Jobsuche beginnt heute meist bei Google. Was heißt das für die Stellenanzeige?

Tristan Niewöhner: Erstens: Die Stellenanzeige muss auf Google auffindbar sein. Zweitens: Die Anzeige muss auf der ersten

Suchergebnisseite erscheinen, da eigentlich niemand auf die zweite Seite schaut. Und drittens: Die Stellenanzeige sollte nur den Personen ausgespielt werden, die auch genau nach diesem Job an diesem Ort suchen.



Tristan Niewöhner,
Gründer persomatch
GmbH

Wie kann persomatch dabei unterstützen und wo liegen die Grenzen?

persomatch platziert die Stellenanzeigen von Unternehmen als Google-Anzeige ganz oben auf der ersten Suchergebnisseite. An diesem Platz werden sie von den Jobsuchenden auf jeden Fall gesehen! Das Ganze geschieht – komplett automatisiert – mithilfe des Algorithmus, den wir entwickelt haben. Grenzen? Nun ja, die Jobsuchenden müssen Google nutzen, um die Anzeigen zu sehen. Da Google aber einen Marktanteil von knapp 90 Prozent besitzt, ist diese Einschränkung eher gering.

In welchen Branchen funktioniert das besonders gut?

Stellenanzeigen auf Google funktionieren für jede Branche, für jede ausgeschriebene Stelle und für jede Unternehmensgröße, da die Google-Nutzer aus allen Branchen und Jobs kommen.

persomatch


 WORKFORCE
MANAGEMENT

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Vote 2 Work <i>vote2work.com</i>	2015	Katrin Pape	Einsatzplanung per App: interaktive Workflows gehen auf individuelle Bedürfnisse ein.
Planik.ch <i>planik.ch</i>	2014	A. Schuppisser, D. Senn, D. Schwab	Berechnet automatisch den optimalen Schichtplan.
Shiftjuggle <i>shiftjuggler.com</i>	2013	k.A.	Hilft, Schichtpläne einfach und intuitiv zu erstellen.
Solgenium (CARA) <i>solgenium.com</i>	2013	Martin Lichtenberger, Andreas Diensthuber	Automatische Einsatzplanung in der Gesundheitsbranche bei Berücksichtigung von Kompetenzen und Gesundheitsdienstleistungen


 ANDERE START-UPS

Start-up	Jahr	Gründer	Beschreibung
Job Atmo <i>jobatmo.com</i>	2019	Alexander R. Gärtner	Berät bei Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung der Arbeitsatmosphäre.
Vital Ticket <i>Vitalticket.de</i>	2019	Peter Berger	Online-Lösung zur Nutzung des steuerfreien Sachbezugs für die Mitarbeitergesundheit
Aschenputtel Agency <i>aschenputtel.agency</i>	2018	Cecil von Croy	Datengetriebenes HR Marketing und Employer Branding
Gust Network <i>gust.network</i>	2018	Dennis Wegener, Felipe Stark	Talentpool mit Schwerpunkt auf Technologieunternehmen und Start-ups in Berlin
Innocado <i>innocado.de</i>	2018	Lorenz Gehrman, Ferry Nesenhöner, Paul Seifert	Mitarbeiter mit komplementären Fähigkeiten können sich zu Innovationsteams zusammenschließen und ihre Ideen im Unternehmen voranbringen.
Lofino <i>lofino.de</i>	2018	Thomas Biermann	Bietet steuerbegünstigte Sachleistungen zu Mobilität, Gesundheit oder Internetzugang.
Mobiko <i>mobiko.de</i>	2018	A. Reichert, N. Büsse, F. Mayr	Ermöglicht flexible Mobilitätsbudgets für Mitarbeiter.
Dear Employee <i>dearemployee.de</i>	2017	A. Wiedemann, D. Fodor, H. Jakob	Lösung für psychische Gesundheit und Wohlbefinden mit Tools, Empfehlungen und Interventionen
Everlean <i>everlean.de</i>	2017	k.A.	Mitarbeitende können Ideen zur Arbeits- und Prozessoptimierung transparent einreichen.
Peats <i>Peats.de</i>	2017	Jennifer Frotscher, Finn Frotscher	Marktplatz und Vergleichsportal für HR-Dienstleistungen und -Tools
I-Combine <i>icombo.net</i>	2016	Robert Freytag, Richard Schentke	Unterstützt bei der Umsetzung von kollaborativen Projekten durch Expertennetzwerke.
The Red Relocators <i>the-red-relocators.com</i>	2015	Kerstin Luong	Relocation-Dienstleister für Umzüge nach Deutschland, auf individuelle Bedürfnisse abgestimmt.
Gradar <i>gradar.com</i>	2014	Philipp Schuch, Ralf Kuklik, Björn Weinbrenner	System zur Stellenbewertung anhand von drei Karrierepfaden und 25 Grades
My Coach <i>mycoach.ch</i>	2014	Yannick Loop	Gesundheits-Coaching per App mit Schwerpunkt auf gesünderen Essgewohnheiten



„Millionen von Kandidaten wollen sich weiterentwickeln. Um dafür die richtigen Entscheidungen zu treffen, fehlen Informationen. Indem wir Daten auswerten, die niemand zuvor so analysiert hat, werden wir zum lebenslangen Karriereberater.“

René Tillmann, Geschäftsführer hijob GmbH

GVNW 2. Fachtagung bAV und Employee Benefits

Donnerstag, 7. Mai 2020

Tagung im Kameha Grand Bonn: 9.00 - ca. 17.45 Uhr

Networking-Abend am Vortag ab 19.00 Uhr in der RheinAlm des Kameha Grand Bonn

**Analyse – Praxisberichte
Diskussionen
zur Betrieblichen Altersvorsorge und
zur Betrieblichen Krankenversicherung**