

Mit einer guten Story überzeugen

Der Markt für Informatik-Fachkräfte, um die neben IT-Unternehmen und Fintechs immer stärker auch Banken und Sparkassen buhlen, ist so gut wie leergefegt. Bei der Suche nach Kandidaten müssen Kreditinstitute daher bewährte Wege ausbauen und zusätzlich ganz neue beschreiten.

Rainer Spies

„Ich rekrutiere seit über 20 Jahren IT-Fachkräfte, doch es war noch nie so schwierig wie heute, sie zu finden“, sagt Marion Kählke, Vice President Human Resources von Kreditech. Bei dem Fintech, dessen Hauptgeschäft die Ermittlung der Kreditwürdigkeit anhand von Datenpunkten ist, sind zwei Drittel der 150 Hamburger Mitarbeiter IT-Experten. Für seine Zentrale sucht das Unternehmen Softwareingenieure, die in den Computersprachen Scala und Node.js programmieren und entwickeln können, sowie Data Scientists, die die Programmiersprache R beherrschen und idealerweise Kenntnisse in den Bereichen Data Mining und Data Processing haben. „Davon gibt es nicht viele. Entsprechende Studiengänge sind gerade einmal fünf Jahre alt“, weiß Kählke. Um solche Datenexperten würden sich Firmen auf der ganzen Welt reißen.

Die Besetzung einer offenen Position für einen Data Scientist dürfte also eine ganze Weile dauern. Darauf deuten auch Erhebungen der Bundesagentur für Arbeit hin. Zwar weist sie keine Zahl für die Vakanz dieser Spezialistenstellen aus, aber im Durchschnitt benötigen die Unternehmen für die Besetzung einer Position in der Informatik und Softwareentwicklung derzeit 134 Tage – Tendenz steigend (siehe Grafik Seite 54 oben).

Aufgrund des Megatrends der Digitalisierung und der Konkurrenz durch junge Finanztechnologieunternehmen suchen auch Banken und Sparkassen mittlerweile verstärkt nach neuen Mitarbeitern mit informatisch-technischem Hintergrund. „Wir investieren intensiv in Technologie“, erklärt beispielsweise Jana Brendel, IT-Verantwortliche für die Lieferung innovativer digitaler Lösungen für das Privat- und

Firmenkundengeschäft der Deutschen Bank. Für das Institut kommt das einer Rolle rückwärts gleich. Denn das Geldhaus hat laut Brendel in den vergangenen 15 Jahren kaum mehr intern IT entwickelt, sondern oft Aufträge nach außen vergeben. Das ändert sich nun: 2016 konnte die Deutsche Bank viele eigene Mitarbeiter dafür begeistern und rund 50 IT-Kräfte von extern rekrutieren. „Wir sehen uns immer stärker nicht nur als Bank, sondern als Technologieunternehmen“, beschreibt Brendel den neuen Kurs. Effizienzsteigerung, Digitalisierung und Automatisierung – damit will die Deutsche Bank in die Erfolgsspur zurück.

Banken klammern einen Teil des Expertenmarkts aus

Mit dem steigenden Interesse der Kreditinstitute wird auch zunehmend die Frage gestellt, ob IT-Experten und Banken überhaupt zusammenpassen. Zu den Skeptikern gehört Roland Lochte, Geschäftsführer von Kimberlite Consulting, einer Personalberatung, die sich auf IT und Finanzwesen konzentriert. „Viele Ansprüche der Geldhäuser gehen am Markt vorbei“, mahnt er. So sei es derzeit nur schwer möglich, freiberufliche IT-Fachkräfte zu den Konditionen fest angestellter Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Hinzu komme, dass Banken darauf bestünden, dass im Unternehmen deutsch gesprochen wird. Damit klammern sie laut Lochte aber einen Teil des Marktes aus. Bei Kreditech ist Englisch allerdings Unternehmenssprache. Am Hamburger Standort des Fintechs arbeiten Menschen aus knapp 40 Nationen zusammen.

„Wir müssen die Kandidaten erst einmal dazu bewegen, sich mit uns zu befassen“, erklärt Stefan Döppes, Recruiting-

Manager bei der ING-Diba, zu der Herausforderung, vor allem passiv suchende IT-Fachkräfte aufzuspüren. Interessant für die Bank sind insbesondere Entwickler, um beispielsweise Leistungen auf mobilen Endgeräten nutzbar machen zu können. „Wenn wir mit unseren Bordmitteln nicht weiterkommen, setzen wir auch auf Personalvermittler und -berater“, verrät Döppes. Dem Ratschlag, IT-Freiberuflern bei den Gehältern entgegenzukommen, mag er allerdings nicht folgen. Diese Kandidaten würden primär monetär motiviert bald zum nächsten Arbeitgeber weiterziehen. „Wir zahlen gute Gehälter, die moderat über dem Durchschnitt in der Bankenbranche liegen. Vor allem aber setzen wir auf Work-Life-Balance“, verspricht der Recruiting-Manager. Angst, die mit viel Aufwand rekrutierten Fachkräfte von einem Personalberater wieder abgeluchst zu bekommen, hat er nicht. „Unsere Fluktuationsquote geht gegen null, auch in der IT“, berichtet er stolz. Die ING-Diba habe mit ihren langfristig angelegten Projekten etwas zu bieten. „Wir entwickeln Anwendungen, betreiben sie und entwickeln sie weiter. IT-Experten haben bei uns Perspektiven und bekommen ein stabiles soziales Umfeld“, wirbt der Direktbanker.

Stabilität klingt nach einem Argument, das ältere Mitarbeiter anzieht. „Junge IT-Fachkräfte haben nicht wirklich Lust auf

Bank. Sie wollen hippe Produkte entwickeln“, meint Personalberater Lochte. Die Schweizer Professoren Andrea Gurtner und Peter Kels warnen in einer Studie jedoch davor, bei der Gewinnung von IT-Spezialisten auf Generationenstereotype zu setzen. Und Lochtes Erkenntnis ist in der Finanzindustrie bereits angekommen. „Wir versuchen, uns als spannender IT-Arbeitgeber zu positionieren“, sagt Brendel von der Deutschen Bank. Mit den Apps für die Apple Watch und das Smartphone sowie der Multi-Bank-Aggregation habe das Geldhaus „coole Produkte“ auf den Weg gebracht. Entwickelt werden die Lösungen in der modern ausgestatteten bankeigenen Digital Factory in Frankfurt am Main, wo IT-Fachkräfte Seite an Seite mit Fintechs sowie mit Kollegen aus den Fach- und Kontrollbereichen arbeiten. Diese Umgebung ist laut Brendel für IT-Experten besonders attraktiv.

Auch bei der ING-Diba ist man sich sicher, der Zielgruppe das anbieten zu können, was sie von einem Arbeitgeber heute erwarte. Döppes erläutert: „IT-Fachkräften ist wichtig, in welcher Programmiersprache sie entwickeln, welcher Framework dafür verwendet wird und welche Maschinen und Technologien sie benutzen.“ Das Jungunternehmen Kreditech hat die Erfahrung gemacht, dass neben modernen Technologien und Projekten zu innovativen Produkten auch



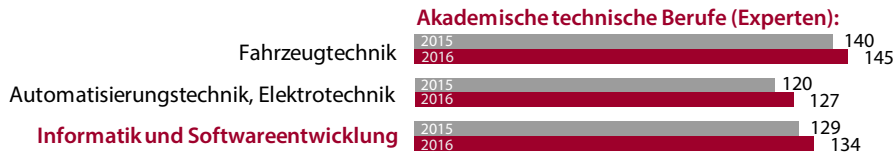
Foto: © Sergey Nivens/stock.adobe.com

Kompakt

- IT-Experten haben an ihren Job und ihren Arbeitgeber hohe Erwartungen, wollen etwa an der Entwicklung innovativer Lösungen beteiligt sein.
- Geldhäuser sollten bei der Rekrutierung auf etablierte Kanäle und Instrumente, aber auch auf innovative Maßnahmen setzen.
- In sozialen Netzwerken, auf Fachportalen im Web und auf Veranstaltungen gilt es, die IT-Teams und ihre Aufgaben authentisch und informativ zu präsentieren.
- Die direkte Ansprache von potenziellen IT-Mitarbeitern nimmt weiter an Bedeutung zu, umstritten ist aber, welche Rolle dabei der automatisierten Suche von Kandidaten zukommen sollte.

Durchschnittliche Vakanzzeit von sozialversicherungspflichtigen Arbeitsstellen

In Tagen in Deutschland in den Jahren 2015 und 2016, gleitender Jahresdurchschnitt, jeweils Mai des Vorjahres bis April



Auszug, Quelle: Der Arbeitsmarkt in Deutschland – Fachkräfteengpassanalyse, Bundesagentur für Arbeit 2016

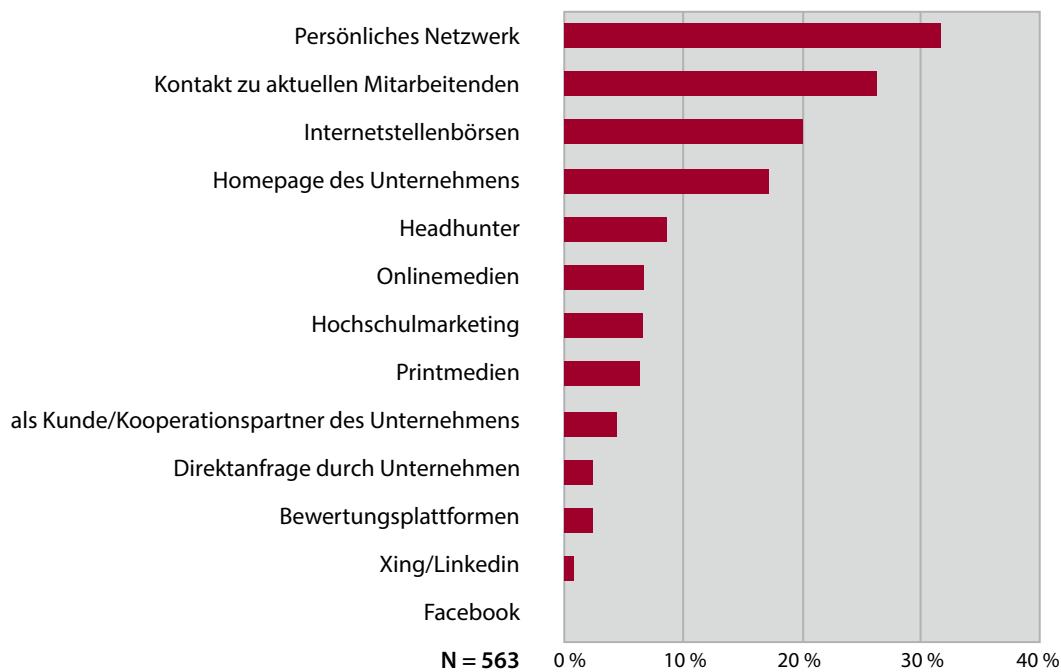
flexible Arbeitszeiten und Freiräume für kreatives Arbeiten von Vorteil sind, um talentierte Mitarbeiter zu gewinnen. Nicht zu unterschätzen sei überdies das soziale Gefüge. „Unser Data-Scientist-Team beispielsweise ist eine eingeschworene Gemeinschaft, die auch außerhalb des Büros etwas zusammen unternimmt“, schildert Personalfachfrau Kählke.

Die begehrte Zielgruppe erreichen Finanzinstitute aktuell hauptsächlich digital, was nur konsequent ist. „Print ist

tot, gerade im IT-Bereich“, ist Döppes überzeugt. Die ING-Diba kann einen Großteil ihrer IT-Stellen über Jobportale besetzen. Dabei geht laut Döppes der Trend wieder weg von spezialisierten hin zu generalistischen Plattformen. „Diese Portale haben sich dem Thema IT-Experten geöffnet und sind bei der Verschlagwortung einer Anzeige auf Augenhöhe mit den spezialisierten Konkurrenten“, hat der Recruiting-Manager beobachtet. Mitarbeiterempfehlungen, die bei der

Worüber MINT-Fachkräfte ihren Job gefunden haben

Kanäle, über die Fachkräfte mit einem Hintergrund in Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft oder Technik (MINT) auf ihren aktuellen Arbeitgeber aufmerksam geworden sind



Quelle: Peter Kels, Andrea Gurtner, Sylvie Scherrer: Employing the New Generation, Luzern und Bern 2016

Fachkräftegewinnung allgemein eine immer wichtigere Rolle spielen, funktionierten in der Gesamtbank sehr gut, innerhalb der IT weniger, sagt Döppes.

Bei Kreditech haben sich Mitarbeiterempfehlungsprogramme dagegen sehr wohl bewährt. Entscheidend ist laut Kählke der richtige Mix aus Kanälen und Instrumenten. „Wir nutzen klassische Online-Jobboards für unsere Stellenausschreibungen. Selbstverständlich recherchieren wir darüber hinaus in sozialen Netzwerken, wo sich unsere Zielgruppe aufhält“, zählt die Personalverantwortliche auf. Die Recruiter und Hiring-Manager knüpfen zum Beispiel Kontakte über LinkedIn und auf Stack Overflow, einer Expertenplattform, auf der sich weltweit Informatiker über Fachinhalte austauschen und die bei der Zielgruppe hohes Ansehen genießt. Ebenso wichtig seien bei Konferenzen oder Meet-ups entstandene Kontakte, ergänzt Kählke. Nach dem Erstkontakt komme immer das Personalwesen ins Spiel, um die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten vollumfänglich aufzuzeigen. Konferenzen und Meet-ups haben bei Kreditech noch eine weitere Funktion: Sie dienen überdies als Incentive für bereits an Bord geholt Mitarbeiter.

Auch bei der ING-Diba kommen im Bewerbungsprozess eigene IT-Mitarbeiter ins Spiel. „Im Anschluss an das Erstgespräch hat der Bewerber die Möglichkeit, sich mit einem künftigen Kollegen auszutauschen“, schildert Döppes. IT-Kräften sei wichtig, aus erster Hand zu erfahren, was sie in ihrem neuen Job tun werden. Überdies setzt die Bank auf eigene, über die Zeit aufgebaute Bewerberpools. „Wir halten Kontakt zu Kandidaten, die gut sind und sich schon einmal vorgestellt haben, aber nicht auf die Stelle passten“, konkretisiert der Recruiting-Manager. Zuletzt seien relativ viele IT-Fachkräfte auf diese Weise eingestellt worden.

Institute bewerben sich mit Pitches bei künftigen Mitarbeitern

Neues wagt die Deutsche Bank. „Wir überlegen, von IT-Dienstleistern, die für uns strategische Partner sind, künftig ganze Teams zu übernehmen“, schildert Brendel. Dies könne als Option von vornherein vertraglich fixiert werden. Noch ungewohnt ist für das Institut auch, sich in Pitches den Fragen von IT-Experten zu stellen und sich damit neben anderen Unternehmen bei potenziellen Mitarbeitern zu bewerben. „Wir können mit einer guten Story begeistern“, glaubt die Managerin der Deutschen Bank. Das Geldhaus wird die Suche nach IT-Fachkräften künftig weiter verändern. So soll sich die IT-Abteilung mit ihren Projekten in sozialen Netzwerken vorstellen. Dazu rät auch Stefan Schwarzgruber, Country Manager für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Stack Overflow: „Im Employer Branding und Re-



Empfehlung der Redaktion aus www.springerprofessional.de zu:

IT-Fachkräfte

Frank Rechsteiner: Neue Optionen für attraktive IT-Arbeitgeber, in: Erfolgreiches IT-Recruiting trotz Fachkräftemangel, Wiesbaden 2016
www.springerprofessional.de/link/10012302

cruiting müssen bestehende Bilder über die IT überprüft und nachgefragt werden, was die Fachkräfte begeistert.“

Wie in anderen Bereichen halten auch in die Personalwirtschaft die Roboter Einzug. Kählke von Kreditech hegt ihnen gegenüber aber eine gewisse Skepsis. „Klar spielt Automatisierung eine Rolle. Allerdings sind wir überzeugt davon, dass nur unsere Recruiter eine Candidate Experience liefern können, die durch den persönlichen und zuverlässigen Umgang mit dem Bewerber oder die richtige Ansprache eines geeigneten Kandidaten überzeugt.“ Selbst Onlinetests als Instrument der Vorauswahl würden IT-Fachkräfte derzeit eher abschrecken, meint ING-Diba-Recruiter Döppes. In dem stark umkämpften Markt gehe es auch um Eitelkeiten. „Wir greifen lieber zum Telefon, auch wenn es zeitaufwendig ist“, erläutert er. Über Algorithmen gesteuertes Active Search funktioniere bei IT-Fachkräften nicht. Die Kandidaten würden den Einsatz des Instruments sofort bemerken und abspringen, wenn sie über Massen-E-Mails angesprochen werden.

Bei Stack Overflow hingegen sind Algorithmen Dreh- und Angelpunkt für erfolgreiches Matching. „Die Stellenanzeigen und Profile der Unternehmen, die sich mit ihren IT-Teams vorstellen, werden von uns dorthin getragen, wo sich der entsprechende Content befindet“, veranschaulicht Schwarzgruber. Recruiter können zusätzlich, sofern die Developer Story eines Users dafür freigegeben worden ist, den Nutzer direkt kontaktieren. „Die Antwortraten sind sehr hoch“, wirbt der Country Manager. Immer mehr Banken würden den Weg zu den IT-Kräften über die Plattform suchen, deutsche Geldhäuser zeigten sich dabei aber eher zurückhaltend. Noch seien viele Geldinstitute nicht im Zeitalter des Recruitings 2.0 angekommen, kritisiert Personalberater Lochte. Heute allerorten im Netz präsent zu sein, sei ebenso wichtig wie bei der Suche nach IT-Fachkräften zumindest Europa im Blick zu haben. ■



Autor: Rainer Spies ist freier Journalist in Lübeck. Er ist spezialisiert auf die Themen Personal und Weiterbildung.