Porsche ist „Bester Arbeitgeber 2020“

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

11/12/2019 Glassdoor, eine der weltweit größten Job- und Recruiting-Plattformen, hat heute die Gewinner seiner Auszeichnung „Beste Arbeitgeber 2020" bekannt gegeben. Porsche liegt in Deutschland erstmals auf Platz eins.

Den alljährlichen Award für Mitarbeiterzufriedenheit vergibt das Unternehmen in Deutschland zum fünften Mal. „Beste Arbeitgeber 2020" basiert auf dem freiwilligen Feedback von Mitarbeitern. Arbeitnehmer können auf Glassdoor anonym Arbeitgeberbewertungen abgeben und dabei unter anderem die Arbeitsbedingungen, die Unternehmenskultur oder das Management bewerten. Das folgende Interview mit Porsche-Personalvorstand Andreas Haffner ist auf dem Glassdoor-Blog erschienen.

Welches sind die wichtigsten Schritte, die Porsche im vergangenen Jahr unternommen hat, um die Unternehmenskultur und das Engagement der Mitarbeiter weiter zu entwickeln und die sich möglicherweise in diesem guten Feedback widerspiegeln?

Andreas Haffner: Das war sicherlich unsere Kulturinitiative. Wir wussten, dass uns seit jeher ein ganz besonderer Teamgeist auszeichnet. Und bei allem Wachstum haben wir uns immer unseren Garagenduft bewahrt – auch als Hersteller von Sportwagen im Premiumsegment. Diese Stärken zu stärken, war uns in den vergangenen beiden Jahren nochmals ganz besonders wichtig. Es gab zwar diese besondere Porsche-Kultur, aber wir hatten sie nie zu Papier gebracht. Also haben wir Mitarbeiter unterschiedlichen Alters, verschiedener Ebenen und Ressorts zusammengebracht, um den Kern unserer Unternehmenskultur herauszuarbeiten. Dieses Koordinatensystem ist umso wichtiger, wenn man bedenkt, dass wir unsere Belegschaft in den vergangenen zehn Jahren praktisch verdreifacht haben. Eine Belegschaft, in der Generation Y und jünger inzwischen mehr als 50 Prozent ausmachen.

Wie lautet das Ergebnis der Initiative?

Herzblut, Sportlichkeit, Pioniergeist und Eine Familie bilden nun die vier zentralen Werte unseres Kulturleitbilds. Daraus haben Mitarbeiter und Führungskräfte von Porsche gemeinsam ein Führungsleitbild entwickelt. In Führungs-Labs mit mehr als 1.500 Führungskräften haben wir im ersten Halbjahr 2019 nochmals intensiv das Führungsverständnis diskutiert, damit die Führungskräfte in diesem Kulturprozess ihrer Vorbildfunktion gerecht werden können. Denn natürlich sind die Anforderungen an eine Führungskraft heute in Zeiten des rasanten Wandels anders als in der alten automobilen Welt. Und deshalb werden wir diesen Prozess auch 2020 fortführen.

Warum sollten sich Arbeitssuchende auf eine offene Stelle bei Ihnen bewerben? Was macht Ihre Unternehmenskultur, was macht das Arbeiten bei Ihnen so einzigartig?

Wir entwickeln und produzieren Autos, von denen viele Menschen träumen. Mit dem Taycan haben wir soeben den Sportwagen der Zukunft auf den Markt gebracht – rein elektrisch, mit einer hohen Konnektivität und zahlreichen zukunftsweisenden digitalen Features. Das zeigt: Wir bieten jede Menge innovative und spannende Aufgaben rund um die Zukunftsthemen der Mobilität. Bei aller Fortschrittlichkeit und Innovationskraft haben wir aber nie vergessen, wo wir herkommen. Der Zusammenhalt untereinander und die Bodenständigkeit der Porscheaner überrascht gerade auch unsere neuen Kolleginnen und Kollegen und ist sicherlich ein wesentlicher Grund, weshalb unsere Fluktuationsquote unter einem Prozent liegt.

Welche Jobprofile suchen Sie derzeit am stärksten?

In Zeiten von E-Mobilität, autonomen Fahren, Smart Mobility oder Connected Car stehen IT-Spezialisten ganz oben, aber auch Elektronik- und Produktionsexperten. Im Bereich der Plattformökonomie suchen wir darüber hinaus auch Softwareingenieure, Datenanalysten oder KI-Experten.

Was sollten Kandidaten, die gerne bei Ihnen arbeiten möchten, für fachliche Voraussetzungen mitbringen? Welche Skills werden immer wichtiger?

Neben dem unterschiedlich ausgeprägten Fachwissen – wie in der vorangegangenen Antwort beschrieben – wird es immer wichtiger, sich ein hohes Maß an Methodenkompetenz anzueignen. Denn New Work, um ein Schlagwort aufzugreifen, ist ja weit mehr als Innenarchitektur. Entscheidend sind Kultur, Prozesse und eben Methoden. Besonders wichtig ist uns zudem die Begeisterung für unsere Produkte. Und mehr denn je Teamfähigkeit und die Fähigkeit, Netzwerke zu bilden. Diese Eigenschaften werden insbesondere in der modernen Arbeitswelt mit zunehmendem Anteil an mobiler Arbeitszeit immer wichtiger.

Wie stellen Sie im Recruiting-Prozess sicher, dass Kandidaten nicht nur fachlich top sind, sondern auch zu Ihrer Unternehmenskultur passen?

Das Gespräch mit den Bewerberinnen und Bewerbern hat für uns höchste Priorität. Hier lernen wir den Menschen hinter all den Bescheinigungen und Zeugnissen kennen. Authentizität ist uns enorm wichtig. Und: Wir suchen Charakterköpfe. Gerade ein Unternehmen wie Porsche lebt von leidenschaftlichen Mitarbeitern, die oft anders denken und unkonventionelle Pfade gehen. Unsere Produkte sind deshalb einzigartig, weil auch unsere Mitarbeiter einzigartig sind.

Würden Sie der Aussage zustimmen, dass die Unternehmenskultur eine immer größere Rolle bei Jobentscheidungen spielt?

Das ist definitiv so. Deshalb haben wir 2018 eine neue Employer-Branding-Kampagne gestartet, mit

der wir unser Arbeitgeberimage nochmals intensiv geschärft haben. Dabei zeigen wir, dass wir kein elitäres, sondern ein bodenständiges Unternehmen sind und ein nahbarer Arbeitgeber, dem seine Mitarbeiter am Herzen liegen.

Auf welche Art und Weise möchten Sie zukünftig weiter in Ihre Unternehmenskultur investieren?

Wir werden die eingangs beschriebenen Initiativen fortführen und um den Aspekt der Change-Begleitung erweitern. Übergreifend geht es uns darum, die Menschen bei den anstehenden Veränderungen zu begleiten und sie darüber hinaus für das lebenslange Lernen zu befähigen. Dies ist ein nie endender Prozess, denn mit dem rasanten Wandel in der Automobilindustrie müssen wir auch unser Selbstverständnis, unsere Art der Zusammenarbeit und unser Wissen permanent überprüfen.

Wie nutzen Sie Glassdoor, um die Kandidaten zu gewinnen, nach denen Sie suchen?

Als Personaler weiß ich, wie wichtig Feedback ist. Deshalb beobachten wir unsere Bewertungen sehr aufmerksam. Wir freuen uns über das viele positive Feedback, schauen uns aber vor allem die kritischen Rückmeldungen an und versuchen daraus Verbesserungen abzuleiten.

Welche Trends finden Sie persönlich im Recruiting und in der Mitarbeiterentwicklung am wichtigsten und was greifen Sie entsprechend bei sich im Unternehmen auf?

Als ingenieurgetriebenes Unternehmen legen wir großen Wert auf effiziente Prozesse, und die schauen wir uns gerade etwas genauer an. Im Mittelpunkt steht dabei der Kunde beziehungsweise der Kandidat, dem wir eine begeisternde Candidate Journey – vom Erstkontakt bis zum Onboarding – anbieten wollen. Wie bereits erwähnt, wird das Thema Kultur darüber hinaus auch in den nächsten Jahren bei uns eine übergeordnete Rolle spielen. Aus meiner Sicht liegt hier der Schlüssel für eine erfolgreiche digitale Transformation.

Wohin geht die Reise? Wie sieht das Recruiting 2030 aus?

Idealerweise müssen wir 2030 gar nicht mehr aktiv rekrutieren, wenn wir eine offene Stelle zu besetzen haben. In meiner Vision haben wir die besten Kandidaten mit Hilfe intelligenter Systeme frühzeitig identifiziert und bereits einen persönlichen und begeisternden Kontakt aufgebaut – egal ob intern oder extern.

Dieser Beitrag wurde vor dem Start des Porsche Newsroom Schweiz in Deutschland erstellt. Die genannten Verbrauchs- und Emissionsangaben richten sich daher nach dem Prüfverfahren NEFZ und wurden unverändert übernommen. Alle in der Schweiz gültigen Angaben nach WLTP-Messzyklus sind unter www.porsche.ch verfügbar.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch

Image Sublines

Path: Porsche ist „Bester Arbeitgeber 2020"/Bilder/Bild_2.jpg
Title: 2019, Porsche AG
Subline: Mitarbeiter unterschiedlichen Alters, verschiedener Ebenen und Ressorts haben gemeinsam den Kern der Unternehmenskultur herausgearbeitet: Herzblut, Sportlichkeit, Pioniergeist und Eine Familie.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2019/unternehmen/porsche-bester-arbeitgeber-2020-glassdoor-award-interview-andreas-haffner-19536.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/583d83b7-3dd3-400b-9ea7-34458451dd7d.zip