

„Nicht ob, sondern wie“

Wenn Andreas Nau auf der Bühne des peoplefone Partnertags 2023 spricht, schafft er es, die Zuhörer mitzunehmen. Dabei berichtet der Unternehmer und Buchautor eigentlich nur über sein (Arbeits-)Leben. Aber es beeindruckt, wenn der vierfache Familienvater aus Metzingen das Zeitrad in seinen Vorträgen zurückdreht, um dann schwungvoll durchzustarten.

Im Jahr 2008 stehen er und seine Mitgeschäftsführer der Firma Easysoft kurz vor der Pleite. Kunden brechen die Beziehung ab, Projekte scheitern und der heute 58-Jährige will aussteigen. Doch ein Buch mit dem profanen Titel „Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer“ (Gabel-Verlag) rettet ihn, seine Firma und ist der erste Meilenstein auf dem Weg zu einer neuen Form der Unternehmung. Die heute zehnmal mehr Menschen beschäftigt – fast 100 sind es inzwischen –, seither jährlich um 20 Prozent wächst und auf zehn offene Stellen im Jahr 450 Bewerbungen verzeichnet.

Nicht alles easy

Dass der Weg bis heute nicht „easy“, wie der Firmenname versprechen könnte, ist, betont Nau in seinem 60-minütigen Vortrag immer wieder. Stilvoll zeichnet er nichtsdestotrotz ein stimmiges Bild der ständigen Entwicklung seiner selbst und seiner Firma, die er vor knapp drei Jahren zwar an ein holländisches Firmenkonsortium verkauft. Dessen Geschäftsführer und Gesicht nach außen er aber weiterhin ist.

Naus zentrale Botschaften: „Entwerft euch ein Bild der Zukunft“. Jedes Unternehmen solle sich fragen, wie wollen wir in sieben Jahren dastehen. Wie wollen wir arbeiten und was sind No-Gos. Die drei Unternehmerfreunde gönnen sich in der tiefsten Krise ihrer Firma die Zeit, um genau dieses Bild zu entwickeln. Es entsteht eine Traum-Ziel-Mind-Map, die Nau bis heute in seinem Büro hängen hat. Die damals 60 Stichworte sind inzwischen ergänzt und verästelt. Wobei Nau betont, dass bei jedem Schritt die Haltung entscheidend sei: „Wir fragen nicht, ob sondern wie“, verdeutlicht der Macher und Hobby-Läufer sowie -Musiker immer wieder.

Raus aus der Krise

Offensichtlich gelingt ihm und seinen Mitstreitern der Turn-Around. Noch im selben Jahr steigert Easysoft Umsatz und Gewinn um 30 Prozent. Dabei sind die einzelnen Schritte bestaunenswert und – so hofft der Vortragende – laden zum Nachdenken oder noch besser: zum Nachahmen ein.

Als da wären die Kletterwand, die es an beiden Firmenstandorten in den jeweiligen Foyers der Gebäude gibt. Und die jeder neue Mitarbeiter erklimmen muss, die an Kindergeburtstagen gefeiert wird und die dem Unternehmen mehr als 100 Presseartikel einbringen.

Oder die eigene Kita, die als logische Konsequenz im Firmenneubau entsteht. Denn Nau zelebriert den Work-Life-Blend. Also nicht das Trennen von Arbeit und Privatem, sondern dem Verschmelzen von beidem. „Wir wollen, dass die Leute gerne bei uns arbeiten“, sagt der Chef. Dazu gehört auch die Idee, dass Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter monatlich eigene Projekte vorstellen dürfen, für die die Firma sowie die Kollegen spenden. Ein solches Spendenprojekt, nämlich eine Schule in Afrika finanziell zu unterstützen, ist Teil und Basis dieser Idee.

Frag den Bewerber

Den für all diese Aktionen verantwortlichen Wertekanon kennen im Betrieb alle. Auch jeder Bewerber bekommt ihn zugeschickt. Und von denen gibt es viele. Fachkräftemangel ist für das IT-Unternehmen ein Fremdwort. Im Gegenteil. Die Softwareschmiede hat einen Bewerberprozess eingeführt, der „die Menschen herausfiltert, die zu uns passen“, so Nau. Wesentlicher Bestandteil ist ein Fragenkatalog, den jeder Bewerber vorab beantworten muss. Fragen nach ehrenamtlichem Engagement, persönlichen Zielen und wie man auf das Unternehmen aufmerksam geworden ist, gehören dazu.

Wobei 60 Prozent aller Kolleginnen und Kollegen über einen Mitarbeiter angeworben werden. „Und das ohne Prämie“, wie Nau betont. Bedeutet: Die Leute in der Firma sind überzeugt von ihrem Arbeitgeber und empfehlen diesen im Freundes- und Familienkreis weiter.

Konkret wird der Mann, der einst als Altenpflege-Lehrer gearbeitet hat, wenn es um Stellenausschreibungen geht. Da empfiehlt Nau, mit Verweis auf die Bibel, doch bitte bei den Profis zu spicken. Vor allem persönliche Bilder (keine gekauften Stock-Aufnahmen), die direkte Ansprache (gerne per Du) und selbstbewusste Texte würden helfen, herauszustechen und Bewerber anzuziehen.

Stellenanzeigen und Kochbücher

So wie Apple und SAP. Letztere habe, um IT-Entwickler zu gewinnen, diese Berufsgruppe im Unternehmen interviewt und diese Videos veröffentlicht – als Stellenbeschreibung. Ziel: Die Sprache der „Nerds“ und deren Weltsicht zu treffen.

Auch eine persönliche Telefonnummer oder E-Mail-Adresse sei zwingend, so Nau. Damit Jobinteressierte spüren, dass sie direkten Kontakt aufbauen können. „Bewerbung@-Adressen“ gehen gar nicht, findet der Buchautor. Der seinen Werdegang als Ratgeberliteratur im Gmeiner-Verlag publiziert hat.

In dritter Auflage erscheint im Herbst wohl auch das Easysoft-Kochbuch, das die Mitarbeiter schreiben und produzieren. Die Serie sei in der IT-Szenen vielbeachteten, berichtet Nau. Selbst Vorstände großer Konzerne würden beim Pitch darum bitten, dass die Easysoftler ihre Kochbücher verteilen.

Intim wird der Vortrag, als der Unternehmer berichtet, wie er und seine Frau an einem mehrtägigen Laufwettbewerb in den Rocky-Mountains teilnehmen. Und dort gegen Profis bestehen. „Diesen Moment im Zieleinlauf nimmt uns keiner“, weiß Nau. Der Weg und Vorbereitung auf den Wettkampf als Sinnbild für seine Art des Lebens und Arbeitens versteht: Vieles möglich zu machen.

Über peoplefone:

2005 in Zürich gegründet, hat sich peoplefone als Pionier für Internet-Telefonie seither zu einem der führenden VoIP-Telekommunikationsanbieter entwickelt. Dabei umfasst die peoplefone-Gruppe

Tochtergesellschaften in sieben europäischen Ländern: Schweiz, Deutschland, Österreich, Frankreich, Polen, Slowakei und Litauen. Mehr als 200.000 Geschäftskunden und Privatpersonen telefonieren europaweit täglich über die Systeme des Anbieters. Das Unternehmen zeichnet sich aus durch eigene Technik und Entwicklung mit einem starken Schweizer Team sowie die Kundenbetreuung durch alle Mitarbeiter und die enge Zusammenarbeit mit mehr als 2000 Installationspartnern. Zudem ist peoplefone von allen bekannten Telefonanlagen-Herstellern zertifiziert.