

Die Kunst, die richtigen Leute zu finden -  
Ein Fallbeispiel aus der Praxis bei PwC  
Rolf-Peter Stockmeyer, Juni 2009

# Agenda/Contents

Wer wir sind

Allgemeine Lage auf dem Talentmarkt

Wen sucht PwC?

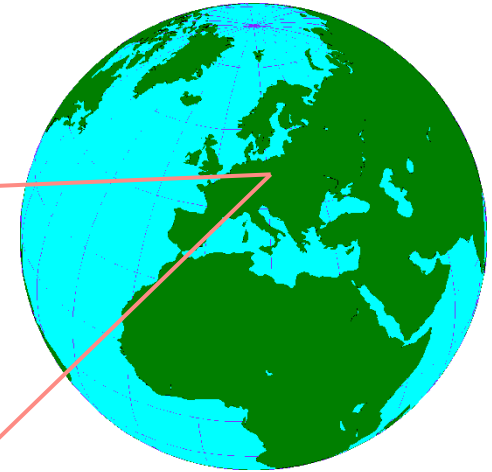
Botschaften in den Markt

Kommunikationskanäle zu potentiellen neuen Kollegen

Nachhaltige Bindung der richtigen Mitarbeiter

# PricewaterhouseCoopers AG

ist eine selbständige und rechtlich unabhängige  
Mitgliedsfirma der PricewaterhouseCoopers International Limited.



PwC-Niederlassungen  
in Deutschland:



Weltweit  
In Deutschland  
In Erfurt

ca. 155.000 Mitarbeiter  
ca. 8.900 Mitarbeiter  
ca. 60 Mitarbeiter

# Die demographische Entwicklung auf dem Talentmarkt

Die Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften wird sich in den nächsten Jahren rückläufig entwickeln, auch wenn wir uns durch die Finanzkrise derzeit in einem stagnierenden Markt befinden.

Folglich wird es daher zu einem stärkeren Wettbewerb unter den Unternehmen um die besten, möglichst praxisnah ausgebildeten Mitarbeiter, ähnlich dem vorangegangenen “War for talents”, kommen.

Potentiale ergeben sich für die Unternehmen, die es schaffen, die richtigen Mitarbeiter zu finden und für die Zukunft an sich zu binden (durch ein attraktives Arbeitgeber-Image, durch Aus-und Fortbildung, durch ein gutes Employer Branding u.ä.)

# PwC sucht jedes Jahr eine große Anzahl von Hochschulabsolventen

Die Absolventenquote ist ein guter Indikator dafür, wie sich der Wettbewerb um die Talente entwickelt.

Im Wintersemester 2008/2009 sind an den Hochschulen in Deutschland insgesamt 2,01 Millionen Studierende eingeschrieben gewesen (+ 4% zu 2007/2008). Erstmals seit dem Wintersemester 2003/2004 wird wieder die Zwei-Millionen-Grenze überschritten.

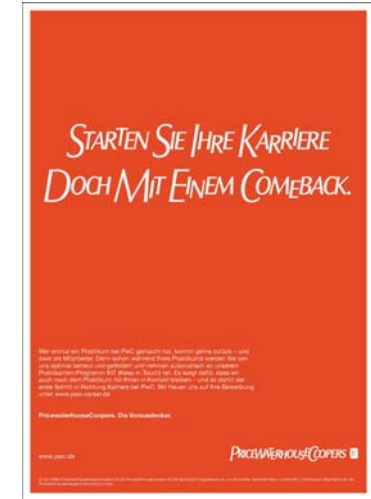
Wirtschaftswissenschaften, Lehramtsstudiengänge und Maschinenbau waren die Studiengänge, die am häufigsten ausgewählt wurden.

Pro Jahr verlassen rund **40.000** Absolventen in den wirtschaftsprüfungsnahen Fächern die deutschen Hochschulen mit einem akademischen Abschluss.

# Wer ist die Zielgruppe von PwC?

- Studenten/Absolventen der
  - Wirtschaftswissenschaften (Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsrecht) und Rechtswissenschaften
  - Gerne mit folgenden Studienschwerpunkten: Finanzierung, Rechnungslegung, Bilanzierung oder Controlling
  - Idealerweise mit ersten praktischen Erfahrungen (Ausbildung oder Praktika) und spezifischen Branchenkenntnissen
  - Gute Englisch- und MS-Office-Kenntnisse
  - Souveränes Auftreten & Kommunikationsstärke

# Unsere Botschaften in den Bewerbermarkt – eine Differenzierung ist von Nöten Denn: Alle kommunizieren klassische Karriereklischees



**Wortsprache:** Klischees: Dynamisch, erfolgreich...

## Umfeld (4)

Schnelles Umfeld  
Junges, dynamisches Umfeld  
Internationales Umfeld

## Führend (3)

Eines der führenden  
Eines der bedeutendsten

**Bildsprache:** Klischees: Karriere, Herausforderung, vielseitig...

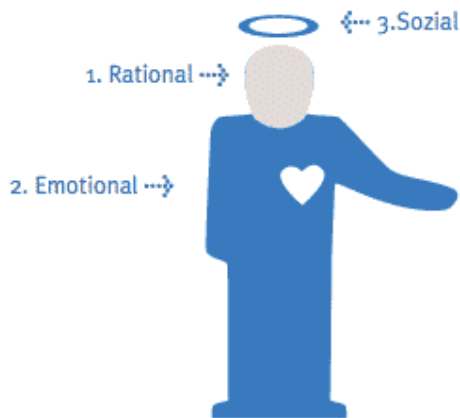
→ **Deswegen keine differenzierende Wahrnehmung der Big 4:**

„Für mich kommen Wirtschaftsprüfer sehr einheitlich rüber.“  
„PwC vs. KPMG: Da ist nichts einzigartig.“

# Trends am Arbeitsmarkt der Absolventen: Freizeit und Beruf verschmelzen zunehmend.

*Die Erweiterung um das „gute Gewissen“:  
Das Feel-Good-Moment in Konsum und Business*

In Zukunft muss ein Unternehmen seine Stakeholder nicht nur rational und emotional überzeugen, es muss auch dem Anspruch an ethisches Verhalten gerecht werden.



## > Frühere Lebensaspekte heute wichtige Berufsaspekte:

- Menschlich, ethisches Verhalten wird auch am Arbeitsplatz erwartet.

## Für Höchstleistungen ist ein gutes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit nötig:

*„Die Erkenntnis, dass der Mensch nur bei einem ausgeglichenen Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben Höchstleistungen erbringen kann, zählt bei der jungen Elite längst zum Allgemeinut.“*

## Erfolgreich ist, wer beides schafft:

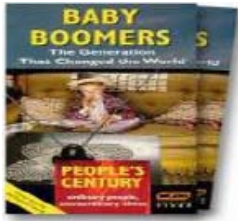
*„Heute gilt es als Statussymbol, beruflich erfolgreich zu sein und gleichzeitig Kinder zu haben.“*

## Frühere Freizeitaspekte sind heute wichtige Berufsaspekte:

- *„Privates und Berufliches vermischt sich immer stärker, deshalb muss der Job selbst möglichst viel Spaß machen.“*
- *Die Lebens- und Arbeitswelt werde in erster Linie durch den "riesigen Spielraum an Möglichkeiten" bestimmt. Das heißt aber auch, dass man sein Leben ständig neu ausrichten muss.“*



# Kommunikationsinhalte entsprechend den Werten der Generation Y



## Babyboomers

“Leben um zu Arbeiten”

\* 1946 - 1964



## Generation X

“Arbeiten um zu Leben”

\* 1965 - 1980



## Generation Y

“Erst Leben, dann Arbeiten”

\* 1981 - 2002

- Positive Grundeinstellung; Optimismus
- **Diversity**
- **Soziale Verantwortung**
- Geld (Einhaltung der **Work-Life Balance** ist aber wichtiger als Geld)
- Familien zentriert; **Teamwork**
- Technologie

# Was versprechen wir?

## Work-Life-Choice

- Jahresarbeitszeitkonto
- Flexible Arbeitszeiten
- Überstundenausgleich
- Audit berufundfamilie

## Karrieremodell

- Karrieremodell mit klaren Entwicklungsschritten
- Mentorensystem
- Faires Beurteilungssystem
- women@pwc

## Berufsexamina

- Unterstützung von Berufsexamina
- Förderbudgets bis zu 13.000 €
- Zeitguthaben

## Internationale Karrieremöglichkeiten

- Secondments/EPIC
- Stairways
- Europäisches Praktikantenprogramm Check-In
- Clusterorganisation
- PwC-Netzwerk in 150 Ländern

## Weiterbildung

- New Joiner Days
- PwC Academy
- Fach- und Verhaltenskurse
- Mentoring

## Sonstige Leistungen

- Sicherer Arbeitgeber
- Betriebskrankenkasse
- ...

Was müssen wir zusätzlich kommunizieren, um nicht nur Klischees zu bedienen?

Kollegialität und sehr teamorientierte Mitarbeiter

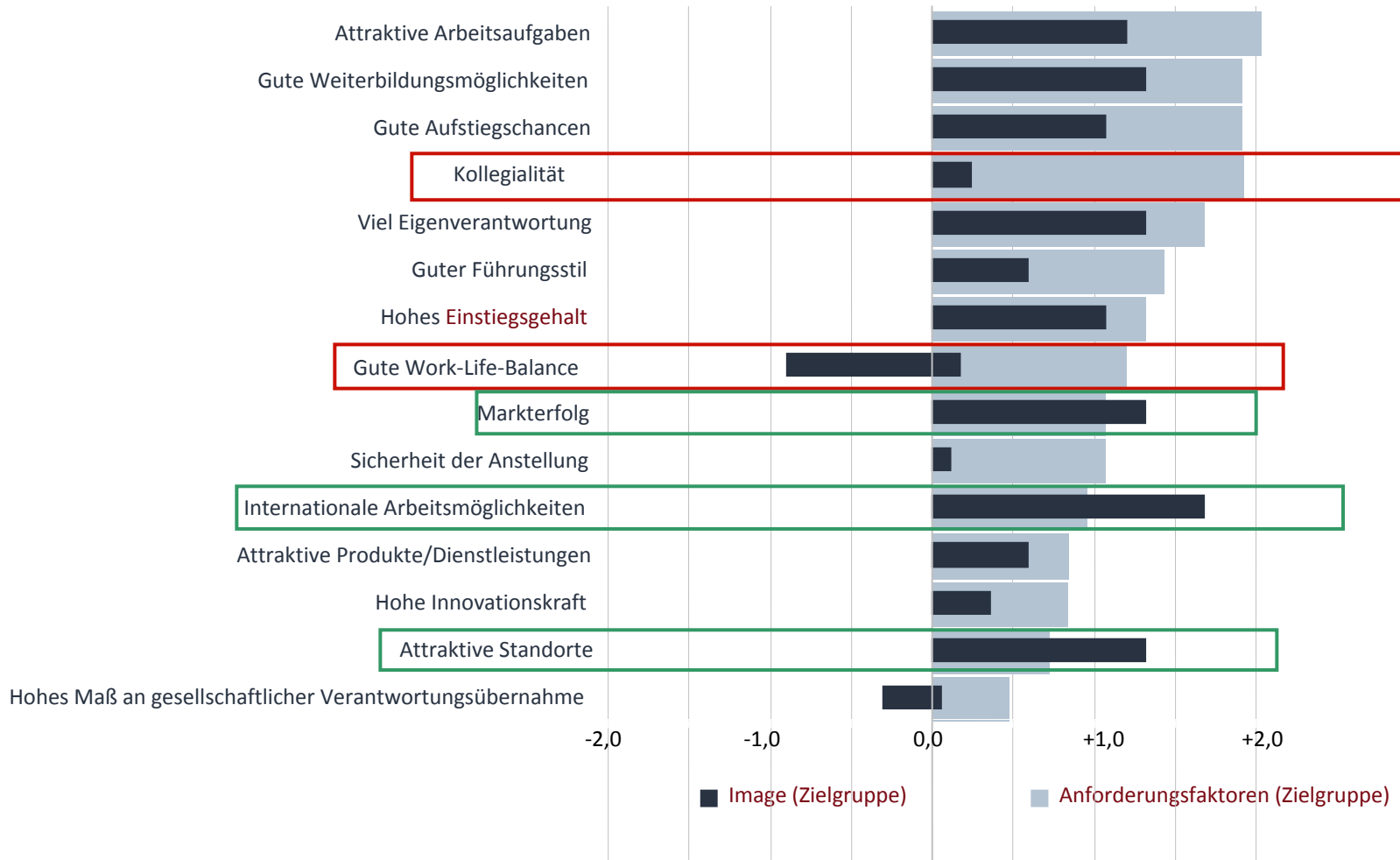
Gute Work-Life-Balance

Guter Führungsstil

Flache Hierarchien

Attraktive und vielfältige Arbeitsaufgaben

# Was müssen wir tun? Stärken stärken und Schwächen schwächen!



# Kommunikationskanäle zu den zukünftigen neuen Kollegen

Messen/Veranstaltungen\*

Karriere Give-Aways\*

Hochschularbeit\*

Online-Marketing

Stellenanzeigen

Karriereseite

Praktikantenbindungsprogramm KIT\*

PwC-Friends

# Messestand Absolventenkongress I – Nähe und Emotionalität schaffen



# Messestand Absolventenkongress II – Interesse an den Kollegen von morgen zeigen





# Persönliche Botschafter präsentieren – PwC erlebbar machen



**M. Mustermann**  
Assurance  
Junior Consultant

“ Das Wichtigste in meiner Tätigkeit ist ein kompetentes Team, auf das ich mich verlassen kann ”

**PRICEWATERHOUSECOOPERS**   
PricewaterhouseCoopers. Die Vorausdenker.



# Karriere Give-aways



# Wie binden wir die Talente an uns?

Praktikantenbindungsprogramm Keep in touch (KIT)

Gute Aus-und Fortbildung

Vielseitige Aufgabenfelder

Alumni-Programm

# Vielen Dank!