

Mitarbeiterkultur in einem jungen Sensorik-Unternehmen

„Ist es eine coole Idee, dann machen wir das einfach.“

Interview mit Robert Möslein, Geschäftsführer des Instituts für Sensorikforschung und Innovationsberatung isi in Göttingen.

isi hat in den letzten Monaten fünf neue Mitarbeiterinnen eingestellt. Ist das die normale Fluktuation oder stellt ihr gerade vermehrt ein?

Beides. Einmal wachsen wir seit über zehn Jahren stetig und stellen daher tatsächlich mehr Mitarbeiter ein. Zudem sind gerade in der letzten Zeit eine Reihe von Kollegen in Elternzeit gegangen. Daher haben wir nach Ersatz gesucht. Die neuen Mitarbeiter bleiben dann allerdings in der Regel bei uns. So steigt die Zahl der Team-Mitglieder kontinuierlich.



Sind in den letzten Monaten zum isi-Team gestoßen (von links nach rechts): Lilian Koch (Soziologin), Annika Presch (Ökotrophologin), Dr. Annabel Franz (Agrarwissenschaftlerin), Linda Meriluoto (Ernährungswissenschaftlerin), Alina Herdt (Ernährungswissenschaften)

Wie findet ihr eure neuen Kollegen?

Oft finden sie bereits als Studierende zu uns. isi arbeitet ja regelmäßig mit Hochschulen zusammen. Die enge Verbindung geht unter anderem auf die beiden Gründer und wissenschaftlichen Leiter von isi zurück: Prof. Andreas Scharf unterrichtet an der Hochschule Nordhausen. Prof. em. Bernd Schubert lehrte bis vor kurzem an der Hochschule Harz. Nach einem Praktikum gefällt es dann Manchen so gut, dass sie bei uns bleiben wollen. Mir ging das übrigens auch so. Ich habe vor 16 Jahren ein Praktikum bei isi gemacht, und seither bin ich hier.

Ein anderer Weg führt über unsere Netzwerke. Wir sind unter anderem Mitglieder der Deutschen Gesellschaft für Sensorik und des European Sensory Network. Sie teilen unsere Stellenangebote und sorgen so für weitere Job-Kandidatinnen und Kandidaten.

Was bewegt die Menschen, sich bei isi zu bewerben?

Es gibt nicht viele Unternehmen, die das anbieten, was uns auszeichnet, die enge Verknüpfung von Sensorik und Marketing. Das ist innovativ und zieht allein schon deswegen potentielle Mitarbeiter an.

Dann hat es sich herumgesprochen, dass isi ein junges und flexibles Unternehmen ist. Jeder Mitarbeiter kann mit dem Unternehmen wachsen und eigene Ideen einbringen und umsetzen.



Eine coole Idee wird geboren. Joachim Haag, isi-Geschäftsführer, und isi-Mitarbeiterin Dr. Alexandra Kraus posten sich auf dem isi-Stand während des EuroSense-Kongresses in Dijon zu. Aus der Idee für den Messestand entwickelte sich eine wissenschaftliche Studie. Die Ergebnisse stellt Alexandra Kraus auf dem Pangborn-Symposium 2017 in Providence vor.

Welche Unternehmenskultur erwartet die neuen Mitarbeiter?

Kollegial, flexibel, fair – das sind die drei zentralen Begriffe der isi-Kultur. Wir sehen in jedem Mitarbeiter den Menschen. Wir versuchen daher, auf die unterschiedlichen Persönlichkeiten, Lebensumstände und Arbeitsweisen einzugehen.

So bieten wir beispielsweise verschiedene Arbeitszeitmodelle an. Das Spektrum der Wochenarbeitsstunden reicht von 16 bis 40 Stunden. Gerade joggt ein Mitarbeiter in seiner Mittagspause eine Runde. Die Zeit hängt er später wieder an. Eine Kollegin arbeitet vom Home-Office in Kopenhagen, Dänemark, aus. Es spielt keine Rolle, wann gearbeitet wird. Wichtig ist, dass die Arbeit dann fertig ist, wann es der Kunde gefordert hat und natürlich, dass jeder in den normalen Geschäftszeiten für unsere Kunden und seine Kollegen ansprechbar ist.

Hinzu kommt, dass wir eine Reihe von Freizeitaktivitäten anbieten. Wer möchte, kann zum Beispiel an unserer Mittagslaufrunde oder unserem Englisch-Unterricht teilnehmen. Im Moment trainiert das isi-Team beispielsweise für den Göttinger Altstadtlauf.

Flexible Zeiteinteilung und verlässliche Erreichbarkeit, ist das kein Widerspruch?

In der Tat mag das als Widerspruch erscheinen, ist es aber nicht. Unsere Mitarbeiter sind so nah am Kunden, dass sie wissen, wann sie gebraucht werden. Zwischen den Eckpunkten „Fristen einhalten“ und „den Kunden zufrieden stellen“ können sich die Mitarbeiter frei bewegen. Die Erfahrung hat uns gezeigt, dass bei unseren Mitarbeitern die selbstverantwortliche Zeiteinteilung und das Verantwortungsgefühl für den Kunden Hand in Hand gehen. Eine „Dienst-nach-Vorschrift“-Mentalität behindert meiner Meinung eher eine gute Partnerschaft zwischen Mitarbeiter und Kunde.



Ob Anfänger oder Marathoner, bei isi läuft mit, wer Lust hat.

Was wünscht ihr euch von neuen isi-Mitarbeitern?

Vor allem Neugier, Offenheit und Begeisterungsfähigkeit. Wir wollen gemeinsam neue Projekte umsetzen. Wenn jemand eine gute Idee hat, rennt sie oder er bei uns offene Türen ein. Ist es eine coole Idee, dann machen wir das einfach. Nur so können wir wachsen. isi ist das Produkt seiner Mitarbeiter.

Was bereitet den Neuen mitunter Probleme bei isi?

Neue Kollegen sind manchmal irritiert, weil es bei uns so wenig Regeln gibt. Wer straffe Einarbeitungspläne, fixe Strukturen und Hierarchien erwartet, ist bei uns möglicherweise falsch. Allerdings gehen wir auch auf Wünsche aus dem Team ein, an manchen Stellen mehr Strukturen zu schaffen, aktuell zum Beispiel bei der Dienstreise-Regelung.

Zudem müssen sich neue Mitarbeiter, gerade wenn sie frisch von der Uni kommen, an die Anforderungen des Projektgeschäfts gewöhnen. Da isi für Termintreue und hohe Qualität steht, kann es zum Projektende hin schon Mal stressig werden. Wer einen klassischen „nine-to-five job“ sucht, ist bei isi daher vermutlich nicht richtig. Gut aufgehoben sind bei uns dagegen Menschen, die sich gerne intensiv

einem zeitlich abgegrenzten Projekt widmen und denen es eine Bestätigung verschafft, wenn das Projekt-Ergebnis die Kunden begeistert hat.

In welchem Bereich sucht ihr Mitarbeiter?

Wir suchen sowohl für den Bereich Consumer Research als auch in der klassischen Marktforschung mit betriebswirtschaftlichem oder wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund. Für unsere deskriptiven Panel* suchen wir Ernährungswissenschaftler. Aktuell haben wir zwar keine offenen Stellen, aber das kann sich schnell ändern. Der nächste Kunden-Ansturm kommt bestimmt. Wir freuen uns auch über Initiativbewerbungen.



Neue Produkte, neue Kunden, neue Aufgaben – langweilig wird es bei isi nicht.

Muss man Deutsch können, um bei isi zu arbeiten?

Grundsätzlich ist die Unternehmenssprache deutsch. Die Mehrzahl unserer Kunden ist aber international. Daher stellen wir gerne Kollegen ein, die Englisch sprechen und über internationale Erfahrung verfügen, wobei auch gute Deutschkenntnisse vorhanden sein sollten. Bei uns arbeiten unter anderem Mitarbeiter aus Südamerika und den nordischen Ländern. Wer mit unserem deskriptiven Panel* arbeitet, muss allerdings sehr gut Deutsch sprechen.

Was gefällt Mitarbeitern besonders gut bei euch?

Die ständig wechselnden Projekte und die Möglichkeit, sich in neue Dinge einzuarbeiten. Während eines Projekts beschäftigt man sich mit Tütensuppen, beim nächsten mit Bier, und die Woche darauf mit dem Design von Espresso-Vollautomaten. Außerdem hat man Kontakt mit unterschiedlichen Kunden und

Kundenpersönlichkeiten. Es wird also nie langweilig bei isi und man wird immer wieder vor neue Herausforderungen gestellt.

Robert, danke für das Interview

((Kasten))

isi in Zahlen

Gegründet: 1995 von Prof. Bernd Schubert & Prof. Andreas Scharf

Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter: 70 (35 Frauen)

Niederlassungen: 3: Göttingen, München, Hamburg

Branche: Sensorik- & Marktforschung

Ausbildungshintergründe: Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Psychologie, Sozialwissenschaften, Statistik, Ernährungswissenschaften / Food Science.

* **Deskriptives Panel:** Eine Gruppe von Menschen, die speziell trainiert wurde, um bestimmte sensorische Aspekte eines Produkts, etwa das Aroma eines Frischkäses oder die Textur eines Brotes, zu erkennen und zu quantifizieren.