

Solita wächst auch hierzulande

Über 660 Mitarbeiteraktionäre an Bord geholt

VON FRANK ZSCHEILE

Der finnische Technologie-, Daten- und Design-Spezialist Solita, 1996 gegründet und inzwischen mit 1.600 Spezialisten für das digitale Geschäft auch in Schweden, Dänemark, Estland, Belgien und Deutschland aktiv, gewinnt auch hierzulande neue Kunden in Industrie und Logistik und eröffnet jetzt weitere Standorte – unter anderem in Berlin und München.

Im Geschäftsjahr 2022 verzeichnete Solita in Deutschland ein Personalwachstum von 70 Prozent in allen Geschäftsbereichen – von Entwicklung und Vertrieb bis zu Business Development und administrativen Tätigkeiten. Im März kamen neue Büros in München (Campus Königplatz) sowie in Berlin (Podium-Pressenhaus, Karl-Liebknecht-Straße) hinzu.

Das Personalwachstum erfolgt im hart umkämpften Fachkräftemarkt, denn Spezialisten für den Bereich „Connected Data“ zu finden ist alles andere als einfach. „Gerade für ein hierzulande junges Unternehmen ist das schwierig schwierig“, erzählt Florian Disson, Managing Director DACH bei Solita. Neben aktivem Recruiting erhalte man in jüngerer Zeit verstärkt Eigeninitiativbewerbungen – und dies mit einer überdurchschnittlichen Quote an

abgeschlossenen Arbeitsverträgen. Mit entscheidend dafür sei der nordische, menschenzentrische Ansatz des finnischen Unternehmens, so Disson.

Alle drei Wochen misst Solita die Zufriedenheit seiner Belegschaft mit dem Employee Netpromoter Score. Das Unternehmen zählt sich hier zu den Top 5 Prozent innerhalb der IT-Beratungsbranche in Europa mit einem ENPS von 8,7, in Deutschland sogar 9,1. Das wohl auch deshalb, weil Solita Wert lege auf persönliche Entwicklung, so Disson. „Also keine unbezahlte Überstunden, keine 60-Stunden-Woche, die früher oder später zum ‚Quiet Quitting‘ führt. Eine gesunde Auslastung liegt aus unserer Sicht eher zwischen 70 und 80 Prozent.“

Die Qualität der gesammelten Daten verbessern

Heute geht es laut Disson darum, die Qualität der über die Jahre gesammelten Daten zu verbessern. Data Governance und Master Data Management sind hier die Schlagworte, sagt Disson: „In dieser Phase befinden sich derzeit viele Unternehmen in Deutschland, vornehmlich in der industriellen Fertigung.“

Erst anschließend kann es laut Disson darum gehen, mit den aufbereiteten

Daten neue Geschäftsmodelle zu erschließen, Datenservices und -produkte einzuführen, Machine-Learning zu nutzen und die Automatisierung weiter voranzutreiben. Der Hype um ChatGPT zeige deutlich: Das Wissen der Welt ist inzwischen so operativ, dass damit äußerst erfolgreiche Geschäftsmodelle möglich werden.

Übrigens: Anfang des Jahres hat Solita auch seine dritte Runde der Mitarbeiterbeteiligung erfolgreich abgeschlossen. Allen Beschäftigten stand darüber die Möglichkeit offen, in das Unternehmen zu investieren. Mehr als 660 davon sind nach der dritten Runde nun Mitarbeiteraktionäre. 2018 hatte Solita das erste Aktionärsprogramm dieser Art durchgeführt. ■



Florian Disson, Managing Director Germany von Solita, vor dem neuen Firmensitz in Berlin