

„Völlig unerwartet scheidet der Mitarbeiter nach 40 Jahren aus“

Das Thema Management muss sich in den Personalabteilungen professionalisieren, sonst wird's schwierig, sagt **Christoph Beck**, Professor an der Fachhochschule Koblenz und wissenschaftlicher Beirat der Career's-Best-Recruiters-Studie, zu **Heidi Aichinger**.

STANDARD: *Recruiting habe sich professionalisiert, sagt man. Hat das die Human-Resources-Abteilungen schon näher an die Gesamtstrategie geführt?*

Beck: Ja, auf jeden Fall. Der Zusammenhang ist in den äußeren Rahmenbedingungen zu sehen. Die werden im Wesentlichen einerseits aufgrund der Demografie bestimmt, was das Thema Angebot und Nachfrage beschreibt – auf der anderen Seite durch das Thema Globalisierung und Wettbewerb. Und damit verbunden ist das Thema Unternehmensstrategie. Nimmt man also zur Kenntnis, dass die wirkliche Wertschöpfung in Unternehmen durch das Personal erwirtschaftet wird, dann gebührt es diesem auch, dass die Personalstrategie integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie sein sollte.

STANDARD: *Und wie sieht die Unternehmensrealität aus?*

Beck: Ich denke, in den letzten Jahren ist die Sensibilität für das Thema Humanressource und deren Bedeutung sowie Beitrag für den Unternehmenserfolg größer geworden. Dennoch stehen wir im

Gesamtprozess „Stellenwert von Personal im eigenen Unternehmen“ oft noch am Anfang.

Das wird sich aber dramatisch ändern, weil wir auch merken, dass wir Schlüsselpositionen nur schwer besetzt bekommen, dass wir manche Positionen gar nicht mehr nachbesetzt bekommen. Und insofern ist das nur mehr eine Frage der Zeit, wann es auf den Topics des Managements landet.

STANDARD: *Widersprüchlich ist, dass einerseits der „War for Talents“ tobt, andererseits aber nicht wenig Bewerber vergeblich auf Rückmeldung eines Unternehmens warten ...*

Beck: Unstrittig ist: Wenn wir akzeptieren und sagen „Gute Bewerber suchen sich die guten Unternehmen aus“, dann wissen wir auch, dass nicht die besten Unternehmen die

besten Bewerber bekommen, sondern die schnellsten.

Im Sinne einer Recruiting-Professionalität und einer Kunden- und Dienstleistungsorientierung ist es wichtig, dass jede Initiativbewerbung tatsächlich beantwortet wird oder eine Reaktion erfolgt. Mit der Bewerbung hat nämlich eine Person schon einen weiten Weg zurückgelegt, um sich zu informieren – über das Unternehmen, über die Position. Unternehmen, die durch Nichtachtung reagieren, betreiben keine positive Imagearbeit. Denn über eines muss man sich auch klar sein: nämlich dass die Bewerber eine Community darstellen, Multiplikatoren sind, die innerhalb ihrer Zielgruppe ihre Erfahrungen weitergeben.



Nicht die Besten bekommen die besten Bewerber, sondern die Schnellsten

STANDARD: *Es heißt, dass sich heute Bewerber die Unternehmen aussuchen – nicht mehr umgekehrt ...*

Beck: Davon können wir künftig noch stärker ausgehen. Die Frage ist: Wie entscheidet sich ein Bewerber für eines der infrage kommenden Unternehmen, wenn diese mehr oder weniger ver-

gleichbar sind? Den Unterschied machen die „touch points“. Das heißt: Wie erlebe ich in diesem Prozess das Unternehmen? Das fängt damit an, ob die Person am Empfang weiß, wohin sie mich schicken soll, und geht weiter mit: Wie habe ich das Vorstellungsgespräch empfunden, waren die Leute mir sympathisch? Es ist das Arbeitgebererlebnis, das schlussendlich dazu führt, ob ein guter Bewerber sagt: Ich gehe zum Mitbewerb, oder ich fange bei dir an.



Bewerber suchen sich das Unternehmen aus – nicht umgekehrt. Bei ähnlichen Angeboten wird nach Werten entschieden. Foto: iStockphoto

STANDARD: *Was ist Ihrer Ansicht nach die Aufgabe eines Personalers?*

Beck: Die Aufgabe des Personalers ist eigentlich eine beratende Funktion. Nämlich den Fachabteilungen zu übermitteln: „Je langfristiger die Personalplanung ist, desto besser kann ich dir die Leute bringen, die du brauchst.“ Das funktioniert ja heute nicht so.

Plötzlich und völlig unerwartet scheidet der Mitarbeiter nach 40 Jahren aus, und dann sagt die Fachabteilung: Ich brauche innerhalb eines Monats Ersatz. So funktioniert das nicht. Der Personaler in der heutigen Zeit muss den Benefit für die Fachabteilung in den Vordergrund stellen. Der macht das ja nicht aus Selbstverliebtheit, sondern aus seiner Kundenorientierung den Fachabteilungen gegenüber.

STANDARD: *Dafür braucht es aber mehr Nähe zur Strategie ...*

Beck: ... und als Resultat daraus ein professionelles Talent-Management. Das heißt: in möglichst frühen Phasen potenzielle Bewerber auf mich aufmerksam zu machen, sie an mich zu binden, mit ihnen im Dialog zu bleiben. Das verstehen wir unter Talent-Relationship-Management – eine wirkliche Beziehung aufzubauen. Und das ist halt Investment.

STANDARD: *Sind Ihrer Ansicht nach die Personalabteilungen in Unternehmen für diese „beratende Funktion“ richtig besetzt?*

Beck: Ich glaube, dass die Personaler einen guten Job machen. Aber eines können die Personaler nicht: Sie können sich selbst nicht vermarkten. Was auch mit dem Stellenwert zusammenhängt. Sie machen einen guten Job, kommunizieren aber pro domo sehr schlecht. Während ein Vertrieb oder ein Marketing sich immer mit jedem Produkt selber gut verkauft, macht Personal vieles schlussendlich automatisch ohne viel Aufsehen. Das ist etwas, was Personaler ändern müssen. Ich glaube nicht, dass wir die falschen Personaler haben, aber sie werden auf jeden Fall mehr in Richtung Managementdimension denken und handeln müssen.

Wir brauchen jetzt einfach Personalmanager – da steckt das Wort Management drin. Das heißt: Wir haben im Board zu kämpfen – mit einem Finanzvorstand, mit einem Vorstandsvorsitzenden. Und den interessieren Zahlen, Marktanteile, Cashflow. Und jetzt kommt der Personaler und sagt: Ich leiste qualitativ gute Arbeit. Und der Chef sagt: Ja, was denn? Das heißt, das Thema Management muss sich in den Personalabteilungen professionalisieren, sonst werden wir es schwer haben.

CHRISTOPH BECK ist Professor für Personal- und Bildungswesen an der FH Koblenz sowie wissenschaftlicher Beirat der Career's-Best-Recruiters-Studie.

Guter Umgang im sozialen Netz

Lehrgang zum akademischen Social-Media-Manager

Im März startet an der Life Long Learning Academy (LLL Academy) der FH Technikum Wien die erste akademische Ausbildung zum Social-Media-Manager. 17 Trainer sollen interessierte Teilnehmer in zwei Semestern zum erfolgreichen Social-Media-Management befähigen.

Dabei reicht der inhaltliche Bogen von der Erstellung unternehmensweiter Richtlinien bis hin zur Entwicklung kreativer Inhalte, von der Einbettung der Social Media in die Gesamtstrategie bis hin zu den rechtlichen Aspekten und der Erfolgsmessung. Der Lehrgang ist für Berufstätige konzipiert, unterrichtet wird an drei Abenden der Woche.

Der Lehrgang richtet sich an Mitarbeiter in Marketing- bzw. Kommunikationsabteilungen, an Sales-Manager, die einen professionellen Social-Media-Auftritt planen, umsetzen und betreuen, sowie an Personen mit einer Ausbildung im Bereich Wirtschaftsinformatik, Informatik, Marketing, PR, Germanistik und Journalismus mit einer Affinität zu Social Media. Ein Hochschulabschluss ist nicht notwendig, Berufserfahrung in den Bereichen Informatik, Wirtschaftsinformatik, Marketing, Kommunikation oder verwandten Themengebieten sind jedoch von Vorteil. Die Bewerber werden zu einem Interview eingeladen. (red) www.lllacademy.at/smm

VERANSTALTUNGSANZEIGER

UNIVERSITÄTS- & DIPLOMLEHRGÄNGE

»Psychotherapeutisches Propädeutikum«
Infoseminar: 13. Feb, 18 Uhr, ARGE-Haus, Start 6. März

»Supervision, Coaching & Organisationsentwicklung« – MSc
Infoseminar: 11. Feb, 18 Uhr, ARGE-Haus, Start 18. Apr

Nützen Sie den Frühbucherbonus!

ARGE
IMC
Bildungsmanagement
T: 01/263 23 12-0, Fax-DW 20
www.bildungsmanagement.ac.at
office@bildungsmanagement.at

in Kooperation mit der Sigmund Freud PrivatUniversität Wien
WIEN, OÖ, VBH-STMK, BFI-KÄRNTEN, VHS-TIROL, KVV-SÜDTIROL, DEUTSCHLAND

UNIVERSITÄTSLEHRGÄNGE

»Mediation & Konfliktregulierung« – MSc
Infoseminar: 14. Feb, 18 Uhr, ARGE-Haus, Start 15. Mar

»Psychosoziale Beratung / Lebens- & Sozialberatung« – MSc
Infoseminar: 13. Feb, 20 Uhr, ARGE-Haus, Start 12. Apr

Nützen Sie den Frühbucherbonus!

Nähere Informationen: Eva Fuith, T: 01/531 70-133, F: -479
E-Mail: eva.fuith@derstandard.at

bezahlte Anzeigen

ÖPWZ

Wissen, das Sie an Ihr Ziel bringt

Lehrgang:
Der Energieausweis-Profi
nach Art. 17 EPBD

- Grundlagen der
- EPBD und ihrer Umsetzung
- Bauphysik und Bautechnik
- Haustechnik
- Energieausweiserstellung
- Berechnungsbeispiele
- Software

2 x 2 Tage in Wien
Start: 6. März 2013

Das Programm zum Download auf www.opwz.com

Informationen und Kontakt
Mag. Laura Pretterebner
laura.pretterebner@opwz.com
+43 1 533 86 36-31
www.opwz.com



IHR ÖPWZ WISSENS-VORSPRUNG
zertifiziert durch
qualityaustria
Erteig mit Qualität

Ausbildung zum/zur
(Bilanz-)Buchhalter/-in

Details siehe www.wifiwien.at/finanzakademie

Kostenlose Info-Veranstaltung: Di, 19.2.2013, 18.00 Uhr

Ausbildung zum
Businesscoach

Details siehe www.wifiwien.at/113502

Assessment-Center: Mi, 20.2.2013

Lehrgangstart: 21.3.2013 (200 Lehreinheiten)

WIFI. Wissen Ist Für Immer.

www.wifiwien.at/kontakt

T 01 476 77-5555

Währinger Gürtel 97, 1180 Wien

www.wifiwien.at

Jetzt
anmelden