Bedeutend unbedeutend …

… kann HR sein

8. Dezember 2020

Zwischenzeitlich zeigen die beteiligten Parteien in der Wirtschaft ähnliche Ansprüche an die Serviceleistung des HR. Und das unabhängig von der Branche. Firmen, die Personalmanagement als rein administrative Supportstelle nutzen, werden rarer. Gut so!

Sehr oft beschreiben Firmen ihr HR als wichtig, anerkannt, wertschöpfend oder gar innovativ. Aus der HR-Abteilung erwarten wir somit unweigerlich und richtigerweise klare Hinweise, wie HR seinen Unternehmensbeitrag leistet. Was nun, wenn ich HR nicht einmal auf der Homepage eines Unternehmens entdecke? Kein Gesicht aus dem HR in der Geschäftsleitung. Keine Hinweise unter Jobs oder Karriere oder wer meine Ansprechperson wäre. Das Einzige, das auf die Existenz einer HR-Abteilung schliessen lässt, ist die E-Mail-Adresse. Die hat irgendwas mit HR, Jobs oder Bewerbung mit drin.

Gerne schlage ich sogleich noch einen Bogen zum Rekrutierungsverfahren. Es gibt sie noch, diese Firmen, die nicht explizit eine Rückantwort seitens Kandidaten auf ein Vorstellungsgespräch verlangen. Sie künden sich als alleinige "Feedbackgeber" an. Das Gegenüber wird ja bestimmt und sicher mitgehen; und sich uns – dem innovativen Arbeitgeber – unbedingt anschliessen wollen. Auch da scheint (leider) der Titel meines Blogs bestätigt: Zu bedeutend der Anteil des potenziellen Arbeitgebers an Überheblichkeit, zu unbedeutend der Miteinbezug der Kandidaten und das Bewusstsein der neuen Marktgegebenheiten. Da hat definitiv jemand den Sprung ins neue Zeitalter verpasst. Oder begnügt sich damit, genau jene Personen zu finden, die zur Kultur passen: tendenziell angepasst, unspektakulär und traditionell. Dafür praktisch. Denn so lässt es sich bestens und wie gewohnt weiterleben.

Es ist genauso Aufgabe des HR, aus unbedeutender Werbung ein bedeutendes Marketing zu schaffen. Zugegeben, die Ideen schaffen meistens externe Werbeprofis. Das HR dabei mit zu involvieren, ist essenziell. Ansonsten kann es passieren, dass Kampagnen nicht abgestimmt sind und ohne roten Faden dastehen. Die kulturellen Aspekte und die strategischen Gedanken sollen mit dem operativen Ist-Zustand im Einklang stehen.

Möchten Sie alte Muster durchbrechen? Verfolgen Sie das Ziel, als innovativer Arbeitgeber wahrgenommen zu werden? Lassen Sie uns gemeinsam Ihren Auftritt, Ihr Tun und Ihre Wirkung erkennen. Und aus unbedeutend bedeutend machen.