



PERSONAL2017 SÜD

Reinhard Sprenger spricht als Keynote „Vertrauen ist das Organisationsprinzip der Stunde“, meint **Dr. Reinhard K. Sprenger**, Deutschlands profiliertester Führungsexperte. Je virtueller die Arbeitswelt werde, desto mehr bilde Vertrauen das Band, das Menschen „zusammen“-arbeiten lasse. Diese These untermauert der Managementberater und Philosoph am Mittwoch, 10. Mai, auf Süddeutschlands größter Messe für Personalmanagement, die vom 09. – 10. Mai 2017 in Stuttgart stattfindet. Weitere prominente Keynote-Speaker werden u.a. sein: **Dr. Uwe Schirmer** (Leitender Direktor bei Robert Bosch), **Prof. Dr. Rupert Felder** (Personalleiter der Heidelberger Druckmaschinen AG und Vizepräsident des Bundesverbandes der Arbeitsrechtler in Unternehmen) und **Prof. Dr. Ullrich Dittler** (Professor für interaktive Medien an der Hochschule Furtwangen). **Nähere Informationen hier.**

PERSONALFOKUS

VORSICHT GEBOTEN: SPAMgefahr über XING

von **Berni Gey**
In der vergangenen Woche erhielt ich eine E-Mail, deren Absender angeblich ein Personalleiter aus Bern, Schweiz sein sollte, der über seinen XING-Account eine Mail an mich schickte. Konkret wurde ich in vertraulicher „Du-Form“ mit folgendem Text angesprochen: „Wir wurden für eine Auszeichnung nominiert. Siehe unsere Projekte auf dem folgenden Link: - Hier folgte der SPAM-Link -. Wenn die Verbindung nicht auf einem Computer funktioniert, verwenden Sie ein mobiles Gerät. Ich würde gerne Ihre Antwort wissen. Grüße Vorname/Name“ Irritiert durch die „Du-Anrede“ eines mir unbekanntes XING-Mitglieds, versuchte ich direkt Kontakt zu dem Absender aufzunehmen. Dies war nicht möglich. So vorgewarnt informierte ich direkt **Dr. Thomas Vollmoeller** (CEO der XING AG). Innerhalb weniger Minuten kam die Reaktion des verantwortlichen Teams bei XING in Form einer

E-Mail: „Im Moment kursieren Phishing-Nachrichten auf XING, die eine Auszeichnung versprechen, oder das Überprüfen der Sicherheitseinstellungen anfordern. Diese Links auf keinen Fall anklicken sondern die Nachricht direkt an XING melden.“ (Anm. der Redaktion: meldung@xing.com).

PERSONALLITERATUR

FINANZTEST SPEZIAL FAMILIEN-SET Elternzeit, Kita, Schule, Versicherungen, Vorsorge

Rechtstipps für die richtigen Entscheidungen im Familienalltag: Egal ob es um Elterngeld, Sorgerecht, das Recht auf einen Kitaplatz oder Mieterrechte für Familien geht – hier finden Sie alle Antworten auf einen Blick. Das Sonderheft zum Preis von 12,90 (D) enthält Checklisten, Formulare sowie Musterbriefe und spricht vor allem jüngere Menschen an, die Kinder haben oder sich welche wünschen. **Hier können Sie direkt bestellen.**

PERSONALRECHT

FREMDPERSONALEINSATZ UND MITBESTIMMUNG I

Eine Einstellung iSd. § 99 BetrVG liegt vor, wenn Personen in den Betrieb eingegliedert werden, um zusammen mit den dort schon beschäftigten Arbeitnehmern dessen arbeitstechnischen Zweck durch weisungsgebundene Tätigkeit zu verwirklichen. Auf das Rechtsverhältnis, in dem die Personen zum Betriebsinhaber stehen, kommt es nicht an. Eingegliedert ist, wer eine ihrer Art nach weisungsgebundene Tätigkeit verrichtet, die der Arbeitgeber organisiert. Der Beschäftigte muss so in die betriebliche Arbeitsorganisation integriert sein, dass der Arbeitgeber das für ein Arbeitsverhältnis typische Weisungsrecht inne hat und die Entscheidung über den Einsatz nach Inhalt, Ort und Zeit trifft, BAG vom 08.11.2016, 1 ABR 57/14 (RA Dr. Ulrich Brötzmann, Mainz, www.kanzlei-broetzmann.de).



PERSONALTHEMA

EMPLOYER BRANDING UND NACHHALTIGE UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION (TEIL 1/4)

Autorin: Corina Hoch

Employer Branding und nachhaltige Unternehmenskommunikation sind die Dauerbrenner, wenn es um die Mitarbeitergewinnung und -bindung mit Hinblick auf die nächsten 5 bis 10 Jahre geht und darüber hinaus. Bereits in 2020 werden laut einer McKinsey-Studie zwei Millionen Akademiker und in 2025 sogar 6,5 Millionen Fachkräfte in Deutschland fehlen. Dieser Trend hat schon vor einiger Zeit für nachhaltiges Umdenken im Personalwesen gesorgt. Doch was verbindet Employer Branding und nachhaltige Unternehmenskommunikation? Beides funktioniert nur durch kontinuierliche Pflege und ohne nachhaltige Kommunikation findet kein Employer Branding statt!

Strategie der 80er und 90er

Während die Strategie der 80er und 90er Jahre eher nach Imageanzeige und Absolventen-Events im Ausland bzw. Karrieretag aussah, muss man heute deutlich innovativer sein. Es gilt sich als authentische Arbeitgebermarke zu präsentieren, um so langfristig seinen Bekanntheitsgrad zu steigern. Für ein erfolgreiches Employer Branding muss zunächst Vertrauen aufgebaut und Sympathien bei den Bewerbern geschaffen werden. Die potenziellen Fach- und Führungskräfte sollten sich schon heute mit ihrer (zukünftigen) Arbeitgebermarke identifizieren und die Unternehmen sollten sich als „Employer of Choice“ positionieren.

Gute und zufriedene Mitarbeiter sind das Kapital eines jeden Unternehmens; die Ressource wenn es um den nachhaltigen Unternehmenserfolg geht. Qualifizierte Mitarbeiter sind ein rares Gut, um die die Unternehmen jeder Größe und Branchen werben müssen und am Ende geht es nicht ohne eine optimale Kommunikationsstrategie. Die Benefits, USPs und Besonderheiten jedes Unternehmens sollten herausgearbeitet und in den On- und Offline-Kanälen publiziert und optimal präsentiert werden.

und somit langfristig erfolgreich sein. Daraus lassen sich Strategien entwickeln, die den Weg zu den Wunschmitarbeitern aufzeigen damit diese direkt angesprochen werden können. Es empfiehlt sich dabei auf Qualität anstelle von Quantität zu setzen. Was nützen 300 Bewerbungen auf eine Vakanz? Zur Sichtung der Bewerbungen müssen entsprechende Ressourcen in den Unternehmen bzw. Abteilungen vorhanden sein oder gar geschaffen werden.

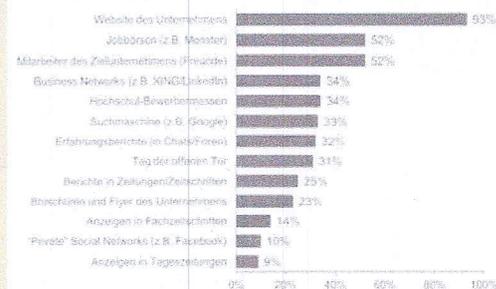
Und last but not least sind Führungskräfte gut beraten, die eigenen Mitarbeiter nach Verbesserungspotenzialen zu fragen. Diese Wissen am besten, wie die aktuelle Arbeitssituation im Unternehmen ist. Zufriedene Mitarbeiter sind der Ursprung für ein gutes Employer Branding. Sie treten ohne zusätzliche Anreize als Unternehmensbotschafter auf und werden on- und offline Markenbotschafter für das Unternehmen.

Mitarbeiterbindung durch Zuhören

Wer seine Mitarbeiter ernst nimmt und zuhört hat bereits den ersten Schritt in Richtung Mitarbeiterbindung unternommen. Für loyale Mitarbeiter bieten sich die gleichen Vorgehensweisen an, wie bei der Mitarbeitergewinnung. Klar definierte Ziele und Strategien, zeigen den Weg und auch weitere USPs jeder Gesellschaft. Auf diesen Erkenntnissen lassen sich Programme zur Mitarbeiterbindung erarbeiten und umsetzen.

Das Sammeln von Ideen der aktuellen Mitarbeiter sollte an erster Stelle stehen, da ein Verlust eines Mitarbeiters schnell Kosten als einem fünfstelligen Betrag verursachen kann, zuzüglich dem Know-how-Verlust. Laut einer Studie des Indeed Hiring Labs zum globalen Recruiting-Markt, bleiben ca. 20 % der Stellen in Deutschland mehr als zwei Monate unbesetzt und die bestehende Mannschaft muss die anfallenden Aufgaben für diese Zeit mit übernehmen. Allerdings funktioniert dies nur, wenn das interne Zufriedenheitsbarometer im grünen Bereich ist. Schließlich bedeutet dies vorübergehend mehr Aufgaben, Zeit und Investition in das Unternehmen. Ein Ziel ist daher seine Mitarbeiter möglichst langfristig und nachhaltig an das Unternehmen zu binden; für dauerhaften Erfolg und einer positiven Weiterentwicklung.

Wo informieren Sie sich über einen potenziellen Arbeitgeber? (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Informationssuche über potenzielle Arbeitgeber Quelle: Ernst & Young 2013

Gute Arbeitgeber können nicht alles, sie sprechen über Ihre Stärken bzw. lassen über ihre Stärken sprechen und stehen zu ihren Schwächen. Nur wer seine Schwächen kennt und sich selbst gegenüber zugibt, kann Stärke zeigen

Fortsetzung in P114/17 (07.04.2017)



Corina Hoch
C.Hoch Strategy Consulting
Strategische Unternehmens- und Kommunikationsberatung
www.chochstrategy.com