

Müssen angehende Personalchefs in Marketing ausgebildet werden?

Stell Dir vor, es ist „Krieg um Talente“, und keiner geht hin. Es gibt Leute, die meinen, dieser Krieg finde gar nicht statt. Die Unternehmen seien bisher viel zu sehr mit Stellenabbau und Restrukturierungen beschäftigt gewesen. Wo weniger Stellen zu besetzen seien, brauche man auch weniger Aufwand für Personalmarketing, sagen sie. Und überhaupt sei professionelles Personalmarketing ohnehin nur etwas für Grossunternehmen. Aber stimmt das wirklich?

Ich habe den Eindruck, der Krieg findet statt, aber ganz anders, als wir uns das vorgestellt hatten. Anstatt dass wir uns auf den Campus Recruiting Veranstaltungen Materialschlachten liefern, geht es heute um etwas anderes: Es herrscht kein Mangel an Bewerbern, um die es zu konkurrieren gälte, sondern es kommt darauf an, aus der Vielzahl von potentiellen Kandidaten die besten herauszufiltern und für das eigene Unternehmen zu gewinnen. Da es nach den diversen Stellenabbauwellen auch eine niedrigere Anzahl attraktiver Einstiegspositionen für Nachwuchstalente gibt, kann man sich Missgriffe beim Rekrutieren noch weniger leisten. Das aber bedeutet, dass man seinen Bedarf präziser kennen und noch sorgfältiger suchen muss.

Wer den Bedarf besser einschätzen will, muss über das eigene Unternehmen mit den zu erwartenden Auswirkungen der mittel- und langfristigen Strategien sehr gut Bescheid wissen. Um sorgfältig suchen zu können, bedarf es einer genauen Kenntnis des Marktes. Das ist nichts anderes als Marketing, und deswegen ist die Positionierung auf den relevanten Arbeitsmärkten genauso wichtig für die Zukunft eines Unternehmens wie die Positionierung auf den Absatzmärkten. Es kann auch kein Zufall sein, dass die vordersten Plätze bei Befragungen von Hochschulabsolventen nach den beliebtesten Arbeitgebern praktisch nur von Unternehmen belegt werden, die auch im Produkt- oder Dienstleistungsmarketing zur Spitzenklasse zählen. Vermutlich strahlt der Glanz dieses Marketings dort sogar bis in den Personalbereich.

Für alle anderen, die ihre Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt steigern wollen, gibt es nur zwei Möglichkeiten. Sie können ihren HR-Verantwortlichen eine Marketingausbildung ermöglichen oder sie können in der eigenen Marketingabteilung nachsehen, ob es dort vielleicht Kandidatinnen oder Kandidaten für eine HR-Laufbahn gibt. Sonst drucken wir auch in 10 Jahren noch Imagebroschüren und glauben, dass der vorausgesagte Krieg um Talente gar nicht stattfindet.

Matthias Mölloney



peopleXpert gmbh
wannenstrasse 62
ch-8610 uster

<http://www.peoplexpert.ch>
HR Due Diligence // Begleitung von Veränderungsprozessen // Personalmanagement Training