



Presse-Information

Datum: 02.06.2014 Tel. 0931. 40 44 76 3 dvpr@pr-verband.de

Lieber Currywurst aus Tofu als "War of Talents" von Rudolf F. Thomas

Angeblich herrscht Krieg zwischen den Unternehmen. Es geht um qualifizierte junge Köpfe. Im Internet, im Radio, in der Zeitung, gar im Fernsehen ist der „War of Talents“ ausgebrochen. Personalverantwortliche benutzen den Jargon Tageslicht scheuer Gamer. Mal ehrlich, geht´s noch? Personalabteilungen wandeln sich zu Kreiswehrrersatzämtern. Ihre tägliche Losung lautet, „wir rekrutieren“. Und dieses Ansinnen geht häufig daneben! Warum? Es fehlen die richtigen Worte.

Amerikaner neigen zu schlichten Formeln. So auch Ed Michael, amerikanischer Direktor von der Unternehmensberatung McKinsey. Er prägte 1998 den Begriff "War for talents". Deutsche neigen dazu, jedweden amerikanischen Marketingschwachsinn zu übernehmen. Darin sind wir richtig „cool“! Stellt sich die Frage, ob deutsche Unternehmen tatsächlich einen „War of Talents“ führen. Kriegsteilnehmer als Karriereziel ist Gott sei Dank beim Nachwuchs kein nennenswertes Karriereziel. Machen wir uns nichts vor, wer auf der Suche nach latenten Talenten ist und dabei primär an „Krieg“ denkt, dem fällt nichts mehr anderes ein. Streit blockiert jeden konstruktiven Lösungsansatz. Unternehmen möchte die besten Nachwuchskräfte haben, behauptet das „Zeitmagazin“. Und worauf stützt „Zeit-Online“ seine Erkenntnis? Auf US-Forscher der Harvard Business School, die uns mit einer High-Potential-Studie beglücken. Dieser folgend gibt es Talente und Top-Talente. In den Pool der Besten kommen also nur die Nachwuchskräfte, die eines Tages das Zeug für die Bel Etage der Konzernspitze haben. Betrachten wir uns die US-Wirtschaft etwas näher, dann sind zumindest Zweifel an den Auswahlkriterien für Top-Talente angebracht. Nachdenken wird man ja noch dürfen, auch wenn es gar nicht darum geht. Es geht noch immer um den Schwachsinnsbegriff von „War of Talents“.

Deutschland ist geprägt vom Mittelstand, vielleicht sogar von einer provinziellen Gesellschaft. Bodenständigkeit zählt mehr als Höhenflug. Von Krieg wollen wir nichts wissen. Kooperation statt Konflikt sind uns lieber. Dennoch finden viele, vermutlich sogar die meisten Personalverantwortlichen, nicht die richtige Sprache im Wettbewerb um den beruflichen Nachwuchs. Sie veröffentlichen Texte auf Homepages im Stil der Naivität der Web-2.0-Generation. Weil schick, produzieren sie dazu Karriere-Filmchen mit dem Ziel die „Sparda-Movie-Stars“ als Sieger im Wettbewerb der peinlichsten Videos des Jahres abzulösen. Ganz witzig sind Darstellungen eines Arbeitstages mit Bildern und Textzeilen. Hier ein nettes Beispiel eines Weltmarktführers. Beim besten Willen kann ich mir Kommentare dazu nicht verkneifen:

7.30 Uhr: *„Mein Arbeitstag beginnt mit dem Bearbeiten von E-Mails. Heute sind es Anfragen von Gesellschaften der Muster-Linie* im Ausland, die neue Produkte in ihr Verkaufsprogramm aufnehmen möchten.“* (Stramm, 7:30 Uhr!)

9.45 Uhr: *„Nachdem ich die ersten Arbeiten erledigt habe, trinke ich gerne mit den Kollegen einen Kaffee. Da erfährt man alles, was wichtig ist und kann Kontakte knüpfen.“* (Süß, ein bisschen Smalltalk mit einer Latte in der Hand.)

10.00 Uhr: *„Dann geht es zurück an den Schreibtisch oder wie heute zu einer Präsentation. Bei Muster-Linien* bekommt man schnell Verantwortung übertragen. Das finde ich toll, denn so kann ich sofort loslegen und mein Wissen aus dem Studium in der Praxis anwenden.“* (Ja, so eine Präsentation verträgt schon etwas Praxis!)

12.00 Uhr: *„Was mir super gefällt, ist, dass hier neben der Arbeit so viel Wert auf gutes Essen gelegt wird. Das Mittagessen in der Kantine schmeckt wie in einem Restaurant. Heute gab es für mich frisches Gemüse mit Reismudeln und Tofu aus dem Wok.“* (Sehr, sehr geil! Supergeil! Die Ernährung muss selbstverständlich stimmen!)

13.00 Uhr: *„Mittags habe ich immer wieder Seminare. Ich mache nämlich bei Muster-Linie* meinen Master of Science in International Management. Es ist wirklich toll, dass Muster-Linie* mir das ermöglicht. Hier lernt man, glaube ich, nie aus.“* (Die wunderbare Welt des Lernens! Wer glaubt wird selig.)

14.30 Uhr: *„Nun bin ich wieder im Büro. Telefonieren, Daten prüfen, Emails verschicken, kurze Abstimmung mit dem Chef. Heute geht gut etwas voran.“* (Toll, es geht mal was voran!)

17.30 Uhr: *„Nachdem ich das Meiste geschafft habe, gibt's etwas zu feiern: Wir haben einen neuen Meilenstein geknackt: ein Umsatzrekord wurde erreicht! Deswegen gibt es ab 17.30 Uhr eine Currywurst und ich treffe ein paar Kollegen.“* (Wau, Umsatzrekord und Abfeiern mit Currywurst und Kollegen. Das ist mal eine richtig fette 45-Minuten-Fete!)

18.15 Uhr: *„Später habe ich einen Termin mit meinem Ansprechpartner bei unserer Betriebskrankenkasse Muster-Linie*. Die Kollegen bieten mir tolle Bonussysteme und Vorsorgeangebote.“* (Herr Kaiser kommt! Sichern durch versichern! Wirklich tolle Kollegen!)

19.00 Uhr: *„Nach der Arbeit gehe ich noch zum Sport. „Fit für Muster-Linie*“ bietet sehr viele Kurse an. Heute mache ich Steppaerobic, morgen vielleicht Pilates. So, jetzt noch einmal ordentlich bewegen und dann ist endgültig Feierabend. Das war mein Tag bei Muster-Linie*. Und morgen kommt der nächste. Und so kann es von mir aus noch ganz lange weiter gehen. Denn so macht Arbeiten richtig Spaß!“* (Nö, oder? Morgen kommt der nächste Tag? Also, das hätte ich jetzt nicht gedacht. Na ja, die junge Frau lernt schnell bei Muster-Linie.)

Die HR-Kommunikation ist in vielen Unternehmen außerirdisch peinlich. Sie will, einfach gestrickt, Sozialleistungen, Teamwork, Ausstattung und Weiterbildung suggerieren. Die Peinlichkeiten beginnen manchmal bereits mit Stellenanzeigen. Etwa beim größten Deutschen Sportverband der eine(n) „Social-Media-Redakteurin/Redakteur“ suchte. Bewerbungen sind per Post zu schicken. Wir wissen es alle, „niemand ist schlauer als ein Laie“.

Es gibt Unternehmen die bieten „befristete Arbeitsplätze mit langfristiger Perspektive für die Personalwirtschaft in Teilzeit“ an. Ei der Daus so viel Klarheit hätte ich von diesem großen Zustelldienstleister partout nicht erwartet!

Fortlaufend lesen wir im Stellenmarkt einen hausgemachten HR-Unsinn nach dem anderen. Wenn Bewerber vergleichsweise den gleichen Mist in ihrem Bewerbungsanschreiben formulieren, dann landet ihre Bewerbungsmappe in der Tonne. Wie lauten die Erkenntnisse aus all dem Quatsch um den „War of Talents“?

Erstens, nicht hineinziehen lassen in den „Krieg“ der gar keiner ist. Wegen der demografischen Entwicklung besteht „nur“ ein massiver Wettbewerb um Fachkräfte und Berufsnachwuchs. Zweitens, sofort die eigenen Medien vom HR-Unsinn bereinigen. Drittens, anstelle von schlaun Laien aus der Personalabteilung echte Kommunikationsprofis mit einem Relaunch beauftragen. Warum? Hierzulande würden Public-Relations-Leute nie einen „War of Talents“ ausrufen, es sei denn, einer verfügt über eine schlichte Denkweise. Aber dann wäre er ja kein Profi.

Tipp: Employer Branding ist auch Thema auf dem Deutschen PR-Kongress am 16./17. Oktober 2014 in Würzburg. www.pr-verband.de

* Die Firma Muster-Linien sind mir persönlich nicht bekannt. Namensgleichheiten wären rein zufällig.



Bild: © Paul-Georg Meister / www.pixelio.de

Kontakt: DVPR-Deutscher Verband für Public Relations e. V.
Postfach 6649
Frankfurter Straße 84
97082 Würzburg
Tel. 0931/40 44 76 3
dvpr@pr-verband.de