

Das aktuelle Interview

Placement & Development

Frau ter Horst, viele Unternehmen legen großen Wert auf die Personalentwicklung. Wie verbinden Sie damit Outplacement?

Man darf dieses Thema nicht außen vor lassen. Outplacement ist der letzte Schritt in der Personalentwicklung innerhalb einer Firma und bietet dem Beschäftigten eine große Chance, sich seiner eigenen Potenziale bewusst zu werden.

Welche Vorteile haben Unternehmen von diesen Maßnahmen?

Es bietet ihnen einen entscheidenden Vorteil im „War for Talents“: Mitarbeiter werden sich eher für eine Firma entscheiden, wenn sie im Vorfeld schon wissen, dass sie – selbst, wenn sie das Unternehmen wieder verlassen – auf qualifizierte Placement-Maßnahmen zurückgreifen können. Es gibt ja die unterschiedlichsten Gründe, warum man plötzlich aus einem Unternehmen wieder ausscheidet. Zudem werden durchgehend betreute Arbeitnehmer sicher gerne wieder ins Unternehmen zurückkehren, wenn es zu ihrer Lebensplanung passt. Dies ist unter Employer-Branding-Gesichtspunkten ein wichtiges Element, das nicht außer Acht gelassen werden darf. Heute verbreiten ehemalige Beschäftigte, die ein Unternehmen in schlechter Erinnerung haben, ihren Unmut gerne in den entsprechenden Foren im Netz. Dies macht schnell viele Maßnahmen zur positiven Firmen-Imagebildung zunichte.

Beim „War for Talents“ spielt herkömmliches Development aber nach wie vor eine Hauptrolle, oder?

Natürlich, klassische Developmentmaßnahmen, wie Fort- und Weiterbildung, sind ein wichtiges Thema und werden das auch in Zukunft bleiben. Mitarbeiter, die sich betreut fühlen, sind deutlich zufriedener. Damit diese Developmentmaßnahmen hohe Akzeptanz finden und damit am Ende auch dem Unternehmen zugute kommen, ist entscheidend, dass man seine Arbeitnehmer so gut wie möglich

kennt. Deshalb ist ein umfassendes Profiling in diesem Zusammenhang sehr wichtig. Nur wenn man die Stärken und Schwächen der einzelnen Mitarbeiter überblickt, kann man die einzelnen Maßnahmen optimal abstimmen. Im Idealfall findet man so im eigenen Unternehmen verborgene Talente, die man fördern kann. Umgekehrt belegen Studien, dass nahezu 70 % der Menschen nicht zufrieden sind mit dem, was sie Tag für Tag tun. Hier liegen noch große Potenziale offen. Schafft man es, die Aufgaben mit den Interessen und Stärken der Einzelnen zusammenzubringen, steigt die Produktivität im Unternehmen. So etwas erreicht man zwar auch durch Gehaltserhöhungen, doch Geld ist ein extrinsischer, kurzfristiger Motivator. Arbeitnehmer, die allein über diesen Weg Anreize finden, sind zudem einem viel höheren Burnout-Risiko ausgesetzt als Beschäftigte, die intrinsisch motiviert an die Arbeit gehen. Zumindest, wenn sich ein Großteil ihrer Aufgaben mit dem deckt, was sie interessiert und begeistert. Menschen sind nun mal am erfolgreichsten, wenn Sie Spaß und Freude an einer Aufgabe haben! Und selbst wenn man so am Ende herausfindet, dass eine Position außerhalb der Firma für einen Mitarbeiter die bessere Variante darstellt, gibt es aufgrund der intensiven Betreuung sicher eine gemeinsame Basis, um für den Betroffenen eine neue Position zu finden.

Ist klassisches Einzeloutplacement nicht häufig eine viel zu kostenintensive Maßnahme?

Ja, im Schnitt liegt man hier bei Kosten i. H. v. 20 % des letzten Brutto-Jahresgehalts. Eine hohe Summe, die in den wenigsten Fällen zur Verfügung steht. Mit „ePlacement“ bieten wir die Möglichkeit, eine ebenso intensive Betreuung für die Hälfte der Kosten zu realisieren. Wir begleiten die Menschen per Telefon und Internet auf ihrem Weg zu einem neuen Job. Dadurch fallen u. a. die Reisekosten auf beiden Seiten völlig flach. Der größte Vorteil dieser Art der Betreuung ist, dass der persönliche Berater immer für einen da ist. Er steht – unabhängig von Zeit und Ort – immer am anderen Ende der Telefonleitung zur Verfügung.



Annemette ter Horst,
MBA, Geschäftsführerin der econnects GmbH,
Hamburg

Aber ist das nicht ein relativ unpersönlicher Weg der Betreuung?

Dieses Argument hören wir immer wieder und aus meiner Erfahrung heraus kann ich nur ganz klar sagen: Nein! Es ist sogar so, dass die Partner, wenn sie sich nicht direkt gegenüber sitzen, sondern per Telefon oder Internet kommunizieren, viel direkter und ehrlicher miteinander umgehen. Menschen sind sehr visuell eingestellt. Sitze ich meinem Gesprächspartner vis-à-vis, möchte ich mich immer im besten Licht darstellen. Ist das nicht so, wird die Informationsdichte deutlich größer. Die Konzentration auf das Wesentliche steigt enorm.

Wie stellen sie eine optimale Betreuung sicher?

Wir haben sein sehr hoch entwickeltes Profiling, das uns mit Hilfe des „Predictive Index“ sehr genaue Informationen über den Kunden gibt. Aufgrund dieser Ergebnisse suchen wir aus unserem Team den am besten geeigneten Berater aus.

„Predictive Index“, was verbirgt sich hinter diesem Begriff?

Ein Diagnostic-Tool, mit dem man die Stärken und die innere Motivation zum Thema Arbeit sichtbar machen kann. Hierdurch erhält unser Profiling einen großen Mehrwert. Dieser Test findet auch Online statt und wird von uns telefonisch begleitet. Dann legen wir die Strategie fest, entwickeln den „Human Brand“ und beginnen mit der aktiven Vermarktung. Das bedeutet, unsere Berater sprechen aktiv Firmen auf dem Arbeitsmarkt an. Wir machen also weitaus mehr, als Hilfe zur Selbsthilfe. Wir nehmen die Mitarbeiter an die Hand, begleiten Sie durch den ganzen Prozess und versuchen, sie zu vermarkten. Unter dem Begriff „human branding“ verstehen wir, den Menschen als Produkt für den Arbeitsmarkt möglichst perfekt zu präsentieren. Ganz nach den Regeln des Marketings: Produkt, Promotion, Platz und Preis. Das heißt z. B., dass unsere Imageberaterin sie zum optimalen authentischen Aussehen coacht und dann in Abstimmung mit unseren Fotografen darauf das Bewerbungsfoto abstimmt. Auch die Bewerbungsunterlagen werden an die Strategie angepasst – alles im Ein-

klang mit dem Brand. Indem wir unser ePlacement mit Marketing verbinden, gehen wir deutlich weiter als viele andere Firmen.

Nimmt die Nachfrage nach eOutplacement-Maßnahmen zu?

Ja, eindeutig. Das liegt natürlich auch daran, dass wir alle immer mehr gewohnt sind, über die neuen Medien zu kommunizieren. Heute steht an fast jedem Arbeitsplatz ein Rechner. Selbst ältere Beschäftigte finden es völlig normal, über den Computer Informationen auszutauschen. Facebook und Xing gehören ganz selbstverständlich zur modernen Arbeitswelt und zur Freizeit dazu. Zudem können wir unsere Kunden so fast rund um die Uhr betreuen. Ein Beispiel: Sie verlieren Ihren Job und haben eine Kündigungsfrist von bspw. sechs Monaten. In dieser Zeit werden Sie während der Arbeitszeit und am Abend von uns betreut. Sie müssen nicht ihre gewohnte Umgebung verlassen und verlieren keine Zeit. Bei Fragen müssen Sie nicht auf einen Termin warten, sondern rufen Ihren Berater einfach jederzeit an.

Welche Klientel sprechen Sie an?

Das mittlere Management ist unsere klassische Zielgruppe. Doch durch die fortschreitende Digitalisierung bekommen wir auch immer mehr hierarchieübergreifende Anfragen z. B. aus dem Führungsmanagement. Gerade bei diesem Klientel kommt der Vorteil der ortsunabhängigen, permanenten Verfügbarkeit zum tragen.

Inwieweit werden die neuen Medien bei Ihnen auch im Development eingesetzt?

Der „Predictive Index“ spielt in diesem Bereich bei econnects als Instrument der Stärkenanalyse eine große Rolle und wird ausschließlich über die neuen Medien durchgeführt. Das ist schneller und kostengünstiger. Auch hier bringt das gewisse Maß an Anonymität klarere Ergebnisse. Diese ermöglichen es, die Bedürfnisse der Unternehmen besser auf ihre Arbeitnehmer abzustimmen. Sollte es aufgrund neuer Entwicklungen dazu kommen, dass ein Mitarbeiter nicht mehr ins Unternehmen passt, kann man ihm dies anhand der gewonnenen Informationen darlegen. Wenn er selbst versteht, dass seine neuen beruflichen Herausforderungen außerhalb der jetzigen Firma liegen, erspart dies im günstigsten Fall den Gang zum Arbeitsgericht.

Wo liegen die Erfolgsquoten beim Einsatz von eOutplacement?

Nach zehn Jahren Erfahrung am Markt, mit unterschiedlichen Kundengruppen in diversen Altersgruppen, hat sich die Intensivität unserer Betreuung immer wieder bewährt. Im Durchschnitt haben unsere Kunden nach sechs bis acht Monaten eine neue Position gefunden oder sind in die Selbstständigkeit gewechselt. Damit haben wir ähnlich hohe Erfolgsquoten wie im klassischen Einzeloutplacement.

Frau ter Horst, vielen Dank für das Gespräch.

