

Und täglich nervt der Mitarbeiter

Employee & Talent Relationship Management ist doch Technik!?

Eine nicht ganz ernst gemeinte Glosse über Segen und Fluch der digitalisierten Personalverwaltung

Autor: Alexander Schell, Leiter Europäisches Institut für angewandtes Kundenmanagement, www.eifk.de, Kontakt: schell@eifk.de

Da kommt man ja richtig ins Staunen, was man so alles verwalten kann. Ob Vermögen, Haus oder Park, ob Sachen, Daten oder Insolvenzen, ob Bundeswehr, Bürger oder Personal – sie alle werden heute recht oder schlecht verwaltet. Nicht nur im ordinären wirklichen Leben, nein auch online in der faszinierenden virtuellen Welt. Und weil das Verwalten unter Routiniers als höchst stupide und todeslangweilig gilt, erklärt man Verwaltungsabläufe flugs zu Standardprozessen, die man bekanntlich automatisieren darf. Und dabei hilft uns die verlockende Welt der Informationstechnologie mit einem Mega-Angebot an Hightech-Systemen, CRM-Applikationen und Computer-Zusatz-Programmen.

Die Produkte der Software-Industrie heißen Lösungen, weil sie erlösen. Zum Beispiel uns entnervte Personalmanager von dröger Offline-Arbeit. Neue Technologien für eine neue Ära der Personalarbeit. Alles wird „E“ und damit ganz sicher gut: E-Government, E-Recruitment, E-Learning. Ja, die ganze Online-Personalwirtschaft verspricht nur Vorteile, die mit einem „E“ beginnen: Employee Self Services, Empowerment, Effizienz, Effective Human Capital Management, Einsparpotentiale. Schöne neue Welt!

Daher schenke ich auch unserem stets euphorischen IT-Experten Glauben, dass sich täglich mehr Personalverantwortliche in deutschen Unternehmen für die Digitalisierung der Personalverwaltung und für die Virtualisierung des Human Resource Management begeistern. Aus diesem Grund wurde auch bei uns die Automatisierung von Verwaltungsvorgängen gleich zum Schlüsselbegriff für die Mitarbeiterserviceorientierung erklärt.

Nun hätte alles so schön werden können. Ist es aber noch nicht. Wieder legt sich diese unflexible Zielgruppe, die internen Nutznießer unserer Optimierungsbestrebungen im Personalwesen quer: Die Mitarbeiter wollen sich nicht so recht mit der vollautomatischen Personalabteilung

anfreunden: Selbstbedienung scheint nicht so ihr Ding zu sein. Jetzt verstehe ich auch, warum erfahrene Kollegen in anderen Personalabteilungen schon lange an der Zukunftsfähigkeit von Mitarbeitern zweifeln.

Auch bei uns motiviert die Stimmung unter den Mitarbeitern nicht gerade, die Personalabteilung weiter zu modernisieren. Die Mitarbeiterzufriedenheit jedenfalls ist seit Einführung von „PWO“ (= unser Projektkürzel für „Personalverwaltung online“!) kometenhaft abgestürzt. Die Human Force möchte bei der Einführung von Online-Personalarbeit auch noch mitreden. Ja wo kommen wir denn dahin, wenn jetzt jedem menschlichen Individuum unter dem Dach unserer Firma auch noch Mitsprache- und Mitwirkungsrechte eingeräumt werden? Diese kleinste wirtschaftliche Einheit im Betrieb wird doch immer frecher, fordernder und kritischer. Und stellt auch noch diese furchtbaren „W-Fragen“ à la „Wozu das Ganze?“, „Was bringt mir das?“ oder „Wohin führt das wohl?“.

Höchste Zeit, die Virtualisierung der Personalarbeit weiter voranzutreiben. Perfekte Virtual Reality im Personalwesen ermöglicht nämlich, dass das technische System beim Mitarbeiter den Eindruck erweckt, er befände sich im wirklichen Leben und würde individuell bedient. In Wahrheit weit gefehlt. Zukunftsorientierte Personaler wie ich pfeifen nämlich auf die wenig dankbare Rolle als interner Dienstleistungserbringer und auf den damit verbundenen innerbetrieblichen Einfluss und dezentralisieren ihre Arbeit lieber über das gesamte Unternehmen hinweg. Vorteil: Online-Personalarbeit findet überall und immer statt, aber keiner aus unserer Personalabteilung muss sich weiterhin mit diesen banalen und oft so lästig menschlichen Mitarbeiterbedürfnissen herumschlagen. Soll sich der Mitarbeiter doch selbst entlassen.

Ich auf jeden Fall bin nicht mehr von dieser (Offline-) Welt und sicher nicht so leicht aufzufinden. Ein cleverer Mitarbeiter wird im Dickicht unseres digitalen Unternehmensnetzwerkes schon jemand finden, mit dem er direkt kommunizieren und persönliche Dialoge führen kann. Schließlich ist die Personalabteilung keine Kompensationsstelle für gesellschaftliche Defizite!

Sie interessieren sich für das Going Online unserer Personalverwaltung? Dann erfahren Sie hier wie Sie Ihren Hauptkostenfaktor Mitarbeiter, der ja im Schnitt 50% und mehr Ihres hart erwirtschafteten Umsatzes schluckt, garantiert ganz schnell loswerden:

- Versprechen Sie alles und noch mehr. Schüren Sie utopische und unrealistische Nutzenerwartungen.
- Formulieren Sie keine Ziele und lassen Sie Ihre Motive stets im Dunklen.
- Wählen Sie das erstbeste IT-System ohne vorher die Mitarbeiterbedürfnisse zu erheben. Das System sollte möglichst instabil und unsicher, komplex und benutzerunfreundlich und möglichst wenig in die vorhandene Prozesswelt integrierbar sein.
- Das System soll das Management der Dienst- und Urlaubszeiten, des Weiterbildungsbedarfs und der Lohn- und Gehaltsabrechnungen übernehmen, aber ja nicht zu dialogfähig sein. Aber auch Sie dürfen nun nicht vermehrt Gelegenheiten zu Beratungsgesprächen wahrnehmen.
- Überwachen Sie weder Termine noch Kosten noch Ergebnisse.

Auf diese Weise vergessen Sie schnell, dass ihre Organisation aus Menschen besteht.

Viel Erfolg!

Über den Autor



Alexander Schell, Diplom-Sozialwissenschaftler, ist Geschäftsführer der Marketing- und Kommunikationsberatung Schell Marketing Consulting und Leiter am Europäischen Institut für angewandtes Kundenmanagement (eifk).

Der ausgebildete Management-Coach mit Train-The-Trainer-Diplom kann auf eine über 20jährige Beraterpraxis im Bereich Marketing und Kommunikation zurückblicken und ist seit über 15 Jahren auch in Österreich, in Südtirol und in der Schweiz lehrend, trainierend und beratend tätig.

Als Management-Trainer und Dozent lehrt(e) er nebenberuflich an der Universität St. Gallen (HSG), am Campus Graz, an der Fachhochschule München, sowie an der Akademie der Deutschen Medien München und ist als Key Note Speaker, Vortragender, Seminarleiter und Moderator für zahlreiche Tagungsveranstalter und Bildungsträger in Europa (z.B. RKW, IHK, Wirtschaftsförderungsinstitute WIFI Bozen, Wien, Salzburg, OÖ, NÖ und Burgenland, Südtiroler Bauernbund, Bildungshaus Kloster Neustift, New Design University) tätig.

Seine langjährige Expertise in der Bildungsarbeit und sein didaktisches und methodisches Wissen stellt Alexander Schell regelmäßig als Veranstaltungsdesigner und wissenschaftlicher Beirat für Kongressveranstalter und als Vorsitzender und Moderator auf Management & Marketing-Gipfeln zur Verfügung.

Schell wirkt auch als Marketing-Fachjournalist und schreibt seit Jahren Kolumnen, Fachbeiträge und Reportagen zu Trendthemen des Marketing in deutschen (z.B. Handelsblatt, Wirtschaftswoche, acquisa, CPwissen, CPmonitor, Personalwirtschaft), österreichischen (z.B. Wirtschaftsblatt / Die Presse, Kleine Zeitung) und Südtiroler Fachmedien (z.B. SWZ, panorama).

Alexander Schell engagiert sich schon seit längerer Zeit für mehr „Human Touch“ und für die Besinnung auf eine menschlichere Kultur in Unternehmen. So leitet er seit 2002 eine internationale Langzeitstudie zur Meeting-Kultur in europäischen Unternehmen und lieferte 2018 den Leitartikel „Der Faktor Mensch“ in „perspectives #5“, dem Magazin für den Chemie- und Pharmastandort Deutschland (Auflage: 200.000) ab.

Schell ist Autor des Fachbuchs „Undercover Marketing“ und ständiges Mitglied der Jury „Best of Content Marketing“ des Content Marketing Forum CMF, Europas größtem Wettbewerb für inhaltsgetriebene Kommunikation.

Weitere Informationen über Alexander Schell unter <https://www.eifk.com/teamleitung/>



Über das Institut

Das eifk genießt seit vielen Jahren in der deutschsprachigen Marketing-Fachpresse (Wirtschaftswoche, Handelsblatt, acquisa, cpwissen, CP MONITOR, ...) bei vielen großen Markenunternehmen (Flughafen München, SAP, ÖBB, ...) und bedeutenden Werbeagenturen (Territory / Medienfabrik, PublicisPixelpark...), bei Wirtschaftsverbänden und öffentlichen Institutionen (Wirtschaftsförderungsinstitute, CMF Content Marketing Forum, Medienakademie, ...) und in Hochschulkreisen (Universität St. Gallen, Donauuniversität Krems, Campus02 Graz, Fachhochschule München, ...) einen hervorragenden Ruf als (a) innovatives Institut für qualitative Markt-, Kunden- und Werbewirksamkeitsforschung, als (b) zuverlässiger und kompetenter Träger berufsbegleitender Weiterbildung und als (c) höchst professionell arbeitendes Management- und Marketingberatungsunternehmen. Nicht umsonst verfügt das eifk auch über eine Akkreditierung bei ausgewählten Wirtschaftskammern im deutschsprachigen Europa.

Als kleiner feiner Nischenanbieter schlägt das eifk die Brücke zwischen Forschung und Wissenschaft, beruflicher Aus- und Weiterbildung und der Hochschullehre, sowie Beratung und Training und ist stolz auf einen direkten Zugang zu Entscheidern und Einflussnehmern in bedeutenden Markenunternehmen und Konzernen im gesamten deutschsprachigen Europa.

Das Europäische Institut für angewandtes Kundenmanagement (eifk) versteht sich als Forschungs-, Beratungs-, Weiterbildungs-, Auditierungs- und Zertifizierungs-Institution für praktiziertes Kundenerlebnis- und Kundenbeziehungsmanagement und moderne Unternehmens-, Kunden-, Verkaufs- und Werbekommunikation.

Das Team des eifk berät Unternehmen bei der Planung, Kommunikation und Realisierung von CRM und CXM, also bei der Einführung, Gestaltung, Steuerung und Lenkung des komplexen Kundenbeziehungs- und Kundenerlebnismanagement-Ansatzes, bei der Überprüfung, Anpassung und Erarbeitung einer wettbewerbsdifferenzierenden Unternehmens- und/oder Produkt-Positionierung (CI, Image-Konturierung, Markenprofilierung, Konzentration auf die Kernkompetenzen und Schlüsselthemen), aber auch bei der Vorbereitung, Initialisierung, Durchsetzung und Erfolgsmessung von integrierten Content Marketing- und Kommunikationsstrategien.

Das Institut begleitet Unternehmen und Organisationen auf dem Weg zum effizienten "Kundenunternehmen" und „Kundendialogführer“. Es qualifiziert Ideen, Modelle, Strategien, Konzepte, Organisationen, Strukturen, Prozesse, Personen (Führungskräfte, Mitarbeiter, ...), Projekte, Dienstleistungen und Produkte.

Ein vielfältiges Angebot an berufsbegleitenden Aus-, Fort-, Weiterbildungs- und Trainingsmaßnahmen im Infotainment- / Edutainment-Format bietet Zugang zu erprobtem Anwendungswissen. So bildet das eifk z.B. im gesamten deutschsprachigen europäischen Raum Personen zum zertifizierten „Customer Relationship & Customer Experience Manager“ und zum zertifizierten „Content Marketing Manager“ aus und vergibt ein in der Wirtschaft bereits anerkanntes, an ein entsprechendes Berufsbild angenähertes Diplom nach einem eifk-Standard.



Europäisches Institut
für angewandtes
Kundenmanagement

Kontakt:

Europäisches Institut für angewandtes Kundenmanagement (eifk)

Dipl.-Soz./FH Alexander Schell

Institutsleiter und Geschäftsführer

Fraunhoferstraße 8

D - 82152 Martinsried bei München

Institutsleitung / Büro München:

Tel +49-89-89 13 60 26 / Fax +49-89-89 13 60 27

E-Mail: schell@eifk.de / Internet: www.eifk.de