

Selbstmarketing im HR – Management

Positionen suchen, Positionen erfinden, Positionen ausschreiben, Position beziehen, das und vieles mehr gehört zum Alltag eines HR Chefs. Wie steht es aber um Ihre Positionierung im Unternehmen? Was denkt man über Ihre Abteilung? Sprechen die Taten alleine für sich? Sind sie eher der Verwalter oder am Weg zum Business Partner?

HR Abteilungen leisten immer viel, aber erhalten oftmals wenig Anerkennung hinsichtlich ihrer Leistung. Oft stehen Sie auch im Wettbewerb mit anderen Abteilungen oder Bereichen um Budgetmittel, Ressourcen oder Mitsprache bei Strategie -und Businessprozessen. Ein Bündel von Positionierungs-Maßnahmen soll helfen die Wahrnehmung und Wirksamkeit des HR Managements kräftig zu bestätigen und somit auch die Position des HR Managers zu festigen. Wie gelingt nun die Orchestrierung der Anstrengungen, die der Positionierung im eigenen Unternehmen gelten? 4 Schritte führen an das Ziel

1. Die makropolitische Ebene:

Der Rahmen, innerhalb dessen Positionierungsarbeit geleistet werden muss, ist die Unternehmenskultur. Sie ist ausschlaggebend, welche impliziten Deutungs- und Handlungsmuster legitim sind. Je nach dem, welchen der 4 Typen nach Deal&Kennedy (1982) ihr Unternehmen am ehesten angehört, bildet es das Umfeld, in dem Funktionen, Rollen und Kompetenzen gebildet werden. Es lässt verschiedene Positionierungsvorgänge zu oder auch nicht.

2. Die mikropolitische Ebene

Die Abteilung und ihre Leistungsfähigkeit stellen einen weiteren Schritt innerhalb der Positionierungsarbeit dar. Auf welche Leistungen sind sie besonders stolz? Wo müssen Sie aufholen? Welche Themen werden Ihre Arbeit zukünftig prägen? Und vor allem: Kennen Sie die Bedürfnisse Ihrer internen und externen Kunden? Auf dieser Ebene wird das Content – Profil erstellt, dass es Ihnen als HR Manager erleichtert, Inhalte zu kommunizieren. Der Weg dorthin führt über eine Analyse Ihrer Kundenbedürfnisse, zur Nutzung vorhandener oder Entwicklung neuer Kommunikationsinstrumente. Intern wie extern, denn auch die Karriere Ressorts in den Medien sind HR Themen immer aufgeschlossener und für die PR Abteilungen sind diese Themen willkommener Content im Zuge von CSR Aktivitäten.

3. Die persönliche Ebene

In diesem Schritt geht es um Ihre ganz persönliche Rolle als HR Chef. Wie wollen Sie diese in Ihrer Unternehmenskultur mit den oben erarbeiteten Inhalten nun persönlich wirkungsvoll darstellen. Hier sind neben Ihrer Persönlichkeit auch Mechanismen wie Reputationssteuerung und die Nutzung von Beziehungsnetzwerken von Relevanz. Reputation ist eine Form der Anerkennung und hat in sozialen Gefügen die Rolle von Bürgen. Das heißt sie ist Garant für

- Mag. Susanna Wieseneder
Personal Counseling

Vertrauen. Reputation ist ein immaterieller Vermögenswert, den man innerhalb seiner Berufslaufbahn vermehren kann, oder vermindern. Dann wird aus dem Bürden eine Bürde. Reputation lässt sich bewusst steuern. Dazu ist es notwendig die Grundregeln der sozialen Netze zu kennen: Die Gesetze, wie ich Verbündete, Mentoren oder Krieger gewinne. Warum starke und schwache Bindungen wichtig für die Vertrauensgewinnung sind. Die Impression Management Technik gibt darüber hinaus Hilfestellung, wie Botschaften im kulturellen Kontext durch Ihre Persönlichkeit schnell, effektiv vermittelt werden können

4. Die Synthese

Aus den 3 genannten erhobenen und erarbeiteten Einsichten, Inhalten und Strategien wird der Persönliche Plan erarbeitet, der in der Regel einen Zeitraum von 1-2 Jahren umfasst.

Susanna Wieseneder
Publiziert im ZfU Newsletter 1/2006, Thalwil, CH
2006-03-08

- Mariahilferstraße 1A/Stiege 2/3/37
Tel: +43 1 869 3141, Fax: +43 1 867 2435, Mobil: +43 664 1100080
office@wieseneder.at, www.wieseneder.at
Kontoverbindung: PSK, BLZ: 60000, Kto-Nr: 74713196;UID-Nr.ATU58097623