



Speerspitze oder Nischenkämpfer: Welche Rolle spielen HR-Blogger?

HR-Blogger – welche Bedeutung haben sie in der Personalwelt? Worüber schreiben sie? Welche Trends sehen sie? Diesen und anderen Fragen widmet sich dieser Beitrag. Einige davon hatte sich der Autor selbst gestellt, als er vor sieben Jahren in die HR gewechselt war und sich neu orientieren musste. Wie fundiert ist das, worüber die Blogger schreiben, bewegte ihn damals. Und: Sind sie die Speerspitze der HR, eine innovative Kraft, oder eher die kreativen Einzelkämpfer im Elfenbeinturm – aber ohne Bodenhaftung? Hier kommen Antworten.

Die Frage der Relevanz ist entschieden

Muss man jetzt auch noch die Blogs lesen? Noch vor nicht allzu langer Zeit schien die Begeisterung so mancher Personaler eher verhalten. Heute stellt sich die Frage nach der Relevanz kaum noch. Auf der Leitmesse der HR, der Zukunft Personal in Köln, gibt es seit 2015 die „Blogger Lounge“. Diese wurde aufgrund des guten Feedbacks im Jahr 2016 ausgebaut. In diesem Jahr wird sie erstmals Blogger aus der internationalen HR-Szene einbinden. „Blogs gehören heute zur HR-Medienlandschaft dazu. Viele Blogger sind Top-Experten für die Themen, über die

sie schreiben. Sie bilden eine Art innovative Speerspitze in HR, die Trends frühzeitig aufspüren“, erklärt Stefanie Hornung, Pressesprecherin der Zukunft Personal.

Auch einige Wissenschaftler haben sich den Bloggern angenähert. Peter M. Wald, Professor für Personalmanagement an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig, zählt zu ihnen. „Blogger schaffen auf eine neue Weise Öffentlichkeit und Transparenz. Und das mit in der Mehrzahl fundierten Informationen, die noch dazu persönlich reflektiert werden“, meint er. Wald mag voreingenommen sein, denn er unterhält den sehr lesenswerten „Leipziger-HRM-Blog“. Wie stehen andere Personaler zu Bloggern?

Martin Maas, verantwortlich für Change-Kommunikation – Digitale Transformation bei Daimler, liest HR-Blogs regelmäßig. „Die inhaltlichen Schwerpunkte der Blogger sind so vielfältig wie das gesamte Thema HR und ich finde immer wieder neue Impulse für meine eigenen Themen“, sagt Maas. Ähnlich sieht es Inga Rottländer, Pressesprecherin von StepStone: „HR-Blogger können Themen oft schneller, persönlicher und meinungs-

stärker veröffentlichen als klassische HR-Fachmedien. Dadurch sind HR-Blogs mittlerweile so etwas wie die Think Tanks der Personalbranche, die ich nicht mehr missen möchte.“



Was Blogger lieben: Experimentieren und Kritik

Warum sollten Personaler sich Zeit für die Lektüre von Blogbeiträgen nehmen? Mehrere Gründe sprechen dafür. Blogger reagieren schnell auf Trends. Das sei einer ihrer Stärken, sagt Peter M. Wald. Zudem lieben sie den Austausch, auch die Kontroverse. Damit treiben sie die Fachdiskussion voran. Blogger sind experimentierfreudig – und sie sind kritisch. Beides ist wichtig für eine Personalerwelt, die sich im Umbruch befindet.

Oft erscheint die Kritik berechtigt. Gefürchtet sind die Verrisse schlecht durchdachter Karrierewebsites durch „Personalmarketing2Null“-Blogger Henner Knabenreich. Mit seinem ihm eigenen Stil, der emotionales Engagement verrät, und seinem Know-how hat er sich eine Alleinstellung erarbeitet. An ihm kommt so schnell kein Unternehmen (ungeschoren) vorbei.

Only bad news are good news. Nicht nur bei den gescholtenen Unternehmen mag der Eindruck entstehen, dass Blogger sich gerne an dieser Devise der klassischen Presse orientieren. Das ist nicht durchweg der Fall. Viele Blogs helfen mit Tipps weiter und geben Blicke über den HR-Tellerrand. Und Kritik kann schließlich dazu beitragen, im Unternehmen über neue Ansätze in der Bewerberansprache nachzudenken.

Immer nur Personalmarketing und Recruiting? Das ändert sich.

Der Bloggerszene merkt man die Herkunft aus dem Personalmarketing und dem Recruiting an. Das ändert sich langsam. Trends sind Diversifizierung und Professionalisierung. Einige Blogger gehen thematisch in die Breite, andere profilieren sich als Spezialisten. In so manchen Blogs ist die Zeit der Einzelkämpfer vorbei, sie schreiben als Redaktionsteam. Hier ein Versuch der Einordnung.

Die Blogger der „Wollmilchsau“ haben die Welt des Personalmarketings zum Teil verlassen. Beiträge über Employer Branding oder HR-Analytics sind zunehmend bei ihnen zu finden. Neuerdings schreiben sie auch über Work-Life-Balance und Motivation. Ein Redaktionsteam macht es möglich. Mit ihren Mobile-Recruiting-Studien werfen die „Wollmilchsäue“ ein kritisches Auge auf die (fehlende) Mobilitäglichkeit von Karriereseiten der Unternehmen.

Beiträge über Online-Assessments und spielerische Elemente im Personalmarketing sind bei „Recruitment“-Blogger Jo Diercks nach wie vor zu finden. Aber er widmet sich beispielsweise auch dem Einsatz von Algorithmen im Recruiting oder Virtual Reality im Onboarding. Seit 2015 liegt ein Schwerpunkt bei der Unternehmenskultur und deren Passung zu Bewerbern,

Stichwort „Cultural Fit“. Dazu bietet Diercks das Testverfahren „Kulturmatcher“ an.

Die Unternehmenskultur stand im letzten Jahr auch bei „meta HR“-Blogger Christoph Athanas im Mittelpunkt. Der von ihm entwickelte „Cultural Fit Evaluator“ macht Ausschnitte von Unternehmenskultur messbar und unterstützt das Recruiting. Ebenfalls im Jahr 2016 gab Athanas mit Peter M. Wald die Studie Candidate Journey heraus. Er

bloggt über Aspekte im Recruiting, aber auch Beiträge über New Work, HR-Software und -Technologien sind bei ihm zu finden.

Barbara Braehmer ist die Sourcing-Expertin. Im „Intercessio-Blog“ teilt sie bereitwillig ihr Wissen mit der Personalergemeinde. Mit ihren 30 Jahren Berufserfahrung in HR kann sie aus dem Vollen schöpfen. Das Redaktionsteam ihres Blogs ist auf drei Frauen angewachsen. Die Inhalte sind stark praxisbezogen.

Henrik Zaborowski ist der Recruiter unter den Bloggern. Als Interim Recruiting Manager mit reichlich Berufserfahrung weiß er, wovon er spricht. Über die Irrungen und Wirrungen bei der Personalauswahl, ob im Social Recruiting oder im Sourcing, schreibt er praxisbezogen und nicht selten auch bissig.

Alles nur Berater? Keine Spur!

Mutig neue Wege gehen, so lautet immer noch die Devise in der Bloggerszene. Es war Blogger Jörg Buckmann, damals noch in Festanstellung bei den Verkehrsbetrieben Zürich, der den dazu passenden Begriff „Frechmut“ prägte. Aus seiner Sicht frechmutiges Personalmarketing stellt er in seinem Blog anhand vieler Beispiele aus der Praxis vor.

Buckmann steht für Blogger, die aus Unternehmen kommen. Er ist kein Einzelfall, auch wenn die Beraterdichte unter den Bloggern hoch erscheinen mag. Stefan Scheller ist einer von ihnen. Er verantwortet die Arbeitgeberkommunikation bei einem großen IT-Dienstleister. Im „Persoblogger“ befasst er sich mit Fragen zu Employer Branding und Personalmarketing. Die Ergebnisse seiner Praxistests von Dienstleistern und Produkten sind nicht immer schmeichelhaft für die Betroffenen.

Der Berufserfahrung von Marcus Reif, Chief People Officer bei Kienbaum und langjähriger Leiter Recruiting und Employer Branding bei Ernst & Young, ist in seinem Blog deutlich zu spüren. Sein Blick geht oft weit nach vorne. Gerne schreibt er über die Personaler als solche und deren zukünftige Rolle im Unternehmen. Ob Key Performance Indicators, die Transformation der Personalarbeit, HR als Business Partner oder „Neo-Recruiting“ – seine Beiträge haben Gewicht.

Was in der Bloggerlandschaft fehlt, das ist der Mittelstand. Und HR-Allrounder, die über ihre Arbeit schreiben, über die Probleme und Erfolge des Alltags, die sind ebenfalls kaum zu finden. Hier besteht eine echte Marktlücke.



Alles nur Männer? Das ändert sich.

Allerdings nicht nur in dieser Hinsicht. Bei der Aufzählung der reichweitenstarken Blogs fällt auf, dass die Männer zu dominieren scheinen. Das dürfte sich ändern, denn immer mehr HR-Expertinnen teilen öffentlich ihr Fachwissen. Zwei vielversprechende Newcomerinnen sind Anne Engelshowe und Eva Stock.

Anne Engelshowe ist Gastgeberin des „Salons der Guten“, der im Oktober 2016 seine Pforten öffnete. Sie verantwortet das Employer Branding und Personalmarketing bei Careflex, einem Unternehmen der Hamburger Evangelischen Stiftung Alsterdorf. „Employer Branding hat viele Facetten, und ich stoße regelmäßig auf Themen, die mich persönlich berühren und zu denen ich eine Meinung oder Ideen habe: sei es die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die Förderung von Frauen in Führungspositionen oder mein Interesse für Design und Ästhetik bei der Arbeit. Meine Beiträge sollen Spaß machen, inspirieren und zum Austausch anregen. Zudem freue ich mich, wenn ich mit meinem Blog ein paar weibliche Akzente setzen kann und zu mehr Vielfalt in der Bloggerszene beitrage“, meint Engelshowe.

„HR is not a Crime“ lautet der Titel des im Juni 2016 von Eva Stock gestarteten Blogs, die bis vor kurzem als Referentin Personalentwicklung bei der Deutschen Bahn gearbeitet hat und jetzt bei Trust Agents in Berlin tätig ist. Ihre Themen sind weit gestreut, Personalentwicklung ist nur eines von vielen. Warum sie mit dem Bloggen angefangen hat? „Ein guter Freund und Kollege hat mich dazu gebracht. Ich habe vorher weder Blogs gelesen, noch hatte ich Ahnung vom Bloggen. Erreichen möchte ich, dass auch Nicht-HRler Spaß an meinem Blog haben. Und natürlich, dass die Themen meinen HR-Kollegen einen Mehrwert bieten“, erklärt sie.

Was sind die Trends im Jahr 2017?

Blogger sind bei Trends immer schnell an Bord. Was wird in HR in diesem Jahr eine Rolle spielen?

Für Christoph Athanas wird sich HR mit den bestehenden Herausforderungen befassen. Die Digitalisierung von Recruiting

und Personalmarketingaktivitäten stehe dabei im Vordergrund. Kultur bleibe ein wichtiges Thema. Barbara Braehmer meint, dass HR sich noch mehr mit künstlicher Intelligenz (AI) anfreunden müsse, da diese immer stärker in alle Lebens- und Arbeitsbereiche einziehen würde. Digitale Tools würden Arbeitsschritte in Routine-Aufgaben übernehmen. Algorithmen mischen im Jahr 2017 bei der Personalgewinnung mit, ist Jo Diercks überzeugt. Die Beurteilung von Bewerbern und Mitarbeitern werde noch viel stärker auf errechneten Werten beruhen.

Anne Engelshowe: „Viele Menschen sehnen sich nach Stabilität und einem wertschätzenden Miteinander.“ Für Arbeitgeber sieht sie die Chance, eine Kultur zu fördern, in der der Mensch mit seinen Bedürfnissen im Mittelpunkt steht.

„Wir werden uns als Personaler mit den Schwerpunkten Führung, Kultur und Digitalisierung beschäftigen müssen“, erklärt Marcus Reif. Top-Thema sei die digitale Führungskultur. Der Kulturwandel sei eine der wesentlichen Herausforderungen mit einem starken Einfluss auf die Arbeitsorganisation, die Flexibilisierung von Arbeitszeit und Arbeitsort.

Für Stefan Scheller rückt systematisches Talent Relationship Management stärker in den Fokus. Das bedeute das Hinwenden zu Prozessen, in denen es um Beziehungsaufbau geht. HR müsse sich noch stärker in die Rolle der Zielgruppen eindenken, fordert er.

Es sollten mehr Frauen sichtbar sein – ob als HR-Blogger oder Speaker – das wünscht sich Eva Stock. Die Themen des Jahres sind für sie Mitarbeiterbeteiligung (ob monetär durch Firmenanteile oder durch direktere Feedbackkultur), neue Arbeitsformen und die Weiterentwicklung des Recruitings.

In HR bahnt sich eine stärkere Evidenz-Orientierung an, meint Peter M. Wald. Ein analytisch begründetes Vorgehen sei in den Personalbereichen auf dem Vormarsch (Stichworte: People und Predictive Analytics). Diese „neuen“ Möglichkeiten würden zunehmend auch in anderen Bereichen Einzug halten – so im Mittelstand und in der Sozialwirtschaft.

HR-Blogger haben die Nische schon lange verlassen. Sie sind „eine wichtige Ergänzung neben den etablierten HR-Fachmedien“, meint Inga Rottländer von StepStone. Mit dieser Meinung steht sie nicht allein da.



Autor:
HELGE WEINBERG
ist Journalist aus Hamburg und Mitglied der Redaktionen des PR-Journals und des Crosswater Job Guide. Zudem schreibt er als freier Journalist.
E-Mail: info@helge-weinberg.de