



„ARBEITGEBERMARKE IST CHEFSACHE ...“

„ ... sonst würde es ja Personalleitermarke heißen“ – Schröer Consulting.

Das Interview führte ich mit Anja Schröer, der Gründerin von Schröer Consulting, die sich selbst als fischessende Frühaufsteherin versteht. Und die auf die Frage Sekt oder Selters mit „Champagner“ antwortet und dabei herzlich lacht. Die gerne „The Sounds of Silence“ in der Fassung von Disturbed in ihren Führungskräfte-seminaren so richtig laut aufdreht und der neben ihren 3 ½ Pferden kaum noch Zeit für weitere Hobbys bleiben. Die Dracula als ihren Lieblingsfilm bezeichnet, aber nur in der Verfilmung von Francis Ford Coppola. Wobei man dann aber auch konsequenterweise einen seiner legendären Weine zu trinken sollte (*Anmerkung des Verfassers, der weiß, dass FFC ein Weingut in Kalifornien besitzt*).

Anja, die Veränderungsallergiker nicht als ihre Kernzielgruppe bezeichnet und man sie irgendwann möglicherweise in Uruguay finden könnte. Deren Lieblings- und einziges Parfüm Issey Miyake ist, weil sie gerade auf dem Weg ist minimalistischer durch ihr Le-

ben zu gehen und deshalb nur ein Produkt von einer Sache hat. (*Was mir persönlich sehr sympathisch ist, weil ich gestern wieder acht identische, weiße Leinenhemden nachbestellt habe.*)

Das mit dem nur einem Produkt von einer Sache zieht Anja konsequent durch. Auch bei den Sport-Arenen. Es gab unlängst einen sehr charmanten Artikel im Bocholter Borkener Volksblatt mit der Headline:

Stadion von Borussia Bocholt heißt nun Schröer-Consulting-Arena

#1 Anja, Dein Motiv für diese eckige Idee?

Uns ist die Jugendförderung sehr wichtig. Ich kann zwar kein Fußball spielen, aber ich finde diesen Sport fantastisch, weil er so viele Teamelemente vereint. Und gerade Borussia Bocholt fördert die Mädchen- und Frauen-

mannschaft, was ich ganz wunderbar finde. Und so haben wir uns gerne eingebracht.

#2 Wie und wann hat es angefangen mit der Personalberatung?

Am 17. August 2010. Ich habe Betriebswirtschaft studiert und war dann jahrzehntlang in mehreren Unternehmen im Marketing und im Personalbereich tätig. Das Unternehmen, wo ich zuletzt gearbeitet habe, wurde verkauft und mein Job gleich mit. Meine Abfindung habe ich dann in den Aufbau des Unternehmens Schröer Consulting investiert.

#3 Was zeichnet euer Team aus?

Ich bezeichne es gerne als NEW WORK. Wir sind nicht in einer formellen Einheit unterwegs. Wir sind alle selbstständige Partnerinnen und arbeiten auf der Grundlage unserer verschiedenen Kompetenzen zusammen. Ein sehr enges, extrem verbindliches Netzwerk. So können wir den Kunden

besser bedienen, uns gegenseitig stärken und unsere gebündelte Kompetenz gemeinsam am Markt sichtbar machen.

#4 Dieses Denken passt auch zu eurem Bürohund Chilli oder?

Stimmt. Er lebt im Dogsharing mit meiner Kollegin Silke Neuhaus. Er lebt also in zwei Familien und deswegen ist er auch immer mit uns im Büro. Er gehört extrem stark zum Unternehmen und zum Team dazu.

(Anmerkung von uns: Chilli ist ein Labradoodle. Und zwar einer von der extrem chilligen Sorte. Beim kompletten Interview hat er in seinem Körbchen abgehangen.)

#5 Schlagen wir den Bogen zum Employer Branding bzw. zum Recruiting. Das ist eines eurer Kernthemen. Wie würdest du die Veränderungen in dem Bereich beschreiben? Ist das wirklich so dramatisch oder ist das Bange machen?

Ich erlebe es tatsächlich sehr dramatisch. Als Personalleiterin haben wir Mitte der 90er Ingenieurbewerbungen in einer Menge bekommen, die kaum noch zu bewältigen war. Die Bewerbungen hätten wir hochwerfen können, um dann zu schauen, welche bleiben mit Bild nach oben liegen und wen davon laden wir ein.

Das hat sich komplett gedreht. Heute wirft quasi der Bewerber die Unternehmen hoch und schaut, mit wem er in Kontakt tritt – um in diesem Bild zu bleiben. Deshalb ist man als Unternehmen gut beraten, ein gutes Bild zu gestalten. Das nennt man Employer Branding. Und da kommt aus meiner Sicht kein Unternehmen dran vorbei.

#6 Wissen das denn schon alle Unternehmen?

Ich glaube nicht. Es gibt relativ viel Unternehmen, die sich mit dem Thema noch gar nicht auseinander gesetzt haben – weil sie es bislang vielleicht auch noch nicht mussten.

Die Steigerung und Sichtbarmachung der Arbeitgeberattraktivität ist ein strategisches Projekt. Das nimmt Zeit in Anspruch. Daher raten wir den Unternehmen genau jetzt damit anzufangen, wenn sie es noch nicht gemacht haben.

Es geht um die Unternehmenskultur

#7 Ihr bietet dazu Seminare an. Was erwartet mich, wenn ich mich in ein Seminar zum Thema Employer Branding setze?

Das ist eines der Seminare, die wir anbieten. Zunächst räumen wir mit dem Missverständnis auf, dass es nur um das Schönmachen nach außen geht. Da gilt es zu hinterfragen, was tun wir bereits für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Da geht es um Unternehmenskultur. Erst im zweiten Schritt widmen wir uns der Kommunikation der Arbeitgebermarke nach außen – der Steigerung der Sichtbarkeit. Getreu dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber.“

#8 An wen richtet sich dieses Seminar, wer sind eure Zielpersonen?

Am Effektivsten ist es, wenn Unternehmen 2-3 Personen entsenden. Im Idealfall den Personalverantwortlichen und den Marketingverantwortlichen, um deren Ideen zu matchen. Und gerne auch jemanden aus der Geschäftsführung, denn die Arbeitgebermarke ist „Chefsache“.

Axel Haizer, ein wirklicher Experte zum Thema Employer Branding & Recruiting hat mir geschildert, dass die größte Hürde in diesem Prozess erst einmal dadurch genommen werden muss, dass man dem Personalleiter erklären muss, dass er fortan auch noch wie ein Marketingleiter denken und handeln muss.

Ich muss als Ex-Personalleiterin eine Lanze für meine Kolleginnen und Kollegen da draussen brechen. Deren Arbeitspensum ist in der Regel sehr hoch und der Druck nimmt stetig zu. Deswegen hat dieses Umdenken, welches du ansprichst, im laufenden Betrieb nicht den Raum, der dafür notwendig ist. Sich als interdisziplinäres Team einen Tag Quality Time für dieses Seminar gönnen, ist ein sehr effektiver Ansatz. Gerne auch unterstützt von Meinungsbildnern aus den Unternehmen, damit die gewonnenen Ansätze auf eine breitere Basis gesetzt werden. Die Personaler mit der zunehmenden Dramatik alleine zu lassen, wäre zu kurz gesprungen.

Wir besuchen sehr viele Veranstaltungen. Auf einer dieser Veranstaltungen be-



klagte der Personalleiter eines größeren Unternehmens, dass er auf seine letzte Stellenangebote in der Tageszeitung kaum noch Bewerbungen bekomme. Auf die Frage, was er denn dann gemacht habe entgegnete er „Noch eine Anzeige geschaltet.“

Das macht deutlich, dass da ein Umdenken notwendig ist. Und das man sich als komplettes Unternehmen dieser Herausforderung stellen sollte.

#9 Ein paar Hardfacts noch zum Seminar?

Das nächste Seminar findet am 5. Juni in unseren Räumlichkeiten in der Brinkstegge in Bocholt statt. Wir mögen übersichtliche Gruppen von ca. 10 Teilnehmern, um intensiv arbeiten zu können. Das Zeitfenster ist von 9 bis 17 Uhr. Es sind derzeit auch noch Plätze frei ...

Und wer sich mit uns am Thema weiter entwickeln möchte, sprich hart am Wind der Veränderung zu segeln, dem bieten wir mit unseren „Strategy Development Days“ ein Zweit-Tage-Werkstattformat an. Da vertiefen wir die Themen mit den Teams aus den Unternehmen. Am Ende dieser beiden Tage steht eine klare, umsetzbare Strategie.

Im Rahmen dieses humor-gespickten, inspirierenden Interviews haben wir weitere Ideen kreiert, wie zwei Podcast-Episoden zum Thema Vertrauen und Optimismus. Zwei wichtige Grundwerte für Anja, die ich gerne unterstreiche. Des Weiteren haben wir lose verabredet einen Gedankenaustausch zum Thema „Vision-Board“ und dem Ansatz „Sammeln von Augenblicken“ – vielleicht bei einem Wein von Francis Ford Coppola.



SCHRÖER CONSULTING
Brinkstegge 19, 46395 Bocholt
Fon: +49 (0) 2871 2949 730
www.schroer-consulting.de