

„Werden Sie zum Treiber“

INTERVIEW. Personaler täten gut daran, die Nutzung von sozialen Medien aktiv zu gestalten. Denn ansonsten machen es andere, warnt Tjalf Nienaber.

personalmagazin: Wie weit sind die Personalabteilungen in Sachen Social Media?

Tjalf Nienaber: Die wenigsten Personaler beschäftigen sich in der Praxis mit dem Thema. Sie haben es zwar auf dem Radar, aber in der Umsetzung hapert es noch. Personaler, die im Recruiting und Employer Branding tätig sind, gehen etwas aktiver mit den sozialen Netzwerken um. Aber gerade Personen mit Leitungsfunktionen weisen dem Thema nur wenig Gewichtung zu.

personalmagazin: Was ist der Grund?

Nienaber: Das hängt zum einen mit den Belastungen zusammen, die Personalmanager ohnehin haben. Zum anderen haben Personaler das Thema per se noch nicht so verankert wie andere Themen, bei denen sie sich sicher fühlen und ihre Kompetenz ausspielen können. Bei Social Media wissen sie selbst noch viel zu wenig und warten ab. Manche hoffen auch, dass es nur ein Hype ist und sich bald wieder beruhigt.

personalmagazin: Aber es ist kein Hype?

Nienaber: Das Thema ist ja schon nachhaltig angekommen. Vor allem eine Zielgruppe wird es weitertreiben: Die Digital Natives. Heute sind 100 Prozent aller Auszubildenden in Online-Communities unterwegs. Und die werden die Treiber sein, dass sich das Unternehmen mit Social Media beschäftigen muss. Es ist die Frage, ob das Personalmanagement sich hier den Hut aufsetzt, oder ob es sich das Thema mal wieder von anderen Bereichen wie IT oder Marketing/PR wegnehmen lässt.



Tjalf Nienaber

ist als Bereichsleiter der Webacad tätig. Zudem betreibt er diverse On- und Offline-Netzwerke wie HRnetwork.

personalmagazin: Heißt das auch, dass Personaler künftig ganz anders kommunizieren müssen?

Nienaber: Sie müssen sich einen anderen Kommunikationsstil angewöhnen – aber der muss zum Unternehmen passen. Ich kann nicht von heute auf morgen aus einem zurückhaltenden Unternehmen ein transparentes, in sozialen Netzwerken kommunizierendes machen und dabei vergessen, die Mitarbeiter mit auf die Reise zu nehmen. In vielen Firmen sehen die Mitarbeiter eine Gefahr darin, dass Wissensweitergabe sie ersetzbar machen könnte. Dort haben Personaler noch eine kleine Nuss zu knacken. Aber wenn sie das Thema nicht besetzen, übernimmt das irgendwann eine vom Vorstand eingesetzte

Projektgruppe oder das Marketing. Dann sind die Personaler nur noch Umsetzer und nicht mehr Treiber.

personalmagazin: Was empfehlen Sie?

Nienaber: Den Vorstand interessiert vor allem: Was ist der Mehrwert für das Unternehmen? Das müssen Personaler darstellen können – entweder selbst oder mithilfe von Experten. Es geht darum, die Wissensvermehrung überhaupt einmal transparent zu machen.

personalmagazin: Hält die Tatsache, dass man im Social Web viel über sich preisgibt, Personaler von der Nutzung ab?

Nienaber: Absolut. Aber das heißt nicht, dass jeder Personaler sein Facebook-Profil zu 100 Prozent ausfüllen und zahlreiche Fotos hochladen muss, sondern er muss sich zumindest des Themas so annehmen, dass es förderlich für die Firma ist. Social Media ist ein riesiger Stellenmarkt. Plattformen wie Xing und andere geben uns heute die Möglichkeit, mit potenziellen Bewerbern und Talenten in Kontakt zu treten. Und das passiert noch viel zu selten.

personalmagazin: Weil es viel Zeit kostet?

Nienaber: Ja, doch es gibt mittlerweile Tools, die dabei helfen, beispielsweise der elektronische Recruiter. Ich muss also nicht selbst in den Netzwerken stöbern, sondern kann mich einer Softwareapplikation bedienen, die nach entsprechenden Vorgaben mir genau diese Personen heraussucht. ■

Das Interview führte Daniela Furkel.