

Starke Personaler braucht das Land!

Das Bild, das von HR gezeichnet wird, ist häufig das eines internen Dienstleisters, der mit Fokus auf Kosteneffizienz und Kennzahlensteuerung bei maximaler juristischer Sicherheit auf das operative Tagesgeschäft ausgerichtet ist. Leider, muss man sagen, denn dieses Bild ist ein verkürztes. HR ist mehr als ein Dienstleister, der als Unterstützer im Wertschöpfungsprozess der Organisation fungiert. Zu kurz kommen in dieser Beschreibung die strategischen und gestalterischen Aspekte des HR-Managements, die maßgeblich zur Zukunftsfähigkeit des Geschäfts, der Organisation und damit zum Unternehmenserfolg beitragen.

Ob HR diese Rolle tatsächlich einnimmt oder nicht, war und ist Gegenstand unzähliger Debatten. Das Ergebnis ist, kurz gesagt, kein klares und wird wahrscheinlich maßgeblich durch die eigenen Erfahrungen mit dem beziehungsweise im HR-Management geprägt. Relative Einigkeit wiederum besteht darüber, dass HR diese strategische und gestalterische Rolle einnehmen muss, um langfristig nicht Opfer der allumfassenden Digitalisierungsprozesse zu werden.

Was wir heute als digitale Helferlein noch bestaunen und bejubeln, wird mit dem administrativen Teil unserer Funktion um die Jobs konkurrieren. Ansporn genug, uns in die strategischen und gestalterischen Aufgaben zu stürzen. Doch können wir das? Gelingt uns als HR-Management dieser Shift? Wesentlich für die Antwort auf diese Frage wird sein, welche Typen das HR-Management in Zukunft prägen werden. Oder anders: Welcher Anspruch richtet sich an die nächste Generation der HR-Manager? Welcher Kompetenzen bedarf es, um sich der neuen Herausforderungen erfolgreich anzunehmen? Und wo kommen die neuen Typen her?

INTERDISZIPLINÄR FÜR INNOVATIVERE PERSONALSTRATEGIEN: ES LEBE DIE DIVERSITÄT!

Das Zielbild für die Personal(er)arbeit von morgen ist, dass klassische HRler viel stärker als heute mit Kollegen aus anderen Unternehmensbereichen zusammenarbeiten, um ein gemeinsames Verständnis für die Organisation zu entwickeln und einen gesamtheitlichen Blick auf diese zu richten. Der Austausch und das Networking zwischen HR und Kollegen aus anderen Fachabteilungen muss dafür intensiviert, die vielfach noch bestehenden Silos aufgebrochen werden. Das klingt in den Ohren vieler nicht nach den Personalbereichen, die sie in ihren Organisationen vorfinden. Mit Blick auf die Typen von morgen eine Absage an die klassische HR-Fachkarriere also? Mitnichten! Die Mischung macht es, wie so häufig im Leben.

Konkret kann die Forderung an das Personalmanagement nur lauten, bei der Aufstellung der eigenen Funktion (noch) diverser zu

denken als bisher. Während wir für das Unternehmen in Gänze und die Fachbereiche im Speziellen querdenkende Generalisten suchen, die Businessmodelle „disruptiv auf den Kopf stellen“ und „mit agilen Methoden Prozesse beschleunigen sowie Produkte und Leistungen innovativer gestalten“, bleiben wir beim Recruiting für die eigene Profession diesen Ansprüchen hinterher. Warum fischen wir nicht mehr als bisher im Becken der Entwickler, Marketer oder Business-Strategen? Weil wir als Funktion nicht attraktiv genug sind für diese Typen? Weil wir nichts zu bieten haben? Wohl kaum. Vielleicht stellen wir es nur nicht geschickt genug an im internen Kampf um die die besten Köpfe – internes Employer Branding ist das Stichwort – oder wir haben es noch nicht begriffen.

Noch mal: Klassische Personaler bleiben wichtig für das HR-Management. Sie sind gut ausgebildet, hochkompetent und engagiert. Sie müssen aber durch Charaktere mit personalfernen Ausbildungen und Vitae ergänzt werden und „kreativen Machern“ mit Offenheit begegnen.

MEHR ALS ADMINISTRATION: DIE AUFGABEN SIND HERAUSFORDERND!

Hat die Profession für junge Köpfe von „außen“ denn etwas zu bieten? Klar! New Work, neue Kompetenz- und Karrieremodelle sowie New Leadership bieten die Bühne für HR und damit für Personalerinnen und Personaler, sich als Business Partner zu positionieren und strategische Personallösungen für verschiedene Unternehmensbereiche zu entwickeln. Keine einfachen Aufgaben, aber spannende.

MEHR ALS FACHWISSEN: DIE KERNKOMPETENZEN DER ZUKUNFT SIND SOFT!

Welche Kompetenzen muss der HR-Nachwuchs in Zukunft mitbringen, um die Herausforderungen nicht nur anzunehmen, sondern erfolgreich im Sinne eines strategischen Personalmanagements auf Augenhöhe mit anderen Fachbereichen zu meistern? Unbestritten ist, dass immer mehr Prozesse und Routineaufgaben automatisiert oder auch ausgelagert werden. Was neben strategischem, interdisziplinärem und vernetztem Denken demnach an Bedeutsamkeit gewinnen wird, sind all jene Kompetenzen, welche nicht – oder zumindest schwer – automatisiert werden können. Neben der Fähigkeit, zu kooperieren und zu netzwerken, wird der HR Nachwuchs immer häufiger als Coach und Partner agieren und bewusst an seinen Soft Skills arbeiten müssen.

Laut einer aktuellen repräsentativen Studie von LinkedIn, in welcher über 300 Personalentscheider und Vorstände in Unterneh-



DGFP // Ausbildung Business Coaching

Start: 25.01.2018 in München

men ab 50 Mitarbeitern in Deutschland zum Thema „Kompetenzen der Zukunft“ befragt wurden, wird die Bedeutung von Soft Skills im Berufsleben gegenüber Hard Skills weiter steigen. Soft Skills werden immer häufiger nachgefragt. Insbesondere funktionsübergreifende Kompetenzen wie „kulturelles Feingefühl“ sowie Team- und Mitarbeiterführung werden in Zukunft an Relevanz gewinnen.

Ganz ohne Frage wird IT-Wissen – oder besser digitale Kompetenzen – relevanter für Personaler als bisher. Am Ende geht es nicht darum, selber coden zu können, aber der Nachwuchs muss ein tieferes Verständnis für Funktionsweise und Interaktion von Technologien mitbringen. Das gilt nicht nur für HRler, aber auch für diese. Wird damit das klassische HR-Fachwissen obsolet? Nein, ganz bestimmt nicht. Auch in Zukunft müssen die Personalbereiche beispielsweise Arbeitsverträge rechtssicher schließen und Arbeitszeugnisse schreiben (oder schreiben lassen).

NEUE STRUKTUREN UND FREIRAUM FÜR VISIONEN UND QUERDENKER!

Der Nachwuchs für HR ist da. Dies lässt sich zumindest der aktuellen Absolventenstudie vom Kienba um Institut@ISM für Leadership & Transformation entnehmen. Danach gehört HR sogar zu den beliebtesten Abteilungen bei Berufseinsteigern!

Wichtig ist nun, dass sich die nachfolgende Generation an Personalmanagern als Treiber von Transformation, Entwicklung und als Partner auf Augenhöhe versteht. Ein solches Selbstverständnis und Selbstbewusstsein sind Voraussetzung für ein erfolgreiches HR-Management und die Zukunftsfähigkeit der gesamten Organisation. Einerseits!

Andererseits bedarf es auch der Offenheit und Unterstützung von Unternehmensführung und HR selbst, eben diese Strukturen und den Freiraum zu ermöglichen, in welchem Nachwuchs-HRler zu Visionären, Querdenkern und Strategen ausgebildet werden können, um somit das bisher noch ungewohnte Bild des gestaltenden HRlers als Business Partner innerhalb von Unternehmen zu etablieren. Nur so kann die Funktion attraktiv für diejenigen werden, die HR eben auch braucht.

*Katharina Heuer, Vorsitzende der Geschäftsführung der DGFP e.V.,
069 713785100, heuer@dgfp.de*
*Isabelle Ermer, Netzwerkmanagerin Hochschulen der DGFP e.V.,
069 713785116, ermer@dgfp.de*

Ziel der Ausbildung ist die Vermittlung umfassender praxisorientierter Coachingkonzepte für den Einsatz bei Einzel-Coachings und die Auswahl externer Coachs. Sie erarbeiten sich das Selbstverständnis eines Coachs sowie die Fähigkeit, systemisch zu denken. Anhand eigener Praxisbeispiele erleben Sie die Schritte eines Coachingprozesses von der Auftragsklärung bis zur Supervision. Die hohe Praxisorientierung in den Modulen sowie die herausragende Kompetenz der Ausbilder ermöglichen Ihnen eine umfassende und qualitativ hochwertige Ausbildung. Nach bestandener Prüfung erhalten Sie das DGFP-Zertifikat zum Business Coach.

Inhalte

Modul I Coaching als Profession

Modul II Initiieren von Coachingprozessen

**Modul III Potenzial- und lösungsorientiert
intervenieren**

Modul IV Coaching – Praxis I

Modul V Coaching – Praxis II

Prüfung

Supervision

Dauer 15 Tage, 1 Prüfungstag, 3 Transfertage

Preise

€ 6.715,-, Mitglieder DGFP

€ 7.900,- Nichtmitglieder

Online-Code A08

Entdecken Sie die DGFP – neu!

Deutsche Gesellschaft für
Personalführung e. V.
Fon 069 713785-200
E-Mail akademie@dgfp.de
www.akademie.dgfp.de

