



Jury aus. Wie im Vorjahr auch sind die fünf Finalisten wieder zur Preisverleihung und einer Kurzpräsentation mit professionellem Coaching beim DGFP Lab eingeladen, das dieses Jahr am 28. September in Berlin stattfindet. Nähere Informationen hier

PERSONALLITERATUR

„DIGITAL LEADERSHIP“ – Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy

Thorsten Petry (Hrsg.)

Wir leben in einer komplexen Umwelt mit schnellen und tiefgreifenden Veränderungen. Ein wesentlicher Treiber dieser Veränderungen ist die exponentielle technologische Entwicklung, die häufig mit dem Schlagwort der Digitalisierung beschrieben wird. In dem erschienenen Herausgeberband „Digital Leadership“ erläutern renommierten Experten aus Wissenschaft, Großunternehmen und Start-ups wie sich die Unternehmens- und Personalführung verändern muss, um im Zeitalter der Digital Economy erfolgreich zu sein. Das von Prof. Dr. Thorsten Petry herausgegebene, praxisorientierte, gut 450 Seiten umfassende Buch richtet sich an Vorstände, Geschäftsführer, General Manager, Unternehmensstrategen, Unternehmens- und Organisationsentwickler, Personalmanager, Change Manager und sonstigen Führungskräfte, die sich mit der Digitalisierung und deren Konsequenzen für die Unternehmens- und Personalführung auseinandersetzen möchten. Die verschiedenen Beiträge zeigen sowohl aktuelle Herausforderungen als auch mögliche Lösungsansätze auf. Die renommierten Experten stellen aktuelle Fallstudien und Analysen vor und erläutern Wege und Ansätze für eine erfolgreiche Digitale Transformation

und adäquate Führung im Zeitalter der Digital Economy. ISBN: 978-3-648-08057-3 (HAUFE Verlag), Euro 49,95 (D).

PERSONALRECHT

BEFRISTUNGSGRUND „EIGENART DER ARBEITSLEISTUNG“

Mit dem Begriff der „Eigenart der Arbeitsleistung“ nach § 14 I Nr. 4 TzBfG sollen nachweislich der Gesetzesbegründung insbesondere die in der Rechtsprechung anerkannten Fälle im Rundfunk- / und Bühnenbereich erfasst werden, ohne dass jedoch eine abschließende und ausschließlich auf diese Fälle bezogene Regelung gewollt war. Da jede Arbeitsleistung Besonderheiten aufweist, verbietet sich eine weite Auslegung des Merkmals der Eigenart der Arbeitsleistung. Es muss sich daher um eine vertragstypische, die jedem Arbeitsverhältnis innewohnende Besonderheit in einem außergewöhnlichem Maß übersteigende Eigenart handeln, wobei jedoch auch branchenspezifische Merkmale bzw. Gesichtspunkte zu berücksichtigen sind. Das LAG hat diese Grundsätze auf den Mannschaftssport wie Fußball in der Bundesliga angewandt und die Befristung eines Torwarts für rechtswirksam erachtet, LAG Rheinland-Pfalz vom 17.02.2016 – 4 Sa 202/15 (RA Dr. Ulrich Brötzmann, Mainz, www.kanzlei-bruetzmann.de)



PERSONALTHEMA

VERPUFFUNGSGEFAHR IM PERSONALMARKETING

Als klassischer "Oldschool" Headhunter fragt man sich in Zeiten von Active Sourcing, Reverse Recruiting und Web "Wievielauchimmer", wie lange das eigene Geschäftsmodell noch den Anforderungen der Mandanten und der Realität des Marktes standhält. Es tut sich viel im Kandidatenmarkt-Frontend.

Was tut sich aber im Kandidatenmarkt-Backend? Die Investitionen in Personalmarketing-Maßnahmen steigen, während sich in den HR Abteilungen wenig tut. Ich denke in Metaphern. Wenn ich an Mitarbeitergewinnung denke, kommt mir ein Fischernetz in den Sinn. Maßnahmen im Rahmen des Personalmarketings vergrößern das Netz. Aber auch das größte Netz nutzt wenig, wenn es nicht engmaschig genug ist. Die Masche pro Quadratmeter ist eine Kenngröße, die aus meiner Sicht in der Personalabteilung gemessen wird. Wenn es hier nicht gelingt, den "Kandidatenfisch" im Netz zu halten, schlüpft er durch und geht verloren.

dieser Stelle entsteht häufig schon der erste Verpuffungseffekt der Personalmarketing Millionen oder Milliarden. Später im Gespräch dann die Frage nach der Position in fünf Jahren. Ich weiß nicht, wie es bei Ihnen aussieht - bei mir sieht es so aus, dass ich noch nicht einmal weiß, was ich übermorgen essen werde.

Was mir fehlt (vor allem in der Zusammenarbeit mit der ein oder andern HR Abteilung) ist die klassische Sales-Denke. Mitarbeitergewinnung = Kundengewinnung. Die Methoden sind die gleichen. Warum bei uns kaufen. Warum gerade dieses Produkt, obwohl es doch etwas teurer als das des Wettbewerbers ist. Genau hier kommt aber wieder der "Oldschool" Personalberater ins Spiel. Solange wir, bewaffnet mit Telefon, einer knackigen selling story und viel Herzblut Zielkandidaten den Traum von einem besseren Leben (Leben = Job) verkaufen, sind wir vermutlich auf der sicheren Seite. Daneben hat bis heute kein Algorithmus einen tollen Kandidaten zum Abendessen eingeladen.

Anzeige

PERSONALintern.de

Basis
(Preis: 200,- Euro)

Stellengesuch

Kombi-Paket (Preis: 300,- Euro)

- PERSONALintern ■ FAZ (Print)

Kombi-Plus-Paket (Preis: 350,- Euro)

- PERSONALintern ■ FAZ (Print)
- karriere-marktplatz

Preis pro Einzelschaltung inkl. kostenloser Chiffre-Weiterleitung.

Weitere Informationen für Ihre Insertion unter:
Certo GmbH Verlag und Medienberatung · Tel. 02132 / 658632-0

www.personalintern.de

Was ich damit sagen will: der Messestand auf dem Recruiting-Tag an der Uni wird jedes Jahr größer, die Breite an Stellenbörsen nimmt zu und die Anzeigen werden bunter und bewegter. Dann die Frage der 27-jährigen Recruiterin: "Warum sollte sich die Ernst Beispiel AG für Sie entscheiden?" - Puff, an



Mark Brenner
BRENNER-TEKATH Personal- und Unternehmensberatung
www.brenner-tekath.de
info@brenner-tekath.de