

DER RECRUITING BLOG

„Einfache Ideen zum Abschauen“ – Interview mit Jörg Buckmann zu seinem neuen Buch Personalmarketing to go



Jörg Buckmann, ehemals Leiter Personalmanagement bei den Verkehrsbetrieben Zürich, heute Blogger, Berater für Personalmarketing und Buchautor, hat einen neuen Ratgeber für Personalverantwortliche veröffentlicht. „Personalmarketing to go – Frechmutige Inspirationen für Recruiting und Employer Branding“ heißt das neue Buch und Rethink hat es zum Anlass genommen, mit dem Praktiker aus der Schweiz über leicht umsetzbare Tipps, Stockfotos und richtig gute Online-Stellenanzeigen zu sprechen. Rethink-Leser können außerdem ein Buchkapitel

kostenlos zur Probe lesen.

Herr Buckmann, wie kamen Sie auf die Idee zu Ihrem neuen Buch?

Mein erster Frechmut-„Schinken“ hat sich mit fast 2.000 Exemplaren nicht nur wundergut verkauft, sondern mich auch auf den Vortragsreisen in viele Bahnhöfe und Flughäfen verschlagen. Dort ist ja mittlerweile alles „to go“, also zum Mitnehmen. Gleichzeitig hatte ich schon länger im Kopf, aus den vielen gelungenen Beispielen richtig guten Personalmarketings ein leicht lesbares, möglichst unterhaltsames Buch mit vielen Bildern zu machen. So eine Art Bilderbüchli für Personalmarketer.

Das ist Ihnen gelungen, wir haben an mehreren Stellen laut gelacht. Überhaupt ist aufgefallen, dass Ihr Buch im positivsten Sinne sehr einfache, relativ leicht umsetzbare Tipps gibt. Warum dieser Ansatz?

Ich glaube, dass es längst genug und auch gute Fachbücher gibt, welche die theoretischen Ansätze des Personalmarketings abhandeln. Ich wollte ein Buch machen, das man einfach in die Hand nimmt, ein wenig darin stöbert, wieder weglegt und (hoffentlich!) wieder in die Hand nimmt. Süffige

Geschichten mit oft verblüffend einfachen Ideen zum Abschauen und selber umsetzen. Wie zum Beispiel die Geschichte mit dem Recruiting-Charmeur, wo die Linienchefin oder der Personalchef Talente direkt anspricht – und mit einer speziellen Visitenkarte neugierig macht. Oder natürlich das Vorgehen der Parteien in Wiehl, die ihre/n neue/n „Bürger“ mit animierten Videos suchen. Im wahrsten Sinne großartiges Kino. Viele dieser Tipps sind sehr einfach und relativ leicht umsetzbar. Das macht es übrigens zu einem verdammt fiesem Fachbuch.

Wie meinen Sie das?

Viele Ideen verlangen nicht nach einer umfassenden Strategie – man kann sie in der Tat einfach und schnell in die Tat umsetzen und konkrete Verbesserungen erzielen. „Personalmarketing to go“ entzieht also gewissermaßen der Ausrede „wir machen jetzt zuerst einmal ein Konzept“ die Daseinsberechtigung. Ich würde mich freuen, wenn ganz einfach die eine oder andere Idee hängen bleiben würde.

Wenn man nicht viel Zeit hat: Welche Kapitel muss man unbedingt gelesen haben?

Eines meiner Lieblingsthemen sind die schrecklichen Stockbilder, die sich in vielen Stellenanzeigen und auf vielen Karriereseiten finden lassen. Die sind in etwa so menschlich und echt wie eine „Barbie“. Unpersönliche Werbung ist doch einfach kalter Kaffee. Und damit auch wirklich jeder es schafft, das Kapitel zu lesen, habe ich es unter personalmarketingtogo.ch als Leseprobe zur Verfügung gestellt.

Was sind Ihrer Meinung nach aktuell die größten Herausforderungen für Personaler?

Ich glaube, dass bezogen auf die Personalgewinnung ein paar große Herausforderungen auf viele Personaler warten. Durch die mehr oder weniger neuen Kommunikationsformen werden neue Kompetenzen wichtig. Kommunikation.

Medienkompetenz. Schreiben. Marketing. Wer hier die Hausaufgaben macht und diese Talente mit einer Portion Frechmut anreichert, wird auch in Kommunikations- und Marketingfragen auf Augenhöhe mit internen Schlüsselpersonen agieren können – und so an Profil und Anerkennung zulegen.



Sie haben den mittlerweile etablierten Begriff „Frechmut“ im HR-Kosmos geprägt. Warum brauchen gerade Personaler eine Extraportion Frechmut?

Ganz einfach: Weil diese Extraportion noch zu oft fehlt. Die Lust am Experimentieren, am Entdecken neuer Wege. Auch am Lernen von anderen, zum Beispiel von der Produktwerbung. Da können wir Personaler noch zulegen – und müssen es auch, um auch künftig die Talente zu finden. Andererseits gibt es doch schon viele zauberschöne Beispiele guter Projekte und Vorgehensweisen. Das macht mir Freude und stimmt mich zuversichtlich. Es geht voran.

Haben Sie ein paar Positivbeispiele in Punkto Online-Stellenanzeigen für unsere Leser?

Ja, gerne. Denn mit Verlaub – vielleicht haben wir Schweizer richtig gute Online-Stellenanzeigen (ausnahmsweise...!) nicht erfunden, aber die Dichte an guten Anzeigen scheint mir in der kleinen Schweiz speziell hoch. Zum Abschauen schön finde ich zum Beispiel die Inserate von der [Swisscom](#), dem Energieversorger [BKW](#), der [SBB](#) oder vom [Kinderspital Zürich](#).

Herr Buckmann, vielen Dank für das Gespräch.

Bildquelle: Thomas Aebischer, «Der Fotomacher»



JETZT NEUE ARTIKEL AUTOMATISCH PER MAIL ERHALTEN

Twittern



Dieser Beitrag wurde unter HR Insights abgelegt am Februar 11, 2016 [<http://www.rethink-blog.de/hr-insights/einfache-ideen-zum-abschauen-interview-mit-joerg-buckmann-zu-seinem-neuen-buch-personalmarketing-to-go/>] von REthinker.
