

GLOSSE

Ein ganz neuer Trend

Achtung, demnächst wird es eine neue Funktion in Unternehmen geben: Der „Employment Brand Manager“ soll sich darum kümmern, dass man als Marke für zukünftige Arbeitnehmer attraktiv ist und bleibt. Auf der Personal Austria wird der amerikanische HR-Stratege John Sullivan diese Funktion hoffentlich genau erklären – was aber eigentlich gar nicht notwendig wäre, denn der wohlklingende Titel alleine sollte reichen, um eine solche



ROBERT
PRAZAK
robert.prazak@
wirtschaftsblatt.at

*Wundern
Sie sich
nicht, wenn
jemand
das Logo
aufpoliert*

Stelle zu erschaffen und mit ausreichend Budget zu versorgen. Wenn Sie also demnächst jemanden mit dem Staubtuch in der Hand das Firmenlogo polieren sehen – wundern Sie sich nicht, das ist nur der Employment Brand Manager. Natürlich wird vor lauter Branding kaum Zeit bleiben, die bereits bestehenden Mitarbeiter zu versorgen, zum

Beispiel mit Informationen über die Unternehmensziele – wozu auch, schließlich kann ja jeder selbst die Stelleninserate in Zeitungen oder im Internet lesen, um zu erfahren, was seine Firma seit Jahren von ihm verlangt („Was? Wir legen Wert auf Kundennähe und Innovation und bieten Mitarbeitern ein ideales Umfeld zur Selbstentwicklung? Also, wenn ich das gewusst hätte...“). Jetzt heißt es rasch reagieren auf den neuen Trend: Wer das erste Seminar oder die erste Beratungseinheit mit „Employment Brand Management“ im Titel veranstaltet, darf auf den Frühbucher-Bonus hoffen. Was soviel heißt wie: Bis der erste Kunde draufkommt, dass das alles gar nix Neues ist, sind die Folder längst gedruckt.