

Sie haben es sich verdient!

BOATBOOKINGS.com

ENTER

change.ch[®]
It's time for change!

HOME EDITORIAL IMPRESSUM NEWSLETTER DISCLAIMER KONTAKT

Wirtschaftsportal für Entscheidungsträger

RSS

18. September 2008

AKTUELL

- NEWS
- INTERVIEWS
- GENERATION CHANGE
- LITERATUR
- MANAGEMENT
- THEMEN
- PEOPLE
- MÄRKTE
- IDEEN & INNOVATIONEN
- HUMAN RESOURCES
- GLOBAL CHANGE

BÖRSEN NEWS

MARKTPLATZ

BILDUNG / KURSE

JOBS

IMMOBILIEN

AUTO

TRAVEL

EVENTS / AGENDA

HRM: «Veränderung sollte Standard sein»

Interview



Connie Voigt
Chefredaktorin
HR Today

Connie Voigt, Chefredaktorin, «HR Today».

Wir sprachen mit Connie Voigt über aktuelle Entwicklungen im Human Resource Management.

change.ch

Frau Voigt, welchen Stellenwert hat das Human Resource Management (HRM) in einem Unternehmen?

Connie Voigt

Das HRM steht im dauerhaften Spagat zwischen strategischem und operationalem HR. Mit Letzterem haftet HR-Managern das Image der Wasserträger an. Als Entscheidungsträger und wertschöpfender Business Partner wird das HRM eher in seiner strategischen Arbeit gesehen.

Wegen seiner vielseitigen Rollen als Administrationsexperte, Performance Coach, Business Partner und nicht zuletzt auch als ausführender Change Agent müsste das Berufsprofil des Human Resource Manager strikt argumentiert auch in diese vier Namen zerlegt werden. Solange aber diese Rollen in einer schwammigen Berufsbezeichnung verschmelzen, wird niemandem in Unternehmen wirklich klar, was das HRM an langfristiger Wertschöpfung tatsächlich leistet.

Ist das HRM grundsätzlich leistungsfähiger, wenn die HR-Führung in der Geschäftsleitung sitzt?

Jede Abteilung wird leistungsfähiger, wenn ihre Vertreter immer à jour sind mit den Strategieplanungen des Unternehmens. Es hat noch nie jemandem geschadet, bestens informiert zu sein, wenn es um zukünftige Ausrichtungen geht. Schliesslich muss das HRM im Voraus rekrutieren, entwickeln und coachen, wenn es einen guten Job machen will ohne halbherzige Feuerwehrlösungen. Das geht nur mit einer realistischen Vorlaufzeit. Ein Einsitz in der Geschäftsleitung um des Einsitzens willen allerdings zeugt von falschem Stolz.

Wir leben in einer veränderungsreichen Zeit. Womit bringen Sie den Begriff «Change» in Verbindung?

Die Menschheit hätte sich nicht im Sinne einer Evolution weiter entwickelt, gäbe es nicht konstanten Change. Der Begriff hat Züge eines Motivationstools, weil Menschen anscheinend immer wieder daran erinnert werden müssen, sich vorauseilend anzupassen, mit dem Ziel, die Nummer eins im Wettbewerb zu werden. Wer allerdings die Nummer eins ist, redet nie von Change. Die Besten erneuern sich von Natur aus ständig und sehen Veränderung als Standard. Damit wird auch das so genannte Change Management ein Absurdum, es sei denn, Manager leben es als endloses Vergnügen.

Wie leben Sie persönlich «Change»?

Ich bin schnell gelangweilt mit Ist-Zuständen. Deshalb finde ich immer wieder Wege, Prozesse zu verbessern oder Ziele anzupassen. Auf persönlicher Ebene hänge ich regelmässig meine Fotos zuhause oder am Arbeitsplatz um. Ich bereise jährlich mindestens zwei Orte, in denen ich noch nie war. Jeder Ort bewegt etwas in mir, das mich weiterbringt und neu inspiriert. Ohne diese neuen Inputs käme ich mir vor wie eine Tulpe ohne Blüte.

Schliesslich unsere «Change»-Frage: Wenn Sie alle Macht der Welt hätten, welchen Change würden Sie realisieren?

Ich würde jeden einzelnen Unternehmenschef dieser Welt mit folgender Kernfrage zur Selbstreflexion coachen: Profitiere ich maximal von der Vielfalt meiner unterschiedlich denkenden Mitarbeitenden? In der sich unaufhaltsam globalisierenden Geisteswelt sollten alle Ideen genutzt werden, auch wenn diese noch so abstrus wirken können beim ersten Hinhören. Schliesslich wurde der Nylonstrumpf von einem autistischen Tüftler erfunden und das Prinzip des Post-it von einer Sekretärin entwickelt.

Hierarchisch und «organigrammatisch» gesehen gehörten diese Erfindungen nicht in das Ressort dieser Mitarbeitenden. Das Aufweichen von Hierarchien sollte also bei der Einbeziehung «schräger» Ideen eine veritable Überlegung wert sein. Auch wenn Zuhören und die Auseinandersetzung mit andersartigen Gedankenkonstrukten zusätzliche Zeit erfordert – langfristig gesehen macht sie sich bezahlt.

Kurz: Es geht um die natürliche Nutzung der Diversität der gesamten Belegschaft mit dem Ziel, eine exklusive intellektuelle Wertschöpfung zu forcieren und diese mit der strategischen Marschroute zu koordinieren. Dann sind Sie Nummer eins und leben den «Dauer-Change».

Frau Voigt, wie danken Ihnen für das Interview.

Interview: Zoran Bozanic, September 2008

[Schreiben Sie uns Ihren Kommentar zu diesem Artikel](#)

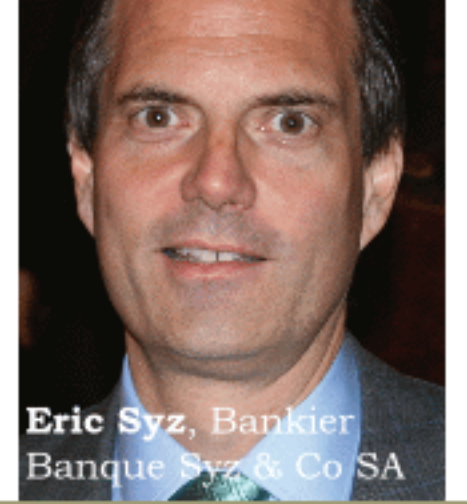
[weitere Interviews](#)

Suche

Google™ Benutzerdefinierte Suche

CHANGE.CH INTERVIEWS

Interview



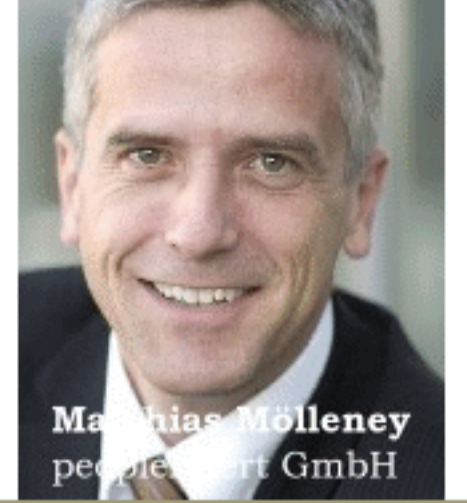
Eric Syz, Bankier
Banque Syz & Co SA

Interview



Doris Fiala
Nationalrätin
und Präsidentin, FDP
des Kantons Zürich

Interview



Matthias Mölleney
peple sport GmbH

Interview



Carolyn Baechler
Gründerin, Tensid AG

Interview



Walter Borner
GL & Verwaltungsrat
Zimmerli Textil AG

Interview

Werbung

Weltbild.ch

Blockbuster zum Top-Preis!

24.90
Into the Wild

24.90
Love Vegas Extended Version

24.90
Hancock

Über 12'000 DVDs!
Hier klicken!

Google-Anzeigen

VOIGT Engineering GmbH

Kundenbeziehungs...