

Indeed - Marketing | Face the Change: Andy Fuchs, TÜV Rheinland | Indeed Deutschland

[MUSIK SPIELT]

Mein Name ist Andy Fuchs.

Ich bin jetzt seit elf Jahren bei TÜV Rheinland verantwortlich fürs Thema Personalmarketing und Employer Branding und es wird nicht langweilig.

Die Zeiten aktuell sind hier sehr schwierig, aber das Thema generell ist einfach sehr spannend und ich freue mich auch, dass ich da mitarbeiten darf, an dieser Stellschraube, die ja doch für viele Unternehmen auch immer so ein Pain Point ist, die Gewinnung von neuen Talenten.

[MUSIK SPIELT]

Im Allgemeinen ist es sicherlich das ganze Thema Remote, also von zu Hause aus arbeiten.

Ich bin jetzt hier heute im Büro.

Das ist auch eher die Ausnahme als die Regel, aber diese Prozesse dann auch umzustellen, grade im Recruiting, wie kann ich das machen, dass ich Bewerbungsgespräche führe, wenn ich nicht vor Ort bin?

Wie kann ich vor allen Dingen auch Bewerbern das ermöglichen und nicht sagen: „Du musst jetzt von München aber nach Köln reisen mit der Deutschen Bahn" oder so.

In anderen Bereichen, also im Bereich Personalentwicklung ist das ein riesen Thema, weil alle Präsenzveranstaltungen, alle Trainings, die ich anbieten kann, müssen natürlich umgestellt werden.

Das ist auch nicht immer so zielführend.

Wir haben viele Sachen bei TÜV Rheinland, wo wir vor Ort sind, wo wir große Events machen für die Mitarbeiter zum Thema Weiterbildung.

Das geht natürlich jetzt aktuell nicht und auch so im Thema Personalbetreuung, also diese ganz, ich sag mal, klassische Personalarbeit, auch die müssen sich natürlich umstellen.

[MUSIK SPIELT]

Wir waren jetzt beim TÜV Rheinland erstaunlich gut vorbereitet auf dieses Thema Arbeitsplatz von zu Hause oder auch von anderen Orten einzurichten.

Das war sicherlich ein Vorteil, aber in den Köpfen, diese Umstellung der Arbeitsumgebung, das ist schon schwierig.

Vor allen Dingen auch für die Führungskräfte.

Wenn ich auf einmal ein Team habe von zwanzig Leuten, das ich dann führen muss und ich sehe die alle nicht mehr, ist schwierig.

[MUSIK SPIELT]

Was halt grade sehr schwierig ist in der aktuellen Situation, ist der Kontakt zu den Bewerbern.

Dieses Persönliche auf Messen, ganz klassisch, wo wir ja schon seit zwanzig Jahren unterwegs sind, wirklich da mit denen in Kontakt zu treten, das fehlt doch ganz deutlich und da muss man halt versuchen, neue Wege zu finden.

Klar, digital ist es natürlich auch möglich, mit Bewerbern in Kontakt zu treten, ganz klar, aber das ist halt nicht dasselbe, das ersetzt es nicht zu hundert Prozent und das ist so ein Problem, mit dem müssen wir uns grade auseinandersetzen.

[MUSIK SPIELT]

Das Thema, was uns hier im Recruiting und Employer Branding grade sehr stark beschäftigt ist das Thema Data Driven Recruiting.

Das heißt, wo kommen eigentlich meine Bewerber her?

Auf welchen Portalen finde ich die?

Bewerben die sich? Sind das gute Kandidaten?

Sind das schlechte Kandidaten?

Und da arbeiten wir grade an einer Lösung zusammen, so im Data-Warehouse-Konzept um halt wirklich sehr viel zahlen- und datenbasierter Entscheidungen zu treffen.

Das ist grade ein riesen Thema und da hoffe ich, dass wir dann bald, wenn sich alles so ein bisschen beruhigt hat, auch stärker reingehen können.

[MUSIK KLINGT AUS]