



INSIDE Minute

Gezieltes Onboarding darf kein Fremdwort sein

Ich bin letztens mal wieder über das Thema „Onboarding Prozess“ gestolpert. Man wollte unbedingt eine gewisse Person im Unternehmen sehen. Dafür wurden in den Vertragsverhandlungen etliche Zugeständnisse gemacht. Dann aber kam die erste Arbeitswoche. Und schon ging es mit den vielen kleinen Fehlern los. Der Neue bekam zwar einen Blumenstrauß auf den Schreibtisch gestellt, er hatte auch einen Einarbeitungsplan. Ansonsten hatte er jedoch weder einen konkreten Ansprechpartner noch einen klaren Themenplan. Wirklich Zeit genommen hatte man sich für ihn auch nicht. Richtig glücklich ist dieser neue Mitarbeiter nach den ersten Wochen nicht gewesen. Dabei ist eine gut durchdachte Integration eines neuen Mitarbeiters nicht nur angenehm hilfreich für beide Seiten. Sehr schnell und langfristig verbessert sie zudem Einschätzungen und Arbeitseinstellungen.

„Onboarding“ ist das „an Board nehmen“ neuer Mitarbeiter. Es ist gut und richtig, sich diesem Thema sehr intensiv zu widmen. Die ersten Tage und Wochen im Unternehmen sollten für beide Seiten nicht zu einer unbefriedigenden Herausforderung insgesamt werden. Und das wird es, wenn Sie sich dem Thema nur rein formal, in Form von Checklisten

und TODO-Abläufen stellen. Solche Listen gibt es genug. Ein Blick ins Internet genügt. Die Notwendigkeit derartiger Regeln für Einstiege in unterschiedliche Positionen im Unternehmen ist grundsätzlich gut und richtig. Vergessen Sie neben dem formalen Ablaufplan aber bitte die Emotion nicht. So, wie Sie sich bei der Auswahl eines Bewerbers viele Gedanken machen, sollten Sie sich auch überlegen, auf welche Art und Weise Sie diesen in seiner Startphase emotional pro Unternehmen packen können. Machen Sie sich bitte Gedanken darüber, was der oder die Neue an Unternehmensphilosophie, Corporate Identity und Teamspirit erfahren soll - und von wem am besten das transferiert werden kann. Stellen Sie sich die

„Enttäuschung ist das Ergebnis falscher Erwartungen!“

Andreas Tänzer – ein Deutscher Philosoph sagte einmal

Frage, auf welche Art und Weise die Positionierung dieser von Ihnen gewünschten Botschaften in den Kommunikationskonstellationen Vorgesetzter und Mitarbeiter, unter Kollegen, in internen Sitzungen und externen Meetings sinnvoll umsetzbar ist?

Sorgen Sie von Anfang an für Klarheit bei den wechselseitigen Erwartungen. In den ersten Tagen treffen auf beiden Seiten erstmalig und brutal „Vorstellungen“ auf „Reality“. Entstehende Diskrepanzen sollten schnell überwunden werden. Dafür „müssen“ Sie und andere sich vertrauensvoll mit dem Einsteiger und seinem direkten Umfeld auseinandersetzen. Fragen Sie aktiv, wie Sie helfen

können, diesen Einstieg zu verbessern – und das nicht nur in einem Begrüßungsmeeting zu Beginn. Bleiben Sie am Ball und sorgen Sie für einen ständigen kommunikativen Austausch. Geben Sie feedback und lassen Sie sich feedback geben. Wichtig ist es, das Denken offen zu kommunizieren. Nur so kommt es für beide Seiten zu einem guten Matching. Nur so stellen beide Seiten fest, ob es passt oder eben nicht.

Geht es Ihnen darum, neuen Mitarbeitern einen vernünftigen Einstieg in Ihr Unternehmen zu gewährleisten, dann nutzen Sie die Onboarding-Phase im Sinne aller Beteiligten. Wollen Sie nicht auch schnellstens in den ersten Wochen und Monaten erfahren, ob Sie die richtige Mitarbeiter-Auswahl getroffen haben? Wollen Sie in diesen ersten Wochen und Monaten nicht auch unbedingt wissen, ob Ihr bewährtes Team mit dem neuen Mitarbeiter funktioniert. Wollen Sie nicht auch frühzeitig möglichst viele positive Signale im Sinne Ihres Unternehmens in Richtung neuer Mitarbeiter senden und diesem dadurch über Zufriedenheit und Motivation in Ihr Lager bringen? Dann müssen auch Sie sich als Chef und nicht allein über die Personalabteilung dieser Aufgabe grundsätzlich und strategisch widmen! Und das bedeutet Zeiteinsatz und persönliche Beschäftigung über die üblichen Onboarding Regelungen hinaus.

Ihr Ralf Kaspar Kemmerling
Für weniger Risiko und mehr Chancen!

Wieso „INSIDE Minute“?

Ich habe das Gefühl, es wird Zeit für klare Botschaften. Deshalb schreibe ich diese „INSIDE-Minutes“. Mögen sie hilfreich sein für alle Leser. „INSIDE-Minutes“ sollen kurz sein, denn Kürze wirkt oftmals länger. Sie rufen ins Gedächtnis, sensibilisieren, geben Orientierung und Hilfestellung bei der Unternehmensführung. Lassen Sie dies zu, unterstützen die „INSIDE-Minutes“ beim Denken und Handeln.

Übrigens ist INSIDE Management & Recht eine Beratungsunternehmung mit der Zielsetzung für den Mittelstand und auch für NPO-Unternehmen wesentliche Herausforderungen bei der Unternehmensführung zu lösen. Durch klare Visionen, gestalterische Fantasie, intelligente Strategien und auch Umsetzungsbereitschaft werden umsetzbare Optimierungsmöglichkeiten auf vielen Ebenen und auch Chancen generiert. INSIDE Management & Recht findet für Sie kreativ schnelle, konkrete sowie in Kombination mit Trends- und Tendenzen aus sämtlichen Umfeldbedingungen strategische Chancen.

INSIDE
MANAGEMENT & RECHT

Op'n Idenkamp 11
22397 Hamburg
0171 - 784 4217
040 - 603 6205
info@inside-management.de
www.inside-management.de

RA Ralf Kaspar Kemmerling

