

# Chance Personalevent

*Ob im kleinen Coiffeursaloon von nebenan oder im national tätigen Unternehmen – die Mitarbeitenden sind die wertvollste Ressource und Triebfeder jedes Unternehmens. Dennoch richtet sich der Fokus vieler Unternehmen vorwiegend nach aussen – eine durchwegs tragische Tatsache und zugleich Chance für den Personalevent.*

Von Manuel Angelini

Haben Sie jemals darauf geachtet, wie viele Angestellte in Ihrem persönlichen Umfeld mit ihrem Arbeitgeber wirklich zufrieden oder gar von ihm begeistert sind? Ich komme nicht über die ernüchternde Zahl von gerade vier Personen. Von diesen habe ich aber gelernt, dass eine solch starke Mitarbeitermotivation die beste, glaubwürdigste und auch günstigste Werbung für eine Firma ist.

Rufen wir uns also wieder einmal in Erinnerung, dass die Mitarbeitenden der

Spiegel des Unternehmens sind. Im Folgenden möchte ich in diesem Zusammenhang die Möglichkeiten und Grenzen des Personalevents aufzeigen.

## Der Faktor Mensch

Jeder Mitarbeitende ist auch ein Mensch. Das mag zwar logisch klingen, aber was heisst das? Damit wir nebst der sachlichen Herausforderung im Job glücklich sind, brauchen wir regelmässig Rückmeldungen, Anerkennung und Wertschätzung. Genau diese Faktoren, welche im Privatleben die Triebfeder einer Beziehung sind, sind auch im Job prägend für unser Wohlbefinden. Hier auf wiederum basiert die Motivation, mit welcher wir die täglichen Herausforderungen anpacken.

Wird eine langfristige resignative Mitarbeitermotivation ignoriert, kann dies zur Abwanderung guter Arbeitskräfte führen. Ein Aufruf zu mehr Menschlichkeit? Warum nicht! Es lohnt sich auf jeden Fall, regelmässig reinzuhören, wie sich die Mitarbeitenden fühlen und was sie beschäftigt.

## Stellenwert Personalevent

Der Personalevent ist eines von mehreren Instrumenten des Unternehmens, um die Mitarbeiterzufriedenheit zu messen und zu optimieren. Natürlich kann ein solcher Anlass nur erfolgreich sein, wenn Umfang und Inhalt für die Mitarbeitenden nachvollziehbar sind. Ist dies nicht der Fall, kann ein Personalevent kontraproduktiv sein und viel Verunsicherung schaffen. Mitarbeitende haben einen ausgeprägten Gerechtigkeitssinn! Der Personalanlass muss also zwingend im Einklang mit allen übrigen Aktivitäten sein.

## Mögliche Zielsetzungen

Um das volle Potenzial eines Personalevents auszuschöpfen, müssen die Ziele klar definiert werden. Nur so lässt sich im Nachhinein auch evaluieren, ob der Anlass ein Erfolg war. Schliesslich sollen die Kosten auch in einem gesunden Verhältnis zum Nutzen stehen. Häufige Zielsetzungen sind: Verankerung neuer Strategien und Veränderungen, Ausdruck der Wertschätzung oder Steigerung der Unternehmensidentifikation und Mitarbeiterzufriedenheit.



**Manuel Angelini ist Inhaber der Agentur für Emotion und unterrichtet an der Gewerbeschule in Wattwil.**

Je nachdem, welche Zielsetzungen im Zentrum stehen, muss dies in der Konzeption des ganzen Anlasses berücksichtigt werden. Allgemein gilt: wenige Ziele definieren, dafür aber nachhaltig verankern.

## Organisation

Personalevents werden oft intern or-

ganisiert. Je nach Grösse der Veranstaltung, ist dies auch sinnvoll, vorausgesetzt, das notwendige Fachwissen ist vorhanden. Häufig wird leider vergessen, dass die damit betraute Person nicht zeitgleich auch noch dem regulären Tagesgeschäft nachgehen kann.

Wird eine Agentur beigezogen, ist eine sorgfältige Auswahl zentral. Agenturen schiessen wie Pilze aus dem Boden. Auch hier reichen die Prädikate von «ungeniessbar» bis «hervorragend». Nebst Professionalität und Kreativität ist auch die zwischenmenschliche Komponente für eine solide Vertrauensbasis wichtig.

## Fazit

Personalevents haben ein sehr grosses Potenzial, welches aber bewusst gelenkt und koordiniert werden muss. Die Zielsetzungen müssen die Marschrichtung aller internen Kommunikationsmassnahmen ergänzen.

Schliesslich entscheidet nicht nur das Budget oder die Idee über den Erfolg eines Personalevents (auch klein kann fein sein). Oberstes Credo ist Glaubwürdigkeit.