



ONBOARDING

Ziele, Instrumente, Erfolgsfaktoren

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

unsere Arbeitsgruppe hat sich in den vorangegangenen Ausgaben mit den Themen neue Arbeitswelten, Führung und Hybridität befasst. Heute nun wollen wir ihren Blick auf ein weiteres, wichtiges Thema im Bereich der Personalarbeit lenken: Das Onboarding neuer Mitarbeitender.

Hierbei möchten wir Ihnen Möglichkeiten aufzeigen, wie das „An-Bord-Nehmen“ neuer Mitarbeitender nicht nur fachlich sondern auch sozial und kulturell optimal gelingen kann - auch in Zeiten in denen ein klassisches Onboarding vor Ort nicht immer möglich ist.

In dieser Ausgabe geben wir Ihnen einen theoretischen Überblick über das Thema „Onboarding“. Sie finden neben einer Definition und einer Gliederung des Onboardings in ein Phasenmodell auch den praktischen Nutzen durchdachter Onboarding-Prozesse, die sich letztlich in Kennzahlen ableiten lassen.

Die nächste Ausgabe unserer Doppelseite wird sich dann mit praktischen Maßnahmen und Tipps auseinandersetzen. Dann werden wir Ihnen aufzeigen, wie Sie ein Onboarding für ihr Unternehmen passgenau zusammenstellen können.

Definition von Onboarding: von Anfang an vollwertiges Mitglied im neuen Unternehmen

Onboarding ist alles andere als ein „Nice-to-have“, sondern einer der ausschlaggebenden Erfolgsfaktoren von Arbeitgebermarken.

Der Begriff kommt aus dem Personalmanagement. Gemeint ist, neue Mitarbeitende im wahrsten Sinne des Wortes an „Bord zu nehmen“ und sie möglichst reibungsfrei mit den Unternehmenszielen, dem Mindsetting und der Unternehmenskultur vertraut zu machen. Er bezieht sich auf die Phasen der Personalbeschaffung, der Einstellung und die operative Aufnahme neuer Mitarbeitender ins Team. Onboarding umfasst alle Maßnahmen, die die Identifikation und die Integration fördern.

Nicht zu unterschätzen ist die Tatsache, dass der erste Eindruck vom Unternehmen und dessen Kultur über Motivation, Engagement und Grad der Eigeninitiative neuer Mitarbeitender entscheidet.

Onboarding beginnt also eigentlich schon mit dem ersten Kontakt mit dem Unternehmen. Dieser Prozess ist jedoch keineswegs einseitig. Bewerber erfassen dadurch sehr schnell ihre Chancen im Unternehmen, was ihre intrinsische Motivation fördert und die Chancen von Arbeitgebern auf Neueinstellungen deutlich steigern kann.

ONBOARDING-PHASEN

Hat ein Bewerber oder eine Bewerberin den neuen Arbeitsvertrag unterschrieben und ist damit zu einer/m neuen Mitarbeitenden geworden, unterteilt sich das „An-Bord-Nehmen“ in **drei Phasen...**

- Die Phase von der Vertragsunterzeichnung bis zum ersten Arbeitstag
- Der erste Arbeitstag und die erste Arbeitswoche
- Die Integration in das Unternehmen im Verlauf der Probezeit oder sogar noch darüber hinaus

...und drei Ebenen:

- Fachliche Integration (faktisches Wissen im Arbeitsbereich)
- Soziale Integration (Kennenlernen von KollegInnen, gemeinsame Teamaktivitäten)
- Wertorientierte Integration (Kennenlernen von Unternehmensphilosophie, Werten und Umgangsformen)

Hauptziele: rasche Produktivität, hohe Motivation, nachhaltige Bindung des neuen Teammitglieds.

In der ersten Phase:

Hier geht es hauptsächlich darum, der/m neuen Mitarbeitenden das Gefühl zu geben, sich für einen professionellen Arbeitgeber entschieden zu haben, der sich um ihn kümmert. Es bieten sich folgende Möglichkeiten, um den Kontakt zu halten:

- Begrüßungsmappe mit wichtigen Infos
- Bekanntgabe von internen und externen Schulungsterminen
- Einladung zu Veranstaltungen

In der zweiten Phase:

Das Ziel dieser Phase ist es, Mitarbeitende in ihre Rollen und Aufgaben einzuführen, indem sie das Unternehmen, die Menschen, Tätigkeiten, Organisation und Abläufe kennenlernen. Hier bieten sich über die bereits durchgeführten Maßnahmen hinaus folgende Optimierungen an:

- Kennenlernen und Gespräch mit dem Vorgesetzten über die gegenseitigen Erwartungen
- Mappe mit Leitfäden, Stellenbeschreibung und sonstigen Infos um handlungsfähig zu werden
- Zuweisung eines Paten, der das neue Teammitglied auf allen Ebenen integriert

In der dritten Phase:

Hierzu zählen Maßnahmen, die die umfassende Integration der neuen Mitarbeitenden weiter fördern:

- Regelmäßige Feedbackgespräche
- Gemeinsame Workshops

INFOBOX

Onboarding-Prozesse sollten schriftlich definiert und verbindlich für alle Beteiligten und insbesondere auch die Führungskräfte im Unternehmen verankert sein.

Wussten Sie's???

Innerhalb der ersten 72 Stunden im neuen Unternehmen fällt bei frisch eingestellten Mitarbeitenden die Entscheidung, ob sie bleiben wollen oder nicht.



Die 4 C's:

Wozu dient Onboarding?

Clarification (Klarstellung)

Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten sowie Aufgaben und Erwartungen von Anfang an klarstellen

Compliance (Konformität)

Rechtliche Themen, Arbeitsanweisungen oder ggf. Sicherheitsvorschriften sollten beachtet werden

Culture (Kultur)

Die authentische Vermittlung der (sozialen) Kultur und des Weltbildes des Unternehmens müssen auf neue Mitarbeitende übertragen werden

Connection (Anschluss)

Neue Mitarbeitende werden schnell eingebunden: ins Team, in die Netzwerke, aber auch im Hinblick auf die Kunden

Nutzen des Onboarding - ablesbar in Kennzahlen

1. Schnelle Produktivität neuer Mitarbeitender
2. Bindung ans Unternehmen von Anfang an
3. Hohe Identifikation mit Aufgaben und dem Unternehmen
4. Steigerung von Loyalität und Motivation
5. Durch Feedback: Vermeidung bzw. Früherkennen von „Fehleinstellungen“ oder falschen Erwartungshaltungen
6. Kündigungen in der Probezeit reduzieren.

Weitere Informationen und sowie
Links finden Sie auf der Internet-
Seite der Arbeitsgruppe auf
www.akw.org:



Jede dieser Onboarding-Phasen erfordert besondere Maßnahmen, um den Onboarding-Prozess optimal abzubilden und die gewünschten Ziele zu erreichen.

In der kommenden Ausgabe werden wir einige ausgewählte Maßnahmen vorstellen und Ihnen Anregungen liefern, wie Sie den Prozess für Ihr Unternehmen ausgestalten können.

