

Geleitwort

In dieser Arbeit geht es nicht um textlastige Stellenanzeigen, sondern um bilddominierte Personalimageanzeigen. Damit reagiert der Autor, Herr Pawlitzki, auf eine Trendwende im modernen Personalmanagement: Es werden für die High Potentials, die im ‚war for talents‘ vor allem umkämpft sind, weniger Positionen, sondern vielmehr Entwicklungschancen in einem Unternehmen angeboten. Das umsetzende Personalmarketing stellt deshalb folgerichtig nicht mehr konkrete Positionen oder Aufgaben in den Mittelpunkt, sondern das ganze Unternehmen, in dem sich Möglichkeiten eröffnen. Das Unternehmen präsentiert sich als attraktiver Arbeitgeber, nicht indem es seine Realität abbildet, sondern sein Image fokussiert. Dazu werden – in jüngster Zeit immer häufiger – ganzformatige Bilder mit sparsamer Textausstattung gewählt. Eben diese Bildbotschaften zu sammeln und zu entschlüsseln ist das Anliegen der vorliegenden Schrift. In keiner bislang verfügbaren Dokumentation sind so viele – 970! – Personalimageanzeigen zusammengestellt. Der für Forschungszwecke besondere Vorteil der Kollektion liegt darin, dass die Anzeigen im Internet abrufbar sind.

Um Ordnung in die zunächst unüberschaubare Vielfalt zu bringen, hat Herr Pawlitzki die Personalimageanzeigen sechs "Grund-Bildmotiven" zugeordnet (Individualität, Internationalität, Innovativität [InnovationVisionKreativität], SpielSpaßSpannung, Karriere und Team) und diese Motive zusätzlich noch in Unterkategorien aufgeschlüsselt. Zur Demonstration seines symboltheoretisch inspirierten Ansatzes führt Herr Pawlitzki ein triangulierendes Interpretationsverfahren vor: Er berichtet für jede von sechs herausgegriffenen Anzeigen zunächst in freier Assoziation und 'schreibendem Denken' seinen persönlichen Eindruck (der von einem Kommunikationsexperten kommentiert wird), skizziert dann Ausschnitte aus Protokollen von Gruppendiskussionen mit Studierenden aus der Zielgruppe und stellt abschließend ein Statement der Firmen zu den Intentionen der Personalimageanzeigen gegenüber.

Es geht Herrn Pawlitzki nicht um Häufigkeitsauszählungen oder quantifizierende Strukturanalysen, sondern um die Sensibilisierung für konkurrierende Perspektiven. Deswegen finden sich auch keine abschließenden Statements, sondern aufschließende entdeckende Deutungsangebote, die Lust auf weitere Untersuchungen in diesem weiten und faszinierenden Forschungsfeld machen. Mit der beeindruckend umfangreichen Datenbank liegt einzigartiges Datenmaterial vor. Es ist zu wünschen, dass von dieser Pionierleistung konstruktiv Gebrauch gemacht wird!

Prof. Dr. Oswald Neuberger
Lehrstuhl Psychologie I / Personalwesen,
Universität Augsburg