

Aufmerksamkeit. Wir leben im Zeitalter einer „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, sagte der Philosoph G. Franck. Im Klartext: Internes Trommeln sollte auch für Personalentwickler zum Handwerk gehören.

Trommeln gehört zum Handwerk

GRÜNDUNG. Dr. Lars-Peter Linke, ehemaliger Pressesprecher und späterer Geschäftsführer der Akademie für Führungskräfte sowie ehemaliger Leiter der Zeit-Akademie in Hamburg, hat sich Anfang des Jahres selbstständig gemacht. Seine Geschäftsidee: PR- und Marketingberatung für Personalentwicklungsabteilungen und firmeninterne Weiterbildungsakademien. „Der Nutzen strategischer Personalentwicklung muss besser wahrgenommen werden“, so sein Credo.

„Mein größtes Handicap ist meine Handschrift. Mein Leben lang bewundere ich Trainer, die wunderbare Flipcharts gestalten können“, sagt jemand, der sich dem Schreiben und der Weiterbildung gleichermaßen verschrieben hat. Lars-Peter Linke war Journalist, Kommunikationstrainer, Pressechef und später Geschäftsführer von Akademien. Jetzt hat er sich selbstständig gemacht. Sein neues Unternehmen „Corporate Learning Communication“ (www.clc-hamburg.de) unterstützt unternehmensinterne Akademien und Personalabteilungen in allen Fragen der Kommunikation und der internen Positionierung. Zudem ist er seit Anfang dieses Jahres Deutschland-Partner des Wiener Hernstein Instituts für Management und Leadership.

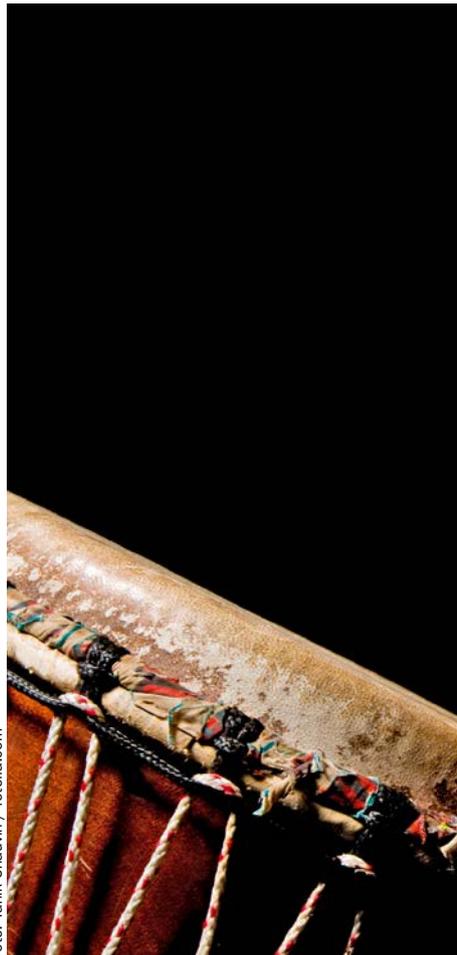
Vom Journalismus ins Akademiegeschäft

Führung, Bildung und Kommunikation sind für Linke ein wohlklingender Dreiklang: „Nichts geht ohne das andere“. Und für alle drei Felder prognostiziert er eine gute Konjunktur: „Die strategische Bedeutung der Führungskultur war den Managern noch nie so bewusst wie heute. Jetzt müssen die HR-Abteilungen liefern.“ Seine konkrete Forderung: „Die Personaler müssen lauter werden und Erfolge klarer herausstellen.“ Doch das fällt vielen leider noch viel zu schwer. Linke möchte seine Erfahrung im Akademiegeschäft nutzen und bietet Unterstützung an – vom redaktionellen Konzept für den

Trainingskatalog über Textarbeit für Newsletter, Intranet und Social Media bis zur strategischen Beratung und Begleitung einer kompletten Neupositionierung für Firmenakademien. Sein Handwerk lernte der promovierte Germanist in den Neunzigerjahren als Journalist – unter anderem für die Tageszeitung „Die Welt“. „Damals hatten die Tageszeitungen gerade entdeckt, wie lukrativ es sein kann, den samstäglichen Stellenmarkt redaktionell aufzuwerten. So entstanden die typischen Beilagen rund um Beruf und Karriere.“

1998 erfolgte der Seitenwechsel zur Unternehmenskommunikation. Als Leiter Öffentlichkeitsarbeit einer privaten Bildungsgruppe, der Cognos AG in Hamburg, verantwortete er die Presse- und Medienarbeit für Akademien, Bildungszentren und private Hochschulen. Darunter befand sich auch die bekannte Akademie für Führungskräfte der Wirtschaft in Bad Harzburg, die später nach Überlingen am Bodensee übersiedelte. Linke erwarb sich in Journalistenkreisen viel Anerkennung, weil er neue Wege in der Pressearbeit beschritt und zum Beispiel legendäre Schnupperseminare entwickelte, die der Presse ganz praktisch den Sinn von Outdoor-Seminaren nahebrachten. Und er konzipierte die „Akademie-Studien“, die einmal im Jahr das Stimmungsbild unter deutschen Managern in Sachen „Führung“ ermittelten. „In den Neunzigerjahren waren Umfragen noch ein gutes Instrument, um auf sich aufmerksam zu machen.“ Heute sei das nicht mehr so einfach, das Internet habe auch hier vieles verändert. Einfache Online-Umfragetools sorgten

Foto: Yanik Chauvin / fotolia.com





Dr. Lars-Peter Linke: Von Hamburg aus berät er Deutschlands Personalentwickler in Sachen strategisches Selbstmarketing.

für eine Inflation an Umfrageergebnissen. Doch eine repräsentative Antwort auf die Frage, was eine Führungskraft nachts wachhalte, habe immer noch Nachrichtenwert.

Den Nebel der Floskeln lichten

Der Öffentlichkeitsarbeiter kam bei seiner Arbeit schnell auf den Geschmack, selbst Trainings zu konzipieren und zu leiten: „Ich habe viel von erfahrenen Trainern gelernt und konnte da anfangen, wo viele Kommunikationstrainings aufhören: Was macht klare Sprache wirklich aus? Wie komme ich zu mitreißenden Botschaften? Wie bringe ich Strategien kurz und schlüssig auf den Punkt?“ Der ausgebildete Coach ist überzeugt: „Schreiben ist identitätsstiftend. Wenn Führungskräften die Worte fehlen, liegt es meistens daran, dass auch Strategien und Konzepte noch nicht zu Ende gedacht sind. Dann heißt es, den Nebel der Floskeln und Plattitüden zu lichten.“

2006 übernahm Linke die Geschäftsführung des Trainingsunternehmens „Cognos International“, das sich auf interkulturelle Trainings spezialisiert hatte. 2012 trat er in die Geschäftsführung der Akademie für Führungskräfte ein. Nach 15 Jahren für die Akademie für Führungskräfte und Cognos zog es ihn wieder näher zum Journalismus. In seiner Wahlheimat Hamburg leitete er die „Zeit-Akademie“, die hauptsächlich allgemeinbildende Videovorlesungen mit bekannten Professoren wie Julian Nida-Rümelin, Wolfgang Huber oder Ulrich Beck

vermarktet. Ende 2014 wagte er dann den Start in die Selbständigkeit. Nach wie vor verbindet er die Welten aus Kommunikation und Führung – als Inhaber seiner Kommunikationsagentur und als Repräsentant und Berater des Wiener Hernstein Instituts. „Ich freue mich sehr über die Zusammenarbeit. Das Hernstein Institut steht für Führungskräfteentwicklung auf hohem Niveau.“

Linke geht davon aus, dass der Stellenwert der Führungskräfteentwicklung stark steigen wird. Fachkräftemangel, Internationalisierung und nicht zuletzt das Selbstbewusstsein und Lernbedürfnis der jungen Bachelor- und Masterabsolventen werden die Nachfrage nach betrieblichen Bildungsangeboten steigern. Er rät Berufseinsteigern, in Bewerbungsgesprächen nach dem Trainings- und Coachingangebot für Führungskräfte zu fragen – auch dann, wenn man sich auf keine Führungsposition bewirbt. „Bevor ich eine neue Herausforderung annehme, sollte ich doch schon wissen, welchen Stellenwert die Führungskultur im Unternehmen einnimmt – als Gradmesser für Innovationskraft, Beständigkeit und Attraktivität.“ Aussagen über Weiterbildungsangebote und Bildungsziele sind immer auch Selbstbekenntnisse – über Visionen, Werte und Chancen. Es geht um nicht weniger als um die Frage, was ein Unternehmen sein will und was es sein kann. Linke möchte dazu beitragen, dass „Führungskräfte und HR-Verantwortliche auf diese Frage eine gute Antwort geben können“.

Martin Pichler ●