

Personalarbeit auf Gruppenebene – im Gespräch mit Jan Haase, Leiter HR Group

Jan Haase ist seit August 2021 verantwortlich für den Bereich Human Resources der Jagenberg Gruppe. Im Interview zeigt er sich als offener und vielschichtiger Gesprächspartner, der in der Arbeit für die Menschen der Jagenberg Group strategische Ziele und operative Details gleichsam im Blick behält.



Jan Haase, Leiter HR der Jagenberg Gruppe

„Ich betrachte uns als Serviceeinheit
für alle Gesellschaften.“

Jan Haase

Herr Haase, Sie sind Leiter HR der Jagenberg Gruppe. Damit ist der Bereich Human Resources für die Gesellschaften (neben den lokalen HR-Teams) auch auf Gruppenebene aufgehängt. Was bedeutet das für die Personalarbeit innerhalb der Jagenberg Gruppe?

Für mich persönlich ist es eine spannende Aufgabe, das Zusammenwachsen der Gruppe aktiv begleiten und mitgestalten zu können. Insofern betrachte ich uns als Serviceeinheit für alle Gesellschaften.

Von unseren Projekten profitieren alle Gruppenmitglieder, sei es beispielsweise durch die neu eingeführte betriebliche Altersvorsorge, das JobRad-Angebot oder die Einführung einheitlicher HR-Software-Tools. All das steuern wir auf Gruppenebene. Darüber hinaus leisten wir aber auch operativen Support, insbesondere für kleinere Gesellschaften der Jagenberg Gruppe. Zusammengefasst richten wir unsere Personalarbeit an den jeweiligen Bedürfnissen unserer Gesellschaften aus, entwickeln mit ihnen gemeinsam gruppenweite Lösungsansätze für aktuelle, aber auch zukünftige Herausforderungen, und machen diese wiederum im Rahmen einer Arbeitgeberstrategie für die Unternehmen individuell nutzbar.

Apropos Strategie: Wie verlief denn der Prozess, hin zur neuen Arbeitgebermarke und dem Claim „Unbox the future with us“?

Ich persönlich fand es besonders wichtig, dabei Mitarbeitende aller Ebenen einzubinden. Sie wissen am besten, was uns ausmacht, und sie sehen die Stärken der Gruppe und ihrer Unternehmen tagtäglich aus erster Hand. Aus diesen vielfältigen Informationen und Perspektiven haben wir ein stimmiges Bild entwickelt und für diejenigen geschärft, die wir mit der Arbeitgebermarke und der Kommunikation erreichen wollen. Der Claim und die Umsetzung mit Illustrationen stellen uns authentisch und frisch dar, und ich bin überzeugt davon, dass wir uns damit vom Wettbewerb abheben.

Wie verlief die Einbindung der Kolleginnen und Kollegen in den einzelnen Gesellschaften?

Das hat absolut reibungslos funktioniert. Wir haben gemeinsam großartige Lösungen erarbeitet, die auch die individuellen Bedürfnisse und Erwartungen der Gesellschaften widerspiegeln, auch die der Kollegen in Indien und in den USA.

Am Ende war es dann ein echtes Gemeinschaftsprojekt, ein agiler Prozess, der viel Spaß gemacht hat und der natürlich auch kontinuierlich lebt.

„Am Ende war es dann ein echtes Gemeinschaftsprojekt, ein agiler Prozess, der viel Spaß gemacht hat und der natürlich auch kontinuierlich lebt.“

Jan Haase

Und wie ist die Resonanz auf die Kampagne?

Mich hat ausschließlich positives Feedback erreicht. Das zeigt mir, dass unser Versprechen „Unbox the future with us“ sowie dessen Umsetzung zu uns passen. Jetzt muss sich die Kampagne erst einmal gruppenweit einspielen. Aber wir lernen schnell und sind auf einem sehr guten Weg, nach und nach alle wesentlichen und für uns relevanten Kanäle zu bedienen.

Sie sagten, dass die Meinung der Mitarbeitenden für Sie besonders wichtig ist. Wie können die Kolleginnen und Kollegen sich in die Gruppe einbringen und gemeinsam Zukunft gestalten, wie es im Leitbild „CREATE. FUTURE.TOGETHER.“ steht?

Genau! Ich finde, wenn man über 1.300 schlaue Köpfe in einem Unternehmen hat, muss man sie unbedingt nutzen. Deshalb möchten wir unsere Kolleginnen und Kollegen ermutigen, sich zu beteiligen. Hier sind die Möglichkeiten innerhalb der Gruppe vielfältig und je nach Unternehmen lokal unterschiedlich – von der Teilnahme an Umfragen, der Übernahme von Verantwortung in interdisziplinären Projekten bis hin zu einem Ideenwettbewerb, um nur einige zu nennen. Aber es sind auch eine Reihe weiterer Aktivitäten geplant, die ich allerdings nicht vorwegnehmen möchte.

Auch andere gruppenweite Projekte gibt es bereits, ich denke da an unsere Instagram-Kanäle. Die Inhalte, die wir dort transportieren, gehen über die einzelnen Unternehmen hinaus und machen so den Gruppengedanken greifbar. Das wertet uns auch als Arbeitgeber auf!

Herr Haase, wo sehen Sie Jagenberg als Arbeitgeber in den nächsten Jahren, was ist Ihre Vision?

Das große Thema, das uns als Unternehmen zukunftsfähig macht, ist Nachhaltigkeit. Für uns ist es ein Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung, sich dessen anzunehmen und deshalb haben wir es in unserer Strategie „j-united 2025“ verankert. Ich möchte helfen, das Bewusstsein dafür noch weiter zu etablieren und in die Arbeitgebermarke einfließen zu lassen.

Aus meiner Sicht ist das Zusammenwachsen der verschiedenen Gesellschaften ein Erfolgsfaktor für unsere HR-Arbeit. Dazu werde ich weiterhin abgestimmte, unternehmensübergreifende Prozesse vorantreiben, die unsere Vielfalt und Stärke effektiv nutzbar machen, und dies noch besser kommunizieren. Ich bin davon überzeugt, dass das ein Schlüssel ist, um Mitarbeitende zu binden und neue zu gewinnen! Ich bin davon überzeugt, dass das ein Schlüssel ist, um Mitarbeitende zu binden und neue zu gewinnen!

Herr Haase, vielen Dank für das angenehme Gespräch!