



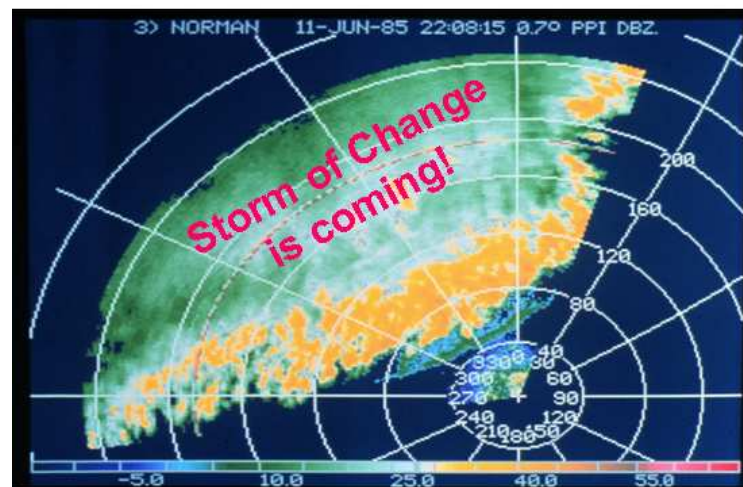
HR*blue*

Sicher und gut vorbereitet für die Zukunft

Wie relevant sind
HR Trends und
strategische HR Themen
für Ihr Unternehmen?

Arne Prieß
HRblue AG

HRblue-Trend-Radar 2011



HRblue AG

Karl-Böhm-Straße 2
D-85598 Baldham (München)
Fon: +49 (0)8106 248 0

www.hrblue.com

Quellen für den „HRblue-Trend-Radar 2011“ Vorgehen und Quellen im Überblick

HRblue-Trend-Radar 2011



Erfahrungen, Einschätzungen und Marktwahrnehmungen

Artikel aus einschlägigen Fachzeitschriften und Web

Studien





A. Fachkräftemangel

1. Implementation und/oder Ausbau langfristiger Planung des Personalbedarfs durch strategische Personalplanung statt kurzfristiger reaktiver Rekrutierung oder Personalabbau	I. Workforce Planning/Management
2. Aufbau einer positiven und wahren Reputation nach innen und außen als regelm. Prozess: Wettbewerbsvorteil im Fachkräftemangel fokussiert auf die richtigen strategisch erfolgskritischen Zielgruppen	II. Employer Branding
3. intensives Talent-Management einschl. Talent-Attracting, strategischem Skills-Management und Talent-Development	III. Talent-Management- und Recruiting-Profis
4. insb. auf Schlüsselpositionen: Professionalisiertes Recruiting - „Social Recruiting“ zum „Right Potential“ incl. Social Media Kompetenz („Web 2.0“) und professionalisierten Recruiting-Prozessen	
5. Mitarbeiter binden durch mehr Zufriedenheit mit den Motivationstreibern „Führung & Co“	IV. FK-Entwicklung & MA-Bindung

B. Demographischer Wandel

6. mehr Personalentwicklung auch für ältere Mitarbeiter	V. Senior Power
7. nachhaltiges Wissens- und Innovationsmanagement als strategischer Erfolgsfaktor 1. Wissenstransfer von Älteren zu Jüngeren 2. Prozesse zur Stärkung der Innovationsfähigkeit	
8. das Performancemanagement für alle Altersgruppen/Zielgruppen ausbauen	VI. Generation Management
9. Vielfalt der Werte und Erwartungen der vielen Generationen im Unternehmen managen: 1. Generationen 2. Individuen vs. Familien-Menschen managen	

C. HR als Wertschöpfender Faktor

10. Weiterer Ausbau der strategischen und methodischen Kompetenz bei HR und nachhaltiger Etablierung als HR Business Partner 1. mehr HR Strategie/Organisationsentwickler/Change Manager 2. Ausbau der methodischen/persönlichen Kompetenzen 3. ausgeprägtes Expertentum in strategischen HR Themen	VII. strateg. HR effektiv
11. Herausforderungen bringen Kostendruck auch auf HR und zwingen zu Rationalisierung 1. HR muss seine eigene Organisations- und Prozess-Optimierung vorantreiben Verbindung von Lean HR in HR Administration und mehr Wertschöpfung durch HR 2. Flexibilisierung von HR: Spitzen aushalten, skalierbare Leistungsfähigkeit	VIII. profess. HR effizient
12. Mehr betriebswirtschaftliche Kompetenz 1. mehr strategisches Workforce-Management/Planning 2. vorausschauende Planung des Personalbedarfs 3. ausgeprägteres HR Controlling 4. professionellere Performance Management-Systeme 5. Produktivitätssteigerung durch „Motivation statt Headcount“ 6. stärkeres ROI-Denken: was bringt eine HR Maßnahme	IX. betriebswirtschaftl. HR

D. Globalisierung & Vielfalt

13. zwingt HR international zu denken und zu arbeiten	X. global & virtual HRM
14. HR muss helfen Virtuelle Organisationen zu formen und zu leiten; u. a. durch Ausbau und/oder Konsolidierung von variablen Arbeits- und Organisationsstrukturen sowie Kompetenzen im „Distance Leadership“, Projektmanagement und Kommunikationsprozessen	
15. zunehmend internationaler Talente-Austausch	XI. Diversity & Gender Management
16. mehr Förderung interkultureller Fähigkeiten; HR als Hüter interkultureller Zusammenarbeit („haben Sie auch an die Kollegen im Ausland gedacht?“; insb. bei deutschen Headquartern und zentralen Prozessen	
17. Mehr Kreativität bei Bedarfsanalyse bzw. Einsatzmöglichkeiten an/für vielfältige/n Fähigkeiten/ Talenten; Profilmatching muss mehr vom Mitarbeiter als vom Ideal-Profil geschehen	
18. Gleichstellung von Frauen und Männern und Chancengleichheit realisieren („ Gender-Management-/Mainstreaming “) durch Karrierechancen, Teilzeitarbeit etc.	

A. Fachkräftemangel

1. Implementation und/oder Ausbau langfristiger Planung des Personalbedarfs durch strategische Personalplanung statt kurzfristiger reaktiver Rekrutierung oder Personalabbau	I. Workforce Planning/Management
2. Aufbau einer positiven und wahren Reputation nach innen und außen als regelm. Prozess: Wettbewerbsvorteil im Fachkräftemangel fokussiert auf die richtigen strategisch erfolgskritischen Zielgruppen	II. Employer Branding
3. intensives Talent-Management einschl. Talent-Attracting, strategischem Skills-Management und Talent-Development	III. Talent-Management- und Recruiting-Profis
4. insb. auf Schlüsselpositionen: Professionalisiertes Recruiting - „Social Recruiting“ zum „Right Potential“ incl. Social Media Kompetenz („Web 2.0“) und professionalisierten Recruiting-Prozessen	
5. Mitarbeiter binden durch mehr Zufriedenheit mit den Motivationstreibern „Führung & Co“ <ol style="list-style-type: none">1. Führungskräfteentwicklung (Schwerpunkt): Motivator „Zufriedenheit mit der Führung“ steigern2. Support im Werte-/Sinn-Management („Werte-Manager“); Unternehmen benötigen Identität, Sinn und Zukunftsorientierung3. Ausbau von glaubhaften Work-Life-Balance-Konzepten (Ausbau flexiblerer Arbeitsbedingungen, Kinderbetreuung etc.)4. die richtigen individuellen Benefits passend zu Generationen anbieten; keine „One Seize fits all“-Lösungen; BAV als Ausgleich sinkender staatlicher AV-Systeme5. Personalthemen besser „vermarkten“ als Mitarbeiterorientierung	IV. Führungskräfteentwicklung & Mitarbeiter-Bindung

B. Demographischer Wandel

6. mehr **Personalentwicklung** auch für ältere **Mitarbeiter**
7. nachhaltiges **Wissens- und Innovationsmanagement** als strategischer **Erfolgsfaktor**
 1. Wissenstransfer von Älteren zu Jüngeren
 2. Prozesse zur Stärkung der Innovationsfähigkeit
8. das **Performancemanagement** für alle **Altersgruppen/Zielgruppen** ausbauen

V.
Senior
Power

9. Vielfalt der **Werte und Erwartungen der vielen Generationen** im Unternehmen managen:
 1. Generationen
 1. Nachkriegsgeneration (bis 1955 geboren)
 2. Babyboomer-Generation (bis 1946 - 1964/65 geboren)
 3. Generation X bzw. „Golf“ (1965/66 - 1975)
 4. **Generation Y bzw. „dot.com“ (1980 - 1985)**
 5. Generation Z bzw. „Game“ (1995 - 2009)
 2. Individuen vs. Familien-Menschen managen

VI.
Generation
Management

C. HR als Wertschöpfender Faktor

10. Weiterer Ausbau der **strategischen und methodischen Kompetenz bei HR** und nachhaltigerer Etablierung als **HR Business Partner**

1. mehr **HR Strategie/Organisationsentwickler/Change Manager: Org-Design-Berater für das Business** incl. Klärung der Verantwortlichkeiten dazu im Unternehmen
2. Ausbau der **methodischen/persönlichen Kompetenzen insb. bei HRBP** nötig (insb. Projektmanagement, Organisationsentwicklung, Change Management)
3. ausgeprägtes **Expertentum** in strategischen HR Themen zum Teil durch mehr „Center of Expertises“ und ausgewählten Beratungszukauf bei Expertenthemen

VII.
strateg. HR
effektiv

11. Herausforderungen bringen **Kostendruck** auch auf HR und zwingen zu **Rationalisierung**

1. HR muss seine eigene **Organisations- und Prozess-Optimierung** vorantreiben und sich beweisen („**erst die eigenen Hausaufgaben erfolgreich erledigen, dann die Kunden beraten**“); **dabei auch 3-Box-Modell-Organisation kontinuierlich optimieren und auf eigene Bedürfnisse zuschneiden**
2. Verbindung von **Lean HR in HR Administration** und **mehr Wertschöpfung** durch HR
3. Flexibilisierung von HR: Spitzen aushalten, **skalierbare Leistungsfähigkeit**
 15. Weitere Zentralisierung und effizientere Prozesse in **Shared Service Centern** sinnvoll
 16. Vorantreiben einer hohen **Automatisierung** durch HR IT
 17. **Selfservice-Philosophien** (MSS/ESS) einführen aber auch bestehende überdenken auf Grenzen der Leistungsfähigkeit der Führungskräfte
 18. **HR Outsourcing** in Teilprozessen und –bereichen prüfen, wo noch nicht geschehen, wenn buy statt make sich rechnet
 19. Stärkeres Denken in „**atmenden externen verlängerten Werkbänken**“ statt „molliger“ HR Abteilungen

VIII.
profess. HR
effizient

12. Mehr kaufmännische Kompetenz („Personalökonom“)

1. mehr Verantwortung für strategisches **Workforce-Management/Planning**
2. vorausschauende **Planung des Personalbedarfs** statt Personal-Überhang und –Unterdeckung
3. ausgeprägteres **HR Controlling**
4. professionellere **Performance Management-Systeme**
5. Produktivitätssteigerung durch „**Motivation statt Headcount**“
6. stärkeres **ROI-Denken**: was bringt eine HR Maßnahme

IX.
Kauf-
männisches HR

D. Globalisierung & Vielfalt

13. zwingt **HR international** zu denken und zu arbeiten
 1. bedarf **internationaler HR Standards und -Strukturen**, u.a. mehr Entsendungskompetenz
 2. erfordert mehr **Interkulturelle Kompetenz bei HR**
14. HR muss helfen **Virtuelle Organisationen** zu formen und zu leiten; u.a. durch Ausbau und/oder Konsolidierung von variablen Arbeits- und Organisationsstrukturen sowie Kompetenzen im „Distance Leadership“, Projektmanagement und Kommunikationsprozessen
15. zunehmend **internationaler Talente-Austausch**

X. global & virtual HRM

16. mehr **Förderung interkultureller Fähigkeiten**; HR als Hüter interkultureller Zusammenarbeit („haben Sie auch an die Kollegen im Ausland gedacht?“, insb. bei deutschen Headquartern und zentralen Prozessen)
17. Mehr Kreativität bei Bedarfsanalyse bzw. Einsatz-möglichkeiten an/für **vielfältige/n Fähigkeiten/ Talenten**; Profilmatching muss mehr vom Mitarbeiter als vom Ideal-Profil geschehen
18. Gleichstellung von Frauen und Männern und Chancen-gleichheit realisieren („**Gender-Management/-Mainstreaming**“) durch Karrierechancen, Teilzeitarbeit etc.

XI. Diversity & Gender Management



HRblue

*Es kommt nicht darauf an, die Zukunft vorherzusagen;
es kommt darauf an,
auf die Zukunft vorbereitet zu sein.*

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!
Ihr HRblue Team**

HRblue AG
Karl-Böhm-Straße 2
D-85598 Baldham (München)
Fon: +49 (0)8106 248 0

www.hrblue.com

