

Univ.-Prof. Dr. Volker Stein  
Universität Siegen

**Personalstrategie –  
Hebelwirkungen für das Kerngeschäft**  
Wertschöpfung mit Kunden und Partnern

UKUS

Siegen, 23. April 2015

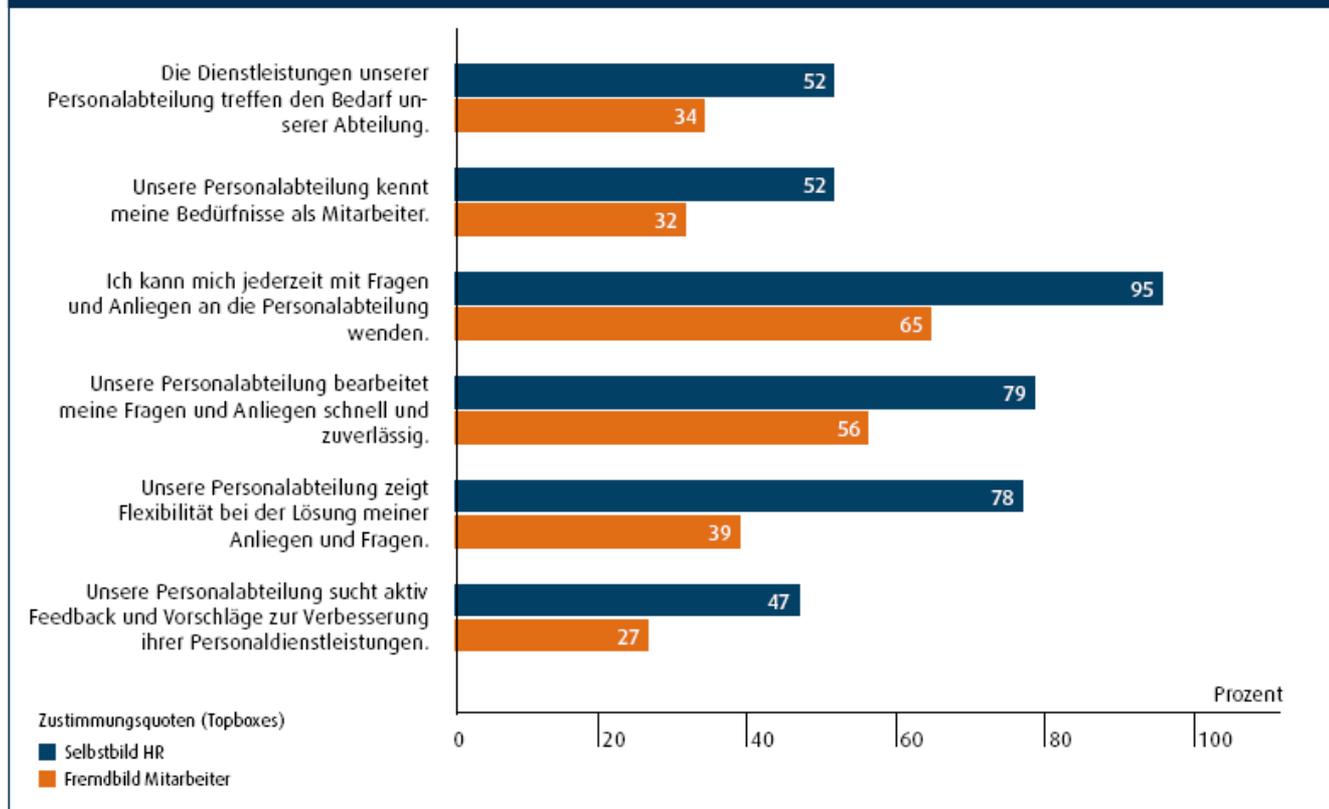
# Empirische Studie Dezember 2012 – Januar 2013

n = 1.017 „Mitarbeiter“ =  
Kunden von HR  
(davon 324 mit  
Führungsverantwortung)

sowie

n = 400 „Personaler“ =  
HR-Mitarbeiter  
(davon 230 mit  
Führungsverantwortung)

Abb. 9: Kunden- und Serviceorientierung

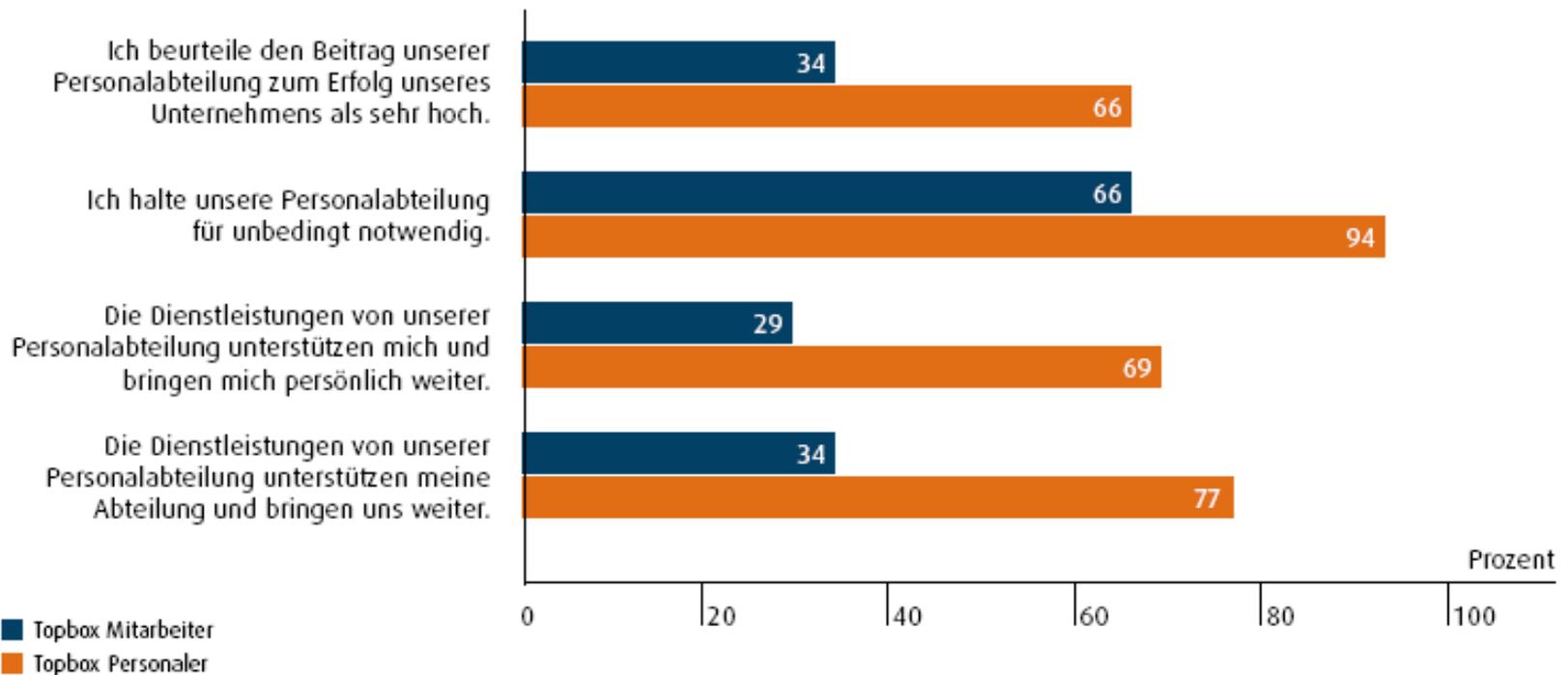


Quelle: Beck, Christoph/Bastians, Frauke, HR-Image 2013. Die Personalabteilung: Fremd- und Eigenbild, Koblenz/Köln (Haufe) 2013, <http://whitepaper.haufe.de/personal/HR-Image-2013-Die-Personalabteilung-Fremd-und-Eigenbild/>; abgerufen am 04.09.2013, 13.

## Empirische Studie Dezember 2012 – Januar 2013

n = 1.017 „Mitarbeiter“ = Kunden von HR (davon 324 mit Führungsverantwortung) sowie  
n = 400 „Personaler“ = HR-Mitarbeiter (davon 230 mit Führungsverantwortung)

Abb. 14: Wertschöpfungsbeitrag der Personalabteilung



Quelle: Beck, Christoph/Bastians, Frauke, HR-Image 2013. Die Personalabteilung: Fremd- und Eigenbild, Koblenz/Köln (Haufe) 2013, <http://whitepaper.haufe.de/personal/HR-Image-2013-Die-Personalabteilung-Fremd-und-Eigenbild/>; abgerufen am 04.09.2013, 18.

## Personalmanagement schöpft Wert

- **Alleinstellung:** Kernkompetenzen, die „richtigen“ Mitarbeiter
- **Talentoptimierung:** Potenzialentwicklung, langfristige Karriere im Unternehmen
- **Führungserfolg:** Motivation, individuelle Zufriedenheit, Unternehmenskultur
- **Schnelligkeit:** Aufgabenerledigung, Innovation, Dynamikkompetenz
- **Komplexitätsbewältigung:** Information und Kommunikation, Globalisierung, Digitalisierung

## 2. strategische Botschaft

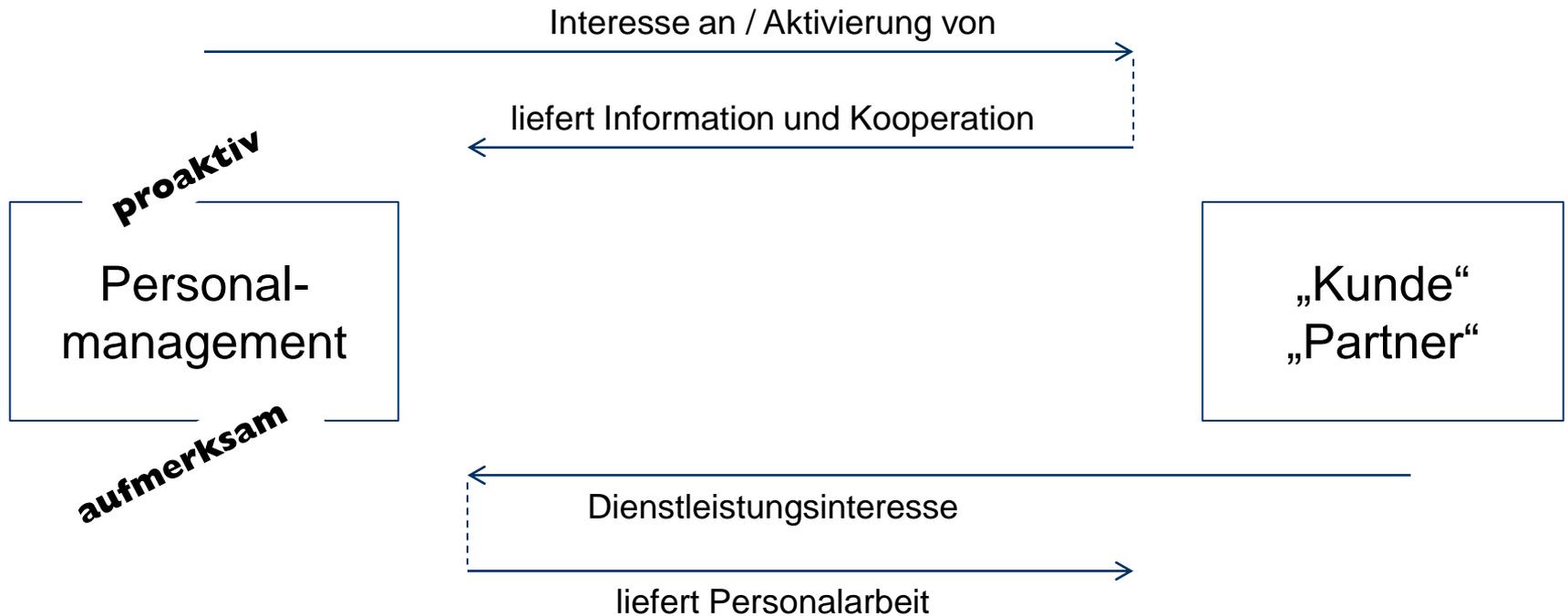
### Es geht um Wertschöpfung für Kunden und Partner



Quelle: nach *Stein, Volker*,  
Personalmanagement für Dummies,  
Weinheim (Wiley-VCH) 2013.

### 3. strategische Botschaft

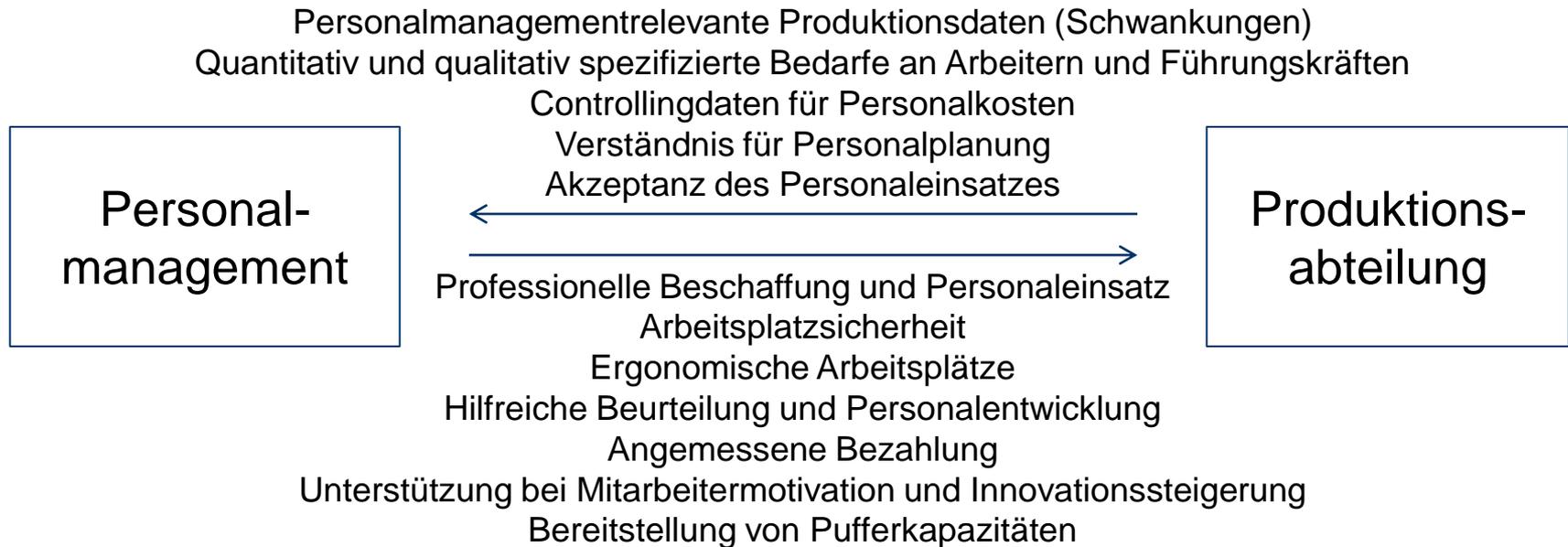
## Personalwertschöpfung ist keine Einbahnstraße



### 3. strategische Botschaft

#### Beispiel: Produktionsabteilung

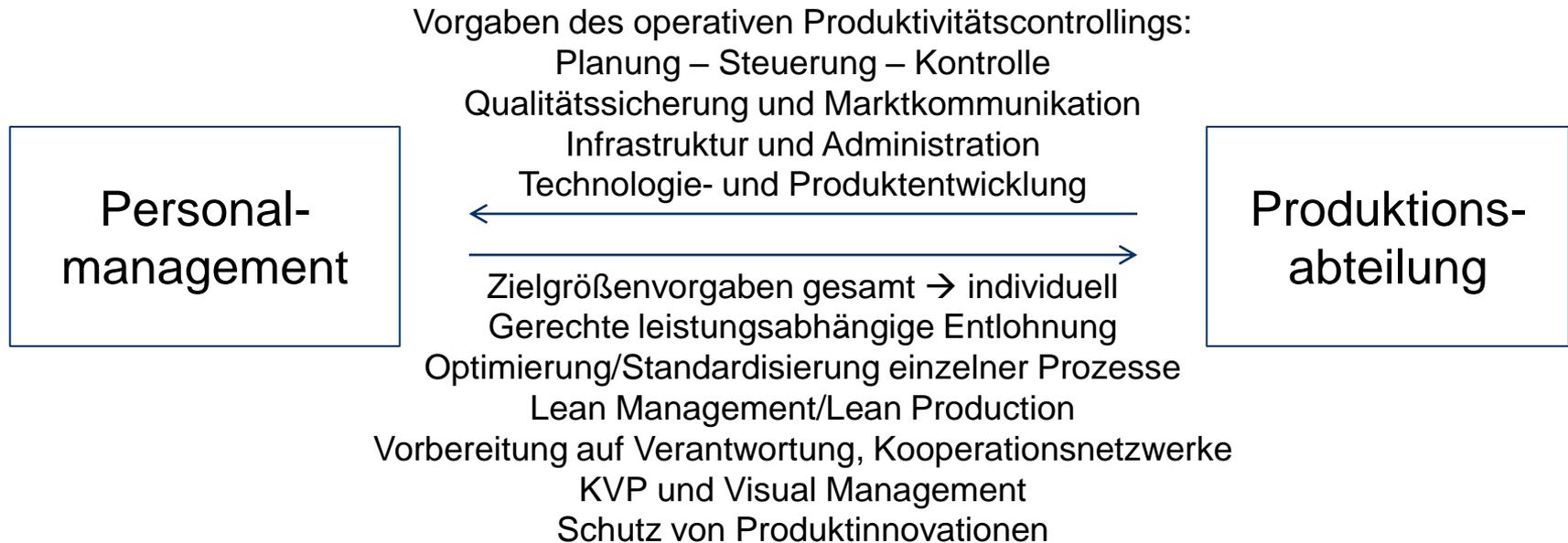
- Informationen verzahnen über die „Paralleluniversen“ hinweg:



### 3. strategische Botschaft

#### Beispiel: Produktionsabteilung

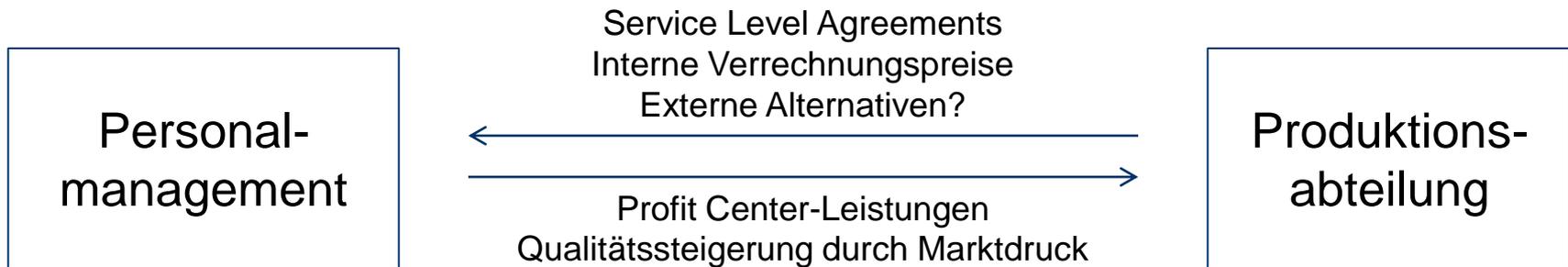
- Zusammenarbeit im Produktivitätsmanagement:



### 3. strategische Botschaft

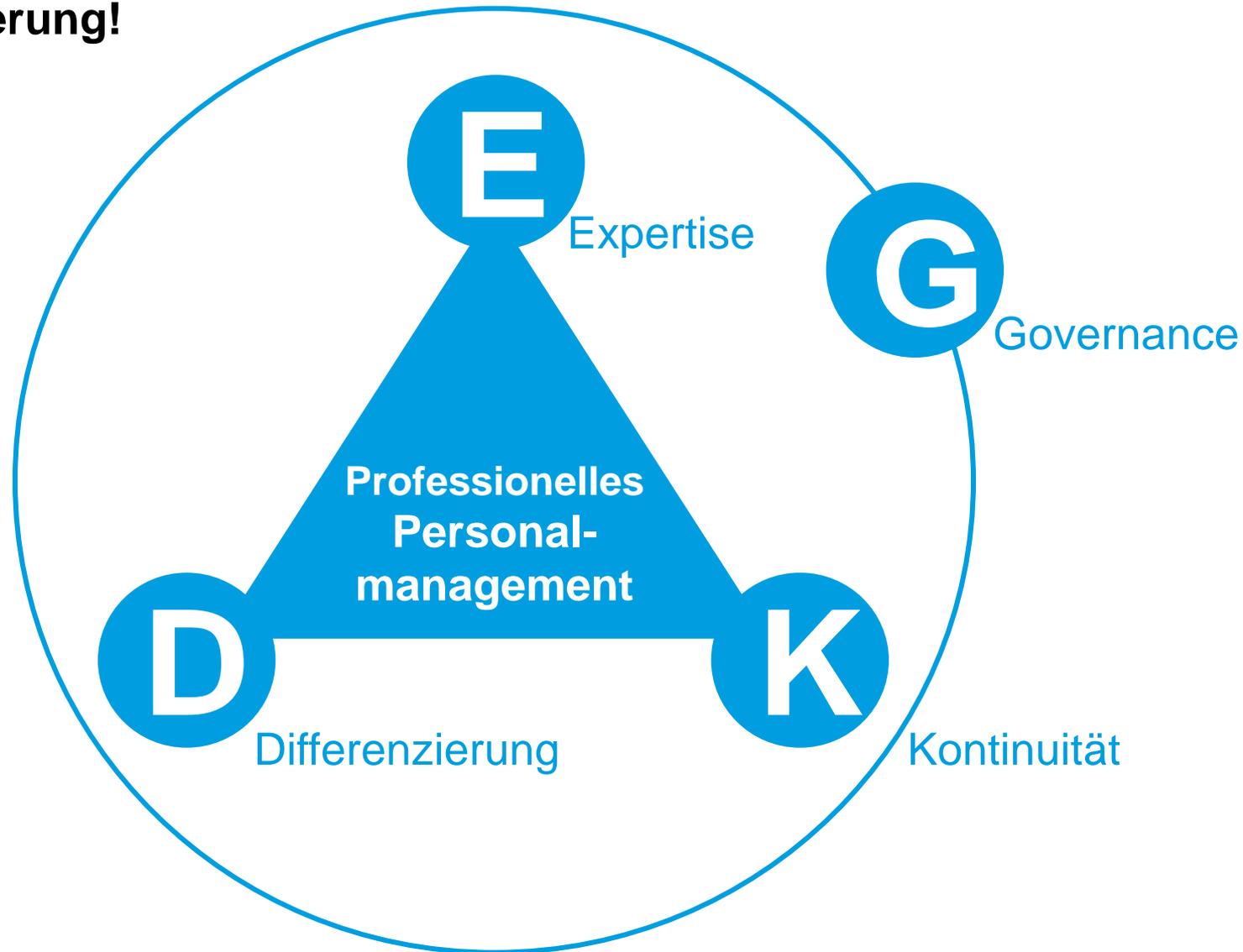
#### Beispiel: Produktionsabteilung

- Unterstützung interner Märkte:



## 4. strategische Botschaft

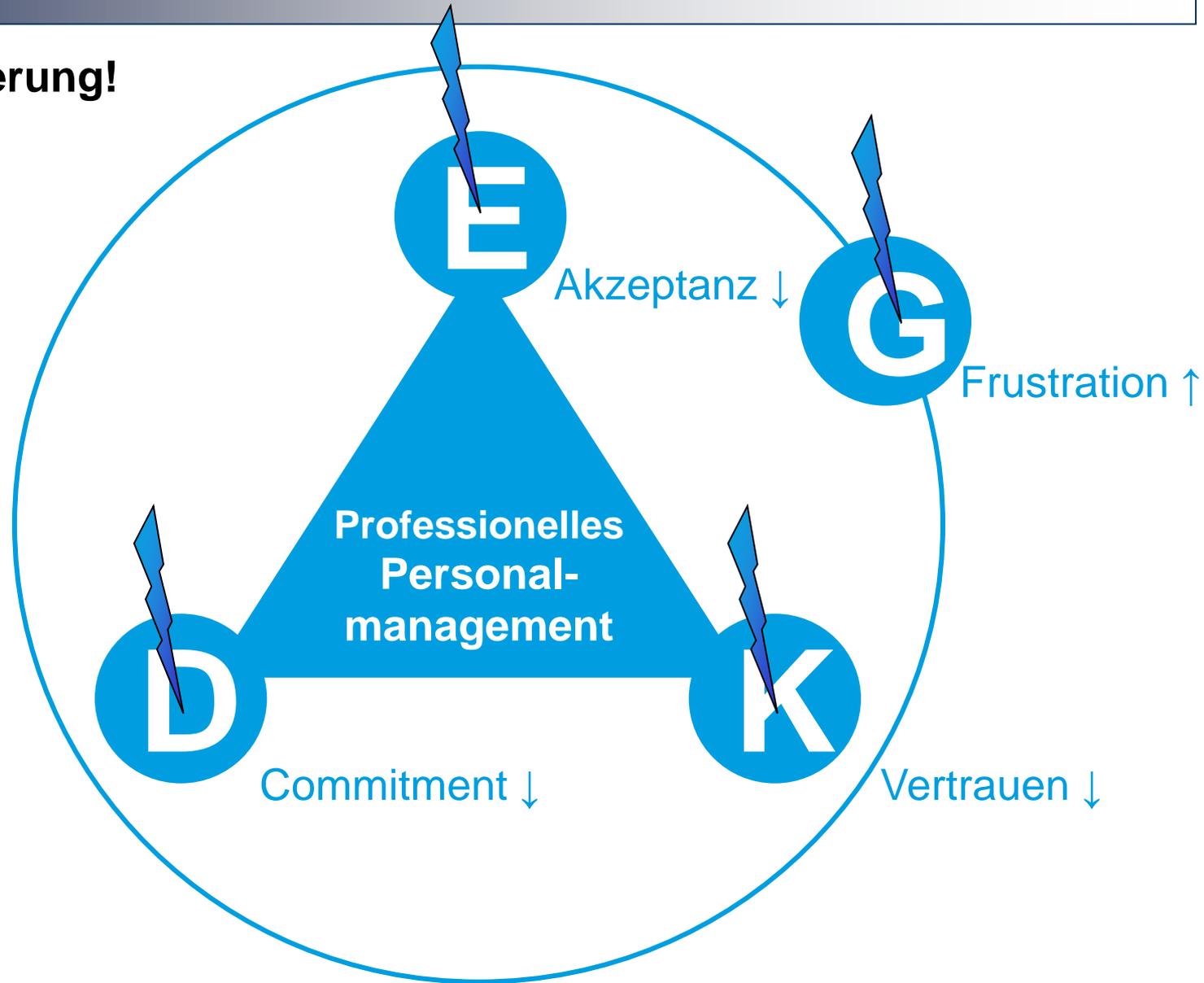
### Professionalisierung!



Quelle: *Stein, Volker*,  
Professionalisierung des  
Personalmanagements:  
Selbstverpflichtung als Weg,  
in: *Zeitschrift für Management*  
5 (3/2010), 201-205, 203.

## 4. strategische Botschaft

### Professionalisierung!



### **Ob implizit oder explizit: Die Personalstrategie muss klar sein!**

- Maxime: Wertschöpfung für Kunden und Partner
- Versprechen: Schaffung von Wettbewerbsvorteilen
  - (a) durch die originäre Personalarbeit und
  - (b) durch eine effektive Servicefunktion internen und externen Kunden gegenüber
- Interaktion: umfassend und auf Augenhöhe
- Stabilisierung: durch glaubwürdige Professionalisierung

**Herzlichen Dank!**

