

Univ.-Prof. Dr. Volker Stein
Universität Siegen

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

UKUS

Siegen, 23. April 2015

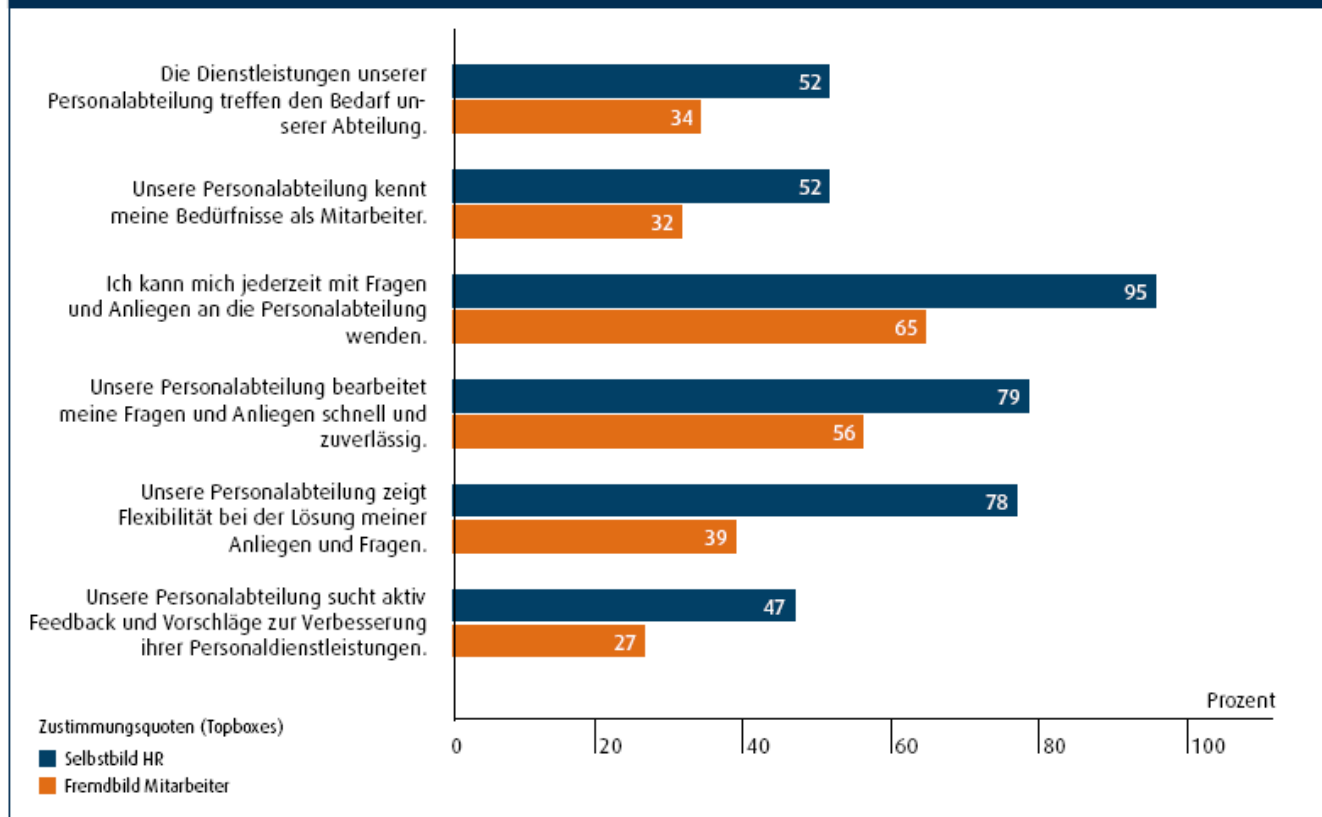
Empirische Studie Dezember 2012 – Januar 2013

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

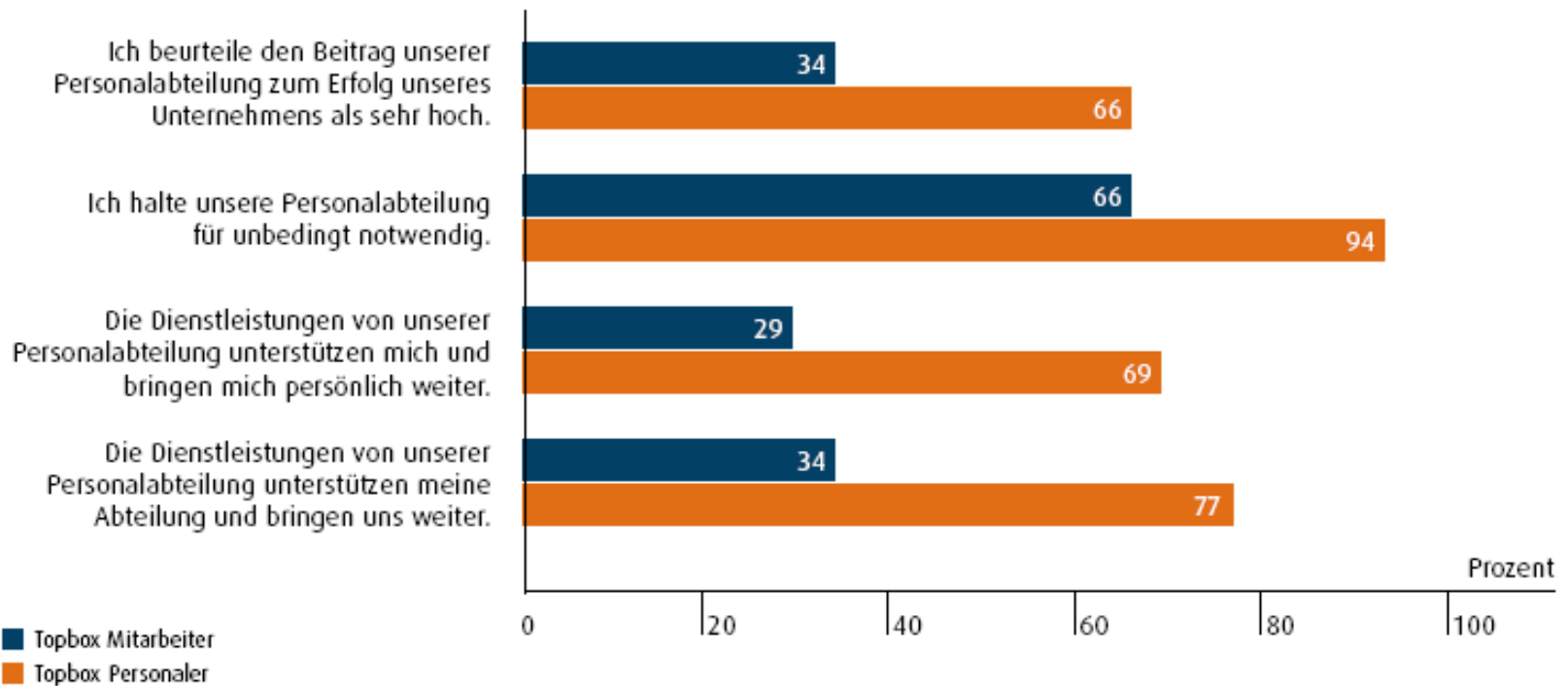


Quelle: Beck, Christoph/Bastians, Frauke, HR-Image 2013. Die Personalabteilung: Fremd- und Eigenbild, Koblenz/Köln (Haufe) 2013, <http://whitepaper.haufe.de/personal/HR-Image-2013-Die-Personalabteilung-Fremd-und-Eigenbild/>; abgerufen am 04.09.2013, 13.

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

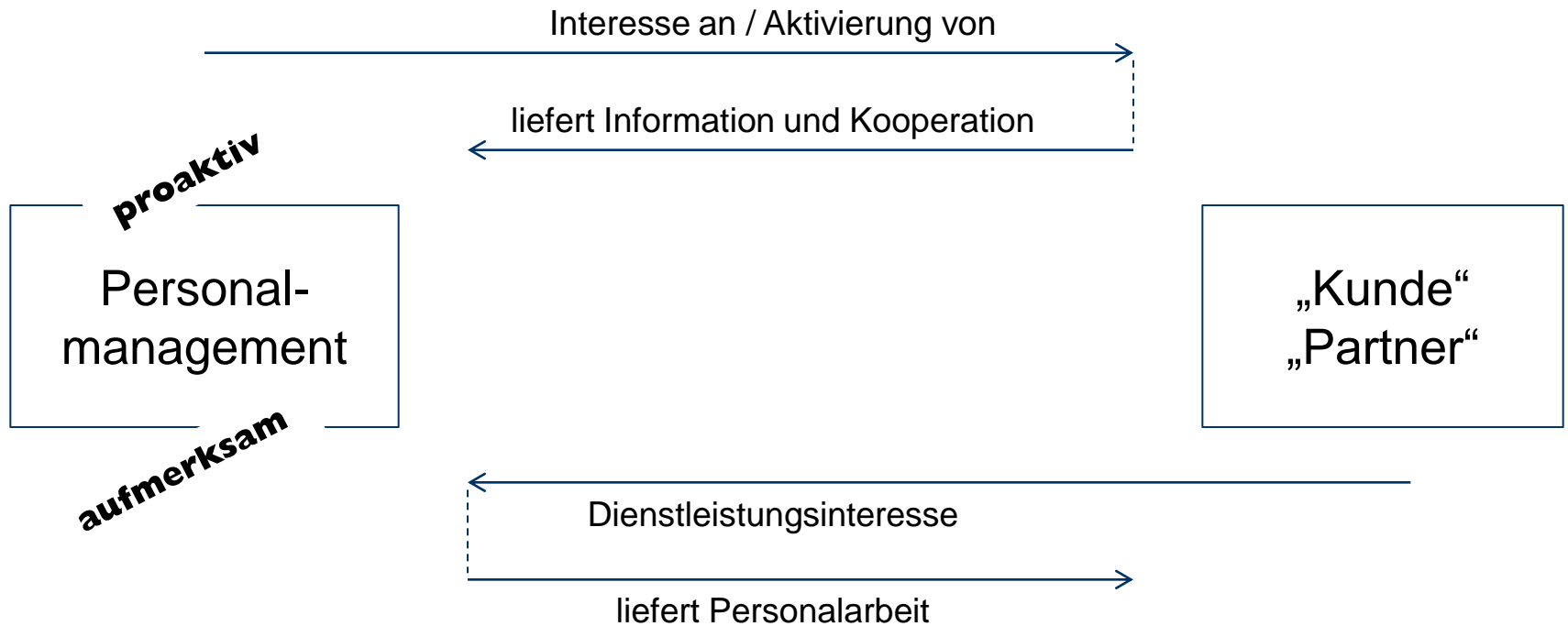
Es geht um Wertschöpfung für Kunden und Partner



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

3. strategische Botschaft

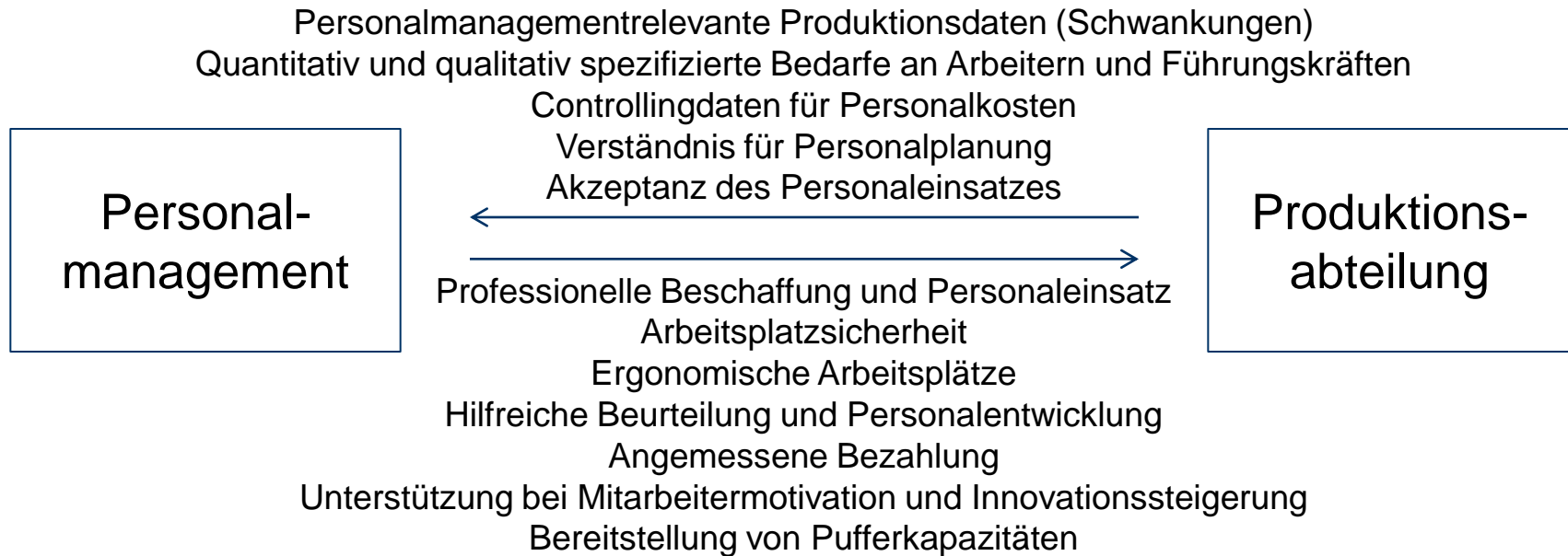
Personalwertschöpfung ist keine Einbahnstraße



3. strategische Botschaft

Beispiel: Produktionsabteilung

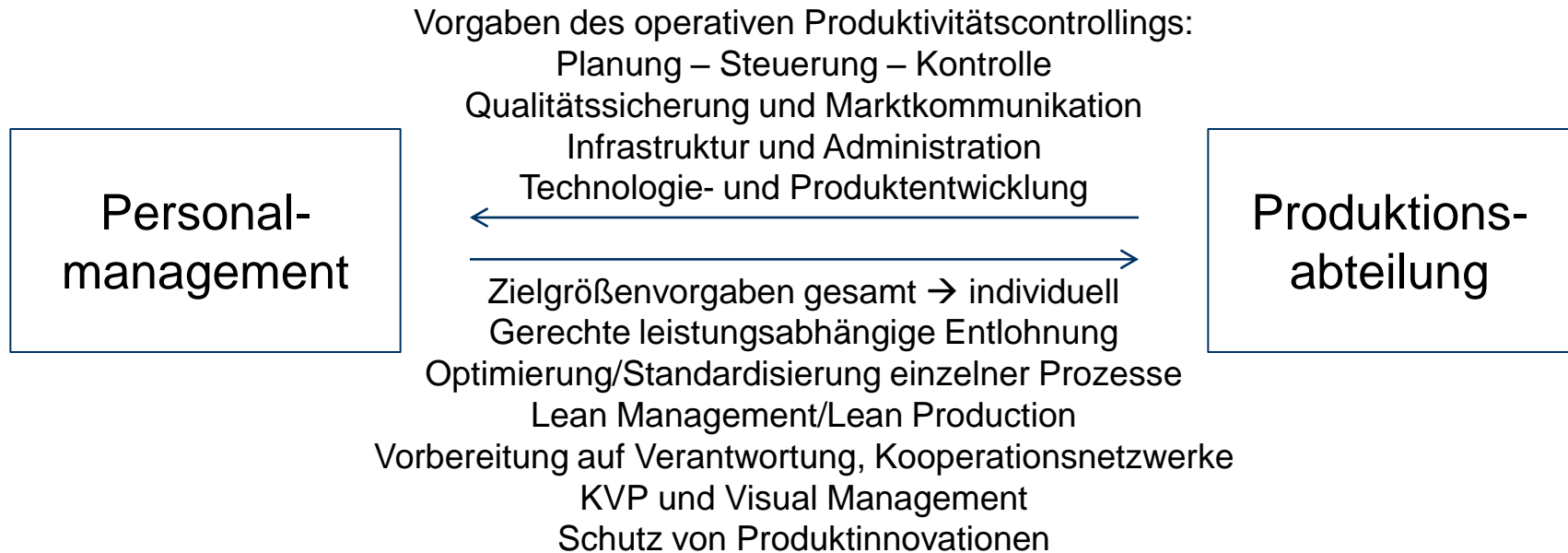
- Informationen verzahnen über die „Paralleluniversen“ hinweg:



3. strategische Botschaft

Beispiel: Produktionsabteilung

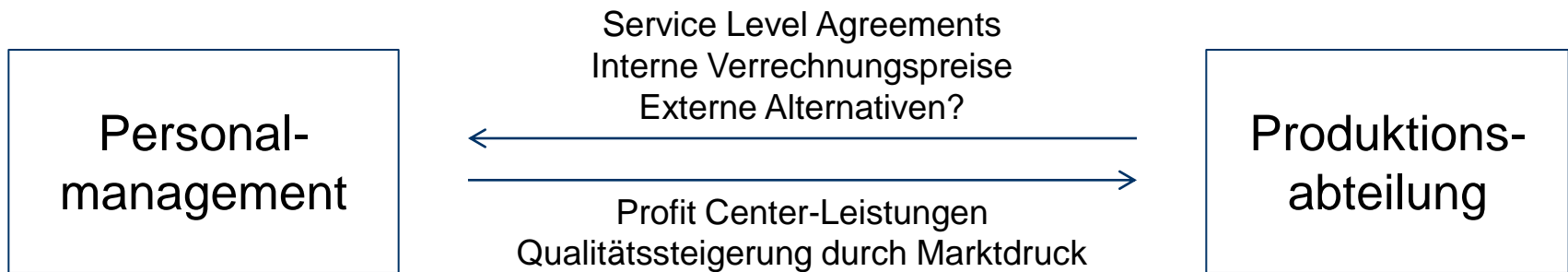
- Zusammenarbeit im Produktivitätsmanagement:



3. strategische Botschaft

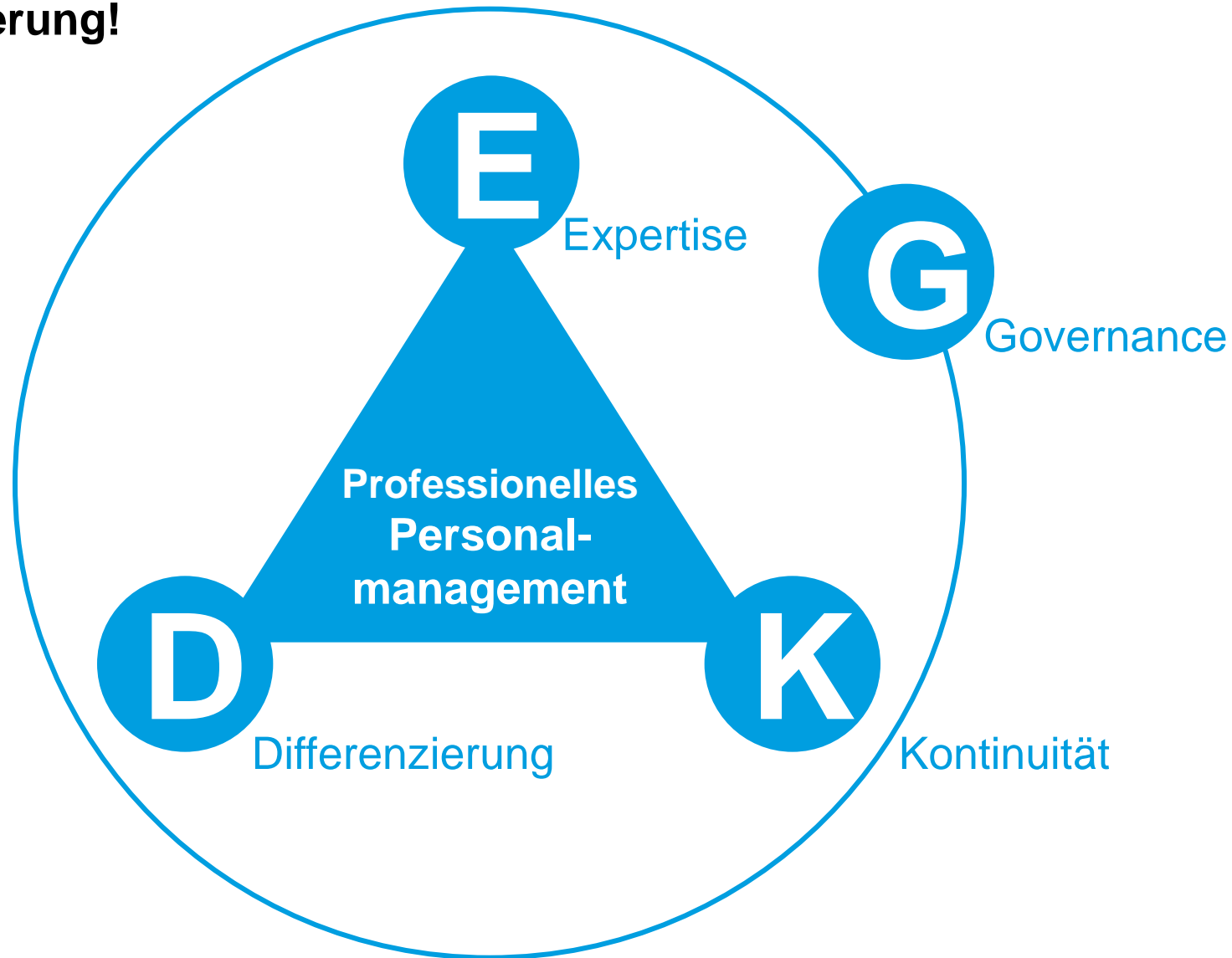
Beispiel: Produktionsabteilung

- Unterstützung interner Märkte:



4. strategische Botschaft

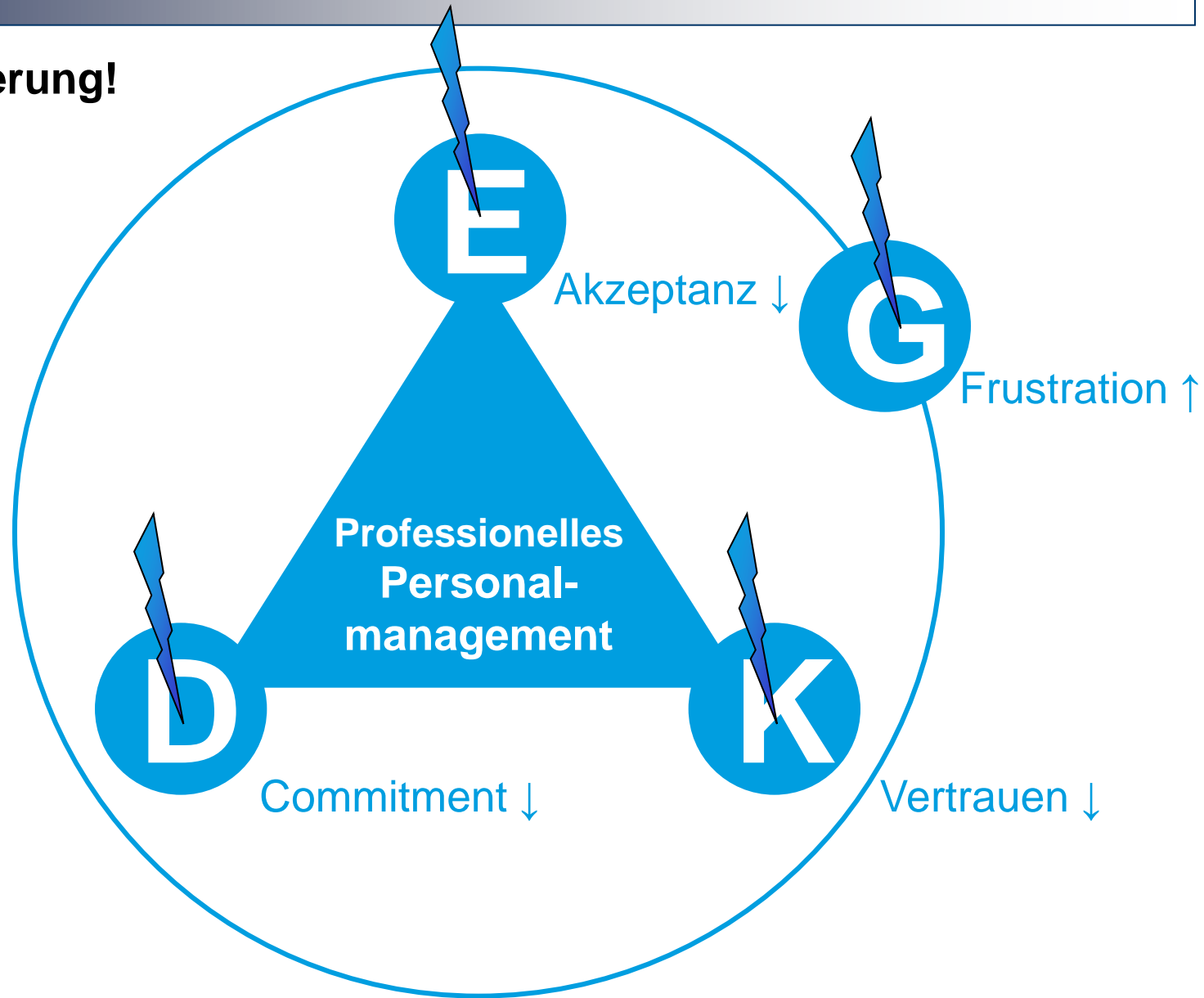
Professionalisierung!



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

4. strategische Botschaft

Professionalisierung!



5. strategische Botschaft

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!

