



HR Trends – A Future for HR

Christian Völkl, HRpepper Management Consultants

May 2015

Agenda

- | | | |
|---|-------------------------------|----|
| 1 | Where do we come from? | 2 |
| 2 | What do we need to tackle? | 6 |
| 3 | What are our answers? | 19 |

Where do we come from?

From protection to administration to strategic function

Up to 1913	Up to 1945	Up to 1975	Up to 1995	Up to today	Future
Social welfare	Payroll office	Personnel-management	Human Ressource Management	Strategic HR	??
Protection and safety (e.g. childrens' work)	Professionalization	- Work conditions - Around ca. 1970: specialized HR function	- HR-Controlling - C&B models as lever to increase productivity	(Strategic) Business Partner - Change Agents - CoC / CoE - HR SSC	?
 © bpk		 © EDEKA		 © Dave Ulrich	

An aerial photograph of several sailboats racing on the water. The boats are white with dark sails, and the water is a deep blue-grey. The perspective is from above, looking down at the boats as they move across the surface. The text is overlaid on a semi-transparent white box in the upper left portion of the image.

“If HR does not force its way into the heart of strategic planning in organizations, it will default to a technical and transactional dead end.”

Helen Drinan

Former president and CEO, Society for Human
Resources Management

Just cannot hear it any longer...



Strategic Partner

Agenda

- | | | |
|---|-----------------------------------|----|
| 1 | Where do we come from? | 2 |
| 2 | What do we need to tackle? | 6 |
| 3 | What are our answers? | 19 |

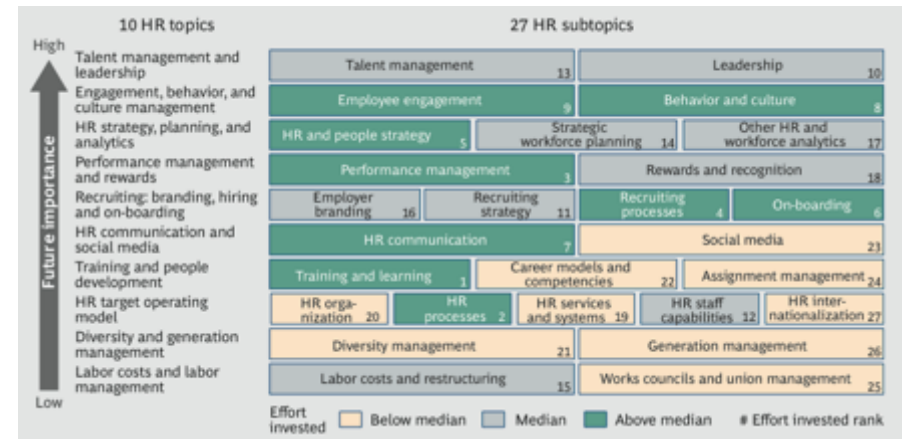
Do these trend observations provide true guidance for HR?

Results of current consultancy studies

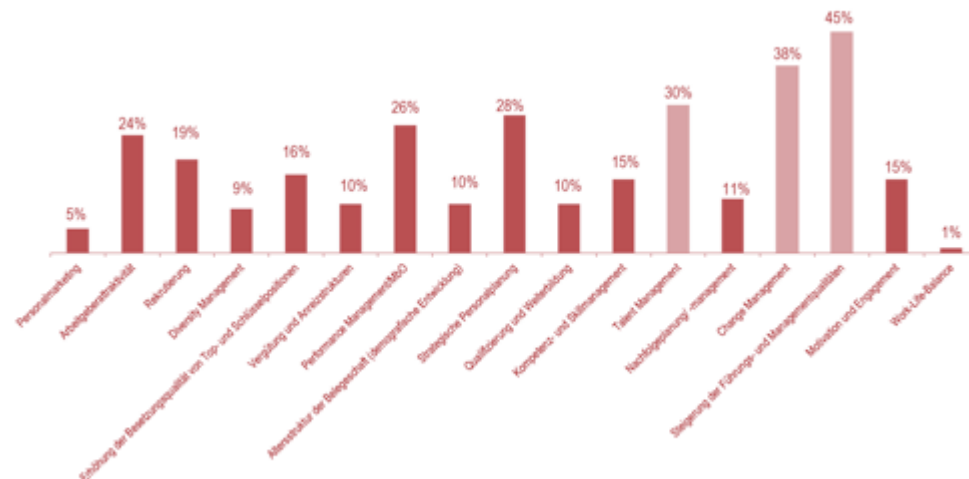
Ten Key Trends for 2015

1. Engagement, Retention, Culture, and Inclusion Have Become Front Burner Issues
2. The Redesign of Performance Management Will Likely Continue
3. Time to Address the Overwhelmed Employee: How Do We Redesign and Simplify the Workplace?
4. Skills Are Now Currency; Corporate Learning Takes on Increasing Importance
5. Invest, Refocus, and Redesign Talent Acquisition—Leveraging Network Recruiting, Brand Reach, and New Technologies
6. Talent Mobility, Career Management, and the Leadership Pipeline Become a Top Priority
7. Accelerate and Globalize the Leadership Pipeline
8. Take the Plunge and Invest in Talent Analytics and Workforce Planning—This Area Is Now an Imperative for Competitive Advantage
9. Revisit Your HR Technology Plan, Reduce Core Vendors, and Look for Innovative New Solutions That Drive High Levels of Value
10. Review and Redesign the Roles and Structure of Your HR Team and Invest in HR Professional Development

Source: 2015 Bersin by Deloitte



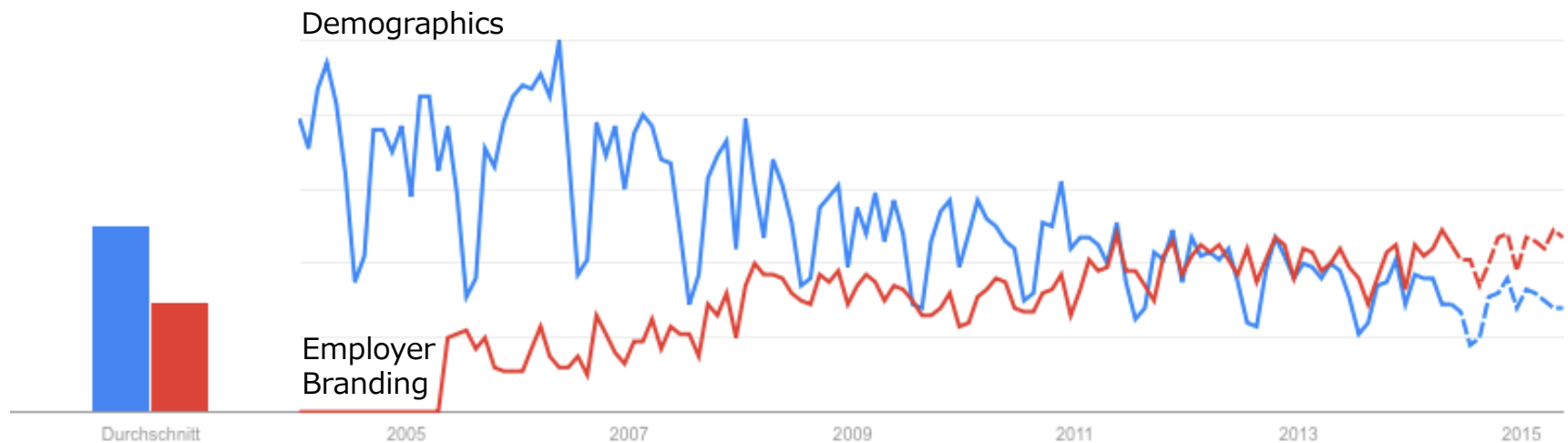
Source: 2014 BCG and WFPMA



Source: 2013 Kienbaum Management Consultants

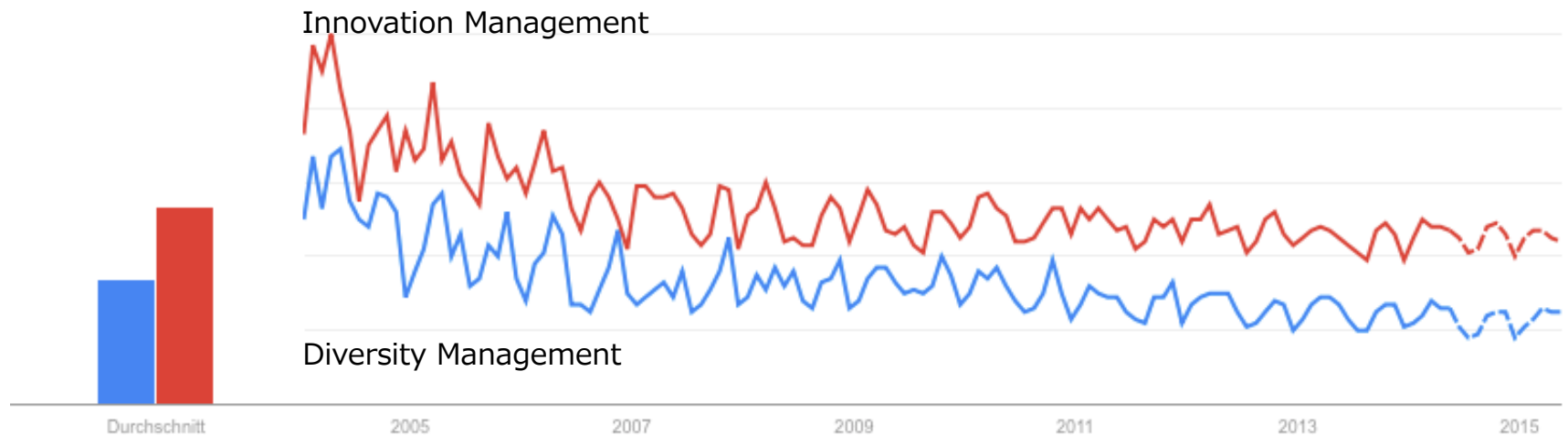
Not exactly what you would call a trend...

Google Search Requests for Demographics & Employer Branding



Not exactly what you would call a trend...

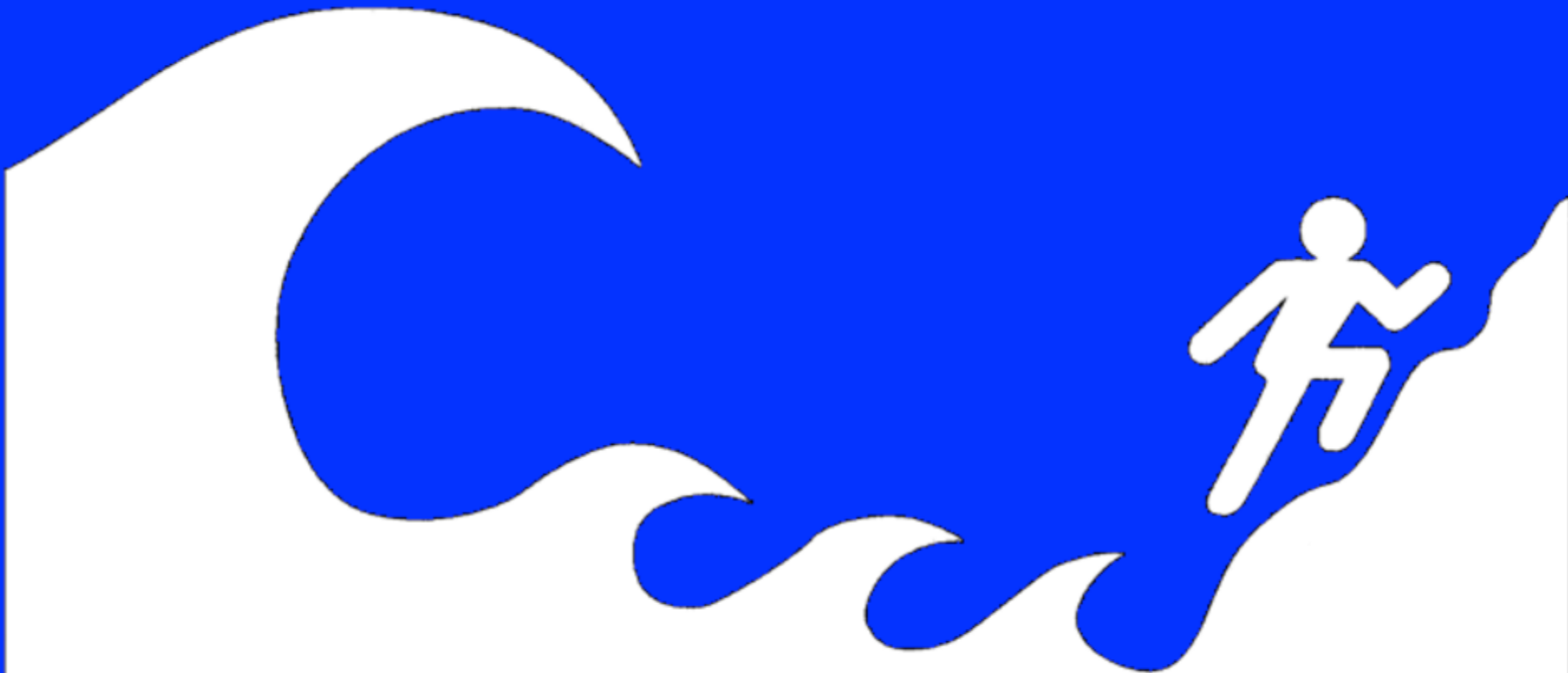
Search Requests for Diversity Management & Innovation Management



Certainly a trend: Business models at risk

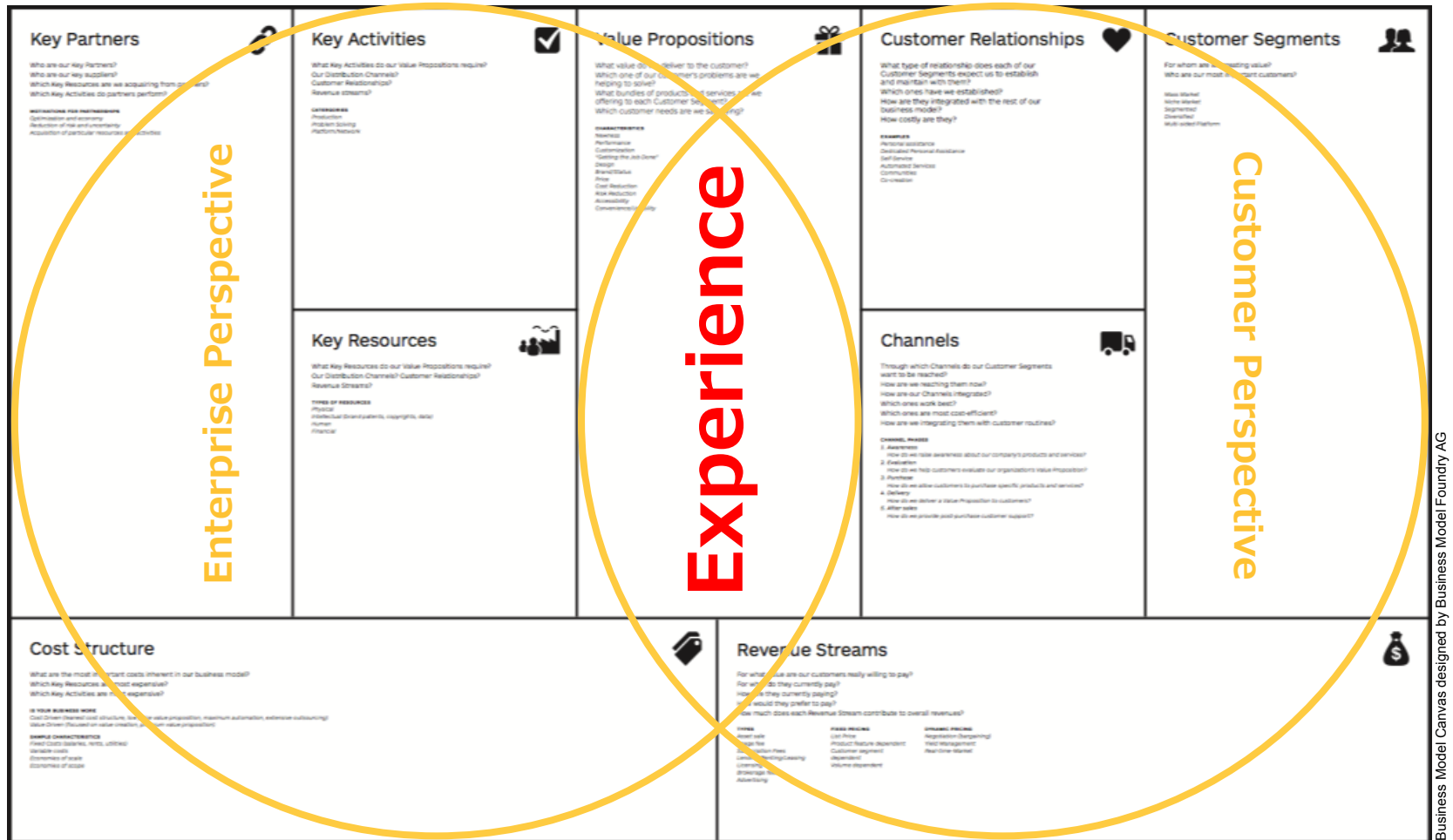
The only thing for sure is that hardly anything is certain...

TSUNAMI HAZARD ZONE



Not a trend but a fact: Customer experience at the heart of ever more business models

Successful business models satisfy customer needs with experience-based value propositions



The product...



...the experience....



(Foto: <http://news.starbucks.com>)

...the desired outcome...



(Foto: http://sallison.blogspot.de/2010_09_01_archive.html)

(Foto: <http://www.flickrriver.com/photos/eriq/tags/starbucks/>)



...the product without the experience!

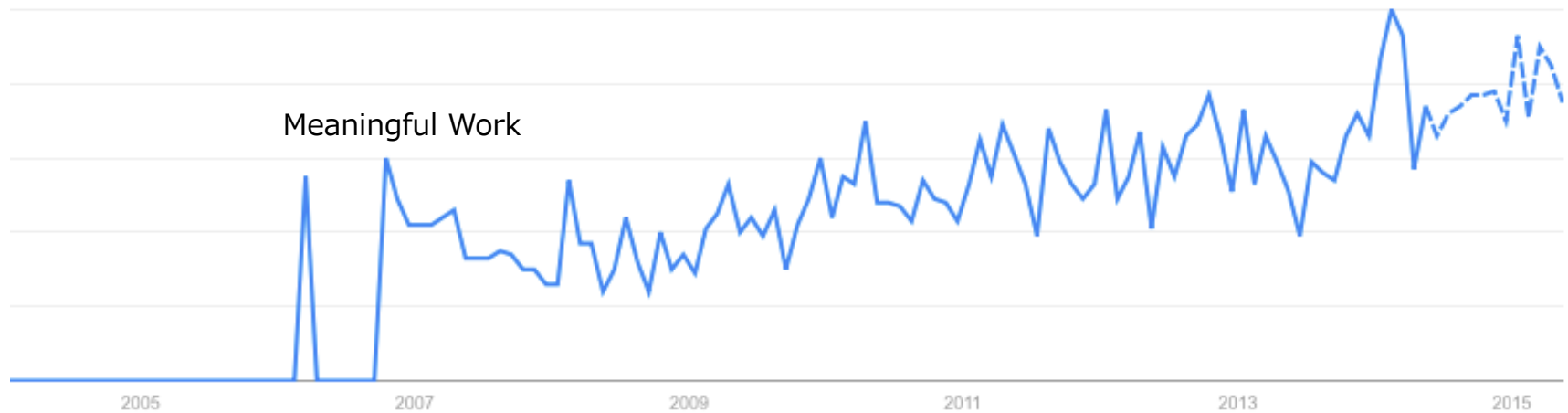
(Foto: <http://i.bnet.com/blogs/oracle-sues-google-over-java.jpg>)

Quiz question

What kind of work-related experiences enable employees to provide exceptional customer experiences?

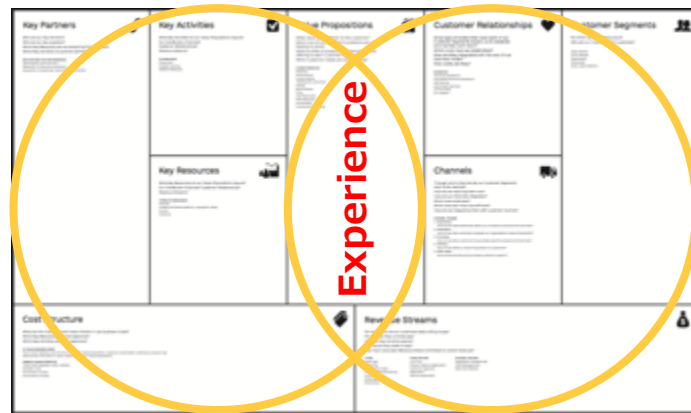
What does Google say?

Meaning is the new money!



Customer and employee experience as focal points for institutionalizing business models

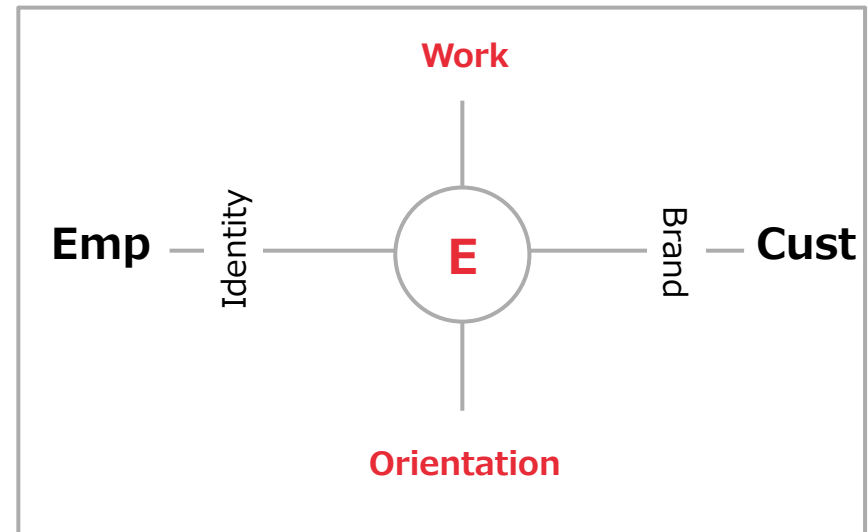
Linking strategy development with strategy deployment—it's the experience, stupid!



Strategy development



Strategy deployment

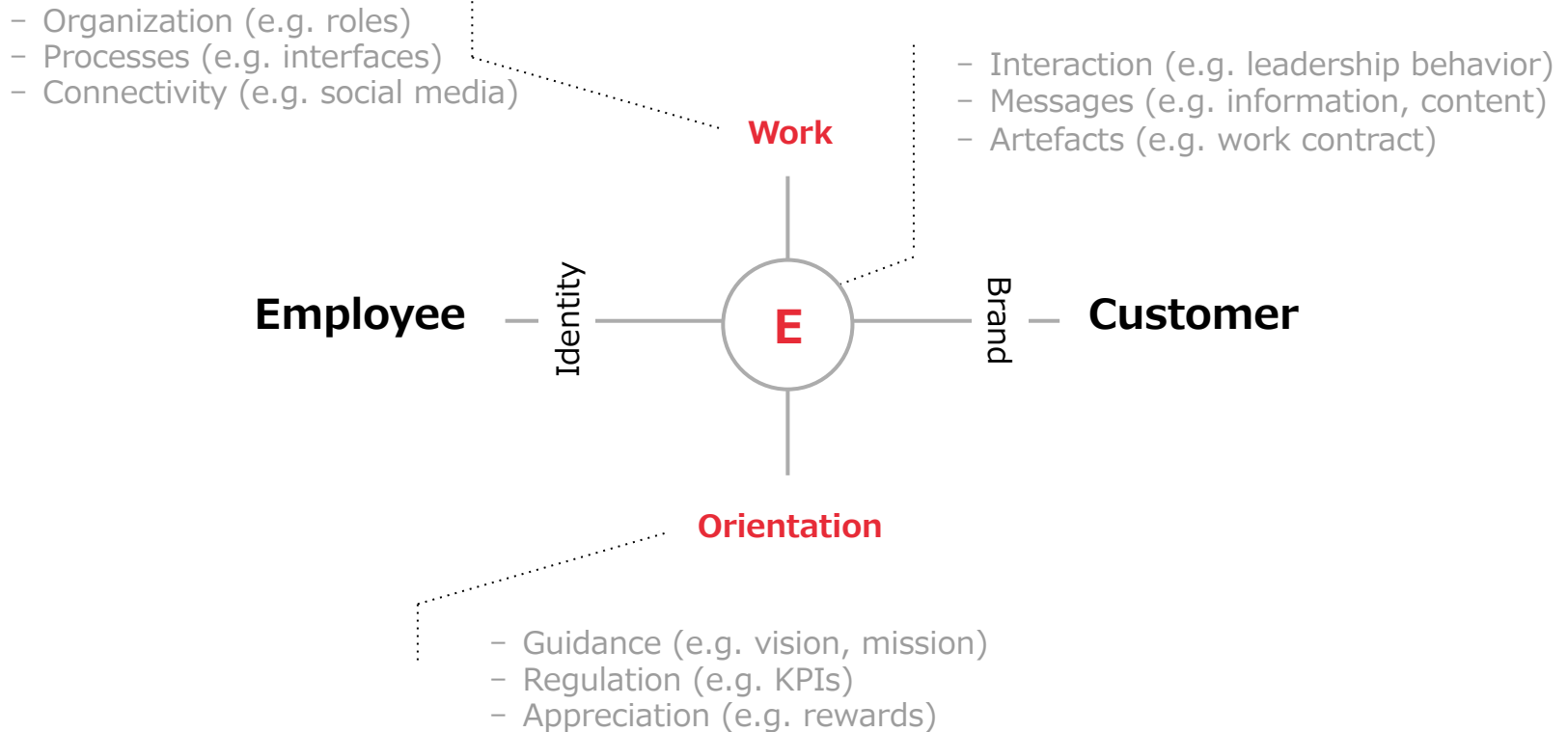


Agenda

- | | | |
|---|------------------------------|----|
| 1 | Where do we come from? | 2 |
| 2 | What do we need to tackle? | 6 |
| 3 | What are our answers? | 19 |

Employee Experience Design

For providing meaningful employee experiences, HR can design the experience itself, the work system as well as the mechanisms for orientation

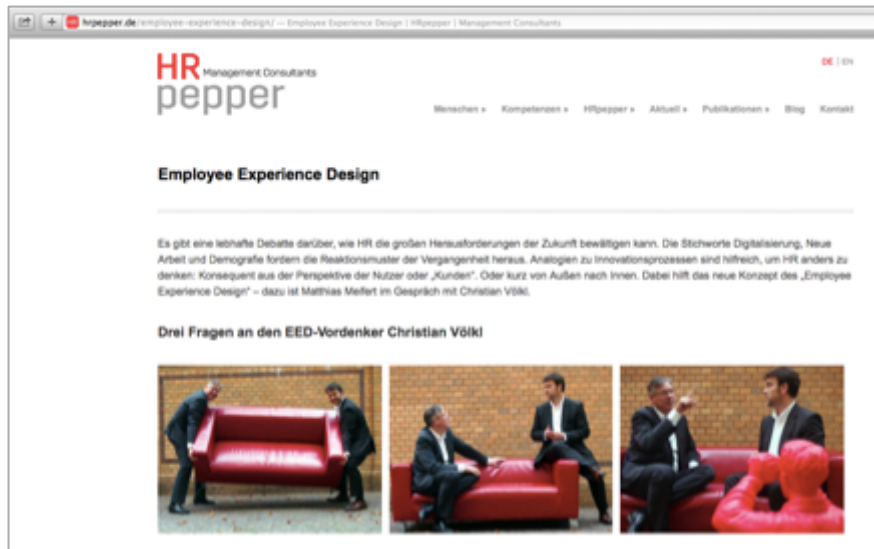


Employee Experience Design (EED)

Creating value from untapped needs: Designing the employee experience as a mandate for a strategic Human Resources function

„EED summarizes the practice of intentionally designing HR products, services, events, and organizational environments with a focus on the quality of the employee experience and organizationally relevant experiences.“

(Source: Wikipedia)



Nach Bedarf design

PLÄDOYER. Warum sich moderne Personalarbeit nicht an Strukturen der Abteilung, sondern an Mitarbeiterbedürfnissen ausrichtet - im Sinn der „Employee Experience“.

Von Christian Völkl und Christina Mangel

Rente mit 63, „HR Cloud“, „The War for Hearts and Minds“, Gesundheitsmanagement, Vielfalt, Innovationsdruck: Was sich anstellt wie eine überdimensionierte Postkorbübung im Assessment Center für Nachwuchskräfte entspricht vielmehr dem ganz normalen Alltag von Personalverantwortlichen. Die Bandbreite an Themen, auf die in der Personalarbeit Antworten zu finden sind, ist beträchtlich und an Komplexität zunehmend – und das unter dem stetigen Druck der Kostensparung und am besten bereits gestern.

Wenn man sich anschaut, wie HR mit diesen Anforderungen umgeht, stellt sich Enttäuschung ein: Gemessen an der Bedeutung von Personalarbeit, ist ihr Einfluss und die Kundenzufriedenheit nur begrenzt, wie die J&R-Studie 2013 belegt. Und das obwohl man sich seit mehr als 15 Jahren in Anlehnung an Dave Ulrich mit dem Konzept des „Business Partner Model“ den wachsenden Herausforderungen an HR zu stellen versucht. Die Selbstveränderung der Personalarbeit in drei Säulen sollte die erhofften Effizienzsteigerungen, klarere Positionierung und damit Wertschöpfung für das Personalmanagement bringen. Allmählich machen sich jedoch Zweifel breit und die ersten Unternehmen steuern bereits zurück zu einer stärker integrierten Personalarbeit.

Wir glauben, dass es mehr als eine organisatorische Antwort auf die Herausforderungen der Zukunft geben muss. Wir finden, dass die Zeit gekommen ist, den Blick weg von internen Strukturierungsfragen hin zu den Bedürfnissen derer zu richten, die im eigentlichen Zentrum der Wertschöpfungskette einer Organisation stehen: Die Mitarbeiter und Führungskräfte eines Unternehmens.



Wie Designer denken: Auch HR-Produkte müssen den Kundenwünschen entsprechen.

Wir fassen den Beitrag von HR zu sich einer Auseinandersetzung unter dem Begriff „Employee Experience Design“ (EED) zusammen und argumentieren damit in einem Verständnis des Personalers als Designer, wie er auch in Ausgabe 04/2014 des Personalmagazins bereits diskutiert wurde. Unter EED verstehen wir mitlin die aktive Gestaltung der bewussten oder unbewussten Inanspruchnahme von Personalarbeit, wie sie als

gemeinsam getragene Aufgabe an der Schnittstelle zwischen den drei Hauptakteuren Mitarbeiter, Führungskraft sowie Personalexperte stattfindet.

„Customer Experience“ ist das Vorbild Ein Vergleich mit dem Konzept der „Customer Experience“ veranschaulicht, warum es bei EED geht. „Customer Experience Design“ bezeichnet die Gestaltung von Kundenerlebnissen und findet überall dort Anwendung, wo das bloße Anbieten eines Produkts für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens nicht mehr ausreicht. Produkte und Dienstleistungen lassen sich bestrafen leicht kopieren; umfassende Erlebnis-

HR | Personalmagazin

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Kristina.Enders@personalmagazin.de

Source: Personalmagazin, Ausgabe 06/2014, www.personalmagazin.de

**We're looking forward to a stimulating
discourse with you.**

HRpepper GmbH & Co. KGaA

Tempelhofer Ufer 11, 10963 Berlin

T +49 30 2593575 0

F +49 30 2593575 5