

HR Trend

Die Trendforschung ist immer populärer werden- des Forschungsfeld und findet nun auch Einzug in den Personalbereich – unter dem Begriff *HR Trend*. Als „Trend“ bezeichnet der bekannte Trendforscher Matthias Horx „jene massiven, lang andauernden Triebkräfte des Wandels, die gesellschaftliche, soziale, ökonomische Systeme transformieren.“ Der Arbeitskreis „Megatrends und HR Trends“ der Deutschen Gesellschaft für Personalführung (DGFP) hat daraus 2011 folgende Entwicklungen als unternehmensrelevant und *trendhaft* identifiziert: Trends resultieren aus technischen oder volkswirtschaftlichen Vorgängen und sind noch nicht fassbar in Bezug auf Verlauf und Konsequenzen. Sie betreffen diverse Unternehmen und beeinflussen ggf. auch deren Wettbewerbsfähigkeit. Da sich Trends langfristig auf Unternehmen auswirken, machen sie strukturelle Veränderungen notwendig, da vorhandene Lösungen kaum ausreichen. Solche, die den HR-Bereich betreffen, sind z.B.:

- Fachkräftemangel: es wird weniger qualifizierte Bewerbungen geben und die Unternehmen müssen von selbst aktiver werden;
- Erweiterungen durch Social-Media: dadurch können neue Kommunikationskanäle bedient werden, z.B. bei der Mitarbeitergewinnung oder der Kommunikation;
- Globalisierung im Personalmanagement, Abschied von der Präsenzkultur und die zunehmende Akzeptanz der Work-Life-Balance werden in Unternehmen zu flexibleren Raum- und Arbeitskonzepten führen.
- stärkeres Gesundheitsmanagement, Diversity Management und Retention Management führen zu mitarbeiterfreundlicher Personalpolitik; stärkere Frage nach Sinn und Freude hinter der Arbeit, mehr Kommunikation und menschlicher Nähe.

Diese beispielhaften HR Trends zeigen, dass der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens langfristig von Investition in die HR-Abteilung abhängen wird. Unternehmen brauchen ausreichend guten Nachwuchs und motivierte Mitarbeiter – auch in 10 oder 20 Jahren. Prof. Dr. Jutta Rump weist auf vier zentrale Punkte hin, die beim Trendmanagement die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens erhalten bzw. steigern: notwendige Qualifikationen und Kompetenzen für zukünftige Anforderungen; Lern- und Begeisterungsfähigkeit von (alternden) Mitarbeitern erhalten; Begeisterung junger Menschen für Berufe; junge und alte Fachkräfte binden. Schon die professionelle Personalgewinnung hat Einfluss auf den Unternehmenserfolg, denn Unternehmen, die über ein professionelles und trendsensibles Recruiting verfügen, haben ein dreieinhalb Mal höheres Umsatzwachstum und doppelt so hohe Gewinnmargen wie Unternehmen, die wenig aktiv sind. Dieses Nutzenpotenzial der Trends zu erfassen, gehört zu den Schlüsselinstrumenten strategisch relevanter sowie wirtschaftlich wertschöpfender Personalarbeit. Sie dient der Selbstreflexion in der Hinsicht, als dass ein Unternehmen sich fragen muss, in wie weit es in der Lage ist, die Anforderungen, die sich aus den Trends ergeben, zu bewerkstelligen und was benötigt wird, um dieses Ziel zu erreichen.

Es bedarf daher systematisches Vorgehen: Das HR Trendmanagement bündelt die Identifizierung und Handhabung der langfristigen Trends des sich wandelnden Arbeitsmarktes. Es setzt die HR-Trendarbeit mit einem klar definierten Auftrag und Handlungsrahmen fest. Ein HR-Trendmanager filtert Informationen, um Trends rechtzeitig zu erkennen, bewerten und nachhaltig kritisch zu verfolgen. Entscheidend ist dann, die Trends treffsicher zu interpretieren (sie auch passend zu benennen!) und kreativ zu agieren. Die Deutsche Gesellschaft für Personalführung (DGFP) definiert etwa, wodurch sich gutes HR-Trendmanagement auszeichnet: es läuft nach einem definierten Prozess mit jährlich definierten Zielen ab, bezieht Mitarbeiter und Führungskräfte mit ein und verbindet sich über Trendnetzwerke mit anderen Unternehmen. Am wichtigsten ist dabei der Trendpro-

HR Trend

zess. Er beinhaltet Analysen zum Nutzenpotential und Realisierungsaufwand geeigneter Maßnahmen. Je nach Einordnung diese in die eigene kulturelle, organisationale und technische „Trend-Readiness“ wird eine Handlungsempfehlung gegeben. Trendmethodische sowie personalfachliche Expertise sowie Kenntnis der (Um-)Welt des Unternehmens machen somit ein erfolgreiches Trendmanagement aus, das sich in Zukunft fest im HR-Kanon verankern wird.

© Bernhard Schelenz, 2014