



Personalisierung als Schlüssel für nachhaltigen Erfolg im Personalwesen

Joachim Skura, ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG

Eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ist direkt abhängig von einem positiven Arbeitsumfeld, in dem Mitarbeiter als individuelle Persönlichkeiten begriffen und geschätzt werden. Das belegen neueste Studien. In den allerwenigsten Unternehmen findet dieser Umstand allerdings Berücksichtigung, obwohl HR-Verantwortliche mit modernen Lösungen zur Personaladministration schon heute alle Mittel zur Verfügung haben, um Individualität und Personalisierung flächendeckend umzusetzen. Das muss sich ändern, denn gerade in Zeiten von Fachkräftemangel und globalem Wettbewerb um Talente können es sich Unternehmen nicht leisten, Mitarbeiter zu verlieren.

Zur größten Herausforderung für Arbeitgeber zählt mittlerweile die Frage, wie sich Fachkräfte nicht nur für eine engagierte Mitarbeit im Unternehmen gewinnen, sondern auch langfristig an die eigene Organisation binden lassen. Mitarbeiter-Fluktuation ist aus zweierlei Gründen ein besonders drängendes Thema: Einerseits, weil durch den Weggang von Mitarbeitern nicht selten eminent wichtiges

Know-how verloren geht, und andererseits, weil das Anlernen adäquaten Ersatzes mit erheblichen Kosten und – was nicht selten eine noch gewichtigere Rolle spielt – mit einem enormen Zeitaufwand verbunden ist.

Klassische Anreize, wie Gehalt, Titel und Zusatzleistungen, bleiben zwar nach wie vor Schlüsselfaktoren beim Wettstreit um Talente; insbesondere in den letzten Jahren mit

dem Eintritt einer neuen Generation in den Arbeitsmarkt haben sich dazu aber weitere Aspekte gesellt, die nachweislich zunehmenden Einfluss auf das Wohlbefinden der eigenen Belegschaft haben. Die Anerkennung individueller Leistung, die Chance, an spannenden und prestigeträchtigen Projekten mitzuarbeiten, ebenso wie die Wertschätzung des persönlichen Einsatzes für den Un-

ternehmenserfolg sind dafür Beispiele. Von Aspekten wie diesen geht heute insbesondere für junge Menschen eine enorm motivationssteigernde Wirkung aus. Sie sind für das Engagement der Mitarbeiter und schlussendlich auch für ihre Loyalität und ihren Wechselwillen von entscheidender Bedeutung.

Die kürzlich von Oracle gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Opinium Research durchgeführte europaweite Studie „Simply Talent“, liefert hierzu aufschlussreiche Zahlen. Für die Studie wurden 1.500 Mitarbeiter großer europäischer Unternehmen befragt. Gerade in Deutschland tun sich in puncto Mitarbeitermotivation unerwartete Abgründe auf: Nur jeder vierte Deutsche (25 Prozent der Befragten) ist demnach meist motiviert am Arbeitsplatz – das schlechteste Ergebnis im europäischen Vergleich. In den anderen europäischen Ländern ist immerhin jeder Dritte (35 Prozent) meist engagiert bei der Sache. Dieser geringe Anteil ist bedenklich, weil die meisten Befragten angeben, bewusst mehr an einem Arbeitsplatz zu leisten, an dem sie sich wohl fühlen (61 Prozent in Deutschland). Zudem hört über ein Drittel (37 Prozent) der Arbeitnehmer auf, nach Jobalternativen Ausschau zu halten, sobald sie ein positives Arbeitsumfeld gefunden haben. Gerade in Zeiten des viel zitierten Fachkräftemangels sollte dieser Umstand Personalverantwortliche aufhorchen lassen, denn Mitarbeiterbindung kommt im globalen Wettbewerb längst strategische Bedeutung zu.

Um erfolgreich Einfluss auf die Motivation der Mitarbeiter und auf deren Engagement insgesamt nehmen zu können, müs-

sen Unternehmen – wie im Umgang mit ihren Kunden auch – alles in ihrer Macht Stehende tun, um ihre eigene Belegschaft besser kennenzulernen. Immer mehr Mitarbeitern, insbesondere jungen Erwachsenen – den sogenannten Millennials zwischen 18 und 35 Jahren –, reicht es heute nicht mehr aus, für eine Firma zu arbeiten, die ihnen lediglich Gehalt überweist. Sie wollen ihre Zeit sinnstiftenden und ausfüllenden Aufgaben widmen. Individualität und Persönlichkeit wird in dieser Altersgruppe besonders hoch geschätzt. Authentische Unternehmen mit einem eindeutigen Wertekanon und mit einer klaren Identität sind hier deutlich im Vorteil – allerdings nur so lange, wie die tatsächlich im Unternehmen gelebte Kultur die öffentlichen Bekundungen nicht ad absurdum führt, der Wertekanon also nicht zum bloßen Lippenbekenntnis verkommt. Auch hierfür finden sich in der „Simply Talent“-Studie Belege. 31 Prozent der Befragten geben dabei an, dass sie sich für einen ehrlichen und aufrichtigen Arbeitgeber stärker engagieren. Besonderen Wert legen die Befragten auf eine Atmosphäre des Vertrauens (53 Prozent), der Ehrlichkeit (50 Prozent) und der Fairness (46 Prozent).

Ein personalisierter Ansatz im Umgang mit Mitarbeitern ist deshalb der Schlüssel zum Erfolg. Mitarbeiter wollen in ihrer Individualität nicht nur akzeptiert, sondern geschätzt werden. Sie fordern auf sie zugeschnittene Weiterbildungsmöglichkeiten und Kompensationsmodelle. An die Interessen und Bedürfnisse des Mitarbeiters angepasste Zusatzleistungen, wie etwa eine

betrieblich geförderte Kinderbetreuung, dürfen nicht mehr die Ausnahmen sein, sondern müssen zur Regel werden. Das fördert nicht nur die Zufriedenheit der eigenen Belegschaft, dieser Ansatz hat auch direkte und messbare Auswirkungen auf das Unternehmensergebnis insgesamt.

Ein solches Vorgehen verlangt natürlich eine umfassende Datenbasis, inklusive der Berücksichtigung fachfremder Kennzahlen, wie Markt- und Unternehmensdaten, insbesondere aber auch effektive Analysemöglichkeiten. Hier kann Technologie einen unschätzbaren Beitrag leisten. Moderne Software-Lösungen wie die Oracle Human Capital Management Cloud bieten eine gute Grundlage zur datengestützten Optimierung der personalisierten Mitarbeiteransprache. Die in der neuesten Version der Oracle HCM Cloud vorgestellten „Work-Life“-Anwendungen wie Reputation Management, Employee Wellness, Wettbewerbe und Career Development bieten spannende Ansätze für das moderne Personalwesen mit speziellem Schwerpunkt auf Mitarbeitermotivation und Innovationsförderung. Mitarbeiter erleben ihre Arbeit so im Idealfall nicht mehr als bloßes Mittel zum Zweck, sondern als wertstiftende Aufgabe in einer Organisation, deren Fokus nicht nur auf den eigenen Erfolg, sondern auch auf die positive Entwicklung des Einzelnen gerichtet ist. Arbeit nicht mehr als Pflicht, sondern als Kür, wer will da noch die Firma wechseln?

Joachim Skura

joachim.skura@oracle.com

Oracle übernimmt Marketing-Optimierer Maxymiser

Mit der Übernahme von Maxymiser erweitert der US-Konzern die Oracle Marketing Cloud. Maxymiser bietet eine Cloud-basierte Lösung, die Marketing-Fachleuten das Testen und Personalisieren von Inhalten erlaubt. Dadurch sollen eine stärkere Kundenbindung und höhere Umsätze erzielt werden. Der datengetriebene Ansatz des Customer-Experi-

ence-Spezialisten ermöglicht es Firmen und Werbetreibenden, zu testen, welche Marketing-Kampagne höchstwahrscheinlich die besten Ergebnisse liefern wird. Mit der Lösung lassen sich sowohl Webseiten- als auch App-Inhalte optimieren. Damit unterstützt Maxymiser insbesondere bei der Verbesserung der Customer Experience.

Oracle verspricht sich von der Einbindung der Optimierungslösung die Ausweitung der Oracle Marketing Cloud, sodass in Zukunft Marketing-Programme über alle digitalen Kanäle und über den gesamten Customer Lifecycle hinweg verwaltet werden können.