



IM GESPRÄCH MIT

CAWA YOUNOSI

NEUES KIENBAUM WHITEPAPER:

**DIE HR-FUNKTION IN UND
NACH DER CORONA-KRISE**

EDITORIAL

Liebe HR-Community,

Das Thema „Krise“ ist in aller Munde, während gleichzeitig einige meiner GesprächspartnerInnen dieser Tage schon abwinken, wenn der Begriff „Corona“ nur fällt. Doch ist die Ausnahmesituation tatsächlich schon überstanden? Oder steuern wir bereits in unerwartete Folgeszenarien? – Was immer kommen mag, der Fokus der HR-Verantwortlichen muss jederzeit sowohl auf das Hier und Jetzt als auch auf die Zukunft gerichtet sein, wie unser **HR Pulse Check 2020** deutlich macht.

Ein brillantes Beispiel für solch eine Art der vorausschauenden Personalarbeit ist mein Interviewpartner **Cawa Younosi**, Head of Human Resources bei SAP, und ein Meister der Priorisierung im HR-Alltag – sei es im Prä- oder einem möglichen Post-Krisenmodus. So setzt er auf die Freiwilligkeit seiner Mitarbeitenden und schafft ein starkes Employer Branding. Lesen Sie unser ausführliches Gespräch in dieser Newsletterausgabe. Das HR-Team von SAP war es ebenso, das mich in diesem Monat zum sehr interessanten Format *LinkedIn Live* einlud, um mit Stephan Koenen in illustrierter Runde zu unserem gemeinsamen Jahresthema „Daten und Talente“ zu sprechen. [\(Hier finden Sie eine Aufzeichnung\)](#)

Auch unsere diesjährige **HRSO Studie**, die unter demselben Titel läuft, konnten wir in Kooperation mit Deutschlands Softwarehaus Nummer 1 herausgeben.

Zu guter Letzt möchte ich Ihnen wie immer eine unserer Kienbaum Studien zu den Top-Themen der Branche ans Herz legen: Auf die Ergebnisse zur Befragung **Purpose. Die große Unbekannte**. arbeiten wir bereits mit Hochdruck hin. Als NewsletterabonentIn brauchen Sie nichts weiter zu tun – wir freuen uns darauf, Ihnen ab September als erstes die finalen Studienergebnisse auf diesem Wege vorzustellen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und dazu Gesundheit und Gelassenheit für die kommende Zeit. Auf einen regen Austausch mit Ihnen freue ich mich wie immer!



Ihr

Prof. Dr. Walter Jochmann
Geschäftsführer und Partner
Kienbaum Consultants International



DIE HR-FUNKTION IN UND NACH DER CORONA-KRISE



Welche Auswirkungen hat die Corona-Krise auf die Geschäftsentwicklung, Belegschaft und Personalarbeit Ihres Unternehmens?

Diese und weitere Fragen zum Status Now und der Zukunft der HR-Abteilungen stellen wir im Mai 2020 rund **200 Personalverantwortlichen**.

Im Querschnitt stammen unsere Befragten aus Unternehmen aller Größe und in jeglicher Situation – vom Krisengewinn bis hin zur Existenzfrage.

Die Ergebnisse sollen Ihnen als Entscheidungsträger in der HR-Funktion als Zwischenbilanz dienen und Managementimplikationen bieten zur Gestaltung des Personalwesens im Kontext der wohl schwierigsten wirtschaftlichen Lage und schwersten humanitären Krise seit Bestehen der Bundesrepublik.

Den Pulse Check „**Die HR-Funktion in und nach der Corona-Krise**“ stellen wir Ihnen **gerne kostenfrei** zur Verfügung.

HIER GEHT ES ZUM PULSE CHECK

<https://www.kienbaum.com/de/publikationen/hr-pulse-check/>



IM GESPRÄCH MIT CAWA YOUNOSI

„UNSER BENCHMARK IST GOOGLE“

Cawa Younosi ist Personalleiter von SAP Deutschland und gilt mit seinen Visionen von der Arbeitswelt der Zukunft als Revolutionär der HR Community. Im Interview mit Walter Jochmann sprach er über die Voraussetzungen und den Wert von Kultur und Mitarbeiterbegeisterung für den Unternehmenserfolg – und die Positionierung der HR-Funktion in und nach der Coronakrise.

Lieber Herr Younosi, die Ausbreitung des Coronavirus erschüttert das Arbeits- und Wirtschaftsumfeld insgesamt. Welche Auswirkungen hat die Krise auf die Personalarbeit im Besonderen?

Personaler müssen verstehen, dass diese Krise ihr Moment ist, um in Führung zu gehen und Verantwortung für die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu übernehmen. Wir bei SAP sparen derzeit nicht bei der Personalarbeit – im Gegenteil: Wir verstehen unseren Auftrag darin, unsere Kolleginnen und Kollegen im Homeoffice mental und physisch gesund zu halten, und zwar mit vielfältigen Angeboten von Coaching über Ernährung bis zu Bewegung.





Welche konkreten Erfahrungen haben Sie mit der Arbeit der Beschäftigten im Homeoffice bisher gemacht?

Tatsächlich beobachten wir, dass die Mitarbeitenden im Homeoffice produktiver sind. Zum Beispiel haben wir mit der Schulschließung den KollegInnen angeboten, bei vollem Gehalt nicht arbeiten zu müssen, wenn sie aufgrund der Betreuung ihrer Kinder nicht arbeiten können. Die allermeisten von ihnen haben dieses Entgegenkommen sehr geschätzt und sich organisiert, sodass sie trotzdem so gut wie möglich weiterarbeiten konnten. Hier hat sich unsere Vertrauenskultur und die Strategie der maximalen Flexibilität ausgezahlt, wie Arbeit von den einzelnen MitarbeiterInnen erbracht wird. Insgesamt nehme ich in der Krise ein gesteigertes Engagement wahr.



Wie wird sich mit und nach der Krise die Positionierung der HR-Funktion im Unternehmen verändern?

Ich erwarte, dass sich die Wertschöpfungskette von Unternehmen anpassen wird, dass die Belange von PersonalentscheiderInnen genauso wichtig werden wie die „harte Währung“ der Financer. Durch die Gestaltung von Treue, Bindung und Arbeitgeberattraktivität schaffen wir unmittelbar Mehrwert für das Unternehmen. Beispielsweise verzeichnen wir bei SAP Deutschland eine Verweildauer von über zehn Jahren, was unsere dauerhaft attraktive Willkommenskultur unterstreicht. Die Integration von wirtschaftlichen Anforderungen und Mitarbeiterbegeisterung ist Quelle der Glaubwürdigkeit, mit der HR anderen Funktionen auf Augenhöhe begegnen kann. Im DAX nehme ich Personaler oft noch zu operativ wahr.

Wie lautet Ihr persönlicher Purpose für die HR-Funktion von SAP Deutschland in den nächsten drei Jahren?

Ich möchte, dass die PersonalerInnen bei SAP ihre Motivation nicht aus dem Gehalt, sondern aus dem emotionalen Feedback ihrer internen Kunden ziehen. Eine intensive Feedbackkultur ist Teil unseres Experience Managements, dessen Ziel es ist, kundenzentrierte und qualitativ hochwertige „Wow“-Momente für die Mitarbeitenden zu schaffen. Unser Kulturversprechen besagt, dass begeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begeisterte Kundinnen und Kunden generieren. Deshalb haben Initiativen zur Gewinnung und vor allem Bindung von Talenten strategische Priorität für die Personalarbeit bei SAP. Die niedrige Fluktuation und ein Rekordhoch an Bewerbungseingängen zeigen uns an, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Dabei dienen uns Google und das Silicon Valley als Benchmarks – nicht die DAX 30.

IM GESPRÄCH MIT CAWA YOUNOSI

Ich schätze, für die Fokussierung auf Mitarbeiterbegeisterung werden technologiebasierte HR Operations zwingende Voraussetzung?

Die Integration von IT-Systemen ist eine Gesamtherausforderung für SAP. In der Vergangenheit haben wir viele Unternehmen und Lösungen gekauft, die jetzt – im Sinne einer ganzheitlichen User Experience – sauber integriert werden müssen. Die standardisierten Prozesse müssen reibungslos laufen, um genug Ressourcen für andere Themen zu haben.

Während das Software-Geschäft aktuell noch 85 Prozent des Umsatzes von SAP produziert, will sich Ihr Unternehmen perspektivisch stärker am Cloud-Geschäft orientieren. Welche Rolle spielt die HR-Funktion bei der Realisierung dieser Strategie?

Mit SuccessFactors ist die HR-Funktion selbst zum Cloud-Produkt geworden, indem sie IT-Lösungen nicht nur selbst anwendet und einsetzt, sondern Trends für die Zukunft setzt und vorgibt. SAP HR wurde somit zum Formel-1-Testfahrer für die eigenen Produkte. Ich selbst füge den E-Mails, die ich an die Belegschaft sende, unser Feedback-Tool Qualtrics an, um eine Rückmeldung zu meiner Kommunikation zu erhalten.

Customer Happiness meint kein Feelgood Management – eine inspirierende Atmosphäre und funktionierende HR-Kernprozesse stehen in wechselseitiger Abhängigkeit zueinander.

Was inspiriert Sie persönlich, um erfolgreich durch die nächsten Wochen und Monate zu steuern?

Die Erkenntnis, dass Kultur zu bewahren und Mitarbeitende zu begeistern, mindestens genauso wichtig sind wie Kosten zu senken. HR kann was bewegen – jetzt!

Herr Younosi, ich danke Ihnen für das Gespräch!

**Durch die Gestaltung von
Treue, Bindung und
Arbeitgeberattraktivität
schaffen wir unmittelbar
Mehrwert für das Unternehmen.**



PURPOSE. DIE GROÙE UNBEKANNTE.

Purpose – noch so ein Hype-Begriff? Wir haben über 1.300 Fach- und Führungskräfte befragt, was ihnen zum Thema Unternehmenspurpose einfällt.

Kennen Ihre Führungskräfte Ihren Purpose?

Hat Unternehmenspurpose einen Einfluss auf die Zufriedenheit im Beruf?

Muss eine Sinnhaftigkeit im Tun einen sozialen oder ökologischen Background haben?

Aktuell werten wir die Ergebnisse unserer Befragung aus, die ersten Ergebnisse erhalten Sie in unseren Social Media Netzwerken und auf unserer **Homepage**.

Im nächsten Newsletter erfahren Sie als erstes von den finalen Studienergebnissen.

Hier finden Sie alle Informationen zum Thema Purpose:
<https://www.kienbaum.com/de/purpose-studie/>



ANSPRECHPARTNER



Prof. Dr. Walter Jochmann

Managing Director, Partner

Fon: +49 211 96 59-358

Mail: walter.jochmann@kienbaum.de

Profil: https://www.kienbaum.com/de/kienbaum_cdb/prof-dr-walter-jochmann/

IMPRESSUM

HR FUTURE LINE, August 2020, Ausgabe 2

Inhaltlich verantwortlich:

Prof. Dr. Walter Jochmann

Fotos: Cawa Younosi: ©SAP Deutschland;

Prof. Jochmann: ©Kienbaum;

Sonstige: ©iStock

Herausgeber:

Kienbaum Consultants International GmbH

Edmund-Rumpler-Straße 5 | 51149 Köln