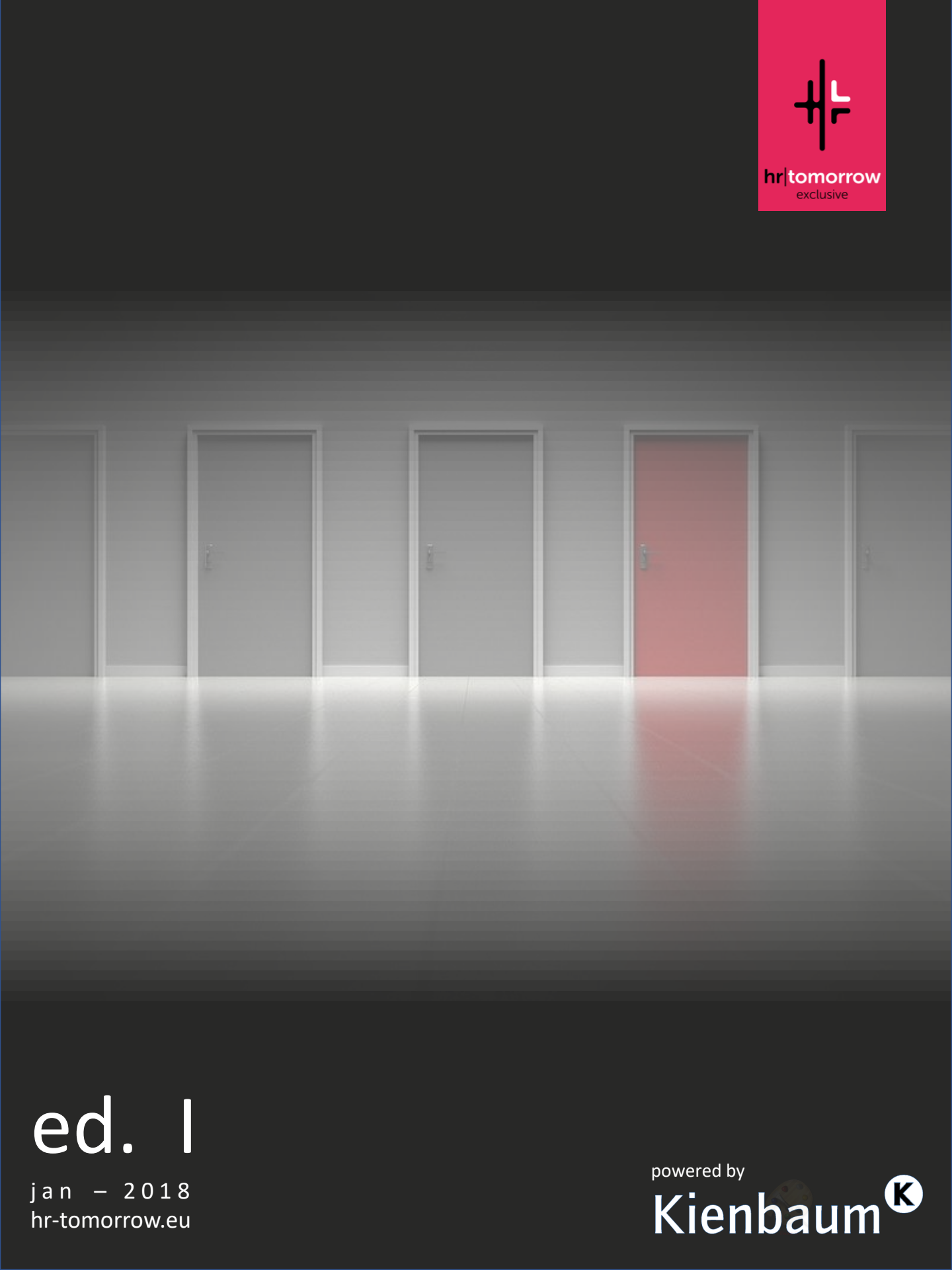


hr|tomorrow
exclusive

# ed. I

jan – 2018
hr-tomorrow.eu

powered by
Kienbaum

# Liebe Leserinnen und Leser,

Ich wünsche Ihnen ein frohes neues Jahr und hoffe, dass Sie die Feiertage gut im Kreise Ihrer Familie verbracht haben. Das Jahr startet mit vielen neuen Themen durch und auch für hr|tomorrow bricht eine spannende Phase an. Nicht nur, dass wir das Preismodell geändert und die Erscheinungen pro Jahr erhöht haben, es wird 2018 eine ganze Reihe neuer Events geben, die „hr|tomorrow inside“ haben. Das beliebte Innovation LAB wird es im kommenden Jahr mehrfach in Zürich, Stuttgart, Köln und voraussichtlich in München geben. Darüber hinaus wird es gemeinsam mit Michael Witt, einem der Top Recruiter Deutschlands ein völlig neues Format entstehen: die HR TEC Night. Der Gedanke bei der HR TEC Night ist, HR Managern im Stil eines Kinoformats (d.h. Länge 2-3 Stunden, Uhrzeit am frühen Abend) die Digitalisierung im HR näher zu bringen. Auch der Preis wird sich an der Kinokarten orientieren. Nähere Informationen zu den einzelnen Abenden und den dort vorgestellten und diskutierten Themen finden Sie unter www.hrtecnight.com Die erste Runde der Nights wird am 22.02.2018 in Stuttgart stattfinden..

.

Das heutige Magazin wird für Sie wieder einige spannende Erfindungen und Entwicklungen bereit halten. Im Wesentlichen geht es um Auswahl und Diagnostik, aber auch der Bereich Arbeitsplatz birgt ein interessantes Thema. In der heutigen Zeit mit unserer Informationsüberflut und den ständigen Pop-ups und kleinen Mitteilungen fällt uns die Konzentration immer schwerer. Laut einer Studie von Microsoft aus dem Jahr 2015 ist die Konzentrationsspanne eines erwachsenen Menschen unterhalb der eines Goldfisches gesunken. Während der Goldfisch wohl 9 Sekunden lang an einem Gedanken festhalten kann, kann ein Mensch dies nur noch im Schnitt 8 Sekunden.

Konzentrationssteigernde Maß-nahmen könnten daher für die neue Arbeitswelt durchaus interes-sant sein. In wie weit die damit verbundenen Analytics sich mit dem Betriebsverfassungsgesetzt vereinbaren lassen, sei noch dahingestellt.

Viel Spaß beim Lesen!

Herzliche Grüße

Robindro Ullah

**IMPRESSUM**

Herausgeber
Robindro Ullah
Liebigstraße 35
10247 Berlin
Telefon: 01774251516
Email: robindro.ullah@hr-tomorrow.eu
Website: www.hr-tomorrow.eu

Redaktion
Robindro Ullah
Maïté Ullah

# How to use

hr|tomorrow ist das erste deutsche HR Trendmagazin, welches den Anforderungen der Digitalisierung des HR Bereiches gerecht wird. Die frühzeitige Identifikation von Trends, Neuerungen und Veränderungen werden tragende Säulen der zukünftigen HR Strategie sein. Aber auch das operative HR Business wird zunehmend häufiger von Trend Informationen profitieren. Teilweise geht es „nur“ um technische Verbesserungen oder ein Umdenken in einer Disziplin, die direkte Auswirkungen auf das Tagesgeschäft haben können. Nur wer trotz der enormen Geschwindigkeit der Digitalisierung vorausschauend planen kann und überlegt reagiert, wird einen Mehrwert für das Business bieten können. In kurzen Microtrends der Firma TRNEDONE zeigt hr|tomorrow Variationen der Zukunft auf. HR Bereich, Relevanz und Umsetzungshorizont werden dabei eingeschätzt, um Ihnen Navigationshilfen an die Hand zu geben. Auf diese Weise erhalten Sie Experteneinschätzungen zu einzelnen „Hypes“.

# Über den Herausgeber

Robindro Ullah ist studierter Wirtschaftsmathematiker und fand 2007 den Weg ins HR Management. Aufgewachsen in Konzernen, hat er sich während der vergangenen 10 Jahre fast ausschließlich mit innovativen Ansätzen in unterschiedlichen HR Bereichen beschäftigt. Seien es Recruiting-, HR Marketing-, Employer Branding oder aber auch Beschäftigungskonzepte sowie New Work und Personalentwicklung stets konnte er bei Konzernen wie der Deutschen Bahn oder der VOITH GmbH Impulse setzen. Drei HR Excellence Awards erhielt er für seine Projekte sowie den Deutschen Preis für Onlinekommunikation und den HR Alliance Award. Darüber hinaus wurde er drei Mal zum Personalmarketing Innovator gekürt.

edition I


01 Plattform für Peer-Recruiting

02 Lebensläufe in VR

03 Kopfhörer steigert Mitarbeiterleistung

04 Apply Magic Sauce – Persönlichkeit aus dem Netz

05 Generation Digital - Studierende

# Performance Management

## Kopfhörer optimiert Konzentration

| | |
|---|---|
| **HR Bereich** | Beschäftigungsbedingungen/ Performance Mgmt |
| **Relevanz** | 9 |
| **Realisierungshorizont** | zeitnah |

Die Psychologen unter Ihnen kennen vielleicht Mihaly Csikszentmihalyi, der Schöpfer der Flow Theorie. Im Flow sein bezeichnet einen Zustand höchster Konzentration. Es ist der Moment völliger Vertiefung und dem Aufgehen in einer Tätigkeit. Während des Flow können wir uns unseren Aufgaben auf eine besondere sehr effektive Art und Weise gerecht werden. Auf Grund der zunehmenden Notifications auf Rechnern, Smartphones und Tablets wird es vor allem am Arbeitsplatz schwieriger den Flow Zustand zu erreichen. Aus diesem Grund haben kanadische Ent-wickler Kopfhörer konzipiert, die uns gezielt helfen unsere Konzentration zu optimieren, um damit ggf. in den Flow Zustand zu gelangen. Die bereits heute viel verwendeten Noicecancelling Kopfhörer wirken gegen diesen Ansatz wie Spielereien aus einer vergangenen Zeit. Der Kopfhörer verfügt über fünf Sensoren, die die Gehirnaktivität aufzeichnen. Über eine zugehörige App lassen sich entsprechende Daten und Statistiken beziehen und Werte eingeben. Wenn der Nutzer angibt, dass er mit der Arbeit beginnt, misst das Headset die Gehirnströme und erkennt, sobald die Konzentration des Nutzers nachlässt. In diesem Fall ertönt ein

Quelle: https://www.kickstarter.com/projects/mindset/headphones

## Kopfhörer optimiert Konzentration

kleiner Alarmton, der zur Re-fokussierung animieren soll. Der Kopfhörer erkennt aber auch, ob der Konzentrationsabfall durch eine externe Störung verursacht wurde oder aber durch Ermüdung.
Bei letzterem wird eine optimale Pausenzeit vorgeschlagen, um das Gehirn wieder auf Höchstleistung zu bringen. Nach der Arbeit kann der Nutzer seine Leistung auswerten sowie auslesen und bekommt beispielsweise Em-pfehlungen, wann Pausen über den Tag verteilt eingelegt werden sollten. Auch die Phasen hoher Konzentration werden identifiziert. Aus den historischen Daten kann der Kopfhörer Zeiträume er-kennen, in denen man sich besser Konzentrieren kann als in anderen Zeiträumen. Nach den Ware-abales, die im Wesentlichen unseren Körper optimieren, könnte man hier etwas überspitzt sagen, dass wir beginnen unseren Geist zu optimieren. Übertragen auf den Mitarbeiter können wir in die nächste Phase der Output Erhöhung einsteigen. Mind Engineering könnte eine neue Form der Individualisierung der Arbeitsplätze sein. Dieser Vorstoß hat aber natürlich zur selben Zeit auch einen sehr überwachenden Beigeschmack. Die Fähigkeit sich zu konzentrieren, könnte in das Performance Management über-nommen werden. Viel und lange zu arbeiten, ist kein Leistungs-merkmal. Erst wenn dies mit einer gleichbleibend hohen Kon-zentration erfolgt, kann man es als Leistung bezeichnen.
Arbeitszeitmodelle könnten sich zukünftig an den individuellen Konzentrationskurven orientieren. Die Arbeitsumgebung könnte in Abstimmung mit der individuellen Konzentration abgestimmt werden. Die Möglichkeiten, die menschliche Leistungsfähigkeit zu erhöhen, erscheinen einem mit dieser Reporting Idee unbegrenzt. Letztlich wird lediglich das Gehirn gemonitort, um „Schwachstellen“ zu identifizieren.

*Sensoren am Kopfhörer messen Gehirnaktivitäten.*

Quelle: https://www.kickstarter.com/projects/mindset/headphones

## Extra

# Generation Digital - Studierende

Wir singen das alte Lied der Verallgemeinerung. Alle In-genieure sind introvertiert - alle BWL tragen Hilfinger - alle alle alle. Unser Schubladendenken bewirkt aktuell eine leichte Verschiebung unserer Erwartungen an die “digital Natives”. Aus der Sicht der HR Manager haben die neuen Generationen die Digitalisierung mit dem Löffel gefressen. Aber sind die neuen Generationen tatsächlich so digital, wie wir immer annehmen. Digital Kompetenz bedeutet nicht, dass man sich mit dem tech-nologischen Standard seiner eigenen Generation auskennt. Digital Kompetenz hat viel mehr Facetten. Unter anderem fasst man vor allem die Fähigkeit, sich an neue Technologien an-zupassen und diese zu adaptieren, unter diese Kompetenz.

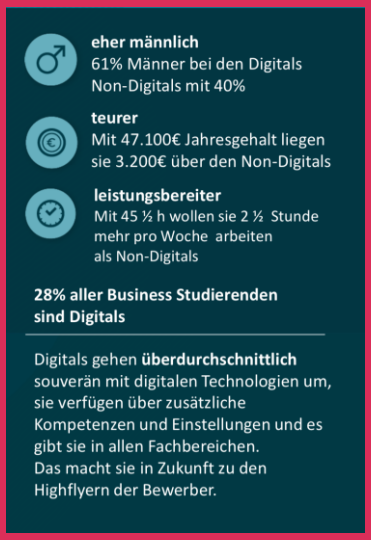
trendence hat nun seit einigen Studien das Thema Digital mit auf die Agenda gehoben. Denn wie viele schon richtig erkannt haben, im digitalen Zeitalter überleben wir nicht, wenn wir wahllos digital Natives einstellen, sondern auch gezielt Nachwuchs mit Digital-kompetenz rekrutieren. Eine genaue Definition dieser Digital-kompetenz konnten wir bislang noch nicht entdecken - zumindest keine, die wir auch sofort zu 100% unterschreiben würden. trendence orientiert sich hierbei an folgenden Eckpunkten:

- bilden sich online fort
- tracken und optimieren ihren Lebensalltag digital und online
- entwickeln und gestalten Apps
- entwickeln und pflegen Online Kanäle
- nutzen selbstverständlich ein großes Spektrum an Onlineangeboten und stellen selbstständig ihre Hardware ein.

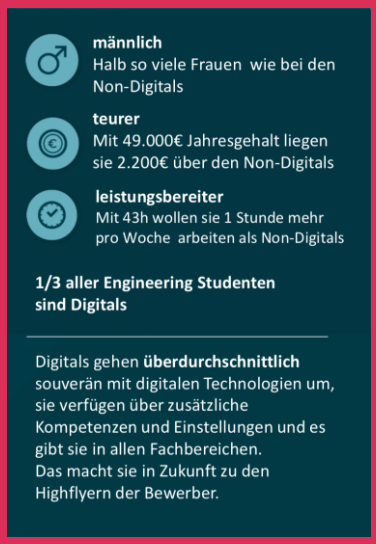
Unserer Meinung nach ein erster guter Ansatz, um sich dem Thema Digitalkompetenz in einer Studie zu nähern. Betrachten wir hierbei die ersten Zahlen, so muss man für die einzelnen Bereiche Business, Engineering und IT sagen, dass tendenziell eher die männlichen Vertreter die zuvor benannten Eckpunkte mitbringen. Hier wäre

# Generation Digital - Studierende

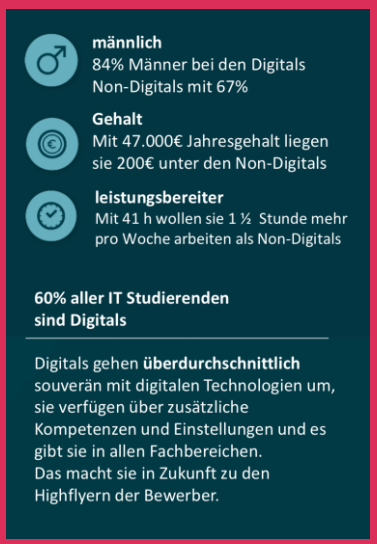
es sicherlich sinnvoll einmal eine andere Perspektive einzunehmen, denn im Grunde könnte man auch meinen, dass tendenziell eher Frauen zur Digitalkompetenz neigen - dies hängt aber, wie ge-sagt, sehr stark von der Definition ab. Spannend für die Rekrutierung aber auch die Beschäftigungs-bedingungen ist die sogenannte digitale Praxis. Die Studie vergleicht hier je Bereich, wie die zwei Zielgruppen (digital und non-digital) digitale Dienste nutzen. So kristallisiert sich ganz klar die Nutzung von Clouddiensten über alle Bereiche heraus, als einer der Haupt-Differentiatoren. Digitals nutzen Clouddienste wie selbst-verständlich, wohingegen in allen drei Bereichen einige Studien-teilnehmer hiervon weniger Ge-brauch gemacht haben (die non-digitals). Eine schönes Bild zu dem allgemeinen Satz des Personalers: die neuen Generationen leben doch alle in der Cloud. Dem ist ganz offensichtlich nicht so. Was aus der Studie ebenfalls hervorgeht ist, dass die diese Digitals sich nicht gleicher Maßen auf die deutschen Hochschulen verteilen. Hier scheinen einige Hochschulen wie beispielsweise die RWTH Aachen die Kompetenz bei ihren Studierenden besonders zu fördern. In den kommenden Aus-gaben der hr|tomorrow werden wir auf weitere Zielgruppen eingehen und ein paar weitere Insights liefern. So werden noch die Schüler sowie die Young Professionals folgen, die beide ebenfalls von trendence be-trachtet wurden.




*Business*




*Engineering*




*IT*

# Conclusion

## Wir werden zu multiline Menschen

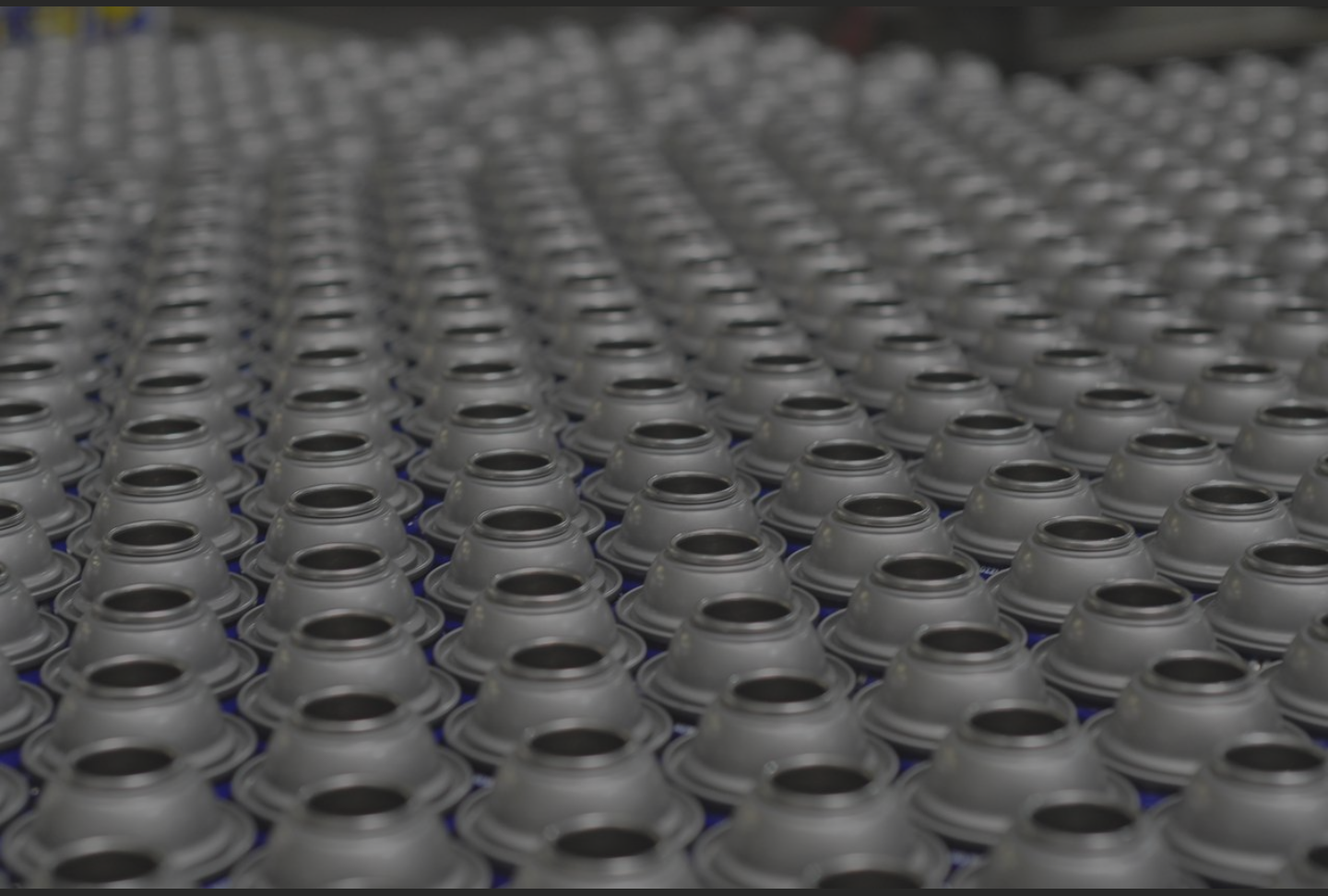
Die Grenze zwischen online Persönlichkeit und offline Mensch wird immer schmaler und wird sich in den kommenden Jahren ganz verabschieden. Selbstverständlich gilt es für uns heute noch nicht, dass jeder überhaupt eine Online Persönlichkeit besitzt. Gerade in Deutschland haben wir im Bereich der Akademiker im Alter von 35 - 40 Jahren noch erschreckend viele Online Legastheniker. Diese Defizite werden aber tatsächlich aus der Gesellschaft herauswachsen. Um überhaupt zukünftig erfolgreich sein zu können, benötige ich ein Online ICH. Ein Teil von mir muss mit den neuen Technologien und Medien derart vertraut sein, dass man von Wohlfühlen und zu Hause fühlen sprechen kann. Eben dieser Teil von mir wird irgendeine Form von Persönlichkeit in diese Online Welt projizieren, die für andere lesbar sein wird. Aber ebenso wie ich in einem Meeting eine bestimmte Persönlichkeit an den Tag lege, die von anderen anhand meines Verhaltens im Meeting interpretiert werden kann bzw. Interpretiert wird, so erfolgt dies auch online.

hr|tomorrow

exclusive

Kienbaum

TREND ONE



# ed.IV

dec – 2017

hr-tomorrow.eu

hr|tomorrow

exclusive