

Nr. 41

HRM-Dossier

Peter Meyer-Ferreira

Strategisches HRM

Analyse – Entwicklung – Implementierung

SPEKTRAmédia und **jobindex media ag**



Peter Meyer-Ferreira

Leiter Zentrum Human Capital Management
an der Zürcher Hochschule für
angewandte Wissenschaften in Winterthur (ZHAW)
St. Georgenplatz 2, 8401 Winterthur
Telefon 058 934 27 26
peter.meyer@zhaw.ch
www.zhcm.ch

Peter Meyer-Ferreira hat langjährige Erfahrungen in der Lehrerbildung, als Delegierter und Delegationsleiter beim IKRK in Uganda und Angola sowie als Leiter Management Development und Ausbildung in einem multinationalen Telekommunikationskonzern. 1995 gründete und leitete er den Fachbereich Human Resource Management an der Fachhochschule Solothurn und war in der Lehre, der Forschung und Beratung sowie in verschiedenen Nachdiplomstudien als Dozent tätig. Während mehrerer Jahre leitete er die Personalleitertagung und formte diese 2001 zum Personalfachkongress. Er verfasste zahlreiche Publikationen (u. a. war er Mitherausgeber des WEKA-Handbuchs «Erfolgsfaktor Human Resource Management» 1990 bis 2000). Seit 2004 ist er Leiter des von ihm gegründeten Zentrums Human Capital Management an der Zürcher Hochschule Winterthur.

Seine Spezialgebiete sind Strategisches Human Resource und Human Capital Management, Wissens- und Wissensrisikomanagement, Strategische Personal- und Managemententwicklung, Strategisches HR-Controlling sowie Change- und Kulturmanagement.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
Strategisches HRM – ein neues Geschäftsverständnis	7
Strategische und operative Funktion des HRM.....	7
Die Entwicklung des strategischen HR-Verständnisses	8
Ein Geschäftsverständnis für das HRM	11
Die Rollen im HRM	13
Handlungsfelder des strategischen HRM	16
Drei Perspektiven, unter denen Mitarbeitende gesehen werden können	16
Drei Handlungsfelder des strategischen HRM.....	18
HR-Strategien: Analyse, Entwicklung, Implementierung	23
Die Unternehmensstrategie als Basis der HR-Strategie	24
Die HR-Strategie als Element der Unternehmensstrategie.....	27
Aussensicht: Bestimmung der Unternehmensposition auf den Märkten	27
Die strategische Analyse in drei Schritten.....	32
Innensicht: Analyse der Leistungsvoraussetzungen des Unternehmens.....	36
HR-Strategieentwicklung – das Vorgehen	40
HR-Strategieimplementierung.....	44
Literatur	47

Strategisches HRM

Analyse – Entwicklung – Implementierung

Weitreichende Kenntnisse des eigenen Unternehmens und seiner strategischen Ausrichtung sind für HR-Mitarbeitende von Vorteil, um potenzielle Mitarbeitende ansprechen, gewinnen und entwickeln zu können.

Das HRM kann also mit den richtigen Marketing- und Entwicklungskonzepten über den Unternehmenserfolg mitentscheiden und bekommt damit eine strategische Bedeutung. Im Zentrum des Strategischen HRM stehen der Mitarbeitende als Wertschöpfungspotenzial und die unterschiedlichen Märkte.

Das vorliegende HRM-Dossier zeigt auf, wie anhand einer profunden Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren des Unternehmens innerhalb des Marktes Massnahmen und Ziele formuliert werden können, und unterstützt bei einer erfolgreichen Strategieimplementierung.

Das HRM-Dossier ist ein Konzentrat von Fachinformationen für Personal- und Ausbildungsfachleute. Jede Ausgabe behandelt ein ausgewähltes Thema ausführlich.

Das HRM-Dossier erscheint quartalsweise und ist bei SPEKTRAMedia bzw. jobindex media ag im Abonnement mit dem HRM-Journal «HR-TODAY» oder als Einzelexemplar erhältlich.

*SPEKTRAMedia, Albisriederstrasse 252, 8047 Zürich, www.SPEKTRAMedia.ch
jobindex media ag, Samariterstrasse 7, 8032 Zürich, www.jobindex.ch*