

# Exposé Herausgeberband

Stand 01.03.2024

---

## Titel/Untertitel

### Soziale Nachhaltigkeit – Pflicht oder Kür?

### Erfolgsfaktoren, Erfahrungen, Erwartungen

## Kernbotschaft

Unternehmen, die das Thema Soziales – oder „Social“ – als Teil der ESG-Kriterien durchgehend in ihr Personalmanagement (Employee Life Cycle) integrieren, steigern ihren Wert durch mehr Wachstumskraft, Resilienz und Wettbewerbsstärke.

## Zielgruppen

*Primäre Zielgruppen:* Geschäftsleitung und HR-Verantwortliche mittelständischer Unternehmen und börsennotierter Konzerne

*Sekundäre Zielgruppen:* Aufsichtsräte, Compliance- und Nachhaltigkeitsverantwortliche, Investoren, Gewerkschaftsvertreter, Politiker und Regulatoren

## Lesernutzen

Die Leser werden umfassend informiert, wie Unternehmen durch die Integration des Themas „Social“ der ESG-Kriterien in ihr Personalmanagement nachhaltig Wert schaffen können. Im Fokus steht dabei der Employee Life Cycle, den die Mitarbeitenden in einem Unternehmen durchlaufen – vom Recruiting und der Einstellung über das Talent- und Performance-Management und dem entsprechenden Vergütungs- und Benefits-Management bis hin zu ihrem Ausscheiden.

Die Leser sehen: Unternehmen werden so ihrer Verantwortung für die eigenen Mitarbeitenden gerecht und ihrer Verantwortung für die Gemeinschaften, in die sie eingebunden sind. Die Leser erfahren vor allem praxisnah, wie sie den Employee Life Cycle ihres eigenen Unternehmens rund um das Thema „Social“ nachhaltig gestalten können, um ihre Compliance- und Reputationsrisiken zu reduzieren – und um im Sinne ihrer individuellen Ziele Wert zu schaffen.

Der informative Einblick in ein neues, vielversprechendes Handlungsfeld von HR und eine ausgeprägte Praxisnähe verbinden sich insgesamt zu einer anregenden Lektüre für die adressierten Zielgruppen.

## Herausgeber

**Prof. Dr. Elke Eller:** Aufsichtsrätin, Investorin, Beraterin, ehemalige Personalvorständin TUI AG und VW Nutzfahrzeuge, Professur für strategisches Personalmanagement Hochschule Worms

**Michael H. Kramarsch:** Gründer, HR-Tech Investor, Berater, Managing Partner & Delegierter des Verwaltungsrats der auf strategisches HR-Management und Corporate Governance spezialisierten Unternehmensberatung hkp///group

**Dr. Thomas Ogilvie:** Personalvorstand / CHRO DHL Group, Arbeitsdirektor Deutsche Post AG

(Detaillierte Personenbeschreibungen im Anhang.)

## **Charakter**

Der Herausgeberband verbindet vielfältige, einander ergänzende Beiträge zu einem umfassenden Gesamtbild eines Themenfelds, das in seiner operativen Komplexität und strategischen Bedeutung für Unternehmen und die Gesellschaft noch nicht ausreichend durchdacht ist.

Der Band ist für die Management-Praxis angelegt. Er soll nicht nur mit Gewinn gelesen werden, sondern auch eine anregende Lektüre bieten. Fachliche Beiträge werden deshalb zum Beispiel durch Interviews, Kommentare, Fallbeispiele und Blicke über den Tellerrand ergänzt.

## **Die Story in a Nutshell / „Klappentext“**

Die Management-Agenda könnte kaum anspruchsvoller sein: Die Transformation der Geschäftsmodelle, das Meistern vielfältiger Risiken, ein hoher Wettbewerbs- und Kostendruck, angespannte Arbeitsmärkte durch die demographische Entwicklung sowie eine überbordende Regulatorik rund um das Thema ESG verbinden sich zu einer immensen Herausforderung.

In dieser Lage braucht es ein kluges Handeln, das Unternehmen wettbewerbsstark und resilient macht und sie nachhaltig agieren und letztlich wachsen lässt. Gerade das Thema Social im Spektrum der ESG-Kriterien bietet dafür eine neue Chance – wenn es aus einer strategischen Perspektive integrierter Teil des Employee Life Cycles wird. Der HR-Bereich hat hier, anders als bei den Aspekten E und G, einen weiten Gestaltungsspielraum.

Wird er genutzt, können Unternehmen nicht nur ihre Compliance- und Reputationsrisiken reduzieren. Ihnen gelingt es vor allem leichter, erfolgskritische Mitarbeitende zu gewinnen, an sich zu binden und deren Engagement im Sinne der Management-Agenda produktiv zu machen. Insgesamt ergibt sich daraus ein nachhaltiger Mehrwert, der auch Investoren und Geschäftspartner überzeugt, wenn er klar kommuniziert wird.

Der Herausgeberband **„Soziale Nachhaltigkeit – Pflicht oder Kür? Erfolgsfaktoren, Erfahrungen, Erwartungen“** hilft vor allem Geschäfts- und HR-Verantwortlichen, den konstruktiven Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie, dem Thema Soziales und dem Employee Life Cycle zu verstehen und die eigene wirkungsvolle Strategie für ein soziales Unternehmertum zu entwerfen und zu verwirklichen.

## **USP/Verkaufsargument**

Der Herausgeberband thematisiert erstmalig umfassend die Chancen für Unternehmen, wenn sie das Thema „Social“ der ESG-Kriterien nachhaltig in ihren Employee Life Cycle integrieren. Die Praxisnähe des Bandes macht ihn für breite Zielgruppen relevant.

## **Netzwerk/Marketing**

Die Herausgeber sind in den Zielgruppen bestens vernetzt und als führende Köpfe anerkannt. Ihr breites Netzwerk werden sie für das Marketing des Herausgeberbandes aktiv nutzen. Dazu gehören auch eine Kampagne mit verschiedenen Kommunikationstools, eine Website als Informations- und Dialogplattform sowie Vorträge und weiterführende Beiträge in Fach- und Wirtschaftsmedien.

## **Zeitraumen**

Die Herausgeber planen aktuell mit einem Erscheinungstermin im dritten Quartal 2024.

## **Projektmanagement**

Für die fachliche und terminliche Planung und Umsetzung des Herausgeberbandes engagiert sich ein Projektmanagement-Team aus erfahrenen Autoren und Managern an der Seite der Herausgeber.

## **ANHANG**

### **Gliederung**

Eine erste Grobgliederung mit Arbeitstiteln sieht kompakt folgendermaßen aus:

- **Vorwort**
- **Geleitwort**
- **Einleitender Beitrag**
- **Themenblock 1: Strategie und Nachhaltigkeit**
- **Themenblock 2: Operationalisierung des „S“ im Employee Life Cycle**
- **Themenblock 3: Nachhaltigkeit managen, berichten und erlebbar machen**
- **Themenblock 4: Blick über den Tellerrand**
- **Zusammenfassung und Ausblick**

### **Gliederung mit Inhaltsskizzen**

#### **Vorwort**

Die Herausgeber stellen das Thema des Bandes vor, erläutern kompakt dessen aktuelle Relevanz für die Unternehmenspraxis und welcher Wertbeitrag damit verbunden ist. Sie erläutern, wie der Band seinen Lesern hilft, das Thema aktiv anzugehen.

#### **Geleitwort**

Eine prominente Persönlichkeit unterstreicht aus ihrer individuellen Sicht die Bedeutung des Themas und des Herausgeberbandes.

#### **Einleitender Beitrag**

Die Herausgeber bieten ein Gesamtbild des Themas „Nachhaltigkeit im Employee Life Cycle“. Sie beschreiben, vor welchen strategischen Herausforderungen Unternehmen aktuell stehen, welchen regulatorischen Anforderungen sie sich im ESG-Kontext stellen müssen und welche besondere Rolle der Aspekt „Social“ dabei spielt. Sie erläutern wie HR durch die Integration des „Social“ in den Employee Life Cycle Unternehmen dabei hilft, ihre strategischen Herausforderungen zu meistern, regulatorischen Pflichten zu entsprechen und einen nachhaltigen Nutzen für Mitarbeitende und die Gesellschaft zu stiften.

#### **Themenblock 1: Strategie und Nachhaltigkeit**

Die Beiträge und Interviews nehmen eine weite Perspektive ein. Autoren und Interviewpartner sind Aufsichtsräte, Investoren, Wissenschaftler, Verbands- und Arbeitnehmervertreter sowie andere hochrangige Kenner des Themas. Sie ziehen aus ihrer individuellen Erfahrung heraus jeweils die große Linie. Die Leser gewinnen einen Überblick über die Vielschichtigkeit des Themas und seine Bedeutung aus der Sicht relevanter Stakeholder. Vor allem zeigt sich: Strategie und Nachhaltigkeit sind zwei Seiten einer Medaille, sie können nicht mehr unabhängig voneinander gedacht und konzipiert werden. Entscheidend ist auch, dass es mit Blick auf das S sowohl um den Reifegrad und die Umsetzungs-exzellenz eines Unternehmens rund um Governance, Reportinganforderungen und Co. geht (als Hygienefaktor) sowie um die messbare Wertstiftung mit Blick auf Kosten, Produktivität und Innovationskraft.

#### **Themenblock 2: Operationalisierung des „S“ im Employee Life Cycle**

In den Beiträgen und Interviews erläutern vor allem versierte Praktikerinnen und Praktiker, wie das „S“ in unterschiedliche Programme und Prozesse des Employee Life Cycle integriert werden kann. Sie berichten aus der eigenen Praxis, beschreiben die jeweiligen Herausforderungen und wie sie diese gemeistert haben. Die Leser erhalten wertvolle Impulse, um das „S“ erfolgreich in den Employee Life Cycle ihres eigenen Unternehmens zu integrieren – vom Recruiting und der Einstellung über das Talent- und Performance-Management und das entsprechende Vergütungs- und Benefits-Management bis hin zum Ausscheiden der Mitarbeitenden.

### **Themenblock 3: Nachhaltigkeit managen, berichten und erlebbar machen**

Erfahrene Praktiker thematisieren in Beiträgen und Interviews, wie im Rahmen eines durchdachten Managementprozesses das „S“ gemessen und gesteuert werden kann, wie es für die interne und externe Berichterstattung aufbereitet werden sollte und wie es schließlich, zum Beispiel durch eine attraktive Kommunikation, erlebbar gemacht werden kann. Hier geht es sowohl um die Pflicht („keeping the house in order“) als auch um die Kür (das Messen und Managen der Wertbeiträge). Die Leser profitieren von durchdachten Konzepten für ihr Tagesgeschäft.

### **Themenblock 4: Blick über den Tellerrand**

Hier kommen Autoren und Interviewpartner zu Wort, die das Thema abrunden, Es geht um die kritische Bewertung, die internationale Sicht, um die Frage nach der Vereinbarkeit von Rentabilität und „Social“ und um andere Aspekte, die zeigen, wie spannend, herausfordernd und entscheidend das Thema in seiner Gesamtheit ist. Die Leser erhalten auch plakativere Anregungen, um das Thema weiterzudenken.

### **Abschließender Beitrag**

Die Herausgeber fassen die zentralen Themen und Botschaften des Herausgeberbandes zusammen, sie werfen einen Blick in die Zukunft und geben weiterführende Handlungsempfehlungen. Die Leser gewinnen hier zusammengefasst die wichtigsten Argumente, um sich dem Thema jetzt zu widmen und in ihren Unternehmen stark zu positionieren.

### **Umfang des Herausgeberbandes**

Der Herausgeberband umfasst laut vorläufiger Planung von rund 8 – 10 Beiträgen pro Themenblock mit jeweils ca. 10 Manuskriptseiten, einschließlich Grafiken. Zusätzlich werden kürzere Interviews und Info-Kästen integriert. Daraus ergibt sich ein Gesamtumfang von etwa 500 Manuskriptseiten.

### **Informationen zu den Herausgebern**

#### **Michael H. Kramarsch, Gründer, HR-Tech Investor, Berater, Managing Partner & Delegierter des Verwaltungsrats der hkp///group**

Michael H. Kramarsch zählt zu den aktivsten Gründern, Investoren und Beratern in der HR-Management-Szene. Mit 40 Jahren kehrte er den Beratungskonzernen den Rücken und gründete 2011 mit anderen Partnern die hkp/// group, die sich unter seiner Ägide zur erfolgreichsten deutschen Unternehmensberatung für Themen an der Schnittstelle von Corporate Governance, Strategie, HR und Finanzen entwickelt hat. Er zählt zu den führenden Experten für wertorientierte Unternehmensführung, Corporate Governance und HR-Strategie. Als Sachverständiger hat er

verschiedene Regierungskommissionen in Fragen guter Corporate Governance beraten (2001 und 2012 bis 2014).

Als Investor fokussiert sich Michael H. Kramarsch auf HR Tech Startups. So zählen rund 20 Jungunternehmen zu seinen aktiven Beteiligungen. Diese Engagements wie auch seine Rolle als Initiator und Co-Vorsitzender (gemeinsam mit Prof. Dr. Elke Eller) des seit 2014 jährlich vergebenen HR Startup Awards machen ihn zu einem der profiliertesten Kenner der HR-Startup-Szene. Sein Interesse an Technologie und den damit verbundenen ethischen Herausforderungen hat ihn 2019 gemeinsam mit dem Bundesverband für Personalmanager (BPM) und Prof. Dr. Elke Eller den Ethikbeirat HR Tech ins Leben rufen lassen. Das mit namhaften Vertretern und Vertreterinnen aus Wissenschaft, Start-ups und etablierten Unternehmen besetzte Gremium sieht sich als Impulsgeber zur Förderung des Einsatzes von digitalen Lösungen in der Personalarbeit.

Michael H. Kramarsch nimmt regelmäßig in Kommentaren, Interviews und Artikeln für Leitmedien und renommierte Buchverlage zu aktuellen Entwicklungen in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik Stellung. So publizierte er bereits 1997 mit Prof. Fred G. Becker eine der ersten Studien im deutschsprachigen Raum zu wertorientierter Unternehmensführung und Incentivierung. Seine mittlerweile in zweiter Auflage vorliegende Monographie „Aktienbasierte Managementvergütung“ (Schäffer-Poeschl) gilt als Standardwerk der Führungskräftevergütung.

Kontakt: [michael.kramarsch@hkp.com](mailto:michael.kramarsch@hkp.com) / 0172 59 10 912

**Prof. Dr. Elke Eller: Aufsichtsrätin, Investorin, Beraterin, ehemalige Personalvorständin TUI AG und VW Nutzfahrzeuge, Professur für strategisches Personalmanagement Hochschule Worms**

**Dr. Thomas Ogilvie: Personalvorstand / CHRO DHL Group, Arbeitsdirektor Deutsche Post AG**

Thomas Ogilvie has held a number of management positions over more than fifteen years with DHL Group. He joined the company in December 2001 as a research analyst and then went on to hold a number of product and business development roles within the Post & Parcel division, taking over the newly created role of Senior Vice President for Private Customers and Online Strategy, DHL Parcel Germany, in 2011. In January 2016, he was appointed Executive Vice President, Corporate Development, Deutsche Post DHL Group.

Since September 2017 Thomas Ogilvie has been appointed Member of the Corporate Board – Human Resources.

Thomas holds a Diploma in Psychology from the University of Bonn in Germany, and a PhD. Economics from the University of St. Gallen, Switzerland.

Kontakt: [thomas.ogilvie@dhl.com](mailto:thomas.ogilvie@dhl.com) - 02281825001

**Kontakt/Projektmanagement der Herausgeber**

- Rudi Schnitzer, cotext Redaktionsbüro
  - [dialog@cotext.de](mailto:dialog@cotext.de)
  - 06431 212 985
- Thomas Müller, Head of Marketing & Communication hkp/// group

- Thomas.mueller@hkp.com
- 0176 100 88 237