



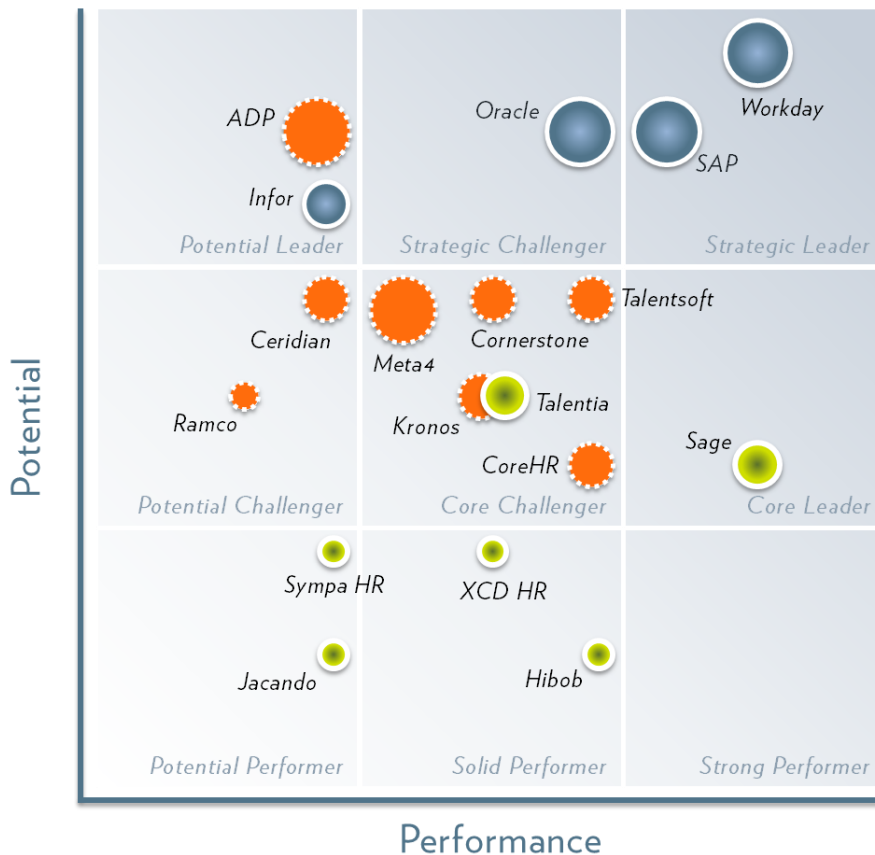
**FOSWAY  
GROUP**

# Fosway 9-Grid™ CLOUD HCM

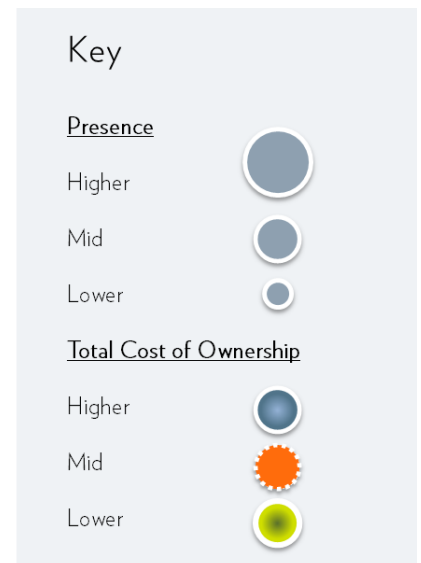
Oktober 2019

Unabhängige Analyse des Marktes für Cloud-HCM-Systeme

## Fosway 9-Grid™ - Cloud HCM



October 2019



Copyright Fosway Group Limited.  
All Rights Reserved.



# Hauptthemen

## Markttrends

### Käufer bevorzugen Single-Suite-Anwendungen für die Transformation von HR, der Bedarf an Nischenlösungen besteht jedoch weiterhin

Der Wechsel hin zu Single-Suite-Lösungen ist nach wie vor ein treibender Faktor unter Käufern. Es geht jedoch um mehr als nur die Rationalisierung von HR-Systemen, das Erreichen von Effizienzsteigerungen oder die Reduzierung von Kosten. Augenscheinlich ermöglicht Cloud HCM es HR-Führungskräften zunehmend, eine strategischere Rolle in Anspruch zu nehmen, insbesondere durch People Analytics. Fosways Studien zufolge entwickelt sich Cloud HCM zu einem kritischen Hebel für den Personalbereich, um schlagkräftiger, strategischer und vor allem datenbasiert argumentieren zu können. Aber aller Konsolidierung und allem Streben nach Vereinfachung der HR-Technologie zum Trotz scheint die Anzahl der Speziallösungen zu steigen, besonders in den Bereichen Recruitment und Mitarbeiterengagement.

### HR-Teams haben weiterhin die Qual der Wahl zwischen Best-of-Breed und Single-Suite

Der Wettbewerb zwischen Single-Suite- und Best-of-Breed-Ansätzen ist weiterhin eine Herausforderung bei der Auswahl von HR-Systemen. Typischerweise ist noch immer der Standardisierungsdruck ausschlaggebend bei Kaufentscheidungen für Single-Suite-HCM-Software. Allerdings können die bei der Auswahl einer Single-Suite-Lösung zu treffenden Kompromisse stark abträgliche Auswirkungen für einige Spezialfunktionen im Personalbereich haben, in denen tiefgreifende, fachspezifische Anforderungen bestehen, beispielsweise in den Bereichen Learning und Recruitment. Oft wird festgestellt, dass erhebliche Ressourcen eingesetzt oder ein Ökosystem an Lösungen finanziert werden muss, um die Limitierungen von Single-Suite-HCM-Systemen zu überwinden.



## Alternative Systemstrategien werden ebenfalls realisierbar

In der Vergangenheit waren HR- und IT-Abteilungen meistens bemüht, HR-Systeme zu konsolidieren und unter dem Schirm einer einzigen Plattform zusammenzubringen. Angesichts der nach wie vor fragmentierten HR-Systemarchitektur europäischer Konzerne (62 %) ist Konsolidierung jedoch ein erhebliches Unterfangen. Einige Unternehmen wenden alternative Strategien an, um schneller eine Wirkung zu erreichen, indem sie die HR Experience auf ihren Talentmanagement-Plattformen konsolidieren und so die Komplexität der zugrundeliegenden HR-Systemlandschaft verbergen.

## Nachfrage nach HCM-Lösungen für das mittlere Marktsegment steigt weiter

Full-Suite-HCM-Systeme wurden früher ausschließlich im Enterprise-Bereich genutzt. Neuerdings erzeugen jedoch auch Organisationen mit zwischen 500 und 5000 Mitarbeitern eine gleichbleibende Marktdynamik. Sowohl auf KMU, als auch auf größere Unternehmen spezialisierte Anbieter erkennen diese Chancen und konzentrieren sich weiter verstärkt auf das mittlere und untere Segment der Unternehmen im Markt. Allerdings bleiben die Möglichkeiten kleinerer Unternehmen problembehaftet, wenn es darum geht, angemessen in die zum erfolgreichen Betrieb komplexer HR-Systeme erforderlichen Unterstützungsressourcen zu investieren. Das Unterhalten eines HR-Teams, das groß genug ist, um die Systeminvestitionen zu optimieren, ist nach wie vor ein neuralgischer Punkt, den viele Mittelständler bei der Auswahl ihrer HCM-Lösung nicht berücksichtigen.

## Der Wettbewerb wird durch Nischenlösungen verschärft, die ihr Funktionsspektrum um Core HR erweitert haben

Anbieter von Workforce-Management-, Talentmanagement-, Gehaltsabrechnungs- und ERP-Lösungen nutzen ihre funktionale Expertise als Brückenkopf und zielen weiterhin auf Cloud HCM ab. Die dabei entstehenden Core HR Lösungen der nächsten Generation bieten Käufern neue Optionen. Viele dieser neuen Wettbewerber verfügen bereits über eine beträchtliche Marktpräsenz und einen ansehnlichen Kundenstamm. Dadurch sind sie gut positioniert, um mit dem Angebot alternativer Optionen disruptiv zu wirken, insbesondere bei Kunden, die deren Nischenexpertise und Fähigkeiten bereits zu schätzen wissen.



## Die Unfähigkeit von Cloud HCM, die Gehaltsabrechnung umfassend zu transformieren, bleibt enttäuschend

Cloud-HCM-Anbieter bieten eine Vielzahl von grundlegenden HR- und Talentmanagement-Funktionen. Nach wie vor überraschend ist jedoch ihre anhaltende Unfähigkeit, eine globale Gehaltsabrechnung out-of-the-box als festen Bestandteil ihrer Lösungen zu entwickeln. Zwar offerieren sie Konnektoren, jedoch ist es oft nicht möglich, eine Infrastruktur zur Gehaltsabrechnung vollständig zu ersetzen. Aus diesem Grund behalten einige Kunden ihre alten HR-Plattformen ausschließlich, um die Gehaltsabrechnung abzuwickeln. Diese Situation ist ganz offensichtlich nicht tragbar. Es kann nur eine Frage der Zeit sein, bis einer der HCM-Akteure kühn genug ist, als der „All-in-one“-Anbieter von HR-Lösungen die Gehaltsabrechnung ebenso global umfassend zu bedienen wie die übrigen Core HR Funktionen.

## Für die meisten Käufer ist die Cloud die Standardumgebung für HCM

Die HR-Cloud konsolidiert weiterhin ihre Stellung als bevorzugte Einsatzmöglichkeit von HR Systemen. In unserer Studienreihe zu den Realitäten im Personalmanagement<sup>1</sup> nennen HR-Führungskräfte die Cloud immer wieder als strategisch wichtigen Einflussfaktor beim Wechsel von HR-Systemen, damit Innovationen schneller vollzogen, Prozesse vereinheitlicht und eine bessere User Experience ermöglicht werden. Diese Dynamik spiegelt sich in den Umsatzprognosen von Cloud-HCM-Anbietern wider, die von Jahr zu Jahr ansteigen. Angesichts einer noch immer erheblichen Basis von On-Premise-Installationen, die darauf wartet, in die Cloud migriert zu werden, gibt es keine Anzeichen für ein Abklingen dieses Trends. Allerdings richtet er sich jetzt stärker auf das mittlere Marktsegment und auf Marktnischen, bleibt aber gestützt vom Wachstum im Enterprise-Kerngeschäft.

## Cloud-HR erbringt ein besseres Preis-Leistungsverhältnis als On-Premise

Organisationen mit cloudgehosteten Systemen erklären, im Vergleich zu solchen mit privatgehosteten Systemen mit dreimal höherer Wahrscheinlichkeit, immer oder häufig ein gutes Preis-Leistungsverhältnis zu erhalten. Es gibt einen „harten Kern“ an On-Premise-gehosteten HCM-Lösungen, der

---

<sup>1</sup> Studie zu den Realitäten im HR



allerdings mehr und mehr schrumpft. Der Trend hin zur Cloud ist unablässig. Und angesichts der Vorteile – insbesondere im Hinblick auf Innovation und Benutzerfreundlichkeit – wird er vermutlich auch nicht abklingen. Cloud-HR bietet außerdem ein Kundenerlebnis auf höherem Niveau und zwar in Bezug auf jeglichen Aspekt der Customer Experience, den Fosway im Rahmen unserer Marktbefragungen betrachtet. Cloud-Lösungen werden von den jeweiligen Kunden entschieden besser eingestuft als On-Premise- oder privatgehostete Angebote.

## Die „Zeit bis zur Wertschöpfung“ beeinflusst zunehmend Kaufentscheidungen

Die Total cost of ownership (TCO) gelten schon seit langem als das Standardmaß für die Anschaffungs- und Betriebskosten von HR-Systemen. Zwar wird diese Kennzahl auch weiterhin ein wichtiger Aspekt für Käufer bleiben, jedoch wird eine Erweiterung des Verständnisses der TCO um die „Zeit bis zur Wertschöpfung“ (Time to Value) wahrscheinlich an Bedeutung gewinnen. Käufer beginnen zunehmend besser zu verstehen, wie die Anschaffungs- und Betriebskosten eines HR-Systems im Verhältnis zu dem kürzest möglichen Zeitraum stehen, in dem es einen Beitrag zur Wertschöpfung liefert. Der Luxus einer 18-36 Monate dauernden HCM-Einführung wird zunehmend in Frage gestellt. Eine Verlagerung hin zu einem stärker phasenorientierten und agilen Ansatz der die Time to Value in den Mittelpunkt der Kaufentscheidung stellt, hat das Potenzial die Erwartungen vieler Anbieter zu durchkreuzen.

## HCM-Anbieter erweitern den Funktionsumfang in Analytics-, KI- und Machine-Learning kontinuierlich – aber das Innovationstempo bleibt langsam

Die Bedeutung von KI- und Machine-Learning-Expertise als ein Unterscheidungsmerkmal ist ein treibender Faktor für Anbieterinvestitionen. HCM-Anbieter werben infolgedessen oft KI- und Machine-Learning-Experten an, um das bestehende Fachwissen zu erweitern. KI bietet das Potenzial von Kosteneinsparungen und besserer Unterstützung für Manager und Mitarbeiter. Angesichts des Wachstums in diesem Bereich kann die Fähigkeit von KI, Entscheidungsprozesse für alle Stakeholder zu verbessern, bahnbrechend wirken – sie erfordert allerdings auch Domainexpertise und Investitionen. Die Anbieter, die KI am effektivsten auf die Personalarbeit anwenden, wirken potenziell am stärksten transformativ. Zum jetzigen Stand ist die KI von Cloud-HCM-Anbietern jedoch oft unzulänglich.



# Lösungstrends

## Die User Experience (UX) bleibt kritischer Entscheidungsfaktor in Bezug auf HR-Systeme

Im vierten aufeinanderfolgenden Jahr bleibt UX der Hauptgrund, aus dem Käufer HR Systeme wechseln. Während Anbieterinvestitionen in UX zunehmend Neuerungen beim Look & Feel bewirken, führt dies allerdings nicht immer zu einer ansprechenden UX der nächsten Generation. Die UX-Agenda scheint sich aber bereits weiterzuentwickeln. Anbieter bemühen sich um die Integration von Chatbots, um die Nutzungsschwelle zu senken. Eingabemasken-basierte Prozesse werden damit weniger kritisch.

## KI, Analytics, Personendaten und maschinelle Intelligenz bilden das nächste Schlachtfeld im HCM

Die Bedeutung von Analytics in HR-Lösungen wächst weiterhin. Lieferanten ohne eine starke Analytics-Komponente riskieren, alsbald in die Annalen der HCM-Geschichte einzugehen. Analytics- und KI-Technologien haben sich über das bloße Konfigurieren von Berichten und Erstellen von Dashboards hinausentwickelt. Lösungen, die eine strategische Entscheidungsfindung bieten, gehören zum heiligen Gral im Personalmanagement. Sie ermöglichen dem HR-Bereich, als strategischer Geschäftspartner für die Organisation zu fungieren. Aktuell werden Analytics, Personendaten und Maschinenintelligenz jedoch bei weitem noch nicht voll ausgeschöpft. Ihr Potenzial wird nach wie vor durch einen Mangel an Integration zu Kennzahlen des Kerngeschäfts untergraben, durch die die HR Aktivitäten zu den tatsächlichen Ergebnissen unternehmerischer Tätigkeit in Bezug gesetzt werden könnten.

## Daten zum Mitarbeiterengagement beginnen, die Mitarbeiterbeziehung voranzutreiben

Das Mitarbeiterengagement ist noch immer ein hochaktuelles Thema, das vom bestehenden Markt für HCM-Systeme weiterhin unzureichend bedient wird. Diese Marktlücke führte zur Entstehung disruptiver Start-ups und neuer Marktakteure, die das Potenzial haben, sich auf den breiten Markt für HR-Systeme auszuwirken. Gleichzeitig entwickelt sich Mitarbeiterengagement von einem



Stimmungsindikator weiter hin zu einer informationsgestützten Entscheidungsfindung – besonders bei den fortschrittlicheren, spezialisierten Engagement-Management-Systemen. In HCM-Lösungen hat diese Funktionalität jedoch kaum an Dynamik gewonnen. Angesichts seiner kritischen Bedeutung für die Bindung von Talenten an Organisationen wirkt das Nichtberücksichtigen von Engagement-Funktionen in den meisten HCM-Angeboten allerdings beinahe nachlässig.

## „Mobile-First“ bleibt das Design-Mantra für fast alle HR-Systemanbieter

Umfang und Tiefe von mobil zugänglichen Funktionen unterscheidet sich von Lösung zu Lösung erheblich. Angesichts des anhaltenden Zuwachses an mobilen Geräten konzipieren jedoch mehr und mehr Anbieter Workflows und -Transaktionen für Mitarbeiter und Manager nach dem „Mobile-First“-Prinzip. Die mobile Nutzung beschleunigt auch stärker sozial geprägte Abläufe, beispielsweise kontinuierliches Performance Management und Feedback.

## Im Zuge der Konvergenz von HCM-Funktionen wird das Ökosystem zum größten Unterscheidungsmerkmal

Anbieter treten weiterhin in einem funktionalen Rüstungswettlauf gegeneinander an. Mittlerweile ist eine Konvergenz von generischen Best-Practices entstanden, die oft die Unternehmenskultur von US-Organisationen widerspiegeln. Dies kann die kulturelle Identität und die Markenidentität von Organisationen untergraben, die jenseits dieser Normen agieren möchten. Im Kampf um Talente und Engagement der Mitarbeiter an kulturell vielfältigen Arbeitsplätzen besteht so das Risiko, dass die eine oder andere HCM-Suite eher die Kultur des Anbieters durchsetzt, anstatt die vom Käufer intendierte zu verstärken. Ebenso bewirkt die Konvergenz von Lösungen, dass deren Funktionen sich grundlegend immer weniger unterscheiden. Oft ist es das geistige Eigentum und Spezialwissen in Nischensegmenten, das die wesentlichsten Beiträge zur Wertschöpfung bei Käufern bietet. Oft sind HCM-Lösungen nur mit einem Teil der Tools ausgestattet, die Sie benötigen, um als Personalbereich und als Organisation insgesamt im Wettbewerb zu bestehen.



## Wenige HCM-Suiten unterstützen die Integration von HR in den alltäglichen Arbeitsablauf

Die User Experience von HR-Systemen genießt zwar Aufmerksamkeit bei Käufern, jedoch ist es mitunter nicht das kritische Unterscheidungsmerkmal, für das viele Anbieter es halten. Die Messlatte für die Qualität der User Experience, die Käufer erwarten, wird zwar in der Tat immer höher gelegt, allerdings bedeutet sie eigentlich nur die Eintrittskarte in den Softwareauswahlprozess. Mit Blick auf die Zukunft scheint die Entwicklung im Markt insgesamt auf eine Neugestaltung der User Experience hinauszulaufen und zwar durch eine zunehmende Einflechtung der Personalprozesse in alltägliche Arbeitsabläufe. Infolgedessen werden HR-Systeme möglicherweise sehr viel weniger sichtbar, da Personalprozesse in Systemen der täglichen Arbeit auftauchen und immer mehr Berührungspunkte außerhalb des klassischen HR-Technologie-Stacks etabliert werden. Aktuell scheinen jedoch nur eine Handvoll von HCM-Innovatoren bei der Integration von HR in den alltäglichen Arbeitsablauf die Führung zu übernehmen.





# 9-Grid™ Anbieter-Rating

Lösung	9-Grid™ Rating
ADP	Potential Leader
Ceridian	Potential Challenger
CoreHR	Core Challenger
Cornerstone	Core Challenger
Infor	Potential Leader
Hibob	Solid Performer
Jacando	Potential Performer
Kronos	Core Challenger
Meta4 (Übernahme durch Cegid)	Core Challenger
Oracle	Strategic Challenger
Ramco Systems	Potential Challenger
Sage People	Core Leader
SAP SuccessFactors	Strategic Leader
Sympa HR	Potential Performer
Talentia	Core Challenger



Lösung	9-Grid™ Rating
Talentsoft	Core Challenger
Workday	Strategic Leader
XCD HR	Solid Performer

Anbieter werden in die Liste des Fosway 9-Grid™ für Cloud HCM aufgenommen, wenn ihre Lösungen im Corporate Research Network der Fosway Group auftauchen, dessen Fokus auf europäischen internationalen Unternehmen liegt. Infolgedessen erscheinen eventuell auch Anbieter auf der Liste, die außerhalb von EMEA weniger bekannt sind, jedoch aufgrund ihrer Präsenz bei führenden internationalen Unternehmen in Europa mitaufgenommen wurden.

## Neu und nicht mehr aufgeführte Anbieter 2019

- Ceridian wurde dem 9-Grid™ dieses Jahr neu hinzugefügt. Seine Dayforce-HCM-Plattform ist funktional breit aufgestellt und gewinnt in EMEA rapide an Präsenz.
- CoreHR ist 2019 erstmals miteingeschlossen. Als in Europa ansässiger Anbieter gewinnt CoreHR unter Kunden im mittleren Marktsegment an Dynamik, gestützt auf die Kombination aus umfassenden Funktionen im Core HR gepaart mit Funktionalitäten in den Bereichen Workforce Management, Talentoptimierung und Gehaltsabrechnung.
- Hibob wurde dieses Jahr neu in das 9-Grid™ aufgenommen. Dieser Anbieter hat bei kleineren Unternehmenskunden Dynamik aufgebaut und wird erwartungsgemäß im Cloud-HCM-Markt für KMU zunehmend an Einfluss gewinnen.
- SDWorx scheidet für 2019 aus dem 9-Grid™ aus. Nachdem 2018 begonnen wurde, das Angebot auf umfassendere HR-Funktionen zu erweitern, hat dieser Anbieter sich seither wieder auf die



Gehaltsabrechnung als Kernangebot beschränkt und bietet somit aktuell keine relevante Cloud-HCM-Option mehr.

- Sympa HR wurde dem 9-Grid™ für 2019 neu hinzugefügt. Dieses in Finnland ansässige Unternehmen bringt als neu auftretender Cloud-HCM- und Talent-Suite-Anbieter HR-Innovation auf den nordischen und europäischen Markt.

## Richtigkeit der Informationen und Gewährleistungen

Die im Fosway 9-Grid™ wiedergegebenen Analysen und Empfehlungen beruhen auf den Informationen, die der Fosway Group aktuell zur Verfügung stehen und aus Quellen stammen, die als zuverlässig angesehen werden. Fosway Group lehnt jegliche Gewährleistung hinsichtlich der Richtigkeit, Vollständigkeit oder Angemessenheit dieser Informationen ab. Fosway Group übernimmt keine Haftung für Fehler, Auslassungen oder Unzulänglichkeiten der hierin enthaltenen Informationen oder für Interpretationen hiervon. Die hierin ausgedrückten Meinungen können jederzeit geändert werden. Alle Inhalte sind das urheberrechtliche Eigentum der Fosway Group Limited, solange dies nicht anders gekennzeichnet ist. Alle Rechte vorbehalten.

## Interpretation des Fosway 9-Grid™

### Was ist das Fosway 9-Grid™

Das Fosway 9-Grid™ ist ein fünfdimensionales Modell, das genutzt werden kann, um die relative Positionierung verschiedener Lösungen und Anbieter in einem bestimmten Marktsegment zu verstehen. Es erlaubt Organisationen, verschiedene Lösungen marktweit aufgrund ihrer Performance, ihres Potenzials, ihrer Marktpräsenz, ihrer Gesamtbetriebskosten (TCO) und ihrer zu erwartenden zukünftigen Entwicklung zu vergleichen. Das 9-Grid™ ist einzigartig, weil das Modell in **allen** seinen Zonen Wert anzeigt – nicht nur in der oberen rechten. Das 9-Grid™ eröffnet nicht nur ein Verständnis des Marktes, es hilft Unternehmen außerdem dabei, wichtige Maßnahmen zu identifizieren, um die Beziehung zu den Anbietern zu optimieren und deren beste Leistung abzurufen.



Ein 9-Grid™ basiert auf den unabhängigen Studien der Fosway Group in den Märkten für HR- und Talentmanagement in den letzten mehr als 20 Jahren und stützt sich auf die Erkenntnisse und Erfahrungen unseres Corporate Research Network. Das Corporate Research Network ist eine Gruppe von HR- und Learning-Experten, die gemeinsam über 150 der führenden Unternehmen Europas vertreten. Typischerweise sind dies globale Konzernorganisationen mit Hauptsitz in Europa (oder globale Unternehmen mit Hauptsitz in EMEA).

Im Grunde bildet das 9-Grid™-Modell unsere unabhängige Sicht auf die Lösungsanbieter ab, einschließlich der Aspekte:

**Performance** – bestehend aus zwei Elementen: Markt-Performance und Kunden-Performance.

**Potenzial** – Umfang, Funktionen und Ausgereiftheit.

**Präsenz** – Historische und aktuelle Marktpräsenz. Dies beinhaltet die Größe des Kundenstamms, die Anzahl von Enterprise-Kunden und die Gesamtgröße des Geschäfts innerhalb der Grenzen des von uns untersuchten Marktsegments.

**Gesamtbetriebskosten (TCO)** – die GESAMTEN Kosten für Anschaffung, Einführung, Nutzung und Betrieb der Lösung (typischerweise über einen Zeitraum von drei Jahren). Wichtig ist, dass dies sowohl unternehmensinterne Kosten, als auch externe Ausgaben umfasst.

**Zu erwartende zukünftige Entwicklung** – unsere Wahrnehmung der künftigen Zugrichtung eines Anbieters im Hinblick auf Performance und Potenzial im Verhältnis zur aktuellen Position und zum Markt insgesamt. Sie wird über die Positionierung innerhalb einer Zone ausgedrückt.

Die Deutung der genauen Position eines Anbieters in einer der 9-Grid™-Zonen wird im Dokument *Einführung in das 9-Grid™* ausführlicher erläutert. Dieses ist auf unserer Website auf <http://www.fosway.com/de/9-grid> erhältlich. Wir empfehlen, das vollständige Dokument zu lesen, um das Modell im Detail zu verstehen.



## Der kritische Unterschied zwischen 9-Grid™ und anderen Analystenmodellen

Es gibt einen sehr wichtigen Unterschied zwischen einem 9-Grid™ und anderen Analystenmodellen. Im 9-Grid™ ist eine Platzierung in jeder der neun Zonen von Wert. Noch interessanter ist, dass jede von ihnen mit einer Reihe von Maßnahmen assoziiert ist, die Ihnen helfen können, den Wert der Beziehung mit unterschiedlichen Anbietern zu maximieren.

Das bedeutet, dass eine Positionierung oben rechts **nicht** das einzige relevante Auswahlkriterium darstellt. Für einige Organisationen ist oben rechts eventuell nicht einmal wünschenswert. Es gibt viele andere Zonen, die eine erfolgreiche Partnerschaft signalisieren, besonders wenn man die Position im Hinblick auf die Gesamtbetriebskosten interpretiert.

## Die 9-Grid™-Variablen für Cloud HCM

Was bedeuten Potenzial, Performance, Präsenz und Gesamtbetriebskosten im Kontext von HCM?

### Performance

Hier liegt der Fokus auf den Entscheidungen der Kunden: Kommt die Lösung bei Auswahlprozessen in die engere Wahl (Shortlist), wird sie letztendlich ausgesucht, erbringt sie das Gewünschte und sind die Kunden zufrieden? Dies wird aus der Perspektive großer, internationaler Konzerne analysiert und basiert auf den Erfahrungen, die Fosway Group von seinem Corporate Research Network und aus allgemeinen Marktbriefings gewonnen hat. Somit reflektiert es nicht unbedingt die Erfahrungen kleinerer oder mittelgroßer Organisationen.

### Potenzial

Im Kontext von HCM deckt der **Umfang** sowohl HR-Grundfunktionen ab, umfasst aber auch transformationale Talentmanagement-Prozesse, Recruiting und Learning. Im diesjährigen Fosway 9-



Grid™ Report für Cloud HCM haben wir unsere Analyse im Hinblick auf die Segmente gewichtet, die Core HR-Funktionen abdecken. Damit tragen wir der Tatsache Rechnung, dass diese Bereiche aktuell für die meisten Unternehmen in ihrer Auseinandersetzung mit dem HCM-Markt Priorität haben.



Copyright Fosway Group Limited. Alle Rechte vorbehalten.

**Ausgereiftheit** definiert die funktionale Tiefe der Prozesse und den Grad an Komplexität, der in den Lösungen gehandhabt werden kann. Tools für das mittlere Marktsegment haben meistens einen breiteren Anwendungsbereich, jedoch eine geringere funktionale Tiefe und unterstützen nur weniger komplexe Organisationen. Eine hohe Ausgereiftheit deutet auf einen hohen Grad an Kontrolle über die Konfigurierbarkeit jedes Prozesses, ebenso wie auf die Möglichkeit zur Unterstützung verschiedener Prozesse hin.

## Marktpräsenz

Dies ist die Präsenz der Lösung im Enterprise-Markt. Hierbei geht es im Wesentlichen um die Größe des Kundenstamms sowie um die Präsenz im Markt insgesamt. Auch hier gibt es keine lineare Skala. Die Einstufung erfolgt vielmehr in drei Klassen, die den Reifegrad/ die unterschiedlichen Ausprägungen repräsentieren, die wir im Markt vorfinden. Lösungen mit höherer Präsenz werden von einer großen Anzahl von großen Enterprise-Kunden genutzt und weisen insgesamt eine große Benutzeranzahl auf.



## Gesamtbetriebskosten (Total Cost of Ownership)

Die Gesamtbetriebskosten (TCO) sind die gesamten Kosten für die Anschaffung, die Einführung, Nutzung und den Betrieb der HCM-Lösungen. Hierbei werden nicht nur die anfänglichen Kosten für die Anschaffung der Plattform berücksichtigt, sondern auch die Betriebskosten der Lösung – insbesondere die Kosten für Hosting, Wartung und Upgrades sowie die Kosten für die Ressourcen, also das Team, für den Betrieb.

## Zu erwartende zukünftige Entwicklung

Die zu erwartende zukünftige Entwicklung der HCM-Lösungen beschreibt unsere Erwartung an die Zugrichtung des Anbieters im Hinblick auf Performance und Potenzial. Die zu erwartende zukünftige Entwicklung wird im Vergleich zur aktuellen Performance und zum aktuellen Potenzial der Lösung sowie zum Markt insgesamt gemessen. Sie wird über die Positionierung innerhalb einer Zone ausgedrückt. Es handelt sich dabei also **nicht** um eine relative Positionierung im Vergleich zu anderen Lösungen in derselben Zone.

# Nächste Schritte

## Treffen Sie bessere und schnellere

## Kaufentscheidungen im HR

Ein wesentlicher Unterschied zwischen dem 9-Grid™ und anderen Analytischen Modellen ist, dass eine Platzierung in jeder der neun Zonen einen Wert besitzt. Oben rechts ist nicht immer am besten! Die entscheidende Frage, die Sie sich stellen sollten, ist „Was ist richtig für Sie?“ – für Ihre spezifische Organisation, für Ihre verfügbaren Investitionsmittel und Ressourcen und Ihre tatsächlichen Bedürfnisse und Anforderungen.



Die 9-Grids™ sind ein hervorragender Ausgangspunkt für die Bewertung aktueller Lieferanten, ebenso wie beim Planen für die Zukunft oder bei der Suche nach neuen Tools und Technologien. Was Sie hier sehen, ist jedoch lediglich die Spitze des Eisbergs. Zusätzlich zum Zugriff auf die dem 9-Grid™ zugrundeliegenden Daten bietet Fosway selbstentwickelte Tools und eine Methodik an, die Unternehmen helfen, bessere und schnellere Kaufentscheidungen im HR zu treffen. Von der Abstimmung mit Ihren Stakeholdern und der Validierung Ihrer Kaufoptionen hin zur Beschleunigung Ihres Ausschreibungs- und Beschaffungsprozesses – Fosway bietet alle Ressourcen an, die Sie brauchen. ***Warum mit dem Beschaffungsprozess ganz von vorne beginnen? Wir verfügen bereits über die Studien und Erkenntnisse, die Ihnen helfen, Lieferanten besser und schneller auszuwählen.***

Um genauere Einzelheiten zu den Daten herauszufinden, die den Fosway 9-Grids™ zugrundeliegen, oder um unabhängiges Feedback und Beratung einzuholen, kontaktieren Sie uns bitte unter [info@fosway.com](mailto:info@fosway.com) oder telefonisch unter **+44 (0)20 7917 1870**. Sie erhalten Zugriff auf die besten und aktuellsten Erkenntnisse unserer Marktstudien. Zudem genießen Sie die Gewissheit, dass wir völlig unabhängig sind. Wir haben keinerlei eigennütziges Interesse an Ihrer letztendlichen Wahl. Wir sorgen lediglich dafür, dass diese Entscheidungen für Ihre Organisation und Ihre Mitarbeiter die richtigen sind.

## Für Anbieter

Fosway Group führt laufende Marktrecherchen durch, sowohl im Rahmen von direkten Befragungen, als auch durch Gespräche mit unserem Corporate Research Network. Dabei verfolgen wir Anbieter direkt und nehmen an Briefings teil. Anbieter mit Interesse an einer engeren Zusammenarbeit mit der Fosway Group laden wir ein, an unserem **Fosway Vendor Programme (FVP)** teilzunehmen. Bitte kontaktieren Sie **Philippa Bean** unter **+44 20 7917 1870**, um mehr zu erfahren.





# Über Fosway Group

Fosway Group ist der führende europäische Analyst im Bereich Personalmanagement. Unser Fokus liegt auf der nächsten Generation von HR, Talent Management, Recruiting und Learning. Seit unserer Gründung 1996 sind wir für unsere einzigartigen Studien des europäischen Marktes, unsere Unabhängigkeit und unsere Integrität bekannt.

Wir analysieren seit über 20 Jahren die Realitäten im Markt und liefern Erkenntnisse über die Zukunft von HR, Talent Management und Learning. Fosway-Analysten arbeiten eingehend mit unseren Unternehmenskunden zusammen. Sie verstehen die interne Perspektive der Herausforderungen, mit denen Kunden konfrontiert sind, ebenso wie ihre tatsächlichen Erfahrungen mit den Strategien, Systemen und Anbietern der nächsten Generation. Unsere unabhängige Anbieteranalyse stellt zudem eine unerlässliche Ressource dar, wenn es um Entscheidungen über Innovation und Technologie geht. Ebenso wie die römische Heerstraße, namens Fosse Way, die unseren Firmennamen inspirierte, werden Sie uns außergewöhnlich direkt finden. Wir haben kein eigennütziges Interesse daran, für welche Anbieter oder Beratungshäuser Sie sich letztendlich entscheiden. Ob Sie also unabhängige Studien, spezifische Ratschläge oder einen "kritischen Freund" suchen, der für Sie den Dschungel des Markttypes durchdringt – wir können Ihnen sagen, was Sie wissen müssen, um Erfolg zu haben.

**Zu unseren Kunden zählen unter anderem:** Alstom, Aviva, Boots UK, BP, BT, Centrica, Deutsche Bank, Faurecia, HSBC, International SOS, Lloyds Banking Group, Novartis, PwC, Rolls-Royce, Royal Bank of Scotland, Sanofi, Shell, Swiss Re, Telefonica, Thomson Reuters, Toyota Europe und Vodafone.

## Kontaktieren Sie uns

### Fosway Group Limited

Purlieus Farmhouse, Ewen, Cirencester, Glos. GL7 6BY, Vereinigtes Königreich

Telefon: +44 (0)20 7917 1870

E-Mail: [info@fosway.com](mailto:info@fosway.com)

Web: [www.fosway.com](http://www.fosway.com)