

Praxisbeispiel: Wie Mitarbeitende durch strukturiertes Employer Branding gewonnen und gebunden werden

Wer die eigenen Stärken kennt, kann sie besser einsetzen

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource jedes Unternehmens und zentraler Erfolgsfaktor. In einem strukturierten Prozess werden Alleinstellungsmerkmale eines Arbeitgebers herausgearbeitet, damit die Arbeitgebermarke aufgebaut und positioniert werden kann.

Ein besonderes Augenmerk sollte darauf gelegt werden, dass die Employer Brand nur nachhaltig wirksam sein kann, wenn sie authentisch und für das Unternehmen maßgeschneidert ist. Dazu muss sie im Einklang mit der Unternehmensmarke, der Personalstrategie sowie insbeson-

dere der Führungs- und Kommunikationskultur stehen. Zudem müssen auch die zugehörigen Prozesse des Personalmanagements auf die neue Marke hin ausgerichtet werden.

Praxisbeispiel

Wie ein solches Projekt erfolgreich in der Praxis umgesetzt werden kann, zeigt das Beispiel der Alten- und Pflegeheime St. Josef gGmbH aus dem Kreis Heinsberg. St. Josef, caritativer Träger von zwei stationären Pflegeheimen, sieben Tagespflegen und zwei betreuten Wohnanlagen, beschäftigt rund 300 Menschen. Gewinnung und Bindung von Mitar-

Die Employer Brand ist nur wirksam, wenn sie authentisch ist und zum Unternehmen passt.

beitenden stellen bislang nie ein Problem dar. Seit Beginn der Corona-Krise wurden jedoch Veränderungen spürbar. Um die weitere Entwicklung nicht nur abzuwarten, sondern sich bestmöglich auf die sich verändernden Rahmenbedingungen vorzubereiten

Karriere

► **LIANE SIEGER STEHT NEBEN PETRA HITZEL** an der Spitze der Gesellschaft für diakonische Einrichtungen (GFDE), ein diakonischer Träger von Senioreneinrichtungen in Hessen. Sieger soll sich in der Geschäftsführung auf die operativen Aufgaben konzentrieren, während Hitzel, seit Anfang 2021 im Amt, sich den kaufmännischen Fragen widmet. Der langjährige Geschäftsführer Karlheinz Hilgert wurde in den Ruhestand verabschiedet. Die GFDE betreibt nach eigenen Angaben 13 Senioreneinrichtungen und 16 ambulante Pflegedienste mit 1.600 Mitarbeitenden.

► **MICHAEL ZAHN**, ehemaliger CEO der Deutsche Wohnen, wird Verwaltungsrat beim belgischen Immobilienunternehmen Cofinimmo. Zahn stand von 2008 bis 2021 an der Spitze der Deutsche Wohnen und hatte seinen Vertrag Ende 2021 nach der Übernahme durch Vonovia aufgelöst. Neben dem Deutschen gehört die Belgierin Anneleen Desmyter neu dem Cofinimmo-Verwaltungsrat an. Das operative Geschäft führen weiterhin Jean-Pierre Hanin und Jean Kotarakos, deren Mandate von der Hauptversammlung des Unternehmens bis 2026 verlängert wurden.

► **VLADIMIR TUROK** wurde bei der Evangelischen Heimstiftung (EHS) zum Regionaldirektor der neuen Region Mannheim berufen. Die EHS hatte im September 2021 die Trägerschaft der EPMA von der Evangelischen Kirche übernommen. Seitdem gehören fünf Pflegeheime in Mannheim zum Unternehmen. Neben Regionaldirektor Turok wurden auch die fünf Hausdirektionen Oliver Ballmann, Larissa Jacobs, Melanie Liese, Bianca Daub und Ralf Bastian eingesetzt oder im Amt bestätigt.

► **PHILIPP SEIFERT**, Geschäftsführer der Provida GmbH aus Hildesheim, wurde als Experte im Innovationsausschuss beim Gemeinsamen Bundesausschuss G-BA für den Bereich Digitalisierung berufen. Der ehrenamtlich tätige Expertenpool des Innovationsausschusses des höchsten Deutschen Gremiums des Bundes in Gesundheitsfragen setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft und Versorgungspraxis zusammen. ┘



MEHR KARRIERE-NEWS
careinvest-online.net

reiten, wurde die Rosenbaum Nagy Unternehmensberatung beauftragt, den Bereich Personalmanagement auf den Prüfstand zu stellen.

Analyse

Zunächst wurden Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern aller Arbeitsbereiche geführt und die heutigen Aktivitäten, mittels eines Marken- sowie eines Fakten-Checks bewertet. Die wichtigsten Erkenntnisse:

- ▶ St. Josef ist ein attraktiver Arbeitgeber, der eine moderne Führungs- und Unternehmenskultur, einen attraktiven Arbeitsplatz sowie viele Benefits bietet. Diese Attraktivität wird jedoch innerhalb und außerhalb der Organisation nicht ausreichend wahrgenommen.
- ▶ Die Art der Personalführung und der Umgang miteinander gehören zu den herausragenden Gründen, warum Menschen gerne bei St. Josef arbeiten. Das in den Interviews



MEHR ZUM THEMA
Ideen und Konzepte zur Entwicklung des Bereichs Human Resources findet man zum Beispiel im Web bei rosenbaum-nagy.de/herausforderung-organisation-personal. Mehr zu dem Angebot von St. Josef in Heinsberg gibt es bei www.josef-premium.de

vielfach benannte „St.-Josef-Gefühl“ konnte jedoch nicht einheitlich beschrieben werden.

- ▶ Die Dienstplanung wurde in puncto Zufriedenheit als das wichtigste Einzelthema benannt.

Entwicklung

Ein vertrautes und fast schon familiäres Verhältnis gehört seit jeher zum Selbstverständnis der Organisation und wird von allen als völlig selbstverständlich wahrgenommen. Die eigene Identität jedoch in Worte zu fassen, war eine der zentralen Herausforderungen. Wie beschreibt man etwas, das auf der einen Seite selbstverständlich, auf der anderen Seite aber so facettenreich ist?

In Workshops mit allen Arbeitsbereichen wurde die Identität der Arbeitgebermarke St. Josef herausgearbeitet: Leidenschaft, Verlässlichkeit, Fürsorge, Zusammenhalt und Bodenständigkeit sind die Werte, die das „St.-Josef-Gefühl“ aus-

machen. Um dies noch anschaulicher und besser kommunizierbar zu machen, wurde jeder dieser Punkte in prägnanten Sätzen beschrieben. Hier beispielhaft für den Aspekt Zusammenhalt: „Als Team überwinden wir alle Hindernisse und meistern jede noch so schwere Herausforderung. Jeder schenkt dem Anderen Rückendeckung. Niemand steht alleine. Bei uns ist der Zusammenhalt spürbar und jeder herzlich willkommen.“

In einem zweiten Handlungsstrang wurden parallel Themen wie Einarbeitungsprozess und Karriere-management bearbeitet. Dem Thema Dienstplanmanagement wurde ein Teilprojekt gewidmet.

Implementierung

Um die eigene Identität in der Organisation noch spürbarer zu machen, die Kultur der Führung und Zusammenarbeit zu festigen und sie auch bei neu hinzukommenden Mitarbei- →



CARE INVEST
RESIDENCIA

Jetzt
anmelden und
dabei sein! →



©Empire Riverside Hotel

Betreiber, Finanzierung, Einrichtung: Neue Konzepte für das Premium Wohnen

04. – 06. Dezember 2022

Empire Riverside Hotel Hamburg

www.careinvest-online.net/residencia



→ tenden zu verankern, wurden Prinzipien entwickelt und in diesen eine Zielsetzung für das Miteinander im Team definiert.

Hierzu gehören das Mensch-im-Mittelpunkt-, Gemeinschafts-, Respekts-, Vertrauens- und das Einfach-ein-gutes-Gefühl-Prinzip. Als Beispiel hier die Beschreibung des Respekts-Prinzips: „Gegenseitiger Respekt ist eine der wichtigsten Grundlagen unserer Gemeinschaft. Unser Umgang miteinander ist von Offenheit, Ehrlichkeit und Achtsamkeit geprägt. Wir begegnen uns auf Augenhöhe, unabhängig von Position, Geschlecht, Herkunft, Alter, sexueller Orientierung und Glauben.“

Der interne Rollout, die Vorgehensweise wie die neue Arbeitgebermarke in der Organisation erlebbar werden soll, wurde detailliert geplant und umgesetzt. Nach erfolgreichem Abschluss der internen Implementierung erfolgt der externe Rollout, die Kommunikation nach außen in Kampagnen und durch Implementierung in allen Medien.

Nutzen

Die neue Arbeitgebermarke ermöglicht St. Josef eine transparente Darstellung nach innen und außen und gewährleistet eine authentische Erlebbarkeit der Marke, auch durch die im Projekt (weiter-)entwickelten Stra-



„Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind wichtigste Ressource und zentraler Erfolgsfaktor jedes Unternehmens.“

Daniel Beckers, Rosenbaum Nagy

tegien und Prozesse, die heute und in Zukunft entscheidend zur Personalgewinnung und -bindung beitragen werden. Alles in allem ist es gelungen, die eigene Identität greifbar zu machen, sie strategisch zu nutzen und beste Voraussetzungen dafür zu schaffen, die Personalausstattung sowie das positive Arbeits- und Führungsklima auch für die nächsten Jahre sicherzustellen. ─

GASTAUTOREN dieses Beitrags sind Daniel Beckers von Rosenbaum Nagy und Volker Kratz von der Alten- und Pflegeheime St. Josef gGmbH.

Das Wesentliche ...

... aus der Pflegewirtschaft – exklusiv für Sie!

Mit CARE INVEST sind Sie jederzeit vollumfänglich über das aktuelle Marktgeschehen informiert. Diese Vorteile bietet Ihnen unser Abonnement:

- ▶ Mit dem tagesaktuellen CARE INVEST Newsflash erhalten Sie wichtige Nachrichten direkt per Mail.
- ▶ Vertiefende Hintergrundinformationen erhalten Sie mit der 14-tägig erscheinenden Print-Ausgabe.
- ▶ Aktuelle Marktdaten und Statistiken finden Sie auf CARE INVEST Online.
- ▶ Ihr digitales Abo können Sie jederzeit geräteunabhängig, lesen, suchen und per PDF teilen.

Kontakt: T +49 6123-9238-253

Mail: service@vincentz.net

 / CAREINVEST

 / Gruppe: Pflegemarkt

**Die nächste Ausgabe erscheint am
12. August 2022**

Impressum

CARE INVEST

▶ PFLEGE ▶ WIRTSCHAFT ▶ STRATEGIE

www.careinvest-online.net

Verlag:

Vincentz Network GmbH & Co. KG
Plathnerstr. 4c, 30175 Hannover
T +49 511 9910-000

Ust.-ID-Nr. DE 115699828

Das gesamte Angebot des Verlagsbereiches Altenhilfe finden Sie auf vincentz.de

Chefredaktion (v.i.S.d.P.):

Matthias Ehbrecht (eh)
T +49 511 9910-190, F +49 511 9910-119
matthias.ehbrecht@vincentz.net

Redaktion:

Michael Schlenke (msc)
T +49 511 9910-126
michael.schlenke@vincentz.net

Redaktionsassistent:

Andrea Hübener-Fietje
T +49 511 9910-195
andrea.huebener@vincentz.net

Verlagsleitung:

Dr. Dominik Wagemann (dw)
T + 49 511 9910-101
dominik.wagemann@vincentz.net

Medienproduktion:

Maik Dopheide (Leitung)
Birgit Seesing (Artdirection)
Nadja Twarloh, Nicole Unger (Layout)

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Einholung des Abdruckrechtes für dem Verlag eingesandte Fotos obliegt dem Einsender.

Überarbeitungen und Kürzungen eingesandter Beiträge liegen im Ermessen der Redaktion.

Beiträge, die mit vollem Namen oder auch mit Kurzzeichnung des Autors gezeichnet sind, stellen die Meinung des Autors, nicht unbedingt auch der Redaktion dar. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Warenzeichnungen und Handelsnamen in dieser Zeitschrift berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen ohne weiteres von jedermann benutzt werden dürfen. Vielmehr handelt es sich häufig um geschützte, eingetragene Warenzeichen.

Anzeigenleitung:

Stefan Wattendorff, T +49 511 9910-150,
stefan.wattendorff@vincentz.net

Beratung Geschäftsanzeigen:

Vera Rupnow, T +49 511 9910-154
vera.rupnow@vincentz.net

Gültige Anzeigenpreisliste:

Nr. 16, Preisstand 1.12.2021.

Die Media-Daten sind zu finden unter media.vincentz.de

Abo/Leserservice:

T +49 6123 9238-258, F +49 6123 9238-249
service@vincentz.net

Der Brancheninformationsdienst CARE INVEST erscheint 14-tägig, 26 Ausgaben pro Jahr im Kombinationsangebot print und digital. Zugang zum digitalen Angebot unter careinvest-digital.net.

Abonnementpreis 729 Euro pro Jahr.

Der Abonnementpreis beinhaltet den freien Zugang zum Internetangebot auf careinvest-online.net und Volltextversionen der täglichen CARE INVEST-News Flashes.

Jeder weitere Zugang zu dem Online-Angebot von CARE INVEST kostet 75 Euro pro Jahr.

Alle Preise sind inkl. MwSt. und Versand.
Preisstand 1.1.2021.

Bei vorzeitiger Abbestellung anteilige Rückerstattung der Jahrespreise.

Bei höherer Gewalt keine Lieferpflicht.

Gerichtsstand und Erfüllungsort: Hannover

Druck: johnen-druck GmbH & Co. KG, Bernkastel-Kues

© Vincentz Network GmbH & Co. KG

ISSN 1868-1786