

# JOB MIT *HERZ*



**AUSGEZEICHNET**

*Personalrecruiting-Kampagne  
für die Schüchtermann Klinik*



**GERMAN  
DESIGN  
AWARD  
SPECIAL  
2019**

GERMAN  
DESIGN  
AWARD  
SPECIAL  
2019

# AUCH DAS NOCH – DIGITALISIERUNG!

*„Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern sollte immer eine konkrete Aufgabe im Zukunftsplan der Unternehmung erfüllen.“*

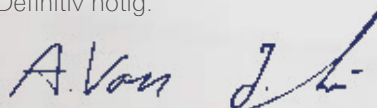
**EIN SCHLAGWORT, DAS ZURZEIT FREUDIGE ERWARTUNGEN UND ANGST GLEICHERMASSEN AUSLÖST. DIGITALE TRANSFORMATION, DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE, DIGITALE KUNDENBEZIEHUNGEN – DIE DIGITALISIERUNG SCHREITET UNAUFHALTSAM VORAN.**

Unternehmen müssen nicht nur die technische Infrastruktur schaffen, sondern sich darüber hinaus auch Gedanken machen, wo die digitale Reise des gesamten Unternehmens hingehen soll. Wie sieht mein "Digitalisierungs-Mix" aus? Brauche ich zum schnellen Internet auch digitales Personalmarketing und muss ich zum E-Recruiting noch eine Employer Branding Strategie haben? Die Bandbreite ist groß. Dabei ist Digitalisierung kein Selbstzweck, sondern muss immer eine konkrete Aufgabe im Zukunftsplan der Unternehmung erfüllen.

Digitales Marketing funktioniert wie ein Werkzeugkasten: Zuerst muss ich wissen, was ich erreichen möchte, dann das richtige Werkzeug nehmen und danach mein Ziel umsetzen.

Wir möchten Ihnen eine paar Ideen zu diesem „Werkzeugkasten“ geben. Lesen Sie, wie sich Werte von Mitarbeitenden und die Bedürfnisse von Kunden ändern. Erfahren Sie, was der „Fight for Talents“ wirklich bedeutet und wie der digitale Schulterklopper für Sie arbeitet.

Angst vor der Digitalisierung? Auf keinen Fall. Vorbereitung? Definitiv nötig.



Axel Voss & Jörg Fiedler, Geschäftsführer team4media GmbH



# INHALT



06

## 06 AUSGEZEICHNET – JOB MIT HERZ

SCHÜCHTERMANN KLINIK

Neue Pflegekräfte für sich zu interessieren, zu gewinnen und vor allem zu binden – das war und ist der Schüchtermann Klinik eine Herzensangelegenheit. Diesen Prozess haben wir unterstützt – und damit sogar den German Design Award Special 2019 gewonnen.

## 08 AUTHENZITÄT IM DIGITALEN ZEITALTER

FOLLOWER AND FANS

Im Netz wird viel gezeigt und viel erzählt. Auch jedes Unternehmen hat hier seinen Platz. Doch immer wichtiger wird auch die Präsenz der Führungskräfte in den Sozialen Netzwerken.

## 10 VON ANFANG AN FREUDE AM BERUF

FUCHS GMBH & CO. KG

Auszubildende sind das Salz in der Suppe. Und wir haben für die Darstellung dieser einzigartigen Komposition den Senf dazugegeben.

## 12 FEEDBACKKULTUR

STRATEGIEN IM PERSONALMANAGEMENT

Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben. So sagt man. Aber Mitarbeiter loben, das geht immer – zu jeder Tageszeit.

## 14 CAREER WITH U

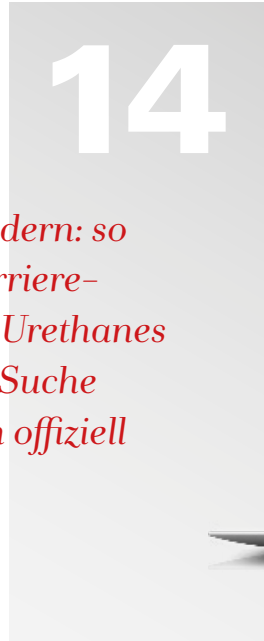
STOCKMEIER URETHANES GMBH & CO. KG

Wohl beraten ist derjenige, der qualifizierte Mitarbeiter vor allen anderen findet. Damit aber auch die Zielgruppen das Unternehmen finden, bedarf es Aufmerksamkeit.

## 16 FIGHT FOR TALENTS

STRATEGIEN IM PERSONALMANAGEMENT

Wie gewonnen, so zerronnen? Oder gibt es einen Weg, Mitarbeitende langfristig ans Unternehmen zu binden?



*„Persönlich, authentisch, modern: so präsentiert sich das neue Karriereportal der Firma Stockmeier Urethanes im Web – und hat damit die Suche nach geeigneten Fachkräften offiziell für eröffnet erklärt!“*

# 24

**ZIELSICHER  
IN DIE  
ZUKUNFT**



# 18

**SOZIALE  
MEDIEN  
UND CO.**



**WARUM  
FEEDBACK  
GEBEN?**

# 12



## **18 CROSSMEDIALE AUSSENDARSTELLUNG**

**GROSSE KRACHT GMBH & CO. KG**

Klimawandel bei Große Kracht – zumindest in Punkto Personalmarketing. Denn aufgrund des rauen Klimas am Personalmarkt sollte die Außendarstellung des Unternehmens multimedial aufgefrischt werden.

## **20 MEHRMARKEN, MEHRWERT, MEHR BEWERBER**

**RESTEMEIER GMBH**

Volle Fahrt voraus – mit einer vollständig überarbeiteten Webseite für unseren Kunden. Nun kann sich das Unternehmen auf der Suche nach qualifizierten Fachkräften so präsentieren, wie es ist: als moderner Arbeitgeber mit Perspektiven!

## **21 DER FUNKE GLÜHT, DAS EISEN SPRÜHT**

**RICHTER METALLBAU GMBH & CO. KG**

Und wir haben Pläne geschmiedet. Nämlich solche, die unseren Kunden vor allem auf Facebook bekannter werden ließen – zur Rekrutierung von Fachkräften!

## **22 DER DIGITALE SCHULTERKLOPFER**

**STRATEGIEN IM PERSONALMANAGEMENT**

Eigenlob stinkt bekanntermaßen. Aber wenn Lob von anderen kommt, setzt es ungeahnte Kräfte frei. Energien, die für das Unternehmen positiv genutzt werden können.

## **24 NACHWUCHSGENERATOR AUS PAPIER**

**AMAZONEN-WERKE H. DREYER GMBH & CO. KG**

Weg vom Web – diesen Weg beschritt unser Kunde ganz bewusst und entschied sich für eine inhaltlich wie optisch hochwertige Lösung aus Papier. Und zwar zur Generierung von Nachwuchskräften!

## **26 DER APPETIT KOMMT BEIM ESSEN**

**WIESMANN INNOVATIVES CATERING**

Wir haben unserem Kunden die Lösung auf dem Silbertablett serviert – und zwar in Form einer multimedialen Anzeigenkampagne zur Rekrutierung starker Persönlichkeiten für Service und Küche.



# AUSGEZEICHNET JOB MIT HERZ



„In Zeiten des demografischen Wandels kommt inzwischen kaum noch ein Krankenhaus an dem Thema Personalmarketing vorbei. Auch in der Schüchtermann-Klinik in Bad Rothenfelde ist der Fachkräftemangel inzwischen angekommen. Aus diesem Grund entwickelte die Klinik gemeinsam mit team4media eine Pflegekampagne unter dem Leitmotto „Sie liegen uns am Herzen“.

Eine besondere Herausforderung bestand darin, möglichst schnell neue, qualifizierte Pflegekräfte zu rekrutieren sowie eine strategische und zukunftsweisende Kampagne zu erarbeiten - mit einem sehr kleinen Team. Zur Unterstützung haben wir uns team4media herangezogen, weil wir mit dieser Agentur schon seit einigen Jahren gute Erfahrungen gemacht haben. So betreute uns team4media beim Relaunch unseres Corporate Designs sowie unserer Internetseiten. Um schnell zu guten Ergebnissen kommen zu können, war es wichtig, dass die Agentur uns schon gut kannte und wusste, worauf wir Wert legen. So konnte sichergestellt werden, dass die zentralen Inhalte der Kampagne mit unserem

Leitbild verbunden und darüber hinaus für die Bewerber wirklich relevant sind. Kernelement der Kampagne war die Darstellung von Markenbotschaftern aus den eigenen Reihen der Pflegekräfte. Für jedes Kampagnenthema, wie „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ oder „Fort- und Weiterbildungen“, sollte ein anderes Gesicht Pate stehen. Ziel war es, die Authentizität zu erhöhen und gleichzeitig Vertrauen aufzubauen, da Gesichter, Namen und Zitate ein emotionales Band zwischen Unternehmen und Interessierten Bewerbern erschaffen können.

Die Kampagne „Job mit Herz“ hat bei vielen interessierten Bewerbern direkt ins Herz getroffen. team4media hat ein Design gefunden, das ins Auge fällt und Sympathie weckt - das war unser Ziel. Insbesondere die Schnellbewerbung auf der zentralen Kampagnen-Website war ein voller Erfolg.“

*Katharina Lutermann, Referentin für Unternehmenskommunikation, Schüchtermann Klinik*



„Durch die crossmediale Bewerbung der Kampagne über Citylights, auf Bussen, bei Aktionen im öffentlichen Raum und über digitale Kanäle konnten wir die Pflegekräfte dort abholen, wo sie sich befinden. Hier hat team4media uns geholfen, den richtigen Mix aus Off-line- und Online-Werbung zu finden und die Maßnahmen optimal an der Candidate Experience auszurichten.“

Katharina Lutermann



Die symbolische Verknüpfung der Farbe rot mit dem Thema »Herz« sorgt für eine hohe Aufmerksamkeit und Wiedererkennung. Treffende Headlines bringen die Aussagen originell auf den Punkt. Eine gelungene Kampagne, die ins Herz trifft.





# AUTHENTIZITÄT IM DIGITALEN ZEITALTER



*Sicher ist es Ihnen schon im Netz aufgefallen:  
Große Namen und Ikonen der Technologieindustrie stehen immer öfter  
im Fokus der Öffentlichkeit. Angefangen hat der Hype mit Steve Jobs,  
prominentestes Beispiel heute ist PayPal-Gründer, SpaceX und Tesla Chef  
Elon Musk. Dabei wird nicht nur auf ihre Einschätzung innerhalb ihres  
spezifischen Themengebiets gehört, sondern sie selbst werden zu Ikonen.  
Sie haben Followers und Fans.*

Ganz so drastisch ist das für Ihr Unternehmen natürlich nicht zu sehen - niemand verlangt, dass von heute auf morgen jede Führungskraft in sozialen Medien aktiv ist, sich zu jedem politischen Ereignis dezidiert äußert oder eine Schar von Fans um sich herum versammelt.

**PRINZIPIELL GEHT ES DARUM,  
ALS DIGITAL LEADER EINE VISION  
ODER DEFINIERTE ZIELE ZU  
VERFOLGEN.**

So generiert man Follower und Fans und kann frei agieren, und Authentizität behalten. Ist eine Führungskraft in sozialen Kanälen aktiv und konsistent in den Aussagen, generiert dies Vertrauen.

Entscheidend dafür authentisch zu wirken, ist wieder einmal die gemeinsame Wertebasis im Unternehmen. Diese Werte, mit den daraus abgeleiteten Verhaltensweisen, sind es, die den digital Leader zum Vorbild für Mitarbeiter und Kunden machen.

In gewisser Hinsicht war das auch schon früher in Führungspositionen von Nöten - zumindest innerhalb des Unternehmens.

Jetzt jedoch sollte schon allein des Wettbewerbsvorteils halber, der Kreis der Informierten erweitert werden. In Kombination mit einer medienkompetenten Führungskraft ist es möglich, den Kreis der Zuhörerschaft massiv zu erweitern. Dies gilt nicht nur für das Marketing, sondern dient auch dazu, neu mit Komplexität und Schnelligkeit umzugehen.





### **GEHT ES ALSO DARUM, WIE "INFLUENCER"; MÖGLICHST VIELE MENSCHEN ZU ERREICHEN?**

Das könnte man meinen, ist aber weit gefehlt: Es geht darum, die richtigen Menschen zu erreichen. Natürlich ist es weit weniger spannend, regelmäßig per Twitter und Facebook kurze Posts über das Unternehmen oder Termine zu veröffentlichen, als Schlagzeilen zu erzeugen. Doch genau darum geht es letztendlich: sich nachhaltig mit Menschen zu verbinden, ein Netzwerk zu schaffen, sowie Glaubwürdigkeit und Vertrauen aufzubauen. Dennoch deuten Daten darauf hin, dass viele Führungskräfte keine, oder nur eine sehr eingeschränkte Online-Präsenz haben. Eine 2017 von der PR-Firma Weber Shandwick veröffentlichte Studie ergab, dass nur knapp die Hälfte der CEOs privater Unternehmen in sozialen Netzwerken präsent waren, und nur 38 Prozent in einem Zeitraum von 12 Monaten einmal in einem sozialen Netzwerk gepostet haben. In der gleichen Studie geben aber auch 76 Prozent der Mitarbeiter an, lieber für eine in sozialen Netzwerken aktive Führungskraft zu arbeiten.

### **DOCH WOZU DAS GANZE, REICHT DENN GUTE ARBEIT NICHT AUS?**

Schließlich könnte man doch davon ausgehen, dass exzellente Produkte oder Services sich rumsprechen. Die Antwort ist leider nein. Viele User, besonders die der Generationen Y und Z, haben Zeitungen, Blogs und Newsletter gegen ihre Newsfeeds der sozialen Kanäle getauscht. So gehen die Konsumenten davon aus, dass relevante Informationen zu ihnen kommen. Und wenn nicht, sind die Informationen auch nichts wert. Um also eine gewisse Außenwirkung zu haben, ist die aktive Teilnahme für eine Führungskraft in den sozialen Medien hilfreich.

### **WIE ALSO DAMIT UMGEHEN?**

Der Plan, auf allen aktuellen sozialen Plattformen Präsenz zu zeigen, ist nicht realisierbar. Hier ein Tipp: Wählen Sie einen bis zwei Kanäle aus, je nachdem, wen Sie erreichen möchten. Hierbei ist es auch wichtig, sich darüber klar zu werden, in welchem Ton man zu seinen Zuhörern oder Lesern spricht. Natürlich ist der Ton bei LinkedIn formeller als bei Twitter oder Facebook. Für ein bis zwei kleinere Beiträge in der Woche benötigt das nicht viel Zeit. Wahrscheinlich sogar weniger als eine normale Mail zu beantworten.

### **ES BRAUCHT JEDOCH ZEIT, RESSOURCEN UND LEUTE, WENN SICH DIE BEMÜHUNGEN IN DEN SOZIALEN MEDIEN ERWEITERN.**

Führungskräfte selbst brauchen Training und Wiederholung, um die digitale Kommunikation zu meistern. Diese Kompetenzen werden natürlich nicht erworben, wenn man jemanden für sich schreiben lässt. Das fällt den Lesern nach einiger Zeit auf und führt zum Gegenteil des Gewünschten: Dem Verlust von Authentizität. Führungskräfte erhalten vor ihrem ersten Radio-, Print- und TV-Interview ein Medientraining - warum sollten die Standards bei der Kommunikation mit einem größeren Publikum in den sozialen Medien niedriger sein?

### **DOCH ACHTUNG:**

Auch die Präsenz in sozialen Medien birgt gewisse Risiken. Kritik und Kundenbeschwerden sind in den anonymen Netzwerken weitgehend unvermeidbar. Doch bei allen Recherchen und Daten zu Zielgruppengröße und sozialem Engagement sind soziale Netzwerke in ihrem Kern einfach die wirksamste Möglichkeit für Führungskräfte, effizient mit einer großen Gruppe an Menschen zu kommunizieren. Und gleichzeitig das Vertrauen derer zu gewinnen, die für das eigene Unternehmen arbeiten.

# VON ANFANG AN FREUDE AM BERUF

## INFO

Für das außergewöhnliche Fotoshooting stellten sich die Azubis gern zur Verfügung. Einen ganzen Tag lang entwickelten sie mit uns kreative Ideen.

Natürlich sind Lehrjahre keine Herrenjahre. Aber Spaß machen sollen sie trotzdem. Diese Motivation und Kreativität, die das Unternehmen seinen Auszubildenden zu bieten hat, galt es darzustellen – als eigenständiger Bereich der Webseite der FUCHS Gewürze GmbH und Co. KG. Nun, wie verbindet man die Themen „Gewürze“ und „Ausbildung“? Unser Konzept: spielerisch-illustrativ. Und das Ergebnis zeigt, wie sehr sich die Auszubildenden mit dem Unternehmen

identifizieren. Und was daraus geworden ist, hat unsere Erwartungen übertroffen! Webseite, Flyer, Messeauftritt und Stellenausschreibungen sind produziert. Und mit so vielen tollen Motiven lässt sich noch viel mehr entwickeln. Wir bedanken uns bei der Personal- und Marketingabteilung der FUCHS Gewürze GmbH und Co. KG in Dissen, beim Fototeam und vor allem auch bei allen Azubis für den tollen Einsatz. Wir hoffen, ihr seid genauso zufrieden wie wir.







# WARUM EINE FEEDBACK-KULTUR

*FÜR IHR UNTERNEHMEN  
ENTSCHEIDEND SEIN KANN.*

## **FEEDBACK IST EINES DER NEUEN ZAUBERWÖRTER DER PERSONALFÜHRUNG. DOCH WIE KAM ES DAZU?**

Was war der Auslöser, dass in immer mehr Unternehmen die persönliche Rückmeldung als wichtiges Element der Führung betrachtet wird?

Der Wandel dahinter ist die Identifizierung eines Arbeitnehmers mit dem Unternehmen. Oder besser gesagt: der Mangel daran. Ziel von solchen Feedback-Maßnahmen ist es, die Mitarbeiterbindung zu verbessern. Denn anders als in der Vergangenheit fühlen sich Mitarbeiter weniger an ein Unternehmen gebunden. Arbeitnehmer wechseln heutzutage öfter den Arbeitsplatz. Während zwei neue Arbeitsstellen innerhalb von vier Jahren früher schon negativ als "Job-hopping" bezeichnet wurden, und die Bewerbung bei einem dritten Arbeitgeber damit schon so gut wie vom Tisch war, ist die Generation Y genau dafür schon fast berüchtigt.

Dabei muss allerdings auch gesagt werden, dass von den meisten erwartet wird, dass sie bei jedem Job für weniger als drei Jahre bleiben. Doch diese Springerei, so hip und angesagt sie auch daherkommen mag, hat auch erhebliche Nachteile. Mitarbeiterfluktuation kann zu massiven Kosten für Ihr Unternehmen führen und die Unternehmensmoral erheblich beeinträchtigen. Wie viel Zeit und Ressourcen kostet allein die Rekrutierung neuer Mitarbeitern?

Dabei muss man bedenken, dass immer mehr Unternehmen nach Fachpersonal suchen. Zurzeit geht man von 1,2 Millionen unbesetzten Arbeitsplätzen in Deutschland aus. Leichter wird die Suche auf Dauer also voraussichtlich nicht.

Und was ist, wenn sogar einer ihrer besten Leute geht? Welche Kosten entstehen dann? Das kostet nicht nur Zeit für die Rekrutierung, sondern zieht auch wertvolles, vielleicht sogar überlebenswichtiges Know-how aus ihrem Unternehmen.

Die Gewinnung von wirklich guten Mitarbeitern wird auch deshalb schwieriger, da potenzielle Kandidaten nicht nur die Gehälter, sondern auch die Qualität des Arbeitsumfeldes bei der Bewerbung berücksichtigen. Rating-basierte Websites wie Kununu oder Glassdoor helfen Interessenten, genauer hinzusehen wo Sie sich bewerben. Solche Plattformen sind übrigens ein Grund, warum sich kein Unternehmen mehr schlechte Führung leisten kann. Daher sind die Bedenken von Unternehmen durchaus legitim, dass Kommentare und Bewertungen verärgertes Mitarbeiter potentielle Bewerber abschrecken könnten. Auch hierfür scheint eine offene Kritik- oder Feedbackkultur im Unternehmen eine Lösung zu sein.

Gut eingesetzt und konsequent betrieben, kann sie, als Teil guter Führung, die Lästerei im Netz minimieren.



## **MANAGER MÜSSEN OFFENER WERDEN UND SICH AM BERUFLICHEN WACHSTUM IHRER MITARBEITER BETEILIGEN, UM IHRE ERWARTUNGEN ZU ERFÜLLEN.**

Wenn Sie Ihren Mitarbeitern effektiv Rückmeldungen geben, ist dies eine der besten Möglichkeiten, Ihre Beteiligung an ihrer beruflichen Entwicklung zu demonstrieren. Wer weiß, was er richtig macht und was von ihm erwartet wird, kann gezielter gewünschte Ergebnisse erzielen. Und das hält motiviert. Offen und ehrlich kommuniziert kann dies den Teamgeist und die Produktivität bei jedem Einzelnen erheblich steigern. Feedback ist jedoch nicht nur hilfreich, um die Leistung Ihrer Mitarbeiter zu verbessern.

Eingangs war ja die Rede davon, einen „Shitstorm“ über Kununu zu vermeiden. Und das ist auch richtig. Offenes Feedback in beide Richtungen wird auch Ihren Managementstil verändern. Mitarbeiter zögern anfänglich vielleicht, Bedenken über Ihre Leistung als Führungskraft zu äußern. Zumindest ist dies bislang noch der Normalfall. Die Schaffung einer offenen Umgebung, in der Mitarbeiter ermutigt werden, Ihnen im Gegenzug ebenso Feedback zu geben, fördert das Vertrauen zwischen Ihnen und Ihrem Team – und macht Sie auf mögliche Konflikte aufmerksam, bevor sie sich aufheizen.

Um die Vorteile einer Feedback-Kultur zu nutzen, müssen Sie und Ihre Mitarbeiter häufige Missverständnisse über Feedback überwinden. Als Führungskraft ist es oft alles andere als leicht, Mitarbeitern konstruktives und ehrliches Feedback zu geben. Man möchte ja niemanden verletzen oder beleidigen. Doch die Dinge, die am schwersten zu äußern sind, sind meistens die Wichtigsten. Niemand sollte sich aber zum Feedback seines Verhaltens angegriffen fühlen. Oder doch? Kennen Sie das? Jemand äußert Kritik an Ihrer Arbeit und schon werden Sie rot? Wenn auch Ihnen das bekannt vorkommt,

haben Sie vielleicht das, was die Stanford-Psychologin Carol Dweck als „fixed mindset“ bezeichnet. Menschen mit einer festen Denkweise sehen ihre Intelligenz und Persönlichkeit als statische Merkmale. Konstruktives Feedback wird daher persönlich genommen und kann eine oft unangenehme emotionale Reaktion auslösen. Menschen mit einem sogenannten „growth mindset“ sehen ihre Fähigkeiten als erlernte Eigenschaften, die im Laufe der Zeit ausgeübt und verbessert werden müssen. Menschen mit solchen wachstumsorientierten Denkweisen werden Feedback als einen Weg betrachten, ihre Fähigkeiten neu zu bewerten und zu verfeinern.

Wenn also Ihre Mitarbeiter in einem Feedbackgespräch defensiv oder emotional werden, kann dies ein Zeichen dafür sein, dass sie ein „fixed mindset“ besitzen. Um eine positive Feedback-Kultur zu schaffen, ist es wichtig, dass Sie Ihren Mitarbeitern beibringen, wie sie sich für Feedback öffnen und davon profitieren können.

### **ABER WIE?**

Werden Sie zum Vorbild für offene Kommunikation, indem Sie nach mehr Feedback fragen und auch Feedback akzeptieren. Am Anfang kann dies sehr zäh sein und vielleicht werden Ihre Mitarbeiter erst einmal keine Kritik üben - doch vergessen Sie nicht, dass sich Ihre Mitarbeiter auch erst einmal daran gewöhnen müssen, dass Sie ihrer Führungskraft alles offen sagen können.

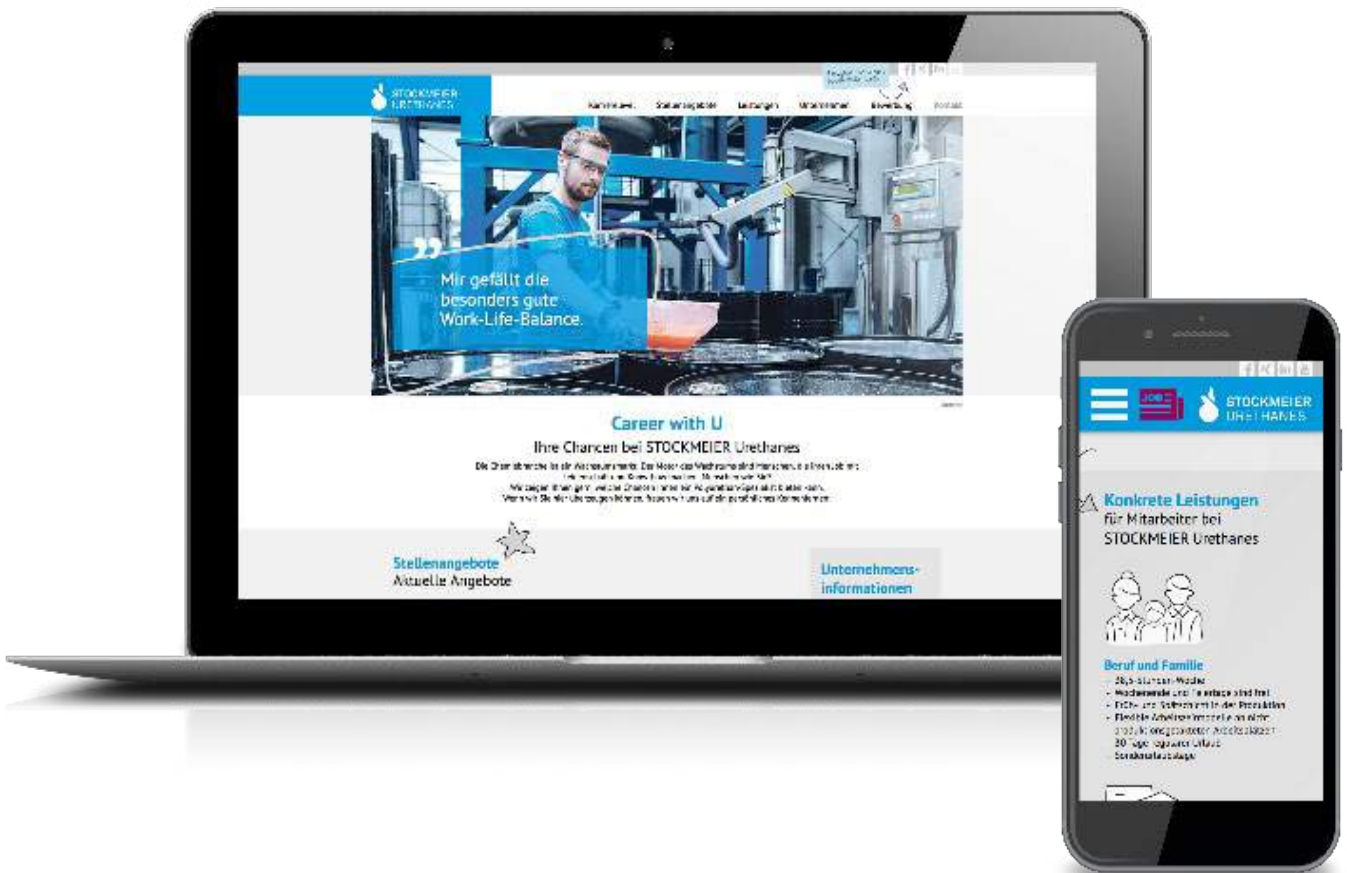
Wenn Feedback effektiv gegeben und empfangen wird, kann es ein wirkungsvolles Werkzeug sein, um nicht nur die beruflichen Fähigkeiten zu verbessern, sondern auch zu motivieren, die Produktivität zu steigern und die Arbeitskultur Ihres Unternehmens zu schärfen. Die einzige Hürde dafür ist der Anstoß durch die Führungskraft.

### **ALSO? WORAUF WARTEN SIE?**



# CAREER WITH U

*Dem Fachkräftemangel  
aktiv entgegenwirken*

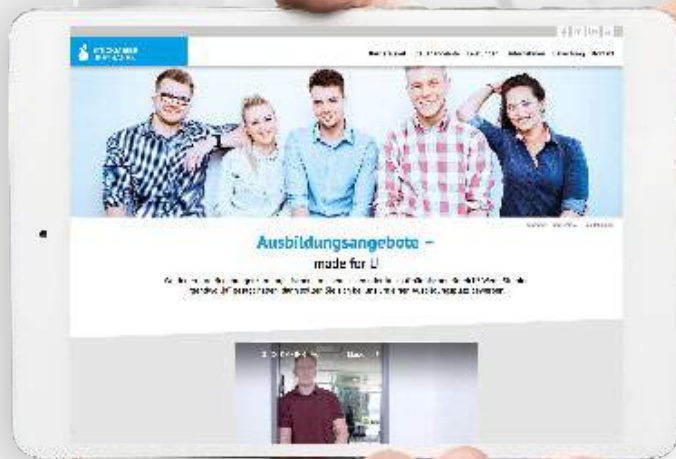


**MIT DER NEUEN JOB- UND KARRIERE-WEBSEITE „CAREER4YOU“ STELLT SICH DIE DEUTSCHE NIEDERLASSUNG DER STOCKMEIER URETHANES GRUPPE IM BEREICH EMPLOYER BRANDING NEU AUF.**

Im Kampf um die klügsten Köpfe gilt es, sich von seiner besten Seite zu präsentieren. Das wissen auch die Verantwortlichen der Stockmeier Urethanes GmbH und Co. KG aus dem ostwestfälischen Lemgo. Zukünftig soll dies verstärkt über Soziale Medien und die eigene Karriere-Webseite [www.career-with-u.com](http://www.career-with-u.com) stattfinden. Gemeinsam mit der Osnabrücker Werbeagentur team4media wurde die neue Online-Präsenz

entwickelt, mit der das Unternehmen sich in Zeiten des Fachkräftemangels für die Zukunft positionieren möchte. Melanie Lindecke ist verantwortlich für den Bereich Personal und Verwaltung und weiß, worauf es ankommt: „Wir wollen uns als attraktiver Arbeitgeber möglichst authentisch präsentieren. Gleichzeitig müssen die notwendigen Informationen zum Unternehmen sowie zu Ausbildungs- und Einstiegsmöglichkeiten gebündelt zur Verfügung stehen“. Dabei sei es besonders wichtig, das Unternehmen Stockmeier Urethanes für die Menschen in der Region erreichbar zu machen. Über verschiedene Soziale Medien wolle man zudem gezielt auf junge Menschen zugehen.

Die neue Karriere-Webseite bietet neben Kontaktformularen eine Übersicht über aktuelle Stellenangebote sowie Informationen zu Ausbildungsberufen und stellt das Unternehmen Stockmeier Urethanes als spannenden Arbeitgeber vor. Visuelle Einblicke ermöglichen verschiedene Videos vom Unternehmen sowie von Mitarbeitern aus den unterschiedlichen Arbeitsbereichen. „Heutzutage müssen Unternehmen um gute Mitarbeiter werben. Das sogenannte Employer-Branding ist eine wichtige strategische Maßnahme für viele Unternehmen“, weiß team4media-Geschäftsführer Axel Voss. Besondere Bedeutung habe dabei die Betonung der eigenen Attraktivität, um sich so von Mitbewerbern am Arbeitsmarkt positiv abzuheben, weiß der Agentur-Chef. Für Melanie Lindecke zählt aber auch dazu, konkrete Instrumente an die Hand zu bekommen. „Die Agentur team4media hat es verstanden, unsere Bedürfnisse in eine individuelle Lösung umzusetzen“, so die Personalverantwortliche.



WAS GEFÄLLT DIR AN DEINER ARBEIT?





# FIGHT FOR TALENTS



Personalmarketing ist ein notwendiger Faktor im „Fight for Talents“, auch im Hinblick auf die zunehmende Alterung unserer Gesellschaft.

Wer heute qualifizierte und motivierte Mitarbeiter haben und behalten will, die sich auch noch mit ihrer Arbeit und ihrem Arbeitgeber identifizieren, muss schon ein bisschen mehr dafür tun.

Im Prinzip dreht es sich im Personalmarketing um dieselben Dinge wie im klassischen Marketing: die Attraktivität des Unternehmens zu steigern und sich als Marke stärker durchzusetzen – mit zielgruppenorientierten Maßnahmen, die die Kunden überzeugen und langfristig binden sollen. Nur, dass sich die Maßnahmen im Personalmarketing nicht an Kunden richten, sondern an Mitarbeiter. Potenzielle und bestehende. Mit anderen Worten: externes und internes Personalmarketing.

## **EXTERNER PERSONALMARKETING – DAMIT NEUE MITARBEITER KOMMEN.**

Ziel des externen Personalmarketings ist es also, neue Mitarbeiter zu gewinnen. Doch welche Möglichkeiten gibt es denn nun außer Stellenanzeigen? Viele! Zunächst geht es darum, das Unternehmen attraktiv darzustellen bzw. überhaupt erst einmal bekannt zu machen. Da sind gezielte Imagekampagnen sinnvoll, die die Unternehmensmarke und damit verbundene Werte verbreiten (Employer Branding). Durch die totale Transparenz eines Arbeitgebers im Internet ist das Personalmarketing dort verstärkt anzusiedeln. Auf kununu.com, Facebook, XING, LinkedIn usw. können sich Interessierte ein Bild ihres zukünftigen Arbeitgebers machen. Dazu zählt auch die eigene Homepage des Unternehmens.

*Personalmarketing ist mehr als die klassische Stellenanzeige in der Tageszeitung und die obligatorische Weihnachtsfeier am Ende des Jahres.*





## 4 JAKOB RUPRECHT

Marketingstrategie  
und Berater



Wie eine aktuelle Studie des Business-Netzwerks LinkedIn ergab, ist für deutsche Arbeitnehmer (befragt wurden 1.005 Vollzeitbeschäftigte) bei einem Jobwechsel entscheidend, ob eine Arbeitgebermarke stark oder schwach ist.

*„Nahezu wittel würde sogar auf eine Gehaltserhöhung verzichten, um bei einem Unternehmen mit einer starken Marke anfangen zu können.“*

Für 52 Prozent käme ein Wechsel zu einer schwachen Arbeitgebermarke gar nicht in Frage; für 21 Prozent schon, allerdings würde man sich das mit einer Gehaltserhöhung von mindestens 10 Prozent bezahlen lassen – was die schwachen Marken letztendlich Millionen kosten kann. Auf Platz eins der Faktoren, die für eine starke Marke sprechen, stand dabei die (vermeintlich) höhere Jobsicherheit.

Die genannten Kanäle sind auch der ideale Ort, um Schritt 2 des Personalmarketings einzuleiten: das Recruiting. Hier als Social Recruiting in Form von Online-Stellenausschreibungen. Natürlich spricht nichts dagegen, als Ergänzung dazu eine klassische Stellenanzeige in die Tageszeitung zu setzen – es soll ja Menschen geben, die morgens noch gerne die Zeitung lesen, bevor sie in die digitale Welt einsteigen.

Das Recruiting hält aber noch viele weitere Optionen offen, wie zum Beispiel das Hochschulrecruiting oder das Anbieten von Praktika, Bachelor- und Masterarbeiten, Ausbildungsplätzen, Traineeprogrammen u. ä. Zudem ist es vorteilhaft, sich als Unternehmen auf Jobmessen zu präsentieren.

### INFO

**team4media** ist Ihr Partner, wenn es um Konzeption, Kreation und Umsetzung Ihres ganz persönlichen Personalmarketings geht. Lassen Sie sich von uns inspirieren, damit auch Ihr Unternehmen für Mitarbeiter und Kunden erste Wahl ist.

### INTERNES PERSONALMARKETING – DAMIT DIE MITARBEITER GERNE BLEIBEN.

Nun zu den guten alten Mitarbeitern: Wer glaubt, diese schon per se unter Dach und Fach zu haben, ohne etwas zu tun, muss sich nicht wundern, wenn sie sich eines Tages etwas Besseres suchen. Das interne Personalmarketing beschäftigt sich mit allem, was die Zufriedenheit und Bindung der Mitarbeiter fördert. Anders als man annehmen würde, steht die Vergütung heute bei der Mitarbeiterzufriedenheit nicht an erster Stelle. Wichtiger sind Mitarbeitern Themen wie Arbeitsinhalt, Betriebsklima und Führungsstil. Deshalb sollte das Personalmarketing genau in diesen Bereichen greifen.

Viele Unternehmen entscheiden sich daher auch für die Total-Reward-Strategy, in der anderen, immateriellen Komponenten, eine größere Bedeutung beigemessen wird. Das können eine positive Unternehmenskultur, Karriereperspektiven und Weiterbildungsmöglichkeiten sein, aber auch Angebote im Bereich der Work-Life-Balance, der flexiblen Arbeitszeiten, der Ermöglichung von Sabbaticals usw. Wichtig ist natürlich auch eine gut funktionierende Kommunikation mit den Mitarbeitern und deren Einbeziehung in betriebliche Entscheidungen.

Aber wie auch immer die gewählte Personalmarketingstrategie aussieht, sie sollte sich als Leitbild im Human Resource Management verankern und bei allen Themen rund ums Personal den Ton angeben. Daher muss diese Strategie gut durchdacht sein sowie konsequent und nachhaltig umgesetzt werden. Dann kann nach einiger Zeit aus diesem zunächst künstlichen Konstrukt eine gelebte Philosophie werden, die für jeden spürbar ist – intern wie extern, bei Mitarbeitern wie bei Kunden. Und das macht Personalmarketing nicht nur zur „Werbung“ für Kandidaten, **sondern zur besten Imagewerbung für das gesamte Unternehmen.**

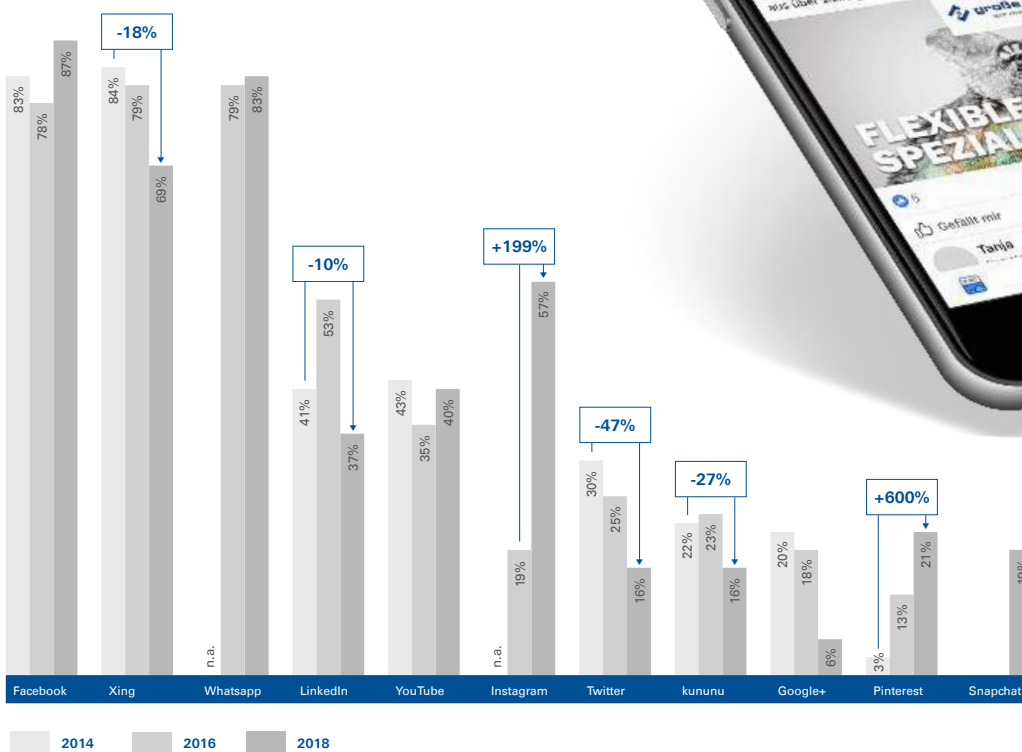
# CROSSMEDIALE AUSSENDAR- STELLUNG

*Im Kampf um Talente gilt es, einen kühlen Kopf zu bewahren. Eine ausgeklügelte Strategie bringt langfristig mehr Erfolg als überhitzter Aktionismus. Netter Nebeneffekt: ein angenehmes Betriebsklima. Die Firma Große Kracht kennt sich mit Klimatechnik bestens aus und ist nun auch im Bereich des Personalmarketings professionell aufgestellt.*





**SOCIAL MEDIA NUTZUNG DER FÜHRENDEN KANÄLE (FACH- & FÜHRUNGSKRÄFTE)**



**INFO**

Auch bei den Fach- & Führungskräften zeigen sich leichte Veränderung im 2014-Vergleich; weniger Twitter & kununu, mehr Instagram & Pinterest

Im Bereich des externen Personalmarketings geht es vordergründig um die Gewinnung neuer Mitarbeiter. Genutzt werden hierfür der überarbeitete Karrierebereich sowie das Bespielen diverser Kommunikationskanäle im Print- und Onlinebereich, aber auch die Entwicklung einer Social-Media-Strategie. So gelingt es, die Bekanntheit bei den Bewerbern zu steigern und die Alleinstellungsmerkmale der Firma Große Kracht herauszustellen.

Damit sich neue Mitarbeiter auch von Beginn an wohlfühlen, haben wir auch hier an den passenden Temperaturfühler gespielt. Im internen Personalmarketing kommt dem Thema „Onboarding“ eine immer wichtigere Rolle zu. Eine gute Einarbeitung, die Team-Integration, die Präsentation des Unternehmens, die Erklärung von internen Prozessen und auch ganz besonders die positive Darstellung des Unternehmens gehören zu den wichtigsten Bausteinen. Eine Willkommensbroschüre sowohl für Azubis als auch für Fachkräfte sind ein Beispiel aus diesem Bereich.

# MEHRMARKEN, MEHRWERT, MEHR BEWERBER

The image shows a laptop displaying the Restemeier website. The main content on the screen includes a navigation bar with 'Startseite', 'Leistungen', 'Karriereportal', 'Aktuelle Themen', 'Kontakt', and 'Restemeier'. The main heading reads 'WIR SUCHEN DICH! STARTE DEINE KARRIERE BEI RESTEMEIER'. Below this is a section for 'AUSBILDUNG' with a photo of a woman and a man. There are also sections for 'MIETWAGEN' and 'DIE PARTNERWERKSTÄTTE'. A circular inset on the left shows a close-up of the 'KARRIEREPORTAL' section, which features the text 'STARTE DEINE KARRIERE BEI RESTEMEIER' and 'Jedes Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter. Daher sind wir ständig auf der Suche nach motivierten, qualifizierten Fachkräften und nach jungen, engagierten Auszubildenden.' Below this is a photo of a mechanic working on a car wheel. The text 'DIE FREIE KFZ MEHRMARKENWERKSTATT IN OSNABRÜCK - IHR AUTO IN GUTEN HÄNDEN' is also visible.

*Starker Webauftritt für die Firma Restemeier in Osnabrück.*

## INFO

Die Typo3-basierte Webseite lässt sich vor allem durch eine umfassende Suchmaschinenoptimierung schnell und einfach finden!

Für die Mehrmarkenwerkstatt Restemeier in Osnabrück haben wir den Webauftritt grundlegend relaunched. Neben der Darstellung des Unternehmens sowie des allgemeinen Leistungsspektrums legte unser Kunde besonderen Wert auf die Stärkung und Betonung des Karriereportals. Als Ausbilder für Fachkräfte in den Bereichen Werkstatt und Büro sollten insbesondere die Entwicklungsperspektiven deutlich hervorgehoben und das Unternehmen als moderner Arbeitgeber präsentiert werden. Wir finden: gelungen!



**MAN MUSS DAS EISEN SCHMIEDEN,  
SO LANGE ES NOCH HEISS IST**

Darum begannen wir sofort mit der Arbeit, als uns unser Kunde Richter Metallbau aus Hagen a. T. W. um eine Anzeigenkampagne für die Rekrutierung neuer Fachkräfte auf facebook bat. Auffällige, wortwitzige und moderne Anzeigerserien waren die Folge – und der Erfolg. Denn schon nach kurzer Zeit konnten gleich mehrere Stellen mit qualifizierten Fachkräften neu besetzt werden.



**DER FUNKE  
SPRÜHT,  
DAS EISEN  
GLÜHT...**

# DER DIGITALE SCHULTER- KLOPFER

*FÜHRUNG IST MEHR ALS DAS DELEGIEREN  
VON AUFGABEN UND DIE KONTROLLE DER  
PRODUKTIVITÄT VON ANGESTELLTEN.*

Um Talente für sich zu gewinnen, muss gute Führung nach außen hin sichtbar gemacht werden, beispielsweise über Mitarbeiterbewertungen auf Kununu. Laut aktuellen Studien machen zwei Drittel der Arbeitnehmer nur noch Dienst nach Vorschrift und – noch gravierender – 15% sind extrem demotiviert und haben innerlich bereits gekündigt. Es leiden jene Beschäftigten darunter, die ohne Zugehörigkeitsgefühl in der Firma vor sich hinvegetieren, sich ausgebrannt fühlen und zu höheren Fluktuationsquoten führen. Weitergehend verursacht die fehlende emotionale Bindung auf Unternehmensseite immense Kosten. Aber auch damit nicht genug: Denn all die Mitarbeiter, die Gas geben wollen und motiviert sind, werden von den Kollegen, die nur Dienst nach Vorschrift machen, ausgebremst. Laut des Meinungsforschungsinstituts Gallup kostet jeder Fehltag das Unternehmen durchschnittlich 252 Euro. Kosten, die sich über das Jahr kumuliert, bei einem Unternehmen mit 2000 Mitarbeitern, auf etwa 1,3 Millionen Euro belaufen.

## **DABEI IST ES NICHT DAS GEHALT, WAS UNS MOTIVIERT**

Auch nicht der neue Dienstwagen oder dicke Prämien. Nein, Gallup zufolge hängt die emotionale Mitarbeiterbindung wesentlich vom Führungsverhalten des direkten

Vorgesetzten ab. Das Geld, was in Boni oder Prämieren gesteckt wird, ließe sich sinnvoller in Innovationen oder neue Geschäftskonzepte investieren. Gesicherte Erkenntnisse zu Motivationspraktiken aus den Sozialwissenschaften finden bedauerlicherweise keine Anwendung in der Wirtschaft. Stattdessen versprechen wir in unserer Verzweiflung immer mehr Boni oder höhere Provisionen, um doch noch irgendwie eine Leistungssteigerung herbeizuzaubern oder den qualifizierten Mitarbeiter überhaupt an das Unternehmen binden zu können. Doch welche positiven Effekte auf die Führungskultur lassen sich eigentlich auf zwischenmenschlicher Ebene erzeugen?

Ganz einfach: Langfristig bleiben Arbeitnehmer dort, wo ihre Leistung gewürdigt wird. Wir wissen: „Gute Mitarbeiter gehören gelobt“. Richtig dosiertes Lob versetzt uns in einen Zustand voller Energie und führt dazu, dass wir nach noch mehr Lob streben. Das wiederum lässt sich durch mehr Leistung und Motivation erzielen. Wer gelobt wird, bemüht sich also, dem Lob gerecht zu werden. Auch biopsychologisch lässt sich das nachweisen: Durch Lob setzt unser Gehirn einen Cocktail aus Glückshormonen frei, was sich schlussendlich positiv auf die Firmenbilanz auswirkt. Die Forschung zeigt weitergehend, dass Lob auch die Hilfsbereitschaft unter den Kollegen und somit auch das Betriebsklima verbessert.

### PRÄSENTIEREN SIE SICH ALS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER!

Zeigen Sie sich auf allen Kommunikations-Kanälen begeistert von Ihrem Unternehmen. Und gestalten Sie die „Candidate Experience“ – die Erfahrungen, die Bewerber mit Ihnen vom ersten Kontakt bis zur Einstellung machen – optimal.

# WAS WICHTIG IST UND WAS IMMER WICHTIGER WIRD

*Wie Sie echte Mitunternehmer statt „nur“ Mitarbeiter finden.  
Hier sind wichtige Ansätze für die Gewinnung kluger Köpfe.*

#### EMPLOYER BRANDING

Das Potenzial an Fach- und Führungskräften schmilzt weiter. Künftig bewerben sich Unternehmen beim Bewerber. Deshalb geht es im Mittelstand darum, eine attraktive „Arbeitgebermarke“ zu werden. Mit mehr Sichtbarkeit auf dem Arbeitsmarkt. **Mit Werten und Stärken**, die es herauszuarbeiten gilt – und die Sie **auf allen Kanälen kommunizieren** sollten. Das wirkt nach außen und innen!

#### BEGEISTERUNG KANN UNS ZU HÖCHSTLEISTUNGEN TREIBEN

Sind wir von einer Sache begeistert, können wir alles andere um uns herum vergessen. Und ist es nicht schön, mit Menschen zu arbeiten, die solch eine Begeisterung an den Tag legen? Doch wie findet man diese „Right Potentials“, die ins Team und zur Unternehmenskultur passen? Die mit ihrer Begeisterung Kollegen und Kunden anstecken? Die Ideen versprühen und in Erfolge verwandeln?



# NACHWUCHS-GENERATOR AUS PAPIER

*WIR ERNTEN, WAS WIR SÄEN!*

**INFO**

Die vielfältigen Karriere-möglichkeiten werden in der AMAZONE-Recruiting-Broschüre auch unter Verwendung interaktiver Elemente präsentiert.

**RECRUITING-BROSCHÜRE FÜR AMAZONE-WERKE**

Als modern aufgestelltes, international agierendes Traditionsunternehmen legt AMAZONE besonderen Wert auf eine ausgeprägte Unternehmenskultur. Aus- und Weiterbildung nehmen darin einen hohen Stellenwert ein. So ist die Recruiting-Broschüre wichtiger Bestandteil einer innovativen Strategie zur Nachwuchsförderung. Wir haben sie konzipiert, getextet und gestaltet – und zwar so, dass sie nicht nur gut aussieht, sondern auch gut ankommt.









# DER APPETIT KOMMT BEIM ESSEN!



## INFO

Out-of-home-Kampagnen ermöglichen eine breite, durch die örtliche Positionierung aber dennoch sehr zielgerichtete Ansprache von Interessenten.

Oder besser gesagt: mit dem Essen! Um seine Kunden rundum zu verwöhnen, bedarf es für Wiesmann innovatives Catering jederzeit qualifizierter Fachkräfte. Diese für Küche und Service begeistern zu können, war sodann unsere Aufgabe. Mit dem Ausbau der Jobseiten des Internetauftrittes (inklusive Bewerbungsformular), einer Anzeigenkampagne auf facebook sowie zielgerichteten Out-of-home-Aktivitäten in Osnabrück konnten jede Menge Interessierte akquiriert werden.





# WIR GESTALTEN FORTSCHRITT.

Unternehmenskommunikation, die ankommt.  
Werbung, die begeistert. Beratung, die ans Ziel führt.  
So gestalten wir (Ihren) Fortschritt.



# UNSER SPEKTRUM

## PRINT

Corporate Design / Imagebroschüren / Produktbroschüren /  
Geschäftsausstattung / Corporate Publishing / Geschäfts-  
berichte / Direkt-Mailings / Newsletter / Anzeigen /  
Verpackungsdesign / Mitarbeiterzeitungen / Recruiting-Bro-  
schüren / Recruiting-Kampagnen

## ONLINE

Responsive Webdesign / Accessible Webdesign /  
Mobile Solutions / E-Commerce / Magento / Shopware /  
Content-Management-Systeme / TYPO3 / InterRed /  
Blogs / WordPress / E-Books / Suchmaschinenmarketing /  
Newsletter-Marketing / Live-Reporting / Hosting /  
Social Media / Facebook / Twitter / YouTube / Instagram /  
Pinterest / Karriereseiten / Wissensportale

## MESSE

Messe- und Ausstellungskonzepte / Messeorganisation /  
Standdesign / Onscreen-Präsentationen / Renderings /  
Multimedia-Anwendungen / Give-aways / Jobmesse-  
Ausstattung / Animationen

team **4** media

team4media GmbH  
Lengericher Landstraße 7  
49078 Osnabrück

Telefon: 0541 33579-0  
Telefax: 0541 33579-29

E-Mail: [dialog@team4media.net](mailto:dialog@team4media.net)

[facebook.com/team4media](https://facebook.com/team4media)  
[twitter.com/team4media](https://twitter.com/team4media)

[www.team4media.net](http://www.team4media.net)