



WORTH IT!

Talente verzweifelt gesucht! Aber wie können Unternehmen im aktuellen Kampf um Fachkräfte potentielle Kandidat:innen von sich überzeugen und auch halten? Düsseldorfer Employer Branding Expert:innen wissen: Wichtiger als Social Benefits sind vielen Mitarbeitenden Wertschätzung, Chancen zur Mitgestaltung und die Möglichkeit, persönlich zu wachsen.

Desperately seeking talent! But how can companies convince and retain potential candidates in the current battle for skilled labour? Well, Düsseldorf's employer branding experts know that for many employees it is not so much social benefits that matter, but appreciation, opportunities to help shape the company and the chance to grow personally.

Picture: Amt für Umwelt- und Verbraucherschutz, Düsseldorf

Obstkorb, Tischtennisplatte und Fitnessabo? Nice to have! Ganz oben auf der Wunschliste von Mitarbeitenden stehen heute Work-Life-Balance und zeitliche Flexibilität. „Die Arbeitswelt hat sich in ihrer Gesamtheit gewandelt, und auch unsere individuellen Lebenssituationen befinden sich fortlaufend im Wandel. Ein starres 'Nine-to-Five-im-Office' passt einfach nicht mehr in die heutige Zeit“, sagt Judith Reckert, Head of Employer Branding bei Crossmedia. Anfang 2022 hat die Düsseldorfer Agentur ein neues Arbeitsmodell eingeführt: Reduktion der Arbeitszeit auf eine 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich – ein progressives Gleitzeitmodell mit Überstundenausgleich sowie der freien Wahl des Arbeitsorts. „In der Pandemie haben wir gesehen, dass das gut funktioniert. Die Möglichkeit, die Arbeitszeit im Verlauf der Woche flexibler zu gestalten, um unterschiedlichen Lebenskonzepten gerecht zu werden und gleichzeitig den sich wandelnden Anforderungen unserer Kunden zu entsprechen, ist unser wichtigster Social Benefit“, sagt Reckert. Bei der jüngeren Generation steige laut der Employer Branding Expertin zudem die Relevanz von Nachhaltigkeitsthemen. Ob der Einsatz von Ökostrom, umweltschonende Mobilität oder Food-Sharing-Fächern im Bürokühlschrank für bewussten Lebensmittelverbrauch – Crossmedia zeigt in Umweltfragen Haltung und investiert in ein neues umweltfreundliches Büro mit aufwendigem Klimakonzept, das Mitte 2024 fertiggestellt werden soll.

SUSTAINABILITY UND SOZIALES

Auch Feel Good- und Gesundheitsmanagement spielen heutzutage eine zentrale Rolle bei der Gestaltung einer positiven und damit attraktiven Arbeitsumgebung. Gesundheits- und Mental Health-Workshops, Sportevents, subventionierte Fitnesskurse oder kostenlose Yogastunden im Büro – immer mehr Unternehmen investieren in die körperliche und mentale Gesundheit ihrer Mitarbeitenden und ihr soziales Engagement. Crossmedia etwa schenkt allen Mitarbeitenden mit dem Social Day



Judith Reckert
Head of Employer Branding,
Crossmedia

Picture: Crossmedia / Jan Ladwig

WORDS KAROLINA LANDOWSKI — PICTURES PR

Fruit basket, table tennis table and fitness subscription? You wouldn't exactly say no, would you! At the top of employees' wish lists today are work-life balance and time flexibility. "The world of work has changed as a whole, and our individual life situations are also constantly changing. A rigid 'nine-to-five in the office' simply no longer fits in today's world," says Judith Reckert, Head of Employer Branding at Crossmedia. The Düsseldorf-based agency introduced a new working model at the beginning of 2022, which entails a reduction of working hours to a 35-hour week on full pay, a progressive flexitime model with overtime compensation as well as the freedom to choose where to work. "During the pandemic we have seen that this works well. The ability to organise working hours more flexibly over the course of the week in order to accommodate different lifestyles and at the same time meet the changing needs of our customers is our most important social benefit," says Reckert. According to the employer branding expert, the issue of sustainability is also increasingly important to the younger generation. Whether it's the use of green electricity, environmentally friendly mobility or food-sharing compartments in the office fridge for conscious food consumption - Crossmedia is taking a stand on environmental issues and is investing in a new environmentally friendly office with an elaborate climate concept, which is due to be completed in mid-2024.

SUSTAINABILITY AND SOCIAL ENGAGEMENT

Wellbeing and health management also play a central role in creating a positive and therefore, attractive working environment these days. Health and mental health workshops, sporting events, subsidised fitness courses or free yoga classes in the office - more and more companies are investing in the physical and mental health of their employees and their social commitment. Crossmedia, for example, gifts all employees a day's work on Social Day, which they can invest in a voluntary project of their choice. However, first of all there must be the creation of an inclusive and fair working environment, which in itself promotes mental health, reduces stress factors and ensures that employees have access to re-





Gesundheits- und Mental Health-Workshops sowie Sportevents gehören zur modernen Unternehmenskultur, etwa bei Crossmedia.
Health and mental health workshops and sports events are part of modern corporate culture, for example at Crossmedia.

einen Tag Arbeitszeit, den sie in ein selbst gewähltes ehrenamtliches Projekt investieren dürfen. Aber erst die Schaffung einer inklusiven und gerechten Arbeitsumgebung fördert die psychische Gesundheit, reduziert Stressfaktoren und stellt sicher, dass Mitarbeitende Zugang zu Ressourcen haben, welche die eigene psychische Gesundheit verbessern. Judith Reckert ist überzeugt: „Indem wir den Menschen in den Mittelpunkt stellen und die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, bewahren wir Leidenschaft und Begeisterung für unsere Arbeit. Dies ermöglicht uns, Kund:innen zufriedenzustellen und trägt dazu bei, dass Agenturen zukunftsfähig bleiben. Eine zufriedene Belegschaft ist das Fundament unserer Zukunftsfähigkeit.“

EMPATHIE UND EIGENVERANTWORTUNG

„Come as you are!“ heißt es beim Düsseldorfer Telefonie-Anbieter siggate. „Für uns zählt das inklusive und respektvolle Miteinander. Das versuchen wir jeden Tag selbst neu zu gestalten und stetig zu verbessern – in unserer Safe Space Community oder unserer Diversity Gruppe. Wichtig ist der permanente Austausch, sein Gegenüber zu respektieren und gemeinsam zu lernen“, sagt Sigurd Jaiser, Mitglied der Geschäftsführung bei siggate. Gelbe Brille, grüne Haare oder Anzug? Hauptsache, alle fühlen sich wohl und die Chemie stimmt. In Sachen Social Benefits ist das Düsseldorfer Unternehmen Vorreiter – von der internen Kinderbetreuung

sources that improve their own mental health. Judith Reckert is convinced: "By putting people at the centre and creating the right framework conditions, we maintain passion and enthusiasm for our work. This enables us to satisfy customers and helps agencies remain fit for the future. A satisfied workforce is the foundation of our future viability."

EMPATHY AND PERSONAL RESPONSIBILITY

"Come as you are!" is the motto at Düsseldorf-based telecommunication provider siggate. "Inclusive and respectful cooperation is important to us. We try to shape this ourselves on a daily basis and constantly aim to improve it, for example through our Safe Space Community or our Diversity Group. It's important to constantly exchange ideas, respect each other and learn together," says Sigurd Jaiser, Member of the Management Board at siggate. Yellow glasses, green hair or a suit? The main thing is that everyone feels comfortable and the chemistry is right. The Düsseldorf-based company is a pioneer when it comes to social benefits - from in-house childcare to free seasonal organic food in the company's own restaurant, from fully remote working to individually adjustable working hours, from employee events to an outdoor playground for the nine office dogs. However, siggate has also learnt that today's employees are more interested in having involvement in decisions, in commitment and further development. Maximum

Picture: Crossmedia / Jan Ladwig

über kostenlose saisonale Bio-Küche im hauseigenen Restaurant, von fully remote work bis zu individuell regelbaren Arbeitszeiten, von Mitarbeitenden-Events bis zum Outdoor-Spielplatz für die neun Bürohund. Doch auch bei siggate hat man die Erfahrung gemacht, dass es Mitarbeitenden heute vor allem um Mitsprache, Engagement und Weiterentwicklung geht. Maximale Eigenverantwortung statt Hierarchien: Um konstant im Teamwork voneinander zu lernen, arbeiten bei siggate immer mindestens zwei Personen an einer Aufgabe, verhindern so Fehler von Beginn an und sichern eine hohe Qualität. Bei siggate können sich Mitarbeitende nicht nur individuell weiterbilden, hier sind alle Teams für Personalentscheidungen selbst verantwortlich – von der Ausschreibung der Stelle, über das Vorstellungsgespräch bis Einstellung. Fachliche und persönliche Weiterbildung, die Möglichkeit, ein Feedback zu geben bzw. an Entscheidungsprozessen beteiligt zu sein, ist für progressive Unternehmen wie siggate und Crossmedia die Basis für die gemeinschaftliche Weiterentwicklung.



Sigurd Jaiser
Member of the Management Board,
siggate

KOMMUNIKATION UND KLARHEIT

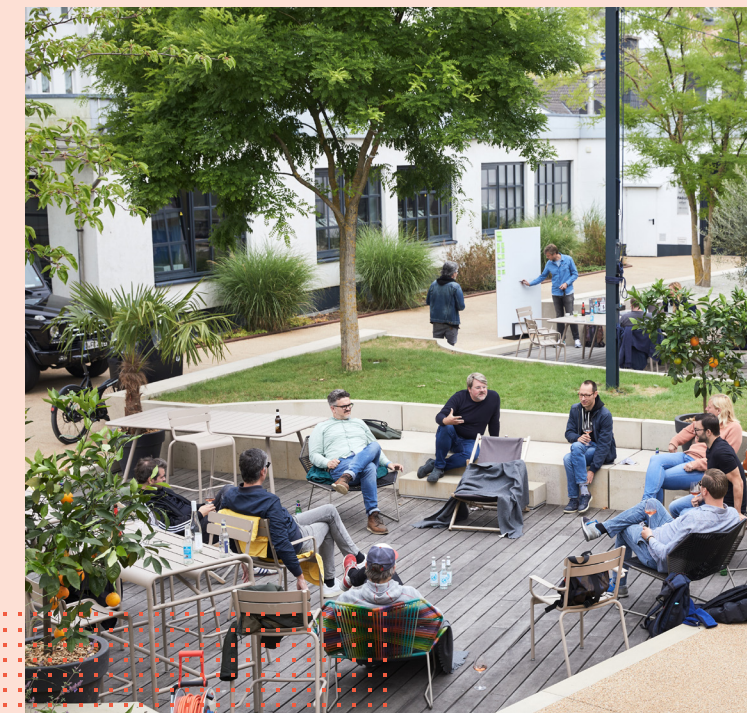
„Es gibt aktuell einen starken Fokus darauf, Mitarbeitende mitzunehmen und partizipativ an Prozessen teilnehmen zu lassen“, sagt mit Jörg Wolf einer, der es wissen muss. Seit etwa 15 Jahren positioniert Wolf gemeinsam mit Sabine Castenow Arbeitgebermarken und sorgt dafür, dass sie entlang des gesamten Employer Cycle erlebbar werden. Neben den beiden Geschäftsführern kümmert sich ein knapp 50-köpfiges Team in der Employer Branding Agentur Castenow um Kunden wie die Bundeswehr, AIDA, Rewe, die Stadt Köln und zahlreiche mittelständische Unternehmen. „Social Benefits werden zwar gerne ‚mitgenommen‘, wichtiger ist es aber für Mitarbeitende, sich ernstgenommen und wertgeschätzt zu fühlen und vor allem: sich weiterentwickeln zu können“, bestätigt Wolf. Soziale Benefits wie Fitnesstrainings oder kostenlose Getränke würden nur die ersten 4 bis 8 Wochen „wirken“, dann trete der Gewöhnungseffekt ein. Nachhaltiger sei eine wertschätzende Unternehmenskultur, die Mitarbeitenden viel Raum zur persönlichen Weiterentwicklung gibt sowie eine klare, transparente Kommunikation – bereits beim Onboarding. Schließlich würde jeder Zweite kündigen, weil

Picture: siggate

personal responsibility instead of hierarchies. So, in order to learn from each other in teamwork there are always at least two people working on the same task at siggate, thus preventing errors from the outset and ensuring high quality. At siggate, employees are not only able to further their professional training on an individual basis, but all teams are responsible for their own personnel decisions - from advertising the position to the interview and hiring. For progressive companies like siggate and Crossmedia, professional and personal development, the opportunity to give feedback and to be involved in decision-making processes are the basis for joint further development.

COMMUNICATION AND CLARITY

"There is currently a strong focus on involving employees and allowing them to participate in processes," says Jörg Wolf, someone who knows what he's talking about. Together with Sabine Castenow, Wolf has been positioning employer brands for around 15 years and ensures that they can be experienced along the entire employer cycle. In addition to the two managing directors, a team of almost 50 people at the Castenow employer branding agency is looking after clients such as the German Armed Forces, AIDA, Rewe, the city of Cologne and numerous medium-sized companies. "Social benefits are often 'accepted with thanks', but it is more important for employees to feel taken seriously and valued and, above all, to be able to develop themselves further," confirms Wolf. Benefits such as fitness training or free drinks are



er sich in der Organisation eines Unternehmens nicht wohlfühlt. Auch das Offboarding sollte respektvoll und wertschätzend verlaufen – denn Mitarbeitende, die gehen, tragen nicht nur das Image einer Unternehmens mit in die Welt, sondern kehren bei einem fairen Miteinander auch gerne in ein Unternehmen zurück.

„Die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens ist das A und O, um für Talente attraktiv zu sein. Kultur und Werte, die nach außen kommuniziert werden, müssen auch innen gelebt werden“, sagt Wolf. Dass es vom Chef oder der Chefin abhängt, ob sich junge Menschen für eine Stelle entscheiden, zeigt auch eine aktuelle Umfrage der Wirtschaftsunioren Deutschland (WJD). Laut der wünschen sich mehr als die Hälfte der befragten Generation Z von ihren Vorgesetzten Wertschätzung und Lob. Für 43 Prozent der Befragten muss der Chef, die Chefin offen und bereit für Veränderung sein. Erst auf dem dritten Platz landet die fachliche Kompetenz. Während sich 74 Prozent eine gute Work-Life-Balance wünschen, und 71 Prozent die Aussicht auf abwechslungsreiche Tätigkeiten, sind für 81 Prozent und somit die Mehrheit der Befragten gute Verdienstmöglichkeiten am wichtigsten bei ihrer Berufswahl. Eine Sache scheint also nicht aus der Mode zu kommen: das liebe Geld. •

„GUTE FÜHRUNG, VERTRAUEN UND EINE WERTSCHÄTZENDE KULTUR KOMMEN BEI JUNGEN MENSCHEN AN. WIR SAGEN IMMER: NUR WAS INNEN STRAHLT, KANN NACH AUSSEN LEUCHTEN.“

Persönliche Weiterentwicklung steht heute im Fokus vieler Mitarbeiter:innen.
Personal development is the focus of many employees today.



Jörg Wolf
Managing Director,
CASTENOW

only effective for the first 4 to 8 weeks, then the familiarisation effect kicks in. More sustainable is an appreciative corporate culture that gives employees plenty of room for personal development as well as clear, transparent communication - even during onboarding. After all, one in two people would resign if they weren't feeling comfortable in a company's organisation. Offboarding should also be respectful and appreciative - because employees who leave not only carry the image of a company out into the world, but are also happy to return to a company if they are treated fairly.

"A company's credibility is the be-all and end-all when it comes to attracting talent. The culture and values that are communicated externally must also be lived internally," says Wolf. A recent survey by the Wirtschaftsunioren Deutschland (WJD) also shows that it depends on the boss whether young people decide to take a job. According to the survey, more than half of the Generation Z respondents want their superiors to show appreciation and praise. For 43 per cent of those surveyed, the boss must be open and ready for change. Only in third place is professional expertise. While 74 per cent want a good work-life balance and 71 per cent the prospect of varied tasks, 81 per cent - the majority of respondents - consider good earning potential to be the most important factor in their choice of career. So, it looks like at least one thing isn't going to go out of fashion anytime soon: money. •

Verpflegung garantiert: Bei siggate wird für das gesamte Team im hauseigenen Restaurant frisch gekocht.

Catering guaranteed: At siggate, fresh meals are prepared for the entire team in the in-house restaurant.

