

R

REWARDS

THE LOYALTY, INCENTIVE & PROMOTION MAGAZINE

Onboarding Boxen:
Perfektes Geschenk
für neue Mitarbeiter

Vakanzkosten – die
unterschätzte Falle
im Personalwesen



American Football-
Star Patrick Esume
im Interview über
Teamgeist

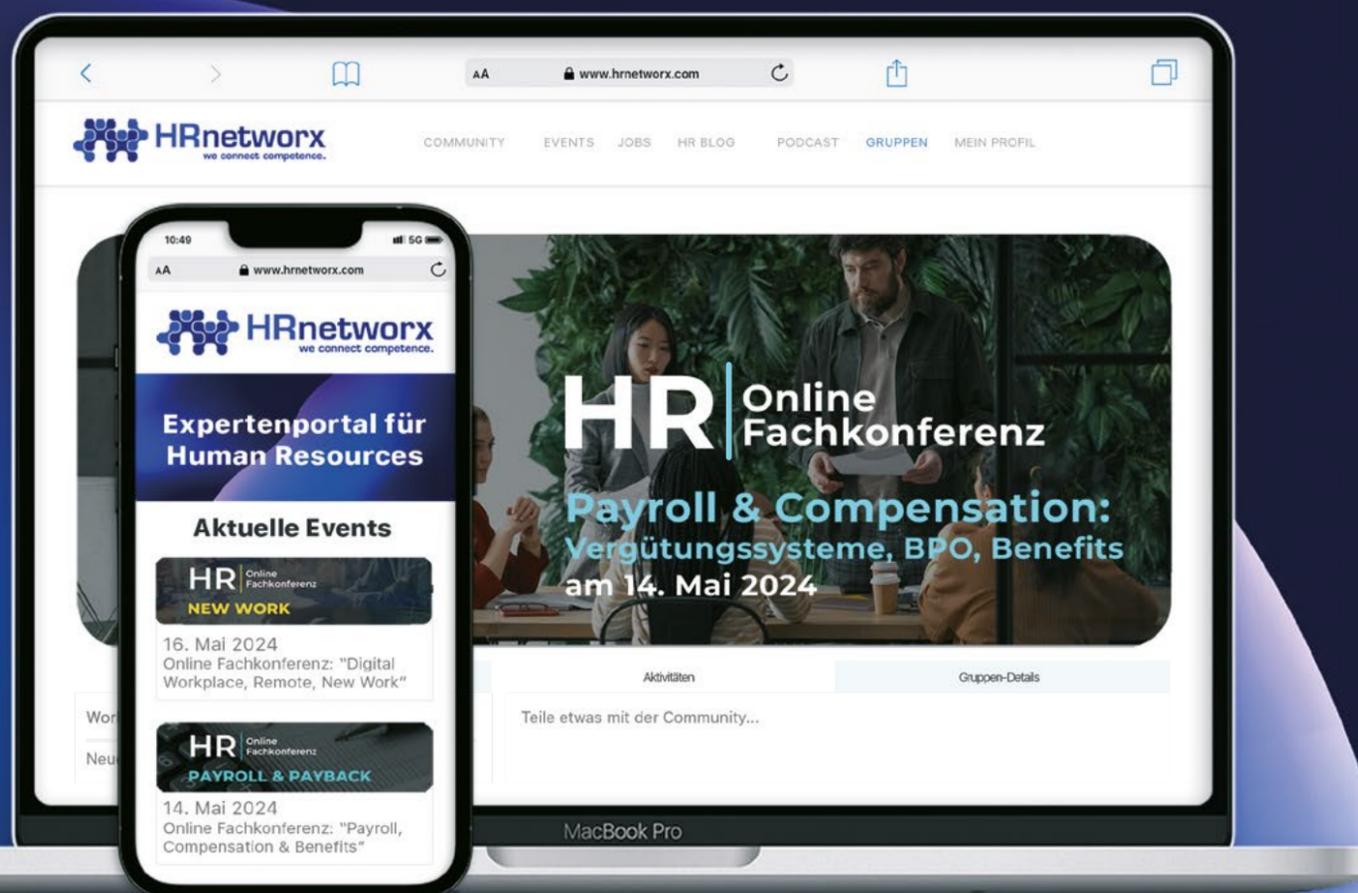
„AUCH JUNGE LEUTE ZEIGEN LEISTUNG“

Deutschlands führende Stimme für New Work, Laura Bornmann, über die Arbeitsmoral der Generation Z, Mitarbeiterbindung und Ideen, die Welt besser zu machen.

HRnetworx

we connect competence

ONLINE FACHEVENTS FÜR DIE HR-COMMUNITY



Jetzt kostenfrei registrieren
HRnetworx.com



Liebe Leserinnen und Leser,

der Arbeitsmarkt verändert sich rasant. Beschleunigt durch Fachkräftemangel, Generationenwandel und New Work haben es Unternehmen immer schwieriger, frei gewordene Arbeitsplätze neu zu besetzen. Wussten Sie etwa, dass es ein Unternehmen bis zu 75.000 Euro kosten kann, Ersatz für einen Mitarbeiter zu finden, der gekündigt hat oder in Rente gegangen ist? Unsere Story über die „Falle Vakanzkosten“ erklärt, wie dieser Betrag zustande kommt. Damit Sie gar nicht erst in diese Falle tappen, erklären zum einen Recruiting-Expertinnen Ilka Bergrath und Christina Relius von „connect people & company“, wie man effizient und erfolgreich handeln kann, und die HR-Fachfrau Pia Tischer von „coveto“ beschreibt, wie man Probearbeitstage für beide Seiten sinnvoll gestaltet.

Auch zwei Interviews tragen spannende Erkenntnisse bei. American Football-Ikone Patrick Esume beschreibt, was Führungskräfte von Teambuilding im Sport lernen können. Und Influencerin Laura Bornmann macht sich für die nächsten Generationen stark: „Auch junge Menschen wollen Leistung bringen.“

Last not least möchte ich Ihnen unsere Story über „Onboarding Boxen“ ans Herz legen, in der Sie erfahren, wie Sie neuen Kolleginnen und Kollegen am ersten Arbeitstag ein Lächeln auf die Lippen zaubern und ihnen zeigen können: Wir freuen uns, dass Du da bist!

Herzlichst, Ihr
Matthias Müller

IMPRESSUM

Herausgeber:

Living Bytes Kundenbindungs- und Kundengewinnungsprogramme GmbH,
Holsteiner Chaussee 183a,
22457 Hamburg,
Tel. +49 40 / 55 620 34-0
E-Mail: info@livingbytes.de
www.livingbytes.de

Geschäftsführer:

Matthias Müller

Redaktionelle Umsetzung:

AEMEDIA
Hammerbrookstraße 93,
20097 Hamburg
www.ae-media.de

Änderungen vorbehalten.
Für Druckfehler, Irrtümer
und Unvollständigkeiten
wird keine Haftung über-
nommen.

TITEL: FARINA DEUTSCHMANN, RTL, FOTO: ARCHIV

INHALT

MAGAZIN

- 06 Good to know**
Die neuesten Zahlen, Fakten und Termine: Was Sie jetzt wissen sollten, um immer gut informiert zu sein.

TITELSTORY

- 20 „Wir brauchen andere Antworten“**
New Work-Expertin Laura Bornmann über die Generation Z und die Notwendigkeit, neue Wege zu gehen.

WISSEN

- 28 Vakanzkosten – die tückische Falle**
Unbesetzte Arbeitsplätze kosten Unternehmen Zeit, Geld und Reputation. Neue Strategien sind gefragt.
- 36 „Vertrauen Sie auf Ihr Gefühl“**
Zwei Recruiting-Expertinnen über die Kunst der Mitarbeiter-Akquise.
- 48 Warum sich Arbeitsschutz auszahlt**
Neue, fünfteilige Serie „Gesund und sicher arbeiten“ – powered by B·A·D.

KOLUMNE

- 44 Schnuppern, aber richtig!**
Recruiting-Expertin Pia Tischer erklärt, wie ein Probearbeitstag für alle Beteiligten zum Erfolg wird.

INTERVIEW

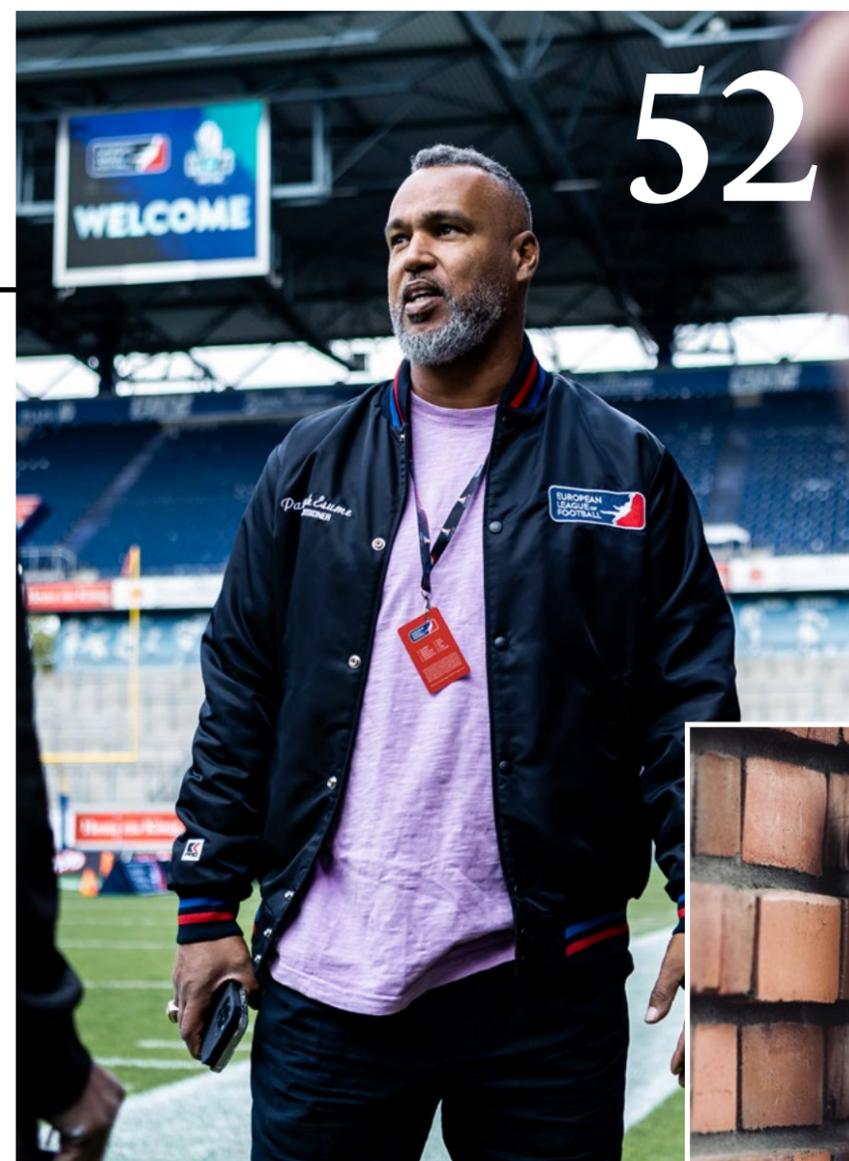
- 52 „Bezahlung ist nur ein Deal“**
Football-Ikone Patrick Esume über die Rolle von Emotionen und warum Bezahlung keine Wertschätzung ist.

CASE-STUDY

- 62 Automatisch fortschrittlich**
Die August Brötje GmbH setzt zur Unterstützung des Großhandels auf einen Online-Werbemittelshop.

HOW TO STORY

- 68 Wie funktioniert eigentlich ...**
... die „Onboarding Box“, das persönliche und individuelle Geschenk-Set zum ersten Arbeitstag?



GOOD TO KNOW



FRUST IM JOB: FRÜHE KÜNDIGUNG WEGEN UNZUFRIEDENHEIT

Jeder zweite Mitarbeiter in Deutschland verlässt einen neuen Arbeitsplatz schon im ersten Jahr wieder. Nach einer Umfrage des Job-Netzwerks Xing waren drei Viertel aller arbeitenden Menschen schon mal unzufrieden im neuen Job. Konsequenz: Statt auf der ungeliebten Planstelle zu verharren, hat etwa die Hälfte innerhalb des ersten Jahres gekündigt. Gründe für den Frust: Negatives Verhalten der Unternehmensführung (43 %), ein als zu niedrig empfundenes Gehalt (43 %), zu viel Stress (30 %), zu viele Überstunden (26 %). Die frühe Kündigung bereuen nur wenige. 91 % waren im nächsten Job zufriedener.

„Vier oder sechs Stunden pro Tag reichen nicht, um auf der Karriereleiter nach oben zu kommen.“

Céline Flores Willers, Influencerin und Gründerin von The People Branding Company.

4,5

PROZENT UMSATZWACHSTUM...

erwartet die europäische Werbeartikelbranche dieses Jahr. Allerdings gibt es auch Herausforderungen: 70% der Firmen nannten die Preis-sensibilität der Kunden als größtes Problem, gefolgt von hohen Nebenkosten (61 %).

DIE BELIEBTESTEN GESCHENKE: KOCHEN & GENUSS BEI MÄNNERN UND FRAUEN WEIT VORN

Der Anbieter „MeinWunschgeschenk“ analysiert wöchentlich die beliebtesten Produkte seines rund 3.000 Artikel umfassenden Programms.

Ob zum Geburtstag, Jubiläum, Weihnachten oder zu anderen Anlässen: In der Welt von MeinWunschgeschenk.de suchen sich Mitarbeitende genau das Geschenk aus, das ihnen am besten gefällt. Sie erhalten einen Geschenkcode auf einer vom Unternehmen festgelegten Wertstufe, den sie gegen hochwertige Markenprodukte einlösen können. Spannende Frage: Was genau gefällt am besten? Diese

Frage lässt sich vom Produktmanagement von MeinWunschgeschenk beantworten. Einmal in der Woche analysiert die Abteilung die Bestellungen bei MeinWunschgeschenk für Produkte im Wert zwischen 20 und 250 Euro, sortiert nach Geschlecht und in neun Kategorien.

Am häufigsten wurden Produkte aus der Kategorie Kochen und Genuss geordert (37,37 %). Der Grund: Bereits in niedrigen Wertstufen gibt es eine extrem große Auswahl an attraktiven Produkten. Die führende Kategorie aus dem Jahr 2022 – Garten und Werkzeug – liegt in der aktuellen Auswertung nur noch auf Platz zwei (12,63 %), wobei hier deutlich mehr Männer als Frauen Produkte bestellen. Dahinter folgt Multimedia und Technik (11,08 %), was auch dem Umstand geschuldet ist, dass die Produkte in dieser Kategorie teurer sind und höhere Wertstufen seltener verschenkt werden. Auf Platz vier und fünf liegen die Produkte der Kategorie Freizeit und Sport (8,83 %) sowie Beauty und Wellness (8,51 %).



KLEINE GESCHENKE, GROSSE MOTIVATION



Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft. Diese Weisheit erweist sich auch im Verhältnis von Arbeitgeber und Arbeitnehmer als richtig. 60 % der Beschäftigten in Deutschland haben von ihrem Arbeitgeber schon einmal ein Geschenk bekommen. Dabei bleiben die Aufmerksamkeiten nicht ohne positive Wirkung. Für 79 % der Berufstätigen sind sie ein Grund zur Freude. Zwei Drittel (66 %) sagen, dass Geschenke die Motivation steigern. 61 % finden, dass Geschenke den Arbeitgeber sympathischer machen. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Studie der Aktion Mensch und des Marktforschungsinstituts Ipsos. Dabei muss sich der Arbeitgeber noch nicht mal auf eine komplizierte Suche nach dem richtigen Geschenk machen, denn besonders beliebt (65 %) sind Gutscheine. Auch kommt es weniger auf den monetären Wert an: Nur 12 % wünschen sich ein teures Geschenk. Wichtiger ist den Menschen, dass das Geschenk einen privaten Nutzen bietet (67 %), ihnen Spaß macht (63 %) oder von dem sie länger etwas haben (59 %). Jeder Fünfte (21 %) hätte gern, dass sein Geschenk einen sozialen Nutzen erfüllt.



ZUFRIEDENE SENIOREN

Ältere Menschen haben mehr Spaß an der Arbeit. Unter den 65- bis 74-Jährigen, die einer Erwerbstätigkeit nachgehen, sagen nach einer Untersuchung des Statistischen Bundesamtes knapp 96 %, sie seien mit ihrer Arbeit zufrieden, jeder Zweite ist sogar sehr zufrieden. Offensichtlich wird Arbeit im Alter von den Betroffenen keinesfalls als ein schweres Los empfunden. Die Zahl arbeitender Senioren steigt seit Jahren rasant. Die Erwerbsbeteiligung der 60- bis 64-Jährigen hat sich innerhalb von zehn Jahren von 47 % (2012) auf 63 % (2022) gesteigert. Auch jenseits des Renteneintrittsalters hat

sich der Anteil der Erwerbstätigen stark erhöht. Im Jahr 2012 arbeiteten 11 % der 65- bis 69-Jährigen, 2022 lag der Anteil bereits bei 19 %, Tendenz steigend.



JOBWECHSEL? ABER GERN!

Beschäftigte in Deutschland sind auf dem Sprung. Die Bereitschaft zum Jobwechsel bei Arbeitnehmern hat ein neues Rekordniveau erreicht. Das zeigt die jüngste Jobstudie der Beraterfirma EY. Derzeit suchen 26 % der in der Studie befragten Personen aktiv oder gelegentlich nach neuen Stellen, 37 % sind offen für Angebote. Nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (37 %) gibt an, aktuell nicht nach einem Job zu suchen. 2021 schlossen noch mehr als die Hälfte der Angestellten (52 %) einen Jobwechsel aus, 2017 waren 82 %.

Die Hauptgründe für einen Jobwechsel waren das Führungsverhalten der Vorgesetzten (29 %) oder eine schlechte Unternehmens-

kultur (23 %). Auffällig sind dabei die unterschiedlichen Prioritäten der Generationen. Jan-Rainer Hinz, Mitglied der Geschäftsführung von EY, sagt: „Das Führungsverhalten der Vorgesetzten und die Unternehmenskultur spielen für junge Mitarbeiter eine viel größere Rolle als für die Generationen zuvor. Junge Menschen ergreifen deshalb schneller drastische Maßnahmen als die Generation der sogenannten Babyboomer.“

Auch die Sicherheit des Arbeitsplatzes wird zum Thema. Nur noch 36 % empfinden ihren Job als sehr sicher. Auch die Verbundenheit zum Arbeitgeber ist rückläufig, nur noch 13 % fühlen sich sehr eng mit ihrer Firma verbunden. Zudem können sich 19 % der Befragten vorstellen, zu einem neuen Arbeitgeber zu wechseln. Das ist der höchste Wert seit 2015.



FOTOS: KROSHKA_NASTYA - FREEPIK.COM, YANALYA - FREEPIK.COM, STANDRET - FREEPIK.COM

DER TIPP
VOM
EXPERTEN



INFLATIONSAUSGLEICHPRÄMIE MIT ÜBERSTUNDEN WANDELN!

Von Peter Reininghaus

Die Inflationausgleichsprämie von 3.000 Euro, auch IAP genannt, wurde im Oktober 2022 von der Bundesregierung ins Leben gerufen, um die Auswirkungen der Inflation auf Arbeitnehmerinkommen abzumildern. Besonders attraktiv macht die IAP seine steuer- und sozialabgabenfrei Auszahlung.

Zur IAP gibt es aber immer noch zahlreiche Fakten, die kaum jemand kennt:

Wenig bekannt ist die Tatsache, dass unter bestimmten Umständen Arbeitgeber die IAP auch mit angesammelten Überstundenansprüchen des Arbeitnehmers verrechnen können. Dazu lohnt sich ein Blick in die FAQ zur Inflationausgleichsprämie nach § 3 Nummer 11c

Einkommensteuergesetz auf der Seite des Bundesfinanzministeriums. Eine Gefahr lauert bei der IAP jedoch bei dem kleinen Wort „zusätzlich“. Hat der Arbeitgeber die IAP monatlich ratierlich gezahlt und läuft diese Zahlung beispielsweise zu Ende Dezember dieses Jahres aus, sollten Arbeitgeber die Zahlung nicht einfach mit Brutto-Arbeitsentgelt ersetzen. Es könnte dann angenommen werden, dass die Zahlung der IAP eine Lohnerhöhung war. Diese wäre dann unzulässig, da die IAP zusätzlich zum geschuldeten Arbeitslohn zu zahlen ist.

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass die Inflationausgleichsprämie eine tolle Möglichkeit darstellt, die finanziellen Belastungen durch die Inflation zu mildern, und dass Arbeitgeber und Arbeitnehmer gleichermaßen von dieser Regelung profitieren können.

Sämtliche zur Verfügung gestellten Informationen stellen keine steuerliche Beratung dar und ersetzen in keinem Fall den Gang zum Steuerberater.

Sie möchten mehr erfahren, dann hören Sie sich unseren Podcast zu diesem Thema an:
www.youtube.com/watch?v=e6_zeFmFRvI

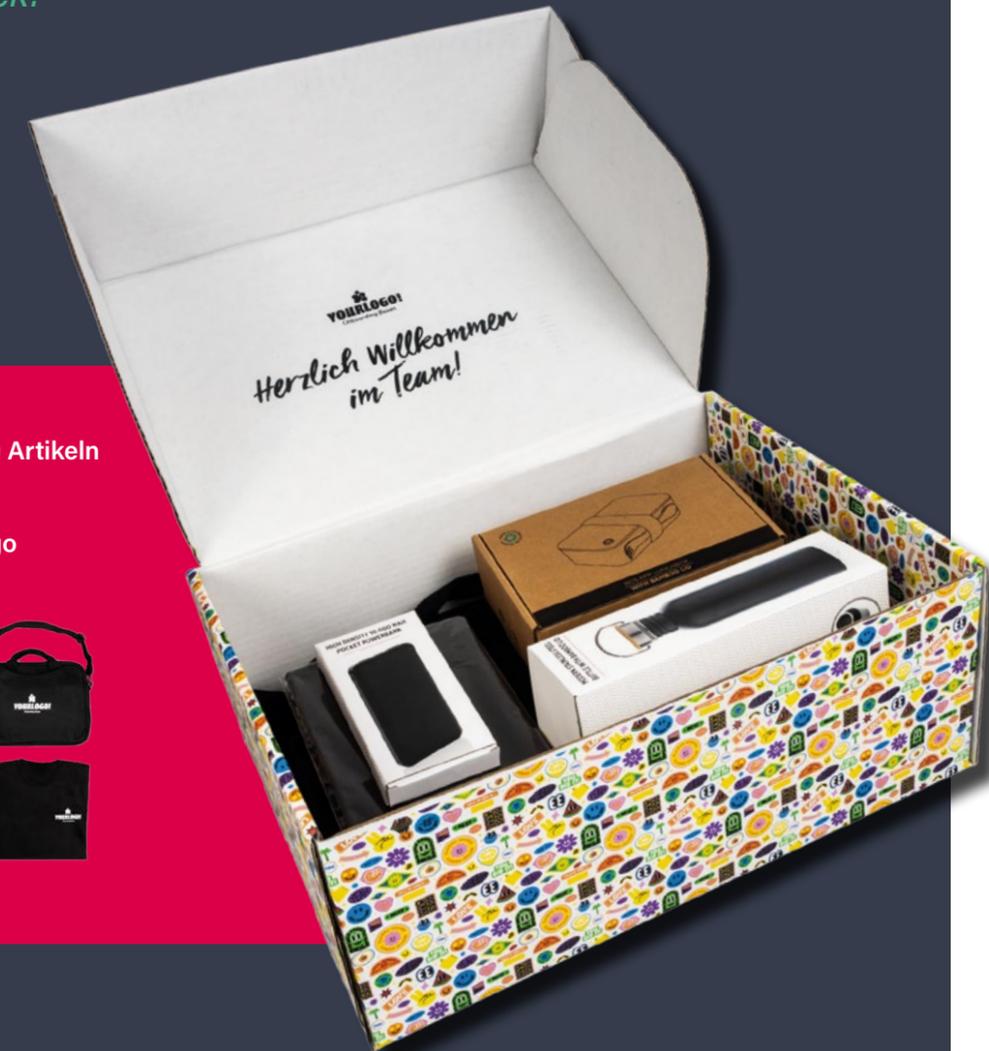


ONBOARDING BOXEN

NEU

Individuelle Onboarding Boxen.
Bereits ab 25 Stück!

- Auswahl aus über 3.000 Artikeln
- Online-Anfrageshop
- Box im Eigendesign
- Artikel mit eigenem Logo
- Einzelversand



www.employeah.team/onboardingboxen

EMPLOYEEAH!
Benefits & Loyalty Solutions

UNTERNEHMEN DÜRFEN GESCHÄFTSPARTNERN KÜNFTIG TEURERE GESCHENKE MACHEN



Mit dem neuen Wachstumschancengesetz erhöht sich die Freigrenze für Sachzuwendungen auf 50 Euro.

Lange Zeit mussten Unternehmen warten, jetzt ist die Entscheidung gefallen: Rückwirkend zum 1. Januar 2024 hat der Bundesrat dem Wachstumschancengesetz (WCG) zugestimmt und den Kompromissvorschlag des Vermittlungsausschusses bestätigt.

Das Gesetz beinhaltet steuerliche Vereinfachungen für Unternehmen. Darüber hinaus sollen steuerliche Erleichterungen die Wettbewerbsfähigkeit stärken und mehr Investitionen ermöglichen. Insgesamt wird das WCG voraussichtlich zu Entlastungen in Höhe von jährlich von 3,2 Milliarden Euro führen.

Erfreut reagierte die Werbeartikelbranche auf die Anhebung der Freigrenze für Sachzuwendungen von 35 auf 50 Euro. Die Entscheidung sei sehr positiv, urteilte der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW). Allerdings gilt die Anhebung nur für Geschenke an Geschäftspartner und nicht an Mitarbeiter. Wird die Grenze überschritten, kippt der Betriebsausgabenabzug und die Vorsteuererstattung. Wermutstropfen: Die ebenfalls vorgeschlagene Anhebung des Freibetrags für Betriebsveranstaltungen auf 150 Euro ist gestrichen worden.

■

FOTO: LUIS_MOLINERO - FREEPIK.COM

DIE WICHTIGSTEN HR-TERMINE 2024

Powered by
HRnetworkx
we connect competence.

■ Personaladministration (Online Fachkonferenz) ■ Personalbeschaffung (Online Fachkonferenz) ■ Personalentwicklung (Online Fachkonferenz)

APRIL

■ 09.04.

Online Pitch Day: HR Tech: Digitale Transformation, Prozessautomatisierung

Software- und Lösungseinblicke aus erster Hand, sachverständige Demonstration der Anbieter und Möglichkeit zum persönlichen 1-zu-1-Folgegespräch. Bei dem Event werden Lösungen für HR-Abteilungen präsentiert.

■ 11.04.

People Analytics: Upskilling, Reskilling, Diagnostik

Upskilling und Reskilling sind nicht nur Schlagwörter, sondern entscheidende Elemente, um mit den Anforderungen der Arbeitswelt von morgen Schritt zu halten. In diesem Kontext spielen Diagnostik und datenbasierte Analysen eine Schlüsselrolle, um präzise Einblicke in die Bedürfnisse der Belegschaft zu gewinnen und zielgerichtete Entwicklungsmaßnahmen zu ermöglichen.

■ 16.04., 09:00-13:00 Uhr

Recruiting & Employer Branding: ATS, Candidate Experience, EVP, Onboarding

Die Online Fachkonferenz bietet u.a. Einblicke in: ATS (Applicant Tracking Systeme), Candidate Experience, EVP (Employer Value Proposition) und Onboarding.

■ 18.04., 10:00-11:00 Uhr

Perfect Match: Wenn HR und Manager im Recruiting-Prozess Herzen vereinen

In diesem Webinar dreht sich alles um die Symbiose zwischen HR-Fachkräften und Managern im Herzen des Recruiting-Prozesses

■ 23.04., 09:00-13:00 Uhr

Corporate E-learning & Wissensmanagement

Die Konferenz bietet eine Gelegenheit für Personalverantwortliche, sich über innovative Ansätze und bewährte Praktiken im Bereich des E-Learnings und Wissensmanagements auszutauschen.

■ 24.04., 10:00-10:40 Uhr

Online Pitch Day: HCM: Digitale-/ E-Akte, Workforce Management

Bei dem Live Event werden Lösungen in 20-minütigen „Pitches“ Abteilungen präsentiert. →

■ 25.04., 09:00-13:00 Uhr

SAP Thementag

In einer Ära, in der die Digitalisierung unser Arbeitsumfeld grundlegend verändert, spielt SAP eine zentrale Rolle bei der Transformation des Human Resources Managements. Erfahren Sie von erstklassigen Experten und Praktikern, wie SAP-Technologien die HR-Landschaft revolutionieren.

■ 30.04., 09:00-12:30 Uhr

Diversity & Inclusion (D&I): Empowerment, Compliance, Trainings

Die Veranstaltung widmet sich den Herausforderungen und Chancen, vor denen HR-Professionals stehen, wenn es um die Förderung von Vielfalt und Inklusion am Arbeitsplatz geht.

MAI

■ 07.05., 09:00-13:00 Uhr

HR Tech: Digitale Transformation, Prozessautomatisierung

Erfahren Sie von führenden Fachleuten, wie digitale Tools und Automatisierungstechnologien die HR-Landschaft revolutionieren und Unternehmen dabei unterstützen, effizienter zu arbeiten.

■ 08.05., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Corporate E-learning & Wissensmanagement

In 20-minütigen „Pitches“ werden Lösungen für Human Resources Abteilungen präsentiert.

■ 14.05., 09:00-13:15 Uhr

Payroll & Compensation: Vergütungssysteme, BPO, Benefits

Die Konferenz bietet Einblick in Vergütungssysteme, die Auslagerung von Geschäftsprozessen (BPO) und deren Vorteile für Unternehmen und Mitarbeiter.

■ 15.05., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: SAP Thementag

In 20-minütigen „Pitches“ werden Lösungen für Human Resources Abteilungen präsentiert.

■ 16.05., 09:00-13:00 Uhr

Neue Arbeitsmodelle: Digital Workplace, Remote Work, New Work

Die Fachkonferenz richtet ihren Fokus auf die sich wandelnde Arbeitswelt und die Herausforderungen sowie Chancen, die mit digitalen Arbeitsplatzmodellen, Remote-Arbeit und den Prinzipien von New Work einhergehen.

■ 22.05., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Payroll & Compensation: Vergütungssysteme, BPO, Benefits

In 20-minütigen „Pitches“ werden Lösungen für Human Resources Abteilungen präsentiert.

■ 23.05., 09:00-13:15 Uhr

Recruiting & Employer Branding: ATS, Candidate Experience, EVP, Onboarding

Die Veranstaltung bietet u.a. Einblicke in: ATS (Applicant Tracking Systeme, Candidate Experience, EVP (Employer Value Proposition) und Onboarding.

■ 28.05., 09:00-12:30 Uhr

Corporate Health Management: BGM, BGF, BKV, Wellbeing, Arbeitsschutz

Hier erhalten Sie fundierte Einblicke und praxisnahe Informationen, um die Gesundheit und das Wohlbefinden Ihrer Mitarbeiter zu fördern und gleichzeitig die Leistungsfähigkeit Ihres Unternehmens zu steigern.

JUNI

■ 04.06., 09:00-13:15 Uhr

HCM: Digitale-/ E-Akte, Workforce Management

Seien Sie live dabei, wenn renommierte Experten spannende Vorträge zu den Themen der digitalen-/elektronischen Akte und des Workforce Managements präsentieren. Diese Veranstaltung bietet Ihnen eine Plattform, um die neuesten Trends und Innovationen im Bereich Human Capital Management zu erkunden.

■ 05.06., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Corporate Health Management

Bei dem live online Event werden Ihnen Lösungen in 20-minütigen „Pitches“ für Ihre Human Resources Abteilung präsentiert

■ 06.06., 09:00-13:00 Uhr

Künstliche Intelligenz: HR Tech, AI-Technologie, ChatBots und ChatGPT

Bei der Online Fachkonferenz wird gezeigt, was wir heute unter kognitiven Systemen ver-

stehen, wie sie funktionieren, und wie diese in Geschäftsprozessen Mehrwert leisten. Anhand von konkreten Beispielen aus Recruitment, Talent Entwicklung, Karriere Coaching, Analytics und HR Operationsoptimierung werden neuartige Einsatzgebiete thematisiert.

■ 11.06., 09:00-13:15 Uhr

Azubi/Absolventen Recruiting und Management

Beantwortung offener Fragen, wie die richtige Ansprache von Generation Z und Gen funktioniert. Alpha, welche Social Networks neben Facebook frequentiert werden sollten und welche Techniken und Tools beim Branding und der Rekrutierung unterstützen.

■ 12.06., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: HCM: Digitale-/ E-Akte, Workforce Management

Bei dem live online Event werden Ihnen Lösungen in 20-minütigen „Pitches“ für Ihre Human Resources Abteilung präsentiert.

■ 13.06., 09:00-12:30 Uhr

Zeitwirtschaft – jetzt wird's Zeit

In der Online Fachkonferenz „Zeitwirtschaft – jetzt wird's Zeit“ widmen wir uns Tools zur Zeiterfassung (und zur Personaleinsatzplanung).

■ 19.06., 10:00-10:45 Uhr

Online Pitch Day: Zeitwirtschaft

Bei dem live online Event werden Ihnen Lösungen in 20-minütigen „Pitches“ für Ihre Human Resources Abteilung präsentiert. →

■ 27.06., 09:00-13:05 Uhr

Neue Arbeitsmodelle: Digital Workplace, Remote Work, New Work

Die Fachkonferenz richtet ihren Fokus auf die sich wandelnde Arbeitswelt und die Herausforderungen sowie Chancen, die mit digitalen Arbeitsplatzmodellen, Remote-Arbeit und den Prinzipien von New Work einhergehen.

JULI

■ 04.07., 09:00-13:00 Uhr

SAP Thementag

Freuen Sie sich auf tiefgreifende Einblicke in SAP SuccessFactors, Employee Central, SAP Fiori und viele weitere Lösungen, die Ihre HR-Prozesse optimieren und Ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen eine nahtlose Employee Experience bieten.

■ 09.07., 09:00-13:15 Uhr

Recruiting & Employer Branding: ATS, Candidate Experience, EVP, Onboarding

Die Online Fachkonferenz „Recruiting & Employer Branding“ bietet u.a. Einblicke in: ATS (Applicant Tracking Systeme, Candidate Experience, EVP (Employer Value Proposition) und Onboarding.

■ 10.07., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: SAP Thementag

Bei dem live online Event werden Ihnen Lösungen in 20-minütigen „Pitches“ für Ihre Human Resources Abteilung präsentiert.

■ 17.07., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Recruiting & Employer Branding: ATS, Candidate Experience, EVP, Onboarding

Bei diesem Live Online Event werden Ihnen in 20-minütigen „Pitches“ gezielt effektive Lösungen für Ihre Human Resources Abteilung präsentiert.

SEPTEMBER

■ 05.09., 09:00-13:05 Uhr

Recruiting & Employer Branding: ATS, Candidate Experience, EVP, Onboarding

Die Online Fachkonferenz „Recruiting & Employer Branding“ bietet u.a. Einblicke in: ATS (Applicant Tracking Systeme, Candidate Experience, EVP (Employer Value Proposition) und Onboarding.

■ 10.09., 09:00-13:00 Uhr

People Analytics: Upskilling, Reskilling, Diagnostik

Upskilling und Reskilling sind nicht nur moderne Schlagwörter, sondern auch entscheidende Elemente, um mit den vielfältigen Anforderungen der Arbeitswelt von morgen Schritt zu halten. In diesem Kontext spielen auch Diagnostik und datenbasierte Analysen eine Schlüsselrolle, um präzise Einblicke in die Bedürfnisse von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen zu gewinnen und zielgerichtete Entwicklungsmaßnahmen in der Belegschaft zu ermöglichen.

■ 19.09., 09:00-11:35 Uhr

Künstliche Intelligenz: HR Tech, AI-Technologie, ChatBots und ChatGPT

Bei der Online Fachkonferenz wird gezeigt, was wir heute unter kognitiven Systemen verstehen, wie sie funktionieren, und wie diese in Geschäftsprozessen Mehrwert leisten. Anhand von konkreten Beispielen aus Recruitment, Talent Entwicklung, Karriere Coaching, Analytics und HR Operationsoptimierung werden neuartige Einsatzgebiete thematisiert.

■ 24.09., 09:00-13:15 Uhr

HCM: Digitale-/ E-Akte, Workforce Management

Freuen Sie sich auf inspirierende Diskussionen und Vorträge von Experten zu den Implementierungen digitaler Akten, strategischem Workforce Planning sowie technologischen Innovationen im HCM. Wir bieten Ihnen praktische Einblicke durch Best Practices, Fallstudien erfolgreicher Implementierungen und Diskussionen über zukünftige Entwicklungen im Bereich Human Capital Management.

■ 26.09., 09:00-13:00 Uhr

Neue Arbeitsmodelle: Digital Workplace, Remote Work, New Work

Die Fachkonferenz richtet ihren Fokus auf die sich wandelnde Arbeitswelt und die Herausforderungen sowie Chancen, die mit digitalen Arbeitsplatzmodellen, Remote-Arbeit und den Prinzipien von New Work einhergehen. Wir befassen uns mit innovativen Ansätzen, bewährten Praktiken und aktuellen Trends im

Bereich des digitalen Arbeitsplatzes, der flexiblen Arbeit und den sich entwickelnden Arbeitsmodellen.

OKTOBER

■ 10.10., 09:00-13:00 Uhr

HR Tech: Digitale Transformation, Prozessautomatisierung

Erfahren Sie von führenden Fachleuten, wie digitale Tools und Automatisierungstechnologien die HR-Landschaft revolutionieren und Unternehmen dabei unterstützen, effizienter zu arbeiten und ihr Human Capital optimal zu nutzen.

■ 17.10., 09:00-13:05 Uhr

Bewerbermanagement-Software

In den verschiedenen Vorträgen werden wir uns speziell darauf konzentrieren, wie moderne Bewerbermanagement-Software nicht nur dabei unterstützt, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen, sondern auch den gesamten Prozess transparenter und effizienter gestaltet.

Weitere HR-Veranstaltungen für 2024 finden Sie unter:
www.hrnetworx.com/hrnetworx-events



#OMR24

OMR

DAS FESTIVAL FÜR DAS DIGITALE UNIVERSUM

07. & 08. Mai 2024
Hamburg Messe

6 BÜHNEN

70K+ BESUCHE

100 SIDE EVENTS

800 SPEAKER*INNEN

240 MASTERCLASSES

150 GUIDED TOURS

1.000 AUSSTELLENDEN & PARTNER

omr.com/Festival


vodafone
CONTENT PARTNER

OMR JOBS & HR

OMR GOES HR

Auch aus diesem Themenbereich gibt es viele Highlights beim OMR Festival 2024. Unser OMR Jobs & HR Team hat alle Inhalte rund um Recruiting, Employer Branding & Leadership hier für dich zusammengefasst.



„AUCH JUNGE MENSCHEN WOLLEN LEISTUNG BRINGEN“

INTERVIEW: Jonas Braun

LAURA BORNMANN ist Deutschlands führende Stimme für New Work und New Leadership. Im Interview spricht sie über die Aufgabe, junge Menschen in Unternehmen zu führen, wie Mitarbeitergewinnung und -bindung gelingt und warum wir wieder mehr aufeinander zugehen sollten.

Frau Bornmann, Sie haben bei Rewe die Personalentwicklung für 18000 Mitarbeitende geleitet und sich als Managing Director bei Startup Teens und Gen Talents anschließend dafür eingesetzt, unternehmerische Bildung bei jungen Menschen zu fördern und Unternehmen zu beraten, worauf es bei der Generation Z ankommt. Worauf kommt es bei der Entwicklung von jungen Menschen in Unternehmen an?

LB: Unternehmen müssen sich mit den Bedürfnissen auseinandersetzen, die die junge Generation hat, aber die auch alle anderen Generationen haben. Da gibt es einen viel größeren Nenner, viel mehr Gemeinsamkeiten als wir glauben. Ja, es gibt Merkmale, die mit einer statistisch höheren Wahrscheinlichkeit in der jungen Generation vorkommen als in anderen Generationen. Aber es ist falsch, dass die Forderungen, die gestellt werden, nur spezifisch für die jüngere Generation gelten. Vielmehr handelt es sich um menschliche Bedürfnisse, die wir alle haben. Nur die junge Generation kann sie heute lautstärker einfordern, weil sich der Arbeitsmarkt zugunsten der Arbeitnehmer verändert hat.

Was sind denn die Bedürfnisse der jungen Generation?

LB: Zum Beispiel Flexibilität. Es ist ein Grundbedürfnis von uns Menschen, dass wir unsere Zeit nach Möglichkeit selbst einteilen können. Durch Corona haben wir gesehen, was alles möglich ist. Darüber hinaus sollten Arbeitgeber jungen Menschen Entwicklungsmöglichkeiten schaffen und ihnen früh Verantwortung übertragen. Und das wichtigste Thema ist Führung. Gerade die junge

Generation fordert Führungskräfte, die wirklich Interesse an ihnen als Menschen haben und daran, dass sie ihr Potenzial entfalten können.

„Es liegt in uns Menschen, die Welt besser machen zu wollen.“

Gerade im medialen Diskurs hört man oft die Vorurteile, die junge Generation sei faul, undiszipliniert, illoyal. Wie viel ist da dran?

LB: Ich kenne keine Studie, die sagt, dass junge Menschen weniger leistungsbereit sind als andere Generationen. Punkt. Ich glaube, es liegt in uns Menschen, dass wir etwas bewegen und ver-



FOTO: FARINA DEUTSCHMANN

„Der Grund für einen Jobwechsel ist manchmal gar nicht Unzufriedenheit.“

ändern wollen, dass wir die Welt besser machen wollen. Und deswegen bin ich der festen Überzeugung, dass auch junge Menschen Leistung bringen wollen, aber unter anderen Rahmenbedingungen. Man hört oft, junge Menschen seien faul, die wollen nur noch von Bali aus arbeiten. Aber wir ziehen hier die falschen Schlüsse. Leistung zu erbringen, steht in keinem Widerspruch dazu, flexibel arbeiten zu wollen. Wenn ich meinen Job von überall aus machen kann, dann muss man am Ende auf das Ergebnis schauen; mehr auf den Output statt den Input. Ich weiß, dass jungen Arbeitnehmern oft Illoyalität vorgeworfen wird, aber ich glaube, der Zeitgeist hat sich einfach verändert. Manchmal ist der Grund für einen Jobwechsel gar nicht Unzufriedenheit, sondern dass gerade junge Menschen einfach mal etwas Neues sehen wollen und neugierig sind.

Dass Mitarbeiter gehen, heißt nicht, dass sie nie wiederkommen, oder?

LB: Genau. Auch das ist ein interessantes Thema, weil Offboarding in vielen

Unternehmen noch gar keine Relevanz hat. Die Führungskraft ist oft persönlich beleidigt, wenn jemand geht. Aber wenn man sich im Guten trennt und die Tür zurück offenhält, kann es sein, dass die sogenannten Boomerang-Employees zurückkommen. Die Arbeitswelt ist eben einfach dahingehend anders geworden, dass Leute vielleicht mal zwei Jahre woanders hin gehen. Dort machen sie Erfahrungen, kommen wieder und können dann einbringen, was sie gelernt haben.

Wenn man als Unternehmen seine Mitarbeiter – alt oder jung – aber nicht gehen lassen will: Wie kann man für eine stärkere Mitarbeiterbindung sorgen und welche Rolle spielen dabei Dinge wie Prämien, Incentives oder Bonuspunkteprogramme?

LB: Wenn die Grundlagen nicht stimmen, bringen diese Sachen nichts. Ich finde, es ist offensichtlich, dass Incentives nicht das sind, warum Menschen im Unternehmen bleiben. Wenn aber Kultur und Führung stimmen, können sie eine sinnvolle Ergänzung im Portfolio eines Arbeitgebers mit Blick auf seine Attraktivität sein. Je nachdem, worum es sich handelt, verbinden Mitarbeitende damit auch Wertschätzung – ein heute nicht zu unterschätzender Bindungsfaktor.

Die Attraktivität des Arbeitgebers beeinflusst auch die Mitarbeitergewinnung. Wie sehen Sie da die Bedeutung von Mitarbeiterwerben-Mitarbeiter-Programmen?

LB: Ich glaube, es gibt nichts Authentischeres, als wenn Menschen intrinsisch motiviert ihren Arbeitgeber empfehlen, weil sie wirklich zufrieden sind, weil sie begeistert sind. Das ist eigentlich aus allen Perspektiven das Beste, was einem →

passieren kann. Man kann das über Programme auch institutionalisieren, dass man Menschen zum Botschafter des eigenen Unternehmens macht. Ich halte davon sehr viel und glaube, das ist mehr wert als jede große Kampagne.

Sie sagen, Führung müsse sich ändern, um attraktiv für junge Leute zu sein. Inwiefern?

LB: Führung ist eigentlich der größte und gleichzeitig aber auch der komplexeste und schwierigste Hebel, weil Führungsverhalten schwer messbar ist. Heute brauchen Führungskräfte andere Kompetenzen, müssen nicht mehr der beste Fachexperte sein, sondern Interesse an Menschen haben und Personalentwickler werden. Sie sollen inspirieren, motivieren und die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, dass Menschen gut arbeiten können. Wir müssen aber auch verstehen, wie hoch die Anforderungen an Führung geworden sind. Was gerade von Führungskräften erwartet wird, das kann kein Mensch erfüllen, da muss

man in Zukunft einen klareren Rahmen setzen. Sonst, das sehen wir in Studien, wollen immer weniger Menschen Führungskräfte werden.

„Ich habe mich nicht verstellt, sondern bin einfach ich gewesen.“

Haben Sie diese Erfahrung während Ihrer Zeit bei Rewe gemacht?

LB: Ich wurde damals gefragt, ob ich Führungskraft werden möchte, dachte aber, ich sei nicht die Richtige dafür. Ich hatte diese Glaubenssätze: Du bist zu nett, so wirst du niemals was, so wirst du nie Karriere machen. Mein damaliger Chef glaubte aber an mich. Ich habe mich damals nicht verstellt, sondern bin in der Führungsrolle einfach ich gewesen. Was nicht heißt, dass ich keine harten Entscheidungen treffen musste. Das

habe ich auch gemacht, man hat schließlich Ziele in einem Unternehmen zu erfüllen. Aber ich bin so gewesen, wie ich bin und für viele war ich sehr nahbar, authentisch und habe auch offen über Dinge gesprochen, die ich nicht gut konnte. Da habe ich gemerkt, dass die Leute Lust haben, etwas gemeinsam zu bewegen und dass das genau so funktionieren kann.

Wir haben über die Generation Z gesprochen, die vielleicht die gleichen Bedürfnisse hat wie die Generationen vor ihr, diese aber stärker einfordert. Auf der anderen Seite haben wir eine veraltete Führungskultur. Sie haben gesagt: ‚Ich sehe mich als Brückenbauerin zwischen den Generationen‘. Wie gelingt das?

LB: Dass in vielen Unternehmen und in diesem Land die wirtschaftliche Gesamtsituation gut ist, haben wir vor allem der älteren Generation zu verdanken. Das müssen wir wertschätzen und anerkennen. Deswegen braucht es mehr Brückenbauer, die ein Aufeinanderzugehen ermöglichen. Man sollte über Gemeinsamkeiten sprechen. Denn ganz viele Dinge sind auch gleich. Und dann sollte man prüfen: Was brauchst du und wie können wir voneinander profitieren? Nur der Weg zu diesem Ziel ist nun eben ein anderer. Es ist auch per se falsch, dass sich Unternehmen nicht verändern. Wenn sich die Welt so rasant verändert, brauchen wir andere Herangehensweisen und Antworten.

Warum setzen Sie sich für die Generation Z ein?

LB: Ich setze mich vor allem für eine bessere Arbeitswelt ein, in der Menschen zufriedener und Unternehmen erfolgreicher sind. Deshalb setze

ich mich für alle Generationen ein. Ich selbst bin in der alten Arbeitswelt sozialisiert worden, kann mich aber sehr gut mit den Werten und den Bedürfnissen der Jungen identifizieren. Deswegen bin ich dankbar, dass wir diese junge Generation haben, die bessere Arbeitsbedingungen einfordert und auch einfordern kann. Ich habe in meiner Rolle als Führungskraft gesehen, dass, wenn wir Kultur und Führung ändern, wenn es Führungskräfte gibt, die wirklich inspirieren, das genau dazu führt, dass die Menschen wirklich zufriedener sind, gerne ihren Job machen und eine Leidenschaft entwickeln. Da glaube ich ganz fest dran und deswegen mache ich jeden Tag weiter. 



Laura Bornmann, geboren 1991, ist HR-Expertin, Hochschul- und Beirätin, Keynote Speaker, Managerin sowie LinkedIn-Top-Voice. Sie wurde mehrfach als Top-Influencerin ausgezeichnet. Die „Personalwirtschaft“ verlieh ihr den Sonderpreis „Gamechanger des Jahres“. Und vom Wirtschaftsmagazin Capital wurde sie in die Liste der „Top 40 unter 40“ gewählt.

LAURA BORNMANN

Erfolgreich als Speakerin: Bornmann setzt sich öffentlich für eine moderne und menschliche Arbeitswelt ein.



FOTOS: ARCHIV, FARINA DEUTSCHMANN

FISKARS®



**Die perfekten Prämien.
Für jede Zielgruppe.**



DIE MARKENVERTRETUNG
FÜR PREMIUM BRANDS

www.die-markenvertretung.de

Vakanzkosten – die fiiese Falle im Personalwesen

TEXT: Jonas Braun

Unbesetzte Stellen kosten nicht nur Zeit, sondern vor allem viel Geld und können den Ruf einer Firma beschädigen. Für Unternehmen ist es höchste Zeit, in Sachen Recruiting und Personalmanagement umzudenken.





Teurer Prozess: Wenn Arbeitsplätze neu besetzt werden müssen, treiben die dafür entstehenden Kosten Personalern oft Sorgenfalten auf die Stirn. Deshalb ist ein schnelles und effizientes Recruiting von immenser Bedeutung.

Zeit ist Geld. Besonders in der Geschäftswelt, wo beide Größen eng miteinander verknüpft sind, stehen Unternehmen vor einer großen, oft unterschätzten Hürde: der Neubesetzung eines Arbeitsplatzes. Sei es aufgrund von Kündigung, Pensionierung oder anderen Gründen, eine unbesetzte Stelle führt zu einem Mangel an Personal und somit zu einer Lücke in der Arbeitskraft. Personalern stehen deshalb vor der Herausforderung, diese Lücke so schnell wie möglich zu schließen – eine immer komplexere Aufgabe. Denn der Recruitingprozess von der Ausschreibung bis zur qualifizierten Nachbesetzung verursacht nicht nur einen erheblichen zeitlichen Aufwand, sondern geht auch mit hohen Kosten einher – den oft unterschätzten Vakanzkosten.

So summieren sich diese nach Berechnungen der Stel-

lenbörse Stepstone in Deutschland im Schnitt pro Arbeitsplatz auf rund 30.000 Euro. In größeren Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern können sie sogar mehr als 75.000 Euro betragen.

Diese Beträge kommen schnell zusammen, wenn man sich die einzelnen Kostenpunkte ansieht. Ganz offensichtlich gibt es die konkret entgangenen Umsätze. Je mehr Geld eine einzelne Arbeitskraft etwa im Vertrieb pro Tag erwirtschaftet oder in anderen Jobs verwaltet, desto höher wiegen die Ausfälle und damit die Kosten an jedem Tag, an dem ein Mitarbeiter nicht mehr an seinem Platz ist.

Ein weiterer Faktor ist die sogenannte Vakanzzeit, die Zeit, die es dauert, eine freie Stelle neu zu besetzen. Die ist zwar seit 2022, dem Jahr mit dem höchsten Wert jemals, rückläufig, mit durchschnittlich 143 Tagen aber immer noch extrem hoch. Ein Beispiel: In einem Unternehmen kündigt ein Mitarbeiter, der

Die Kosten sind oft leider nur die Spitze des Eisbergs.

40.000 Euro brutto im Jahr verdient und durchschnittlich 250 Tage im Jahr arbeitet. Bei einer Vakanzzeit von 143 Tagen ergeben sich für das Unternehmen Kosten von 45.760 Euro.

Hinzu kommen die Kosten des Recruitingprozesses selbst. Je nach gewählten Maßnahmen fallen für die Stellenbesetzung unterschiedliche Budgets an. Eine Online-Stellenanzeige beispielsweise mit 30-tägiger Schaltungsdauer kostet bei den großen überregionalen Jobbörsen in der Regel zwischen 700 und 1.300 Euro. Oft reicht eine Anzeige allein aber nicht aus und es werden Pakete bei zwei oder mehr Online-Jobbörsen geschaltet. Einer Stellenanzeige über den vakanten Zeitraum kostet Unternehmen demnach im Schnitt 5.000 Euro. Noch stärker ins Gewicht fällt der Einsatz von Head-

huntern. Diese berechnen zwischen 23 und 35 Prozent des Bruttojahreseinkommens der Zielperson. Geht man von einem mittleren Honorar in Höhe von 25 Prozent aus, betragen die Kosten für einen neuen Mitarbeiter mit einem Jahresgehalt von 40.000 Euro schon 10.000 Euro. Für eine Führungsperson mit einem Salär von 100.000 Euro wären allein schon 25.000 Euro für den Headhunter fällig.

Zusätzlich dazu gibt es weitere Kosten, die im Recruiting eine Rolle spielen. Neben den Personalkosten für die Recruiter fallen indirekt zusätzlich die Kosten der Mitarbeiter aus den Fachbereichen an, die, wenn der neue Kollege gefunden ist, für Interviews oder Einarbeitung zuständig sind. Dazu kommen Budgets für Personalmarketing, Beträge für die Nutzung von Tools, Profilen in Business und Social Networks, Active Sourcing, Teilnahme an Karrieremessen und Lizenzgebühren für Recruiting-Software.

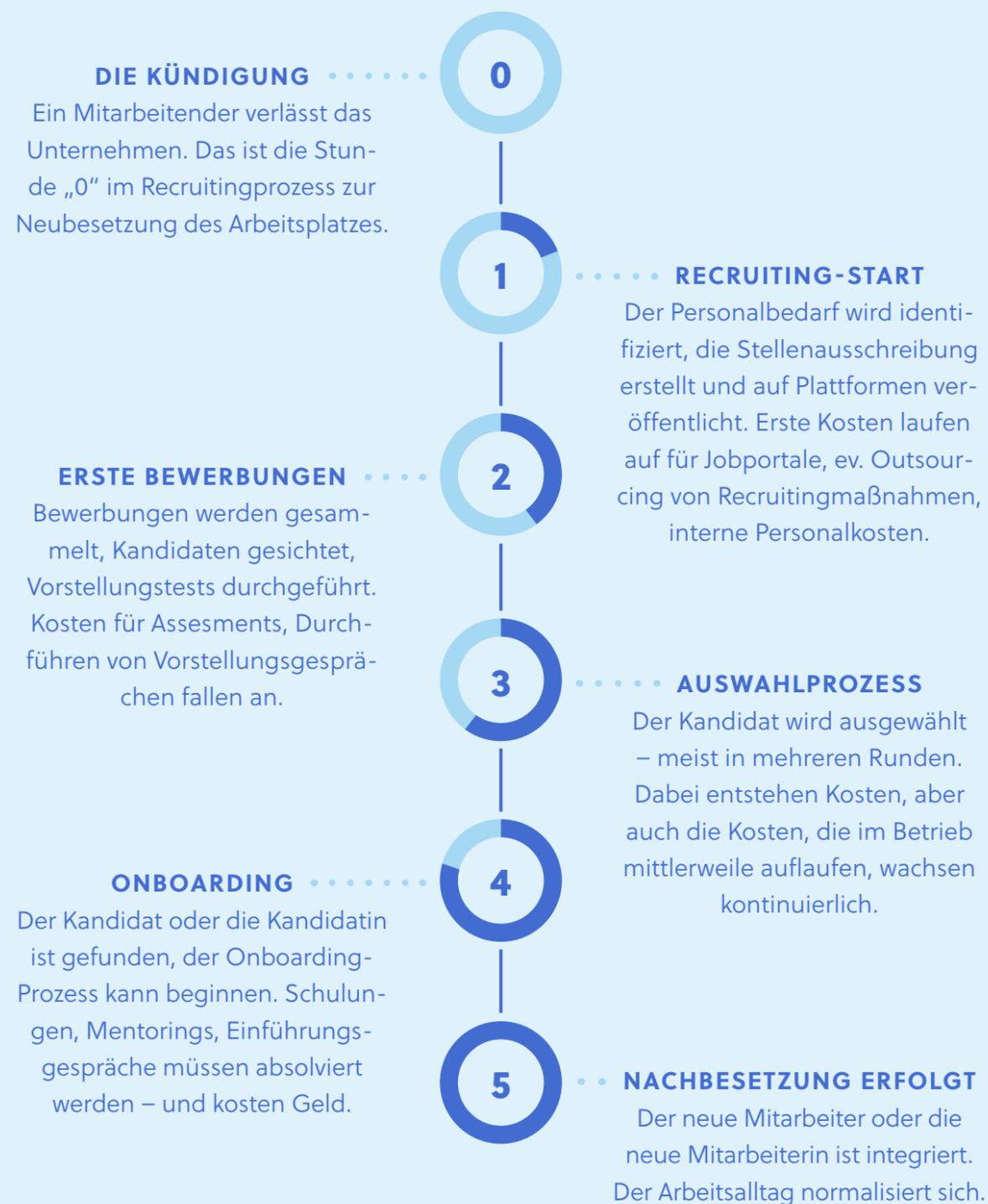
Diese Kosten sind aber nur die Spitze des Eisbergs. Darüber hinaus gibt es weitere mehr oder weniger versteckte Kosten. Beispielsweise spielt auch die Bedeutung eines →

Wie finden Unternehmen künftig ihre Mitarbeitenden? In HR-Abteilungen herrscht heutzutage oft Ratlosigkeit.



FOTOS: COOKIE_STUDIO - FREPIK.COM, PRESSFOTO - FREPIK.COM

RECRUITING – FÜNF SCHRITTE ZUM VERTRAG



Mitarbeiters für die Firma eine Rolle, die über das von ihm betreute Budget hinausgeht. Vakanzen in Führungspositionen etwa können sich negativ auf die externe Finanzierung auswirken oder die Bereitschaft, Partnerschaften und Fusionen mit dem Unternehmen einzugehen. Sie geben im schlimmsten Fall Analysten und dem Aktienmarkt das Signal, dass das Unternehmen schwächelt.

Auch auf die Stimmung im Unternehmen selbst haben vakante Stellen negative Auswirkungen. Sie sind zwar häufig nur schwer messbar und kaum in monetären Größen auszudrücken, aber „während die Stelle unbesetzt bleibt, leidet die Produktivität des Teams, bestehende Projekte geraten ins Stocken und die verbleibenden Mitarbeiter müssen zusätzliche Aufgaben übernehmen“, sagt beispielsweise Christina Relius, geschäftsführende Gesellschafterin der

Es ist höchste Zeit, in Sachen Personal umzudenken.

Personalberatungsfirma connect people & company (siehe auch Interview auf den Seiten 36 bis 41).

Überstunden, Mehrarbeit, Kundenvertröstungen und eine anhaltende Stressbelastung der Kollegen sind nur

**RECRUITING
OPTIMIEREN,
STELLEN
SCHNELLER
BESETZEN**

einige der Konsequenzen. Dadurch leidet die Stimmung im Unternehmen, was wiederum zu vermehrten Krankmeldungen und Frustration im Team führen kann. „Wenn deswegen weiteres Personal kündigt, geraten Unternehmen in einen Teufelskreis“, sagt Relius.

Vakanzkosten können also die durchschnittlichen 30.000 Euro schnell und weit übersteigen. Umso wichtiger ist es für Unternehmen, Strategien zu entwickeln, wie die Effizienz des Recruitings optimiert und Stellen schneller besetzt werden können – die Flucht nach vorne also.

Denn Vakanzzeiten zu senken, ist die einzige Stellenschraube, an der sich drehen lässt. Für Unternehmen ist es deshalb höchste Zeit, in Sachen Personal umzudenken. Die Prognose für die Zukunft ist düster, denn die Zahl der offenen Jobs steigt unvermindert. Da gleichzeitig die Menge der erwerbsfähigen Menschen schrumpft, sitzen Arbeitnehmer zunehmend am längeren Hebel, und nicht mehr die Unternehmen. Rosige Zeiten für Mitarbeiter, Zeit zum Neudenken für Unternehmen. **R**

DIE ANTWORT AUF ALLE FRAGEN RUND UM DEN LOHN

Die Lohn- und Gehaltsabrechnung betrifft alle. Aber die Entgeltabrechnung erstellen können nur wenige. Diese sind durch den Fachkräftemangel gesucht. Wie kann die Entgeltabrechnung sichergestellt werden? Mit dem neuen Wissenspaket von Agenda.

Von Michael Degel, Leiter Produktlinie Cura bei Agenda:

WISSENSPAKET FÜR LOHNPROFIS

Der Lohn-Xpert ist ein revolutionäres Wissenspaket, das speziell für Lohnabrechner entwickelt wurde. Die Idee: alles, was Lohnabrechner brauchen, in einem günstigen Abo, auf einer zentralen Online-Plattform, immer in der aktuellsten Version und übergreifend durchsuchbar.

- **Fach- und Praxisliteratur:** Der Lohn-Xpert bietet digitalen Zugang zu vielen Fachmedien wie dem Lexikon für das Lohnbüro und dem Steuerhandbuch vom Rehm-Verlag oder den Lohnsteuer-Mitteilungen von Datakontext.
- **Online-Seminare:** Damit Lohnbuchhalter bei gesetzlichen Änderungen up to date sind, gibt es regelmäßig Update-Seminare. Darüber hinaus profitieren Nutzer von Fach-Seminaren, die Lohnthemen tiefer gehend behandeln.
- **Arbeitshilfen und Checklisten:** Bei Abrechnungstätigkeiten, die nicht alltäglich vorkommen, geben detaillierte Checklisten Sicherheit. Mit Arbeitsvorlagen wickeln Lohnfachkräfte alle Prozesse effizient ab, ohne wichtige Informationen oder Fristen zu übersehen.
- **Rechtsauskunft:** Lohnprofis stehen regelmäßig vor steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Fragestellungen. Mit der festen Rechtsaus-

kunft des Lohn-Xperts erhalten sie Zugang zu Antworten aus Arbeitgeberperspektive.

- **Lohn-Podcast:** Die Lohn-Experten Peter Reininghaus und Pascal Wiedemann präsentieren alle 14 Tage aktuelle Themen in der Entgeltabrechnung als Hörerlebnis – so macht die Entgeltabrechnung sogar richtig Spaß.

CLEVERE SUCHE FÜR EFFIZIENZ

Der Lohn-Xpert ist darauf ausgerichtet, dass der Lohnabrechner effizient arbeiten und sich permanent weiterbilden kann. Ein besonderes Feature ist die übergreifende Fachrecherche. Sie ermöglicht es dem Nutzer, alle Seminare, Fachmedien, Arbeitshilfen und Podcasts gleichzeitig zu durchsuchen – und liefert mit einer Anfrage viele Einträge aus verschiedenen Quellen.

FAZIT

Angesichts der Komplexität der Lohnabrechnung und des Fachkräftemangels wird die Fortbildung der Mitarbeiter in der Lohnbuchhaltung immer wichtiger. Der Lohn-Xpert stellt sicher, dass alle stets auf dem neuesten Stand sind und die Lohnabrechnung durchführen können – mit minimalem Aufwand und zu geringen Kosten. 

Lohn-Xpert

Die Entgeltabrechnung müheles meistern

Seminare, Fachliteratur, Rechtsauskunft – ab sofort erhalten Sie Zugriff auf die besten Wissensquellen für Lohnabrechner schon ab unschlagbar günstigen 9,90 Euro pro Monat.



Jetzt entdecken:
agenda.de/lohnxpert

**ab 9,90 €
pro Monat**



— Ein Service von —
Agenda:

„Vertrauen Sie auf Ihr gutes Gefühl“

INTERVIEW: Matthias Müller

Viele Firmen kennen die Herausforderung, Positionen neu zu besetzen. Ilka Bergrath (l.) und Christina Relius, Geschäftsführerinnen der HR-Agentur **CONNECT PEOPLE & COMPANY** bieten die Möglichkeit, Recruiting auszulagern. Hier erklären sie, wie das funktioniert und für wen das Angebot ist.



Der Grundgedanke, qualifizierte Bewerbungen zu erhalten, ohne selbst etwas dafür tun zu müssen, ist für viele Unternehmen sicherlich attraktiv. Wie genau können wir uns das Outsourcing des Recruitingprozesses vorstellen?

IB: Im Kern bedeutet es, die Suche nach geeigneten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen auszulagern und eine externe Agentur mit der operativen Personalsuche zu beauftragen. Das Auslagern bestimmter Tätigkeiten ist in vielen Bereichen inzwischen selbstverständlich geworden, wie beispielsweise bei einer Webdesign-Agentur, einer Steuerberatung oder einem Reinigungsunternehmen. Der Grundgedanke dabei ist, einen Partner zu haben, der auf ein bestimmtes Thema spezialisiert ist. Somit gehe ich als Unternehmen sicher, dass sich Experten und Expertinnen um diese Aufgaben kümmern, während ich meinem Kerngeschäft nachgehen kann. Das ist auch der Ansatz unseres Angebots, das wir liebevoll ‚Rent your Recruiting‘ nennen. Unsere Kundschaft nennt uns ihren aktuellen Personalbedarf



„Sehr häufig ist Zeitmangel das Problem.“

Christina Relius

und wir übernehmen die erforderlichen Recruitingaktivitäten, qualifizieren die Bewerber und Bewerberinnen vor und

unsere Kunden brauchen nur noch aus den vorqualifizierten Personen auswählen.

Wer sollte das Outsourcen seines Recruitings in Erwägung ziehen?

CR: Grundsätzlich gibt es drei Gruppen von Unternehmen, für die das Outsourcing der Personalsuche sinnvoll ist. Zum einen Unternehmen, die keine eigene Personalabteilung haben. In vielen Unternehmen ist Personalsuche noch Chefsache. Auch wenn ich mich grundsätzlich freue, dass die Personalsuche als so wichtig empfunden wird, ist in der Realität häufig Zeitmangel ein großes Problem. Recruiting wird dann oft zu einer unliebsamen Tätigkeit, die halbherzig mitgemacht wird. Das ist besonders problematisch, wenn die Bewerbungen ganz ausbleiben, weil keine Zeit für Recruiting-Aktivitäten bleibt. Zudem haben die meisten Geschäftsführer und Geschäftsführerinnen Recruiting nicht gelernt, weswegen ihnen verständlicherweise die Expertise fehlt, wie man gezielt qualifizierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen gewinnt.

Welche Unternehmen kommen darüber hinaus in Frage?

CR: Die zweite Gruppe sind Unternehmen, die eine Personalabteilung oder eine Person für Personalmanagement haben, die Ressourcen jedoch nicht ausreichen. Personaler und Personalerinnen in einem mittelständischen Unternehmen haben zusätzlich zum

Recruiting alle Hände voll zu tun. Gerade wenn mehrere Positionen besetzt werden müssen, habe ich volles Verständnis, dass interne Ressourcen nicht ausreichen, um

alle Stellen angemessen zu betreuen. So gehen einem im schlimmsten Fall geeignete Bewerber plötzlich verloren, das sogenannte Ghosting, weil ein anderes Unternehmen schneller war. In diesem Fall dient die externe Unterstützung als Entlastung der HR-Abteilung. Und drittens kommt das Outsourcing für Unternehmen in Frage, die eigentlich gut aufgestellt sind, aber aufgrund von größeren Projekten, starkem Wachstum oder durch eine zwischenzeitliche Abwesenheit der HR-Mitarbeiter beispielsweise durch Elternzeit für einen gewissen Zeitraum mehr Kapazitäten im Recruiting brauchen. Hier würde man also innerhalb eines befristeten Zeitraums die HR-Abteilung unterstützen.

Ist das nicht für viele Unternehmen schlicht teuer?

CR: Die Frage höre ich oft. Ich möchte dazu eine kleine Gegenrechnung anstellen. Internes Recruiting verursacht zum einen Personalkosten. Bei Top-Recruitern und Recruiterinnen können das für den Arbeitgeber gut und gern inklusive Lohnnebenkosten 60.000 Euro und mehr im Jahr bedeuten. Zum anderen wird häufig nicht bedacht, dass diese Menschen auch ein Budget für Recruitingaktivitäten benötigen. Stellenanzeigen, Social Media Recruiting, Recruiting-Kanäle für die Direktansprache über Xing und LinkedIn sind nicht ge-



Wie werde ich ein perfekter Arbeitgeber? Mit „Rent your Recruiting“ sichert man sich externes Expertenwissen.

rade günstig. Die wenigsten Unternehmen können es sich leisten, auf allen Kanälen präsent zu sein. Das Ergebnis ist dann oft, dass Recruiting nur auf Sparflamme läuft und die Wunschbewerbungen ausbleiben. Externes Recruiting ist deshalb nicht nur effizient, sondern unterm Strich oftmals sogar günstiger, als eine interne Recruiting-Stelle zu schaffen.

Das klingt vielversprechend. Welche Vorteile gibt es darüber hinaus?

CR: Um beim Thema Geld zu bleiben: Wenn man eine Recruiting-Agentur beauftragt, ist die Investition gut planbar. Entscheidend ist jedoch, dass durch ein erfolgreiches Recruiting die sogenannten cost of vacancy massiv reduziert werden können. Das sind die Kosten, die entstehen, wenn eine bestimmte Position unbesetzt bleibt. Laut Stepstone lag die cost of vacancy 2022 bei rund 29.000 Euro, wohlgerne für eine einzige Vakanz. Ein weite- →

rer Vorteil eines externen Recruitings ist die hohe Flexibilität und das Aufteilen von Verantwortung auf ein ganzes Team, wodurch man keine Ausfälle oder krankheitsbedingte Verzögerungen zu befürchten hat. Gar nicht zu reden vom großen Fachwissen, das ein solcher Dienstleister mit sich bringt. Denn sein kompletter Fokus liegt ja einzig und allein auf der Suche nach passenden Kandidaten und Kandidatinnen.

Wie zu erwarten, sind Sie als Anbieter von externem Recruiting dieser Form von Personalsuche nicht abgeneigt. Aber welche potenziellen Nachteile bringt es mit sich und was sollte man beachten, bevor man das Recruiting in externe Hände legt?

IB: Das Wichtigste im Recruiting ist es, Bewerber und Bewerberinnen begeistern zu können. Dabei ist es zweit-

rangig, ob extern oder intern. Um potenzielle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen überzeugen zu können, müssen sie den Menschen ein Gefühl für die Unternehmenskultur vermitteln können. Dafür ist es entscheidend, dass im Vorfeld ein gutes Briefing stattfindet und die Strategie klar ist. Recruiter müssen die vakante Position bis ins Detail verstehen. Ein externer Partner muss also zu Beginn des Prozesses viele und vor allem die richtigen Fragen stellen, um inhaltlich tief genug einsteigen zu können.

Bringt es nicht auch eine gewisse Unsicherheit mit sich, gerade am An-

Wecke den Löwen in Dir: der komplette Fokus liegt auf der Suche nach dem besten Kandidaten.

„Das Wichtigste ist, Bewerber zu begeistern“



fang eines Prozesses, wenn man sich noch nicht so gut kennt?

IB: Ja, zumindest wenn man sich noch nicht so gut kennt, spürt ein Unternehmen manchmal eine Art Kontrollverlust, wenn es eine so wichtige Aufgabe wie das Recruiting auslagert. Wir sind uns unserer Verantwortung jedoch bewusst, deshalb stehen wir in regem Austausch und berichten regelmäßig über unsere Aktivitäten und Erfolge.

Wenn sich ein Unternehmen entschließt, externe Hilfe für die Personalgewinnung in Anspruch zu nehmen, wie sieht so ein Prozess aus?

IB: Anders als bei der klassischen Personalvermittlung, bei der es häufig um die Besetzung einer einzigen Position geht, verfolgen wir mit unserem Ansatz das Ziel, alle offenen Vakanzen



„Möglichst viel Lust auf den Job bekommen.“

Ilka Bergrathx

unserer Kundschaft mit möglichst geringem Zeitaufwand zu besetzen. Zu Beginn der Zusammenarbeit besprechen wir genau die jeweiligen Profile und welche Voraussetzungen die Kandidaten und Kandidatinnen mitbringen sollen. Wir lernen das Unternehmen ganz genau kennen und erstellen ein Arbeitgeberprofil, in dem wir die Stärken und die Unternehmenskultur des Unternehmens festlegen. Diese Informationen

dienen uns als Grundlage für Gespräche mit Bewerbern und Bewerberinnen. Neben der konkreten Suche, optimieren wir zudem, falls erforderlich, den bisherigen Recruitingprozess und evaluieren die externe Arbeitgeberattraktivität. Erst dann werden wir operativ tätig. Wir kombinieren unterschiedliche Recruitingkanäle wie die Direktansprache, Social Media Recruiting-Kampagnen, Lebenslaufdatenbanken, Stellenanzeigen und haben natürlich auch einen Pool an potenziellen Kandidaten und Kandidatinnen, auf den wir zurückgreifen können.

Wenn der Start erfolgt ist – wie geht es dann weiter?

IB: Im nächsten Schritt führen wir Telefoninterviews mit den Bewerbern und Bewerberinnen und überprüfen, ob sie für die Position geeignet sind. Wir fragen die wichtigsten Eckdaten ab und sorgen dafür, dass die Personen möglichst viel Lust auf die Position bekommen. So treffen wir

eine Vorauswahl. Die Unternehmen können anhand der Bewerbungen und unseren zusätzlichen Hinweisen die Entscheidung treffen, wen sie kennen-

lernen möchten. Wir terminieren dann das Vorstellungsgespräch und begleiten den Prozess, bis das Unternehmen sich für eine Zu- oder Absage entschieden hat.

Eine wichtige Frage am Schluss: Wie finde ich als Unternehmen den geeigneten Recruiting-Partner?

CR: Recruiting ist ein sehr sensibler und wichtiger Bereich in jedem Unternehmen; und neben den Kennzahlen ist es People-Business. Man sollte also bei der Auswahl der Partner und Partnerinnen auch auf sein Bauchgefühl hören. **R**

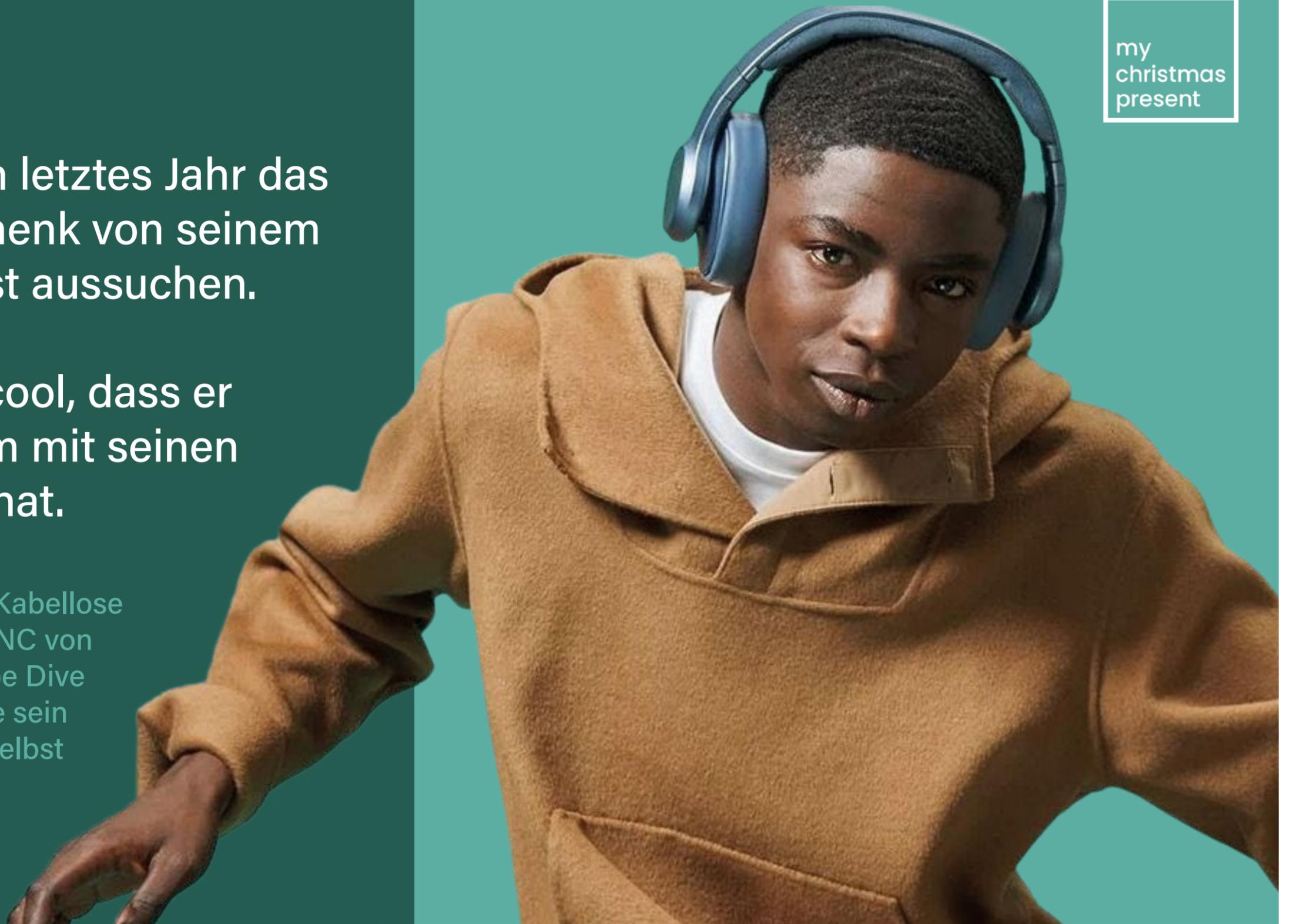
Das ist Ben.

Und er durfte sich letztes Jahr das Weihnachtsgeschenk von seinem Arbeitgeber selbst aussuchen.

Ben fand das so cool, dass er dies auf Instagram mit seinen Freunden geteilt hat.

Ben hat sich übrigens für Kabellose Over-Ear-Kopfhörer mit ANC von **Fresh 'n Rebel** in der Farbe Dive Blue entschieden. Da wäre sein Arbeitgeber niemals von selbst drauf gekommen!

my
christmas
present



BITTE, LASST DIE KOLLEGIN HANNELORE AUS DEM SPIEL!

Pia Tischer, Mitglied im Expertenrat Personal des Bundesverbandes Mittelständische Wirtschaft und selbst Chefin eines Softwarehauses, über Fehler, die Unternehmen an einem Probearbeitstag unbedingt vermeiden sollten.



Von Pia Tischer

Die Frage, wie man einen Probearbeitstag so gestaltet, dass beide Seiten etwas davon haben, stellt sich in vielen Unternehmen. Die wichtigste Regel: Der Probearbeitstag ist kein Probearbeiten im klassischen Sinne, sondern ein Einfühlungstag oder ein Einfühlungsverhältnis. Der Schnuppertag ist dazu da, dass sich alle Beteiligten – Führungskräfte, Team und Kandidat – kennenlernen. Nicht mehr, und nicht weniger. An diesem Tag gilt es schlicht darum herauszufinden, ob man zusammenpasst. Abgesehen davon ist es von der rechtlichen Seite so, dass der Bewerber einen Einblick in das Unternehmen bekommen soll, für das er vielleicht künftig arbeiten wird. Er darf auf keinen Fall als Arbeitskraft eingesetzt werden.

Das sind aber nur die rechtlichen Rahmenbedingungen. Mir geht es hier vielmehr darum, Ihnen ein paar Tipps zu geben, wie ein Schnuppertag für beide Seiten konstruktiv zur Entscheidungsfindung beitragen kann. In vielen Unternehmen besteht der Probearbeitstag entweder aus einem Assessment Center mit zum Teil abstrakten Aufgaben, Persönlichkeitstests und Logikrätseln – oder er wird nach dem Prinzip gestaltet:

„Setz’ dich mal zur Kollegin Hannelore und guck’ mal, was die so macht.“ Zum Feierabend soll der Bewerber dann wissen, ob er sich vorstellen könne, in dem Unternehmen zu arbeiten. Manchmal wird Kollegin Hannelore gefragt, was sie von dem Kandidaten hält.

Von beiden Vorgehensweisen halte ich nichts. Für mich ist der Schnuppertag der finale Recruiting-Schritt. Nach dem Telefoninterview mit hundert Prozent Fokus auf die Werte und Motivation des Bewerbers und dem Job-Interview (90% Fokus auf die Werte und Motivation des Bewerbers, 10% auf Hardskills) geht es am Schnuppertag vor allem um die Fähigkeit, gestellte Aufgaben zu meistern. Und dabei nie aus den Augen zu verlieren, ob der Kandidat zu uns und wir zum Kandidaten passen.

Für jeden Job sollte man einen detaillierten Schnuppertag mit individuellem Programm planen. Dieses besteht aus:

- praktischen Aufgaben
- Austausch mit dem Team (Einzelgespräche)
- gemeinsames Mittagessen mit dem Team
- und die eigene Einschätzung

Für die Aufgaben werden Übungen ausgearbeitet, die Fähigkeiten erfordern, die das künftige Teammitglied später braucht. Der Schnuppertag sollte auch eng getaktet sein. Wir wollen nicht verschweigen, dass die Arbeit in unserem Hochleistungsteam absoluter Hochleistungssport ist. Bei uns soll niemand Überstunden schieben, Feierabend bleibt Feierabend, und am Wochenende wird niemand beruflich kontaktiert, aber in den acht Stunden bei uns braucht man Energie und Fokus. Am Probearbeitstag erhält der Kandidat deshalb den detaillierten Plan. Teil der Aufgabe ist auch, dass er selbst dafür sorgt, den Plan einzuhalten. Wenn der Probearbeitstag gelingt, wissen am Ende beide Seiten, was sie voneinander zu halten haben. **R**



Sie wollen mehr wissen zum Thema Probearbeitstag? In unserem Buch „**KMU Recruiting!**“ steht alles zu diesem Thema – und mehr. Scannen Sie den QR-Code und sichern Sie sich Ihr kostenfreies Exemplar.



AKTIVIEREN, MOTIVIEREN UND ERFOLGREICH BINDEN.

PRÄMIEN- UND INCENTIVEPROGRAMME ZUR
NEUKUNDENGEWINNUNG, KUNDENBINDUNG
UND VERKAUFSFÖRDERUNG.



Mit Sicherheit eine gute Idee: Arbeitsschutz zahlt sich aus

TEXT: Kirsten Lehnert

In Artikel 2 des Grundgesetzes wird jedem das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit garantiert. Das gilt auch für alle Beschäftigten am Arbeitsplatz. Unternehmen sind dafür verantwortlich, dass ihre Mitarbeitenden gesund arbeiten können. Was alles zum **ARBEITSSCHUTZ** zählt, warum dieser wichtig ist und wie er in Unternehmen umgesetzt wird, lesen Sie hier.


SERIE „GESUND
UND SICHER
ARBEITEN“ –
POWERED BY
B·A·D

EINE SERIE IN FÜNF TEILEN:

1. Arbeitsschutz (Sommer 2024)

2. Arbeitsmedizin (Winter 2024)

3. Arbeitssicherheit (Sommer 2025)

4. Gesundheitsmanagement (Winter 2025)

5. Gefährdungsbeurteilung (Sommer 2026)

Noch immer gibt es viele Unternehmen, die ihrer gesetzlichen Verpflichtung nach dem Arbeitsschutzgesetz nicht nachkommen. Vor allem kleine und mittelständische Betriebe – insbesondere in schnelllebigen Branchen mit hohem Produktivitätsdruck – sehen Arbeitsschutz oft als zusätzliche Belastung an. Unternehmen, die den Arbeitsschutz vernachlässigen, riskieren aber nicht nur das Wohl ihrer Mitarbeitenden, sondern auch ihren eigenen langfristigen Erfolg und ihre Reputation. Denn durch gute Prävention können Betriebe Ausfallzeiten und Fluktuationen vermeiden und Kosten sparen.

ARBEITSSCHUTZ – WAS IST DAS EIGENTLICH GENAU?

Arbeitgeber sind grundsätzlich dazu verpflichtet, für sichere Arbeitsbedingungen zu sorgen. Auch die Beschäftigten selbst müssen für ihre Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit Sorge tragen, etwa durch Teilnahme an Unterweisungen. Doch was heißt Arbeitsschutz konkret? Arbeitsschutz umfasst den Bereich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes. Zur Arbeitssicherheit zählen sämtliche Maßnahmen und Einrichtungen, die notwendig sind, damit Beschäftigte Tätigkeiten ohne Gefährdung für sich und Beteiligte ausüben können. Im Fokus stehen dabei die technischen, organisatorischen und persönlichen Voraussetzungen einer Aufgabe.

Mit dem Gesundheitsschutz kommt ein weiterer wichtiger Punkt dazu: der Schutz vor langfristigen Folgen für die Gesundheit der ausführenden und beteiligten Personen, die durch physikalische, chemische, psychische oder biologische Einwirkungen entstehen können. Die Maßnahmen reichen vom Umgang mit gefährlichen Stoffen sowie Lärm- und Vibrationsschutz

über den Einsatz spezieller Schutzausrüstung bis zu ergonomischen Standards. Wichtig sind auch besondere Bestimmungen etwa zu Arbeitszeiten

„Wichtig: Bestimmungen zu Arbeitszeiten und zum Mutterschutz“

oder zum Mutterschutz. Auch die Prüfung von Arbeitsplätzen auf ein Risiko für Berufskrankheiten, mögliche Unfälle und weitere gesundheitliche Gefährdungen gehört dazu.

SCHWACHSTELLEN ERKENNEN UND HANDELN

Herzstück des Arbeitsschutzes ist die Gefährdungsbeurteilung. Mit diesem Risiko-Check an jedem Arbeitsplatz können Unternehmen systematisch Schwachstellen im Betrieb identifizieren und daraus geeignete Arbeitsschutzmaßnahmen ableiten. Das können sowohl technische (etwa durch die räumliche Trennung zwischen Gefahrenquelle und Mensch), als auch organisatorische (etwa spezielle Regelungen zu Arbeitsorganisation und Arbeitsablauf) oder personenbezogene Arbeitsschutzmaßnahmen (etwa durch das Tragen einer persönlichen Schutzausrüstung) sein.

DIE UMSETZUNG IN DER PRAXIS – WER UNTERSTÜTZT UNTERNEHMEN?

Die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV) schreibt konkret vor, dass in Unternehmen Arbeitsmediziner:innen Vorsorgeuntersuchungen der Beschäftigten durchführen. Diese

sollen auch in allen Fragen des Gesundheits- und Arbeitsschutzes beraten und unterstützen. Genauso muss ein Unternehmen Fachkräfte für Arbeitssicherheit bestellen, die über umfangreiche Sachkenntnis verfügen. Keine leichte Aufgabe angesichts sich ständig wandelnder Tätigkeiten, Technologien und gesetzlicher Vorgaben. Es ist daher nicht zu erwarten, dass Unternehmen selbst über die nötige Expertise im Arbeitsschutz und entsprechende Kapazitäten verfügen. Viele holen sich daher Unterstützung durch externe Dienstleister wie die B·A·D Gesundheitsvorsorge und Sicherheitstechnik.

FAZIT: EINE GESUNDE UND SICHERE ARBEITSUMGEBUNG

Arbeitsschutz ist mehr als nur eine gesetzliche Vorschrift. Indem Unternehmen hier investieren, legen sie den Grundstein für eine gesunde und sichere Arbeitsumgebung, die langfristig den Erfolg des Unternehmens sichert. ■

Unter Arbeitsschutz versteht man Maßnahmen, Methoden und Mittel, die dem Schutz der Beschäftigten dienen.



FOTOS: B·A·D GMBH (2)

B·A·D

Mit rund 3.500 Mitarbeitenden an mehr als 140 Standorten ist die B·A·D eine der größten Anbieter im Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie der betrieblichen Gesundheitsvorsorge in Deutschland. Seit mehr als 40 Jahren unterstützen die B·A·D-Experten Unternehmen im Arbeits- und Gesundheitsschutz und beraten bei Veränderungen von Arbeitswelten.



„EMOTIONEN GEBEN DIR ENERGIE, WENN ES ENG WIRD“

INTERVIEW: Andreas Eckhoff

Football-Ikone **PATRICK ESUME** über das Geheimnis funktionierender Teams, Gemeinsamkeiten von Sport und Business und warum Geld nicht so wichtig ist, wenn es um Anerkennung im Job geht.



Herr Esume, Sie gelten als Meister der Motivation. Wie erzeugt man Teamgeist?

PE: Teamgeist entsteht, wenn alle Mitglieder einer Gruppe ihre eigenen Bedürfnisse und ihr Ego dem Gemeinwohl unterordnen. Das ist die Grundvoraussetzung, ohne sie kann Teamgeist nicht entstehen.

Mit welchen Tools beeinflussen Trainer das Funktionieren von Teams – und was können Chefs in Unternehmen davon lernen?

PE: Es gibt eine ganze Reihe von Tools, um ein Team zusammen und zum Funktionieren zu bringen. Die ganz alte Variante im Football war, Druck und Angst aufzubauen. So absurd das klingen mag, die Idee dahinter ist: Wer Angst um seinen Job und seinen Lebensstil hat, stellt sein Ego gezwungenermaßen hintenan. Kann funktionieren.

„Teammitglieder brauchen Ownership für ihr Projekt.“

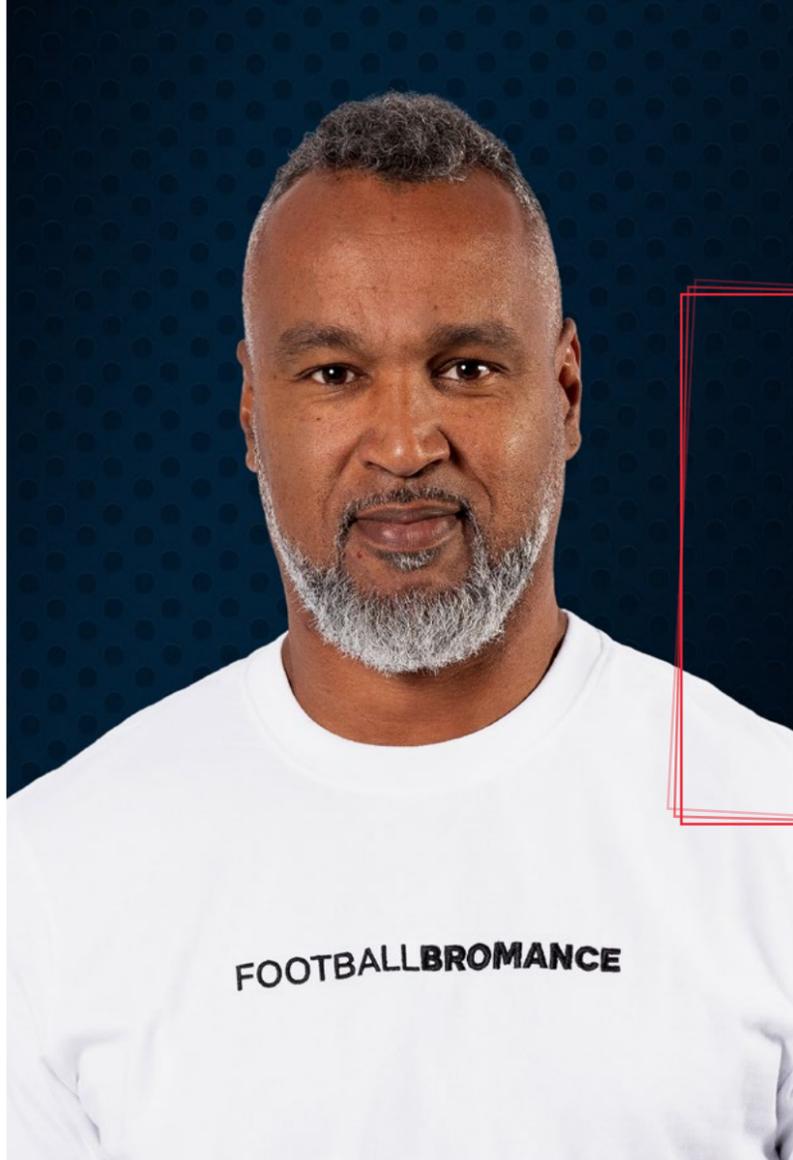
Gleichwohl klingt diese Methode für eine moderne Sport- und erst recht Unternehmenswelt etwas überholt.

PE: Ja, sie ist sehr veraltet. Ich glaube auch an etwas anderes. Ich glaube daran,

dass der beste Weg ist, Teammitgliedern eine so genannte Ownership für die Gruppe oder das Projekt zu geben. Diese Form von People Empowerment und Teilhabe führt zu intrinsischer Motivation. Die Mitglieder der Gruppe wollen sich dann so verhalten, dass es für die Gruppe von Vorteil ist.

Wie wichtig sind für Gruppen, die sportlich oder wirtschaftlich erfolgreich sein wollen, Hierarchien?

PE: Dass es Hierarchien gibt, ist einfach ein Fakt. So funktionieren Herden, Rudel und auch Menschengruppen. Das Wichtigste ist, dass die Mitglieder der Gruppe ihre Rollen zum Guten für das Team nutzen. Ein Beispiel: Eine



„Das große Ganze der Gruppe muss immer im Vordergrund stehen.“

FOTOS: TIM WINTER, RTL

Alphaperson im Team zu haben, kann von Vorteil sein, wenn diese ihre Führungsqualitäten im Sinn des Teams und für den Erfolg des Ganzen einsetzt. Es kann aber auch nachteilig sein, wenn es der Person ausschließlich um sich selbst und ihren eigenen Erfolg geht. Das große Ganze der Gruppe muss immer im Vordergrund stehen. Wenn es nur um die eigenen Vorteile ginge, würde nicht mal eine ganze Gruppe von Alphapersonen nützlich sein.

Gibt es Teams von brillanten Einzelkönigern, die dennoch als Gruppe nicht funktionieren? Und wenn ja, woran liegt es?

PE: Es gibt immer wieder Teams, die vom Personal her in ihrer Disziplin eigentlich

ganz vorn stehen sollten, aber einfach nicht erfolgreich sind, weil sie als Gemeinschaft nicht funktionieren.

Kann man solche Teams noch retten – oder muss man sie bewusst auseinanderreißen?

PE: Nein, man muss sie nicht unbedingt gleich auseinanderreißen. Man muss nur jemanden finden, der es schafft, diese Ansammlung von Individuen tatsächlich zu einem Team zusammenzufügen; im Sport ein Trainer, im Unternehmen eine Person, die das Team entsprechend führt.

Ein Beispiel aus dem Sport: Bei der Basketball-WM im vergangenen hat die deutsche Mannschaft auf den Nationalspieler Maxi Kleber und damit auf einen ihrer besten Spieler verzichtet und ist Weltmeister geworden. Muss man manchmal die Klasse des Einzelnen für den Zusammenhalt des Teams opfern?

PE: Die Klasse des Einzelnen für das große Ganze zu opfern, ist eigentlich ein simpler Weg. Und in manchen Fällen ist es tatsächlich besser, zum Beispiel den besten Spieler oder den besten Mitarbeiter gehen zu lassen, wenn er dem großen Ganzen nicht zuträglich ist. Ich weiß nicht, ob →

Geballte NFL-Expertise im RTL-Studio: Mitja Lafere, Jana Wosnitza, Patrick Esume und Björn Werner (v.l.).



das bei dem deutschen Basketball-Team der Fall war, aber das kann durchaus sein. Habe ich auch schon selbst erlebt. Nur wenn man es als Chef, der die Verantwortung hat, schafft, dass das große Ganze für jeden immer über dem Einzelnen steht, kann man als Team zusammenwachsen und nachhaltig Erfolg haben.

Welche Typen braucht es, um am Ende ein gut funktionierendes Team zu haben?

PE: Du brauchst in jedem Team alle Arten von Typen, denn am Ende macht es die Mischung. Du brauchst die Anführer, du brauchst die, die gut und gerne folgen und harte Arbeiter sind, du brauchst die Klassen- oder Teamclowns, du brauchst die jungen Aufstrebenden, die die Veteranen pushen, die sonst bequem werden. Und du brauchst, wie wir im Football sagen, die Glue guys.

Glue guys, was ist das?

PE: Übersetzt: die Kleber-Jungs. Im Sport sind das jene Spieler, die von ihren Fähigkeiten her nicht unbedingt eine Leadership-Rolle haben, es kann der letzte Mann auf der Ersatzbank sein oder – aufs Busi-

„In einem Team sollten nicht alle gleich ticken.“

ness übertragen – die Kollegen und Kolleginnen, die nicht unbedingt die Leistungsträger sind. Aber, und jetzt kommt

Nationalspieler Mona Stevens (im Gespräch mit Patrick Esume) ist Quarterback bei den Saarland LadyCanes.



das Wichtige: Glue guys haben außergewöhnliche soziale Skills, vielleicht einen besonderen Humor, und deshalb besitzen sie die Fähigkeit, alle und alles zusammenzubringen und zusammenzuhalten. Deshalb nennt man sie Glue guys, die Kleber-Jungs.

Die Erkenntnis ist demnach, dass in einem funktionierenden Team möglichst nicht zu viele gleiche Typen sein sollten?

PE: In einem Team sollten nicht alle gleich ticken, sie sollen nur zusammen ticken. Und das ist ein himmelweiter Unterschied. Es müssen nicht alle Kollegen gebügelte Vorzeigjungs oder –mädchen sein, nicht jeder muss Geigenmusik mögen und dauernd ins Klassikkonzert gehen. Da darf auch ein Hip Hopper dabei sein oder ein Rapper. Am Ende entscheidet die Mischung. Sollen also alle gleich ticken? Die Antwort lautet ‚Nein!‘

Ist eigentlich Teamgeist in einer Sportmannschaft ein anderer als unter Kollegen und Kolleginnen in einem Unternehmen?

PE: Teamgeist in Unternehmen ist anders als im Sport, weil den meisten Themen in der Businesswelt das Emotionale fehlt. Aber strukturell und konzeptionell ist es doch sehr, sehr ähnlich.

Sie sprechen das Thema Emotionen an. Wie wichtig sind Emotionen für Erfolg? →

FOTOS: RTL, SVENJA SABATINI



Patrick Esume, 50, ist als TV-Moderator das Gesicht des Football-Booms in Deutschland. 1999 startete er bei den Hamburg Wild Huskies seine Trainerkarriere, die ihn als bisher einzigen Deutschen in die NFL und in den Stab der Cleveland Browns führte. 2020 gründete er die European League Football. Auch als Unternehmer ist er erfolgreich: Er ist an einer Firma für Sportmarketing beteiligt und vertreibt eigene Mode. Esume ist Bestsellerautor („Believe the Hype!“) und Host des Podcast „Football Bromance“. Für die in Deutschland stattfindende Fußball-EM wurde er zum Botschafter der Stadt Hamburg ernannt. Esume lebt mit seiner Frau und den zwei Töchtern in Hamburg.

PATRICK ESUME

„Am Ende braucht man ein klares Ziel, auf das alle gemeinsam hinarbeiten.“



PE: Essentiell! Emotion bedeutet Leidenschaft. Und Leidenschaft ist das, was Dir die Energie gibt, wenn Verstand, Vernunft und kühle Fakten nicht mehr ausreichen. Kurz gesagt: Emotionen geben dir Energie, wenn es eng wird. Nicht nur im Sport, sondern auch im Business. Dabei ist es unwichtig, ob Du man die Emotionen nach außen trägt und laut schreit, oder ob sie in einem schlummern und nicht exzessiv rauskommen.

Sie sagten gerade, Emotionen seien im täglichen Berufsleben in Unternehmen eher selten. Gibt es einen ‚Ersatzstoff‘ für Emotionen im Berufsalltag? Oder anders: Wie erzeugt man Emotionen in der Belegschaft einer Bank, einer Versicherung oder einer Immobilienfirma?

PE: Dadurch dass man einen Weg definiert und einen Plan auslegt, wie dieser Weg beschritten werden soll. Am Ende braucht man ein Ziel, auf das alle gemeinsam hinarbeiten können. Und immer, wenn man dem Ziel einen Schritt näher gekommen oder es erreicht hat, kann man sich gemeinsam freuen.

Was sind die wichtigsten Belohnungen für den Einzelnen oder die Einzelne in einem Team? Geld, Anerkennung, Erfolg, Lob?

PE: Viele denken, die wichtigste Anerkennung ist Geld. Aber das stimmt nicht. Geld ist nur eine von vielen



RTL-Experte Patrick Esume (M.) mit seiner Kollegin Jana Wosnitza und dem früheren NFL-Spieler Björn Werner beim Spiel der Baltimore Ravens gegen die Kansas City Chiefs im Januar 2024.

Komponenten. Ich habe auch schon zahlreiche Menschen kennengelernt, die haben viel Geld bekommen und waren trotzdem nicht motiviert, oder schlimmer noch, regelrecht demotiviert. Der Grund dafür ist: Bezahlung ist keine Wertschätzung, Bezahlung ist ein Deal: du gibst mir deine Arbeitskraft, ich gebe dir Geld,

„Bezahlung ist keine Wertschätzung, Bezahlung ist ein Deal.“

damit sind wir quitt. Anerkennung geht über den Trade zwischen Arbeitskraft und Geld hinaus.

Deshalb glaube ich, dass alles auf der zwischenmenschlichen Ebene wie Lob, positives Feedback, ein persönliches Geschenk viel größere Faktoren sind als viele glauben.

Hilft Ihnen Ihre Zeit als Spieler und Trainer heute in Ihrem Berufsleben? Und wenn ja, wie?

PE: Am Ende macht dich eine erfolgreiche Sportlerkarriere ja noch nicht automatisch zu einem besseren Chef. Aber natürlich hilft es mir heute in meinem anderen Berufsleben, dass ich Trainer und Spieler war. Dadurch ist es für mich nichts Neues, selbst motiviert zu sein, mich in harten Zeiten durchzukämpfen und nicht vor Konkurrenz zurückzusehen. **R**

Werde zum zertifizierten

New Work Facilitator

Ausgezeichnet mit dem Europäischen Trainingspreis!



*Für HRler:innen,
die wirklich etwas verändern wollen...*

*Für Führungskräfte,
die lieber Teil der Lösung sind...*

*Für Changemanager:innen,
für die das nicht nur ein sexy Titel ist...*

*Und für Dich,
weil Du die Arbeitswelt von morgen heute mitgestaltest!*



ABOUT YOU®

Doctolib

Personio

EY

VIESMANN

secret escapes

SNOCKS

WÜRTH

CLANEO

TAM Akademie
www.tam-akademie.de

„Optimierung durch Outsourcing“

TEXT: Achim Schneider

Die August **BRÖTJE GMBH** ist einer der renommiertesten Hersteller von Heizungstechnik. Zur Unterstützung des Großhandels hat BRÖTJE einen Werbemittelshop eingerichtet, aus dem Vertriebspartner rund 600 Werbeartikel online bestellen können. Living Bytes liefert das Know-how und sorgt für die komplette Abwicklung.

Im Werbemittelshop von BRÖTJE können die zugangsberechtigten Großhändler die Artikel direkt mit dem gewünschten Branding versehen und online bestellen.



Seit mehr als 100 Jahren steht die August Brötje GmbH für innovative und hochwertige Heizungstechnik. BRÖTJE zählt zu den führenden Anbietern von Produkten im Bereich Gas- und Ölheizsysteme, Wärme- sowie Solartechnik. Das mittelständische Unternehmen, dessen Geschäfte aus der Zentrale im niedersächsischen Rastede gelenkt werden, beschäftigt rund 500 Mitarbeiter und ist national und international tätig. 2021 erwirtschaftete der Heizungshersteller einen Umsatz von 230 Millionen Euro. Um seine mehr als 100 Großhandelspartner zu unterstützen, stellte BRÖTJE ihnen einen gedruckten Katalog mit Werbemitteln zur Verfügung, aus dem sich diese nach herkömmlichem Modell bedienen konnten. Die erworbenen Werbemittel reichten die Großhändler an ihre Kunden (Fachhandwerkerbetriebe) im Heizungsbau weiter, die selbst keinen Zugriff auf den BRÖTJE-Werbemittelshop haben. Den klassi-

schenen Weg der Bestellung wollte das Unternehmen dann aber ändern und es entstand die Idee, einen Werbemittelshop für die Vertriebspartner einzurichten. „Wir wollten uns modern aufstellen und die Prozesse vereinfachen“, erklärt Jan-Gerd Heidkroß, der Projektverantwortliche bei BRÖTJE.

ANFORDERUNG: MODERNISIERUNG DES ARBEITSPROZESSES

Bis zur Einführung des Werbemittelshops bestellten die Großhändler ihre Werbemittel direkt bei BRÖTJE. Dabei gab es immer häufiger Fragen zu den Artikeln wie: Ist der Artikel noch verfügbar? Wenn ja, ist er auch in der gewünschten Anzahl erhältlich? Diese Gespräche nahmen viel Zeit in Anspruch. Deshalb wollten die Verantwortlichen von BRÖTJE den Prozess vereinfachen. „Also entschied sich das Unternehmen, einen Werbemit-

telshop einzurichten“, sagt Jan-Gerd Heidkroß. Durch den Shop können die Großhandelspartner jederzeit eigenständig erkennen, welche Artikel in welcher Menge bereitstehen und diese bestellen. Besonders wichtig war, dass der gesamte Prozess – von der Bestellung bis zur Lieferung – für die Großhändler leicht umsetzbar ist.

An diesem Punkt kam die Idee ins Spiel, das Projekt mit dem Full-Service-Dienstleister Living Bytes umzusetzen. Die beiden Unternehmen kennen und schätzen sich und unterhalten mit dem Kundenbindungsprogramm BAP (BRÖTJE Aktivpartner Programm) bereits eine erfolgreiche Partnerschaft.

LÖSUNG: FULL-SERVICE DURCH DIGITALISIERUNG

Im ersten Schritt erstellte BRÖTJE eine detaillierte Wunschliste. Anschließend wurde in ge-

meinsamen Abstimmungsrunden das Konzept für den Werbemittelshop erarbeitet. Heidkroß sagt: „Mit dem Werbemittelshop wollten wir die Bestellungen für Werbemittel durch unsere Partner vereinfachen und eine moderne Abwicklung etablieren.“ Und dafür sorgt jetzt Living Bytes.

Das Angebot des Werbemittelshops ist sehr umfangreich. „Im Sortiment befinden sich unter anderem mit BRÖTJE-Logo bedruckte Aufkleber, Kugelschreiber, Feuerzeuge oder Dachgepäckträger. Zudem besteht bei ausgewählten Artikeln (zum Beispiel Briefumschläge, Baustellenschilder oder Werbebanner) die Möglichkeit, diese zusätzlich mit einem Logo und/oder einem Eindruckstext des Fachhandwerkerbetriebs zu individualisieren. Diese Individualisierung können die Großhandelspartner direkt online im Werbemittelshop vornehmen, indem sie das gewünschte Logo hochladen oder den vorgesehenen →

Eindrucktext hinterlegen“, sagt Living Bytes-Projektleiter Ole Buschmann. Insgesamt sind über 600 Artikel aus acht Kategorien im BRÖTJE-Werbemittelshop gelistet.

Ein Großteil dieser Artikel, so genannte Lagerartikel wie Kugelschreiber, Feuerzeuge und Textilien, liegt in der eigenen Lagerhalle von Living Bytes im schleswig-holsteinischen Elmshorn zum sofortigen Versand bereit. „Es gibt aber auch Artikel, welche wir aufgrund ihrer Eigenschaften nicht auf Lager haben“, sagt Buschmann. Als Beispiel hierfür lassen sich die Dachgepäckträger anführen. Weil es zu viele verschiedene Varianten für die unterschiedliche Fahrzeugtypen gibt, macht eine Lagerung in diesem Fall keinen Sinn. Diese so genannten Direktlieferungsartikel werden auftragsbezogen bei den Lieferanten bestellt und direkt an die angegebene Lieferadresse geschickt.

Das große und individuelle Angebot von Werbemitteln ist einer der Vorteile, die der Werbemittelshop bietet. Zum kompletten Service-Paket gehört jedoch einiges mehr. So unterstützt Living Bytes BRÖTJE zusätzlich bei der Suche nach neuen und aktuellen Werbeartikeln. Das

Team von Living Bytes unterbreitet regelmäßig Vorschläge, welche für die Zielgruppe von BRÖTJE passend sein könnten. Wenn BRÖTJE die Vorschläge annimmt, werden die Werbemittel im Lager in Elmshorn bereitgehalten. Nachdem die Stammdaten aufgenommen und die

„Unsere Partner äußern sich positiv über den Werbemittelshop“

Artikel gelistet worden sind, können die Großhändler die Artikel umgehend im Werbemittelshop sehen und bestellen.

Matthias Müller sieht mit der vollständigen Abwicklung durch Living Bytes große Vorteile für das Unternehmen BRÖTJE, denn „durch das Outsourcing, bei dem die Geschäftsprozesse automatisiert und digitalisiert wurden, spart unser Kunde Ressourcen ein“. Der After-Sales-Service (Reklamationen) sowie das Reporting und die Abrechnung mit BRÖTJE gehört ebenfalls zum Full-Service-Paket von Living Bytes.

ERGEBNIS: MIT AUTOMATISIERUNG IN EINE MODERNE ZUKUNFT

Wie schon beim Kundenbindungsprogramm BAP funktioniert die Zusammenarbeit zwischen BRÖTJE und Living Bytes auch bei dem Projekt „Werbemittelshop“ hervorragend. Mit der Abwicklung des kompletten Arbeitsprozesses durch Living Bytes (Einkauf von Werbemitteln, Artikel Lagerung, Bestellabwicklung, Einzelversand der Werbemittel, Nachbearbeitung der Bestellungen und technischer Support) hat BRÖTJE einen er-

folgreichen Schritt in Richtung Digitalisierung gemacht.

Auch die Nutzer des Webshops sind zufrieden. „Unsere Partner äußern sich positiv über den Werbemittelshop“, sagt Jan-Gerd Heidkroß. Das Handling im Werbemittelshop ist einfach und der Überblick über Bestand und Menge der Artikel praktisch. Für BRÖTJE hat der Einsatz des Werbemittelshops einen weiteren Vorteil. „Durch die Auswertung der Bestellungen durch Living Bytes wissen wir genau, wer was bestellt hat und wer unsere Topkunden sind“, sagt Heidkroß. Trotz der Zufriedenheit bei den Nutzern sind Buschmann und Heidkroß ständig dabei, den Werbemittelshop und die dazugehörigen Prozesse zu verbessern. „Wir sind schon sehr weit gekommen, aber es gibt immer Kleinigkeiten, die man optimieren kann“, sagt Heidkroß. Auch Ole Buschmann ist zufrieden: „Wir sind kontinuierlich im Austausch, nehmen jedes Feedback von BRÖTJE umgehend auf und machen unsererseits Vorschläge, wie wir etwas verbessern können. Unser Ziel ist klar: Wir wollen unseren Kunden glücklich machen.“ **R**

FOTO: ARCHIV

DER HOHE WERT VON WERBEMITTELN

Wie wichtig und erfolgreich der Einsatz von Werbemitteln ist, zeigen Studien des Gesamtverbands der Werbeartikelwirtschaft GW.

3,65 Mrd. €

AUSGABEN

3,65 Mrd. Euro wurden 2019 in Deutschland für Werbeartikel ausgegeben.

89%

REICHWEITE

Werbeartikel erreichen an einem Tag rund 89% der Bevölkerung ab 14 Jahren und liegen damit mit dem Radio (78%) an der Spitze der Medien.

70%

ERINNERUNG

Werbeartikel erzielen die höchsten Erinnerungswerte an das beworbene Produkt bzw. an den Marken- oder Unternehmensnamen.

69% EINSATZ

69% aller Deutschen setzen Werbeartikel gern ein. Sie schaffen zudem Vertrauen.

62% DAUER

62% der Werbeartikel bleiben länger als ein Jahr im Besitz des Empfängers.

Mehr Infos unter: <https://werbeartikel-wirken.gww.de>



Besonderes Feature: BRÖTJE liefert Dachgepäckträger für die Fahrzeuge der Kunden im Heizungsbau.



WIE FUNKTIONIERT EIGENTLICH DIE ... **ONBOARDING BOX?**

TEXT: Andreas Eckhoff

In jeder Ausgabe des Rewards Magazine stellen wir ein Produkt vor und erklären, wie es funktioniert. Diesmal: die „**ONBOARDING BOX**“, das Geschenkepaket zur Begrüßung neuer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von EMPLOYEEAH!

Seit Fachkräftemangel, New Work und Work-Life-Balance das Denken und Handeln von Personalern bestimmen, ist auch das Thema „Onboarding“ mehr denn je präsent. Klar: Im Prinzip weiß jeder, was darunter zu verstehen ist: Der Begriff „Onboarding“ bezeichnet die Einarbeitung und Integration, also das „an Bord nehmen“, von neuen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen durch ein Unternehmen und umfasst alle Maßnahmen, die eine erfolgreiche Integration fördern. Kurzum: Der neue Kollege oder die Kollegin soll sich vom ersten Arbeitstag im neuen Job wohl fühlen.

DIE KUNDENHERAUSFORDERUNGEN

Eines steht fest: Den einen, richtigen Onboardingprozess gibt es nicht, der Einarbeitungsprozess läuft bei jedem Unternehmen anders ab. In einer Firma gibt es den immer noch klassischen Blumenstrauß am ersten Tag, anderen Unternehmen reicht es, Firmenschlüssel und Visitenkarte

auf den Tisch zu legen. In einem Punkt aber sind sich (fast) alle einig: es wäre schön, dem neuen Kollegen oder der neuen Kollegin zum Einstieg ein persönliches Geschenk zu machen.

DER KUNDENWUNSCH

Perfekt wäre es, eine attraktive Lösung für ein Paket mit persönlichen Geschenken zu haben, die in der Personalabteilung entweder individuell zusammengestellt oder aus verschiedenen Mus-

Nur 25 Stück? Kein Problem! Auch kleine Auflagen sind möglich.

terboxen ausgewählt werden können – das Ganze wahlweise in kleiner oder größerer Auflage.

DIE LÖSUNG

Es gibt keine zweite Chance für den ersten Ein-

druck! Mit den individuellen Onboarding Boxen von „EMPLOYEEAH!“ erhalten neue Mitarbeitende Wertschätzung schon am ersten Tag – und im Corporate Design des Unternehmens. Zur Befüllung der „Onboarding Boxen“ haben Unternehmen die Möglichkeit, auf mehr als 3.000 Artikel aus unterschiedlichen Themenkategorien zuzugreifen oder aus vier verschiedenen Musterboxen eine passende mit drei, fünf, sieben oder neun Artikeln auszuwählen. Besonders attraktiv: Die Mindestabnahme beträgt nur 25 Boxen.

SO GEHT'S

Der einfachste Weg zu einer



Beispiel für eine „Onboarding Box“ mit verschiedenen Artikeln. Jeder einzelne kann mit dem Logo Ihrer Firma gebrandet werden.

„Onboarding Box“ für neue Teammitglieder ist, sich für eine der Musterboxen mit drei bis neun Artikeln zu entscheiden. Wer es dagegen individueller möchte, hat nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, die Box für sein Unternehmen selbst zu gestalten. Im Online-Anfrageshop von EMPLOYEEAH! (www.employeah.team/box) kann man sich aus einem Sortiment von mehr als 3.000 Produkten seine individuelle „Onboarding-Box“ zusammenzustellen. Diese werden auf Wunsch mit dem eigenen Firmenlogo veredelt und →

IN ACHT SCHRITTEN ZUR INDIVIDUELLEN BOX



Rund 3.000 Artikel verschiedener Kategorien stehen für Sie zur Auswahl bereit.

Fügen Sie eine Veredelung hinzu, die Ihr(e) Geschenke noch individueller machen.

Fügen Sie einen individuellen Namen hinzu – so werden Geschenke persönlich.

Fügen Sie einen selbst gestalteten Schubler um die Produktverpackung hinzu.

Gestalten Sie Ihre eigene Geschenk-Box – oder wählen Sie eine Musterbox.

Fügen Sie eine persönliche Notiz in Form einer netten Karte hinzu.

Fügen Sie Ihre Broschüre oder (weitere) Artikel Ihres Unternehmens hinzu.

Lassen Sie die Box(en) an eine Adresse oder einzeln nach Hause liefern.

in die „Onboarding Box“ gepackt. Aber auch eine Personalisierung der Artikel ist möglich. Die Größe der Box richtet sich nach der Menge der ausgewählten Geschenke. Es gibt die Boxen in mehr als zehn verschiedenen Größen. Auch eine individuelle Gestaltung (die Boxen sind vollflächig bedruckbar) ist kein Problem. Die Lieferung erfolgt zirka zehn Werktage nach Auftragsklarheit. Auch ein Einzelversand direkt an die Mitarbeitenden ist möglich.

DAS ERGBNIS

„Onboarding Boxen“ helfen, neuen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen an ihrem ersten Arbeitstag im Unternehmen ein gutes Gefühl zu vermitteln und ihnen zu zeigen: Du bist hier willkommen.

Die Boxen eignen sich auch ideal als Geschenk zu Jubiläen, Weihnachten und Geburtstagen.

Wir freuen uns, Dich in unserem Team zu haben. Sie sind persönlich, individuell und einfach zu organisieren. Ein echtes Pfund im modernen Personalmanagement.

DER EXTRA-BONUS

Selbstverständlich können „Onboarding Boxen“ auch für andere Anlässe als die Begrüßung von neuen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen genutzt werden. Aufgrund der individuellen Auswahl und Gestaltungsmöglichkeiten eignen sie sich auch als Geburtstags-, Weihnachts-, oder Jubiläumsgeschenke. 

SIEBEN GUTE GRÜNDE FÜR DIE „ONBOARDING BOXEN“

01

PERSÖNLICH

Sowohl die Boxen als auch viele der Artikel können mit dem Vor- und Nachnamen der Mitarbeitenden personalisiert werden.

02

WERTSCHÄTZEND

Mit der „Onboarding Box“ von EMPLOYEAH! zeigen Sie Ihren neuen Mitarbeitenden bereits am ersten Arbeitstag Ihre Wertschätzung.

03

INDIVIDUELL

Die Box selbst, die Artikel und die Schuber für Verpackungen können individuell gestaltet werden.

04

VIELFACH EINSETZBAR

„Onboarding Boxen“ eignen sich nicht nur als Willkommensgruß für neue Teammitglieder, sondern auch als Geschenkboxen zu Weihnachten, zum Jubiläum, zum Geburtstag oder anderen Gelegenheiten.

05

FLEXIBEL

Auch Fremdartikel lassen sich mühelos in die „Onboarding Boxen“ integrieren.

06

VERSCHIEDENE GRÖSSEN

Je nach Menge und Größe der Artikel gibt es verschiedene Boxen. Möglich ist auch, größere Boxen zu kaufen, um eigene Produkte einzulegen.

07

SUPPORTIVE

Auf Wunsch übernimmt EMPLOYEAH! auch den Einzelversand direkt an die Mitarbeitenden.



A man and a woman are cooking outdoors at a table. The man is using a wooden spoon to stir a large, dark, textured patty in a frying pan. The woman is holding a knife and looking at the pan. On the table, there is a bowl of cherries, a jar of jam, and a glass of red liquid. The background shows a stone wall and greenery.

FISKARS®

**Die perfekten Prämien.
Für jede Zielgruppe.**



DIE MARKENVERTRETUNG
FÜR PREMIUM BRANDS

www.die-markenvertretung.de