

nora systems Employer Branding

Neue Maßstäbe für die Mitarbeiterentwicklung – vier Jahre „Arbeitgebermarke nora systems“

Vor vier Jahren startete das Projekt „nora systems Employer Branding“ (auf Deutsch: „Arbeitgebermarke nora systems“) als langfristiges, nachhaltiges Projekt.

Das verantwortliche nora systems Management-Team Christa Hoffmann und Thomas Haag im Interview über Ergebnisse, Entwicklungen und weitere Aussichten:



Wie wird das Projekt „Arbeitgebermarke nora systems“ in die nora Gesamtstrategie integriert?

Christa Hoffmann: Wir sind 2013 mit einer Mitarbeiterbefragung national und international auf allen Unternehmensebenen gestartet. Um die vielen guten Anregungen zielgerichtet umzusetzen, haben wir unser Projekt „Arbeitgebermarke nora systems“ in zwei Kategorien unterteilt:

- Interne Arbeitgebermarken-Projekte zielen darauf ab, die nora MitarbeiterInnen langfristig an das Unternehmen zu binden.
- Externe Arbeitgebermarken-Projekte sollen neue Mitarbeiter für nora begeistern.

Zu Beginn haben wir uns auf die interne Arbeitgebermarke konzentriert und bisher über 1,2 Millionen Euro investiert. Schwerpunkte sind die Bereiche Schulung und Kommunikation. Große Erfolge verzeichnen dabei das noraCentral Intranet und unser Newsletter, den wir nun

schon im vierten Jahr regelmäßig veröffentlichen. Weitere sichtbare Beispiele sind die nora Beschilderungen oder unser nora Welcome Center, das uns hier im Industriepark klar positioniert. Alle Maßnahmen unterstützen uns dabei, langfristig leistungsfähig zu bleiben: Denn die Motivation unserer Mitarbeiter macht den Unterschied.

Wie ist der Erfolg nach vier Jahren zu bewerten?

Thomas Haag: Sehr positiv. Bei nora hat sich viel getan und daraus sind viele neue Themen entstanden. So haben wir im Januar 2016 eine neue Stelle im Personalmanagement geschaffen. Susanna Hieronimus unterstützt als HR-Business-Partnerin unsere MitarbeiterInnen in den Auslandsmärkten Europa und den Emerging Markets. In den Bereichen Weiterbildung und Schulung sowie bei der Vermittlung gemeinsamer Führungsgrundsätze mit neuen Formaten wie academy advanced oder academy technology haben wir große Fortschritte gemacht. Carmen Weber-Schardt hat die Projektleitung inne und sorgt kontinuierlich dafür, dass Ideen und Anregungen stetig eingebracht und umgesetzt werden.

Mit der neuen Internetseite für Stellensuchende, die Dorothea Hartmann – gemeinsam mit einem internationalen Team – für potenzielle Interessenten gestaltet hat, startet aktuell eine neue Art der Personalanzeigenkommunikation. Mit unserem neuen Messeauftritt zeigen wir auf den anstehenden Recruiting-Messen, was uns als nora systems auszeichnet.

Was sind die neuen Pläne für die Folgejahre?

Christa Hoffmann: Wir werden neue Schulungskonzepte präsentieren und haben gemeinsam mit der IT das Thema E-Learning aufgegriffen. Hier stellen wir digitale Trainings zu Produkten, Arbeitsmethoden oder auch Kommunikationsthemen zur Verfügung. Für die nora MitarbeiterInnen werden neue Online-Services angeboten, um die Arbeitsabläufe und die Verwaltung deutlich zu vereinfachen.

Auch das Thema Führungsleitlinien wollen wir weiter vorantreiben: Es ist uns als Management eine Herzensangelegenheit, im Unternehmen positive, motivierende Maßstäbe zu setzen. Mit dem Führungskreis erarbeiten wir im Moment zentrale Themen mit großer interner und externer Signalwirkung, wie nora Strategie, Mission und Werte.
Wann wird das Thema Arbeitgebermarke abgeschlossen sein?

Wann wird das Thema Arbeitgebermarke abgeschlossen sein?

Thomas Haag: Als attraktiver Arbeitgeber wollen wir uns stetig weiterentwickeln, gerade auch auf internationaler Ebene. In diesem Zusammenhang wird es immer neue, spannende Themen geben, die wir bei nora systems ausgestalten und umsetzen wollen. Damit wir auch zukünftig als Arbeitgeber eine attraktive Adresse bleiben.