

20. Januar 2022

## 2. HR-TRANSFORMATION CIRCLE

### Der Wandel von Innen:

Wie Mitarbeitende zu Marken- und Kulturbeauftragten werden

Welchen Voraussetzungen bedarf es, um Unternehmenswandel von innen heraus zu gestalten und zielführend voranzutreiben?

Speziell diese Frage haben wir gemeinsam mit unseren Speakern und Teilnehmenden ins Auge gefasst. Es zeigt sich: Die HR- und Organisationsentwicklung hält dabei eine starke Vorreiterrolle inne! Denn zentrale Fokuspunkte des Wandels, wie Mitarbeiter Skills und Unternehmens- bzw. Führungskultur liegen in der direkten Gestaltungshoheit der HR. Wir bedanken uns bei allen Teilnehmenden für das Vertrauen und die Offenheit und blicken bereits jetzt mit Freude auf den nächsten HR-Circle am 26. April 2022 hin.



Euer Jörg Rosenberger, Stefan Mrozek  
und das Team von **mindsandmaker**

**01** Impressionen &  
Event-Rückblick

**02** Unsere **minds**  
and **makers**

**03** Ausblick &  
Upcoming Events



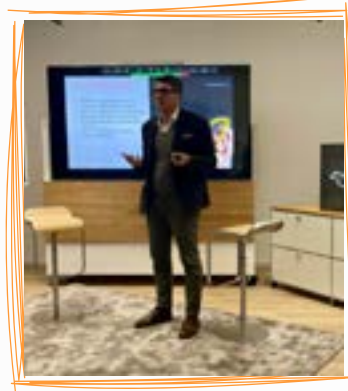
JÖRG ROSENBERGER

mindsandmaker



# 01

## Impressionen & Event-Retro



Jedes Unternehmen steht vor der Herausforderung, sich auf die veränderten Anforderungen und steigende Ansprüche von Arbeitnehmern einzustellen. Dies verlangt Hingabe – Denn schließlich sind potenzielle Bewerber ebenso auf der Suche nach dem richtigen Arbeitsplatz, wie wir auf der Suche nach dem passenden Mitarbeiter sind. So möchten diese längst nicht mehr nur gefunden, sondern tatsächlich überzeugt werden.

Um entsprechende Veränderungsprozesse zu bewirken und nicht scheitern zu lassen, bedarf es also weit mehr als nach außen gerichtetes Personalmarketing. Hierzu sind sowohl die interne als auch externe Perspektive von großer Bedeutung. Dies haben uns Sven Nöcker, (medium) und Kai Hohmeier (mindsandmaker) zum Auftakt der Veranstaltung veranschaulicht. Sie haben uns nahegebracht, welche Voraussetzungen es heute zu schaffen gilt, damit Kultur und Arbeitgebermarke als Recruiting-Treiber fungieren können und wie sich agile Methoden in der Realität einsetzen lassen, um schnelle Recruiting-Erfolge zu erzielen.

Gewünschte Veränderungsprozesse wiederum scheitern häufig, da sie sich auf Appelle oder wohlgemeinte Absichtserklärungen beschränken.

So hat uns Jörg Rosenberger (redenistsilber) darauffolgend an zentrale Voraussetzungen und konkrete Maßnahmen herangeführt, die notwendig sind, um ein Unternehmen erfolgreich transformieren zu können. Hierbei erhielten wir die Gelegenheit, die besondere Rolle von Führung als Treiber für Transformation aus seinem Blickwinkel zu betrachten.

Neben intensiveren Gesprächen in Kleingruppen während unserer beiden Breakout Sessions, konnten wir auch im dritten Part unserer Veranstaltung in einen engen Erfahrungsaustausch treten. Magdalena Statnik und Luisa Dressler vom Gütersloher Start-up Schüttflix ließen uns an ihren Erfahrungswerten teilhaben, wie sich ein junges Unternehmen organisiert, das in vielerlei Hinsicht auf der Überholspur fährt und bereits sehr attraktiv für potenzielle Bewerber und Mitarbeiter erscheint. Gemeinsam widmeten wir uns der Frage, wie sich eine starke Unternehmenskultur auch bei starkem Wachstum etablieren lässt und rundeten unseren zweiten HR-Transformation Circle damit gebührend ab.

Auf den folgenden Seiten erwarten Euch nun weitere Insights aus den Quick Chats mit unseren Speakern!

### Die **minds** and **makers** des HR-Transformation Circle

Hier stellen wir sie Euch vor: die **minds** and **makers** - unsere Treiber und Vordenker für eine innovative Unternehmenskultur. An dieser Stelle bedanken wir uns noch einmal bei allen Speakern für ihre Teilnahme und den spannenden Input!



Kai Hohmeier

**mindsandmaker** 

**Kai** ist Berater und Coach für digitalen Wandel. Nach über zehn Jahren Erfahrung in Agenturen und Startups liegen seine fachlichen Schwerpunkte im Bereich kundenzentrierter Geschäftsmodelle, digitaler Trends und technologischer Entwicklungen, sowie digitaler Kommunikationslösungen.

**MEDIUM**  
Marken. Kommunikation.

**Sven** ist Geschäftsführer der MEDIUM Werbeagentur in Bielefeld. Seine strategischen Schwerpunkte liegen dabei auf die Markenkommunikation, Unternehmenskommunikation, digitale Transformation, Nachhaltigkeit und Arbeitgebermarketing.

Sven Nöcker



01

**Was macht für euch eine moderne Arbeitgebermarke aus?**

**Kai:**

„Eine moderne Arbeitgebermarke ist gleich *keine Arbeitgebermarke*. Ein Unternehmen sollte nicht zwischen Kundenmarke und Arbeitgebermarke unterscheiden, sondern ein ganzheitliches Markenerlebnis kreieren, welches unterschiedliche Ansprachen und Mehrwert an unterschiedliche Kundengruppen kommuniziert. Dabei sehen wir Mitarbeitende genauso als Kunden an, wie auch die tatsächlichen Endkunden. Transparenz, eine offene Innovationskultur, Freiraum und gegenseitiger Respekt stehen für mich im Zentrum einer modernen Marke, nach innen und nach außen.“



**Sven:**

„Für eine moderne Arbeitgebermarke bedarf es in erster Linie ein Fundament des Vertrauens: Führungskräfte in ihre Mitarbeitende und Mitarbeitende in das Unternehmen. Ohne Vertrauen und dem aktuellen gesellschaftlichen und kulturellen Wandel von Arbeit, wird „New Work“ nicht möglich sein und Unternehmen im Wettbewerb um Fach- und Nachwuchskräften nicht mehr bestehen können.“

**Kai:**

„Beim Wort Agilität geht es uns um zwei wichtige Themen: Customer Centricity und iteratives Vorgehen. Alles was wir im Rahmen einer Markenentwicklung tun, wird vom Kunden aus gedacht. Dabei bezieht sich das Wort Kunde immer auf diejenige Person, welche im Zentrum unseren Denkens und Handelns steht. Es geht dabei um ihre Bedürfnisse und Gewohnheiten, um daraus Kernwert als auch Maßnahmen abzuleiten. Iteratives Vorgehen meint in kleinen, wenn nötig rekursiven Schritten vorzugehen, das Ziel des Handelns immer wieder anzupassen und auch hier die nächsten Schritte vom Feedback der Zielgruppe abhängig zu machen. Am Ende geht es darum voll und ganz auf den Bewerber fokussiert zu handeln und darum maximale Erkenntnis mit minimalem Einsatz zu generieren.“

**Sven:**

„Kommunikation muss Menschen, in diesem Fall Bewerber, erreichen. Und da Kommunikation vielschichtiger und individueller geworden ist, muss die Bewerberansprache ähnlich sein: Ein Produktionshelfer erreicht man anders als einen Anwendungsentwickler. Und möglicherweise erreicht man sie auch über unterschiedliche Kanäle. Die Art der Bewerberansprache bestimmt daher nicht mehr das Unternehmen, der Bewerber bestimmt, wie er erreicht werden möchte.“



**Schreibe Kai eine Nachricht!**



**Schreibe Sven eine Nachricht!**



**REDEN IST SILBER**

Als Organisationsberater, Coach und Sparringpartner unterstützt **Jörg** seit über 20 Jahren Führungskräfte, Teams und Organisationen dabei, zukunftsfähig zu werden oder zu bleiben und Veränderungen wirksam zu gestalten.

**01 Welche Faktoren sind notwendig für eine erfolgreiche Unternehmens-  
transformation?**

„Wichtig ist ein breiter Konsens aller relevanter Stakeholder über das angestrebte Ziel und über den Nutzen der angestrebten Veränderung. Eine erfolgreiche Transformation setzt oftmals strukturelle Veränderungen voraus. Das vorherrschende Bewusstsein sollte sein, dass eine Transformation kein Sprint, sondern eher einem Marathon gleicht. Ausdauer und ein langer Atem sind gefragt!“

**02 Wie können deiner Meinung nach Unternehmen aus alten Denkmustern und Strukturen „ausbrechen“?**

„Die erfolgreiche Etablierung neuer Denkmuster und Strukturen setzt die Würdigung des bisherigen voraus, sie benötigt eine strukturelle und kulturelle Veränderung bzw. Anpassung der Organisation und in der Regel ein neues Verständnis von Führung.“

**03 Inwiefern muss Führung in Bezug auf den Kulturwandel neu gedacht werden? Wie verändert die Unternehmens-  
transformation die Rolle der Führungskraft?**

„Im Rahmen einer Unternehmenstransformation sollte die Aufgabe von Führung im Wesentlichen darin bestehen, am statt Arbeit im Unternehmen zu betreiben und mithin die Verantwortung für die Weiterentwicklung der Organisation zu tragen. Hierbei spielt das permanente Aufspüren von „Soll-Ist-Differenzen“ eine große Rolle – Wir sprechen dann weniger von *Führungskräfte-entwicklung*, sondern von *Führungsentwicklung*. Nur wenn Führung als Führungsarbeit gesehen wird, die permanente produktive Unruhe stiftet, kann sie einen Mehrwert für das Gelingen einer Transformation bieten.“

**Schreibe Jörg eine Nachricht!**

## 02 minds and makers

Magdalena Statnik verantwortet seit Januar 2021 den Personalbereich bei Schüttflix und verstärkt in ihrer Rolle das Führungsteam. Sie steuert maßgeblich den Aufbau eines starken Teams und verfolgt u.a. das Ziel, jedem Bewerber und Mitarbeiter eine passende Employer Journey zu bieten.

Magdalena Statnik



Luisa Dressler



Luisa Dressler ist ebenfalls seit März 2021 bei Schüttflix mit an Bord. In ihrer Rolle als People & Culture Business Partner ist sie mitunter zuständig für das Talent Management und somit immer mitten drin.

## 01 Wie schafft man es jeden Mitarbeitenden beim Hyper Growth mitzunehmen?

„Zum einen Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation – Das fängt direkt beim Start eines jeden Mitarbeitenden an, nämlich mit der Vermittlung von Wissen und Handwerkszeug, das on-the-job richtig wichtig wird. Transparente Informationen, team- und firmeninterne Feedbackmöglichkeiten und regelmäßige All-Hands sind hier ebenfalls ein elementarer Bestandteil von guter Kommunikation.“

Zum anderen das Zusammenwachsen im Team, das startet mit einem durchdachten Onboarding-Prozess, dann über kleine Maßnahmen wie Get-Togethers, gemeinsame Feste und Abend-Events, aber auch über ein gemeinsames Rückgrat, nämlich: Werte und Prinzipien der Zusammenarbeit, die uns als Team verbinden.

Außerdem, wäre zwar schön, ist aber nicht so: Bei Wachstumsprozessen läuft auch nicht immer alles direkt auf Anhieb rund. Eine solide Fehlerkultur ist daher essentielles Fundament.“

## 02 minds and makers

### 02 Welche Kompetenzen brauchen Mitarbeitende, um bei dem schnellen Wachstum mitzumachen?

„Auf der einen Seite Change-Kompetenz, in allen Facetten. Das startet grundsätzlich erst einmal bei der Offenheit für Neues und der Aufgeschlossenheit gegenüber Veränderungen, denn unter anderem: verändert sich die Organisation, das Team wird größer, die eigenen Aufgaben wandeln sich. Change-Kompetenz geht aber weiter, nämlich über das Steuern von Veränderungen bis hin ganz entscheidend zu Führungs-Skills, um Mitarbeitende bei Veränderungsprozessen passend begleiten und unterstützen zu können.“

### 03 Der obligatorische Zukunftsausblick: Wo geht die Reise hin?

„Das Team wird größer, die Aufgaben werden spannender, das Geschäftsportfolio diverser. Allein in diesem Halbjahr gehen unsere drei ersten Auslands-Teams an den Start: Polen, Tschechien und Österreich. Damit wird das ostwestfälische Schüttflix erstmals so richtig international, auch wenn schon zuvor so einige Mitarbeitende mit internationalem Background in unser Team in Deutschland an Bord gekommen sind. Wir wachsen horizontal und vertikal – und eine richtig gute Begleitung dieser Wachstumsphase bleibt elementar.“

### 04 Habt ihr einen Buchtipps für uns?

„Joy, Inc. von Richard Sheridan.“

Schreibe Luisa eine Nachricht!

Schreibe Magdalena eine Nachricht!





## Ausblick

Networking allein genügt nicht, um Veränderung zu bewirken und Erfolge zu erzielen. Netzwerkstärke, die sich hingegen aus gebündeltem Wissen und einzigartigem Erfahrungsaustausch unter Gleichgesinnten generieren kann, unterstützt uns dabei, Potenziale wahrzunehmen, Chancen aufzudecken und Großes zu bewirken – Gemeinsam geht da noch mehr!

Bei unserem 3. HR-Transformation Circle am 26. April werdet Ihr daher nicht nur den Fokus bilden, sondern konkret die Agenda bestimmen. Wir möchten diskutieren, welche Herausforderungen Ihr als Verantwortliche in HR- und Organisationsentwicklung in 2022 und 2023 seht und fragen uns: Was bewegt Euch?

Wir freuen uns über den gemeinsamen Austausch und zukünftig sowohl bekannte als auch neue Gesichter zu unserem Netzwerkevent begrüßen zu können - Denn es sind individuelle Erfahrungen und gemeinsame Diskussionen, die uns voneinander lernen und zusammenwachsen lassen!

Bei Anmerkungen oder Fragen zu unserer Veranstaltung, könnt Ihr gerne jederzeit auf mich zukommen.

Eure Catharina Knieper  
& das Orga-Team des  
HR-Transformation Circle



**Schreibe Catharina eine Nachricht!**

Gender-Schreibweise: Bei den Worten "Mitarbeiter", "Teilnehmer", verzichten wir aufgrund der Häufigkeit der Verwendung und der besseren Lesbarkeit auf Gendersternchen bzw. Schrägstriche. Wir richten uns hier natürlich an die Geschlechter weiblich, männlich, divers.



JÖRG ROSENBERGER

mindsandmaker 