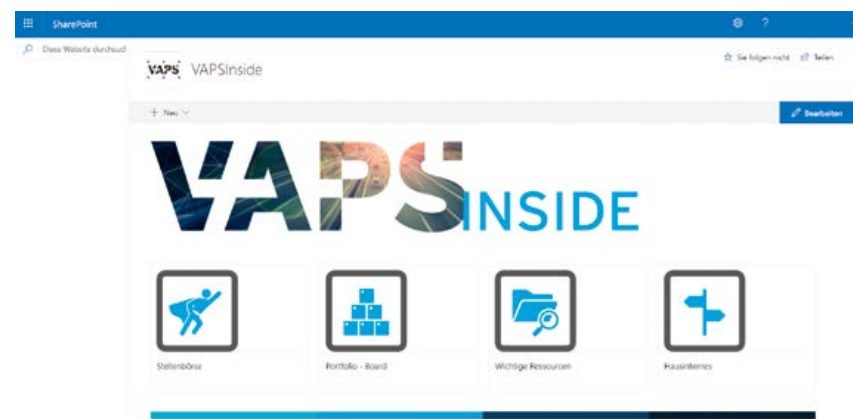


VAPS als Arbeitgeber: Digitale Transformation beginnt beim Mitarbeiter

Zu einem attraktiven Arbeitgeber gehört neben einer gut etablierten Unternehmenskultur ein moderner, digitaler Arbeitsplatz. Die VAPS hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, die Mitarbeiter und deren Bedürfnisse im Arbeitsalltag stärker denn je in den Fokus zu rücken.

Von Jennifer Woyke



Die Web-Anwendung „SharePoint“ ermöglicht durch einfaches Teilen und Verwalten von Inhalten, Wissen und Anwendungen eine hervorragende Teamarbeit.

Als ersten Schritt auf dem oben beschriebenen Weg haben wir eine Employer-Branding-Strategie für uns entwickelt. Diese ermöglicht es, den Dialog rund um das eigene Unternehmen zu steuern und positiv zu verändern, um eine höhere Talentgewinnung und -bindung sicherzustellen. Entscheidend ist, wie Sie Ihr Unternehmen an Arbeitssuchende vermarkten – und was Mitarbeiter über Ihr Unternehmen als Arbeitsplatz sagen.

Aus dem Feedback der Mitarbeiter lässt sich nicht nur die Wahrnehmung (Ist-Wert) ermitteln, sondern auch die Erwartungshaltung (Soll-Wert). Wird der Belegschaft die direkte Mitsprache ermöglicht, steigert dies die Wertschätzung. Deshalb sind Mitarbeiterbefragungen ein ebenso wertvoller Beitrag für das Employer Branding wie eine Bewerbungszusage oder Social-Media-Aktivitäten. Gezielte Aufmerksamkeit schafft eine positive Wahrnehmung sowohl für Mitarbeiter als auch für Bewerber.

Im Rahmen der VAPS Mitarbeiterbefragung 2020 gab es viele Vorschläge zur Work-Life-Balance. Am häufigsten wünschten sich Mitarbeiter eine intensivere Zusammenarbeit, einen besseren Informationsaustausch sowie eine Flexibilisierung der Arbeit. Diesen Bitten sind wir nachgekommen, haben einen neuen SharePoint implementiert und ein Regelwerk für mobiles Arbeiten geschaffen.

Weg von starren Strukturen hin zu neuen, flexibleren Arbeitsformen. Das ist ein erster wichtiger Schritt für die VAPS als moderner Arbeitgeber. Darüber hinaus konnten wir mittlerweile einige Wünsche der Mitarbeiter an berufliche Zusatzleistungen – sogenannte Corporate Benefits – verwirklichen. So haben Mitarbeiter seit diesem Jahr die Chance, ihr Traumrad bei uns zu leasen oder über die Corporate-Benefits-Plattform umfangreiche Ange-

bote mit vielfältigen Preisnachlässen zu beziehen. Geplant sind zudem höhenverstellbare Tische sowie gegebenenfalls mobile Massagen für das Wohlfühlambiente im Büro. Da die aktuelle COVID-19-Situation den Besuch in Fitnessstudios oder anderen Einrichtungen nur bedingt erlaubt, haben wir alternativ im Monat Juni einen Schrittwettbewerb auf die Beine gestellt. Die Beteiligung mit insgesamt 76 Mitarbeitern in zwölf Teams war enorm. Auch unsere Fußball-EM-Tipprunde wurde gut angenommen. Den Vorschlägen zu weiteren Teambuilding-Events wird nachgegangen, sobald es die Lage wieder zulässt. Fakt ist, die VAPS bietet mittlerweile mehr als einen Arbeitsplatz. Wer mehr über die Benefits bei der VAPS erfahren möchte: QR-Code scannen.



Zielgruppe bearbeiten

Wähle den Standort der Personen aus, die du mit deiner Werbeanzeige erreichen möchtest.

Geschlecht Alle Männer Frauen

Alter 18 65+

Standorte Gib weitere Standorte ein

Deutschland

Detailliertes Targeting

Spezifisch Unspezifisch

Potenzielle Reichweite: 780.000 Personen

Deine Zielgruppe hat genau die richtige Größe.

Möglichkeiten der Zielgruppenansprache für Werbeanzeigen bei Facebook

Die Fokussierung auf den Mitarbeiter hilft sowohl bei der Employer-Branding-Strategie als auch beim Recruiting neuer Mitarbeiter. Besonders die neuen Generationen an Mitarbeitern (GenY, GenZ) erwarten genau dies von ihrem Arbeitgeber. Deshalb sollten Sie wissen, wie die jeweilige Generation tickt, wie und wo diese am besten zu erreichen ist. Ausschlaggebend ist, dass wir unsere Werte und Leistungen nicht nur intern kommunizieren, sondern diese auch für Personen zugänglich machen, die uns bislang nicht kennen. Damit erhöht sich die Chance, dass unser Unternehmen von potenziellen Bewerbern wahrgenommen wird. Es gibt eine einfache Lösung dafür: Engagement mithilfe von Social Media. Heutzutage führen alle Wege über digitale Netzwerke – so auch beim Recruiting. Das Besondere daran sind die Möglichkeit einer schnellen und unkomplizierten Kommunikation mit Kandidaten sowie der Aufbau eines großen Netzwerkes an Kontakten. Digitale Netzwerke steigern die Sichtbarkeit von Stellenangeboten, HR-News, Wertetipps und Employer Branding im Internet erheblich. Wer sich nur auf wenige Netzwerke beschränkt, verschenkt wertvolles Potenzial. Kandidaten sind schließlich nicht nur bei Facebook oder XING unterwegs. Um dort zu sein, wo die Zielgruppe ist, sollte die ganze Bandbreite der Social-Media-Kanäle genutzt werden. Die VAPS ist stand heute bei Face-

book, XING, LinkedIn und Instagram zu finden.

Bezahlte Werbekampagnen sind ein gutes Mittel, um schnell hohe Reichweite zu erzielen. Über Targeting-Funktionen spielen wir eine Anzeige gezielt an Personen in einem definierten Umkreis in einem bestimmten Alter mit bestimmten Interessen aus – und können auf diese Weise sehr kosteneffizient Werbung schalten. Es geht darum, die eigene Zielgruppe, die natürlich klar fokussiert sein muss, anzusprechen.

Natürlich kommt es auf Content an, denn wesentlicher Erfolgsfaktor sind die Inhalte der Beiträge. Die Themen sind am Nutzen und Interesse der Zielgruppe auszurichten. Es ist darauf zu achten, dass die Zielgruppe in jedem sozialen Netzwerk unterschiedlich ist. Inhalte sollten entsprechend angepasst sein. Je besser Posts abgestimmt sind, desto wahrscheinlicher ist es, Aufmerksamkeit zu erlangen und positive Rückmeldungen zu bekommen. Um abwechslungsreichen Content zu liefern, sollten Stellenausschreibungen mit Personal-Nach-



Beispiel für eine Werbeanzeige bei Instagram.



Ein Beispiel für eine kurze, prägnante Stellenanzeige bei Facebook, kombiniert mit den Benefits der VAPS.

richten, Unternehmensnews und Bewerbungstipps gemischt werden. Zusätzlich können eigene Beiträge durch externen Content ergänzt werden.

Wichtig ist ebenfalls, dass es für jeden Social-Media-Kanal Besonderheiten gibt, die zu berücksichtigen sind. Durch den Einsatz von Hashtags erweitern wir bei Instagram unsere Sichtbarkeit. Bei Facebook punkten wir hingegen durch attraktive Bild- und Videoposts oder Gruppenbeiträge. In den Karrierenetzwerken XING und LinkedIn sind Fachthemen für die Community besonders interessant.

Fazit: Erst wenn wir uns mit dem Wandel der Arbeitswelt und den veränderten Ansprüchen der Mitarbeiter auseinandersetzen, haben wir eine Chance, uns als moderner Arbeitgeber zu etablieren. Höchste Zeit, neue Wege zu gehen und andere daran teilhaben zu lassen. Wir freuen uns über jeden Besucher unserer Social-Media-Präsenzen. <<

Unsere Autorin ist für das Marketing und die Kommunikation der VAPS GmbH tätig.