



HÖRMANN
Gruppe

DAS MAGAZIN DER HÖRMANN GRUPPE AUSGABE 9

mittendrin

Netzwerken auf Social Media

NEUE GESCHÄFTSFÜHRUNG

Dr. Bettina Jakob wird neue Geschäftsführerin der VacuTec Meßtechnik GmbH.

SOCIAL MEDIA

Der Kern der sozialen Netzwerke – egal beruflich oder privat – ist die Vernetzung mit anderen.

HÖRMANN INTRANET

Die neue Kommunikationsplattform verbindet alle Mitarbeiter:innen – am Desktop oder über App.

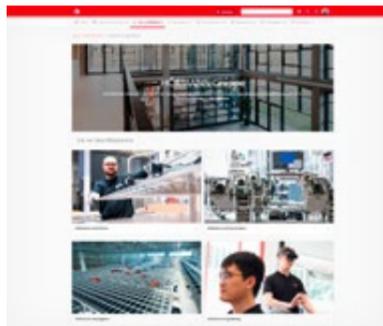
In dieser Ausgabe



6
NEWS
Neue Geschäftsführerin bei VacuTec



8
FOKUS SOCIAL MEDIA
Gemeinsam mehr erreichen



13
FOKUS SOCIAL MEDIA
Das neue Social Intranet



16
NETZWERK
Maschinenraum – Erfahrungsaustausch für alle



21
INSIGHT
Zu Besuch im Video Studio bei Funkwerk

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,



miteinander zu kommunizieren – seine Meinung auszudrücken und sich untereinander auszutauschen – ist ein menschliches Grundbedürfnis. Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist für uns heute selbstverständlich und in unserer Verfassung als Grundrecht garantiert. In einem Industrieunternehmen wie der HÖRMANN Gruppe bilden regelmäßige Kommunikation zwischen den Mitarbeitern, der Austausch von Ideen und Erfahrungen sowie die Kreativität des Teams die Grundlage unserer täglichen Arbeit und für Innovationen.

Auch die regelmäßige Pflege von persönlichen Beziehungen zwischen Menschen in einer Gemeinschaft ist ein wichtiger Bestandteil unseres Lebens, denn wir alle sind soziale Wesen. Ein breites Netzwerk an Kontakten wird in Zeiten von Globalisierung, mobiler Arbeit und schneller Veränderungen immer wichtiger, um rascher Informationen auszutauschen.

In der Welt von heute sind Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, Twitter und WhatsApp für viele ein fester Bestandteil ihres Alltags und ein wichtiges Medium für die regelmäßige Kommunikation und Beziehungspflege mit anderen Menschen geworden. Das Kommunikationsverhalten, die Art und Weise des Austauschs miteinander und das Medium zur Interaktion haben sich grundlegend verändert. Vor allem die junge Generation kann sich ein Leben ohne Social Media nicht mehr vorstellen. Und Social Media ist heute auch ein wichtiger Kanal, um neue Mitarbeiter zu gewinnen.

Diesem Trend müssen auch moderne, zukunftsorientierte Unternehmen Rechnung tragen. Der Netzwerkgedanke, der sich in Social Media ausdrückt, ist auch für die interne Kommunikation innerhalb der HÖRMANN Gruppe wichtig. Ein gutes soziales Netzwerk bringt die Menschen an den verschiedenen Standorten näher zusammen, ermöglicht den Austausch von Informationen, Erfahrungen und News über die Grenzen des eigenen Unternehmens hinaus; macht das tägliche Leben und Arbeiten in der HÖRMANN Gruppe als große Gemeinschaft täglich wahrnehmbar, lebendiger und interessanter.

Im Rahmen unserer neuen Social-Media-Strategie haben wir eine einheitliche interne Kommunikationsplattform exklusiv für die HÖRMANN Gruppe, ein sogenanntes Social Intranet aufgebaut. Unter dem Namen „MyHÖRMANN“ erhält jeder Mitarbeiter der HÖRMANN Gruppe an jedem Standort einen Zugang zu dieser neuen Kommunikationsplattform per App oder als Desktop-Version und kann sich mit anderen Kollegen vernetzen, die täglichen News erfahren oder durch Beiträge mit anderen Kollegen kommunizieren.

Wie bei jeder guten Kommunikation hängt auch die Lebendigkeit unseres neuen Social Intranets „MyHÖRMANN“ von der aktiven Mitwirkung jedes Einzelnen, einer hohen Vielzahl von Meinungsäußerungen der Mitarbeiter und von aktuellen Beiträgen, Bildern und Videobotschaften ab. Lassen Sie uns gemeinsam eine inspirierende, lebendige und moderne Kommunikationskultur entwickeln und deutlich machen, welches Potenzial in uns steckt: „WIR SIND HÖRMANN!“

In der vorliegenden „mittendrin“ stellen wir Ihnen die Social-Media-Strategie der HÖRMANN Gruppe und unsere neue interne Kommunikationsplattform „MyHÖRMANN“ vor. Damit wollen wir Ihnen einen modernen, lebendigen Erlebnisraum anbieten, der das Leben und Arbeiten bei HÖRMANN täglich von Neuem spürbar macht und der die Menschen in der HÖRMANN Gruppe näher zusammenbringt und in einem Netzwerk verbindet.

Dr. Michael Radke
CEO der HÖRMANN Gruppe

Johann Schmid-Davis
CFO der HÖRMANN Gruppe

Dr. Christian Baur
CTO der HÖRMANN Gruppe

COMMUNICATION

HÖRMANN Kommunikation & Netze GmbH und Funkwerk AG werden eins



HÖRMANN bündelt Kompetenzen und stärkt das Infrastruktur-, Bahn- und Servicegeschäft innerhalb der Funkwerk-Gruppe. „Nach dem erfolgten Teilumbau der Gruppenstruktur und der Gründung unseres neuen Geschäftsbereichs Intralogistics im Mai dieses Jahres ist die Übertragung der HÖRMANN Kommunikation & Netze in die Funkwerk AG ein wichtiger strategischer Schritt für das weitere Wachstum des Geschäftsbereichs Communication“, erläutert Dr. Michael Radke, CEO der HÖRMANN Gruppe.

Beide Gesellschaften arbeiten bereits seit vielen Jahren beim Ausbau der für die Bahnindustrie wichtigen Infrastruktur erfolgreich zusammen. Der Zusammenschluss ermöglicht künftig, auch komplexere Ausschreibungen zu bedienen, die neben der reinen Lieferung von Produkten auch die Installation und kundenspezifische Full-Service-Konzepte mit sehr kurzen Reaktionszeiten erfordern.



ENGINEERING

HÖRMANN GOETHE-PREIS FÜR DR. BERND WÖRMANN

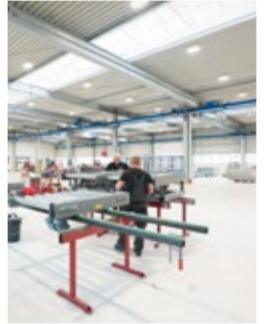
Als Dank für seine langjährigen Leistungen und großen Erfolge bei der VacuTec Meßtechnik GmbH wurde Dr. Bernd Wörmann mit dem HÖRMANN Goethe-Preis ausgezeichnet. Der Preis wird jedes Jahr als Wertschätzung für hervorragende Leistungen bei der Gruppentagung an einen Geschäftsführer in der HÖRMANN Gruppe verliehen. Dr. Wörmann ist zum 3. September 2022 in den wohlverdienten Ruhestand gewechselt.



INTRALOGISTICS

HÖRMANN Gruppe zu Besuch bei Klatt Fördertechnik

Eigentlich hätte der Besuch schon viel früher stattfinden sollen, aufgrund der Corona-Pandemie wurde er mehrmals verschoben. Im Juni waren die Geschäftsführer der HÖRMANN Gesellschaften im Rahmen der Gruppentagung zu Besuch in Österreich bei Klatt Fördertechnik. „Wir waren sehr gerne Gastgeber für dieses Treffen“, freut sich Florian Pöckl, einer der beiden Geschäftsführer der Klatt Fördertechnik. „Auch wenn es etwas später war als geplant und wir nicht mehr ganz neu im Verbund sind!“ Zum Abschluss der Tagung hatten alle Teilnehmer die Gelegenheit, das Klatt Unternehmen im österreichischen Neumarkt im Rahmen einer ausführlichen Werksbesichtigung kennenzulernen.



Peter Klatt (Bild rechts) zeigt den Gästen der HÖRMANN Gruppe sein Werk.



HÖRMANN GRUPPE

NEUER KONZERNBETRIEBSRAT



So sieht der neue Konzernbetriebsrat aus – mit dem neuen Vorsitzenden Mustafa Kirmizigül (Bildmitte)

Im Frühjahr haben an vielen Standorten die Wahlen für einen Betriebsrat stattgefunden. In der Folge hat sich auch ein neuer Konzernbetriebsrat gebildet, der Ende Juni zu seiner konstituierenden Sitzung nach Kirchseeon gekommen ist. Zum neuen Vorsitzenden des Konzernbetriebsrats wurde Mustafa Kirmizigül aus Gustavsburg gewählt. Sein Vorgänger Michael Wilhelmi wird zum 31. Oktober 2022 in den wohlverdienten Ruhestand eintreten.

In Gesprächen mit dem CEO Dr. Michael Radke und der Personalleiterin der HÖRMANN Gruppe Anna Kiefer hat der neue Konzernbetriebsrat seine Arbeit als Interessenvertretung der Mitarbeiter:innen aufgenommen.



ENGINEERING

DR. BETTINA JAKOB WIRD NEUE GESCHÄFTSFÜHRERIN BEI VACUTECH



Seit 1. Juli ist Dr. Bettina Jakob neue Geschäftsführerin der VacuTec Meßtechnik

Die Dipl.-Physikerin hat zunächst als Research Assistant an der Michigan State University gearbeitet und dann an der TU Dresden im Bereich experimentelle Kernphysik promoviert. Zusätzlich hat sie erfolgreich ein Fernstudium „Medizinische Physik und Technik“ an der Universität Kaiserslautern absolviert.

Seit 2003 ist Dr. Bettina Jakob in der VacuTec Meßtechnik tätig, zunächst im Bereich Vertrieb/ Entwicklung und seit 2008 als Leiterin der Entwicklung. Sie ist stellvertretende Strahlenschutzbeauftragte und Mitglied der internationalen Normenarbeitsgruppe IEC TC62C WG3. Als Prokuristin war sie viele Jahre die Vertretung von Dr. Bernd Wörmann, der nach 20 Jahren in den wohlverdienten Ruhestand wechselt.

„Wir freuen uns sehr, mit Frau Dr. Jakob eine weitere Frau in der Geschäftsführungsposition gewonnen zu haben, und wünschen ihr viel Erfolg“, so Dr. Michael Radke (CEO der HÖRMANN Gruppe) zum Start.

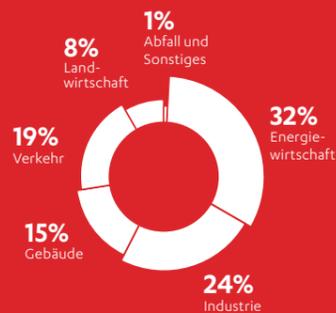
AUTOMOTIVE

Dekarbonisierung des Transports auf der letzten Meile

Null Auspuffemission ist das große Ziel im innerstädtischen Lieferverkehr. Hierfür hat das schwedische Start-up Volta Trucks in unvergleichlicher Geschwindigkeit ein Fahrzeugkonzept für das – laut eigenen Unternehmensangaben – erste vollelektrische 16-Tonnen-Nutzfahrzeug der Welt designed und entwickelt: den Volta Zero.

Großen Anteil daran hat die Expertise von HÖRMANN Automotive in Gustavsburg. „Wir liefern die komplexen und schweren Komponenten im Chassis des Volta Zero wie Längsträger, Rahmenverstärkungen und Rahmenanbauteile“, erklärt Marc Maurer, Projektleiter HÖRMANN Automotive Gustavsburg. „Die große Herausforderung ist, die industrielle Herstellbarkeit und die sehr kurze Markteinführungszeit miteinander zu vereinbaren.“ 15 Wochen nach Angebotsübermittlung wurden bereits die ersten werkzeugfallenden Vorserienbauteile an den Kunden gesendet. Serienstart ist 2023.

ANTEIL DER TREIBHAUSEMISSIONEN NACH SEKTOREN DES KLIMASCHUTZGESETZES (KSG) IM JAHR 2021 IN DEUTSCHLAND



(Quelle: Umweltbundesamt)



Innovatives Nutzfahrzeug mit rein elektrischem Antrieb und HÖRMANN Komponenten



HÖRMANN GRUPPE

LEGO SPIELEN BEIM STIPENDIATENTAG

Im ersten Moment war die Überraschung groß. Damit hatten die HÖRMANN Stipendiaten nicht gerechnet: Nach der Begrüßung durch Elizabeth Hörmann als Vorsitzende der Hans Hörmann Stiftung und CEO der HÖRMANN Gruppe Dr. Michael Radke wurde beim Stipendiatentag Lego gespielt. Vermutlich hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die kleinen bunten Legosteine schon lange nicht mehr in der Hand.

Der Lego-Workshop wurde von HÖRMANN Digital organisiert. Die Stipendiaten bauten methodisch von Scrum folgend eine Stadt für einen imaginären Kunden. Jedes Jahr kommen die Stipendiaten der Stiftung zusammen, immer in einer anderen Gesellschaft. Ziel ist, dass die Stipendiaten die HÖRMANN Gruppe kennenlernen und sich untereinander vernetzen.



INTRALOGISTICS

TOWNHALL-MEETING UND SOMMERAUSFLUG

Ein Townhall-Meeting in München war die Auftaktveranstaltung, um den dazugehörigen Mitarbeitern die neue HÖRMANN Sparte Intralogistics näher vorzustellen. Sie wurde „hybrid“ durchgeführt: Die einen Teilnehmer waren vor Ort – mit Maske und getestet –, die anderen konnten sich digital dazu-schalten oder danach die Videoaufzeichnung ansehen.

„Wir wollen diese Veranstaltung auch in den anderen Standorten des Geschäftsbereiches durchführen“, erläutert Dr. Christian Baur, Chief Technology Officer (CTO) der HÖRMANN Gruppe, „und alle Mitarbeiter persönlich informieren, wie wir zukünftig in der HÖRMANN Intralogistics als ein Unternehmen in den spezifischen Geschäftsfeldern auftreten wollen.“ Anschließend wurde das Meeting in den Biergarten verlagert: „Das war ein sehr schöner Ausklang und eine gute Gelegenheit, miteinander ins Gespräch zu kommen“, freut er sich.



» Townhall-Meetings sind ein gutes Format, um möglichst viele Mitarbeiter:innen gleichzeitig zu erreichen und zu informieren.«





wir sind hoer mann



Netzwerken auf Social Media – dieser Trend ist für viele schon alltäglich. Deswegen sind etliche Unternehmen auf unterschiedlichen Social-Media-Kanälen aktiv. Und damit dort, wo auch Kunden und (zukünftige) Mitarbeiter unterwegs sind. Noch sichtbarer und bekannter zu werden ist auch das Ziel der HÖRMANN Gruppe. Verstärkte Social-Media-Aktivitäten sind der Weg dorthin. Das heißt: Mutig rauf auf die Bühne mit dem, was uns stark macht – die Menschen bei HÖRMANN und die Vielfalt unserer Gruppe!



» Wir sind viele – zusammen mehr erreichen. «

Die sozialen Medien sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken – privat ebenso wie beruflich. Das Handy ist überall dabei. Jeder hat es permanent in der Hand, checkt Nachrichten, spielt, liest oder tauscht sich aus. Stellenanzeigen in der Tageszeitung – früher das A und O bei der Jobsuche – sind längst nicht mehr interessant für Bewerber. Die digitale Revolution hat vieles, was „immer schon“ so war, auf den Kopf gestellt. „Als Arbeitgeber auf dem Bewerbermarkt sichtbar zu sein ist absolut unverzichtbar“, erklärt Anna Kiefer, Leiterin Human Resources der HÖRMANN Gruppe. „Ohne Employer Branding, wie der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke auch genannt wird, und ohne Social-Media-Präsenz erreichen wir nicht mehr die Fachkräfte, die wir dringend brauchen.“

Gesicht zeigen mit der neuen Karrierewebseite

Seit Juni ist die neue Karrierewebseite für die HÖRMANN Gruppe am Start. Hier zeigen sich ganz unterschiedliche Frauen und Männer und erzählen, was sie an ihrer Arbeit mögen, wie es bei HÖRMANN so ist und warum sie da sind, wo sie sind. Mit diesen persönlichen Storys bekommt die HÖRMANN Gruppe ein „Gesicht“ für diejenigen, die das Unternehmen noch nicht kennen. „Die Kraft der Mitarbeiter als Markenbotschafter ist nicht zu unterschätzen – gerade in einem Familienunternehmen. Bei uns ist der Einzelne nicht irgendein Mitarbeiter unter Tausenden.“

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei HÖRMANN geben unserer Gruppe ein authentisches, individuelles Gesicht“, betont die Leiterin Unternehmenskommunikation Celina Begolli. „Dabei wollen wir uns von unserer besten Seite zeigen und glaubhaft vermitteln, was Kunden und zukünftige Mitarbeiter bei uns erwartet. Es ist inspirierend zu sehen, wie viele mitmachen.“

Crossmedial vernetzt

Die neue Karriereseite ist eine von mehreren „Bühnen“, auf denen sich die HÖRMANN Gruppe präsentiert. „Die Kanäle und Netzwerke sind eng miteinander verwoben. Wir denken und handeln crossmedial: Die Aufbereitung der Inhalte kann für verschiedene Kommunikationskanäle verwendet werden, orientiert sich aber immer an der jeweiligen Zielgruppe und deren Erwartungen, Bedürfnissen und Werten. Das bringt uns weg von einer Geschmacksdiskussion hin zu einem effektiven, zielgerichteten Marketing“, so Celina Begolli. Die Karriereseite ist daher vernetzt mit Social-Media-Plattformen wie Instagram und Facebook, auf denen potenzielle Mitarbeiter unterwegs sind. „Das bietet uns die Möglichkeit, uns erfahrbar zu machen, ein Gefühl zu vermitteln, wer wir sind – und uns als attraktives, interessantes Familienunternehmen für Bewerber und Kunden zu präsentieren. Gemeinsam gelingt uns das viel besser als jedem Einzelnen oder als einer einzelnen Tochtergesellschaft in der Gruppe“, betont Celina Begolli.



Social-Media-Guidelines der HÖRMANN Gruppe

Die Social-Media-Guidelines bieten Sicherheit und Orientierung im Umgang mit sozialen Netzwerken und sensibilisieren für Risiken und Chancen. Sie richten sich in erster Linie an alle diejenigen Mitarbeiter, die im Namen der HÖRMANN Gruppe oder einer Gesellschaft der HÖRMANN Gruppe Inhalte in sozialen Netzwerken publizieren:

- **Bevor Sie loslegen:**
Definieren Sie Ziele, Zielgruppen und Plattformen, die für Ihre Zwecke geeignet sind. Es ist wichtig, die richtige Tonalität zu finden.
- **Kontinuität:**
Social-Media-Kanäle sollten kontinuierlich „bespielt“ werden. Die Pflege und Aktualität der Kanäle sind wesentlicher Bestandteil erfolgreicher Social-Media-Arbeit.
- **Schnelligkeit:**
Beantworten Sie Anfragen zeitnah. Der direkte und schnelle Austausch ist ein wesentliches Merkmal dieser Plattformen.
- **Umgang mit Kritik:**
Werden Inhalte, die Sie veröffentlicht haben, kritisiert, antworten Sie sachlich und begründet, selbst wenn Sie oder Ihre Organisationseinheit unfair, kritisch oder emotional behandelt werden. Auf keinen Fall sollten Sie negative Kommentare löschen, es sei denn, sie verstoßen gegen die Netiquette oder sind rechtswidrig.
- **Rechtlicher Hinweis / Vertraulichkeit und Datenschutz:**
Gesetzliche Vorgaben wie Persönlichkeits-, Urheber- und Markenrechte, der Schutz von persönlichen Daten und streng vertraulichen Unternehmensinformationen, müssen auch bei der Nutzung von sozialen Netzwerken eingehalten werden.



Stets aktuell: Die **Social-Media-Guidelines** der HÖRMANN Gruppe (Netiquette) werden zukünftig im HÖRMANN Intranet abliegen.

Die richtige Ansprache für die jeweilige Zielgruppe

Aber warum funktioniert das gerade über Social Media so gut? „Wir bekommen sofort eine Reaktion und sind ganz nah dran an den Leuten, die wir ansprechen wollen“, beschreibt es Gudrun Beckh, Social-Media-Managerin der HÖRMANN Gruppe. Die Social-Media-Expertin weiß, wie wichtig es ist, sich immer vor Augen zu halten: Welche Zielgruppe spreche ich gerade an und auf welchem Kanal ist diese gerade unterwegs. „Auf Instagram bewegen sich eher jüngere, die duze ich und spreche lockerer mit ihnen als mit denjenigen, die auf klassischen Business-Netzwerken

Ein überlegtes, konsistentes Vorgehen ist die Basis für eine erfolgreiche Social-Media-Kommunikation. Das heißt, planen, posten, beobachten, Reportings auswerten und die notwendigen Schlüsse daraus ziehen. Es ist ein großer Unterschied, ob man als Privatperson auf Social Media aktiv ist oder im Namen des Unternehmens spricht und klare Ziele verfolgt.

Netzwerken auf Social Media

Der Kern der sozialen Netzwerke – egal ob diese beruflich oder privat genutzt werden – ist die enge Vernetzung zu vielen anderen. Die Kommunikation ist anders als bei anderen Marketingkanälen keine Einbahnstraße, sondern ein Austausch: Die Online-Community kommuniziert und interagiert digital. „Dass immer mehr Menschen seit vielen Jahren Social Media nutzen, dort Videos und Bilder posten, private Einblicke geben und sich austauschen, hat sicher den Weg bereitet für ein stärker emotionales Marketing in Unternehmen, bei dem sich die Mitarbeiter öffnen und zeigen“, stellt Celina Begolli fest. „Wer merkt sich heute schon Fakten? Es sind die Storys und die hervorgerufenen Gefühle, die haften bleiben. Wir wollen mehr Reichweite über unser emotionales Marketing generieren.“ Mit dieser emotionalen Ansprache können wir diejenigen anziehen, die zu uns passen – egal ob Kunden oder Mitarbeiter. „Denn wer sich öffnet und zeigt, wie er ist, findet eher genau die Menschen, die er sucht.“



wie XING oder LinkedIn aktiv sind. Dort würde ich siezen. Das ist wie Anzug und Krawatte im Vergleich zu Bermuda und Shirt“, beschreibt Gudrun Beckh den Unterschied. Das jeweilige Thema wird in puncto Content – sprich den Bildern, Texten, Videos etc. – in einem Post – sprich der Nachricht – auf diejenigen ausgerichtet, die HÖRMANN jeweils erreichen will. Die Ansprache und Aufmachung kann also bei ein und demselben Thema ganz unterschiedlich sein.

Mit Hand und Fuß ans Ziel

Vieles ist unkompliziert und zeitnah umzusetzen, gleichzeitig muss ein Post Hand und Fuß haben. Dazu gehören eine klare Botschaft und die passende Ansprache der Zielgruppe. Auch die rechtlichen Rahmenbedingungen wie eine Freigabe der Bildrechte müssen safe sein. Der Algorithmus der Suchmaschinen ist ebenfalls ein wichtiges Kriterium. Social Media für ein Unternehmen ist nichts, was mal schnell oder nebenher „rausgehauen“ wird.



Social Media als Vertriebskanal

Die meisten Unternehmen in Deutschland nutzen mittlerweile Social-Media-Marketing, um Kontakt zu den Verbrauchern und Kunden aufzubauen und sich auszutauschen. Firmen erreichen dadurch eine erhöhte Markenpräsenz, mehr Leads und größere Umsatzsteigerungen (QUELLE <https://blog.hubspot.de/marketing/liste-soziale-netzwerke>). Das sog. „Social Selling“ wird auch für HÖRMANN zukünftig eine wichtige Rolle in den sozialen Medien spielen.



Intern eng verbunden – Social Intranet

Hinzu kommt: „Der regelmäßige soziale Austausch ist für die externe Kommunikation ebenso wichtig wie für die interne, die im Grunde genommen die Basis für alles ist. Nur wenn wir alle offen miteinander kommunizieren, Ideen und Erfahrungen austauschen und uns gegenseitig unterstützen, können wir das große Potenzial der HÖRMANN Gruppe voll entfalten und neue Kunden gewinnen. Deswegen ist es ein großer Mehrwert für uns, dass unser HÖRMANN Social Intranet in Kürze an den Start geht“, freut sich Celina Begolli. Schnell mal was fragen, ein Foto downloaden, Content bereitstellen – das alles wird leichter über die neue HÖRMANN-interne Plattform. Und Netzwerken bringt mehr Kontakte, Erfahrungen, Informationen, Empfehlungen. Daher ist das neue Intranet für die HÖRMANN Gruppe eine ideale, moderne Basis, um alle Mitarbeiter in allen Tochtergesellschaften der HÖRMANN Gruppe miteinander zu verbinden. ♦

Auf diesen Plattformen sind wir aktiv



INSTAGRAM

Bei Instagram ist das Bild der „Hero“. Hier sind v. a. die Jüngeren unterwegs, es wird ein lockerer Umgang gepflegt. Für Unternehmen ist der Kanal sehr gut geeignet, um z.B. potenzielle Azubis auf sich aufmerksam zu machen. Das A und O ist daher eine entsprechende Ansprache der Zielgruppe (duzen) und mit Inhalten, die ankommen und junge Menschen ansprechen. Dabei gilt: immer authentisch bleiben und sich nicht anbiedern.

XING

XING ist ein Business-Netzwerk im deutschsprachigen Raum mit 19 Millionen Mitgliedern und auf professionelles Networking ausgelegt. Hier tummeln sich unterschiedlichste Berufstätige aus allen Branchen, um neue Kontakte zu knüpfen, sich zu vernetzen, einen neuen Job zu finden oder neue Inspirationen zu aktuellen Themen aus der Arbeitswelt zu erhalten. Mit dem Werbetoool XING Ads können Unternehmen ihre Reichweite effizient steigern.



LinkedIn

LinkedIn ist das internationale Pendant zum deutschen XING mit 774 Millionen Nutzern. Das Social Network bietet daher neben vielfältigen Werbemöglichkeiten für Unternehmen die Chance, berufliche Kontakte auf der ganzen Welt zu knüpfen. Neuigkeiten und Innovatives sind hier schnell präsent und die User können sich durch das Teilen und Erstellen von Inhalten in ihrer jeweiligen Branche profilieren. Auch für das Employer Branding ist die Plattform ideal!



➔ **Du bist auch aktiv?** Dann tagge uns auf Insta und Co. – wir freuen uns über dein Engagement. **#wirsindhoermann**
#hoermanngruppe





Das neue Social Intranet – digitale Heimat für die HÖRMANN Gruppe

Das Social Intranet „Staffbase“ ist eine Kommunikationsplattform für Menschen bei der Arbeit – egal, ob sie am Schreibtisch sitzen, in der Fabrikhalle stehen oder unterwegs sind. Damit ist es perfekt für die HÖRMANN Gruppe geeignet.



„Die HÖRMANN Gruppe ist aufgrund ihrer rund 30 Gesellschaften stark dezentral strukturiert. Daher brauchen wir für die interne Kommunikation eine Plattform, die für jeden Mitarbeiter in allen Tochtergesellschaften an allen Standorten zugänglich ist“, betont die Leiterin für Unternehmenskommunikation Celina Begolli.

» Jeder, der bei uns arbeitet, will wissen, was, warum, wie und wo passiert.«

Staffbase ist die ausgewählte, neue interne Kommunikationsplattform, angepasst an die Bedürfnisse der HÖRMANN Gruppe. Sie verbindet alle HÖRMANN Mitarbeiter – am Desktop, via E-Mail, Chat oder über eine App. Wie das funktioniert und welche Vorteile es bringt, erklärt Stefanie Flügel, Kommunikationsberaterin von Staffbase, im Interview.



Stefanie Flügel, Kommunikationsberaterin bei Staffbase

Würden Sie sich kurz vorstellen?

Ich bin seit einem Jahr bei Staffbase im Strategic-Advisory-Team als Kommunikationsberaterin und habe viel Erfahrung mit Intranets von anderen Kunden. Bei meinem früheren Arbeitgeber MAN habe ich auch eines aufgebaut. Da hatte ich schon mit HÖRMANN zu tun, die ein großer Zulieferer von MAN sind. Somit schließt sich für mich persönlich so ein bisschen der Kreis.

Welche Besonderheit hat das HÖRMANN Intranet?

Bei vielen Projekten ist es so, dass es schon ein altes Intranet gab, das nun durch ein neues ersetzt wird. Bei HÖRMANN nicht – hier bauen wir das Ganze komplett neu auf. Ein Intranet ist für HÖRMANN auch kulturell ein großer Schritt. Wir führen eine neue Technik ein, gleichzeitig ist es unser Ziel, mit dem Intranet einen Beitrag für ein engeres Zusammenwachsen zu leisten. Und es soll eine schnelle Orientierung bieten: Hier findet jeder die wichtigsten Informationen, die er braucht.

Was bedeutet das für die Mitarbeiter?

Wir holen jeden Mitarbeiter immer dort ab, wo er ist. Wenn er das Intranet am ersten Tag aufmacht – ganz gleich, ob am Desktop oder in der mobilen Anwendung (bzw. der App) –, soll er das Gefühl haben, dass er hier einen genau für ihn vorbereiteten Raum vorfindet. Das ist für die Buchhalterin, die seit 20 Jahren bei HÖRMANN ist, ein anderer als für den Trainee, der heute seinen ersten Arbeitstag hat. Als Mitarbeiter bei HÖRMANN Automotive in Gustavsburg erhalte ich andere Informationen als einer bei HÖRMANN Vehicle Engineering. Jeder erhält das, was er braucht oder was ihn interessiert: Was gibt es Neues an meinem Standort? Wo bin ich „zu Hause“? Was tut meine Gesellschaft? Zu welchem Geschäftsbereich gehöre ich? Aber auch, was ist los bei den anderen in der HÖRMANN Gruppe? Was ist das übergeordnete Ziel? Das Intranet soll auch das Wir-Gefühl und Zugehörigkeitsgefühl zum Familienunternehmen HÖRMANN stärken, einen virtuellen, digitalen Raum, in dem die ganze HÖRMANN Familie zusammenkommt.

Worauf können sich die Mitarbeiter denn noch freuen?

Auf die Interaktivität und den Austausch. Für die Mitarbeiter spielt es keine Rolle, ob sie den Kommentar abends auf der Couch am Handy machen oder tagsüber im Büro am Desktop – es ist der gleiche Inhalt. Auch praktische Dinge werden einfacher, zum Beispiel schneller Zugang zum Speiseplan oder dem Telefonverzeichnis und

wertvollen Informationen – ohne langes Suchen. Man findet alles an einem Platz. Das neue Intranet ist die erste Anlaufstelle.

Es wird ein Social Intranet werden, was heißt das?

Ich kann als Mitarbeiter einen Artikel kommentieren oder Fragen stellen. Wer das nicht möchte, kann, wie man es von LinkedIn oder Facebook kennt, auch „liken“ und so zeigen, dass er dankbar für diese Information ist oder sie interessant findet. Man kann sich also auch über kleine Reaktionen mitteilen. Es ist ein zeitgemäßer, einfacher Dialog- und Feedback-Kanal, in dem Mitarbeiter auch an die Geschäftsführung kommunizieren können.

Aber in der Regel machen das doch nicht so viele, oder?

Es gibt nicht so viele Mitarbeiter im Intranet, die gerne kommentieren – das stimmt. Das ist aber überall so, auf allen Social-Media-Kanälen. Man sagt allgemein: 90 % lesen, 9 % liken und 1 % kommentieren. Aber man kann eigentlich immer sicher sein, dass auch diejenigen, die nicht aktiv sind, mitlesen! Man hat also ein großes Publikum und antwortet nicht einer Person, die vielleicht rumnörgelt, sondern auch den 99 %, die mitlesen.

Was kann ich als Mitarbeiter noch machen?

Es gibt verschiedene News-Kanäle. Man kann auf Beiträge reagieren, die eine zentrale Redaktion schreibt. Oder es gibt die Möglichkeit, dass Mitarbeiter selber Beiträge schreiben. Es wird auch so etwas wie einen Treffpunkt-Bereich geben und „Mitarbeiter fragen Mitarbeiter“, wo man einfach sagen kann: Ich habe hier eine Frage und wir haben so viele Experten hier bei HÖRMANN, da frage ich mal in die Runde. Was wir auch noch haben werden, ist eine Chat-Funktion – ähnlich wie bei WhatsApp. Jeder kann eine Gruppe gründen, z.B. für eine Mitfahrgelegenheit, oder kann jederzeit jeden im Unternehmen anschreiben.

Welche „Zutaten“ braucht es, damit es eine lebendige Plattform wird?

Dass alle HÖRMANN:INNEN mitmachen und es zu ihrer Plattform machen. Und es braucht Vorreiter wie die Geschäftsführung und Kommunikatoren/Meinungsbildner, die aktiv sind und auch Kritik wertschätzend aufnehmen. Damit steht und fällt alles! Ich bin sehr zuversichtlich, dass das klappt: Denn wir haben vielfältige Services für die Mitarbeiter, die einen Mehrwert bieten. Wir haben News und die Möglichkeit, dass jeder selbst aktiv werden und mitwirken kann. ♦

Hinweis der Redaktion:

Das **Social Intranet „MyHÖRMANN“** geht zum Ende dieses Jahres 2022 an den Start. Alle Mitarbeiter werden direkt davor nochmals informiert.



#wirsindhoermann



Think outside the box

Share capabilities

Boost own brand

Maschinenraum – Erfahrungsaustausch für alle

Get authentic feedback

Gain cross-industry insights

Co-create with others



Die Kraft des Kollektivs nutzen, um Unternehmen individuell zu befähigen – das ist das Motto des Netzwerks „Maschinenraum“. Das „innovative Ökosystem“ bringt deutsche Mittelstands- und Familienunternehmen zusammen. Gemeinsam werden wichtige Themen der Zukunft erschlossen und der digitale Umbruch wird begleitet und vorangetrieben. Die HÖRMANN Gruppe ist seit April 2022 in diesem Netzwerk aktiv.

JA – finde ich gut,
ich will mehr wissen:
www.maschinenraum.io



Riesiger gemeinsamer Nenner

Ziel der HÖRMANN Gruppe ist – wie für die anderen Unternehmen auch – durch Best Practice voneinander zu lernen und Potenziale auszuschöpfen. „Das Tolle ist: Der Maschinenraum ist für alle interessierten Mitarbeiter:innen offen – vom Praktikanten bis zum Geschäftsführer“, betont Susanne Ratge, die als Projektmanagerin von HÖRMANN Digital Ansprechpartnerin für alle Fragen rund um den Maschinenraum ist. „Jeder kann an den Austauschformaten wie den Impulsvorträgen teilnehmen – und das ohne Kosten! Das bietet viele Chancen, sich untereinander und auch mit anderen Unternehmen zu vernetzen.“ Der große Benefit des Maschinenraums ist, „dass sich die Familienunternehmen und der Mittelstand unter ‚ihresgleichen‘ befinden“, beschreibt es Susanne Ratge. „Alle haben ähnliche Strukturen und Merkmale. Das ist ein riesiger gemeinsamer Nenner und bringt viel mehr, als wenn wir uns mit Konzernen vergleichen würden, die ganz anders aufgestellt sind.“ Das Netzwerk fördert bzw. unterstützt die Mitglieder und hilft, Fehler zu vermeiden, die andere vielleicht schon gemacht haben. Die persönliche Ebene erleichtert es, offene Gespräche und Diskussionen mit Kollegen von anderen Mittelständlern zu führen.

Breites Themenspektrum und viel Potenzial

Etliche Mitarbeiter der HÖRMANN Gesellschaften nutzen bereits die Austauschformate, die vom Maschinenraum moderiert werden. Oder stellen bei ganz konkreten Fragen eine Anfrage, bei der das Netzwerk dann das oder die passenden Sparring-Unternehmen miteinander vernetzt. In einigen Bereichen wurden auch sog. Peergroups unterschiedlicher HÖRMANN Unternehmen gebildet, die einen fachlich vorgefilterten Austausch ermöglichen. Das Themenspektrum ist sehr breit und umfasst u.a. auch neue Arbeitsmodelle, Nachhaltigkeitsmanagement, Finanz- oder Produktionsthemen.

Anfang September fand die Konferenz „Momentum“ für alle Mitgliedsunternehmen in der ehemaligen Schuhfabrik „Goldpunkt“ statt. In dem Industriegebäude inmitten des Prenzlauer Bergs ist der Maschinenraum zu Hause. Auch etliche Vertreter der HÖRMANN Gruppe haben die Gelegenheit zum Netzwerken und Austauschen genutzt.

Vielseitiges Expertennetzwerk

Der Maschinenraum will individuelle Erfahrungen der jeweiligen Unternehmen mit anderen teilen, um gewonnene Erkenntnisse gemeinsam zu nutzen. „Denn viele sind in der gleichen Situation“, so Susanne Ratge.

» Entscheider und Innovatoren werden zusammengebracht und der Mittelstand wird untereinander und mit Vordenkern verbunden. Das hilft den Mitgliedsunternehmen, bessere Entscheidungen zu treffen, Lösungen zu finden und neue Methoden zu lernen. «

Was speziell für die HÖRMANN Gruppe am allerwichtigsten ist, wurde bei einem Auftaktworkshop definiert: „Schwerpunktmäßig verfolgen wir im Rahmen des Netzwerks ganz gezielt den (fachlichen) Austausch zu Themen der Digitalisierung, wollen neue Methoden lernen, die uns bei der Digitalisierung unterstützen, uns mit anderen Unternehmen über die digitale Transformation austauschen, das Expertennetzwerk nutzen und die Sichtbarkeit der HÖRMANN Gruppe steigern“, erklärt die Maschinenraum-Expertin die Ziele.

Raum für kreative Ideen

Abseits der gewohnten Alltagsumgebung können die Familien- und Mittelstandsunternehmen so an neuen Wegen und digitalen Lösungen arbeiten. Denn selbst die innovativsten und erfolgreichsten Unternehmen haben Schwierigkeiten, die immer vielfältigeren technologischen, ökologischen und sozialen Herausforderungen alleine zu meistern. „Der Austausch und die Anfragen sind ein ganz großer Mehrwert für uns. Darüber hinaus gibt es noch ganz viele andere Angebote im Maschinenraum. Bei Fragen kann jeder gerne auf mich zukommen – ich unterstütze bei bestimmten Themen oder helfe Interessierten beim Onboarding im Maschinenraum.“ ♦



Susanne Ratge

ist seit Februar in der HÖRMANN Digital tätig. Die Projektmanagerin arbeitet seit vielen Jahren im Prozessmanagement.

Das Netzwerk Maschinenraum ist entstanden aus der Transformationsgeschichte der Viessmann Gruppe, die seit 2015 an der kulturellen und digitalen Transformation des eigenen Geschäftes arbeitet. Das gesammelte Wissen und die Erfahrungen möchte Viessmann teilen. Die drei Säulen dabei sind „Erleben & Vernetzen“, „Teilen & Lernen“, „Umsetzen & Kollaborieren“.

Gemeinsam unter einer Flagge

Er ist der Chef der neuen Intralogistics-Sparte: Dr. Christian Baur. Für den begeisterten Segler heißt es volle Kraft voraus! Dabei gilt: „Wir segeln nicht mehr jeder für sich, sondern alle unter einer Flagge“, um mit engagierten Mitarbeitern, Innovation und technologischen Fortschritt, gemeinsam am Markt erfolgreich zu sein.



Sie sind erst seit Kurzem bei HÖRMANN – wie war der Start?

Sehr gut! Ich war vorher schon einige Monate als Berater hier. Daher wusste ich, auf was ich mich einlasse – und Herr Schmid-Davis und Herr Dr. Radke wussten es auch. Es hat also keine großen Überraschungen gegeben. Ich bin auch nicht zum ersten Mal in der HÖRMANN Gruppe: Vor vielen Jahren habe ich bei Funkwerk gearbeitet. Dort war ich mit Herrn Schmid-Davis gemeinsam im Vorstand.

Warum sind Sie (wieder) zu HÖRMANN gekommen?

Nach meinem letzten Job habe ich mir folgende Dinge für meine nächste Mission vorgenommen: Erstens, ich möchte mit Leuten zusammenarbeiten, die ich schätze und die ich mag. Das ist hier absolut der Fall! Zweitens, ich will an interessanten technologischen Themen arbeiten und diese voranbringen. Intralogistics ist ein Megatrend! Drittens habe ich eine Aufgabe gesucht, die es mir erlaubt, wieder näher bei meiner Familie zu sein. Und noch ein vierter Punkt: Ich möchte international tätig sein – das werden wir aufbauen.

Wohin soll die Reise des neuen Geschäftsbereichs Intralogistics gehen?

Wir segeln nicht mehr jeder für sich, sondern alle unter einer Flagge und wollen die Zusammenarbeit intensivieren. Das heißt, dass nicht jeder sein eigenes Ding macht und sich selbst optimiert, sondern der Gedanke sein muss: Wie bringen wir gemeinsam die Gruppe nach vorne? Das ist ein großer Veränderungsprozess und die Reise fängt gerade erst an. Erfolgreich sind wir, wenn es der ganzen Familie gut geht. Dazu müssen wir mehr zusammen machen und der eine oder andere muss auch einmal etwas hergeben, damit andere etwas haben.

Wie wichtig ist die internationale Ausrichtung?

Die aktuellen geopolitischen Entwicklungen zeigen, wie wichtig eine diversifizierte Aufstellung ist! Unser erster Schritt ist, das Geschäft in Europa zu stärken, der zweite Schritt ist, das Intralogistics-Geschäft in den USA aufzubauen. Dazu schaffen wir aktuell die notwendigen Strukturen und Teams in den vier Geschäftsfeldern Solutions (Lösungsgeschäft), Robotics Solutions, Products und Services. Denn um finanziellen Erfolg zu haben,

braucht es eine gut aufgestellte stabile Organisation, engagierte Mitarbeiter sowie Innovation und technologischen Fortschritt, um am Markt nicht nur bestehen zu können, sondern auch Marktanteile zu gewinnen.

Was schätzen Sie an der HÖRMANN Kultur?

Das mittelständische Unternehmertum und das Miteinander mit wenig hierarchischen Strukturen. Der Freiheitsgrad ist deutlich höher als bei anderen Unternehmen und damit verbunden auch die Verantwortung, die einem übertragen wird, und die Gestaltungsmöglichkeiten, die man hat. Die Schattenseite ist, dass mitunter professionelle, standardisierte Strukturen fehlen, an denen sich alle orientieren. Manchmal hilft es nicht, die Ärmel hochzukrempeln und es gut zu machen, sondern es ist wichtig, dass der Kollege es auch so macht. Dafür müssen wir Prozesse etablieren, die auch standortübergreifend funktionieren.

Auch die Arbeitswelt verändert sich gerade grundlegend – wie sehen Sie das?

Die Zeiten von „5 Tage im Büro sein“ sind definitiv vorbei. Es wird viel mehr in Communities gearbeitet. Die Zusammenarbeit ist anders, dafür bin ich offen: Jeder kann seine Arbeit dort machen, wo er am produktivsten ist. Dennoch ist es wichtig, sich mit den anderen aus der Community abzustimmen und sich seiner Verantwortung bewusst zu sein, was natürlich auch physische Präsenz erfordert.

Auch ich arbeite an unterschiedlichen Orten: Im Moment sitze ich in München an meinem Rechner, heute Nachmittag bin ich in Kirchseeon zum Termin. Ich versuche nahbar für die Kollegen zu sein und tausche mich mit ihnen aus. Wo ich bin, hängt auch davon ab, was ich zu tun habe. Für persönliche Abstimmungen ist es wichtig, vor Ort zu sein. Wenn ich dagegen Dinge abzuarbeiten habe, kann ich das auch im Homeoffice tun.

Sie sind auf LinkedIn präsent. Warum ist Social Media so wichtig für Unternehmen?

Um neue Talente anzuziehen, die wir unbedingt brauchen! Die HÖRMANN Gruppe will und muss wachsen, das geht nur mit neuen guten Mitarbeitern. Wir könnten bei Intralogistics aus dem Stand 30 bis 40 neue Leute einstellen, wenn wir sie finden würden. Mitarbeiter:innen wollen für ein modernes, erfolgreiches Unternehmen arbeiten. Also eines, das etwas nach außen ausstrahlt. Wo man mit Stolz sagen kann: „Ich arbeite für HÖRMANN“ und andere sagen: „Ah, für HÖRMANN – das ist ja cool!“ Dazu müssen wir als Arbeitgeber attraktiv sein und zeigen, was unsere Vision und Mission ist. Das ist nicht nur für potenzielle Mitarbeiter, sondern auch für unsere Kunden interessant.

Würden Sie bei einem TikTok-Video mitmachen?

Ich habe bisher noch keines gemacht. Es kommt darauf an, um was es geht – aber ja!

Wenn Sie sich für das neue Social Intranet beschreiben müssten, was würden Sie sagen?

Mir ist es wichtig, die Community zu fördern. Ich begeistere mich für Technologie, bin zielstrebig und will etwas bewegen. Im Englischen würde man sagen: „I want to shape the future.“ Ich möchte etwas erreichen und stolz auf das sein, was wir gemeinsam als Team geschafft haben. Für mich machen Innovation und Technologie den entscheidenden Unterschied, denn wir werden nie die billigsten sein. Ich möchte technologisch in einer Nische oder einem Marktsegment erfolgreich sein. Und habe Freude daran, miteinander etwas zu machen, mitzuleiden, mitzufiebern und mitzufeiern, wenn große Aufträge kommen.

Was machen Sie, wenn Sie nicht arbeiten?

Im Sommer Segeln, im Winter Snowboarden und Zeit mit meiner Familie verbringen. Ich habe zwei Kinder im Alter von 9 und 12 Jahren und schätze es sehr, mit HÖRMANN wieder einen heimatnahen Arbeitsplatz zu haben und wieder mehr Zeit mit meiner Familie zu verbringen. ♦



Follow me on [LinkedIn](#)
Schickt mir gerne Vorschläge für
mein erstes TikTok-Video. 😊



#wirsindhoermann



MENSCHEN BEI HÖRMANN

wollen wir weiterführen – denn sie alle sind das Herz der HÖRMANN Gruppe und repräsentieren unsere Vielfalt. In loser Serie werden sich z. B. Monteure, Niederlassungsleiter, Forscherinnen, Büromitarbeiterinnen oder Produktionsmitarbeiter vorstellen: Wer sie sind, was sie an ihrer Arbeit schätzen und was sie darüber hinaus ausmacht. Wenn Sie auch dabei sein wollen, schreiben Sie an: marketing@hoermann-gruppe.com

In der letzten Ausgabe haben einige unserer HÖRMANN Mitarbeitenden über sich, ihre Erfahrungen und ihre Arbeit gesprochen. Das

Präsenz zeigen und erreichbar sein



Jana Mazurkiewicz
HÖRMANN Intralogistics

Die Informationen auf LinkedIn und auf der Webseite waren ausschlaggebend dafür, dass sich Jana Mazurkiewicz für HÖRMANN Logistik als neuen Arbeitgeber entschieden hat. Die Personalreferentin ist seit Anfang des Jahres 2022 dabei und ist sich sicher, dass es „immer wichtiger wird, nach außen vor allem auch auf Social Media präsent zu sein, denn dort ist unsere Zielgruppe unterwegs und informiert sich über uns.“

Wissen, wer HÖRMANN ist

HÖRMANN Logistik war bereits vor dem Zusammenschluss zu Intralogistics auf LinkedIn sehr aktiv. „Seit der Einrichtung des neuen Geschäftsbereichs sind wir in der Neufindung. Es gibt ein Content-Team, das sich regelmäßig austauscht. Ich stimme mich eng mit unserem Marketing ab, das unsere Inhalte erstellt und einstellt. Wir posten hier z.B. Neuigkeiten zu unseren Projekten, zu Messen oder anderen Mitarbeiter-Events, wie dem

Weißwurstfrühstück, das wir neulich im Offline-Format bei uns hatten.“ Ein bewährter Baustein, der seit längerem auf unterschiedlichen Kanälen ausgespielt wird, sind die Interviews mit Mitarbeitern, die über ihre Arbeit und Erfahrungen bei HÖRMANN Logistik informieren. Diese sind auf der Webseite zu sehen und werden auch über XING, Facebook, Instagram und LinkedIn angeteasert. Jana Mazurkiewicz betont: „Bewerber der heutigen Generation wollen schon im Vorfeld möglichst viel über das Unternehmen wissen, für das sie sich als potenziellen neuen Arbeitgeber interessieren. Die Interviews sind ein Weg zu sehen, ob ich mir als Bewerber vorstellen kann, hier zu arbeiten.“

Authentisch und anschaulich

Auch die Art des Bewerbens hat sich geändert. „Die Bewerbung auf eine Stellenanzeige wird auch mal schnell nebenbei vom Handy aus verschickt. Daher ist es so wichtig, sichtbar und schnell

verfügbar zu sein und den Bewerbern aufzuzeigen, wie es weitergehen kann.“ Die Personalreferentin ist viel auf LinkedIn und in XING Gruppen unterwegs, postet Stellenanzeigen, geht ins Gespräch und ist präsent, um auch diejenigen zu erreichen, die vielleicht noch gar nicht aktiv auf der Suche nach einem neuen Arbeitgeber waren. Ihr Ziel: „Es den Bewerbern so einfach wie möglich zu machen, uns zu kontaktieren, und ein Gesicht zu zeigen, an das sie sich wenden können.“ Zusammen mit einer Recruiting-Agentur testet sie gerade, wie Videos bei der Mitarbeiteransprache helfen. Die Führungskraft spricht über die Stellenanzeige und erklärt, wer und was sie bei ihrem potenziellen neuen Arbeitgeber erwartet.

Tradition und Zukunft

„Ich freue mich, wenn ich von Bewerbern die Rückmeldung bekomme, dass sie aufgrund der Infos, die wir bieten, glauben, dass es passen könnte.“ So ging es auch Jana Mazurkiewicz, HÖRMANN hat sie überzeugt: „Es ist ein Unternehmen mit Tradition. Ich hatte von Anfang an das Gefühl, da steckt etwas dahinter. Gleichzeitig ist es nicht eingestaubt, sondern setzt den Fokus auf die Zukunft – und geht auf den einzelnen Mitarbeiter ein. Das war und ist mir als Personalerin besonders wichtig. Denn es entspricht dem, wie ich arbeite.“ ♦

Sie haben Anregungen und Ideen für HÖRMANN on Social Media? Schreiben Sie uns:
socialmedia@hoermann-gruppe.com



Zu Besuch im Video-Studio bei Funkwerk



Sascha Lutz
FUNKWERK

Es fehlt nur noch die einprägsame Melodie – bei der Schaltung ins Funkwerk-Studio fühlt man sich wie bei der Tagesschau. „Das war unser Ziel“, erklärt Sascha Lutz beim virtuellen Besuch. Im Studio in Karlsfeld werden seit knapp zwei Jahren Videos für Kundenpräsentationen aufgenommen, Vorstellungen von neuen Funkwerk-Produkten gedreht, um diese Neuheiten den Mitarbeitern und Kunden vorzustellen, oder Mitarbeiterversammlungen online übertragen.

Mit großer Freude Videoregisseur

„Hauptberuflich“ kümmert sich Sascha Lutz um Software-Integration, „nebenberuflich“ ist er seit Beginn an mit spürbarer Freude Videoregisseur. Er hat den Auf- bzw. Ausbau der Funkwerk-Video-Studios initiiert: „Vor zwei Jahren haben wir für die DB und einen anderen Kunden Präsentationsvideos gemacht, die ich nicht so professionell fand“, erklärt er. Bis dato hatte Lutz sich nur privat mit dem Thema „Video“ beschäftigt. „Ich habe mir gedacht, das können wir besser, und Herrn Ringler gefragt, ob wir ein kleines Budget bekommen, um unsere Technik aufzurüsten.“ Das wurde genehmigt und das Video-Studio in einem Raum in Karlsfeld mit Scheinwerfern, Green-Screen und einem Gimbal für die Video-Kamera ausgestattet. Anfangs waren die Mitarbeiter noch etwas zurückhaltend, inzwischen wird das Studio rege genutzt. Hier werden häufig ein- bis zwei-Minuten-Videos für Kunden oder Mitarbeiter gedreht. „Wir machen aber auch längere Videos. Ich habe erst kürzlich eines aufgenommen, in dem wir unser Ticketsystem für neue Mitarbeiter erklären.“ Weitere Erklärungsvideos sind bereits in Planung.



Meist werden Ein- bis Zwei-Minuten-Videos für Kunden oder Mitarbeiter – oft vor Green-Screen – gedreht.

Stetig weiterlernen

Inzwischen ist Sascha Lutz nicht mehr der einzige Videoregisseur. Bei zunehmender Nutzung wird das Studio mittlerweile von mehreren Leuten betreut. „Der Raum kann nach Bedarf gebucht werden. Beim Dreh ist dann immer eine Art Regisseur dabei“, ergänzt Sascha Lutz. Das kommt an. Er schätzt, dass mittlerweile bereits an die 50 Videos hier gedreht wurden. „Die Technik haben wir gut im Griff. Bei der Art der Präsentation lernen wir stetig dazu und feilen an den Storyboards oder Anleitungen zum Verhalten vor der Kamera.“ Deswegen steht in Karlsfeld der Sprecher mittlerweile – anders als bei der Tagesschau – links unten im Bild. ♦

Follow us on [LinkedIn](#)





HÖRMANN Marketingtag 2022!

Der Marketing Roundtable, bei dem sich die Marketingbeauftragten fast aller Gesellschaften sonst digital treffen, hat im Juli live im Munich Urban Colab getagt. „Wir haben viel erarbeitet, gemeinsam Spaß gehabt und wichtige Grundlagen für unser neues Social Intranet gemeinsam erarbeitet“, freut sich Marketingleiterin Celina Begolli.

„Im Workshop ist klar geworden, dass Marketing nicht gleich Marketing ist, sondern ganz unterschiedliche Stoßrichtungen wie Vertriebsmarketing oder Employer Branding haben kann – mehr dazu berichten wir in der nächsten Ausgabe.“ Kurzum, ein sehr gelungenes Treffen, das gezeigt hat, wie wichtig der persönliche Kontakt ist – gerade in einem Unternehmen wie der HÖRMANN Gruppe, deren rund 30 Einzelunternehmen über ganz Deutschland und noch weiter verstreut sind. ♦



Trio für Instagram

Lisa-Marie Friedrich, Lena Martens und Felix Keitel sind die drei „Macher“ des Gustavsburger Azubi-Instagram-Kanals. Seit einem Jahr posten sie hier, um einen Einblick in die Ausbildung bei HÖRMANN Automotive in Gustavsburg zu geben. „Wir haben unsere Ideen für Beiträge eingebracht. Daraufhin hat uns unser Ausbildungsleiter gefragt, ob wir die Betreuung des Kanals übernehmen wollen“, erklären die drei im Gespräch. Ziel ist es, den Instagram-Usern zu präsentieren, was die Ausbildung in Gustavsburg ausmacht und wie vielseitig sie ist. „Wir haben einen engen Zusammenhalt hier. Es gibt immer wieder gemeinsame Aktivitäten wie das Azubi-Grillen, die wir dann auch auf Insta zeigen – denn wir sind ein echt gutes Team zusammen“, freuen sich Lisa-Marie und Lena.

Alle(s) zusammen

Gemeinsam mit Felix legen die beiden bei einem wöchentlichen Meeting fest, was sie posten wollen. Dabei bringt jeder seine Ideen ein. Wichtig ist ihnen, dass die Bilder und Storys authentisch und nicht perfekt sind – und kein „08/15-Content, sondern etwas, das anspricht“. Dabei beziehen sie auch die anderen Azubis in Gustavsburg ein – „jeder von uns ist Teil der großen Gruppe, wir machen das zusammen“, betonen sie einstimmig. Bei aller Planung posten sie auch spontan, wenn es etwas Zeigenswertes gibt, „natürlich immer mit Freigabe unseres Ausbildungsleiters. Denn aufgrund des Kundenschutzes dürfen wir viele Arbeitsprozesse nicht zeigen“, erklärt Felix. Die Hashtags, Posts und Storys werden zusammen entwickelt, jeder macht Bilder und schreibt Texte – „nur den Video-Dreh macht Felix, da er die meiste Erfahrung und die beste technische Ausstattung hat“.

Auch die Organisation des Drumherums, wie abzuklären, wo ein Bild gemacht wird bzw. werden darf oder was dafür vorbereitet werden muss, liegt in der Hand des Azubi-Trios. Ein persönliches Highlight für alle – auch auf Instagram – war die große Hilfsaktion für die Ukraine im März, die mit Videos, Interviews, Bildern und Statements begleitet wurde. „Da haben wir alle an einem Strang gezogen und auf Augenhöhe zusammengearbeitet, egal in welcher Position – das war eine tolle Erfahrung.“ ♦



Du hast auch Ideen für Instagram-Beiträge & Stories? Dann sende sie uns einfach zu: socialmedia@hoermann-gruppe.com



♥ 🗨️ 📩 #wirsindhoermann

KURZ GEFRAGT

WHAT'S UP?



Michael Wilhelmi
Geschäftsführer
41 Jahre bei HÖRMANN, seit 2006 Betriebsrat bei HÖRMANN Automotive in Gustavsburg, 2019 bis 2022 Vorsitzender des Konzernbetriebsrats

🤔 Warum sind Sie Betriebsrat geworden?

Weil es damals nicht so lief, wie ich mir das vorgestellt habe. Im Betriebsverfassungsgesetz steht, dass Arbeitgeber und Betriebsrat vertrauensvoll zum Wohl der Arbeitnehmer und des Betriebs zusammenarbeiten sollen 🤝. Das habe ich verinnerlicht.

👏 Worauf sind Sie rückblickend stolz?

Dass wir alle Krisen 🌪️ gemeinsam überstanden haben 🙌 – sei es die Finanzkrise, Corona oder der Materialmangel bedingt durch den Ukraine-Krieg. Wir haben zwar Kollegen:innen verloren, aber alle auf freiwilliger Basis ohne betriebsbedingte Kündigungen 🥰.

🗨️ Wie ist das Verhältnis zur Geschäftsleitung?

Mit Herrn Dr. Radke und Herrn Schmid-Davis spreche ich auf Augenhöhe, das haben wir immer gut hinbekommen 🤝.

📍 Worauf kann sich jemand, der bei HÖRMANN anfängt, freuen?

Auf ein Unternehmen, das innovativ in die Zukunft geht 🚀. Wir sind gut aufgestellt, die letzten 4-5 Jahre ist viel in puncto Entwicklung und neue Produkte/ neue Kunden 📈 passiert. Und die HÖRMANN Rente 🥰 – da haben wir gemeinsam etwas Gutes auf die Beine gestellt.

😊 Worauf freuen Sie sich im Ruhestand?

Meine Enkel, die in Brüssel leben, häufiger zu sehen 🥰.



mittendrin
VORSCHAU
AUSGABE

10

Auch in unserem Folgeheft erwarten Sie wieder spannende Themen: Unter dem Motto „Mitarbeiter gewinnen und binden“ geben wir Einblicke in die Aktivitäten unserer HRler.

Jetzt mitmachen!
Schicken Sie
uns Ihre Ideen an:

**marketing@hoermann-
gruppe.com**



HERAUSGEBER

HÖRMANN Holding GmbH & Co. KG
Hauptstr. 45 – 47
85614 Kirchseeon
Deutschland

T +49 8091 5630 0
F +49 8091 5630 195
info@hoermann-gruppe.com
www.hoermann-gruppe.com

VERANTWORTLICH

Dr. Michael Radke
Johann Schmid-Davis
Dr. Christian Baur

REDAKTIONSLEITUNG

Celina Begolli

KONZEPT & GESTALTUNG

Kochan & Partner GmbH

TEXT

Irene Bauer (Bauer & Dottermann)

FOTOS

HÖRMANN Gruppe
HÖRMANN Automotive
HÖRMANN Digital
HÖRMANN Intralogistics
HÖRMANN Kommunikation & Netze
Gudrun Beckh
Funkwerk AG
Jochen Dottermann
Maschinenraum
VacuTec Meßtechnik

DRUCK

Gotteswinter und FIBO
Druck- und Verlags GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 22
80807 München

STAND

September 2022

Alle Rechte vorbehalten. Die Informationen in diesem Programm wurden mit größter Sorgfalt aufbereitet, dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Die HÖRMANN Holding GmbH & Co. KG übernimmt keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für eventuell verbliebene Fehler und deren Folgen.



HÖRMANN
Gruppe