

Best Practices:

**Udo Bratzke, Betriebsratsvorsitzender und
Michael Sanft, Geschäftsführung Personal und Finanzen,
Rügenwalder Mühle - Carl Müller GmbH und Co. KG, Bad Zwischenahn**

Titel: Employer Branding

Beteiligte:

Arbeitgeber, Betriebsrat, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Idee/Inhalt:

Transparenz und Glaubwürdigkeit und Authentizität: Dafür steht die Marke „Rügenwalder Mühle“ aber auch das Familienunternehmen selbst. Sind diese Werte doch seit jeher fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Innerhalb des Unternehmens wird eine auf Vertrauen, gegenseitige Wertschätzung und Langfristigkeit angelegte Zusammenarbeit praktiziert. Die Mehrzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist seit vielen Jahren im Unternehmen und nicht selten arbeiten mehrere Personen einer Familie bei der Rügenwalder Mühle. Die Rügenwalder Mühle ist daher ein Familienunternehmen in zweierlei Hinsicht. Diesen Aspekt greift auch die Kampagne „Familienunternehmen mit Gesicht“ auf. Das Motto der Kampagne: „Zufriedene Mitarbeiter machen die beste Wurst“. Über QR-Codes auf den Verpackungen können interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher verschiedene Kurzvideos abrufen, in denen die Mitarbeiter von ihrer Arbeit berichten und über die Herstellung der Produkte informieren. Zudem sind auf sämtlichen Produktverpackungen jeweils zwei Mitarbeiter des Unternehmens pro Marke zu sehen.

Umsetzung/Herausforderungen

Die wesentliche Herausforderung besteht darin, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ein Mitwirken an der Kampagne zu begeistern. Sie sollen sich mit dem Motto und der Idee dahinter identifizieren. Denn nur dann können sie authentisch auftreten und die Botschaft überzeugend vermitteln.

Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ggfls. des Personalrats

Daher wurden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Anfang an in die Kampagne eingebunden. Betriebsversammlungen und die Mitarbeiterzeitung informieren seit Anfang an über die Kampagne „Familienunternehmen mit Gesicht“. Die einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich für die „Jobs“, die im Rahmen der Kampagne anfallen, aktiv bewerben und einbringen. Mit der Zeit entwickelt sich eine gewisse Eigendynamik. Denn durch die gemeinsamen Aktivitäten rücken die Abteilungen und Menschen im Unternehmen zusammen. Die Begeisterung für die Sache wird auf diese Weise intern und nach außen weitergetragen.

Kontakt:

Gabi Soballa, Marketing, Rügenwalder Mühle, Industriestraße 5, 26160 Bad Zwischenahn
Tel.: 04403 - 66 161, Fax: 04403 - 66 360, Email: gsoballa@ruegenwalder.de