

»Mein Buch«

DIE BISHERIGEN BEITRÄGE UND REZENSENTEN

SOZIALwirtschaft

Zeitschrift für Führungskräfte in sozialen Unternehmen

Hans Flierl:

Freie und öffentliche Wohlfahrtspflege
Vorgestellt von Martin Beck
SOZIALwirtschaft 1/2010, Seite 39

Ulli Arnold, Bernd Maelicke (Hg.):

Lehrbuch der Sozialwirtschaft
Vorgestellt von Gabriele Moos
SOZIALwirtschaft 2/2010, Seite 39

Johannes Münder, Thomas Meysen,

Thomas Trenczek (Hg.): Frankfurter
Kommentar SGB VIII. Kinder- und Jugendhilfe./
Sozialgesetzbuch XII. Sozialhilfe.
Lehr- und Praxiskommentar
Vorgestellt von Achim Meyer auf der Heyde
SOZIALwirtschaft 3/2010, Seite 41

Hubert Bienek, Jürg Schneider, Gregor

Oliver Thaler, Ruth Voggensperger (Hg.):
Gutes besser tun. Corporate Governance in
Nonprofit-Organisationen
Vorgestellt von Jochen Walter
SOZIALwirtschaft 4/2010, Seite 41

Heiner Geißler: Ou topos. Suche nach dem Ort,

den es geben müsste
Vorgestellt von Dorothee Hunfeld
SOZIALwirtschaft 5/2010, Seite 41

Jürgen Reyer:

Alte Eugenik und Wohlfahrtspflege
Vorgestellt von Rainer Knapp
SOZIALwirtschaft 6/2010, Seite 41

Hans Ulrich, Gilbert J. B. Probst: Anleitung

zum ganzheitlichen Denken und Handeln
Vorgestellt von Thilo Rentschler
SOZIALwirtschaft 1/2011, Seite 41

Fredmund Malik: Führen Leisten Leben

Vorgestellt von Stefan Ziegler
SOZIALwirtschaft 2/2011, Seite 38–39

Robert I. Sutton: Der Arschloch-Faktor

Vorgestellt von Sandra Loew
SOZIALwirtschaft 3/2011, Seite 41

Eva Renate Schmidt, Hans Georg Berg:

Beraten mit Kontakt
Vorgestellt von Gabriele Bartsch
SOZIALwirtschaft 4/2011, Seite 41

Wolfgang Faulbaum-Decke, Christian

Zechert (Hg.): Ambulant vor stationär
Vorgestellt von Stefan Meyer-Kaven
SOZIALwirtschaft 5/2011, Seite 41

Ernst Klee: »Euthanasie« im Dritten Reich

Vorgestellt von Wolfgang Werner
SOZIALwirtschaft 6/2011, Seite 41

Waltraud Anna Mitgutsch:

Augenzugung
Vorgestellt von Annemarie Strobl
SOZIALwirtschaft 1/2012, Seite 41

Hans Thiersch:

Lebensweltorientierte Soziale Arbeit
Vorgestellt von Wolfgang Trede
SOZIALwirtschaft 2/2012, Seite 41

Klaus Doppler, Christoph Lauterburg:

Change Management
Vorgestellt von Hans-Christoph Maurer
SOZIALwirtschaft 3/2012, Seite 41

Matthias zur Bonsen, Carole Maleh:

Appreciative Inquiry (AI): Der Weg zu
Spitzenleistungen. Eine Einführung für
Anwender, Entscheider und Berater
Vorgestellt von Silke Gaube
SOZIALwirtschaft 4/2012, Seite 41

Frederic Vester:

Die Kunst, vernetzt zu denken. Ideen und
Werkzeuge für einen neuen Umgang mit
Komplexität
Vorgestellt von Thiemo Fojkar
SOZIALwirtschaft 5/2012, Seite 41

Ulrich Siegrist, Martin Luitjens:

30 Minuten Resilienz
Vorgestellt von Andrea Stratmann
SOZIALwirtschaft 6/2012, Seite 41

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Friedhelm

Bliemel: Marketing-Management.
Strategien für wertschaffendes Handeln
Vorgestellt von Ingo Habenicht
SOZIALwirtschaft 1/2013, Seite 41

Leo Bormans (Hg.): Glück

Vorgestellt von André Peters
SOZIALwirtschaft 2/2013, Seite 41

Johannes Rüegg-Stürm:

Das neue St. Galler Management-Modell
Vorgestellt von Dierk Starnitzke
SOZIALwirtschaft 3/2013, Seite 41

Christa Maurer:

Mit Magellan und Captain Cook auf der Kom-
mandobrücke. Was moderne Führungskräfte
von erfolgreichen Kapitänen lernen können
Vorgestellt von Karlheinz Petersen
SOZIALwirtschaft 4/2013, Seite 41

Abtprimas Notker Wolf, Schwester Enrica

Rosana: Die Kunst, Menschen zu führen
Vorgestellt von Christian Reuter
SOZIALwirtschaft 6/2013, Seite 41

Joachim Reber:

Spiritualität in sozialen Unternehmen.
Mitarbeiterseelsorge – spirituelle Bildung –
spirituelle Unternehmenskultur
Vorgestellt von Hermann Schoenauer
SOZIALwirtschaft 1/2014, Seite 41

Die Benediktsregel

Vorgestellt von Sr. Ulrike Soegtrop
SOZIALwirtschaft 2/2014, Seite 41

Fredmund Malik: Führen Leisten Leben

Vorgestellt von Matthias Mitzscherlich
SOZIALwirtschaft 3/2014, Seite 41

Nina Apin: Das Ende der Ego-Gesellschaft

Vorgestellt von Georg Zinner
SOZIALwirtschaft 4/2014, Seite 41

Sonja Radatz: Das Ende allen

Projektmanagements
Vorgestellt von Fleur Lüthje
SOZIALwirtschaft 6/2014, Seite 41

Dagmar Kumbier und Friedemann Schulz

von Thun (Hg.): »Spinn ich oder spinnen die?«
Interkulturelle Kommunikation: Methoden,
Modelle, Beispiele
Vorgestellt von Vera Birtsch
SOZIALwirtschaft 2/2015, Seite 41

www.sozialwirtschaft.nomos.de



Employer-Branding in der Sozialwirtschaft

SOZIALwirtschaft fragt regelmäßig Experten der Branche, welches Buch sie in ihrer Arbeit am meisten beeinflusst hat. In dieser Ausgabe geht es um die Erfolgsfaktoren einer ungewohnten Führungsstrategie.



VON JOACHIM SPEICHER

Joachim Speicher ist Geschäftsführender Vorstand des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes in Hamburg. www.paritaet-hamburg.de



Cornelia Heider-Winter: Employer Branding in der Sozialwirtschaft. Wie Sie als attraktiver Arbeitgeber die richtigen Fachkräfte finden und halten. Verlag Springer Gabler, Wiesbaden 2014. 356 Seiten. 49,99 Euro. ISBN 978-3-658-01195-6.

Als ich die Anfrage erhielt, ein Buch vorzustellen, das einen deutlichen Einfluss auf meine Arbeit hat, legte ich mir gedanklich schon mal »meine Klassiker« zurecht: Die »Erkenntnis für Freie Menschen« von Paul Feyerabend und »Wie wirklich ist die Wirklichkeit?« von Paul Watzlawick. Auch Arnold Retzers »Miese Stimmung« war dabei. Dann aber fiel mein Blick auf ein Buch, das soeben im Springer-Gabler Verlag in Wiesbaden erschienen ist. Cornelia Heider-Winters »Employer Branding in der Sozialwirtschaft. Wie Sie als attraktiver Arbeitgeber die richtigen Fachkräfte finden und halten«

Sicher ist es erklärungsbedürftig, wie eine Neuerscheinung meine bisherige Arbeit beeinflussen sollte? Darauf gibt es eine einfache Antwort. Die Autorin ist seit vier Jahren Mitarbeiterin im Landesverband Hamburg des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes. Im bundesweit beachteten Projekt des Verbandes »Mehr Männer in Kitas« (2011 bis 2013) war sie als Expertin ebenso für die Inhalte der Kampagne wie für die Gestaltung von Form und Umsetzung zuständig. In der Sprache ihres Buches hieße das wohl: Cornelia Heider-Winter sorgte für das gelingende »Branding« des Projektes und seiner Ziele. Sie war verantwortlich für die Entwicklung und Verbreitung von »Botschaften und Kommunikationsstrategien, die eine tiefe emotionale Verbundenheit und Identifikation« auslösen.

Dass ihr dies sehr erfolgreich gelungen ist, belegt der »Internationale Deutsche PR-Preis der Deutschen Public Relations Gesellschaft und des F.A.Z.-Instituts«, den sie vor zwei Jahren erhalten hat. Ein Jahr zuvor war ihre Arbeit bereits durch den Bundesverband Deutscher Pressesprecher mit dem Titel »Pressestelle des Jahres 2012« ausgezeichnet worden.

Cornelia Heider-Winter (Jahrgang 1983) gehört einer neuen Generation von Fach- und Führungskräften an, deren Bild und Wahrnehmung der Sozialwirtschaft sich nicht mehr allein durch

tradierte Selbstverständlichkeiten der älteren Pioniere leiten lässt.

Das Buch ist allein schon deshalb hilfreich, um den brancheninternen Blick der »Sozialwirtschaft« auf sich selbst ein wenig zu stören. Das häufig wiederkehrende traditionelle sozialwirtschaftliche Selbstverständnis, man brauche für sich selbst nicht zu werben, sollte nach der Lektüre des Buches überwunden sein. Jedenfalls sehe ich hier für mich persönlich die größte Wirkung.

Im weiteren Verlauf gewinnt das Buch immer mehr Praxisnähe. Belebend sind die Kapitel, in denen die Erfolgsfaktoren einer ungewohnten Führungsstrategie beschrieben werden. Der Aufforderungscharakter der Sprache leitet gleitend ins Handeln über. Bei Cornelia Heider-Winter gibt es kein »könnte, sollte, dürfte, müsste mal« oder ähnliches. Bei ihr heißt es eher: »Haben Sie Mut. Beweisen Sie Geduld. Binden Sie die Zielgruppe ein. Verkürzen Sie Ihre Wege. Seien Sie usw.« Es ist die Sprache des Textes selbst, die den Leser die Methode bereits beim Lesen erkennen und erfahren lässt. Mit großer Leichtigkeit werden aktuelle sozialwirtschaftliche Themenkomplexe wie »Diversity«, »Gender« und »Inklusion« aufgegriffen und dennoch präzise in den Kontext der Arbeitgeber-Markenbildung überführt.

Im letzten Teil hat Cornelia Heider-Winter eine Reihe von Praktikerinnen und Praktikern eingeladen, sich mit beispielhaften eigenen Praxisbeiträgen an ihrer Veröffentlichung zu beteiligen. Aus verschiedenen Regionen Deutschlands und aus unterschiedlichen (konfessionellen, freigemeinnützigen etc.) Perspektiven beschreiben die Kolleginnen und Kollegen ihre eigenen Wege zur Bildung ihrer Arbeitgebermarken. Sie schreiben hier als Arbeitgeber und Träger von Kindertageseinrichtungen, von Pflegeeinrichtungen sowie der Jugendhilfe und der Eingliederungshilfe. Sehr detailliert analysiert Cornelia Heider-Winter an dieser Stelle mit ihrer Kollegin Katja Gwosdz selbst den erfolgreichen Verlauf des Projektes »Mehr Männer in Kitas«. Damit schließt sich die insgesamt runde Gesamtkonzeption des Buches, das trotz seines Umfangs von 356 Seiten an keiner Stelle langweilig oder mühselig wird.

Das alles macht das Buch so lesenswert. ■