



Bericht des Direktoriums

Arbeitgebermarke der

Deutschen Rentenversicherung Bund

Dr. Stephan Fasshauer

Direktor

der Deutschen Rentenversicherung Bund

Vertreterversammlung

der Deutschen Rentenversicherung Bund

in Lübeck am 21. Juni 2023

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,
sehr geehrte Damen und Herren,

der Bericht des Direktoriums steht heute auf meiner Agenda für unsere Vertreterversammlung. Schwerpunkt meiner Präsentation ist die Entwicklung einer Arbeitgebermarke für die DRV Bund. Mit ihr rücken wir unsere Vorteile als Arbeitgeberin verstärkt in den Fokus - mit ihr binden und gewinnen wir Mitarbeitende - mit ihr schärfen wir unser Profil.

Bevor wir uns die Arbeitgebermarke ansehen, möchte ich zunächst erläutern, warum wir uns für deren Entwicklung entschieden haben und welche wesentlichen Markenelemente innerhalb der DRV Bund schon heute gelebt werden.

Insbesondere vor dem Hintergrund der doppelten demografischen Herausforderung ist es wichtig, unsere Marke nach innen und nach außen zu stärken.

Die Generation der Babyboomer geht nun sukzessive in den Ruhestand. In der Folge steigen die Antragszahlen, und zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verlassen unsere DRV Bund.

Der vor allem demografisch begründete allgemeine Fachkräftemangel erschwert die Personalgewinnung, denn die Konkurrenz ist groß und inzwischen auch international. Damit einher geht eine höhere Wechselbereitschaft der Arbeitnehmer*innen als noch vor 20 Jahren, erleichtert durch die Möglichkeiten des hybriden Arbeitens.

Wir haben aus dieser Sachlage drei Handlungsfelder für die DRV Bund abgeleitet, die ich vor einem Jahr kurz vorgestellt hatte: die Prozessoptimierung, die Digitalisierung und den Bereich Personal.

Im Handlungsfeld Personal wurde die neue imagebildende Arbeitgebermarke initiiert. Sie wird unsere zahlreichen Maßnahmen in diesem Bereich richtungsweisend unterstützen. Die neue Arbeitgebermarke soll die DRV Bund noch sichtbarer und bekannter machen, und sie soll unsere Attraktivität als Arbeitgeberin steigern. Dazu tragen sowohl die Arbeitsbedingungen als auch die Einstellungen der Beschäftigten bei, denn Image wird überwiegend von innen nach außen getragen. Es bedarf also vielfältiger Maßnahmen auf unterschiedlichen Ebenen, um die DRV Bund als beliebte Arbeitgeberin weiter zu stärken. Einige davon werden bereits umgesetzt, andere gilt es noch zu identifizieren.

Exemplarisch möchte ich Ihnen entlang unterschiedlicher beruflicher Stationen eine Auswahl unserer bereits bestehenden Maßnahmen zur Spürbarkeit und damit zur Stärkung unserer Arbeitgebermarke vorstellen.

Unsere Marketing-Kampagnen zum Recruiting neuer Mitarbeitender und zur Erhöhung unseres Bekanntheitsgrades sind nahbar, ansprechend, persönlich und sie stechen ins Auge. So konnten wir sowohl bei den Nachwuchskräften als auch in der IT unsere Einstellungszahlen steigern. Unsere Kampagne „echte IT“ ist sogar ausgezeichnet worden und steht aktuell vor einem Relaunch.

Damit sich unsere neuen Mitarbeitenden gut aufgehoben und wertgeschätzt fühlen, gibt es in den ersten Arbeitstagen -neben Vorstellung, Ausstattung und Einarbeitung – unsere Onboarding Box und eine Einladung zum Welcome Day. Hier stellen wir uns vor, die

Abteilungen geben Einblicke in Ihre Aufgaben und die neuen Mitarbeitenden erhalten Gelegenheit, sich kennenzulernen. Darüber hinaus gibt es im Intranet eine Onboarding-Seite mit zahlreichen Vorschlägen und Tipps für Einarbeitende und Einzuarbeitende. Dies gilt für neue Kolleginnen und Kollegen, die den Weg zu uns gefunden haben.

Unsere Nachwuchskräfte werden in modern gestalteten LernLabs ausgebildet - ausgestattet mit aktueller Technik, persönlichen Ansprechpartner*innen und Raum zum Ausprobieren. Neben unseren Onboarding-Veranstaltungen, auf denen wir sie herzlich bei uns willkommen heißen, tragen auch die Einrichtung unserer Lernlandschaften und die praxisorientierten Abläufe dazu bei, dass die Nachwuchskräfte von heute zufriedene Mitarbeitende von morgen werden.

Unsere Führungsakademie, der next campus, ist ebenfalls ein moderner Ort, an dem vor allem Führungskräfte Ihre Rolle innerhalb einer sich wandelnden Führungskultur reflektieren und stärken können. Die zahlreichen Veränderungen und Herausforderungen in diesen bewegten Zeiten in Verbindung mit den bereits genannten Handlungsfeldern (Prozessoptimierung, Digitalisierung und Personal) beeinflussen auch die Führungskultur im öffentlichen Dienst allgemein und in der DRV Bund im Besonderen. Als moderne und attraktive Arbeitgeberin wollen wir diese Kultur gestalten und leben. Ein wichtiger Faktor für die Zufriedenheit und damit auch für die Identifikation der Mitarbeitenden.

Werden Teams z. B. aufgrund eines internen Wechsels oder Veränderungen in den Dezernaten neustrukturiert, gibt es eine

Teambox für alle Beteiligten. Sie soll dem Teamgeist dienen, indem man gemeinsam einen Tee trinkt oder miteinander die Mittagspause verbringt. Der Box liegt eine eigens gestaltete Willkommens-Karte bei.

Die berufliche Entwicklung von Mitarbeitenden fördern wir unter anderem mit unserem neuen Talentprogramm. So fühlen sich engagierte und interessierte Kolleginnen und Kollegen gesehen und unterstützt. Sie werden gefördert und lernen auch, ihre Entwicklung selbst in die Hand zu nehmen.

Darüber hinaus führen wir mit vielen Mitarbeitenden, die in den Ruhestand gehen, sogenannte Austrittsinterviews. Damit möchten wir unser Interesse an ihren vielfältigen Erfahrungen bekunden, und gleichzeitig wollen wir daraus lernen. Aus den Auswertungen dieser Gespräche werden schließlich konkrete Maßnahmen abgeleitet.

Diese Beispiele verdeutlichen, dass wir unseren Mitarbeitenden an zahlreichen Stationen ihres beruflichen Lebens zeigen möchten: Wir nehmen Sie wahr, Sie sind uns wichtig, wir wertschätzen Ihre Arbeit!

Diese Botschaft beinhaltet auch das Arbeitgebersprechen, das zu den Grundlagen einer Arbeitgebermarke gehört.

Es bildet die strategische Basis für alle folgenden Maßnahmen in Bezug auf Kommunikation, Recruiting, Unternehmenskultur und so fort.

Es setzt sich aus der Summe aller Mitarbeitervorteile zusammen und beleuchtet das Besondere.

Es bildet die Kernaussage unseres Hauses, ist Identifikationsgrundlage und basiert auch auf dem Leitbild der gesetzlichen Rentenversicherung, auf das sich alle Träger in Abstimmung mit den Selbstverwaltungen

geeinigt haben. Unser Leitbild beschreibt die Deutsche Rentenversicherung u. a. als soziale und moderne Dienstleisterin, deren Versicherte, Rentnerinnen und Rentner eine selbstverwaltete Solidargemeinschaft bilden und deren Mitarbeitende Verantwortung für die bestmögliche Erfüllung unserer Aufgaben übernehmen.

Entwickelt haben wir unser Arbeitgebersprechen in zahlreichen Workshops. Mitarbeitende aus allen Bereichen und Hierarchieebenen wurden angefragt, an der Ausarbeitung unseres Arbeitgebersprechens mitzuarbeiten. Das Ergebnis, möchte ich Ihnen wortwörtlich vortragen:

„Wir sind für Menschen da. Das ist unser Versprechen als eine der wichtigsten Organisationen der Bundesrepublik Deutschland genauso wie als Arbeitgeberin - seit über 130 Jahren. Bei der Deutschen Rentenversicherung Bund arbeiten Sie beim größten und vielseitigsten Rentenversicherungsträger in Europa – gemeinsam mit mehr als 25.000 Kolleginnen und Kollegen. Bei uns trägt jede und jeder Mitarbeitende Verantwortung für die gesetzliche Rente, Rehabilitation und Prävention.

Das ist es, was Ihre Arbeit bei uns von vielen anderen Jobs unterscheidet: die Gewissheit, den Menschen verpflichtet zu sein. Denn die gesetzliche Rentenversicherung ist ein Grundpfeiler unserer Solidargemeinschaft. Sie sorgen für Sicherheit für Millionen von Menschen. Und wir sorgen uns um Sie. Als engagierte Arbeitgeberin versprechen wir Ihnen, dass Sie mit Ihrem Lebensentwurf bei uns Platz finden. Wir fördern Ihre Gesundheit, Ihre persönliche Entwicklung und Ihre Zufriedenheit. Daran arbeiten wir ab dem ersten Tag, jeden Tag.“

In einem weiteren Workshop haben wir mit freiwilligen Mitarbeitenden aus dem Arbeitgebersprechen unseren Claim erarbeitet:

„Mit uns. Für Alle.“

Der erste Teil des Claims steht für die sichere Gemeinschaft: Wer *mit uns* arbeitet, findet und prägt eine Gemeinschaft, in der alle Beschäftigten willkommen sind und ihren persönlichen Platz finden!

Der zweite Teil symbolisiert den gesellschaftlichen Auftrag: Wer mit uns arbeitet, tut dies gleichzeitig *für alle!*

Gemeinsam tragen wir gesellschaftliche Verantwortung, wir leisten unseren Beitrag zum sozialen Frieden in Deutschland.

Mit einer farblichen Hervorhebung machen wir unseren gesellschaftlichen Auftrag, für den wir als Gemeinschaft verantwortlich sind, sichtbar.

Der Claim ist eingängig und griffig. Er bringt unser Arbeitgebersprechen auf den Punkt und positioniert die DRV Bund deutlich als vielseitigsten und größten Rentenversicherungsträger Deutschlands.

Meine Damen und Herren,
die Weichen sind gestellt, um unsere Arbeitgebermarke und die damit verbundenen Ideen allen bekannt zu machen.

Zunächst werden wir die Arbeitgebermarke intern ausrollen – in einem partizipativen Prozess. Anfang des nächsten Jahres soll die Marke auch extern sichtbar werden.

Was bedeutet das konkret?

Es wird verschiedene interne Veranstaltungen geben, bei denen die Arbeitgebermarke spürbar wird. Den Anfang macht unser Hoffest Ende Juni. Bei den Feiern für unsere Jubilarinnen und Jubilare oder bei

unseren Begrüßungs- und Verabschiedungsveranstaltungen kommt die Arbeitgebermarke ebenfalls zum Tragen.

Es ist geplant, ein sogenanntes Buddyprogramm ins Leben zu rufen: Erfahrene Mitarbeitende sollen neue Kolleginnen und Kollegen in die Kultur der DRV Bund einführen, auch unter dem Aspekt von Diversity. Des Weiteren werden wir Testimonials unter den Mitarbeitenden suchen, die uns bei Kampagnen mit Videobotschaften oder Plakaten unterstützen.

Diese Marketingkampagnen werden wir zur Gewinnung von Fach- und Nachwuchskräften einsetzen.

Gleichzeitig ist ein Gremium aus freiwilligen Mitarbeitenden gebildet worden, das zu einzelnen Aspekten, die im Zusammenhang mit der Arbeitgebermarke stehen, Feedback geben soll. Beispielsweise gibt es Rückmeldungen zu unseren Plänen hinsichtlich des Rollouts oder des Onboardings oder zu unserem Markenhandbuch. Diese Impulse können wir nutzen, um unsere Vorhaben und deren Gestaltung zu optimieren.

All das gehört zu unserer Strategie, mit der wir unsere Arbeitgebermarke bekannt und spürbar machen werden.

Zunächst ist die interne Akzeptanz von entscheidender Bedeutung. Unsere Mitarbeitenden sollen sich identifizieren können, hinter der Marke stehen und deren Kernaussagen mit Leben füllen.

Die Arbeitgebermarke leistet einen wichtigen Beitrag, um den Wandel gemeinsam zu meistern und die Zufriedenheit mit uns als Arbeitgeberin zu stärken. Ein großer Gewinn für die Kolleginnen und Kollegen und natürlich auch für die Außenwirkung der DRV Bund.

Mit uns. Für alle.

Vielen Dank.


