



Schlumberger

Werte im Arbeitsalltag leben

Viele Menschen setzen Employer Branding mit bunten Bildern und glatten Marketingversprechen gleich. Dabei berührt es den Kern eines Unternehmens. Der wichtigste Teil spielt sich in der Organisation selbst ab und betrifft die gelebten Werte. Wie es gelingen kann, diese in der Alltagskultur zu verankern, zeigt das Beispiel der Wein- und Sektkellerei Schlumberger.



© privat

// AUTORIN

Caroline Salzer
Geschäftsführung,
Parkos-Salzer Employer
Branding Agentur



© privat

// AUTORIN

Birgit Parkos
Geschäftsführung,
Parkos-Salzer Employer
Branding Agentur



© privat

// AUTOR

Markus Graser
Leitung Human Resources
Et Unternehmenskommuni-
kation,
Schlumberger Wein Et
Sektellerei GmbH

Schlumberger ist ein Traditionsunternehmen, das 2024 sein 182-jähriges Jubiläum feiert. Mit dem ersten weißen Schaumwein nach der Art des französischen Champagners war Schlumberger im Jahr 1842 ein Pionier in Österreich. Heute ist das Unternehmen international aktiv, produziert und vertreibt neben Schaumwein und Spirituosen auch alkoholfreie Getränke. Für Schlumberger sind rund 150 Mitarbeiter:innen tätig – in vielfältigen Bereichen von der Produktion bis hin zu Marketing und Vertrieb.

Im Jahr 2022 hat die Wein- und Sektkellerei ein umfassendes Unternehmensleitbild entwickelt. Das Ziel war es, die wertebasierte Unternehmenskultur weiterzuentwickeln. So sollen alle Mitarbeiter:innen aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen verbunden werden und zur starken Schlumberger Family zusammenwachsen.

2023 hat Schlumberger begonnen, die von einem Projektteam erarbeiteten Unternehmenswerte „Teamplay, Offenheit, Verantwortung und Qualität“ stärker in den Alltag zu übertragen. Diese vier Grundwerte stehen für die Kultur der Schlumberger Family. Sie spiegeln die langjährige Tradition des Unternehmens wider und stehen gleichzeitig für zukunftsorientiertes Wachstum und Weiterentwicklung.

So ist der Wert „Offenheit“ nicht nur in Bezug auf ein von Toleranz und Respekt geprägtes Miteinander für das Unternehmen wichtig. Auch die Offenheit für Neues und für Veränderungen steht dabei im Fokus.

Im Employer-Branding-Projekt haben wir 2023 in drei Fokusgruppen und zwei Führungskräfteworkshops Ideen entwickelt, wie die Unternehmenskultur an allen Standorten

spür- und erlebbar werden kann. Über einen Zeitraum von drei Monaten haben wir uns in einem 14-tägigen Rhythmus mit der internen Projektgruppe und ausgewählten Führungskräften getroffen und folgende Fragestellungen behandelt:

Wie lässt sich ein authentisches Storytelling durch Erlebnisse aus dem Arbeitsalltag und Testimonials entwickeln? Welche Stärken und Entwicklungspotenziale des Arbeitgebers gibt es? Und wo sehen die Mitarbeiter:innen konkrete Verbesserungsvorschläge, welche die gelebte Kultur betreffen?

3 Erfolgsfaktoren für eine starke Bindung der Mitarbeiter:innen

Employer Branding trägt dazu bei, die Bindung der Beschäftigten an das Unternehmen zu stärken. Drei Faktoren haben einen besonders großen Einfluss darauf, ob und wie gut sich Mitarbeitende einer Organisation verbunden fühlen:

- ❶ eine werteorientierte Führungskultur,
- ❷ Anerkennen und Sichtbarkeit der Leistungen Einzelner sowie
- ❸ das Fördern individueller Talente und Fähigkeiten.

❶ Werteorientierte Führung

Für das Unternehmen Schlumberger ist werteorientierte Führung sehr wichtig. Denn die vier Unternehmenswerte „Teamplay, Offenheit, Verantwortung und Qualität“ sollen keine leeren Worte bleiben, sondern im Alltag spürbar sein. Das betrifft sowohl den Führungsstil als auch die Kommunikation zwischen den Abteilungen und in den Teams.

Wichtige Führungsinstrumente sind für das Unternehmen standardisierte Gespräche wie das Jahresgespräch und der laufende Kontakt mit den Beschäftigten. Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist es wichtig, mit ihren individuellen Bedürfnissen wahrgenommen zu werden. „Ich will keine Nummer sein“ war ein Satz, der in den Workshops der Fokusgruppen immer wieder fiel.

Um Vertrauen und ein von Offenheit und Teamplay geprägtes Miteinander zu fördern, entwickelte das Employer-Branding-Projektteam die „Schlumberger Etiquette“, eine Art



Schlumberger Family: Mitarbeiter-Fotowand im Eingangsbereich eines Standortes

Handbuch mit Regeln und Tipps für das tägliche Miteinander. Hier sind die Spielregeln für den Umgang von Führungskräften und Mitarbeiter:innen aufgeführt. Darin geht es zum Beispiel darum, wie Rückmeldungen zu Leistung und Arbeitsweise in Form von Lob oder konstruktiver Kritik erfolgen sollte. Auch die Zusammenarbeit zwischen Abteilungen und Teams sowie für die Zusammenarbeit im Team soll die „Schlumberger Etiquette“ fördern – mit praktischen Hinweisen zu Höflichkeitsstandards in der Kommunikation oder allgemeinen Regeln zur Gestaltung von Meetings (Vorbereitung, Ablauf und Nachbereitung). Orientierung dafür waren die vier

Unternehmenswerte „Teamplay, Offenheit, Verantwortung und Qualität“.

Die „Schlumberger Etiquette“ steht heute im Intranet des Unternehmens und in den Handbüchern, die neue Mitarbeiter:innen am ersten Arbeitstag in ihrem Welcome-Package erhalten.

❷ Anerkennung und Sichtbarkeit fördern

Neben dem Verhältnis zur Führungskraft ist die emotionale Verbundenheit zum Unternehmen ein entscheidender Faktor, der Mitarbeiter:innen im Unternehmen hält. Verbundenheit entsteht, wenn Menschen im

// DIE 3 ERFOLGSKRITERIEN FÜR EINE ERFOLGREICHE IMPLEMENTIERUNG VON UNTERNEHMENSWERTEN

Um Mitarbeiter:innen und Führungskräfte mit den Unternehmenswerten zu verbinden, sind drei Erfolgskriterien entscheidend:

- Getragen von ganz oben – in die Tiefe gehen und zuhören: Führungskräfte und Mitarbeiter:innen von Anfang an in den Employer-Branding-Prozess integrieren, zuhören und transparent agieren. Commitment einfordern!
- Kreatives „Out of the Box“-Denken: gemeinsam neue Herangehensweisen entwickeln, die zu den Arbeitgeberwerten passen, zum Beispiel neue Wege im Recruiting gehen, Motivationsprogramme auflegen, ein spezieller Benefit, der die Arbeitgebermarke unterstreicht.
- Arbeitgeberwerte erleben und verankern: Werte digital und analog sichtbar und im Arbeitsalltag für alle Mitarbeiter:innen durch Kommunikation, Führung und Karriereentwicklung erlebbar machen.



Fotoshooting mit dem Team

Unternehmen sichtbar und anerkannt sind. Rituale zu schaffen, die zeigen, dass Beschäftigte einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten, ist in diesem Zusammenhang besonders wichtig.

Wie im Employer-Branding-Projekt gemeinsam erarbeitet, stellt Schlumberger Mitarbeiter:innen in kurzen Steckbriefen mit ihren Leistungen vor – auf LinkedIn oder im soeben erst neu gelaunchten Intranet. Der Beitrag Einzelner zum Erfolg wird so sichtbar und greifbar – sowohl für Kolleg:innen als auch nach außen für Kund:innen und potenzielle Bewerber:innen.

Sichtbar werden die Beschäftigten aber auch als Botschafter:innen des Unternehmens auf Events, Fachtagungen oder Messen. So hält die Kellermeisterin von Schlumberger eine Masterclass auf dem internationalen Weinfestival VieVinum. Andere Mitarbeiter:innen führen durch Publikumsverkostungen in den Schlumberger Kellerwelten.

Um als Unternehmen transparent und sichtbar zu sein, hat Schlumberger ein Arbeitgeberprofil auf kununu aufgebaut, das die Unternehmenswerte „Teamplay, Offenheit, Verantwortung und Qualität“ unterstreicht. Die Bewertungen der Mitarbeiter:innen geben ein gutes Bild zur Stimmung im Unternehmen wieder.

Zusätzlich bietet die Plattform die Möglichkeit, in den Dialog mit ehemaligen und aktuellen Mitarbeiter:innen sowie mit Bewerber:innen zu treten.

3 Talente und individuelle Fähigkeiten fördern

Schlumberger hat Themenfelder definiert, die für die Unternehmensentwicklung besonders relevant sind. Zu jedem gibt es Aktivitäten, die individuelle Entwicklungs- und Karrierechancen fördern:

- Digitale Zusammenarbeit und interne Trainings: Hier geht es darum, den Umgang mit digitalen Tools zu fördern – auch über Teamgrenzen hinweg. So geben Kolleg:innen, die mit Lösungen vertraut

sind, ihr Wissen in einem definierten Prozess an andere weiter.

- Know-how-Transfer und zusätzliche Qualifikationen: In manchen Abteilungen liegt das kritische Know-how oft nur bei einer Person. Um mehr Flexibilität und Sicherheit zu bekommen, wird das Schlüsselwissen mehreren Personen vermittelt und zentral abgespeichert. So sollen Wissen und Qualifikation auf einer breiteren Basis für das Unternehmen verfügbar werden. Beschäftigte gewinnen zusätzliche Qualifikationen hinzu und Schlüsselmitarbeitende werden entlastet.
- Individuelle Interessen und horizontale Karrieren: Um auch horizontale Karrieren zu ermöglichen, vergibt Schlumberger – je nach Interessenslage der Mitarbeitenden – themenspezifische Projektverantwortungen. So ist derzeit das Thema Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein wichtiges Projekt, das interessierte Mitarbeiter:innen mitgestalten können.

Im Jahr 2023 entwickelte das Unternehmen Masterclasses, die allen Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, ihr Produkt-

// HERAUSFORDERUNG MITARBEITERBINDUNG

Laut einer Gallup-Umfrage aus dem Jahr 2023 fühlt sich in Österreich nur jeder Zehnte emotional stark mit seinem Arbeitgeber verbunden. 79 Prozent machen Dienst nach Vorschrift und 13 Prozent haben sogar bereits innerlich gekündigt (State of the Global Workplace, Gallup).

Gründe dafür gibt es einige. Viele Arbeitnehmer:innen führen in der Gallup-Studie Stress als Hauptgrund für ihre Unzufriedenheit mit dem derzeitigen Arbeitsplatz an. Dazu kommen wenig Wertschätzung und geringe Entfaltungsmöglichkeiten.

Wenn Mitarbeitende das Unternehmen verlassen, fallen nicht nur Kosten für die Wiederbesetzung an: Häufig gehen dem Unternehmen darüber hinaus Wissen und Kontakte verloren – und der Weggang hat gegebenenfalls auch negative Auswirkungen auf das Arbeitsklima im unmittelbaren Team.

Die wichtigsten Faktoren, die Beschäftigte binden, sind laut dem HR-Report 2023 des Instituts für Beschäftigung und Employability (IBE) und Hays das Betriebsklima, die Entlohnung, flexible Arbeitsbedingungen, emotionale Verbundenheit sowie das Verhältnis zur Führungskraft.

wissen zu Schaumwein, Spirituosen und Wein zu erweitern. Geleitet werden diese von internen Experten. Darüber hinaus gibt es einen jährlichen Fortbildungsplan auf Basis der Ergebnisse aus den Mitarbeitergesprächen. Dieser ist individuell auf die jeweiligen Mitarbeitenden abgestimmt. Das Motto dabei ist: Stärken stärken und Interessen fördern. Dies gelingt über Schulungen zur persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung, aber auch über die aktive Mitarbeit an internen Projekten.

// FAZIT

Indem Schlumberger die Mitarbeiter:innen von Anfang an in den Employer-Branding-Prozess einbezogen hat und individuell auf die Beschäftigten eingeht, konnte das Unternehmen die Bindung an die Organisation deutlich stärken. So soll mit der Zeit die Weiterempfehlungsrate steigen und damit auch die Quote passender Bewerber:innen im Recruiting. Ein Quick Win des Projekts ist der positive Spirit im Unternehmen.

Unser Employer Branding Versprechen:

authentisch

Wir machen Ihre Unternehmenskultur nach innen spürbar und nach außen sichtbar.

integrativ

Wir hören Ihren Führungskräften und Mitarbeiter:innen zu und verstehen Ihre DNA.

nachhaltig

Wir definieren Ihren Employer Branding Kreislauf:

- + Markenentwicklung
- + Umsetzungsplan intern und extern
- + Erfolgsmessung

Viele unserer **Kunden** sind Branchenführer. Darunter sind klingende Namen aber auch einige „Hidden Champions“. Oftmals sind es erfolgreiche Familienunternehmen aus Industrie, Dienstleistung und Tourismus.

Birgit Parkos-Greger & Caroline Salzer - Ihre Beraterinnen mit mehr als 10 Jahren Expertise im Bereich Employer Branding.

office@ps-employerbranding.at
www.ps-employerbranding.at
Tuchlauben 8, 1010 Wien



Unsere doppelte Expertise ist Ihr Employer Branding Mehrwert



Birgit Parkos – Greger
Executive Coaching, Teamentwicklung
Employer Branding



Caroline Salzer
Marketing und Werbeberatung
Employer Branding