

## **Ausgezeichnet: Dienstleistungsgruppe KÖTTER Services gewinnt den German Brand Award 2024**

**-> Nachhaltige Employer Branding-Kampagne „KÖTTER United“ prämiert**

**-> Wichtiger Faktor für Mitarbeiterbindung und Mitarbeitergewinnung**

**Berlin/Essen (13.06.2024). Mit einer Bruttoreichweite von jährlich rund 315 Millionen Kontakten ist der German Brand Award der reichweitenstärkste Marketingpreis im deutschsprachigen Raum. Im Rahmen der diesjährigen German Brand Convention in Berlin zeichnete die Jury die Kampagne „KÖTTER United“ in der Kategorie „Employer Branding Strategie und Kampagne“ aus.**

Über 55 Millionen Online-Impressions, fast 1 Million Klicks und nicht zuletzt ein deutlich erhöhtes Bewerbervolumen generierte die familiengeführte Unternehmensgruppe mit ihrer ausschließlich online verbreiteten Arbeitgeber-Imagekampagne KÖTTER United. „Auf diese Auszeichnung und vor allem auf die erzielten Ergebnisse sind wir sehr stolz! Unser Dank gilt insbesondere unseren Gesellschaftern und der Geschäftsführung, die uns von Beginn an großes Vertrauen geschenkt und viele Freiheiten gegeben haben“, sagt Carsten Dahlke, Leiter Marketing in der bundesweit tätigen KÖTTER Unternehmensgruppe.

### **Analyse des Markenkerns mit über 100 Beschäftigten**

KÖTTER United ist das Ergebnis einer tiefgreifenden internen Analyse der Arbeitgebermarke KÖTTER Services. Die Unternehmensgruppe hat in mehreren Workshops gemeinsam mit Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern aller Hierarchiestufen (vom Auszubildenden bis zur Geschäftsführung) herausgearbeitet, wofür die Unternehmensgruppe heute steht und in welchen Bereichen sie noch besser werden kann. „Teamwork, Zusammenhalt und eine wertschätzende Kultur: Diese Merkmale stachen in unseren Workshops besonders hervor. Dass daraus KÖTTER United wurde, war die logische Schlussfolgerung“, resümiert Sonja Mondroch, Leiterin Recruiting. „Nun mit dem German Brand Award ausgezeichnet zu werden, ist die Bestätigung für eine monatelange und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit zahlreichen Beschäftigten verschiedener Sparten sowie unserer Agentur Personalwerk. Ihnen allen möchte ich an dieser Stelle meinen Dank aussprechen.“

### **„Wir wollen langfristig überzeugen“**

Neben der externen Vermarktung zur Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liegt der Fokus des Employer Branding in der KÖTTER Unternehmensgruppe vor allem auf internen Themen und Projekten. „Employer Branding ist für uns so viel mehr als eine reine Kreativkampagne. Denn was nützt die beste Werbung, wenn das Erlebte nach der Einstellung nicht

zum Versprechen auf der Stellenanzeige passt“, so Sonja Mondroch. „Authentizität und Nachhaltigkeit stehen für uns im Fokus: Wir wollen langfristig überzeugen und nicht blenden. Und uns ist dabei klar: Auch wir haben unsere Potenziale noch nicht ausgeschöpft – können und wollen also gemeinsam noch besser werden“, ergänzt Carsten Dahlke.

Genau daran arbeiten interne Projektgruppen, die auf Basis der zahlreichen Verbesserungsvorschläge aus den Workshops z. B. zu Onboarding-Prozessen oder der Dienstplanung konkrete Lösungsvorschläge vorantreiben – mit z. T. erheblichen Herausforderungen, wie etwa die Optimierung der Dienstkleidung für tausende Mitarbeiter verdeutlicht. „Aber gerade dies zeigt, dass es bei unserer Arbeitgeber-Kampagne nicht allein um Stellenanzeigen mit professionellen Fotos geht“, betont Dahlke. „Es geht um strukturelle Maßnahmen, von denen unsere Beschäftigten nachhaltig profitieren.“

### **Von flachen Hierarchien über Team-Events bis zur Weiterbildung: Gemeinsam stark**

Die der Employer Branding-Kampagne vorangegangenen Workshops haben auch gezeigt: Die KÖTTER Unternehmensgruppe steht schon heute für eine explizite Teamkultur und ein starkes Miteinander. Das beweisen u. a. vielfältige Teamevents wie die Teilnahme an Firmenläufen oder die Unterstützung von Socials-Aktivitäten (z. B. „Rudern gegen Krebs“) genauso wie die hohe Zahl langjähriger Beschäftigter und die im Branchenvergleich überdurchschnittlichen Bestehens- und Übernahmequoten bei den eigenen Auszubildenden.

Wichtige Bausteine für die Mitarbeiterbindung, aber auch mit Blick auf die Attraktivität für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind dabei u. a.: flache Hierarchien, ein wertschätzendes Miteinander, das auf Chancengleichheit und der Förderung von Diversity beruht, sowie individuelle Personalentwicklungsstrategien inklusive vielfältiger Aus- und Weiterbildungsangebote. Hinzu kommen die kontinuierlichen Anstrengungen u. a. im Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz.

**Mit unserem Newsletter bleiben Sie auf dem Laufenden: [www.koetter.de/newsletter](http://www.koetter.de/newsletter)**

#### Die KÖTTER Unternehmensgruppe

*Die KÖTTER Unternehmensgruppe ist eine moderne und innovative Firmengruppe mit Stammsitz in Essen, die seit ihrer Gründung im Jahr 1934 ein Familienunternehmen ist. Als professioneller Facility-Services-Anbieter steht die KÖTTER Unternehmensgruppe für maßgeschneiderte Systemlösungen aus einer Hand, bestehend aus Sicherheitsdienstleistungen, Sicherheitstechnik, Reinigungs- und Personaldienstleistungen. Die KÖTTER Unternehmensgruppe erwirtschaftet mit ihren rd. 14.800 Mitarbeitern an den mehr als 50 Standorten in Deutschland einen Umsatz von 627 Mio. € (Zahlen für 2023). Weitere Informationen: [koetter.de](http://koetter.de).*

Kontakt:

KÖTTER GmbH & Co. KG Verwaltungsdienstleistungen

Anna Garn, Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Tel.: (0201) 2788-227,  
[anna.garn@koetter.de](mailto:anna.garn@koetter.de)