

# MITARBEITER MOTIVATION

Vom Fitness-Studio bis zu flexiblen Arbeitszeiten - wie Retention-Management in der Praxis funktioniert, erklären acht erfolgreiche Unternehmen



*Qualifizierte und motivierte Mitarbeiter werden in Zeiten des zunehmenden globalen Wettbewerbs immer wichtiger für den dauerhaften Unternehmenserfolg. Auch durch die demographische Entwicklung wird der Wettbewerb der Firmen um*

*gut ausgebildete Fach- und Führungskräfte weiter zunehmen. Die Unternehmen sind daher mehr denn je darauf angewiesen, ihre Beschäftigten mittel- und langfristige an den Betrieb zu binden. Mitarbeiterbindung beschränkt sich dabei nicht nur auf die Entlohnung. Auch flexible Arbeitszeitmodelle, ein attraktives Arbeitsumfeld und interessante, verantwortungsvolle Tätigkeiten sind wichtige Bestandteile einer modernen und erfolgreichen Firmenpolitik zur Motivation und Bindung von Mitarbeitern. Zahlreiche Unternehmen in München und ganz Bayern zählen bereits heute in vielen Umfragen zu den deutschland- und europaweit attraktivsten und beliebtesten Firmen. In der aktuellen Ausgabe des JOURNAL MÜNCHEN stellen einige Firmen ihre Strategien und Erfolgsgeheimnisse für erfolgreiche Mitarbeiterbindung vor. Ich wünsche den Lesern des JOURNAL MÜNCHEN eine interessante und anregende Lektüre.*

*Erwin Huber  
Bayerischer Staatsminister  
für Wirtschaft, Infrastruktur,  
Verkehr und Technologie*



HYPOVEREINSBANK

# Fußball auf Italienisch

*In sportlicher Hinsicht fühlten sich die Hypobank und die Bayerische Vereinsbank wohl schon immer miteinander verbunden, gründeten sie doch beide 1926 ihre Sportvereine. Heute zählt der größte Firmenclub Münchens 8000 Mitglieder. Eine wichtige Rolle im Integrationsprozess spielte der HVB-Club 1998 beim Zusammenschluss der beiden Münchner Großbanken sowie bei der größten europäischen Bankenfusion zwischen der Hypo Vereinsbank und der italienischen UniCredit vor zwei Jahren.*

*Interview mit Bernd Ratzke, Vorstandsvorsitzender des HVB-Clubs.*

**JM:** Einige Ihrer Mitglieder spielten schon in den 50er-Jahren Feldhandball und Faustball. Welche Sportarten sind heute bei den HVBlern besonders beliebt?

**Bernd Ratzke:** Fitness, Wellness, Golf und Ski. Ein HVB-Highlight ist das UniCredit-Skimeeting. Bis zu 3000 Leute aller Hierarchie-Ebenen sind mit dabei. Obwohl die Angestellten Anreise und Unterkunft selbst zahlen müssen, ist immer gleich alles ausgebucht. Solche Veranstaltungen sind erwiesenermaßen ein Mitarbeiterbindungselement. Eine langjährige Kollegin erzählte mir, dass sie schon einmal mit dem Gedanken gespielt habe zu kündigen. Ein Hauptgrund weshalb sie schließlich blieb, war das Ski-Meeting Interbancario Europeo.

**JM:** Welchen Stellenwert hat der soziale Gedanke für den HVB-Club?

**Bernd Ratzke:** Das Thema Familien- und Kinderfreundlichkeit steht ganz oben auf der Club-Agenda. Uns ist es wichtig, gerade für junge Familien aktiv zu werden. So haben wir 2005 den Kids-Club mit Angeboten wie Baby-, Kinderschwimmen und Fußball gegründet.



Bejubelt: die Jungs vom FC Bayern



HVB-Club-Chef Bernd Ratzke und Andrea Moneta von der UniCredit Gruppe

Geschulte Kinderbetreuerinnen kümmern sich auf unserem Club-Gelände um die HVB-Kinder. Zudem veranstalten wir jedes Jahr ein großes Familienfest und unterstützen sozial ausgerichtete Aktionen wie Kick it 4 children.

**JM:** Welche Bedeutung hatte der HVB-Club bei den Fusionen?

## *Im HVB-Club nimmt der faszinierende Gedanke einer „Truly European Bank“ Gestalt an*

**Bernd Ratzke:** Hier finden Integration und Kooperation auf einer nicht beruflichen Ebene statt. Die Banker konnten sich im sportlichen Wettbewerb messen, aber auch über die jeweiligen Aufgabengebiete sprechen. Gerade auf die persönlichen Begegnungen kommt es an. So entstehen Vorurteile gar nicht erst. Wir sehen die neue UniCreditwelt nicht als Bedrohung, sondern als Chance, uns weiterzuentwickeln. So nimmt der faszinierende Gedanke einer „Truly European Bank“ Gestalt an. Und Sport ist eine universelle Sprache, die man in München wie in Mailand versteht.

**JM:** Nebenbei sorgt der HVB-Club mit seinen Aktionen auch noch für PR...

**Bernd Ratzke:** Ja, als die portugiesische Fußballnationalmannschaft, Inter Mailand oder der FC Bayern hier trainierten, war das schon eine werbewirksame Maßnahme. Aber natürlich hatten auch die Mitarbeiter etwas davon, immerhin gab's Autogramme von „Scholli“ und „Schweini“.