

Interne Kommunikation

#WIR

Das Mitarbeitermagazin der
Klosterfrau Healthcare Group



#WIR STARTEN IN EINE NEUE ZEIT.

Für künftige Erfolge braucht Tradition permanente Veränderung. Mit Blick auf die nächsten Jahre hat sich die Klosterfrau Healthcare Group eine neue Strategie gegeben. Im Zentrum steht die Fokussierung auf Kernkompetenzen. Das Mitarbeitermagazin #WIR begleitet den Wandel und passt sich an neue Anforderungen an. Dafür setzt das Heft auf seine eigenen Stärken: Mitarbeiter hintergründig und unterhaltsam über Fortschritte und Entwicklungen zu informieren.

DIE AUFGABE

Eine strategische Neuausrichtung bringt Veränderungen mit sich. Für Mitarbeiter wandeln sich Abläufe und liebgehabte Gewohnheiten müssen neuem Denken weichen. Fragen nach dem Warum und dem Sinn kommen auf, Unsicherheiten entstehen. Das Neue ist zunächst vor allem einmal das Andere – oft schafft es Chancen und ungeahnte Möglichkeiten. Als zentrales Informationsmedium für die Mitarbeiter soll das Magazin #WIR den Wandel begleiten. Mitarbeiter sollen Hintergründe der Veränderungen besser verstehen, Einblicke in die Umsetzung und zentrale Fragen beantwortet bekommen.

DIE MASSNAHMEN

- > Konzeptionelle Verknüpfung mit Veränderungsprogramm und Fokussierung auf Alltag der Mitarbeiter
- > Neuausrichtung und Anpassung des Redaktionskonzepts mit der verantwortlichen Personalabteilung
- > Weiterentwicklung des Magazindesigns mit Titelkonzept, Key Visuals und Rubriken
- > Umgestaltung des Hefts zu einem objektiven Beobachter durch redaktionelle Federführung der Agentur
- > Journalistische Ausrichtung durch Chefredaktion, Themenplanung, Recherche, Interviews und Text durch das Redaktionsteam der Agentur
- > Grafische Weiterentwicklung und Anpassung an Ziele durch Fotoreportagen, Mitarbeiterfotos, Illustrationen und Infografiken
- > Redaktionelle und grafische Umsetzung von Q&As sowie eines Glossars zu Veränderungen

DAS ERGEBNIS

Unter dem Titel „STARTKLAR“ stellt das neue #WIR die strategische Neuausrichtung der Klosterfrau Healthcare Group in den Fokus des Hefts. Als Informationsmedium für alle Mitarbeiter liefert das Magazin Hintergründe, Erklärungen und konkrete Beschreibungen zu aktuellen und anstehenden Veränderungen.

Im Heft spricht das Management über Notwendigkeiten und Zielvorstellungen des Wandels und zeigt die einzelnen Schritte dorthin auf. Entscheidungsträger und Mitarbeiter berichten über Auswirkungen auf den Arbeitsalltag. Infografiken und Fragen-und-Antwort-Formate greifen zentrale Fragen von Mitarbeitern auf und geben verständliche Antworten.

Thematisch vielfältig, in der Darstellung abwechslungsreich sowie klar und nahbar in der Bild- und Formsprache zeigt das Heft, Veränderungen finden im gesamten Unternehmen statt. Vermittelt wird aber auch, nicht alles wandelt sich: Respekt, Zusammenhalt und Verantwortung bleiben zentrale Werte des Unternehmens – auch und gerade auf dem Weg in eine neue Zeit.

#WIR

EINBLICKE · AUSBLICKE · IMPULSE

Veränderungskultour · Unser Zukunftsprogramm
Besser organisiert · Konzentration auf
Potenziale · Erste Erfolgsmeldungen

STARTKLAR



KLOSTERFRAU
HEALTHCARE GROUP

IM BLICK

- 01 EDITORIAL: ein Heft mit Schwerpunkt
- 02 TOWN HALLS: die Veränderungskultour startet
- 06 INTERVIEW: der Vorstand geht voran
- 10 JANIGRAMM: einheitliche Strukturen und Abläufe

AUSBLICK

- 12 OTC: starke Marken stärker machen

EINBLICK

- 16 TAGSHERSTELLUNG: mit und im Markt erfolgreich

RÜCKBLICK

- 21 DAMALS: Profi im Lauf der Zeit

NEWS
IMPRESSUM

Sehr geehrte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, liebe Kolleginnen und Kollegen,



DR. MARTIN ZÜGEL
Vorsitzender der Geschäftsführung

Die vierte Ausgabe der #WIR bietet in vielerlei Hinsicht etwas Neues: Besonders freue ich mich, dass ich mich jetzt auch über unser Mitarbeitermagazin an Sie wenden kann! Zum zweiten zeigt sich diese Ausgabe in einem neuen Gewand: Mein Dank gilt dem Redaktionsteam, das dem Magazin diesen gelungenen Anstrich gegeben hat. Ein weiteres Novum: In dieser Ausgabe liegt ein klarer thematischer Schwerpunkt – auf unser Zukunftsprogramm Klosterfrau.

Witte März haben wir auf den Town Hall Meetings unser Zukunftsprogramm gestartet. Die Fotos in diesem Heft gefallen mir besonders.

„Das Zukunftsprogramm wird uns auch in den nächsten Monaten intensiv beschäftigen und ein wichtiges Thema in den #WIR-Ausgaben sein.“

dem gut, vermittelt sie doch treffend die Atmosphäre, wie auch ich sie an allen Standorten empfunden habe: lebendig, offen und neugierig. Sie finden hoffentlich in dieser Ausgabe Antworten auf viele Ihrer Fragen, beispielsweise Details zu unserer neuen Aufstellung.

Die Beiträge über die neue Marktfokussierung „Erkältung“ sowie unsere Aktivitäten im Geschäftsbereich Auftragsherstellung machen deutlich, wie wir schon jetzt in vielen Bereichen mit unserem Zukunftsprogramm die Weichen auf Wachstum stellen. Natürlich wird uns das Zukunftsprogramm auch in den nächsten Monaten intensiv beschäftigen und somit auch immer ein wichtiges Thema der nächsten #WIR-Ausgaben sein. Halten Sie sich auf dem Laufenden und gestalten Sie mit: Schreiben Sie uns, welche Themen Sie besonders interessieren.

Ich freue mich schon jetzt auf viele weitere spannende #WIR-Ausgaben von und mit Kolleginnen und Kollegen aus allen Bereichen unseres Unternehmens.

Jetzt aber wünsche ich Ihnen erst einmal viel Spaß beim Lesen!

Ihr
Dr. Martin Zügel

„Seien Sie offen für Fragen, stellen Sie Informationen zur Verfügung und bringen Sie Ihre Ideen ein.“

WEIL WIR ES KÖNNEN.

Dr. Martin Zügel im Gespräch über unser Zukunftsprogramm.
Mitte März haben wir unser Zukunftsprogramm Klosterfrau gestartet. Worauf kommt es Dr. Martin Zügel dabei besonders an? Das verrät er uns in einem Interview.

#WIR: *Dr. Zügel, Sie und Ihre Kollegen haben das Zukunftsprogramm Klosterfrau persönlich vorgestellt. Was haben Sie an Eindrücken aus den Town Hall Meetings mitgenommen?*

DR. ZÜGEL: Erst einmal ein besonderes Erlebnis, in nur zwei Tagen die gesamte Belegschaft von Klosterfrau persönlich zu treffen. Das war schon beeindruckend. Die Stimmung habe ich als „angespannt neugierig“ empfunden. Und neugierig, weil es für die Kolleginnen und Kollegen etwas Neues war, dass die komplette Geschäftsführung ein zentrales strategisches Programm für unser Unternehmen persönlich vorstellt. Ich glaube auch, dass unsere Offenheit und Direktheit überrascht hat, vor allem was die Ansprache von kritischen Themen anlangt. Eine so schonungslose Blicke in die unserer aktuellen Geschäftstätigkeit ist sichtlich eine Premiere für uns.

men unseres Zukunftsprogramms – insbesondere durch einfache Strukturen und Prozesse – auch unsere Kosten zu senken. Und leider bleibt das an der einen oder anderen Stelle nicht ohne Konsequenz für unsere Personalstärke. Aber das ist klar auf Wachstum. Und zwar das, was wir durch Einsparungen nicht durch den besten Deal über die Zukunft realisieren können. Und zwar das, was wir mit den besten Deal über die Zukunft realisieren können.

artesan

Daten & Fakten

Unter dem Dach von artesan bietet Klosterfrau folgende Leistungen in der Auftragsfertigung an

FESTE FORMEN

- + 20 Mio. Tabletten am Tag
- + 10,3 Mio. Verpackungen am Tag
- + 1000 verschiedene Verpackungsformen
- + 1000 verschiedene Packungsgrößen

auch Deutschland", ergänzt Schier. Bereits jetzt liegen neue Aufträge für die Abfüllung von 1 Million Nasensprays vor. Zudem befindet man sich in den Endverhandlungen über einen Auftrag für 800.000 Packungen Hartkaramellen.

KOMPLETTES ANGEBOT

„Die Bündelung von Kompetenzen und Know-how erhöht auch in der Auftragsherstellung die Schlagkraft“, sagt Andreas Schlüter. Dabei profitiert der Bereich von einem breiten Angebot sowie einem klar umrissenen Service-Portfolio. Dazu gehören der Transfer bestehender Produkte in die Fertigung bei Klosterfrau, die Entwicklung auf Kundenwunsch sowie Gesamtlösungen von A-Z. Letztere umfassen alle Schritte von der Rohstoffauswahl über die Entwicklung mit Analysen, Dokumentation und Zulassungsbetreuung bis hin zur Überführung in die kommerzielle Herstellung inklusive Konfektionierung, Freigabe und Logistik.

STARKER AUFTRITT

In der Außendarstellung des Angebots nehmen auf den etablierten Namen Klosterfrau unter dem bekannten Dach gehen wir. Bestehend müssen sich dadurch nicht ändern, auch wenn

Auftragsherstellung Ein zentraler und vorgefertigter Vertrieb für die Leistungen der insgesamt vier Hauptproduktionswerke wird diesen hochvertriehten Kunden schon nach wenigen Wochen in Berlin gewinnen“ - verdeutlicht Schlüter wir weiter anknüpfen.“



balleywasl* ist eine Agentur für Kommunikation, Corporate Publishing und digitales Content Marketing. Wir machen aus Ihren Produkten und Dienstleistungen emotionale Stories und verpacken diese in attraktives Design. Wir entwickeln marktorientierte Strategien und kreative Kommunikationskonzepte, gestalten gedruckte und digitale Werbemittel und Publikationen und verbreiten relevante Inhalte B2C, B2B und unternehmensintern über integrierte und crossmediale Kampagnen, Corporate Events und branded Storytelling.

Mehr unter www.balleywasl.com oder unter  vimeo.com/balleywasl

Leidenschaft für Kommunikation seit 1989