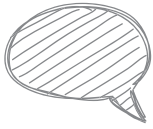
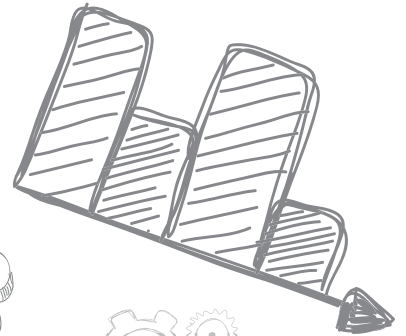
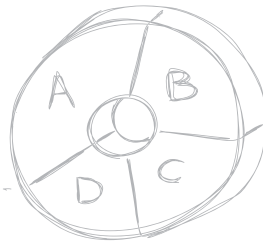
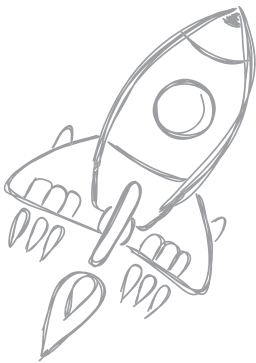
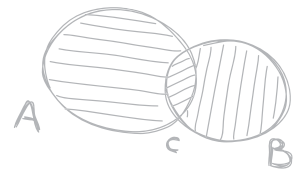
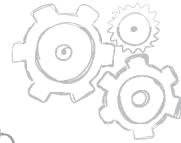


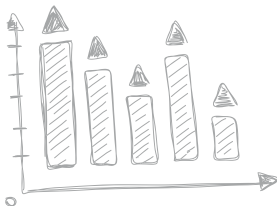
# SoCura



## IDEA

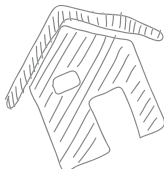


## PLAN



## JAHRESBERICHT

# 2020



# UNSERE VISION VERWIRKLICHEN

Noch kundenzentrierter, noch besser werden


## LIEBE LESERINNEN UND LESER,

vor einem Jahr sahen wir an dieser Stelle ein Jahr des Umbruchs und des Wandels auf die SoCura zukommen. Keine leichten Voraussetzungen, zumal vor dem Hintergrund der damals schon einsetzenden Pandemie. Aus unserer Reaktion auf diese besonderen Umstände konnten wir aber auch viel Mut und Zuversicht schöpfen: Von Beginn an erwies sich die SoCura als stabil und resilient.

Zwölf Monate später – und leider noch immer unter den Bedingungen der Pandemie – lässt sich konstatieren: Unser Optimismus war berechtigt! Wir sind und waren zu jeder Zeit uneingeschränkt handlungsfähig. Unsere Lösungen bewähren sich weiterhin. Dies zeigen die vielen positiven Rückmeldungen aus der Welt der Malteser und von unseren Kund\*innen aus der Caritas, aber auch einige eindrucksvolle Zahlen (etwa die 99.541 Anrufe im Service Desk, bei einer mit 61 Prozent im Vergleich zum Vorjahr noch gestiegenen Erstlösungsquote). Mit der Übernahme der Buchhaltung für die Altenpflegeeinrichtungen der neuen Malteser Gesellschaft Wohnen & Pflege konnten wir Wachstum in diesem Bereich schaffen. Mit dem DiCV Hildesheim begeisterten wir einen weiteren Kunden für die Wohlfahrt.Cloud – unsere IT-Cloud-Lösung für Wohlfahrt, Kirche und Gesundheitswesen.

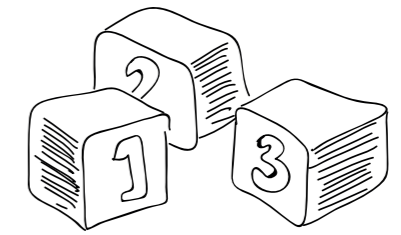
Auch an unserem, noch vor Beginn der Pandemie eingeleiteten, Veränderungskurs haben wir festgehalten. Im Rahmen unseres Strategieprozesses haben wir, gemeinsam mit Führungskräften und unter Einbindung der Belegschaft, die strategischen Zielsetzungen der SoCura geschärft, daraus unsere Vision und Mission für die Zukunft abgeleitet und ein ambitioniertes Maßnahmenpaket verabschiedet, das nun in diesem Jahr umgesetzt wird. Das große Ziel: Wir möchten unsere Kund\*innen zukünftig noch stärker ins Zentrum unseres Denkens und Handelns setzen. Wir möchten noch anpassungsfähiger auf Anforderungen des Tagesgeschäftes reagieren und agiler handeln können als wir dies ohnehin bereits tun. Dazu müssen wir Arbeitsweisen und Abstimmungswege überdenken und uns neu ausrichten im Sinne einer kundenzentrierten Service-Organisation. Mehr darüber erfahren Sie in unserem Schwerpunktthema auf den Seiten 5–7.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen und mit unseren neuesten Zahlen, Daten und Fakten!

 <b>Thomas Berding</b> Geschäftsführer	 <b>Mike Melcher</b> Bereichsleitung IT-Service	 <b>Maria Dennemann</b> Bereichsleitung Buchhaltungs-Service
 <b>Rudi Schilling</b> Bereichsleitung Personal-Service	 <b>Jens Francksen</b> Bereichsleitung Verwaltung & Service	 <b>Birgit vor der Wülbecke</b> Personalleitung

# SOCURA-HIGHLIGHTS

Rück- und Ausblick

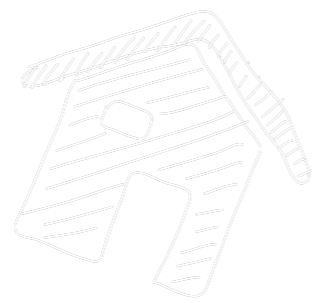


2020



# UNSER UNTERNEHMEN

Mitarbeiter, Auszubildende, BGM



**374** | PERSONALBESTAND



**6**

NEU EINGESTELLTE  
Auszubildende

Auszubildende insgesamt

**18**



ÜBERNAHME  
VON AZUBIS

**5 von 5**

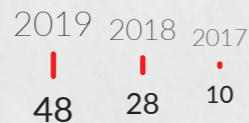
Angebote  
Präventionskurse

**5  
35**

Präventionskurse  
virtuell durchgeführte bewegte  
und entspannte Pausen

Jahr	2019
6	Präventionskurse
31	Infoworkshop Ernährung & Schlaf
1	entspannte & bewegte Pausen

JOBKRÄDER | **61**

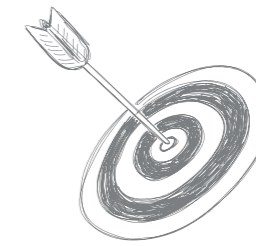
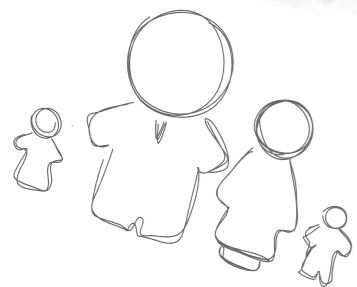


Teilnehmer\*innen  
am TAPPA-LAUF

**51**

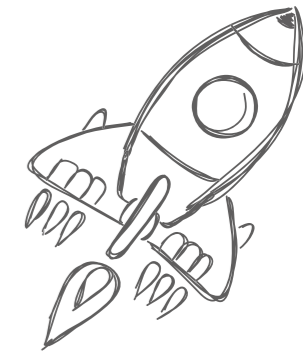
Teilnehmer\*innen an  
virtuellen Läufen

2019  
**83**  
Teilnehmer\*innen  
an 2 Läufen



# IM FOKUS

SoCura-Unternehmensstrategie



## EINLEITUNG

Die SoCura-Pyramide veranschaulicht die im Rahmen des Strategieprozesses erarbeiteten strategischen Zielsetzungen. Zehn Kernwerte geben Orientierung für Entscheidungen, Handlungen und Verhalten – nach innen wie nach außen. Die darauf fußende Vision verbindet Aussagen zum Selbstverständnis der SoCura als führender Dienstleister für die Branche mit konkreten Wachstumszielen. Die Mission formuliert, was uns letzten Endes antreibt: Wir möchten unseren Kund\*innen Freiräume schaffen – damit mehr Zeit bleibt für den Dienst am Menschen!



MISSION



VISION



WERTE

## MISSION

„Wir sind für die Malteser und innerhalb der Caritas durch unser Prozess-Know-how sowie unsere Services und Lösungen führender Dienstleister. Durch die hohe Qualität unserer Leistungen unterstützen wir unsere Kund\*innen zielgerichtet, möglichst viel Zeit für den Dienst am Menschen zu haben.“

## VISION

Wir gestalten die Digitalisierung bei den Maltesern und innerhalb der Caritas aktiv mit. Wir kennen und verstehen unsere Kund\*innen und bieten Ihnen zukunftsorientierte Lösungen und Services, die erfolgsentscheidend sind.

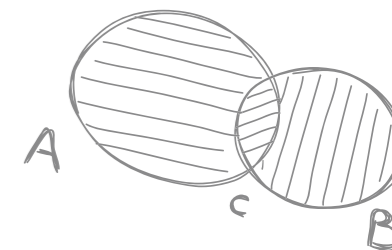
Wir werden bei Kund\*innen sowie bei Kooperationspartner\*innen und Dienstleister\*innen als Partner\*innen auf Augenhöhe und Lösungs-Umsetzer\*innen wahrgenommen. Zukunftsfähigkeit, Offenheit, Fachkompetenz und einmalige Branchenkenntnis kennzeichnen unser Denken und Handeln.

Bis 2030 werden wir 25.000 IT-Arbeitsplätze bei externen Kund\*innen mit unseren Lösungen (IT-Arbeitsplätzen) ausstatten.

## WERTE

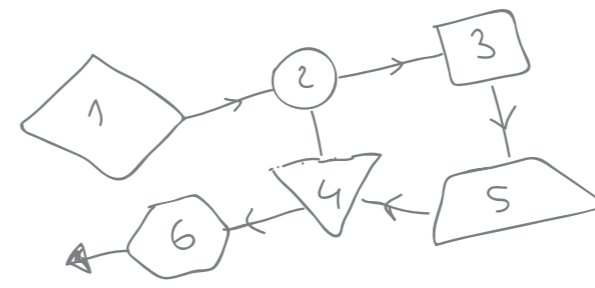
Wir zeichnen uns aus durch:

- Vertrauen
- Kund\*innen- und Dienstleistungsorientierung
- Verantwortung
- Zusammenhalt und Gemeinschaft
- Wertschätzung
- Innovation und Fortschritt
- Transparenz
- Stärken und Kompetenz
- Zuverlässigkeit
- Vielfalt und Toleranz



# UNSER ZIEL ...

... eine kundenzentrierte Service-Organisation sein



## DAS PROGRAMM UNTERNEHMENSSTRATEGIE SOCURA

Um unsere strategischen Zielsetzungen zu erreichen, werden wir Arbeitsweisen überdenken und unser Denken und Handeln noch stärker auf unsere Kund\*innen ausrichten: Wir möchten eine kundenzentrierte Service-Organisation sein. Im Zuge des Strategieprozesses sind eine Vielzahl an Maßnahmen in Umsetzung oder geplant, die diese Entwicklung einleiten und unterstützen sollen. Grob lassen sich die Maßnahmen in fünf Gruppen unterteilen.

### Übergreifende Maßnahmen

Hier geht es um Maßnahmen, die den Strategieprozess begleiten – wie etwa die flankierende Strategiekommunikation – oder die einen übergreifenden Charakter haben und Auswirkungen auf alle anderen Maßnahmen haben können.

### Organisation

In diese Kategorie gehören Überlegungen, wie sich die SoCura als Organisation weiterentwickeln sollte, um die Zielsetzungen des Strategieprozesses zu erreichen. Hinzu kommen Personalthemen, wie die Neubesetzung der Position IT-Architekt\*in oder die Entwicklung eines Konzepts für Karrierepfade und Mitarbeiter\*innen-Weiterentwicklung.

### Prozesse

Hier geht es darum, vorhandene Prozesse zu optimieren – etwa im Projektmanagement – und neue Prozesse zu etablieren. Ein besonderer Fokus liegt auf Produktmanagement, Prozessverbesserungen und Innovationsförderung.

### Portfolio

Das Service-Portfolio für Bestands- und Neukund\*innen wird zukünftig modularer. Das muss sich in der IT- und der Applikations-Strategie niederschlagen, die die SoCura zukünftig verfolgen möchte.

### Finance & Controlling

Auch in diesem Bereich können wir durch gezielte Maßnahmen Optimierungen erreichen. Darüber hinaus ist eine Neuausrichtung, wie die SoCura sie anstrebt, mit Investitionen verbunden, für die ein Finanz- und Businessplan aufgestellt wurde.

## DAS KREISDIAGRAMM DER KUNDENZENTRIERTEN SERVICE-ORGANISATION

Das Kreisdiagramm veranschaulicht unsere Überlegungen zur kundenzentrierten Service-Organisation. Unsere Service-Konsument\*innen stellen wir zukünftig in den Mittelpunkt unserer Organisation. Darum angeordnet finden sich Service-Kreise sowie ein umfassender Ring mit Querschnittsfunktionen, die uns dabei unterstützen, unsere Services bestmöglich und wirtschaftlich zu erbringen. Zwischen den einzelnen Kreisen, Funktionen und Ebenen bestehen vielfältige Beziehungen, für die wir geeignete Schnittstellen schaffen werden. Es wird also spannend bleiben bei der SoCura! Der Wunsch nach Veränderungen und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen, sind auf jeden Fall vorhanden. Wir wollen zukünftig flexibler und agiler handeln, um die Anforderungen unserer Kund\*innen noch besser erfüllen zu können.

## SERVICEKONSUMENT\*INNEN

Kund\*innen, Anwender\*innen, Sponsor\*innen

## SERVICEKREISE

- Private Cloud & Desktop
- Geschäftsprozessplattform
- E-Learning
- Datenschutz/Compliance
- Personal-Service
- Microsoft Cloud
- Mobilfunk & Festnetz
- Buchhaltungs-Service
- Endgeräte
- Netzwerk
- Archivierung/ Dokumentationsmanagement
- Personal-Applikationen
- BI- und Reportings-Applikationen
- FI/Co-Applikationen
- Soziale Dienste
- IP-Telefonie
- Krankenhaus-Applikationen
- Reisekosten-Service
- Produktivitäts-Applikationen
- Softwareentwicklung
- Projektmanagement
- Mitglieder\*innen-, Spender\*innen-, Fund-raising-Applikationen

## QUERSCHNITTFUNKTIONEN

- Personal
- Vertrieb
- Unternehmenskommunikation
- Recht
- Service Desk
- Allgemeiner 3rd-Level-Support
- IT-Schnittstellen/PO
- IT-Security
- Business Relationship Management
- Verträge & Abrechnung
- Führung
- Innendienst/allg. Verwaltung
- Finanzen & Controlling
- IT-Plattform
- Prozess- und Qualitätsmanagement



# IT & SUPPORT

Systeme, Software & Kundenbetreuung



ANWENDER\*INNEN  
WOHLFAHRT.CLOUD | **3.761**

Jahr	2019	2018	2017
	3.131	2.551	617

## 163.939

Klienten

VIVENDI

Rechnungen

## 2.791.881



**5.409.020** | DOCUWARE  
Belege zu Mitgliedern  
und Spenden | **4.975.550**  
2019



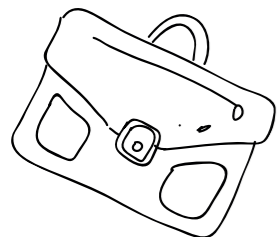
ANWENDER\*INNEN  
MALTESER.CLOUD | **30.588**

Jahr	2017	2018	2019
	23.854	27.687	27.835

## SAP

Kommuniziert über **31** Schnittstellen mit  
einer Vielzahl an Systemen und verarbeitet  
dabei **43.197.563** Nachrichten.

**446** | CAREMAN  
Abgebildete Dienststellen | **394**  
2019



## 22

Anzahl der  
Mitarbeiter\*innen

## ENDGERÄTESERVICE

Neu aufgestellte oder  
ausgetauschte Endgeräte

## 11.000



## 2.325.000

### ONLINE-BESPRECHUNGEN ÜBER MICROSOFT TEAMS



### E-MAILS

Gesendet und empfangen

## 44.379.818

2019	33.950.000
2018	30.050.000



**84.081**  
2018 | **118.195**  
57.593  
2016 | SERVICE-ANFRAGEN

**99.541**  
ANZAHL DER ANRUFEN

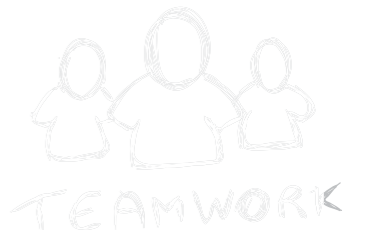
2016	39.425	73.657
2018		

## SERVICE DESK

**61 %**  
ERSTLÖSUNGSQUOTE

2018	59 %	48 %
2016		

**19** | **16**  
ANZAHL DER  
SERVICE-DESK-AGENT\*INNEN | **9**  
2016 | **2018**



**DATENMENGE**  
Insgesamt durchge-  
führte Backups

2019	7,28 PB
2018	18,48 PB

## 18,48 PB



## SOCURA SUPPORTPLATTFORM

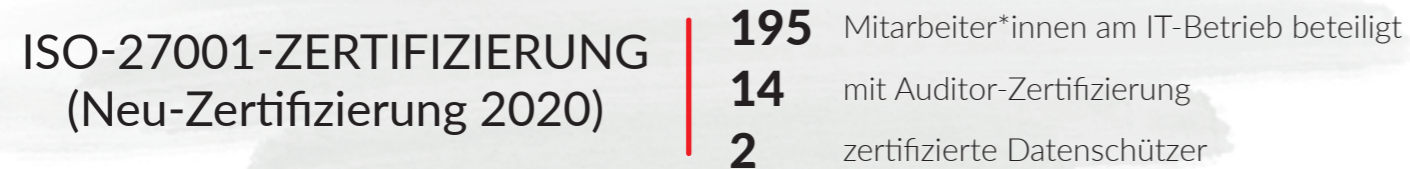
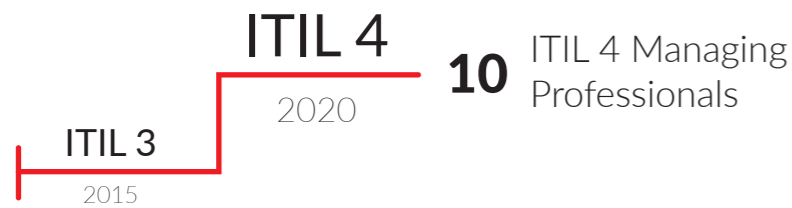
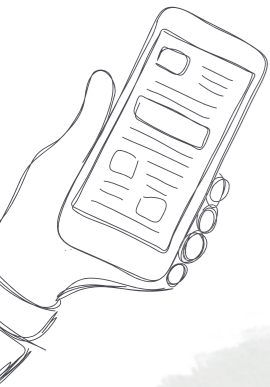
## 194.130

Aufrufe: [support.malteser.org](http://support.malteser.org)

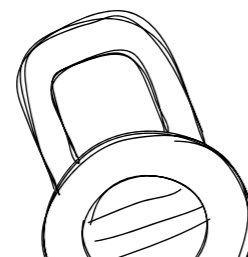


## WEITERE KENNZAHLEN

Mobil, zertifiziert & rechtssicher

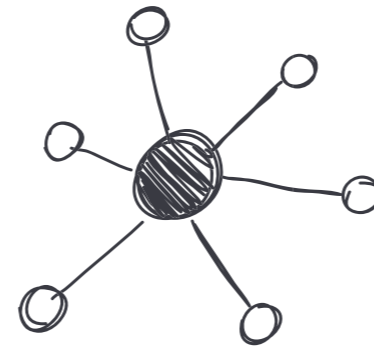


### TEAM RECHT & COMPLIANCE

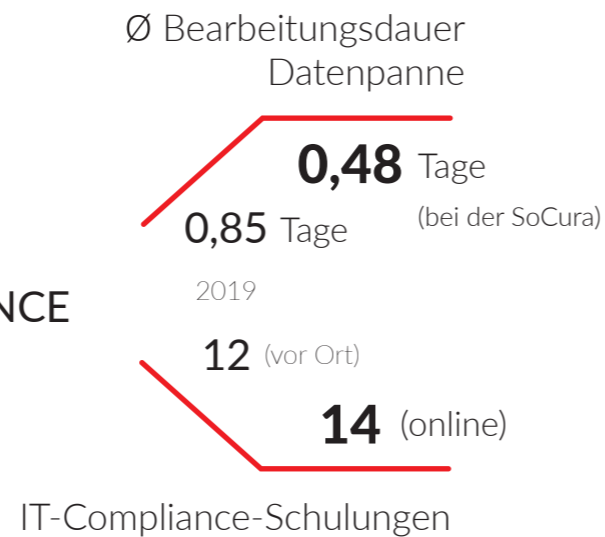


**522**

VERTRIEBS-  
INNENDIENST



**66 %** Annahmquote



## PERSONAL-SERVICE

Qualität, Termintreue & Genauigkeit

**32.137**

MITARBEITER\*INNEN  
UNSERER KUNDEN

33.666  
2019



**16.260**

REISEKOSTENABRECHNUNGEN

23.059  
2019

**17.594.000**

BUCHUNGSZEILEN  
Malteser Gesellschaften

Wohnen  
& Pflege

**700 tsd.** Buchungszeilen  
**30** Aktive Buchungskreise  
**29** Übernommene Einrichtungen  
**15** Neue Mitarbeiter\*innen



PERSONAL-  
ABRECHNUNGEN

**386.000**

370.000  
2018  
420.000  
2016



**41**

MITARBEITER\*INNEN

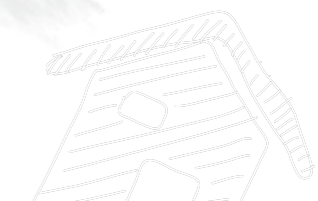
## BUCHHALTUNGS-SERVICE

Akkurat, zuverlässig & tagesaktuell

AKTIVE BUCHUNGSKREISE  
Malteser Gesellschaften

**454**

426  
2018  
427  
2016



## Impressum

© 2021 SoCura GmbH, Köln

Stichtag für alle Kennzahlen ist – sofern nicht anders angegeben – der 31.12.2020.

Redaktionsschluss: April 2021

Verantwortlich: David Wester

Redaktion: Heinz-Jörg Roling, Marc Werheit

Gestaltung: Marc Werheit

Druck: Druckerei Schüller GbR

Bildmaterial: Marc Werheit, Wolf Lux/Malteser, nexpics, Adobe Stock: DavidArts, Fizkes, Puhhha, Contrastwerkstatt, Pormezz, iconimage, gunay-aliyeva, Francois Poirier, soleilc1, Trueffelpix,

vladvm50, martialred, Marc, denisgorelkin, Mykyta, nexusby, sharpnose, Nadiia, bismillah\_bd, musmellow, Momento Design, mpfphotography, Alvina, iuneWind, anna\_leni, Neyro, fad82, Serj Siz`kov, blankstock, creativ, TukTuk Design, bismillah\_bd, Aleksandar, topvectorel, le\_mon, lovemask, Matthias Enter, Raura, alekseyvanin, ylivdesign, Beboy, supanut, micromaniac86, olezzo, Murat İrfan Yalçın, Robert Biedermann, Lysenko.A Sathaporn, RealVector, FourLeafLover, katarinanh, Wiktoria Matynia, barks, wayne\_0216, Chanakarn, artemstepanov, Zlatko Guzmic, milushka, Daniel Berkmann, zaurrahimov, Cornauthor, kursi\_design, supanut, enotmaks, Cvijun, rashadashurov, warmworld, FourLeafLover, Maksim, vxnaghiyev, dstarky, vendakr, Nana

SoCura GmbH  
Kaltenbornweg 3  
50679 Köln