

R

REWARDS

THE LOYALTY, INCENTIVE & PROMOTION MAGAZINE

STEUERFREIER SACHBEZUG

Erhöhung der mtl. Freigrenze
von 44 € auf 50 € pro Mitarbeiter

PETER REININGHAUS

Was haben Hausaufgaben
mit dem Fachkräftemangel
zu tun?

CASE STUDY

Kliniken Maria Hilf
Mitarbeiterbindung

VOUCHERme

Der Universalgutschein
mit erfolgsabhängiger
Abrechnung

FOKUS

Mitarbeiter-
bindung



WINTER

2021/2022

Inhalt

Seite 10



Mitarbeiterbindung
Zufriedene Mitarbeiter bleiben länger an Bord

Seite 16



THE 19th
Das perfekte Geschenk für Golfer

Seite 20



VOUCHERme
Der Universalgutschein mit erfolgsabhängiger Abrechnung

Seite 28



Case Study
Mitarbeiterbindungsprogramm der Kliniken Maria Hilf

Seite 34



Society of Lifestyle
Ein inspirierendes Lifestyle-Universum

Seite 82



Peter Reininghaus
Über Hausaufgaben und Fachkräftemangel

WAS HABEN HAUSAUFGABEN MIT DEM FACHKRÄFTEMANGEL ZU TUN?

Auf dem Weg zur Arbeitgeberattraktivierung



Für mich ist das große Thema Fachkräftemangel mit einer Zeitreise zurück in die Schule verbunden. Doch was ich damit genau meine, dazu später mehr. Einblicke in aktuelle Erhebungen, Statistiken und demografische Prophezeiungen lassen nichts Gutes erahnen. Wir stecken richtig tief drin in der Misere des Fachkräftemangels. Ganz gleich, in welcher Branche wir uns umsehen. Das Fehlen von Personal ist allgegenwärtig. Wir sprechen also nicht nur vom Mangel an Fachkräften. Es fehlen schlichtweg in allen Bereichen Kräfte.

Kürzlich wurde ich als Referent zu einem Netzwerktreffen aus der Gastronomie eingeladen. Hier wird dem Fachkräftemangel inzwischen sehr pragmatisch begegnet. Voll-digitale Cocktailmix-Maschinen, die einen perfekten Cocktail in weniger als sieben Sekunden fertigstellen. Hochwertige Convenience-Catering-Konzepte, nach denen die Zubereitung für 200 Gäste nur noch einen Koch benötigt. Stumme, surrende, durchdigitalisierte Roboter, die dem Gast das Essen und die Getränke an den Tisch bringen. Habe ich mir so Lösungen des Fachkräftemangel-Problems vorgestellt?

Als ich mich das erste Mal mit dem Thema Personal beschäftigte, war ich Anfang 20 und gründete eine kleine Logistikfirma. Fünf Jahre später waren wir gefragter Dienstleister für Transport- und Hubschrauberlogistik mit knapp 50 Mitarbeitern. Rückblickend hatte ich zu keinem Zeitpunkt das Problem, Personal zu finden. Ganz im Gegenteil. Schon damals war es mir ein persönliches Anliegen, dass sich unsere Mitarbeiter mit unserem Unternehmen identifizieren. Ein großer Röhrenmonitor mit Spielkonsole, Freige Getränke, außerdem Ruheraum, Café-Bar, Firmenwagen und Handyüberlassung. Das gemeinsam entwickelte Leitbild im Besprechungsraum und die schicke Arbeitskleidung sowie eine Intranetseite für Mitarbeiter trugen sicher Ihren kleinen Beitrag dazu, dass wir ein attraktiver Arbeitgeber waren. Doch heute sind das alles selbstverständliche Benefits!

Die Zeiten ändern sich, und inzwischen sind über 25 Jahre vergangen. Nach einem Ausflug in ein Angestelltenverhältnis in der Beratungsbranche wurde mir eines schnell klar: Ich möchte Unternehmer dabei unterstützen und begleiten, attraktive Arbeitgeber zu werden. Doch was ich gesehen und erlebt habe, war ganz und gar nicht das, was ich erwartet hatte. Und da war sie: die Zeitreise zurück in die Schule! Eine Reise zurück in die Zeit, in der wir Hausaufgaben aufbekamen, sie nach der Schule erledigten und unsere Ausarbeitungen stolz am nächsten Tag präsentierten. Ich möchte Sie jetzt nicht an Ihre Schulzeit erinnern und möchte auch nicht bewerten, ob diejenigen, die ihre Hausaufgaben im Bus beim Sitznachbarn abgeschrieben haben, die cleveren Schüler gewesen sind. Ich möchte Sie heute dafür sensibilisieren und Sie fragen, ob Sie als Arbeitgeber schon Ihre Hausaufgaben gemacht haben.

Grundlage der Arbeitgeberattraktivierung: Machen Sie Ihre Hausaufgaben!

Arbeitgeber machen großartige Dinge, um Mitarbeiter an ihr Unternehmen zu binden, neue Mitarbeiter zu finden und ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Dabei fallen die Ideen der Arbeitgeber von heute völlig unterschiedlich aus. Je nach Betriebsgröße, Möglichkeiten und Gewerk bieten Arbeitgeber ihren Mitarbeitern einen bunten Blumenstrauß an Benefits, Gesundheitsfördernde Maßnahmen, Unternehmensbeteiligung, Zeitwertkonten und vieles mehr an. Aber was konkret bieten Sie als Arbeitgeber Ihren Mitarbeitern an?

- Welche Benefits erhalten Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen?
- Wie viele Urlaubstage haben Ihre Mitarbeiter?
- Stellen Sie Berufsbekleidung?
- Zahlen Sie Internetkostenzuschüsse und Fahrtkostenzuschüsse?
- Bieten Sie gesundheitsfördernde Maßnahmen an?
- Können Ihre Mitarbeiter über Sie ein E-Bike bekommen?
- Zahlen Sie im Rahmen einer Versorgungsordnung attraktive Zuschüsse?
- Welche Weiterbildungsmöglichkeiten bieten Sie Ihren Mitarbeitern an?
- Welche Gehälter möchten oder können Sie zahlen?
- Welche Benefits bekommen Mitarbeiter nach der Probezeit, nach drei Jahren und nach fünf Jahren Betriebszugehörigkeit?

Hand aufs Herz: Wann haben Sie sich das letzte Mal genau mit diesen Fragen beschäftigt? Aus meiner Erfahrung weiß ich, dass Arbeitgeber ihren Mitarbeitern durchaus attraktive und innovative Angebote machen. Ein erst kürzlich geführtes Gespräch mit einem Familienunternehmen aus Niedersachsen zeigte mir wieder, wie wichtig es ist, genau diese Fragen zu stellen. Gemeinsam mit der Geschäftsführung schrieben wir in über vier Stunden eine ganze Din-A4-Seite mit wirklich attraktiven Benefitangeboten voll. Nach und nach füllten die Liste Angebote, die offensichtlich inzwischen als selbstverständlich gelten. Aber wie will ich im Bewerbungsgespräch mein Gegenüber von mir begeistern, wenn ich selbst unsicher bin, wie attraktiv ich als Arbeitgeber bin und welche Mehrwerte ich meinen Bewerbern anbieten kann und meinen Mitarbeitern anbiete. Und – ganz wichtig –: vergessen Sie bitte nicht Ihr bestehendes Personal, wenn Sie Bewerbern Angebote machen. Unmut im Hause ist vorprogrammiert, wenn es gegenüber Neueinsteigern schlechtergestellt ist.

Zuerst binden, dann finden!

Was biete ich meinen Mitarbeitern? Beschäftigen Sie sich intensiv mit dieser einen Fragen, werden Sie über viele und bedeutende Selbstverständlichkeiten stolpern. Da erhalten Ihre Mitarbeiter zum Beispiel jeden Monat einen Tank- oder Warengutschein (Sachbezug) im (Netto-)Wert von 44 € und irgendwie spricht niemand im Betrieb mehr darüber. Er ist einfach, wie vieles andere auch, selbstverständlich geworden. Ungeachtet dessen, dass dieser großartige Benefitbaustein (ab 2022 neue Freigrenze von 50 €) einer der attraktivsten Bausteine für Arbeitnehmer und Arbeitgeber ist, wird er leider nur sehr selten ordnungsgemäß über die Lohnabrechnung ausgewiesen. Ich gebe zu, ein nicht unerheblicher Teil von Arbeitnehmern schaut nur dann auf die Lohnabrechnung, wenn zu wenige Centbeträge überwiesen wurden. Doch wenn der Tankgutschein noch nicht einmal auf der Lohnabrechnung auftaucht, dann kann er ja auch nicht so wichtig sein! Kurzer juristischer Exkurs: Die Entgeltbescheinigungsverordnung zeigt uns, dass ausnahmslos alle Bezüge auf die Lohnabrechnung gehören. Dazu zählt ein Sachbezug ebenfalls, also auch ein Tank- oder Warengutschein.

Schärfen Sie Ihr Arbeitgeberprofil

Wer sind Sie als Arbeitgeber? Was macht Sie aus und welches Alleinstellungsmerkmal hat Ihr Betrieb? Welches sind Ihre Kunden, welche Produkte vertreiben Sie und wofür steht Ihr Unternehmen? Welches sind Ihre Werte? Haben Sie ein Leitbild entwickelt? Und ich meine nicht das Leitbild, das am Schreibtisch der Assistentin des Marketingchefs entstanden ist. Ich spreche von dem Leitbild, das Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern mit viel Mühe, Engagement und Leidenschaft erstellt haben. Seit nunmehr acht Jahren begleite ich einen inhabergeführten Betrieb aus der Steuerberatung, der in den vergangenen Jahren seine Arbeitgebermarke immer weiter geschärft hat. Heute zeigt dieser Betrieb ein derart geschärftes Profil, dass nicht nur Mitarbeiter genau aus diesem Grund hier arbeiten möchten. Auch attraktive Neukunden wurden durch das Profil auf die Kanzlei aufmerksam. Engagement lohnt sich also auf allen Ebenen. Erst kürzlich hat die Kanzlei einen neuen Mandanten aus Hamburg dank ihres Profils dazugewonnen.





Organisieren Sie sich!

Lassen Sie uns gemeinsam einmal das folgende Szenario gedanklich durchspielen. Sie sind optimal aufgestellt und haben Ihre Hausaufgaben mit Sternchen gemacht. Ihr Arbeitgeberprofil ist bis in die Spitzen geschärft. Jemand ist auf Sie aufmerksam geworden. Seine Bewerbung erreicht Ihr Unternehmen per Post oder E-Mail. Eine vielversprechende Bewerbung. Was passiert? Es passiert nichts.

Seitenwechsel. Ein Arbeitnehmer ist auf der Suche nach einem neuen Arbeitgeber und hat von Ihnen gehört oder etwas über Sie gelesen. Der potenzielle Mitarbeiter bewirbt sich auf Ihre ausgeschriebene Stelle. Was passiert? Es passiert sehr lange nichts.



Bitte erlauben Sie mir meine Überspitzungen. Ich verfolge nicht das Ziel, Sie zu ärgern! Ich möchte nur dafür sorgen, dass Sie auf allen Ebenen auf dem richtigen Weg sind und alle Eventualitäten bedenken.

Meine persönlichen Erfahrungen zeigen, dass Unternehmen dem Bewerber nicht die nötige Aufmerksamkeit widmen, die ihm geschenkt werden muss. Ganz gleich, ob es sich um regional, international oder global aufgestellte Firmen oder Konzerne handelt. Immer wieder werden interessierte und attraktive Bewerber ernüchert, weil sie zum Beispiel keine Eingangsbestätigung zu ihrer Bewerbung, keine Wasserstandsmeldung oder finale Absage erhalten. Im Zeitalter der Digitalisierung ein Unding, wo es doch gerade für diese Aufgaben eine Vielzahl innovativer Lösungsanbieter wie mana HR oder Personio gibt, um nur einige zu nennen. Wie einfach es doch ist, auf eintreffende Bewerbungen mit einem individuellen Schreiben oder einer Eingangsbestätigung zu reagieren.

Immer wieder stelle ich in der Praxis fest, dass der Bewerber keinen direkten Ansprechpartner genannt bekommt. Die Antwort aus der Telefonzentrale „Ah- ein Bewerber – da muss ich erst einmal nachfragen“ erweckt keinen positiven Eindruck.

Fast jeder Betrieb und jede Branche stöhnt unter dem Personalmangel. Doch die Betriebe, die ihre Hausaufgaben gemacht haben, schnappen Ihnen die verbliebenen Bewerber, Azubis, Quereinsteiger, Wiedereinsteiger und Neueinsteiger weg. Und da sind wir wieder in der Schule. Die, die ihre Hausaufgaben gemacht hatten, fuhren die wertbare Ernte ein und bekamen gute Noten!

Gibt es die perfekte Stellenausschreibung?

Auch bei der inhaltlichen und visuellen Gestaltung Ihrer Stellenanzeigen sollten Sie sich als Arbeitgeber mehr Zeit nehmen, als Sie es bisher vielleicht für nötig hielten.

Dass in Ihrem Unternehmen ein super Team arbeitet und Sie coole Büroräume oder eventuell sogar ein spannendes Arbeitsumfeld bieten, ist für einen Einstieg in eine interessante Stellenanzeige nicht wirklich relevant. Das wäre gleichzusetzen mit einer Tankstellenanzeige, die Ihnen suggeriert: „Wir haben großartigen Sprit für Ihr Auto.“ Doch was ist daran besonders? Schließlich erwarten Sie von einer Tankstelle nichts anderes.

Was möchte der Bewerber von einem Arbeitgeber erfahren, bevor er sich bei ihm bewirbt? Am liebsten doch alles. Wer ist er? Was macht er? Was macht er anders als andere? Was bietet er mir als Mitarbeiter – habe ich Chancen auf Karriere oder Weiterbildung?

Genau an diese Fragen können Sie anknüpfen. Stellen Sie sich kurz, knapp und knackig vor und sagen Sie Ihrem potenziellen neuen Mitarbeiter, was ihn erwartet, wenn er in Ihrem Unternehmen anfängt. Und bitte nicht vergessen: „Zuerst binden, dann finden.“ Seien Sie sich gewiss: Auch Ihre Belegschaft findet Ihre Stellenanzeige. Die Unruhe lässt nicht lange auf sich warten, wenn sie darin Benefits entdeckt, die nur neue Mitarbeiter bekommen!

Auf welche Punkte sollte ich achten, wenn ich eine neue Stelle ausschreibe?

- Wer ist Ansprechpartner/Verantwortlicher für Bewerber in Ihrem Unternehmen?
- Ist der Ansprechpartner/Verantwortliche für solche Aufgaben qualifiziert?
- Nutzen Sie bereits eine Karriereseite und – wenn ja – ist sie auf dem aktuellen Stand?
- Sind die Inhalte auf Ihren Social-Media-Kanälen aktuell?
- Ist Ihre Stellenausschreibung attraktiv formuliert?
- Sind Sie auf eingehende Bewerbungen vorbereitet und haben Sie ausreichend Zeit, ihre Bearbeitung zu organisieren und zu koordinieren?

Hilfreiche Tipps

Natürlich haben Sie als Arbeitgeber wiederum ein großes Interesse daran, so viel wie möglich über den Bewerber zu erfahren. Im ersten Schritt sollten Sie jedoch etwas zurückhaltender damit sein. Gestalten Sie die erste Bewerbungshürde für den Bewerber so niedrig wie möglich. Fordern Sie von Anfang an einen kompletten Lebenslauf, ein Foto, den Gehaltswunsch, das mögliche Einstiegsdatum und so weiter, scheut sich der potenzielle Bewerber sehr wahrscheinlich, auf Ihre Anzeige zu reagieren. Erbitten Sie zunächst nur den Vor- und Nachnamen sowie eine E-Mail-Adresse. Dank dieser Angaben können Sie im weiteren Step wunderbar mit Ihrem Bewerber in den Dialog treten.

Wahrscheinlich liest Ihr neuer Bewerber Ihre Anzeige in der Straßenbahn, im Bus oder in der Badewanne. Hier den Lebenslauf inklusive Foto parat zu haben ist eher unwahrscheinlich. Von einem Recruiting-Experten habe ich einen weiteren interessanten Tipp erhalten: Schließen Sie einen Dialog stets mit einer offenen Frage ab.

Erlauben Sie mir abschließend noch den folgenden Gedanken. Das meiner Meinung nach entscheidendste Versäumnis, das aufseiten der Arbeitgeber dieser Welt leider immer noch vorkommt, ist, ihre Benefits, Angebote und Werte nicht richtig zu kommunizieren. Da werden riesige Budgets für Produktbroschüren, Marketingkampagnen und Messen aufgebraucht. Aber eine kleine Mitarbeiterbroschüre mit der großen bunten Vorteilswelt des Arbeitgebers hat es bisher nicht auf den Küchentisch des Personals geschafft. Doch wie heißt es so schön? Tue Gutes und sprich darüber.

In der nächsten Ausgabe werden Matthias Müller (Living Bytes) und ich über die Top 5 + 1 der attraktivsten Benefits berichten. Hier wird es dann etwas steuerlicher, aber mit Sicherheit nicht weniger aufregend.

Übrigens: Sollten Sie sich fragen, zu welcher Kategorie Schüler ich gehört habe – ich muss gestehen, dass ich einer derjenigen war, die eher keine Hausaufgaben gemacht haben. Sicher hätte das anders ausgesehen, wäre ich mit dem Bus zur Schule gefahren.



Peter Reininghaus
REININGHAUS | Lohnkonzept + Netzwerk für Steuerberater
www.lohnkonzept-netzwerk.de