

Arbeitgeberattraktivität Eine nachhaltige Bindung

Dienstwagen und Gehaltserhöhung gehen immer. Doch die Wirkung verpufft schnell. Unternehmer, die ihre Beschäftigten nachhaltig binden und als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen werden wollen, setzen deshalb verstärkt auf betriebliche Altersversorgung und eine betriebliche Krankenversicherung.

Seit Jahren spüren Unternehmen die Folgen des demografischen Wandels. Zum Beispiel bei der Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter. Die Personalverantwortlichen insbesondere kleinerer und mittlerer Betriebe können ein Lied von der zunehmenden Herausforderung singen, Fach- und Führungspositionen mit geeigneten Bewerbern zu besetzen.

Der in immer mehr Branchen alarmierende Fachkräftemangel verschärft den „Kampf“ um qualifiziertes Personal. Immer mehr Firmen stehen im direkten Wettbewerb um den besten Fach- und Führungskräftenachwuchs.

Diese Entwicklung hat eine andere in Gang gesetzt, die immer mehr Fahrt aufnimmt und mit dem englischen Fachbegriff „Employer Branding“ recht allgemein umrissen wird: Es geht für die Firmen darum, sich als „Arbeitgebermarke“ zu positionieren. Im Marketing spielt nicht mehr länger nur das Produkt eine Rolle, nicht nur den Kunden gilt das Augenmerk, sondern das Unternehmen selbst positioniert sich als attraktiver Arbeitgeber auf dem Fachkräftemarkt. Es wirft sozusagen sein ganzes Gewicht in die Waagschale, um Fachkräfte anzuziehen.

Entsprechend nehmen die Aktivitäten dieser Firmen, qualifiziertes Personal zu gewinnen, deutlich zu. Doch wie überzeugt man gute Azubis, motivierte Fachkräfte und starke Leistungsträger davon, dass sie in diesem Unternehmen gut aufgehoben sind? Und vor allem: Wie bindet man sie möglichst nachhaltig ans Unternehmen? Umso besser, je attraktiver man als Arbeitgeber auf die potenziellen künftigen Beschäftigten wirkt. Wem es gelingt, Bewerber glaubhaft davon zu überzeugen, ihnen mehr als nur einen Job zu bieten, der hat im Wettbewerb um die besten Fachkräfte die Nase vorn.



Kompetente Partner: Carsten Wölki, Leiter Vermögensmanagement Firmenkunden bei der Sparkasse KölnBonn, vertraut bei der Beratung seiner Kunden zur Betrieblichen Altersversorgung auf die Experten der Solut Financial Consulting AG, David Becker und Chris Burger (v.l.n.r.).

Mehr Geld, mehr Mitarbeiterbindung?

Dabei hat sich längst die Erkenntnis durchgesetzt: Wer neue Beschäftigte gewinnen und gute Mitarbeiter möglichst lange an sich binden möchte, muss ihnen mehr bieten als ein gutes Gehalt. Entsprechende Studien zeigen immer wieder: Die Wirkung von Gehaltserhöhungen lässt schneller nach, als es den meisten Firmenchefs lieb ist. Der oder die Begünstigte gewöhnt sich rasch an das Plus auf dem Konto. Dies gilt auch für andere Zuwendungen, ob Firmenhandy oder Dienstwagen. Wobei letztere bei jüngeren Beschäftigten auch längst nicht mehr so beliebt sind.

Fallen Gehaltserhöhungen zu gering aus, verliert sich deren Wirkung allein schon aus steuerlichen Gründen. Legt der Arbeitgeber 100 € brutto auf das bisherige Gehalt drauf, kostet ihn das rund 120 € – und beim Arbeitnehmer kommen gerade

einmal 50 € netto an. Das wirkt wie eine zu gering dosierte Betäubung beim Zahnarzt.

In die Gesundheit der Beschäftigten investieren

Geld ist nicht alles. Gesundheit aber schon. Für jeden einzelnen von uns spielt sie eine ganz entscheidende Rolle im Privat- und Erwerbsleben. Und damit spielt die Gesundheit der Beschäftigten eine zentrale Rolle für den Erfolg eines Unternehmens. Kein Betrieb kann sich auf Dauer einen zu hohen Krankenstand leisten. Kein Betrieb kann auf Dauer auf erfahrene Mitarbeiter verzichten, die wegen Krankheit ausfallen. Anders formuliert: Wer in die Gesundheit der Mitarbeiter investiert, investiert in den nachhaltigen Fortbestand des eigenen Unternehmens – und schafft eine Bindung und Motivation, wie es mit anderen Instrumenten kaum möglich ist.

Ein recht neues, in vielen Firmen noch unbekanntes Instrument der Mitarbeiterbindung ist deshalb eine betriebliche Krankenversicherung. Ob Zahnreparatur und -ersatz, Brille, Heilpraktiker-Behandlung, Krebsvorsorge oder bessere Leistungen bei einem Krankenhausaufenthalt: Zusätzlich absichern lässt sich alles – mit erheblichen Vorteilen für beide Seiten. „Der Arbeitgeber investiert in die Gesundheit und Leistungsfähigkeit seiner Beschäftigten – und diese erhalten Tarife und Vorteile, wie sie bei einer individuellen Zusatzversicherung zu gleichen Bedingungen nicht möglich wären“, betont Carsten Wölki, der bei Deutschlands zweitgrößter Sparkasse, der Sparkasse KölnBonn, das Vermögensmanagement für Firmenkunden leitet und Firmenchefs in dieser Eigenschaft auch zu Fragen der betrieblichen Altersversorgung und Krankenversicherung berät.

Möglich macht das ein entsprechender Rahmenvertrag zwischen dem Arbeitgeber und einem Versicherungsanbieter. Meist können davon sogar Familienangehörige profitieren – inklusive niedriger Einstiegschancen, weil die Prüfung von Vorerkrankungen anders als bei individuellen privaten Verträgen teilweise oder komplett entfällt.

Um seinen vor allem mittelständischen Kunden die entsprechende Expertise bieten zu können, zieht Wölki die Experten der Kölner SOLUT Financial Consulting AG hinzu, einen anbieterunabhängigen Finanz- und Versicherungsmakler, der sich auf betriebliche Altersversorgung und Krankenversicherung als Elemente der Arbeitgeberattraktivität spezialisiert hat. „Wer nur 20 bis 25 € pro Monat und Beschäftigten investiert, kann diesem bereits eine attraktive betriebliche Zusatzversicherung anbieten“, rechnet SOLUT-Vorstand David Becker vor. „Das macht bei 50 Beschäftigten gerade einmal 12.000 € im Jahr.“ Für rund das Doppelte ist bereits ein „All-inclusive-Paket“ zu haben, inklusive Anspruch auf Zweibettzimmer im Krankenhaus und anderen Vergünstigungen.

„Während die Wirkung von Gehaltserhöhungen schnell verpufft, kann eine betriebliche zusätzliche Krankenversicherung eine starke faktische und emotionale Wirkung erzielen“, weiß Experte Wölki. Erst recht dann, wenn sich das Unternehmen für eine besondere Variante entscheidet: „Die Firma kann die Gesundheitskarte

für die Beschäftigten mit dem eigenen Firmennamen versehen, das sorgt für einen zusätzlichen Bindungseffekt“, ergänzt Chris Burger, Mitglied der Geschäftsleitung der SOLUT AG.

Zentrale Voraussetzung für den Erfolg dieses Mitarbeiterbindungsinstrumentes: Es muss vom Chef wirklich gewollt und gut kommuniziert werden. Insbesondere dann, wenn eine Mischfinanzierung vorgesehen ist, Arbeitnehmer und Arbeitgeber also beide einen Anteil zahlen, müssen erstere überzeugt sein. Bei dieser Kommunikation unterstützt SOLUT im Auftrag der Sparkasse KölnBonn, wenn die Firmenkunden auf deren Expertise setzen, um eine betriebliche Krankenversicherung in die Wege zu leiten.

Mit betrieblicher Altersversorgung Mitarbeiter binden

Dies gilt im selben Maße für ein anderes wichtiges Instrument der Arbeitgeberattraktivität: die betriebliche Altersversorgung. Sie ist weit verbreitet, weil inzwischen die meisten Arbeitnehmer verstanden haben, dass die gesetzliche Rente allein in der Regel nicht ausreichen wird, um im Alter den Lebensstandard zu sichern. Da kommt ein zusätzlicher Rentenbaustein des Arbeitgebers gerade recht.

Allerdings wird dieses Instrument in einigen Firmen nicht mit Energie vorangetrieben. Trotz attraktiver Rahmenverträge kommunizieren manche Personalverantwortlichen das Thema so unzureichend, dass gerade einmal 10 bis 20% der Beschäftigten eine entsprechende Vereinbarung getroffen haben. Insbesondere kleinere Firmen schrecken bisweilen vor dem Verwaltungsaufwand für individuelle Verträge zurück.

Die Sparkasse KölnBonn ist von diesem Instrument für die nachhaltige Mitarbeiterbindung überzeugt und setzt auch hier auf die vertiefte Expertise der SOLUT AG, deren Fachleute die Arbeitnehmerberatung im Betrieb übernehmen und im engen Austausch mit der Personalabteilung stehen.

Der Beratungsbedarf ist hoch. Längst nicht alle Firmen kennen die attraktiven Möglichkeiten von Rahmenverträgen. Außerdem kommt es immer wieder zu rechtlichen Neuerungen, zuletzt etwa durch das neue Betriebsrentenstärkungsgesetz. Es macht zum Beispiel die reine Arbeitnehmerfinanzierung durch Entgeltumwand-

lung zum Auslaufmodell, denn bei neuen Verträgen müssen stets auch die Arbeitgeber einen prozentualen Anteil übernehmen, mindestens in Höhe von 15% des Umwandlungsbetrags.

Ein wichtiges Signal

Viele Arbeitgeber machen dies ohnehin schon. „Damit kann ein verantwortungsvoller Firmenchef ein wichtiges Signal an seine Belegschaft senden: Ich bin bereit, Geld in die Hand zu nehmen, um eine attraktive zusätzliche Absicherung fürs Alter zu bieten“, erklärt Wölki.

Attraktiv ist sie natürlich vor allem deshalb, weil sie auf Entgeltumwandlung basiert, also aus dem Brutto des Arbeitnehmers finanziert wird, und weil in den meisten Fällen das Unternehmen noch einen Betrag dazugibt. Verzichtet beispielsweise ein Arbeitnehmer mit Steuerklasse I oder IV brutto auf 110 €, verringert sich sein Nettogehalt gerade mal um rund 50 €. Gibt der Arbeitgeber weitere 50 € dazu, fließen monatlich 160 € in die Altersversorgung – ein stattlicher Betrag, gemessen an der tatsächlichen Nettobelastung von gerade mal einem Drittel. Nach 30 Jahren kommen – ohne Zinsen – fast 58.000 € zusammen. Die müssen zwar noch versteuert werden, allerdings greift der Staat weniger hart zu, wenn sich der Arbeitnehmer für die Verrentung entscheidet statt für den Einmalbetrag.

„Mit diesen Pfunden können Arbeitgeber wuchern“, verdeutlicht Wölki. „Sie zeigen soziale Verantwortung, senken Lohnnebenkosten, verbessern das Firmenimage, binden Beschäftigte an das Unternehmen und können sich im Wettbewerb um gute Fachkräfte stark positionieren.“ ■

Informationen und Ansprechpartner

Ansprechpartner für betriebliche Altersversorgung und betriebliche Krankenversicherung bei der Sparkasse KölnBonn:

Carsten Wölki
Leiter Vermögensmanagement
für Firmenkunden

Tel. 0221 226-95228
carsten.woelki@sparkasse-koelnbonn.de

Informationen im Internet:
www.sparkasse-koelnbonn.de/betriebliche-altersvorsorge