

Neues Personal – und mehr Netto

Immer wieder neues Personal anwerben und bestehende Mitarbeiter halten:
Warum Geschäftsführer ihre heutige Rolle als Arbeitgeber überdenken müssen



Wartende Bewerber? Fehlanzeige! Meistens bleiben die Stuhlleihen unbesetzt, längst sind die Zeiten großer Bewerber-Pools vorbei.

FOTO: DREAMSTIME

„Sorge bei Geschäftsführern“, „Branche sieht sich bedroht“ oder „Kein Nachschub in Sicht“. Woran denken Unternehmer wohl, wenn sie diese Schlagworte hören? Die Rede ist vom Fachkräfte-Mangel. In den vergangenen Jahren zugegebenermaßen inflationär gebraucht, ist das Thema für die Management-Verantwortlichen in den mittelständischen Unternehmen hoch brisant. Wir verraten Ihnen, an welchen Stellen Sie ansetzen müssen und welche Maßnahmen Sie für die Sicherung eines stabilen und zukunftsfähigen Mitarbeiterstamms ergreifen sollten.

Geschäftsrisiko Personalmangel

Mit einem konsequenten Vertrieb stellt ein guter Unternehmer steigende Auftragszahlen sicher. Jedoch können neue Aufträge aber nur durch einen entsprechenden Bestand an qualifizierten Mitarbeitern bearbeitet werden. Genau hier liegt laut Arbeitsmarktreport des Deutschen Industrie- und Handelskammertages für 60 Prozent der Betriebe das größte Geschäftsrisiko: Gerade kleine und mittlere Betriebe mit bis zu 200 Mitarbeitern leiden häufig unter Personalengpässen und haben ernsthafte Probleme, freie Stellen besetzen zu können. Was wir daraus lernen: Der Geschäftsführer vermarktet nicht allein die Produkte und Dienstleistungen seines Unternehmens, sondern auch sich selbst

i HINTERGRUND

Wie Sie sich gegenüber potenziellen Mitarbeitern positiv „verkaufen“

- › Bieten Sie Bewerbern eine zentrale Anlaufstelle! Integrieren Sie auf Ihrer Website einen Menüpunkt „Karriere“, erklären Sie, warum genau Sie der richtige Arbeitgeber sind und auf welches Auswahlverfahren sich die Kandidaten einstellen können.
- › Zufriedene Mitarbeiter können am besten Nachwuchs anwerben: Lassen Sie diese mit einem Zitat oder in einem Film auf der Website zu Wort kommen. Ebenso lohnt sich ein Profil auf Arbeitgeber-Bewertungsportalen. Wenn Sie Ihren Job als Arbeitgeber richtig machen, haben Sie nichts zu befürchten.
- › Social Media nutzen! Besonders Jüngere informieren sich, ob das Unternehmen dort unterwegs ist. Hatte ein Mitarbeiter bei Ihnen Jubiläum oder runden Geburtstag? Sie hatten eine schöne Firmenfeier? Der Meeting-Raum wurde umgestaltet? Sie bieten kostenlose Getränke oder frisches Obst? Das Social Web ist genau der richtige Kanal für derartige Einblicke in Ihre vier Wände.
- › Egal was Sie tun, aber tun Sie es! Sie sollten sich wohl oder übel mit dem Gedanken anfreunden, dass Sie „aus der Deckung“ müssen. Wichtig ist: Es gibt auch günstige Wege, Marketing zu betreiben.
- › Ein Kandidat hat sich bei Ihnen beworben? Jetzt müssen Sie auf ein strukturiertes Bewerbermanagement achten. Das fängt mit einer simplen Eingangsbestätigung an und hört mit einem gut vorbereiteten Bewerbungsgespräch auf. Signalisieren Sie dem Bewerber, dass Sie sich über sein Interesse freuen und Sie sich intensiv mit dem Lebenslauf beschäftigt haben. Auch wenn am Ende keine Zusammenarbeit folgt: Diese Person hat im Laufe des Bewerbungsverfahrens genügend Informationen über Ihr Unternehmen gesammelt, die sie im schlimmsten Fall anderen gegenüber kundtun wird. Gehen Sie es also richtig an!

Welche Maßnahmen kommen für die Nettolohn-Optimierung infrage?

Typisch dafür sind Gesundheit (betriebliche Krankenversicherung, Zuschüsse für gesundheitsfördernde Maßnahmen); Sachzuwendungen (Gutscheine, Kreditkarte, Getränke); Barzuwendungen (Kindergartenzuschuss, Reisekostenerstattungen, Urlaubsgeld); Sparen (betriebliche Altersvorsorge, Zeitwertkonten); Finanzen (Arbeitgeber-Darlehen, günstige Kredite)

als Arbeitgeber. Dabei kämpft er an zwei Fronten, weil nicht nur neue Mitarbeiter

angeworben werden müssen, sondern bestehendes Personal an den Betrieb gebunden werden soll.

Längst sind die Zeiten, in denen man ganz bequem aus einem riesigen Pool an interessierten Bewerbern wählen konnte, inzwischen leider vorbei. Heute ist die Lage anders: Jeder „buhlt“ um die besten Mitarbeiter. Der Wettbewerb unter den Unternehmen ist hart: Wer bietet mehr Gehalt zu besseren Konditionen? Neben den „harten“ Fakten und den tatsächlichen Arbeitsbedingungen ist es auch die Art und Weise des Marketings, wie sich Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt interessant machen können.

Wettbewerb um die Mannschaft

Wurde erfolgreich ein neuer Mitarbeiter eingestellt, gilt für ihn dasselbe wie für die bereits bestehende Mannschaft: Sie ist bei passender Qualifikation und wertschöpfender Arbeit Gold wert und

sollten mit bestimmten Maßnahmen an das Unternehmen gebunden werden. Hierfür eignen sich neben Mitarbeitermagazinen, internen Veranstaltungen, regelmäßigen Mitarbeitergesprächen, betriebseigenen Kindergärten, Schulungen und Weiterbildungen auch Maßnahmen zur Lohnoptimierung. Hiermit gewähren Arbeitgeber ihren Mitarbeitern unter Beachtung der gesetzlichen Rahmenbedingungen höhere Nettobeträge – ohne dass die Arbeitgeber-Anteile insbesondere zur Sozialversicherung steigen. Nicht lange warten, sondern handeln, lautet die Prämisse: Der Mitarbeiter ist wertvolles Kapital. Scheidet dieser aus dem Unternehmen aus, geht damit nicht nur ein Bestandteil in der Wertschöpfungskette verloren, sondern auch ein Träger von branchen- und unternehmensspezifischem Wissen. ✓

Informationen: www.abg-partner.de

Nettolohn wird optimiert

bindereport-Interview mit Isabel Franzka, diplomierte Betriebswirtin, seit 2014 als Steuerberaterin und Prokuristin im Beratungsverbund ABG-Partner

bindereport: Wie erleben Sie die derzeitige Situation auf dem Arbeitsmarkt?

Isabel Franzka: In den Beratungsgesprächen äußern Unternehmer immer wieder, dass sie die wachsenden Auftragszahlen kaum noch stemmen können, weil einfach nicht genug Personal vorhanden ist. Besonders akut ist die Situation im Handwerk. Erstens finden sich nicht genug Fachkräfte, und auch jene, die bereits im Betrieb tätig sind, lassen sich schnell von anderen Unternehmen abwerben. Wie verhindert man dieses Abwandern und bindet Mitarbeiter an den Betrieb? An diesem Punkt kommt das Thema Nettolohn-Optimierung ins Spiel.

bindereport: Angenommen, ein Unternehmer möchte den Nettolohn eines Arbeitnehmers optimieren: Wie gehen Sie dabei vor?

Isabel Franzka: Zunächst führen wir eine Potenzialanalyse durch, bei der wir die aktuelle Situation des Arbeitnehmers unter die Lupe nehmen: Was verdient diese Person derzeit? Hat sie Kinder und ist alleinerziehend? Wurden bereits Vorsorge-Maßnahmen für das Alter getroffen? Anschließend stellen wir unter Einbeziehung der Personal-

und Lohnabteilung sowie des Steuerberaters die Möglichkeiten zusammen, wägen ab und rechnen durch, wie sich die Maßnahmen auf Arbeitnehmer-Nettolohn und Arbeitgeber-Anteile auswirken. Diese Informationen werden an das Finanzamt weitergegeben und auf Rechtmäßigkeit geprüft. Sind sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer über die Maßnahmen einig, werden diese Neuerungen vertraglich festgehalten und im Lohnprogramm eingerichtet.

bindereport: Können Sie das an einem einfachen Beispiel festmachen?

Isabel Franzka: Nehmen wir mal an, ein Mitarbeiter hat ein Bruttogehalt von 2000 Euro, das um 150 Euro erhöht werden soll. Diese Person hat einen Arbeitsweg von 25 Kilometern und ein 1,5-jähriges Kind, das in einer Kita untergebracht ist. Nach Gehaltserhöhung liegt



Isabel Franzka.

FOTO: ABG-PARTNER

der Nettobetrag für den Arbeitnehmer bei 1454 Euro, bei einem Arbeitgeber-Anteil von 477 Euro. Es gibt aber auch die Möglichkeit, die 150 Euro aufzuteilen in 75 Euro Fahrtkosten und 75 Euro Kitazuschuss. In diesem Fall liegt der Nettobetrag bei 1524 Euro, bei einem Arbeitgeber-Anteil von 456 Euro. Wir sehen: Im zweiten Fall haben sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber profitiert. ✓