

Mitarbeitergewinnung

Mit nachhaltigen Benefits punkten

Benefit-Angebote sollten flexibel sein und Auswahloptionen beinhalten. So können unterschiedliche Bedürfnisse einer diversen Mitarbeiterschaft abgedeckt werden. Kommen die Benefits aus einer Hand, wird auch die Personalabteilung entlastet.

Obstkorb und Kicker waren vor einigen Jahren vor allem in Start-up-Unternehmen beliebte Goodies für Mitarbeitende. In Zeiten des Fachkräftemangels reichen diese längst nicht mehr aus, wie viele Unternehmen – ob Konzern oder Mittelständler – mittlerweile erkannt haben. „Benefits gelten heute als Hygienefaktor, und Mitarbeitende fordern es generationsübergreifend ein“, sagt Wolf-Johannes Windisch, Head of Marketing von Lofino, ein HR-Tech-Unternehmen mit bundesweit fünf Standorten und einem Fokus auf betriebliche Mobilität und Benefit-Lösungen. Er ist davon überzeugt, dass Arbeitgeber ein breites und flexibles Benefit-Angebot schaffen sollten, um möglichst vielfältige Bedürfnisse abzudecken. Denn die Vorlieben der Mitarbeitenden unterscheiden sich bei verschiedenen Faktoren, darunter Alter, Lebensphase und Ein-

kommen. Der Trend gehe dahin, dass Mitarbeitende selbst aussuchen können, welche Gehaltsextras sie in Anspruch nehmen. Der Arbeitsort spielt eine Rolle bei der Auswahl der Benefits: Während Unternehmen in der Stadt Anreize zur Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) zum Beispiel durch ein Deutschlandticket schaffen können, braucht es im ländlichen Raum ein breites Angebot zur Förderung der E-Mobilität und individuelle Konzepte fürs Homeoffice oder hybride Arbeitsmodelle: „Unternehmen auf dem Land punkten bei Bewerbenden, wenn sie zum Beispiel ein E-Auto bezuschussen oder einen Teil der Homeoffice-Ausstattung finanzieren“, sagt Tobias Exner, Head of Product von Lofino. Allerdings funktionieren nicht alle Benefits für jedes Unternehmen: „Zur Ermittlung individueller Bedürfnisse sollten Arbeitgeber das Instrument der Mitar-

beiterbefragung nutzen, um daraufhin ein passendes Angebot zu schaffen“, rät Wolf-Johannes Windisch.

Blumenstrauß aus einer Hand

Die Firma Barebells Functional Foods Deutschland GmbH, Anbieter von proteinreichen Produkten mit jeweils einem Headquarter in Stockholm und Hamburg, nutzt das Benefit-System des Dienstleisters, das einen Essenszuschuss (Lunch), ein Mobilitätsbudget (Mobility), ein Erholungspaket (Fit & Relax) und einen Zuschuss zur Internet-Kommunikation (Web) beinhaltet. Wie die Mitarbeitenden ihr Budget jeweils verteilen, ist jedem selbst überlassen. Über 70 Prozent nutzen das digitale, auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Benefit-System, wobei das Mobilitätsbudget der am meisten genutzte Be-



nefit auf Office-Ebene ist: „Für unsere Mitarbeitenden, die durchschnittlich rund 30 Jahre alt sind, ist es sehr wichtig, sich nachhaltig fortzubewegen“, sagt HR-Managerin Verena Zimmer. Sie setzen ihr Mobilitätsbudget zum Beispiel für Car-Sharing, Fahrradleasing oder E-Scooter ein. Vor allem das Deutschlandticket sei hoch im Kurs, weil es ihnen Flexibilität und Freiheit ermögliche. Wer täglich mit dem E-Bike zur Arbeit kommt oder über „Fit & Relax“ beispielsweise einen Zuschuss für Massagen bucht, tut zudem etwas für seine Gesundheit. Und das Wohlbefinden wirkt sich auf die Produktivität aus. „Ein gutes Benefit-Programm und die Leistung der Arbeitnehmer hängen eng zusammen“, sagt die HR-Managerin. Eine Mitarbeiterbefragung, die in Kürze durchgeführt werden soll, soll Aufschluss darüber geben, ob das Portfolio noch erweitert wird.

Zugticket statt Dienstwagen

Unternehmen können über die Höhe des Budgets frei entscheiden: Das kann zwischen 49 Euro im Monat für ein Deutschlandticket bis zu 1.000 bis 2.000 Euro für einen Vertriebsleiter sein, der mit dem E-Auto seine Kunden besucht. Tobias Exner beobachtet, dass viele Unternehmen vom teuren Dienstwagen auf eine nachhaltige Lösung umsteigen, die es Mitarbeitenden ermöglicht, das Mobilitätsbudget für unterschiedliche Fortbewegungsmittel einzusetzen. So kann zum Beispiel der Dienstwagen durch ein Zugticket

oder alternativ ein kleineres E-Auto plus E-Bike ersetzt werden. Auch können Fortbewegungsmittel auf diese Weise abhängig von der jeweiligen Jahreszeit genutzt werden. Handelt es sich um eine staatlich geförderte Mobilitätsform, wie zum Beispiel beim Deutschlandticket oder anderen Verkehrsmitteln des ÖPNV, kommen sowohl dem Arbeitnehmer als auch dem Arbeitgeber Steuervorteile zugute. Für den Mitarbeitenden bedeutet es: Er erhält sein Budget auf Grundlage der eingereichten Belege steuerfrei zum Gehalt dazu.

Das jeweilige Budget kann unkompliziert abgerufen werden: „Die App ist sehr benutzerfreundlich, und der Aufwand für HR und die Lohnbuchhaltung gering, da alle Benefits über einen Prozess abgewickelt werden“, sagt Verena Zimmer. Im Falle einer Neueinstellung kümmere sich das Start-up um die Kontoerstellung mit Zugangsdaten. Die eingereichten Belege werden automatisch in der Gehaltsabrechnung ausgewiesen. Aus Sicht von Tobias Exner wird HR zudem dadurch entlastet, dass sich die Mitarbeitenden selbst um die Verträge mit einzelnen Anbietern kümmern können, zum Beispiel mit Auto-Abo-Anbietern mit individuellen Laufzeiten oder Fitness-Studios. Im Fall von Kündigungen, Mutterschutz oder der Lohnfortzahlung bei Krankheit reduziere das den Verwaltungsaufwand für HR.

Benefits intern und extern kommunizieren

Viele Benefits, aber nicht jeder kennt sie? Um das zu vermeiden, sollte HR diese intern *und* extern kommunizieren. Bei Barebells ist die Einführung in das Benefit-Programm mit Benutzerleitfaden Teil des Onboarding-Prozesses. Auch in Vorstellungsgesprächen ist das Programm ein Thema, denn oft haben sich die Bewerbenden vorab auf Kununu über die Gehaltsextras informiert, so die Erfahrung der HR-Managerin. Das zur schwedischen Vitamin Well Group gehörende Unternehmen will künftig eine eigene deutsche Karrierewebsite mit Stellenanzeigen aufbauen – ein weiterer Kanal, „um als

sozial verantwortlicher Arbeitgeber mit einem wertschätzenden Angebot neue Mitarbeitende zu gewinnen und Stolz bei denjenigen zu erzeugen, die bereits für uns arbeiten“.

Fest steht: Es punkten die Unternehmen auf dem Arbeitnehmermarkt, die nicht nur wirtschaftliche, sondern auch ökologische Interessen verfolgen. Waren variable Gehaltsbestandteile vor Jahren noch ebenso ein Privileg wie die Dienstwagenberechtigung, kommen vielfältige Benefits heute allen Mitarbeitenden zugute: „Das Aufbrechen bestehender Strukturen hat zu einer Demokratisierung und faireren Arbeitsverhältnissen geführt“, sagt Wolf-Johannes Windisch. Ein breites Portfolio sei sinnvoll, denn in einer hybriden Arbeitswelt müssen Benefits sowohl im Homeoffice als auch im Büro eingelöst werden können. Immer mehr Mitarbeitende wollen flexibel, sinnstiftend und im Einklang mit ihren Werten arbeiten – und darauf sollten Arbeitgeber eine Antwort haben. ■



Wolf-Johannes Windisch,
Head of Marketing, Lofino GmbH



Tobias Exner, Head of Product,
Lofino GmbH



Foto: Nicholas Felix/peopleimages.com/stock.adobe.com