

WIE EINE KLINIK DEN FACHKRÄFTEMANGEL BEWÄLTIGT

# Mitarbeiterbindung dank Benefitmanagement

Der steigende Fachkräftebedarf rückt auf der Agenda jeder Klinik weit nach oben. Neben der Rekrutierung von Ärzten und Pflegekräften legt die Klinik Dr. Geisenhofer ihr besonderes Augenmerk auf die Mitarbeiterbindung. Triebfeder, um Loyalität zu steigern und Bleibequoten zu erhöhen, ist das Benefitmanagement.



Die Frauenklinik Dr. Geisenhofer ist für ihr Mitarbeiter-Benefit-Konzept ausgezeichnet worden. Tilmann Götzner (links), Geschäftsführer der Klinik, nahm die Auszeichnung von Markus Schneider, Geschäftsführer der Benefit Concepts GmbH, entgegen.

Die Rahmenbedingungen für die Leitung einer Klinik sind anspruchsvoller denn je: Jahr für Jahr sinkende Erlöse, während Kosten im Personal- und Sachbereich kontinuierlich steigen. Hinzu kommt der zunehmende Wettbewerb um Patienten und Leistungserbringer wie Ärzte und Fachkräfte, die mit massiv gestiegenen Anforderungen konfrontiert sind: Mehr denn je erwarten Patienten, kundenorientiert und freundlich behandelt zu werden. Höheren Anforderungen können Beschäftigte jedoch nur standhalten, wenn sie auch durchschnaufen und ihre Akkus aufladen können. Deshalb ist die Vereinbarung von Beruf und Privatleben längst eine Pflichtaufgabe geworden. Auf Dauer wettbewerbsfähig sind Kliniken jedoch erst, wenn sie erfolgreich Personal rekrutieren. Unter Münchner Kliniken tobt sogar um Fachkräfte für einfachere Dienste ein immenser Wettbewerb. Mit herkömmlichen Stellenanzeigen kommt man heute nicht weit: Um Personal wirbt die Klinik auf ihrer Facebook-Seite und künftig sogar mit einem Youtube-Videokanal.

Doch erst die Mitarbeiterbindung kann einen Alleinstellungsanspruch für sich reklamieren. Während potenziell wechselbereite „Ressourcen“ immer größeren Rekrutierungsaufwand auf sich ziehen, gewinnt die Förderung von Bindungsbereitschaft unter Beschäftigten an strategischer Bedeutung. Um dieses Ziel zu erreichen, hat sich die Klinik Dr. Geisenhofer für ein Benefit-

konzept entschieden. Dabei dreht es sich um vielfältige Angebote für Mitarbeiter, die sich positiv auf den Geldbeutel auswirken und private Belange in Familie, Freizeit oder Gesundheit unterstützen. „Tue Gutes und sprich darüber“: Im Interesse einer möglichst hohen Akzeptanz müssen die Vorteile Mitarbeitern und Bewerbern gleichermaßen offen erklärt werden. Nicht zuletzt ist zu überprüfen, ob das Angebot auch tatsächlich genutzt wird.

Von der betrieblichen Altersversorgung bis zu freiwilligen Leistungen für Weiterbildung, Gesundheit und Familie: Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft, größere die Motivation. Umso besser, wenn die Investition sich in Grenzen hält, wie etwa bei Einkaufsvorteilen oder Varianten der Gehaltsumwandlung. Im Rahmen der sogenannten Vergütungsoptimierung können Unternehmen ihren Mitarbeitern jeden Monat steuer- und sozialabgabenfrei Sachleistungen im Wert von 44 Euro „schenken“, zusammengenommen also 528 Euro pro Jahr. Der Mitarbeiter kann mit einer Shopping-Card dieses Guthaben bei namhaften Anbietern wie z.B. Ikea einlösen. Das auf der Karte abgebildete Logo des Arbeitgebers erinnert bei jedem Einkauf daran, wem der Mitarbeiter solche Vorteile zu verdanken hat.

Das kommt ebenso gut bei Mitarbeitern an wie der preiswerte Eintritt in Fitnessklubs, Kinos oder vergünstigte Urlaubsreisen. Dem Arbeitgeber entstehen weder Verwaltungsaufwand noch Kosten. Dabei springt für Beschäftigte mehr heraus als es auf den ersten Blick scheint: Bleibt angesichts kalter Progression von einer Lohnerhöhung unter dem Strich häufig nur die Hälfte beim Mitarbeiter, kann er hiermit viele Extras ohne Abstriche genießen.

Die Zugkraft von Benefits im Interesse einer stärkeren Mitarbeiterbindung haben viele Unternehmen und Kliniken noch gar nicht erkannt. Einer Studie der Hochschule Ingolstadt zufolge werden sie weder systematisch eingesetzt noch hinreichend kommuniziert und auch nicht angemessen hinsichtlich ihrer Kosten-Nutzen-Bilanz gesteuert. Um nicht vielfach begangene Fehler zu wiederholen, entschied sich die Klinik Dr. Geisenhofer deshalb, einen externen Berater einzubinden. Er sollte ein Benefitmanagement-Konzept entwickeln, dessen Leistungen auf Mitarbeiterbedürfnisse zugeschnitten sind, der Unternehmenskultur entsprechen und im Kostenrahmen bleiben.

Als zentrale Maßnahme richtete das hinzugezogene Oberhachinger Software- und Beratungshaus Benefit Concepts ein sogenanntes Benefitportal ein, das die angebotenen Leistungen

## CHECKLISTE



### Fahrplan Benefitmanagement

- Entwickeln Sie ein Gesamtkonzept.
- Bieten Sie Benefits an, die Mitarbeiter wirklich schätzen.
- Lassen Sie sich bei der richtigen Partner-/Anbieterwahl helfen.
- Zeigen Sie Ihren Mitarbeitern, was Sie bieten und wie es sich für den Geldbeutel auswirkt.
- Sehen Sie Benefits als Chance, neue Mitarbeiter für sich zu gewinnen.
- Kontrollieren Sie regelmäßig die Nutzung und Kosten Ihrer Benefits.
- Streben Sie nach einer Win-win-Situation zwischen Benefit-Anbieter, Arbeitgeber und Mitarbeitern.

Mit Unterstützung von [www.benefitconcepts.de](http://www.benefitconcepts.de).

attraktiv präsentiert. Zusätzlich gewährt es der Klinik Einblick, in welchem Maße angebotene Leistungen von Mitarbeitern nachgefragt werden. Letztlich trägt ein Newsletter-Generator dazu bei, Interesse für neue Angebote zu wecken. Mit einem externen Spezialisten zu kooperieren, der konzeptionelle Grundlagen schafft und darüber hinaus Vergünstigungen aus seinem Partner-Netzwerk anbietet, zahlt sich mehrfach aus: Die Mitarbeiter profitieren von vorteilhaften Konditionen, der Arbeitgeber steigert seine Attraktivität und der Anbieter spart Marketing- und Werbekosten.

Seien es Shoppingrabatte oder Zuschüsse zu Fitness und Massage: Nach Einrichtung des Portals ist das Interesse der Mitarbeiter an Benefits sprunghaft gestiegen. Inzwischen gleicht ein Controller die Investitionen mit laufenden Zugriffs-, Bewertungs- und Nutzungsdaten ab. Denn der Klinik liegt viel daran, zeitnah zu erfahren, ob die Akzeptanz des Portalangebots die Ausgaben rechtfertigt und welche Trends sich aus erhobenen Daten ableiten lassen. Zusätzlich betreibt die Klinik eine offene Informationspolitik. In Gesprächen mit Bewerbern weist sie auf das Benefitangebot hin und kommuniziert es auf ihrer Facebook-Seite. Dass den Beschäftigten neben dem Gehalt ein Nettovorteil von umgerechnet circa 300 Euro im Monat offeriert wird, spricht sich intern und extern schnell herum. Dies trägt zur stärkeren Mitarbeiterbindung bei und hilft, künftig Fachkräfte besser ansprechen und gewinnen zu können.

Die bisher erzielten Ergebnisse wie eine sinkende Fluktuationsquote ermutigen die Klinik, den eingeschlagenen Kurs unbeirrt fortzusetzen. Andere Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung, die meist mit langwierigen und kostenintensiven Veränderungsprozessen einhergehen, würden einen ungleich höheren Aufwand erfordern. Dank Benefitmanagement halten sich nicht nur die Kosten in Grenzen. Auch die Akzeptanz in der Belegschaft ist ungleich höher.

### TILMANN GÖTZNER

Geschäftsführer der Frauenklinik Dr. Geisenhofer, München, Kontakt: [goetzner@geisenhoferklinik.de](mailto:goetzner@geisenhoferklinik.de)



## LIEBER DIE RICHTIGEN LEUTE AM RICHTIGEN ORT?

### Der Stellenmarkt auf [meinstadt.de](http://meinstadt.de) – der kürzeste Weg zum passenden Kandidaten.

- Lokal, regional, deutschlandweit: über 12.000 Städte und Gemeinden zur zielgenauen Auswahl
- Ideale Kombination: Online-Jobbörse und Regionalportal im Doppelpack
- Top-Reichweite: rund 310.000 Lehrstellen- und Jobangebote
- Größter mobiler Job- und Lehrstellenmarkt: alle Anzeigen auch in den mobilen Apps

**JETZT STELLENANZEIGE SCHALTEN:**  
[www.meinstadt.de/anzeige-schalten](http://www.meinstadt.de/anzeige-schalten)