

# A-Mitarbeiter stehen auf Benefits

Wer Fachkräfte abgreifen will, kommt um die Extras nicht mehr herum

**LEILA HAIDAR** *Es reicht heute nicht mehr, regelmäßig ein ordentliches Gehalt auszuzahlen. Die richtig guten Leute können sich ihre Jobs aussuchen und achten auf Benefits wie Dienstwagen, Fitnessstudio oder eine gute Kantine. Einige Beispiele dafür, was Unternehmen der Verpackungsbranche ihren Angestellten heute bieten.*

**S**ich konsequent auf A-Mitarbeiter einzustellen, ist eine Frage der Firmenkultur“, konstatiert Personal-Experte Jörg Knoblauch. Der Honorarprofessor und Autor mehrerer Bücher teilt Mitarbeiter in drei Kategorien ein. Selbstorganisierte und proaktive Angestellte sollte ein Unternehmen gezielt suchen. Das sind die A-Mitarbeiter. Die B-Mitarbeiter arbeiten unter guter Anleitung ordentlich und fleißig. Von ihnen kommt aber wenig Innovation. Und die dritte Kategorie, den C-Mitarbeiter, sollte man schleunigst weiterqualifizieren. Oder loswerden. Die Herausforderung ist nun, mit vielen anderen Unternehmen um die Guten zu konkurrieren. Aber hier kann Knoblauch Entwarnung geben: „Nur zehn bis zwanzig Prozent der Firmen sind konsequent auf A-Mitarbeiter ausgerichtet.“ Denn, wer engagierte Leute für sich gewinnen will, müsse heute mehr bieten, als nur einen pünktlichen Gehaltszettel. „Ich kenne Unternehmen, die zur Zeit ihre Kantine mit einem Sternekoch ausstatten oder höchst flexible Arbeitszeitmodelle einführen“, weiß der Personal-Guru. Alles, um die echten Talente für sich zu gewinnen.

## Benefits fördern Loyalität

Konsequent auf Mitarbeiter ausgerichtet, hat sich die Gerresheimer Gruppe. Der Zulieferer der Pharma- und Healthcare Industrie stellt

unter anderem Verpackungen für Kosmetikprodukte her. Im Februar wurde das Unternehmen als Top nationaler Arbeitgeber vom Magazin Focus ausgezeichnet. Dafür hatte das Medium mit Hilfe des Marktforschungsinstituts Statista Arbeitnehmer aller Hierarchie- und Altersstufen online über die Plattformen Xing und kununu befragt. „Wir legen viel Wert auf eine gute, motivierende Kultur und fördern unsere Mitarbeiter individuell. Leidenschaft für das, was wir tun, zeichnet uns aus. Die Auszeichnung zeigt, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind“, sagt Thomas Perlit, weltweiter Personalchef bei Gerresheimer in Düsseldorf. Um beispielsweise dem demografischen Wandel zu begegnen, wurden in den letzten Jahren nach und nach die Arbeitsplätze älterer Mitarbeiter angepasst und ein übergreifendes Gesundheitsmanagement etabliert. Stresstrainings, eine Rückenschule, Betriebssport, Ernährungs- und Ergonomieberatung sind nur einige Maßnahmen, die bereits erfolgreich umgesetzt wurden. Neben der Steigerung der körperlichen und geistigen Fitness vieler Mitarbeiter zeigen sich die Erfolge dieser Maßnahmen durch die starke Loyalität zum Unternehmen; so liegt die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit aktuell bei 11,3 Jahren.

## Sportangebot verringert Krankenstände

Bei einem Konfektionierungs- und Verpackungsunternehmen in Hessen steht ebenfalls die Fitness an erster Stelle. Jeder der rund 500 Mitarbeiter hat kostenlosen Zugang zu einem Fitnessstudio in seiner Region. Außerdem nehmen regelmäßig Teams aus den Reihen des Logistikdienstleisters an Firmen- und Volksläufen teil, gehen zusammen joggen oder treffen sich zum Yoga. „In diesem

Jahr gab es einen Mountainbike-Kurs als Incentive“, vervollständigt der Unternehmenssprecher die Liste. Er möchte nicht, dass sein Unternehmen in der Presse genannt wird. Er selbst betreibe zwei Mal in der Woche Cross-Training oder geht Rudern. Und die Chefs gehen mit gutem Vorbild voran: Einmal in der Woche trifft sich die Führungsriege zum Boxen. Dabei geht es nicht nur um die Fitness. Sondern auch um Teamwork und Kommunikation.

„Bei uns steht der Mitarbeiter im Vordergrund“, erläutert der Sprecher die Philosophie des Familienunternehmens. Natürlich gibt es auch eine betriebliche Altersvorsorge und zur EM ein Tippspiel, bei dem Bier und Gutscheine verlost werden. „Wir stellen insgesamt fest, dass das sportliche Angebot sehr gerne angenommen wird, rund die Hälfte aller Mitarbeiter ist regelmäßig dabei“, beobachtet Keller. Dadurch seien Fehl- und Krankheitstage zurückgegangen und so mancher Schreibtischtäter habe etwas abgespeckt.

## Die passenden Incentives

Knoblauch, selbst Geschäftsführer der Unternehmensberatung tempus Consulting, setzt Benefits ein, um seine A-Mitarbeiter zu halten und neue zu gewinnen. Dafür führte das Unternehmen 33 Incentives ein, die in einem Booklet zusammengestellt sind. Jeder neue Mitarbeiter bekommt dieses Büchlein an seinem ersten Arbeitstag überreicht. Zu den Angeboten bei tempus gehört beispielsweise der monatliche Mitarbeiterabend in einem Restaurant. Außerdem bezahlt die Beratungsfirma jedem Mitarbeiter Weiterbildungen, die zu seinen Jahreszielen passen und die Angestellten werden am Gewinn des Unternehmens beteiligt.



**Jörg Knoblauch:** „Unternehmen kommen heute um eine offene Kultur und Angebote für Mitarbeiter nicht mehr herum, wenn sie die wirklich Guten für sich gewinnen möchten.“



**Rolf Staab beim Hersteller für Verpackungs- und Abfüllanlagen KHS setzt auf ein innovationsförderndes Klima.**

„Die meisten Incentives kosten nicht viel. Ich kenne zum Beispiel einen Handwerksbetrieb, der seinen Mitarbeitern morgens, bevor es auf die Baustelle geht, ein Frühstück spendiert. Das ist wirklich nicht teuer, bringt aber viel“, weiß Knoblauch. Denn die gute Laune und Zufriedenheit der Handwerker, komme auch beim Kunden an. So hat der Betrieb gleich doppelt gewonnen: Zufriedene Mitarbeiter und zufriedene Kunden. Wichtig sei es, so der Professor, etwas zu finden, das im jeweiligen Betrieb praktikabel ist und von den Mitarbeitern gerne angenommen wird. Was sie sich wünschen, sollten Chefs bei ihrer Belegschaft erfragen. Benefits, ob Dienstwagen, Firmenhandy oder gemeinsames Mittagessen, müssen auch in eine Firmenkultur eingebettet sein, glaubt der Personal-Experte. Denn der Bonus wirke nur, wenn das Drumherum stimmt. „Eine offene Atmosphäre, in der Angestellte mitreden und regelmäßig informiert werden, ist zum Beispiel ein Muss.“

## Eigene Ideen fördern

Bei der KHS Gruppe nimmt man ebenfalls den Kampf um die besten Talente auf. Der Experte für Abfüll- und Verpackungsanlagen für die Getränke-, Food- und Nonfood-Industrie legt großen Wert auf ein innovationsförderndes Klima im Unternehmen. Ähnlich wie in der Kreativbranche, bei Google & Co, können bestimmte Mitarbeitergruppen zehn Prozent ihrer Arbeitszeit zur Entwicklung eigener Ideen nutzen. Zusätzliche Anreize schaffen Erfindervergütungen und Prämien. Sie ermutigen die Mitarbeiter, mannigfaltige Vorschläge für Verbesserungen und Innovationen zu machen. Die Unternehmen der KHS Gruppe entwickeln und fertigen unter anderem leichte PET-Verpackungen und innovative Beschichtungslösungen oder vertreiben ressourcenschonende Verpackungslösungen für PET-Flaschen.

Dass die Ausrichtung auf Innovation und die Belohnung der Belegschaft, gut ankommt, zeigen die Umfragewerte. Die Mitarbeiter sind in Kategorien wie Führung, Innovation und Arbeitsplatz durchweg zufrieden mit ihrem Arbeitgeber. Neue Methoden wie ein internes Crowdsourcingsystem unterstützen die Erfindungsfreude. Im KHS-Campus, der Weiterbildungsplattform für Mitarbeiter, werden neben vielen anderen Themen auch Personalentwicklungsangebote zur Innovationsfähigkeit angeboten, wie beispielsweise Seminare zu Kreativitätstechniken und Methodenkompetenz. „Wir arbeiten jeden Tag für eine gute Unternehmenskultur und bieten viele Möglichkeiten für die Mitarbeiter, sich bei KHS einzubringen und wohlzufühlen“, sagt Rolf Staab, Leiter des KHS Zentralbereichs Personal.

interpack

PROCESSES AND PACKAGING  
LEADING TRADE FAIR

EVERY  
INNOVATION  
HAS ITS  
STARTING  
POINT

DÜSSELDORF, GERMANY  
04<sup>TO</sup> 10 MAY 2017

INTERPACK.DE



**Leila Haidar**  
ist freie Wirtschaftsjournalistin aus Stuttgart. Sie ist mit den Themen Wirtschaft, Unternehmen, Produktion sowie Karriere unterwegs. Haidar publiziert in verschiedenen Fachmedien sowie in einigen überregionalen Tageszeitungen.