

» Mitarbeiter werben Mitarbeiter 2011



- » Ausgangs- und Grundlage der Analyse/Vergleichsgruppe
- » Fachkräftemangel in Deutschland und der Schweiz
- » Marktvergleich
- » Beispielhafte Ausgestaltung eines Systems
- » Erkenntnisse und Trends
- » Impressum

Ausgangs- und Grundlage der Analyse/Vergleichsgruppe

Informationen zu weiteren Länder erhalten Sie gern auf Anfrage: zurich@kienbaum.com

In der vorliegenden Studie zu dem Thema „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ werden die Länder Deutschland und Schweiz betrachtet:

Auf folgende Informationsquellen stützen sich die Aussagen der Analyse:

- » Fragebogengestützte Datenerhebung
- » Experteninterviews (HR und/oder Linienmanager)
- » Erfahrungen von Kienbaum Geschäftspartnern und Beratern in den entsprechenden Ländern

Es wurden ausschließlich Konzerne mit mindestens 1.000 Mitarbeitern angesprochen, welche mehrheitlich in der Finanzindustrie (Banken und Versicherungen) und Industrie tätig sind.

Fachkräftemangel in Deutschland und der Schweiz

Die grundlegende Motivation von Unternehmen, Programme wie „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ ins Leben zu rufen, ist meist mit der Sicherstellung einer ausreichenden Verfügbarkeit von qualifizierten Fach- und Führungskräften verbunden. Vor allem in Boomphasen und in Ländern mit einem Mangel an qualifizierten Fach- und Führungskräften, nutzen Unternehmen verstärkt die Netzwerke ihrer Mitarbeiter und das damit verbundene Rekrutierungspotenzial.

Sowohl in Deutschland wie auch in der Schweiz ist der Fach- und Führungskräftemangel insbesondere aufgrund des demografischen Wandels spürbar und verhält sich im internationalen Vergleich durchschnittlich, wobei die Schweiz eine geringfügig höhere Talentknappheit aufweist. Die relativ hohe Standortattraktivität ermöglicht es den Unternehmen jedoch qualifizierte Arbeitskräfte aus dem Ausland zu rekrutieren, was die Situation für die Unternehmungen etwas entschärft.

Marktvergleich

Land	Marktüblichkeit	Berechtigte	Form der Prämierung (Sach- oder Geldleistung)	Höhe der Prämierung (Geld)	Bedingung der Prämierung	Kommunikation
Deutschland	Durchschnittlich (56%)	Mehrheitlich: » nur Mitarbeiter und Führungskräfte (zu 56%) Ausnahme: » Direktion 35% GL 14%	Mehrheitlich: » Geldprämien » fixe Beträge Ausnahme: » Sachprämien	Mehrheitlich: 500 - 4.000 EUR	Mehrheitlich: » Mindestverweildauer 1 bis zu 12 Monaten Ausnahme: » Gesplittet auf mehrere Teilzahlungen nach 3 und zusätzlich nach 36 Monaten	Mehrheitlich: » Kommunikation im Intranet (80%) Ausnahme: » Kommunikation im Arbeitsreglement (40%)
Schweiz	marktübliches Instrument (86%)	Mehrheitlich: » nur Mitarbeiter und Führungskräfte (zu 72%) Ausnahme: » Geld-Prämien für externe 11% Direktion 15% GL nur 7%	Mehrheitlich: » Geldprämien » fixe Beträge Ausnahme: » Aktien, Reka Checks (200 - 900 CHF)	Mehrheitlich: 800 - 6.000 CHF	Mehrheitlich: » Mindestverweildauer 3 Monate Ausnahme: » Gesplittet auf mehrere Teilzahlungen nach 3 und zusätzlich nach 12 Monaten	Mehrheitlich: » Kommunikation im Intranet (88%) Ausnahme: » Kommunikation im Arbeitsreglement (35%)

Beispielhafte Ausgestaltung eines Systems

Informationen zu uns und unserem Leistungsspektrum finden Sie unter www.kienbaum.ch

Zwar verfügen bereits zahlreiche Unternehmen über interne Vermittlungsprämien, jedoch ist die konkrete Ausgestaltung der Programme in der Praxis deutlich unterschiedlich. Die folgende Tabelle zeigt beispielhaft die Ausgestaltung mit den am häufigsten genannten Elementen. Sie ist daher für eine Vielzahl von Ländern, Branchen und Geschäftsmodelle kompatibel:

Beispielhafte Ausgestaltung eines Systems für interne Vermittlungsprämien

Berechtigte

» Alle Mitarbeiter und Führungskräfte

Ausgeschlossen:

- » Mitglieder der Geschäftsleitung
- » HR Mitarbeiter
- » In den Prozess involvierte Vorgesetzte
- » Familienangehörige der vermittelten Person
- » Aushilfen (nicht fix angestellte Mitarbeiter)

Berechtigte Stellen

» Nur ausgeschriebene Stellen werden berücksichtigt

Zusätzliche Bedingungen

- » Vermittelnde Person ist bei Zeitpunkt der Auszahlung in der Unternehmung angestellt
- » Vermittelte Person war in den letzten zwei Jahren nicht in der betroffenen Unternehmung angestellt

Höhe der Prämie

- » Je nach Bedarf und Fluktuation in der Unternehmung – gestaffelt auf zwei Gruppen:
 - 700 bis 2.500 EUR für Mitarbeiter und Führungskräfte
 - 1.500 bis 5.000 EUR für Direktion und Geschäftsleitung
- » Bei Vermittlung von Teilzeitangestellten wird die Prämie anteilmässig verringert

Zeitpunkt der Auszahlung

- » 1/3 nach Ablauf der Probezeit (in der Regel 3 Monate)
- » 1/3 nach 12 Monaten
- » 1/3 nach 36 Monaten

Bemerkungen

Die Ausgestaltung kann jederzeit angepasst werden.

Erkenntnisse und Trends

Weitere Informationen zum Thema erhalten Sie von: joerg.scholten@kienbaum.com

Interne Vermittlungsprämien nehmen bereits jetzt einen hohen Stellenwert in Unternehmen ein. So verfügt die überwiegende Mehrheit der betrachteten internationalen Konzerne bereits über ein Programm. Viele Unternehmen, die noch nicht über ein solches System verfügen, streben die Implementierung an. Darüber hinaus gehen 60% der Unternehmen von einer steigenden Bedeutung solcher Systeme aus. Die Erhöhung der internen Vermittlungsprämie ziehen jedoch lediglich 22% der Unternehmungen in Betracht.

Die Ergebnisse der Studie zeigen auch, dass Sachprämien bei der Prämierung eher eine Nebenrolle spielen. Unternehmen, die bislang auf Sachprämien setzen, tendieren vermehrt zu einer Umstellung auf Geldprämien.

26% der Unternehmen mit Sitz in Deutschland und/oder der Schweiz verfügen bereits über eine länderübergreifend einheitliche Regelung oder streben eine solche an. Ob auf diese Weise den spezifischen Bedürfnissen und Eigenarten der lokalen Märkte Rechnung getragen werden kann, muss im Einzelfall überprüft werden.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass Programme wie „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ nicht nur weit verbreitet sondern auch erfolgreich sind. So gaben die befragten Unternehmen an, bereits heute eine Einstellungsquote von 10-25% über interne Vermittlungen zu erreichen. Darüber hinaus führen interne Vermittlungen zu einer hohen Zufriedenheitsquote bei HR-Managern und Linienvorgesetzten.

Neben diesen positiven Aspekten birgt die Methode jedoch auch Risiken. Genannt werden häufig das Risiko für den internen Vermittler bei Nicht-Performance des Angeworbenen (Ansehensverlusts) sowie die Gefahr von Cliquenbildung mit möglicherweise negativen Auswirkungen auf das Betriebsklima.

Um Missbrauch der Prämien für interne Vermittlungen vorzubeugen, werden die Reglements zunehmend genauer ausformuliert, was unter anderem folgende Elemente zur Folge hat:

- » Betroffene Linienvorgesetzte und Personalmitarbeiter sind vom Programm ausgeschlossen
- » Es werden lediglich ausgeschriebene Stellen berücksichtigt
- » Teilzahlungen werden nach drei Monaten, einem Jahr und teilweise nach drei Jahren vorgenommen

Fazit: Empfehlungen von Mitarbeitern stellen für immer mehr Unternehmen einen bedeutenden Rekrutierungskanal dar. Bei konsequenter Ausrichtung des Prämiensystems auf die Internationalität des Unternehmens, das Geschäftsmodell und die Branche hat dieses Vorgehen das Potenzial einen Wettbewerbsvorteil bei der Gewinnung qualifizierter Fach- und Führungskräfte zu generieren.

Impressum

KIENBAUM (SCHWEIZ) AG

Leutschenbachstrasse 95
CH-8050 Zürich
Fon +41 (0) 44 386-40 40
Fax +41 (0) 44 386-40 49
zurich@kienbaum.com
www.kienbaum.ch
www.kienbaum-verguetungsportal.com

Redaktion/Verantwortlich für den Inhalt:
[Jörg Scholten](#)