

## MITARBEITERBINDUNG

# »Die Wertschätzung kommt an«

Wer seine Attraktivität als Arbeitgeber steigern möchte, sollte über spezielle Maßnahmen wie Mitarbeiterkarten nachdenken.

**B**evor Axel Dietrich am 9. Mai auf dem 4. AUTOHAUS E-Marketing Day in Mainz über Mitarbeiter- und Kundenbindung referiert, hat sich das Mitglied der Geschäftsleitung von Bonago noch Zeit für ein Kurzinterview genommen. Sechs Fragen an den Mitarbeiterbindungs-Experten.

**AH:** Herr Dietrich, sprechen wir über Mitarbeiterbindung. Warum ist dieses Thema branchenübergreifend hochaktuell?

**A. Dietrich:** Eine echte Mitarbeiterbindung wird erreicht, wenn über einen längeren Zeitraum die Erwartungen des Mitarbeiters an den Arbeitgeber und den Job erfüllt werden. Dafür gibt es Loyalität gegenüber dem Unternehmen, mehr Ansporn und die Weiterempfehlung an potenzielle Bewerber. Es lohnt sich also, die Mitarbeiterzufriedenheit im Auge zu behalten und bei Bedarf auch regelmäßig abzufragen. Nur wer eine starke Mitarbeiterbindung erreicht, braucht den Fachkräftemangel oder den demografischen Wandel nicht zu fürchten.

**AH:** Auch Autohausunternehmer sollten diese Thematik nicht auf die leichte Schulter nehmen, oder?

**A. Dietrich:** Autohändler, unabhängig von ihrer Größe und personellen Ausstattung, sollten ein großes Interesse daran haben, ihre Mitarbeiter zu belohnen und damit Bindung an das eigene Unternehmen zu erzeugen. Mehr Bindung bedeutet weniger Fluktuation und damit weniger Kosten für Nachbesetzungen. Gleichzeitig steigt die eigene Attraktivität als Arbeitgeber in der Region und erhöht so die Wahrscheinlichkeit von qualifizierten Bewerbungen auf offene Stellen. Wer dann auch noch den einen oder anderen Steuervorteil nutzt, schafft weitere Spielräume für die eigenen Personalbudgets. Die zufriedenen Mitarbeiter zahlen es mit mehr und sogar besserer Leistung zurück und sind dadurch der Erfolgsfaktor für die positive Unternehmensentwicklung des Autohauses.

**AH:** Wie lässt sich das jeweilige Arbeitgeber-Image nun konkret mit Ihren Mit-



Axel Dietrich, Mitglied der Geschäftsleitung von Bonago

arbeiterkarten, -Gutscheinen & Co. im Betrieb aufpolieren?

**A. Dietrich:** Autohausunternehmer sind oft auf der Suche nach einem Prämienkonzept für ihre Mitarbeiter in Service, Buchhaltung, etc. Erfüllt ein Mitarbeiter zum Beispiel die Erwartungen an das vereinbarte Servicelevel oder die Kundenzufriedenheit, erhält er eine Aufladung von 20 Euro (bis zu 44 Euro steuerfrei) auf seine AuthohausCARD. Dazu gibt es zusätzliche Aufladungen bis zu 60 Euro für persönliche Anlässe wie Geburtstag oder Hochzeit. Die im jeweiligen Unternehmensdesign gebrandete Karte ist universell bei über 5.000 Handelsunternehmen, Reise- und Tankstellenketten mit über 35.000 Akzeptanzstellen bundesweit einlösbar. Die Karte

## MUNDPROPAGANDA ZEIGT WIRKUNG

Autohausunternehmern fällt die oftmals leidige Personalsuche deutlich leichter, wenn sie die Bedeutung eines positiven Bildes am Bewerbermarkt erkannt und ihre richtigen Schlüsse daraus gezogen haben. Beispielsweise, wenn sie in die Motivation der eigenen Mitarbeiter investieren. Die Weiterempfehlung aus den eigenen – zufriedenen – Reihen nehmen die potenziellen Kandidaten positiv zur Kenntnis – ein Vorteil beim Schaulaufen am Bewerbermarkt.



Patrick Neumann, stellvertretender Chefredakteur AUTOHAUS

„In Gesprächen mit Autohausunternehmern wird immer wieder ein ‚Pain Point‘ genannt: das Thema Personal. Egal, ob Ein-Standort-Betrieb im ländlichen Raum oder großer Mehrmarkenhändler in der Metropolregion. Grund genug für uns, auf AUTOHAUS next auch dieses Thema in Angriff zu nehmen. Viel Spaß beim Trainieren.“

AUTOHAUS next

next.autohaus.de

lässt sich monatlich wieder aufladen. Der Mitarbeiter kann die Beträge kumulieren und im Rahmen seines Guthabens aus einem riesigen Portfolio seine Wunschprämie auswählen.

**AH:** Für welche Unternehmensgröße sind Ihre Angebote interessant?

**A. Dietrich:** Unsere Angebote sind ab 20 Mitarbeitern möglich.

**AH:** Komplexität und Kosten – auf was müssen sich Autohausunternehmer diesbezüglich einstellen?

**A. Dietrich:** Bei dieser Komplettlösung aus einer Hand kann das Autohaus alle Vorteile in Anspruch nehmen. Angefangen mit einer Karte im eigenen Firmendesign, personalisiert mit Bild und Name für jeden Mitarbeiter. Parallel gibt es eine Kommunikations- und Einlöseplattform, die sich vollkommen nach Ihren Wünschen gestalten lässt. Inhalte zum Unternehmen und HR-Themen oder sogar Videos finden hier ihren Platz. Die Programmierung und Speicherung der Ein-

löseplattform übernehmen wir. Das Unternehmen meldet an uns etwa per Excel-Datei die Aufladebeträge – alle Dienstleistungen wie Aufladung, Lagermanagement, Versand, Produktion und Servicehotline übernehmen wir. Ein faires und transparentes Pricing runden das Full-Service-Package komplett ab.

**AH:** Wie sieht denn das Feedback der Autohäuser aus?

**A. Dietrich:** Unsere Kunden geben uns ein sehr positives Feedback. Viele bis dahin ungelöste Themen konnten umgesetzt werden. Die Wertschätzung kommt bei den Mitarbeitern an und diese gehen noch motivierter in den Kundenkontakt. Schon fast stolz trägt jeder Mitarbeiter seine persönliche AutohausCARD im Geldbeutel. Und das ohne großen zeitlichen Vorlauf bei der Einführung und minimalem administrativen Aufwand für die Personalabteilung im laufenden Betrieb.

**AH:** Herr Dietrich, danke für die interessanten Einblicke. Interview: Patrick Neumann ■

#### 4. E-MARKETING DAY

Die Überlebensfähigkeit des eigenen Unternehmens sichert, wer den strukturierten und konsequenten Aufbau digitaler Geschäftsmodelle forciert. Als strategische Aufgabe ist die Digitalisierung demnach für Unternehmer obligatorisch. Autohäuser sind deshalb gut beraten, die Digitalisierung ihres Geschäftsmodells so engagiert wie möglich zu gestalten, um im harten Verdrängungswettbewerb immer einen Schritt voraus zu sein.

Themen des 4. AUTOHAUS E-Marketing Days am 9. Mai in Mainz sind unter anderem:

1. Die Onlinesuche im fundamentalen Umbruch – Standortdaten sind das neue Gold
2. Der digitale Vorsprung – mit Daten auf der Überholspur in Richtung digitales Autohaus
3. Mit regionaler Onlinewerbung neue Kundenpotenziale eröffnen
4. Social Media aus der Sicht eines Händlers
5. Digitale Communities und Ökosysteme
6. Die digitale Revolution im Autohaus mittels modernster App-Technologie

**Interessiert? Weitere Informationen zum 4. AUTOHAUS E-Marketing Day gibt's im Netz unter: [www.autohaus.de/akademie](http://www.autohaus.de/akademie)**

# MEHR ERTRAG

## GARANTIERT MIT MULTIPART



Wer viel bewegt, soll am Ende auch die Früchte seiner Arbeit genießen:  
Mit der MultiPart Händler-Eigengarantie sind Sie jederzeit Herr der Lage.  
Ist es nicht schön, wenn Sie selbst bestimmen, was für Sie hängen bleibt?

