

WIE MEDTRONIC TALENTE GEWINNT

Das Medizintechnikunternehmen entwickelt sein Employer-Branding über zahlreiche Kanäle

Von Andrea Baum

Talentmanagement bedeutet nichts anderes, als die Talente der Mitarbeiter zu ermitteln und zu fördern sowie Talente an das Unternehmen zu binden. Zwar zählen der Begriff und die Umsetzung von Talentmanagement zu den neueren Instrumenten der modernen Personalarbeit, doch hier ist ein ständiger Wandel zu beobachten. Bei Medtronic haben wir unseren Fokus lange Zeit auf regelmäßige Personalgespräche zur Ermittlung der internen Talente gelegt. Es folgten Zielsetzungen und die daraus resultierenden Weiterentwicklungsmaßnahmen. Immer mehr rückte der Aspekt der Mitarbeiterbindung in den Vordergrund.

Wie grenze ich mich als Unternehmen von anderen Unternehmen erfolgreich ab? Hier reicht es nicht aus, nur ein attraktives Gehalt zu zahlen. Vielmehr gewinnt ein gut durchdachtes und realistisches Compensation & Benefits-Gefüge an Bedeutung. Es ist notwendig, neue Wege bei Compensation & Benefits zu gehen, um nicht nur Talente zu halten, sondern um auch neue Talente am Arbeitsmarkt zu gewinnen. Dazu zählen die klassischen Benefits, aber auch neue Ideen wie etwa das Gesundheitsmanagement und insbesondere betriebliche Krankenversicherungen.

Wir bei Medtronic beobachten, dass unsere Mitarbeiter eine zusätzliche Absicherung im Krankheitsfall als extrem wichtig ansehen und ein gewisses Maß an

Sicherheit dadurch bekommen, dass der Arbeitgeber im Krankheitsfall für seine Mitarbeiter sorgt. Besonders gut angenommen wird das Modell der quasi versteckten Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall über den gesetzlichen Rahmen hinaus. Gestaffelt nach Betriebszugehörigkeit, wird ein Zuschuss zum Krankengeld gezahlt, der die Lücke zwischen Nettogehalt und Krankengeld schließt und somit unseren Mitarbeitern auch im Fall einer längeren Krankheit den finanziellen Druck ein wenig nimmt.

Klassische Lösungen wie die betriebliche Altersversorgung sind ein wertvoller und moderner Benefit, der sowohl mit Vorsorgeprodukten „von der Stange“ als auch mit ganz individuellen Konzepten umgesetzt werden kann. Medtronic hat sich vor mehr als zehn Jahren für eine individuelle Lösung im Rahmen der bAV entschieden.

Tue Gutes und sprich darüber

Heutzutage schafft es wohl kaum ein Unternehmen, sich den sozialen Medien noch zu verschließen. Facebook, Twitter und Homepages gehören zum Alltag und zu den wichtigsten Quellen für Bewerber. Eine attraktive Gestaltung, einfache Handhabung und vor allem Aktualität sind deshalb eine Selbstverständlichkeit. Bewertungsportale wie Kununu, auf denen aktive und ausgeschiedene Mitarbeiter und Bewerber Firmen in verschiedenen

Kategorien bewerten, sind längst eine weitere übliche Informationsquelle geworden. Es lohnt auf jeden Fall, sich die unterschiedlichen Bewertungen anzuschauen. Wichtig ist ebenso, wie das betrachtete Unternehmen selbst auf Bewertungen und Kommentare reagiert.

Für moderne Unternehmen wie Medtronic gehört die Auswertung solcher Bewertungen zu einem wichtigen Tool, um neben internen Befragungen die Stimmung im Unternehmen und auch unter den Bewerbern einzufangen. Der Bereich Human Resources muss dennoch Eigenmarketing betreiben, um am Stellenmarkt bekannt und attraktiv zu sein. Dies kann über eine starke Internetpräsenz, über Messen und auch durch Hochschulmarketing erfolgen. Aktives Zugehen auf Bewerber wird immer wichtiger, wenn man als modernes Unternehmen mit Zusatzleistungen, die sich vom Markt abheben, auch zukünftig die richtigen Talente für das eigene Unternehmen gewinnen möchte. ◀



Andrea Baum,
Senior Compensation & Benefits
Specialist Human Resources,
Medtronic GmbH

Andrea.baum@medtronic.de
www.medtronic.de