

Personalegoder til diskussion

Susanne Teglkamp, er konsulent og direktør i Teglkamp & Co. Hun er uddannet jurist og reserveofficer og har et bredt erfaringsgrundlag fra ansættelser i det private erhvervsliv og i det offentlige. Hun har tung ledelsesmæssig erfaring og har bl.a. været kommunaldirektør, HR-direktør i to forskellige it-virksomheder og udviklingschef. Hun har i mange år arbejdet som managementkonsulent og ledelsesrådgiver.

Susanne arbejder som udgangspunkt med ledelse i øjenhøjde. Det vil sige, at hun møder lederne på deres bane, tager udgangspunkt i virksomhedernes udfordringer og arbejder ud fra en praktisk tilgang til udfordringerne.

Se mere på www.tegkamp.dk



Har I et overblik over, hvilke goder I tilbyder jeres medarbejdere? Hvis ikke, så kan I være overbeviste om, at det har jeres medarbejdere heller ikke. Hvis ikke I eller medarbejderne er helt klar over, hvad medarbejderne får ekstra oveni i deres løn, så får I formentlig heller ikke tilsvarende goodwill for den ekstra udgift I har på personalegodet.

Goder har det med at blive selvfølgelige

Når nye personalegoder introduceres har det en positiv effekt. Medarbejderne oplever, at virksomheden gør noget for deres medarbejdere. Der går imidlertid ikke lang tid før end, det nye gode bliver en del af dagligdagen og en selvfølgelighed. Taknemmeligheden over at have fået tilbudt dette gode er for længst forduftet.

Da personalegoder var et middel til fastholdelse

I årene op til krisen var der i mange virksomheder en kraftig vækst i personalegoder. De var en nødvendighed for at kunne tiltrække og fastholde gode medarbejdere. Mange virksomheder har derfor oveni lønudgifterne afsat et betydeligt beløb til forskellige former for goder til medarbejderne lige fra gratis kaffe til massageordninger over til sundhedsforsikringer. Men nu har krisen ændret billedet. Medarbejderne er blevet langt mindre villige til at tage chancer og hopte til nye jobs. Krisen har også betydet, at mange virksomheder har sagt farvel til endog meget kvalificerede medarbejdere. Bliver en stilling slået op får virksomheder let langt over 100 meget kvalificerede ansøgere til jobbet, hvor de måske inden krisen kun fik 15-20 ansøgninger til samme type job. Det er således blevet langt nemmere at tiltrække og fastholde medarbejdere uden at skulle lokke med mange og dyre personalegoder.

Når valget er mellem personalegoder eller afskedigelse

Når virksomhederne er trængte økonomisk får omkostningssiden et ekstra kritisk blik. Opsigelser er ofte den sidste udvej. Inden man kommer så vidt, er det naturligt at kigge på de ekstra udgifter, der går til personalegoder. Mange virksomheder stiller sig spørgsmålet: Kan vi ved at skrue væsentlig ned for sommerfesten eller julefrokosten eller måske helt aflyse de ene eller begge fester, holde skindet på næsen og undgå opsigelser?

Almindeligvis er det meget svært at begynde at fjerne eller ændre goder også selvom medarbejderne måske ikke bruger dem i særligt stort omfang. Men i krisetider kan det være lidt nemmere at skabe en accept af, at det kan være et nødvendigt bidrag til virksomhedens overlevelse.

Hvordan skal man gribe det an?

Selvom virksomheden er i krise, kan det godt skabe mange problemer, hvis ikke man griber en reduktion af personalegoder rigtigt an fra starten af.

Få overblik over goderne

Allerførst er det godt at danne sig et overblik over, hvilke goder, man reelt har i virksomheden. Som goder regnes alt, der ikke kan henregnes til lønnen eller som er nødvendig i forhold til arbejdsudførelsen. Man vil ofte blive overrasket over, hvor meget det faktisk over årene er blevet til. Sørg også for at sætte pris på, hvad det rent faktisk koster virksomheden, at stille disse goder til rådighed.

Skab forståelse

Det er jo aldrig sjovt at miste noget - heller ikke et gode. Derfor har ledelsen en stor kommunikationsopgave, hvis man vil undgå for meget støj i organisationen. De fleste medarbejdere kan godt acceptere og se det rimelige i, at man er nødt til at kigge på personalegoderne, hvis det går dårligt i virksomheden.

Find ud af, hvor meget goderne bruges

Nogle gange viser det sig, at relativt dyre goder kun bruges af et fåtal af virksomhedens medarbejdere. Eksempelvis kom jeg på et tidspunkt i en virksomhed, hvor man havde leaset et dyrt træningsudstyr og havde indrettet et mindre fitnesscenter i virksomheden. Det viste sig, at under 10% af medarbejderne brugte udstyret jævnlige. Her kunne det svare sig at afskaffe eget fitnesscenter og i stedet tilbyde en abonnementsordning med betydelig rabat til de interesserede medarbejdere.

Find ud af hvor attraktive goderne egentlig er

Når man har et overblik over personalegoderne, er det en god idé at spørge medarbejderne om, hvor meget disse goder betyder for dem. Hvis medarbejderne selv skulle vælge, hvad opleves så som det største gode, som man ville være mest ked af at miste? Det kan godt gå hen og vise sig, at man hellere vil give afkald på sommerudflugten end f.eks. frugtordningen.

Involver medarbejderne

Nogle steder er ændringer i personalegoder et forhandlingsspørgsmål. Og der kommer ledelsen ikke uden om at involvere medarbejderne. I andre virksomheder kan ledelsen principielt beslutte at reducere eller helt fjerne personalegoder, uden at inddrage medarbejderne. Men det er ikke klogt. I stedet bør ledelsen sætte den økonomiske ramme for, hvor meget der i alt kan bruges på personalegoder og bede medarbejderne komme med et bud på, hvordan de gerne så midlerne brugt.

Giv personalegoderne et tjek – krise eller ej!

Uanset om der er krise eller ej i virksomheden, kan jeg anbefale at få et overblik over de goder, der stilles til rådighed for medarbejderne og hvad disse goder koster virksomheden. Det kan også være sundt at spørge medarbejderne, om det nu er det rigtige, man bruger de afsatte midler til. Selv om man ikke behøver at spare, kan det godt være, at man kunne få mere ud af midlerne ved at have nogle andre typer af personalegoder.