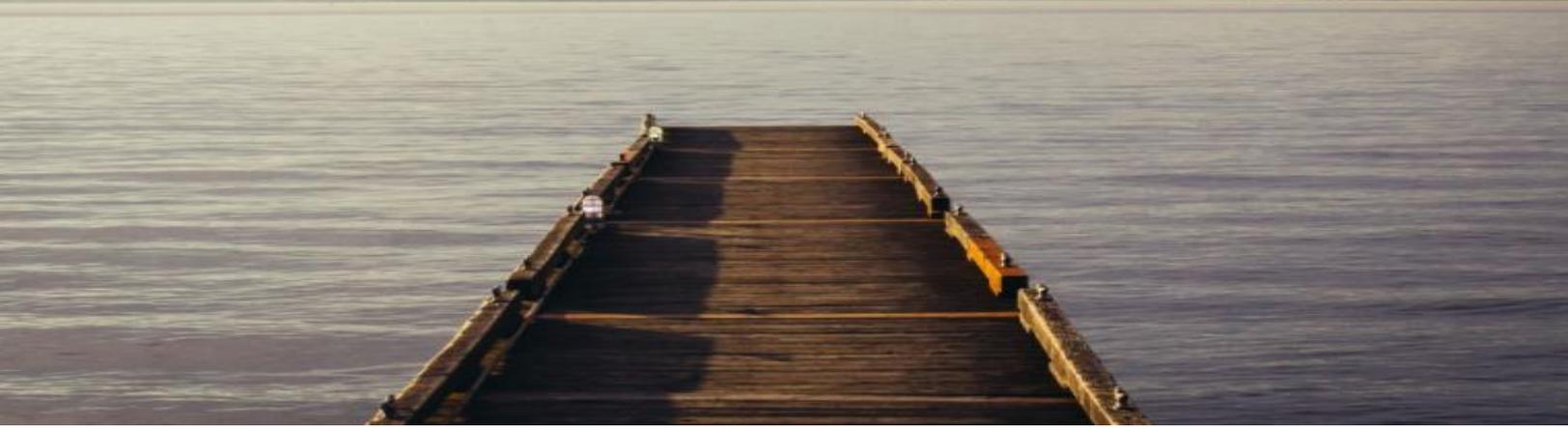


Benefit Impact 21

Die Wirksamkeit von Mitarbeiterbenefits
bei den beliebtesten Arbeitgebern im
Mittelstand

November 2021



Vorwort

Der Fachkräftemangel beflügelt den Benefitmarkt seit zehn Jahren. Über 120 verschiedene Benefits stehen Arbeitgebern zur Auswahl um Mitarbeiter zu finden und binden. Die flexible Arbeitszeit ist schon lange der Liebling der Beschäftigten, gefolgt von der betrieblichen Altersvorsorge. Neu ist, dass Benefits wie Kaffee und kostenlose Getränke, aber auch das Jobticket und die betriebliche Altersvorsorge in einigen Branchen von den Mitarbeiter:innen als selbstverständlich angesehen. Was sind also die aktuellen Herausforderungen im Benefitmanagement? Welche Auswirkungen hat Corona und welche Rolle spielt Nachhaltigkeit von Benefits? Diese Fragen hat abc consulting an die Besten im Personalbereich gestellt.

Über die Studie

Zwischen August und November 2021 machte alfons breu consulting die zweite Umfrage zur Wirksamkeit von Mitarbeiterbenefits. Über 200 Personalverantwortliche (Geschäftsführer, Inhaber, Personalleiter) nahmen an der Onlinebefragung teil.

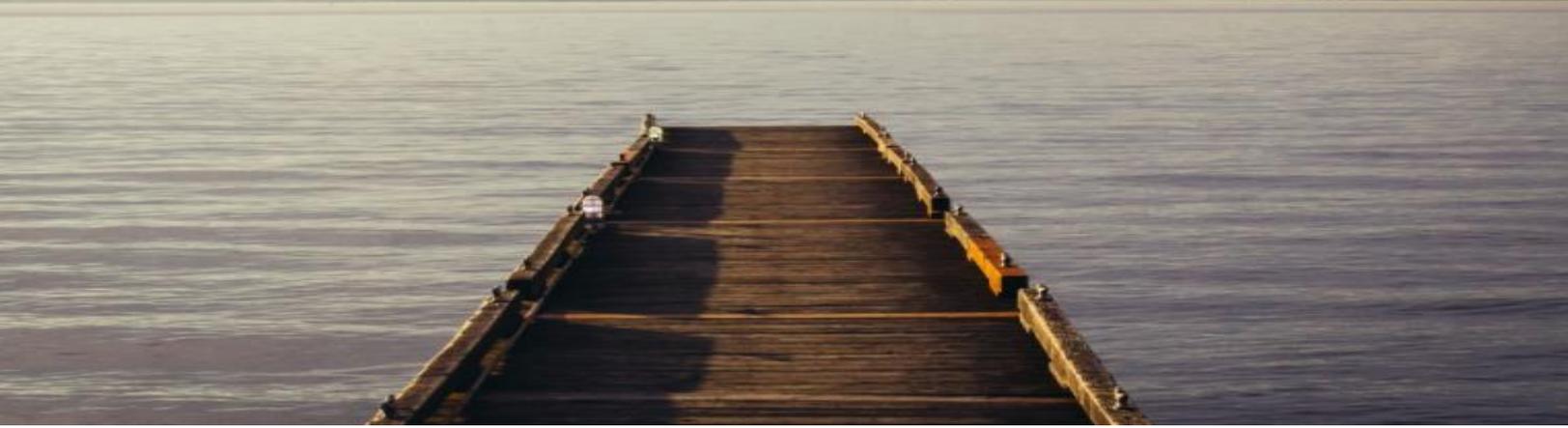
Studienautor

Alfons Breu

Berater

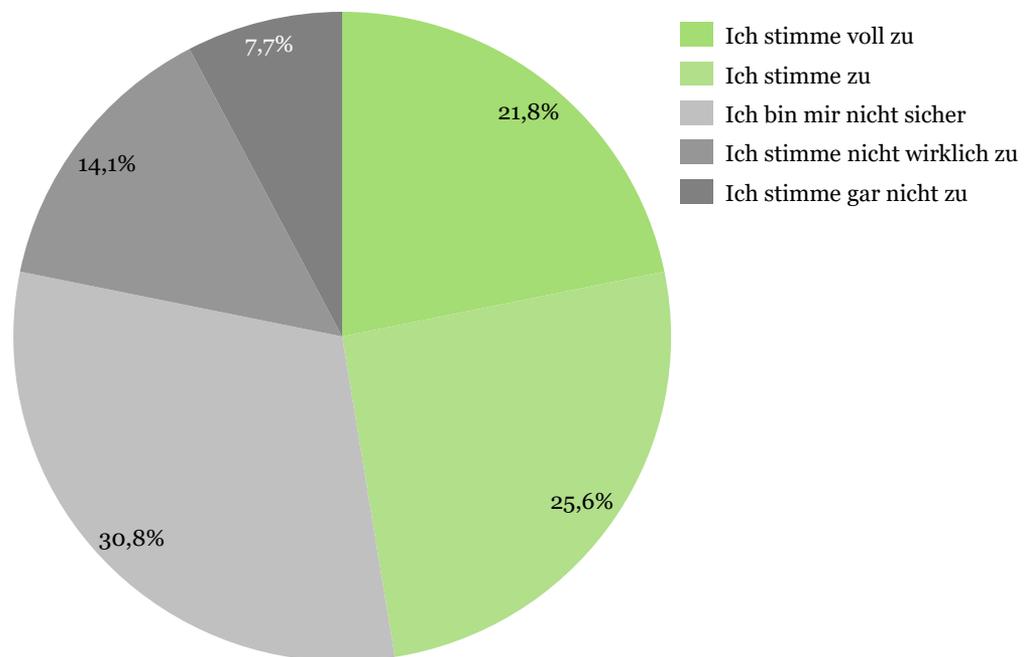
Inhaber abc consulting

Mail: alfons.breu@abiconsulting.de



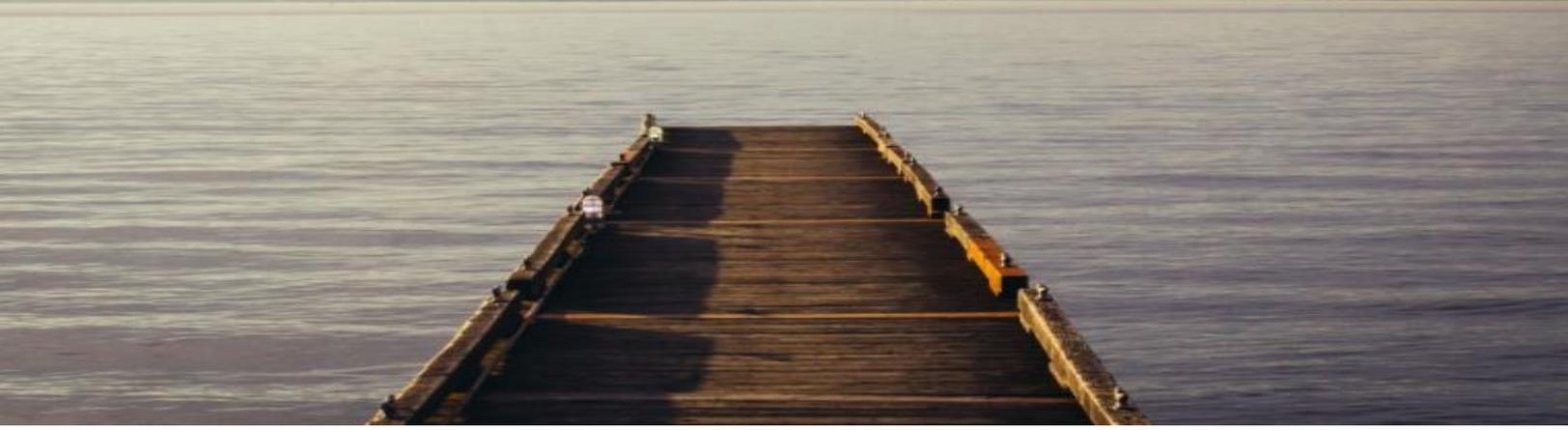
1. In meinem Unternehmen haben Benefits einen sehr hohen Stellenwert.

(Ich stimme voll zu, Ich stimme gar nicht zu)



Weniger als die Hälfte aller befragten Unternehmen (47.4%) gaben an, dass Benefits einen hohen Stellenwert in ihrer Organisation genießen. Mehr als 50% waren sich bei der Aussage nicht sicher bzw. konnten ihr nicht zustimmen.

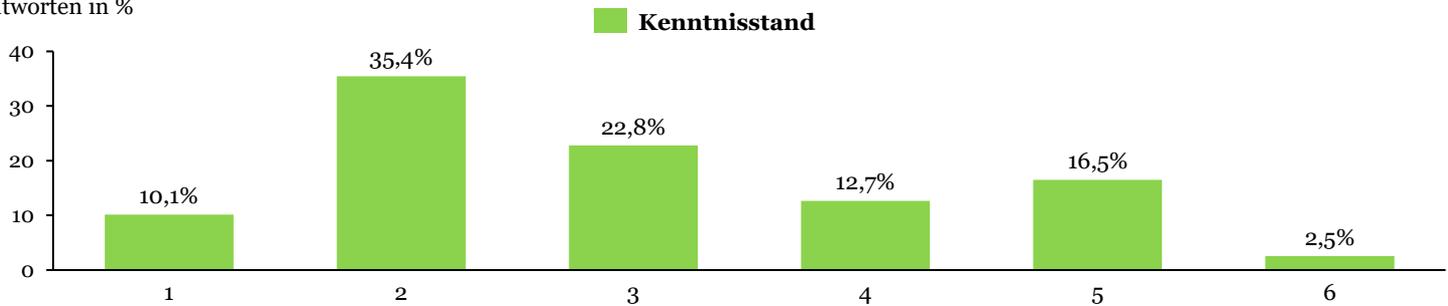
abc Fazit: Benefits sind wichtig, doch die Beliebtheit der besten Arbeitgeber begründet sich zunächst in anderen Faktoren wie wertschätzendes Verhalten der Geschäftsleitung, offene Unternehmenskultur usw.



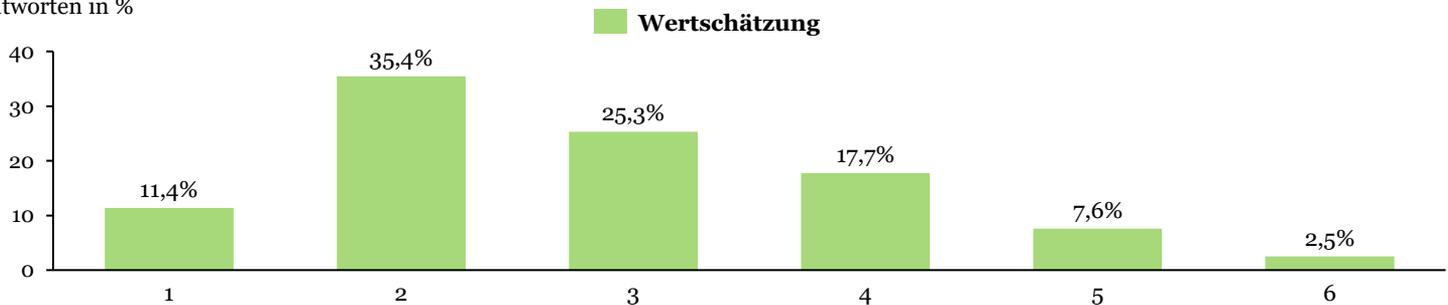
2. Wie beurteilen Sie die Wirksamkeit Ihrer Benefits in der Belegschaft?

(1 = sehr gut, 6 = nicht ausreichend)

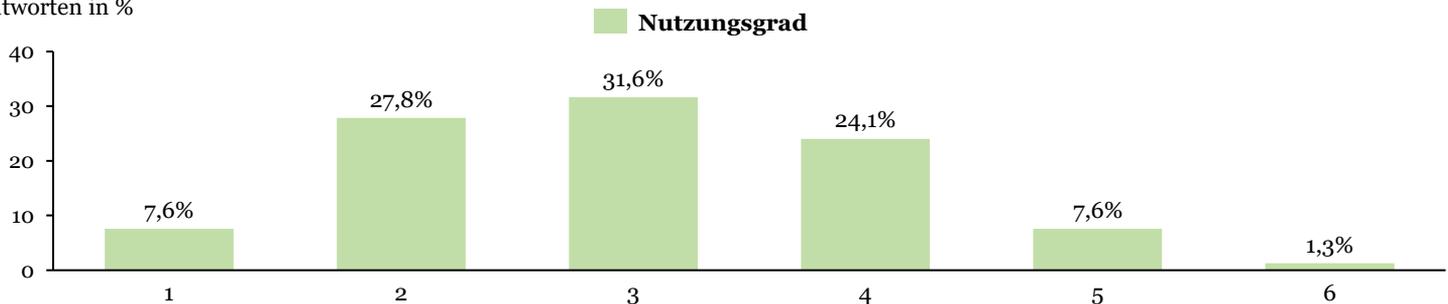
Antworten in %



Antworten in %

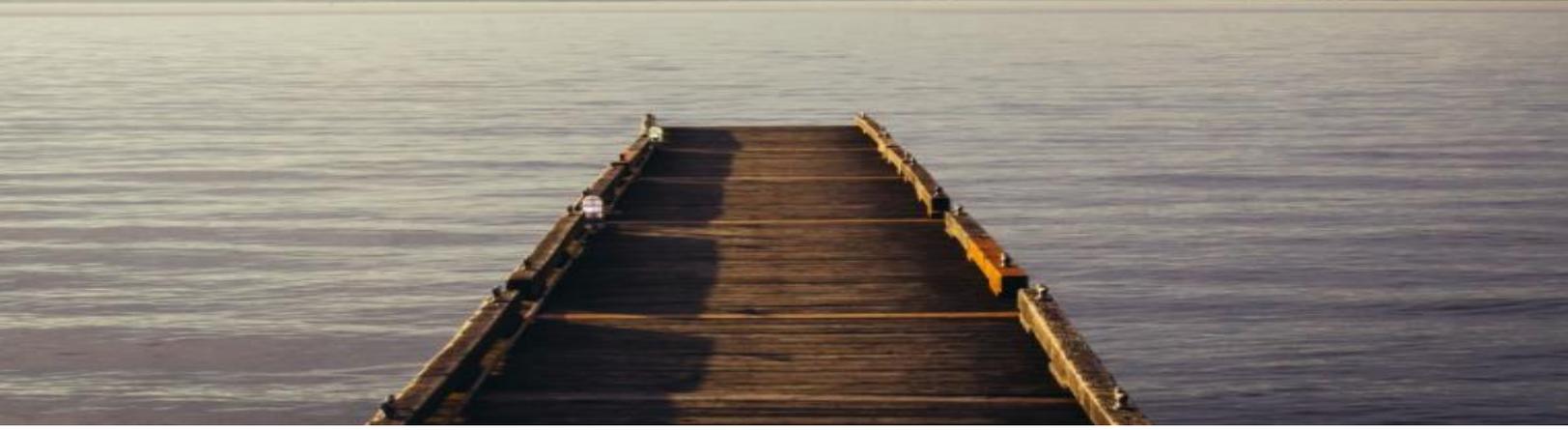


Antworten in %



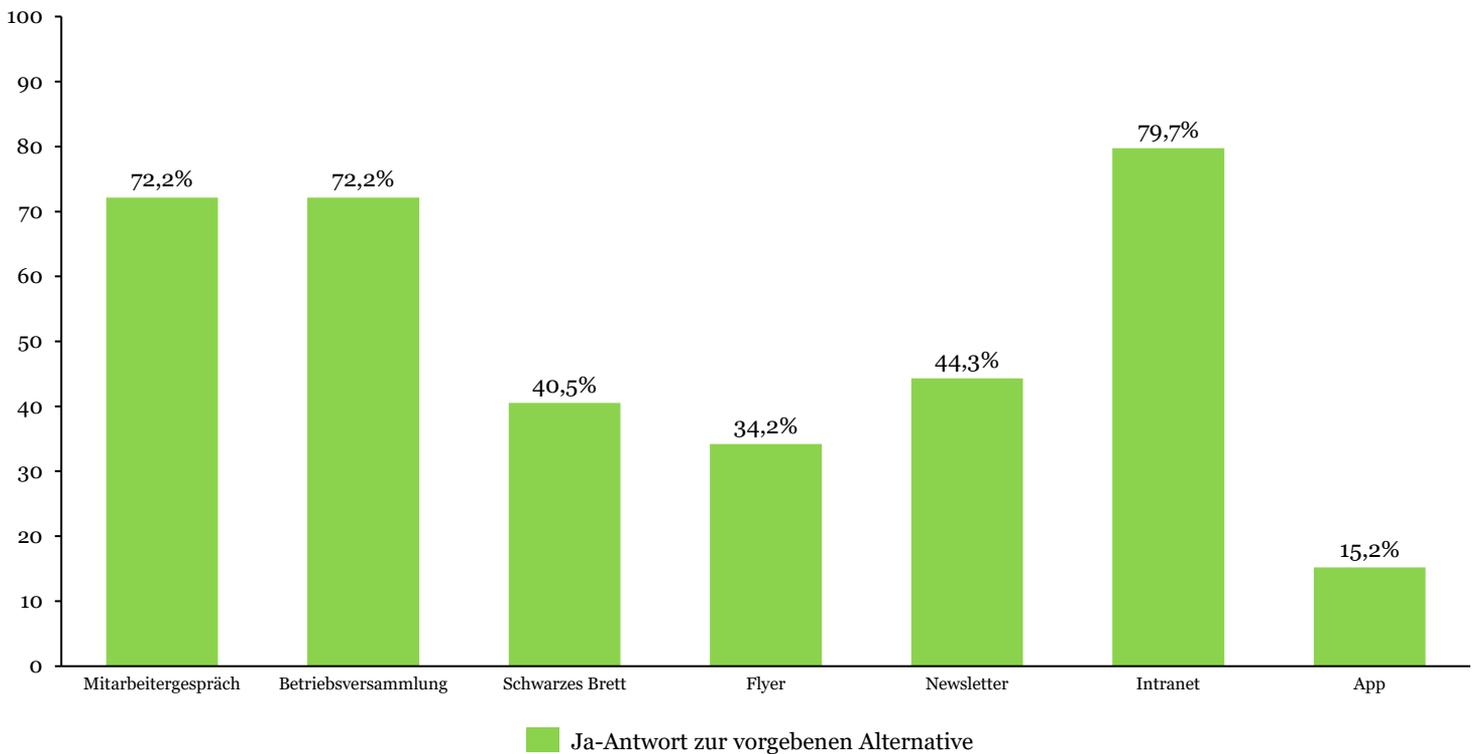
Die Erhebung zur Wirksamkeit der Benefits erfolgte anhand der drei Kriterien Kenntnisstand, Wertschätzung und Nutzungsgrad. Hier gaben 45,5% der Teilnehmer an, dass die Kenntnis über die angebotenen Benefits sehr gut bis gut wäre, der Nutzungsgrad bei 64,6% aller Befragten nur mit „befriedigend“ bis „nicht ausreichend“ bewertet wurde.

abc Fazit: Die Wirkung von Benefits kann durch´s Glänzen im Regal ebenso erzielt werden wie durch ihre Anwendung.



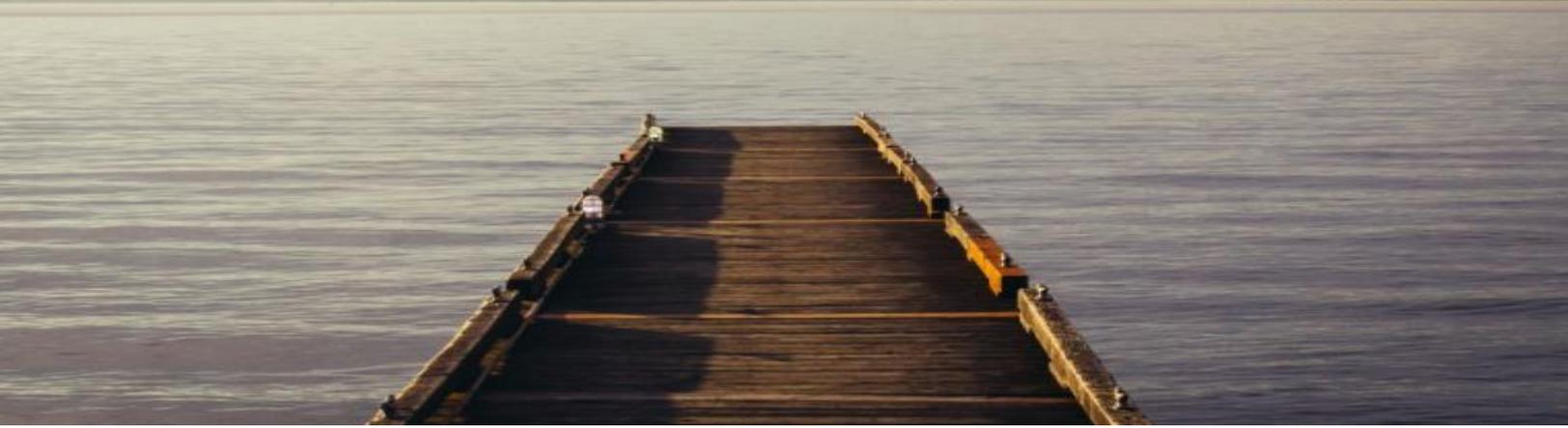
3. Wie informieren Sie Ihre Mitarbeiter über Benefits?

(Auswahlmöglichkeiten vorgegeben, Antwortalternativen: ja, nein)



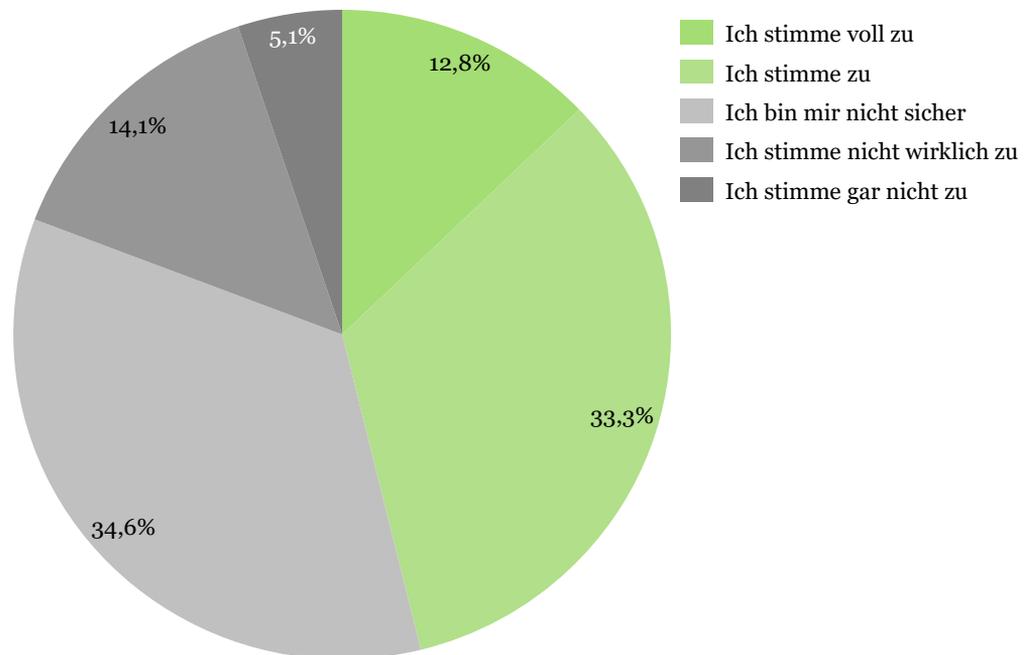
72% der Teilnehmer gaben an, ihre Belegschaft in Mitarbeitergesprächen und bei Betriebsversammlungen über das Benefitangebot zu informieren. 15% nutzen dafür eine App.

abc Fazit: Die Auswirkungen der Pandemie – keine Betriebsversammlungen, viel Heimarbeit – beeinträchtigen den gewohnten Informationsfluß. Die App zur Unternehmenskommunikation, gekoppelt u.a. mit einem Benefit-Management wird ein Ergebnis der anhaltenden Pandemie sein.



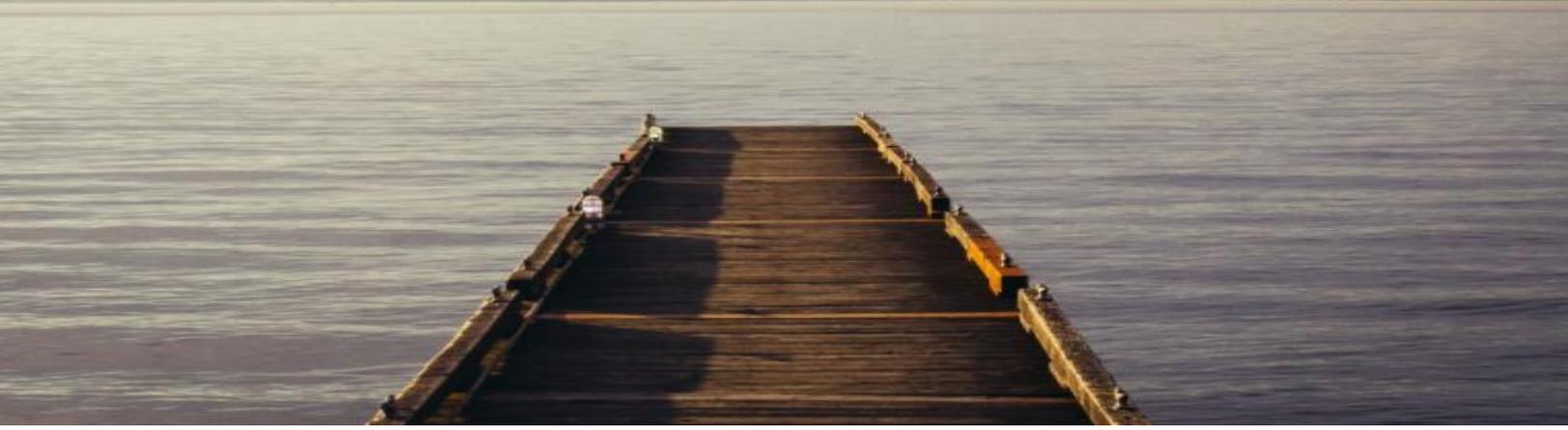
4. Die Mitarbeiter in meinem Unternehmen nehmen die angebotenen Benefits als selbstverständlich wahr.

(Ich stimme voll zu, Ich stimme gar nicht zu)



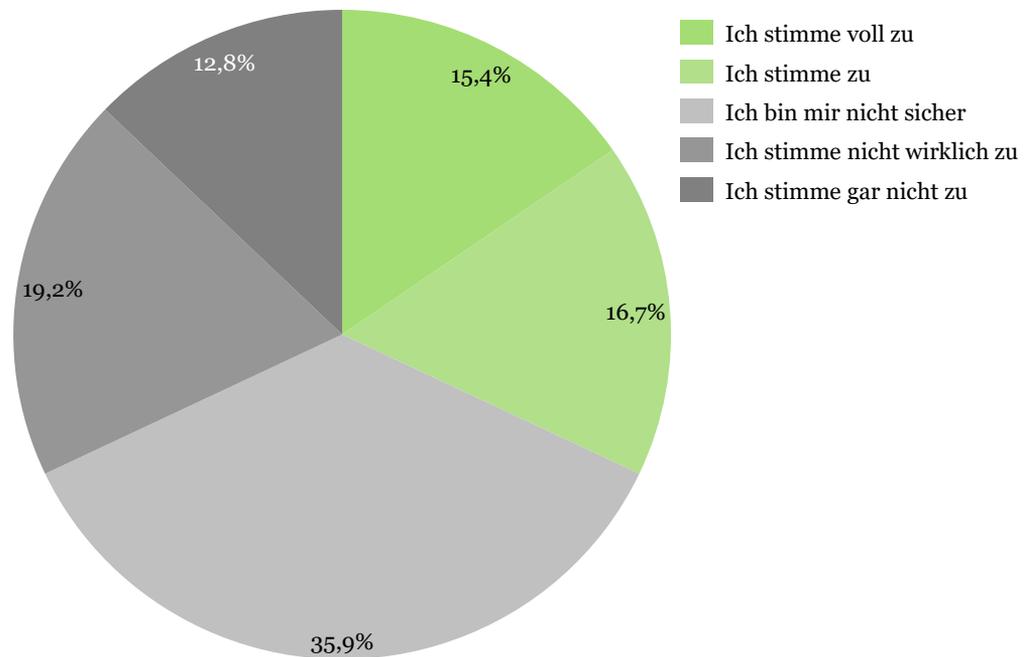
Die wahrgenommene Selbstverständlichkeit von angebotenen Benefits wird durch die Umfrage bestätigt. So stimmen 46,2% der Unternehmen zu, dass die derzeit offerierten Benefits als vorausgesetzte Grundlage verstanden werden.

abc-Fazit: Bei den Benefits sollte zwischen „selbstverständlich“ und „exklusiv“ unterschieden werden. Exklusive Benefits werden an Leistungen gekoppelt.



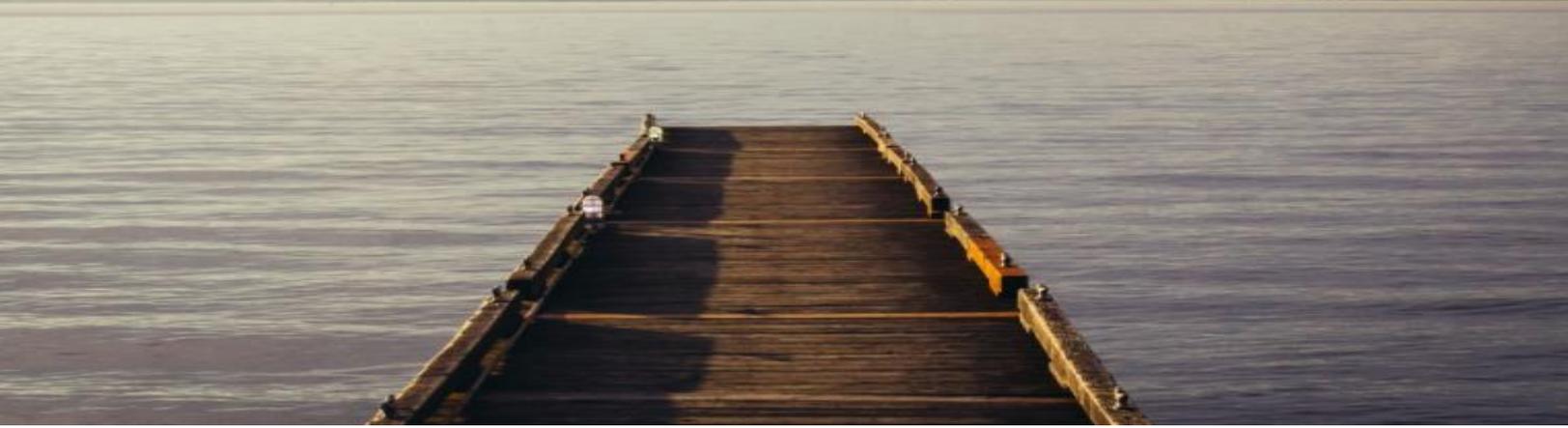
5. Der Benefit-Verwaltungsprozess fehlt gänzlich und/oder ist digital zu komplex.

(Ich stimme voll zu, Ich stimme gar nicht zu)



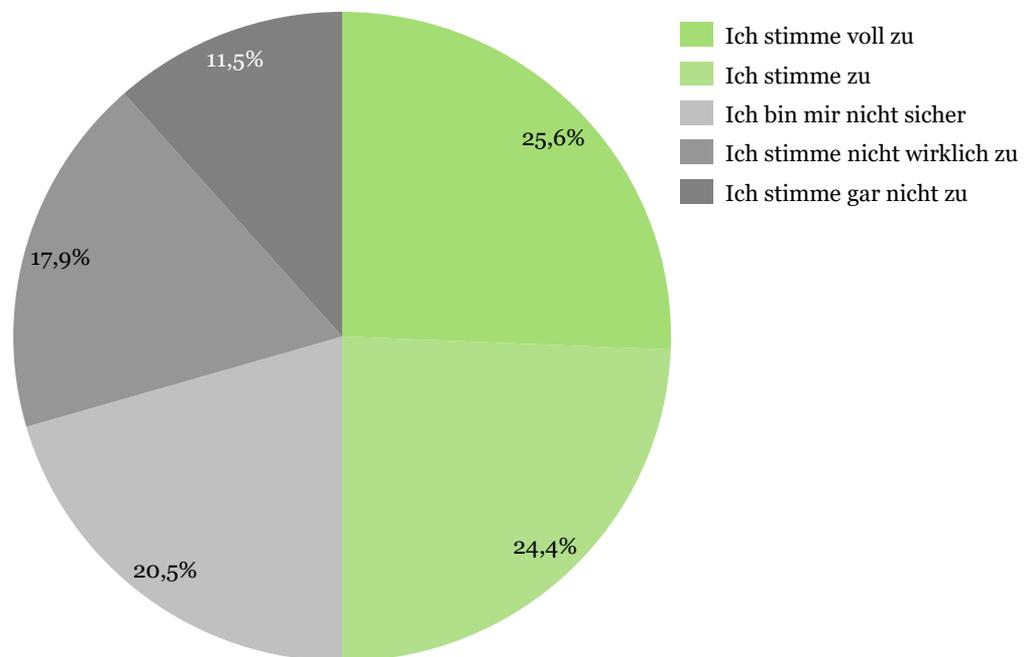
Die Verwaltung der Benefits kann für Unternehmen eine Herausforderung darstellen. So stimmen 32% der befragten Unternehmen zu, dass dieser Prozess aktuell gänzlich fehlt oder zu komplex ist. Weitere 32% widersetzen sich dieser Aussage

abc Fazit: Das Verwaltungsproblem sollte in zwei Schritten angegangen werden. Zuerst alle angebotenen Benefits auf den Prüfstand stellen und dann das Angebot reduzieren. Danach sollte die Verwaltung digitalisiert und / oder weitgehend an die Benefitanbieter ausgelagert werden.



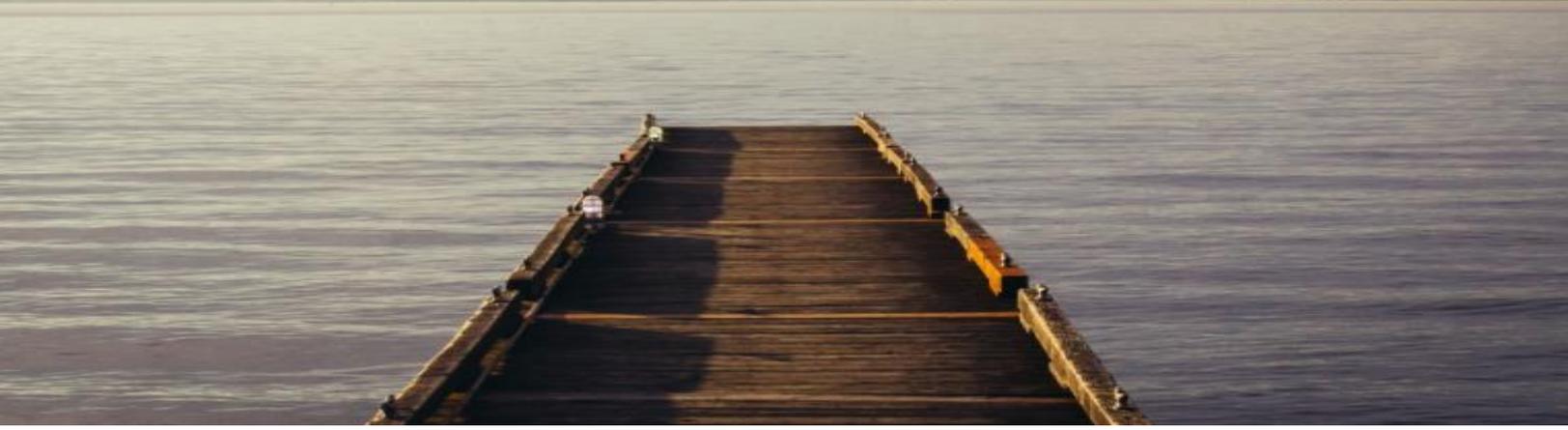
6. Es fehlt eine klare Benefitstrategie.

(Ich stimme voll zu, Ich stimme gar nicht zu)



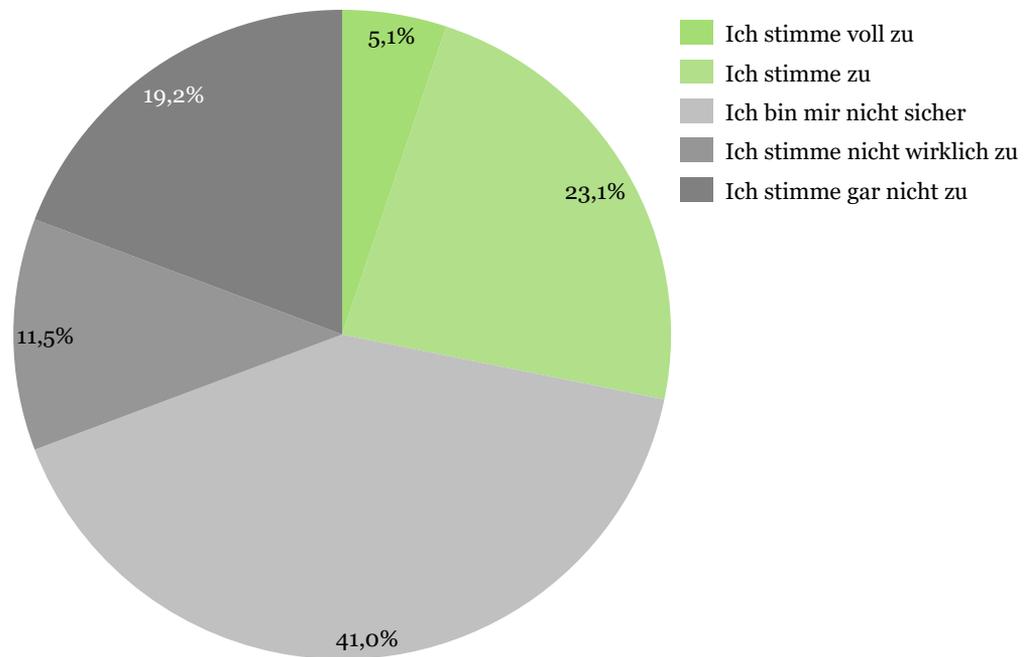
Bei der Frage nach einer klaren Benefitstrategie überrascht das Umfrageergebnis erneut. Knapp 50% der Teilnehmer geben an, keine klare Strategie zu haben.

abc Fazit: Knappe personelle Ressourcen und andere Prioritäten im Personalbereich machen Benefits im Mittelstand zu einer Nebensache. Das macht nichts, so lange das Image der Arbeitgeber zur Mitarbeitergewinnung und –bindung ausreicht.



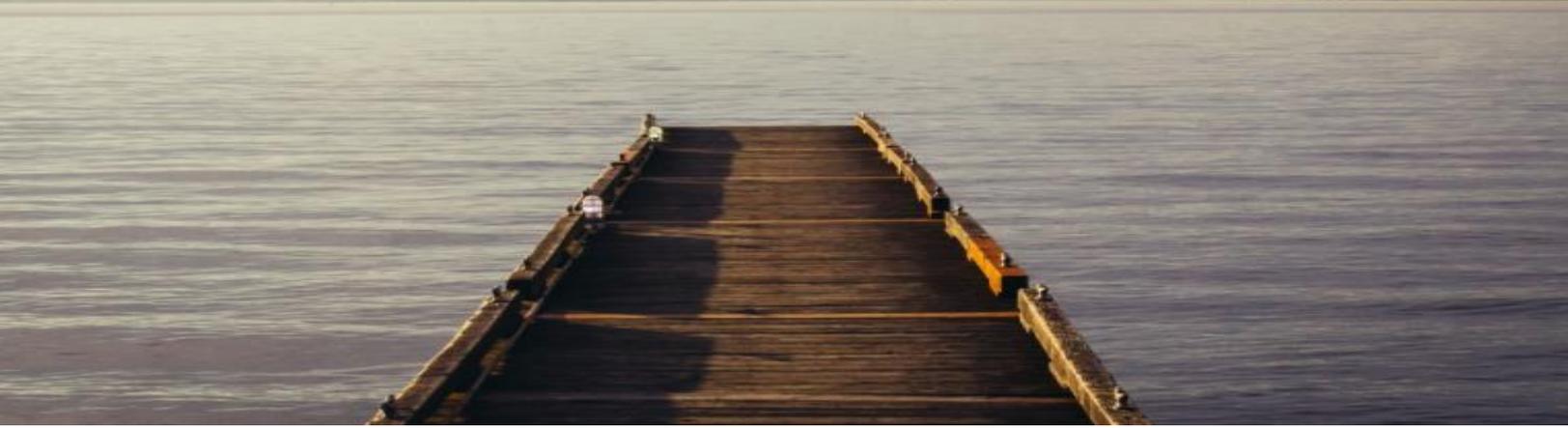
7. Das Management der Benefits ist zu zeitaufwendig.

(Ich stimme voll zu, Ich stimme gar nicht zu)



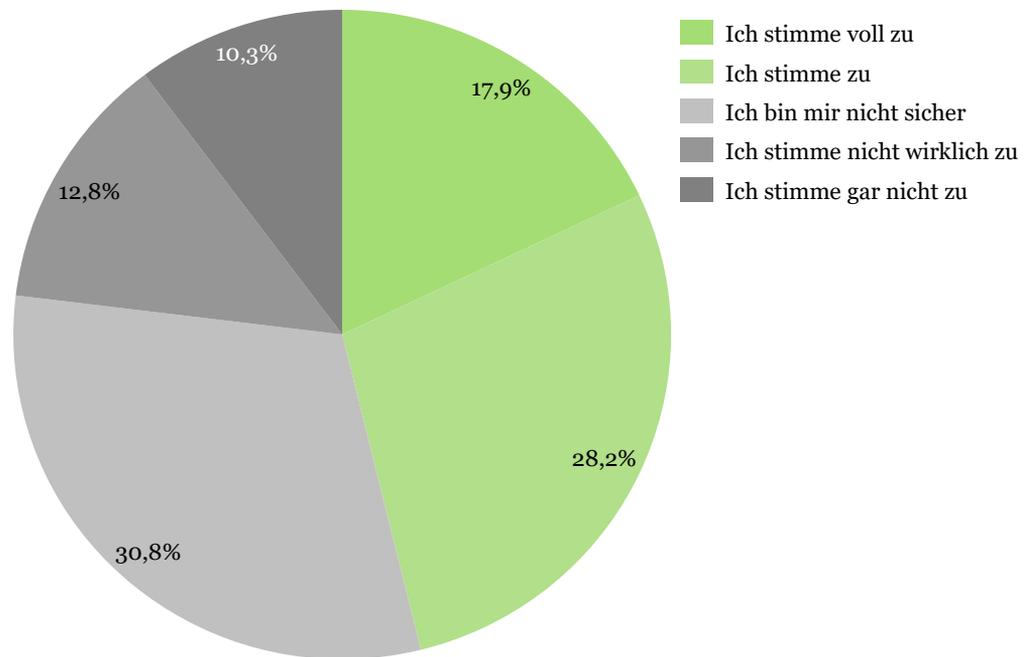
Das Management von Benefits folgt undefinierten und nicht standardisierten Prozessen. Dies spiegelt sich auch in den Umfrageergebnissen wieder. 28% der Befragten stimmen der Aussage zu, während 41% angeben, sich nicht sicher über den Zeitaufwand des Managements von Benefits zu sein. Unter dem Aspekt des Ressourceneinsatzes sollten sich die aufgezeigten 69% mit dieser Fragestellung auseinandersetzen.

abc Fazit: Das Managementproblem sollte auch hier in zwei Schritten angegangen werden. Zuerst alle angebotenen Benefits auf den Prüfstand stellen und dann das Angebot reduzieren. Danach sollte die Verwaltung digitalisiert und / oder weitgehend an die Benefitanbieter ausgelagert werden.



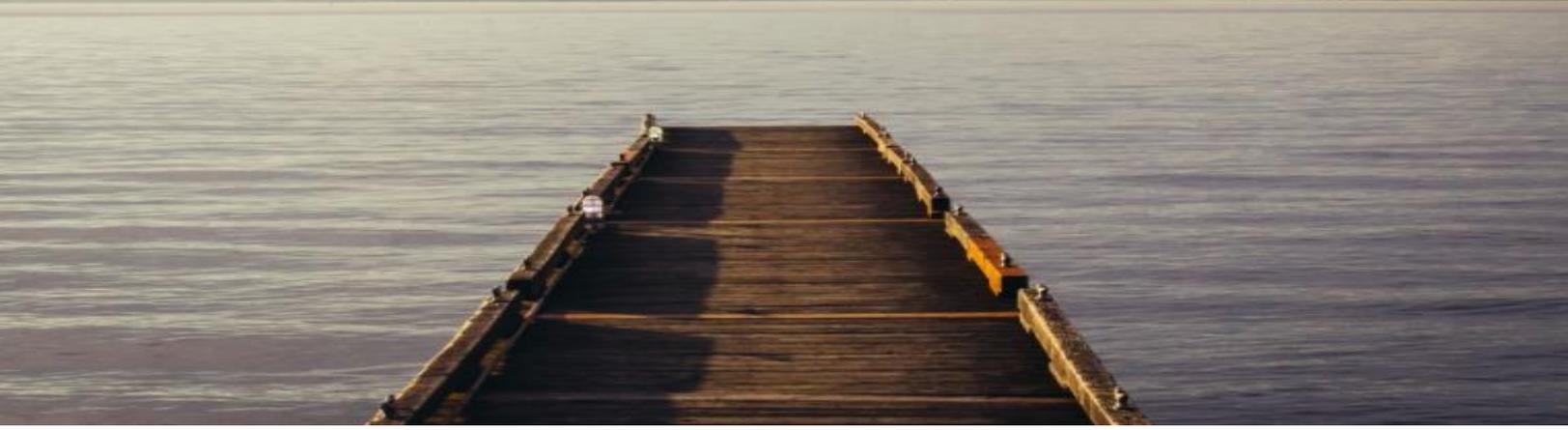
8. Ich kann den Kosten-Nutzen-Effekt nicht messen.

(Ich stimme voll zu, Ich stimme gar nicht zu)



Über 70% der Teilnehmer geben an, den Kosten-Nutzen-Effekt der Benefits nicht messen zu können bzw. sich nicht sicher über diesen Effekt zu sein.

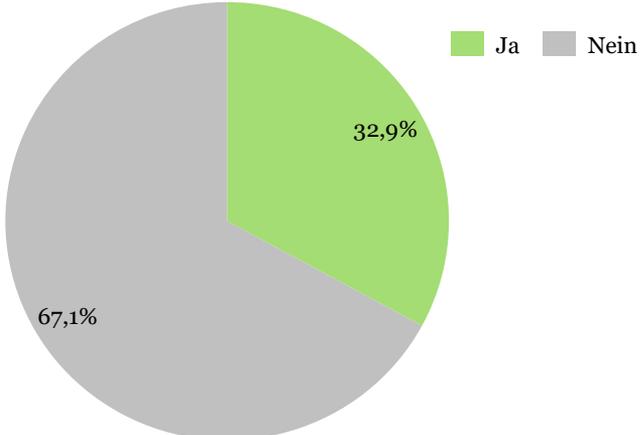
abc Fazit: Das überrascht nicht, denn die Messung ist nicht so einfach. Bewährt haben dafür die beiden Kriterien „Häufigkeit der Nutzung“ (Obstkorb am Freitag) und „Wirkung auf den Mitarbeiter“ (ausreichende Rente im Alter).



9. Haben Sie aufgrund der Pandemie extra Benefits für Mitarbeiter im Home-Office eingeführt?

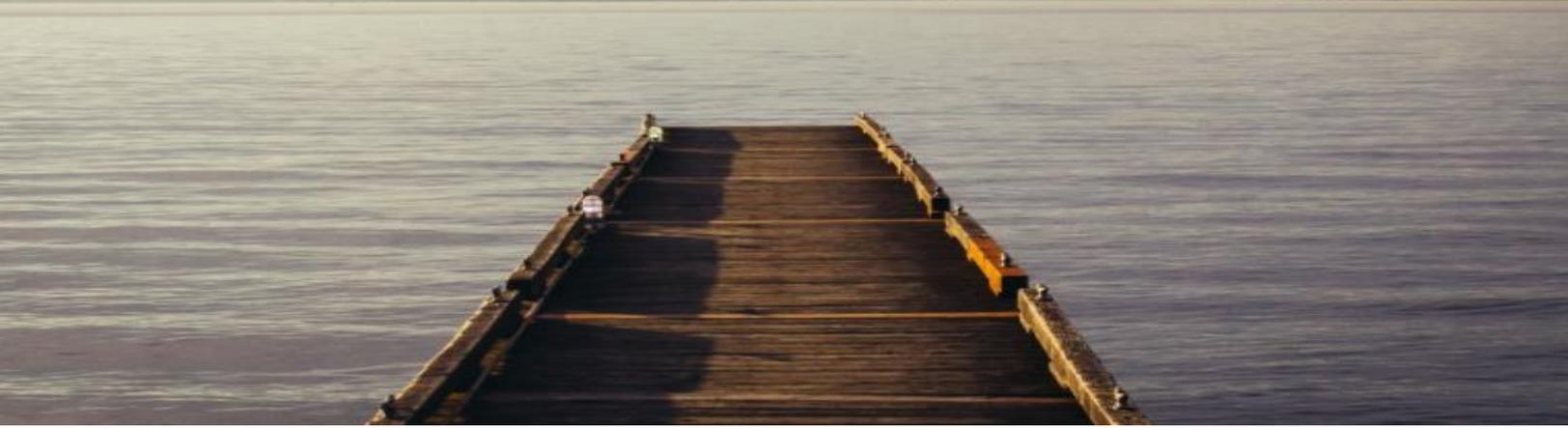
(Ja, Nein)

32,9% der teilnehmenden Unternehmen haben während der Pandemie neue Benefits eingeführt.



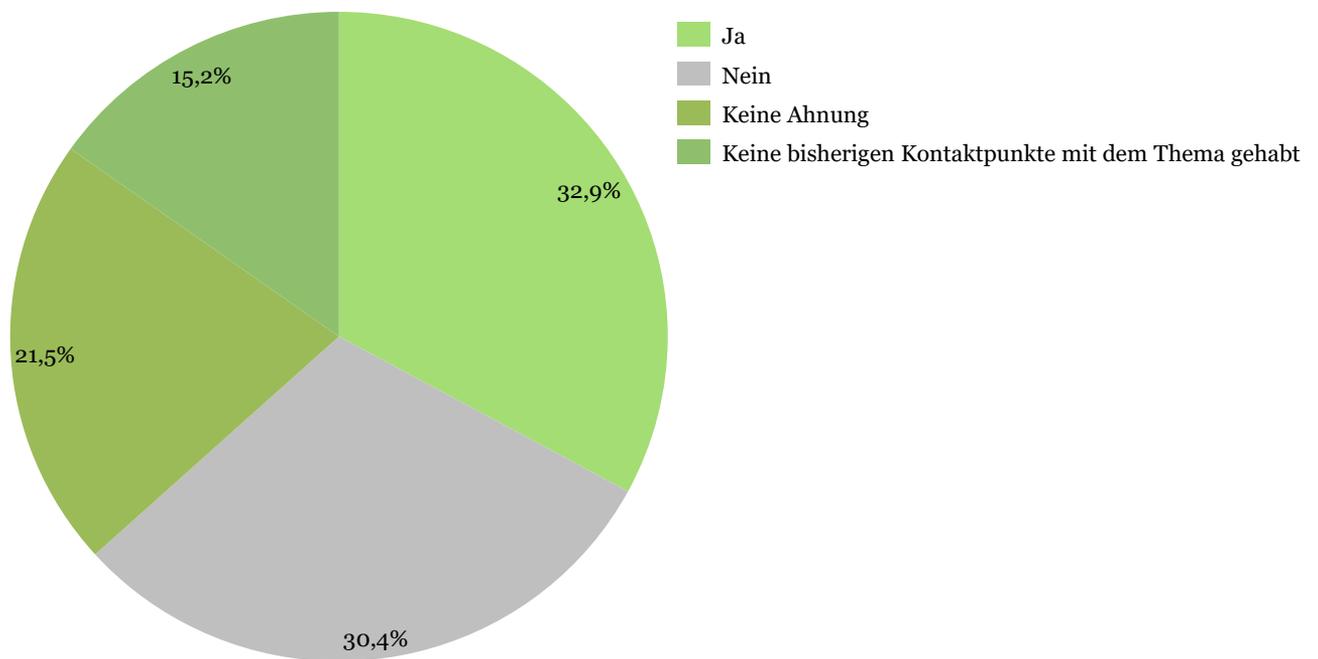
10. Wenn ja, welche?





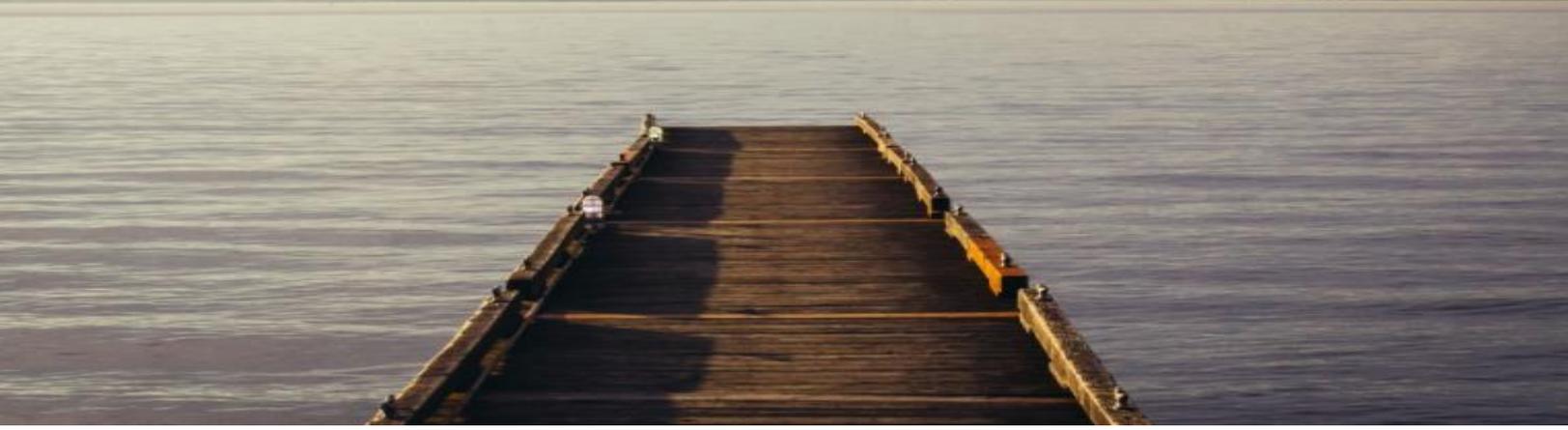
11. Die betriebliche Krankenversicherung hat für mich den selben hohen Stellenwert wie die betriebliche Altersvorsorge.

(Ja, Nein, Keine Meinung, Keine bisherigen Kontaktpunkte mit dem Thema gehabt)



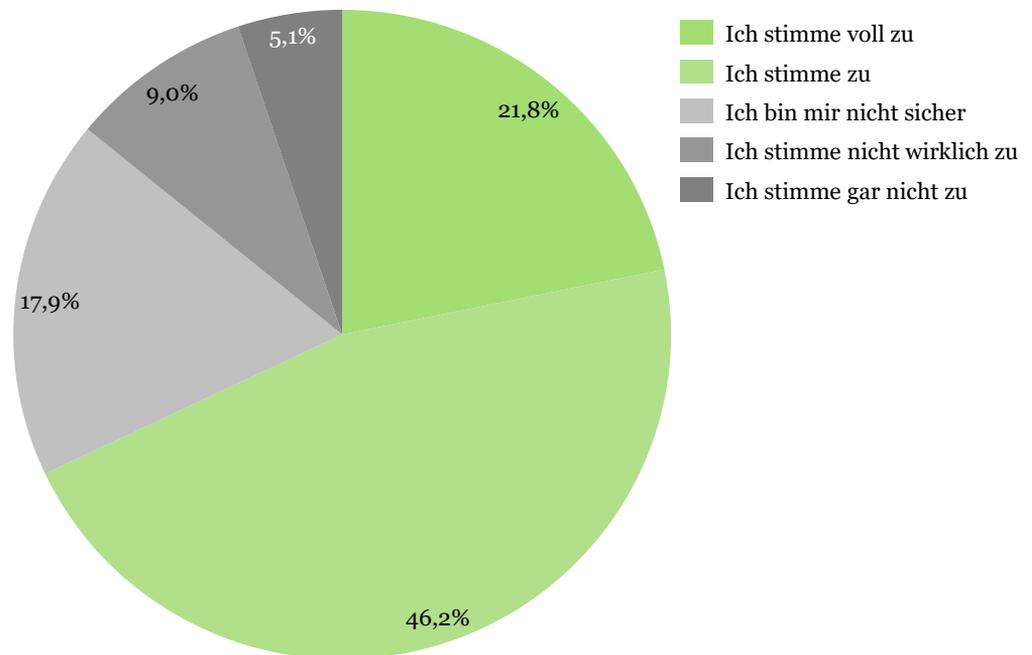
33% der Teilnehmer setzen den relativ neuen Benefit betriebliche Krankenversicherung mit der betrieblichen Altersvorsorge gleich. Die Mehrheit der Teilnehmer kennt sie nicht oder ist anderer Meinung.

abc Fazit: Krankheit ist ein persönliches und emotionales Thema. Die betriebliche Altersvorsorge hat zehn Jahre gebraucht, um sich als beliebter Benefit zu behaupten. Ob die betriebliche Krankenversicherung eine vergleichbare Position erreicht, ist noch nicht abschätzbar.



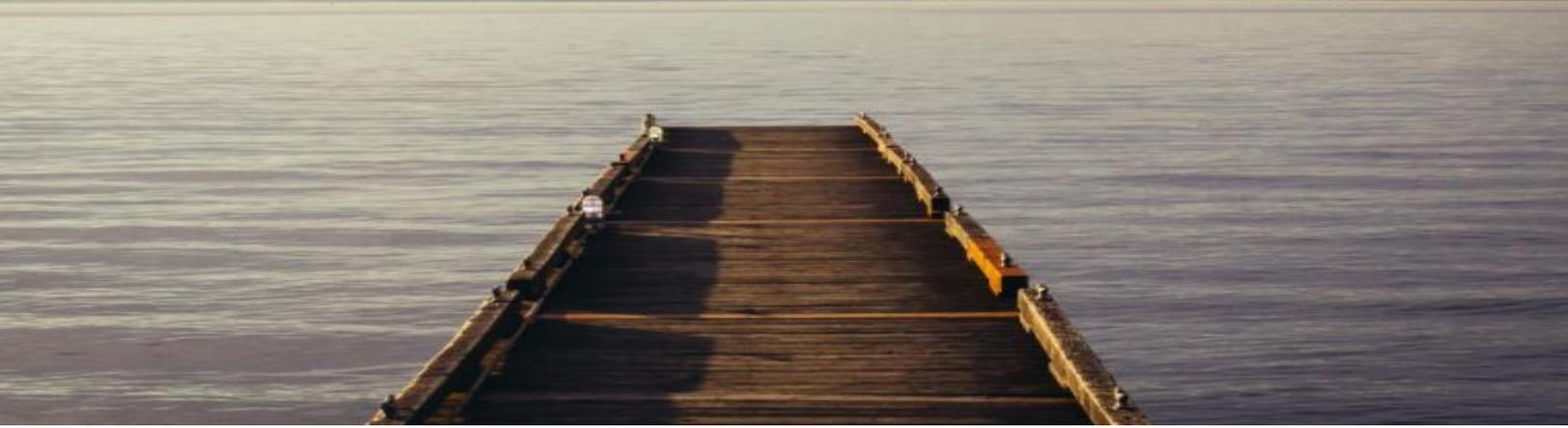
12. Nachhaltigkeit spielt für mich beim Einkauf von neuen Benefits eine starke Rolle.

(Ich stimme voll zu, Ich stimme gar nicht zu)



70 Prozent der Befragten messen der Nachhaltigkeit beim Einkauf von Benefits einen hohen Stellenwert zu.

abc Fazit: Dieser hohe Prozentsatz mag damit zu tun haben, dass ein Großteil der beliebtesten Arbeitgeber nachhaltig denkt und handelt – und zwar schon lange bevor diese Thema „in“ wurde.



Zum Schluss

Das Ergebnis der Umfrage lässt sich in 5 Aussagen zusammenfassen:

1. Benefits entfalten ihre größte Wirkung in Unternehmen, in denen die Mitarbeiter aus Sicht des Managements tatsächlich das Wichtigste sind.
2. Die Pandemie beeinflusst das Benefitmanagement stark.
3. Weniger Benefits erzielen mehr Wirkung.
4. Benefits sind eine wichtige Nebensache.
5. Nachhaltige Benefits liegen im Trend.

Grüße aus dem Chiemgau,
Alfons Breu

Studienautor

Alfons Breu

Berater

Inhaber abc consulting

Mail: alfons.breu@abcconsulting.de