

Betriebliche Zusatzleistungen

Trends in der chemischen Industrie

Ergebnisse der Online-Umfrage 2011



Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Zusatzleistungen – Differenzierungsmöglichkeiten im Wettbewerb um Personal?!

Problemstellungen

- » Zusatzleistungen sind nicht marktkonform
- » Zusatzleistungen entsprechen (zum Teil) nicht den Bedürfnissen der Mitarbeiter
- » Mitarbeiter nehmen Zusatzleistungen nicht oder nur beschränkt wahr
- » Intransparente bzw. unverständliche Regelungen
- » Unnötig hohe Kostenbelastung für Arbeitgeber aufgrund ineffizienter Ausgestaltung oder „teurer“ Provider



Lösungsansätze

- » Benchmark innerhalb der relevanten Vergleichsgruppe
- » Schnürung zielgruppenorientierter Zusatzleistungspakete
- » Verbesserte Kommunikation des Nutzens bzw. des Wertes der gewährten Zusatzleistungen
- » Inhaltliche bzw. redaktionelle Überarbeitung der Regelungen
- » Effizientere Ausgestaltung (z. B. durch Verlagerung der Kostenrisiken auf externe Anbieter bzw. Austausch der Provider)

Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage

Der Arbeitgeberverband HessenChemie und Kienbaum haben zwischen Juni bis August 2011 die Mitgliedsunternehmen des Verbands zu ihren Zusatzleistungsangeboten befragt.

Uns hat hierbei interessiert:

- » Welche Zusatzleistungsangebote *) werden gewährt und wie werden diese von Arbeitnehmern und Arbeitgebern wertgeschätzt?
- » An welchen Stellen wird zwischen AT- und Tarif-Mitarbeitern differenziert?
- » Wie wird sich die Bedeutung der verschiedenen Zusatzleistungen in den nächsten Jahren entwickeln?

*) in den Bereichen Altersversorgung, Dienstwagen, Health Care, Work-Life-Balance, Entgeltfortzahlung und Versicherung

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

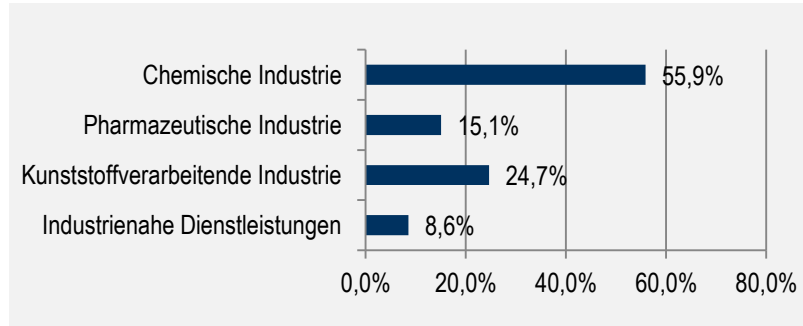
Teilnehmer der Umfrage (1/2)

Zur Befragung eingeladen waren die rund 300 Mitgliedsunternehmen des Arbeitgeberverbandes HessenChemie. Die Teilnahmequote betrug ca. 22 %. Die Teilnehmer decken etwa die Hälfte der Mitarbeiterschaft der Verbandsunternehmen ab.

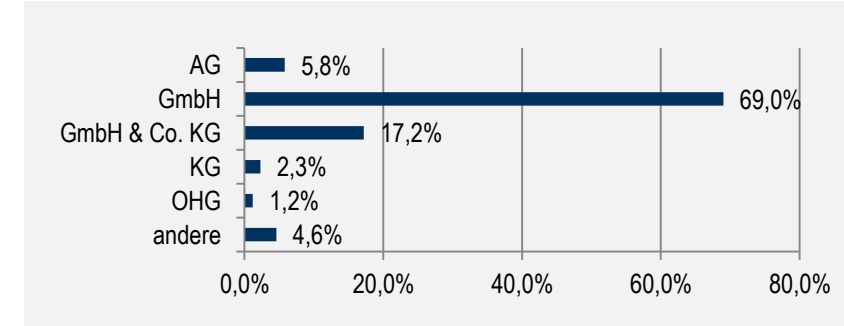
- » Teilnahmequote nach Sparte:
 - Unternehmen der chemischen Industrie (knapp 60 %),
 - Unternehmen der Kunststoffverarbeitenden Industrie (rund 25 %),
 - Pharmazeutische Unternehmen (15,1 %),
 - sowie Anbieter industrienaher Dienstleistungen (8,6 %).
- » Das Gros der teilnehmenden Unternehmen beschäftigt weniger als 500 Mitarbeiter, über 40 % beschäftigten mehr als 500 Mitarbeiter. Knapp 10 % der Unternehmen haben mehr als 5.000 Mitarbeiter bzw. 50 oder weniger Mitarbeiter.
- » Über ein Viertel der Teilnehmer erwirtschaftet mehr als 500 Mio. € Umsatz ; knapp 16 % erwirtschaften mehr als 1.500 Mio. € Umsatz und rund 5 % 10 Mio. € oder weniger.
- » Mehr als zwei Drittel der Befragten gaben als Rechtsform die GmbH an.

Teilnehmer der Umfrage (2/2)

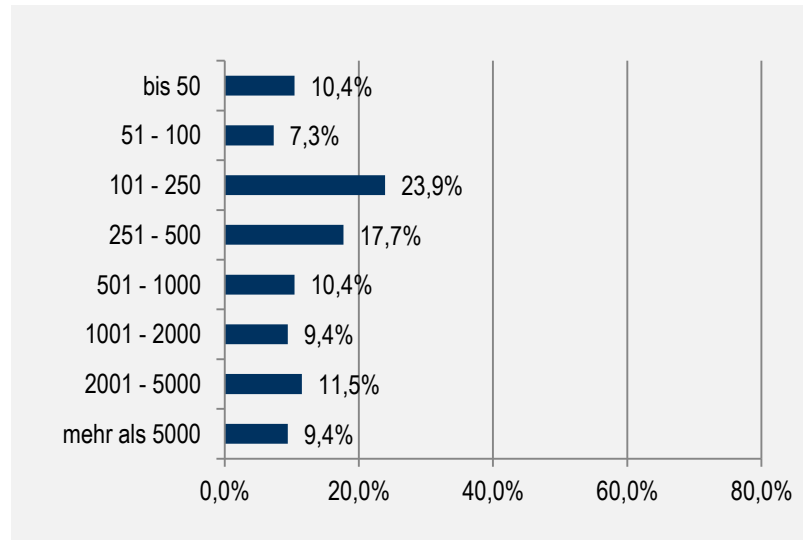
1.) Branche



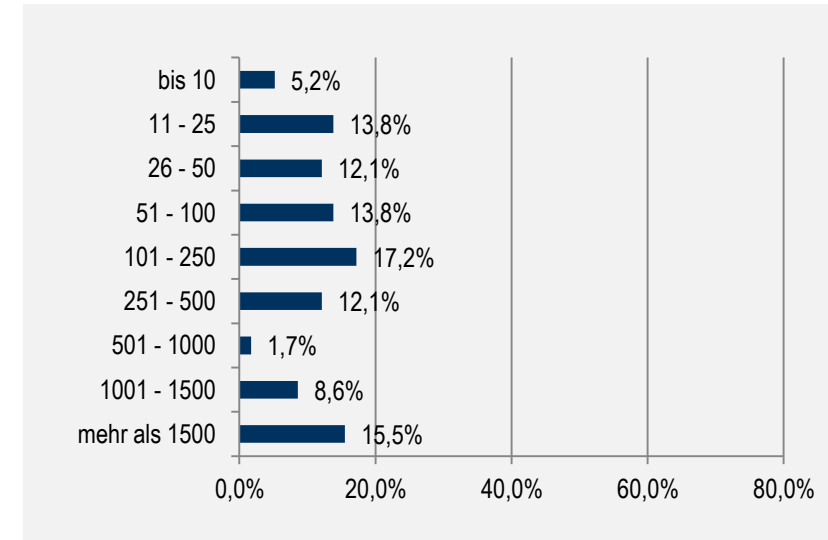
2.) Rechtsform



3.) Anzahl Mitarbeiter



4.) Umsatz in Mio. € im Jahr 2010?

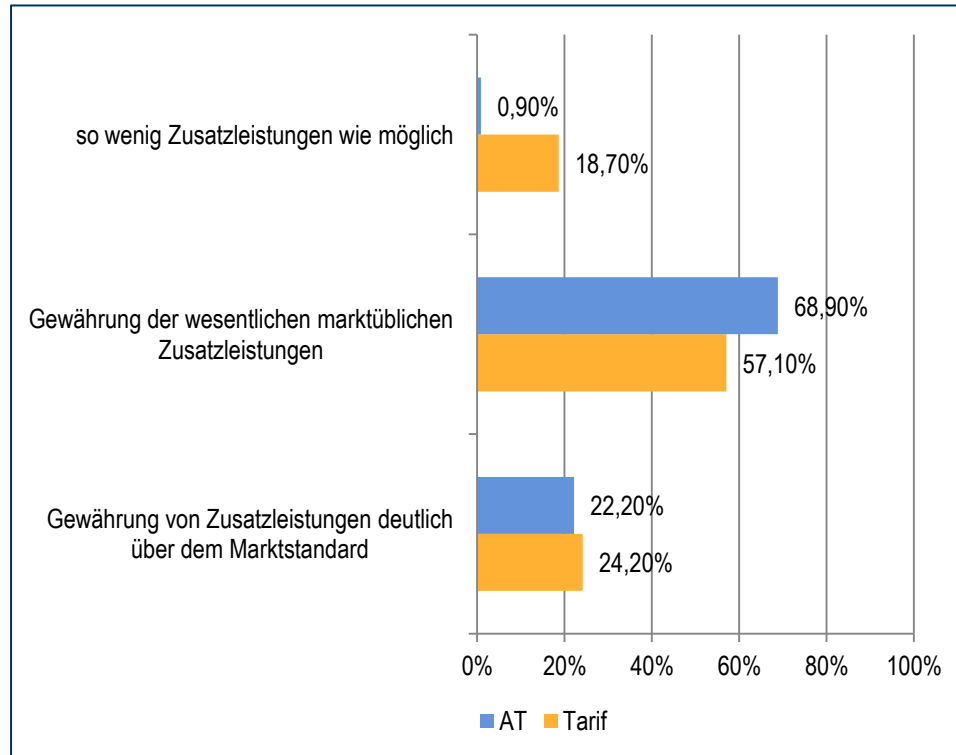


Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Aspekte und Grundsätze der Gewährung von Zusatzleistungen (1/2)

Zusatzleistungen werden nach folgenden Grundsätzen verliehen



Ergebnis

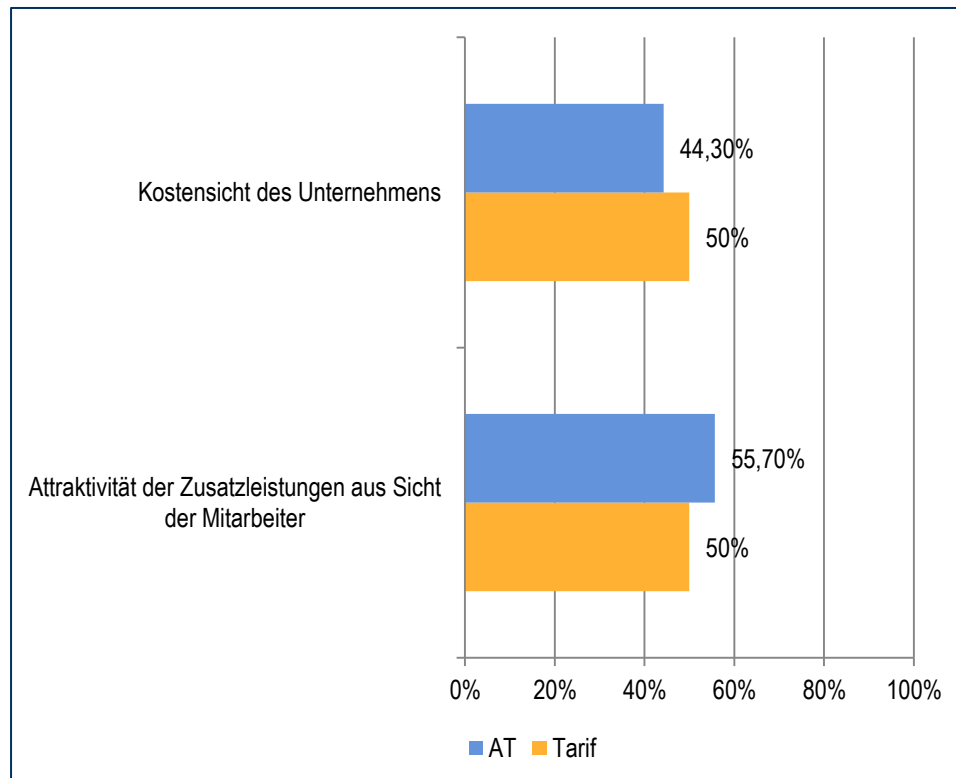
- » Mehrheitlich gewähren die Unternehmen Zusatzleistungen im marktüblichen Bereich.
- » Etwa ein Viertel der Teilnehmer gewährt (nach eigener Auffassung) Zusatzleistungen deutlich über dem Marktstandard.

Kommentar

- » Minimum für AT-Mitarbeiter ist die Erfüllung des Marktstandards.
- » Positionierungen auf tariflichen Niveau entsprechen nicht zwangsläufig marktüblicher Praxis.

Aspekte und Grundsätze der Gewährung von Zusatzleistungen (2/2)

Aspekte bei der Gewährung von Zusatzleistungen



Ergebnis

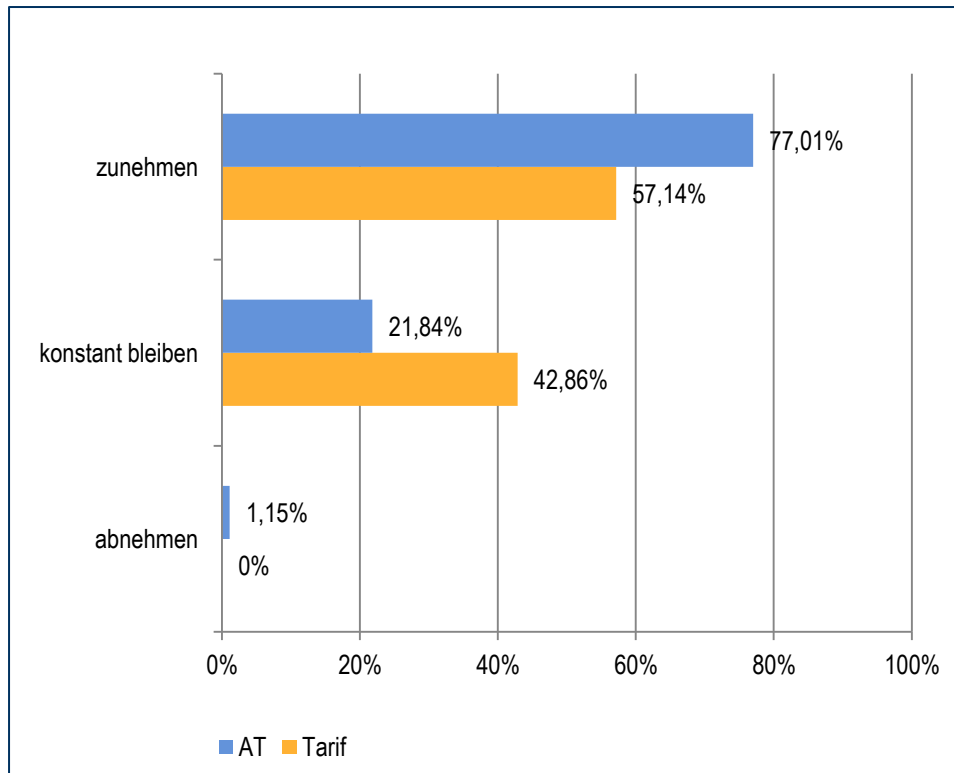
- » Zusatzleistungen bewegen sich im Spannungsfeld zwischen Kostenaspekten und Attraktivität.

Kommentar

- » Voraussetzung einer effizienten Ausgestaltung der Nebenleistungen ist eine Kosten-Nutzen-Betrachtung.
- » Chancen für Unternehmen, denen es gelingt bei gleichzeitiger Optimierung der Kosten-Nutzen-Relation die Attraktivität ihrer Zusatzleistungen zu erhöhen.
- » Effizientere Ausgestaltung durch Zielgruppenausrichtung, Verlagerung von Kostenrisiken und Auswahl „günstiger“ Provider.

Bedeutung von Zusatzleistungen

Künftige Bedeutung für die Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern



Ergebnis

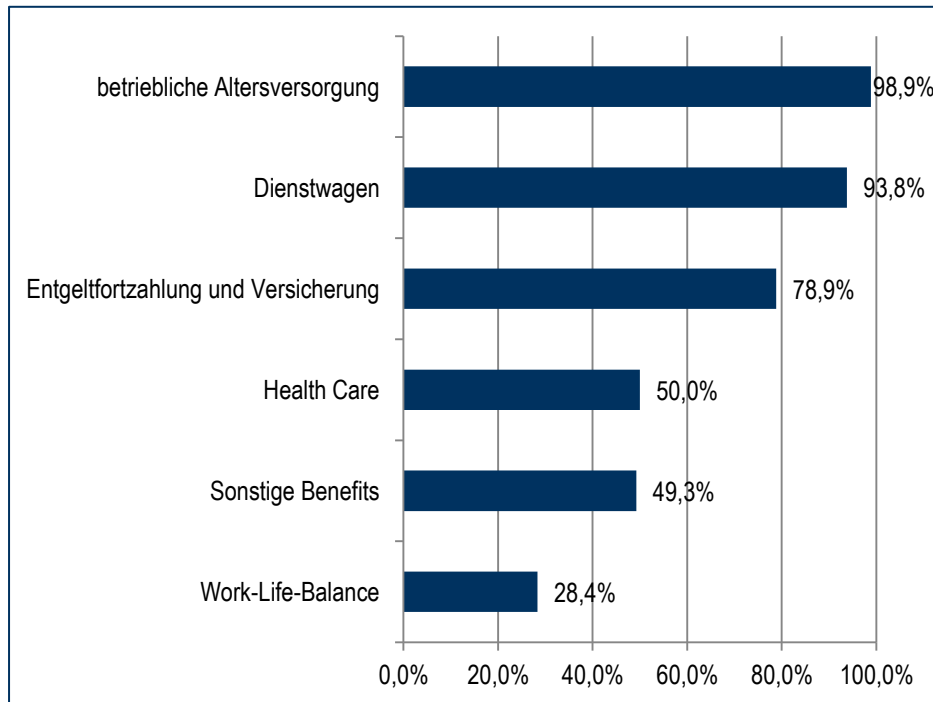
- » Die Bedeutung von Zusatzleistungen für Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern nimmt in den nächsten Jahren zu.
- » Insbesondere im AT-Bereich wird eine Zunahme der Bedeutung für Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern gesehen.

Kommentar

- » Art und Qualität der Angebote an Zusatzleistungen ist auf Marktgängigkeit zu überprüfen.
- » Check von Wirkungs- und Kosteneffekten der Zusatzleistungspakete ist gefordert.

Ranking: Verbreitung betrieblicher Zusatzleistungen

Verbreitung verschiedener Benefits



Ergebnis

- » Betriebliche Altersversorgung, Dienstwagen und Entgeltfortzahlung und Versicherung sind Marktstandard.
- » Etwa die Hälfte der teilnehmenden Unternehmen bietet Health Care und sonstige Benefits.
- » Lediglich ca. ein Drittel gewährt Angebote zur Work-Life-Balance.

Kommentar

- » Kaum qualitative Differenzierung im Wettbewerb durch betriebliche Altersversorgung oder Firmenwagen möglich.
- » **Differenzierungsmöglichkeiten** vornehmlich in den Bereichen Health Care, sonstige Benefits und Work-Life-Balance.
- » Transparenz für Vergütungspakete wird wichtig - Total Compensation Statement.

Erläuterung

- » Rund 94 % beim Thema Dienstwagen bedeutet, dass es in 94 % der teilnehmenden Unternehmen eine Dienstwagenregelung gibt, nicht etwa, dass ein Dienstwagen Standard für alle Mitarbeiter ist.

Betriebliche Altersversorgung – Übersicht

- » Die betriebliche Altersversorgung gehört zu den Standardzusatzleistungen, **Verbreitung: 98,9 %**.
- » Häufige **Durchführungswege** sind bei den Teilnehmern dieser Umfrage:
 - für AT-Mitarbeiter die Direktversicherung (30,4 %), die Pensionskasse (28 %) sowie die Direkt-/Pensionszusage (28 %),
 - für die tariflichen Mitarbeiter die Pensionskasse (30,8 %) und die Direktversicherung (30,1 %).
- » **Dominanz der Beitragszusage:** Sowohl bei den AT- als auch bei den Tarif-Mitarbeitern beträgt die Verbreitung der beitragsorientierten Zusageformen über 70 %.
- » **Kosten-Nutzen-Betrachtung:**
 - Gewinnung neuer Mitarbeiter: neutrale Kosten-Nutzen-Relation bei AT, positive Kosten-Nutzen-Relation bei Tarif sowie hohe Attraktivität für AT- und Tarif-Mitarbeiter
 - Bindung vorhandener Mitarbeiter: negative Kosten-Nutzen-Relation bei AT, neutrale Kosten-Nutzen-Relation bei Tarif sowie hohe Attraktivität für AT- und Tarif-Mitarbeiter

Dienstwagen – Übersicht

- » Die Bereitstellung von Dienstwägen gehört für **AT-Mitarbeiter** zu den Standardzusatzleistungen, **Verbreitung: 94,7 %**. **Rund 37 %** der befragten Unternehmen gewähren Dienstwägen auch im tariflichen Bereich.
- » Die gewährten Anschaffungskostenbudgets (Bruttolistenpreise inkl. MwSt.) belaufen sich:
 - für AT-Mitarbeiter überwiegend auf 40 bis 50 Tsd. €,
 - für tarifliche Mitarbeiter auf 30 bis 40 Tsd. €.
- » Bei rund **70 %** der Mitarbeiter, die einen Dienstwagen zur Verfügung gestellt bekommen, wird die **Ausstattung in Teilen vorgeschrieben**.
- » **Privatnutzung** wird **überwiegend unbegrenzt** gestattet.
- » **Kosten-Nutzen-Betrachtung:**
 - Tariflicher Bereich: positive Kosten-Nutzen-Relation bei der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern bei hoher Attraktivität für die Mitarbeiter.
 - AT-Bereich: negative Kosten-Nutzen-Relation bei der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern bei hoher Attraktivität für die Mitarbeiter.

Entgeltfortzahlung und Versicherung – Übersicht

- » Leistungen wie Entgeltfortzahlungen und Versicherungen sind am Markt üblich, **Verbreitung > 70 %**.
- » Eine **Unfallversicherung** auch für den privaten Bereich ist bei AT-Mitarbeitern überwiegend üblich (75,9 %), bei Tarif-Mitarbeitern beträgt die Verbreitung nur 40 %.
- » **Kosten-Nutzen-Betrachtung**: positive Kosten-Nutzen-Relation bei AT und Tarif für Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern, allerdings niedrige Attraktivität für die Mitarbeiter.

Das Wichtigste in Kürze (4/6)

Health Care – Übersicht

Bei den Teilnehmern, die Health Care anbieten (ca. 50 %), sind:

- » Angebote wie **Gesundheits-Checkups**, **gesundheitsfördernde Maßnahmen** sowie **betriebliche Sportangebote/verbilligter Zugang zu Vereinen, etc.** weit verbreitet (> 75 %),
- » Leistungen wie Zuschüsse/Beiträge zu Kuren oder Zugang zu betrieblichen Erholungseinrichtung sind weniger verbreitet.
- » **Kosten-Nutzen-Betrachtung:**
 - AT Bereich: positive Kosten-Nutzen-Relation für Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern bei hoher Attraktivität für die AT-Mitarbeiter.
 - Tarif-Bereich: neutrale Kosten-Nutzen-Relation für Gewinnung und positive für Bindung von Mitarbeitern bei mäßiger Attraktivität für die Tarif-Mitarbeiter.

Das Wichtigste in Kürze (5/6)

Work-Life-Balance – Übersicht

» Bei Unternehmen, die Benefits zur Work-Life-Balance anbieten, sind folgende Instrumente verbreitet:

- **Flexible Arbeitszeitmodelle (95 %),**
- **Kinderbetreuung (61,1%) und Kindernotfallbetreuung (55,6 %),**
- Freistellungen zur Pflege Angehöriger (50 %),
- Langzeitkonten (45 %),
- Kinderferienbetreuung (44,4 %) und Beratung der Eltern bei Erziehung und Ausbildung (42,2 %),
- Sabbaticals (knapp ein Drittel).

» **Kosten-Nutzen-Betrachtung:**

- AT Bereich: neutrale Kosten-Nutzen-Relation für Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern bei hoher Attraktivität für die Mitarbeiter.
- Tarif-Bereich: negative Kosten-Nutzen-Relation für Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern bei hoher Attraktivität für die Mitarbeiter.

Sonstige Benefits – Übersicht

- » Bezogen auf 49 % der teilnehmenden Unternehmen mit sonstigen Benefits dominieren die folgenden Angebote:
 - **Jubiläumzahlungen (knapp 100 %),**
 - **Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen (97 %),**
 - **verbilligtes oder kostenloses Parken auf Firmenparkplätzen (89,7 %),**
 - **Essenskostenzuschuss (73,3 %).**
- » Die Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen lassen sich die Teilnehmer überwiegend bis zu 1.000 € je Mitarbeiter und Jahr kosten. Jubiläumzahlungen betragen zumeist mehr als 1.000 €.
- » **Kosten-Nutzen-Betrachtung:**
 - AT Bereich: positive Kosten-Nutzen-Relation für Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern und gleichzeitig hohe Attraktivität für die Mitarbeiter.
 - Tarif-Bereich: negative Kosten-Nutzen-Relation für Gewinnung und neutrale für Bindung von Mitarbeitern, aber hohe Attraktivität für die Mitarbeiter.

Kosten im Verhältnis zum wahrgenommenen Nutzen – Überblick

wahrgenommene Kosten-Nutzen-Relation

Zusatzleistungskategorie	Gewinnung neuer Mitarbeiter		Bindung vorhandener Mitarbeiter	
	AT	Tarif	AT	Tarif
Altersversorgung	+/-	+	-	+/-
Dienstwagen	--	++	--	+
Health Care	+	+/-	+	+
Work-Life-Balance	+/-	-	+/-	-
Entgeltfortzahlung und Versicherung	++	++	++	++
Sonstige Benefits	+/-	-	+/-	+/-

+ positive Kosten-Nutzen-Relation
 - negative Kosten-Nutzen-Relation
 +/- neutrale Kosten-Nutzen-Relation

Attraktivität der gewährten Zusatzleistungen – Überblick

Einschätzung der Attraktivität der betrieblichen Angebote für die Mitarbeiter

Zusatzleistungskategorie	AT	Tarif
Altersversorgung	++	++
Dienstwagen	++	+
Health Care	+	+/-
Work-Life-Balance	+	+
Entgeltfortzahlung und Versicherung	-	--
Sonstige Benefits	+	++

+ hohe Attraktivität
- geringe Attraktivität

Ranking – Top 10 Einzelinstrumente

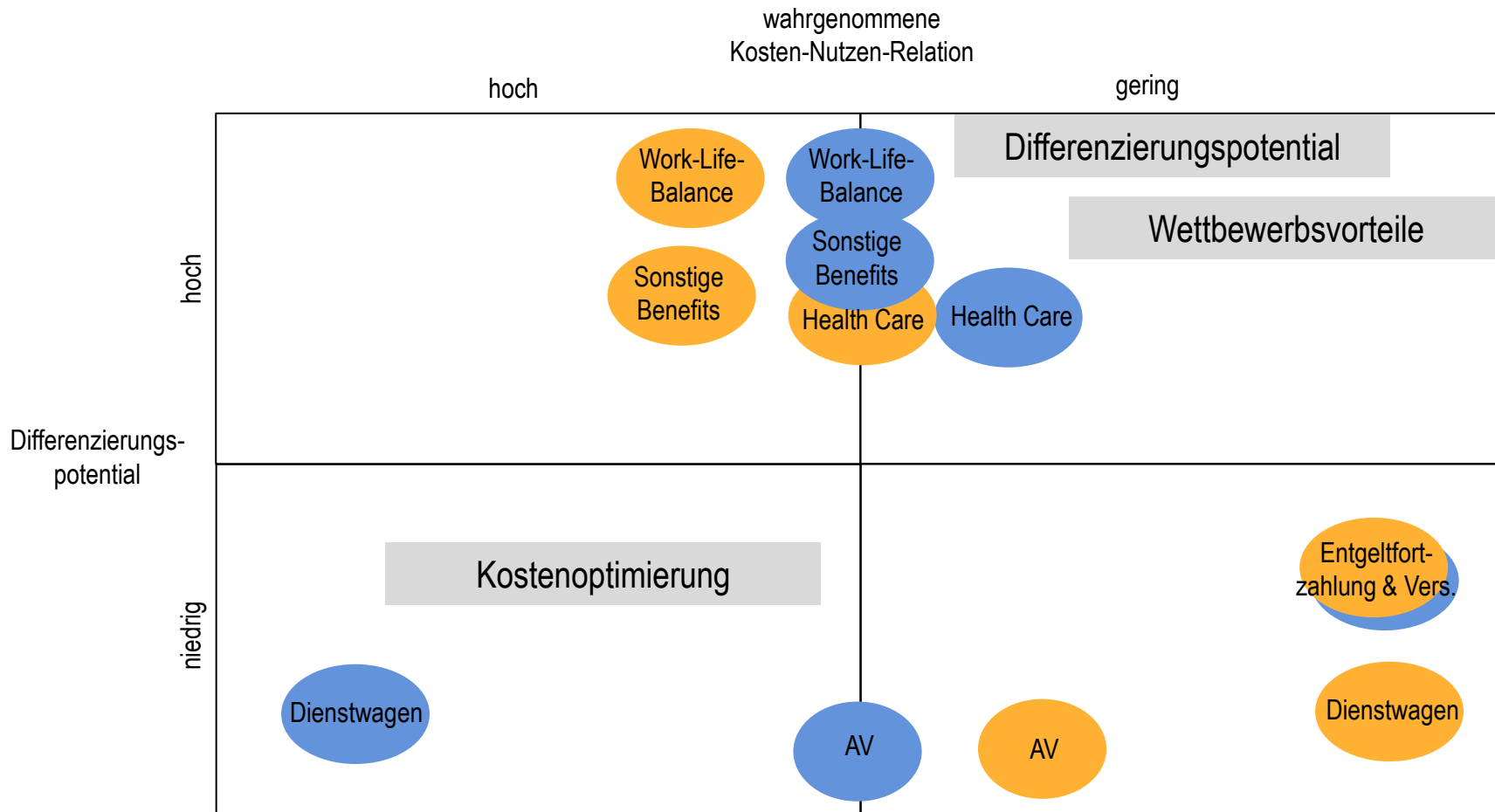
Rang	Name	Bedeutungs- zuwachs *)	Kategorie	Kosten-Nutzen-Relation				Attraktivität	
				Gewinnung		Bindung		AT	Tarif
				AT	Tarif	AT	Tarif		
1	Flexible Arbeitszeitmodelle	2,57	W-L-Balance	+/-	-	+/-	-	+	+
2	Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen	2,54	Sonstige B.	+/-	-	+/-	+/-	+	++
3	Gesundheitsfördernde Maßnahmen	2,38	Health Care	+	+/-	+	+	+	+/-
4	Freistellung zur Pflege Angehöriger	2,37	W-L-Balance	+/-	-	+/-	-	+	+
5	Gesundheits-Check Ups	2,30	Health Care	+	+/-	+	+	+	+/-
6	privat nutzbarer Dienstwagen **)	2,18	Dienstwagen	--	++	--	+	++	+
7	arbeitgeberfinanzierte Altersversorgung	2,20	Altersversorgung	+/-	+	-	+/-	++	++
8	mitarbeiterfinanzierte Altersversorgung	2,17	Altersversorgung	+/-	+	-	+/-	++	++
9	Betriebliche Sportangebote oder verbilligter Zugang zu Vereinen	2,10	Health Care	+	+/-	+	+	+	+/-
10	Unfall- und Berufsunfähigkeitsversicherung	2,08	Entgeltfortzahlung und Versicherung	++	++	++	++	-	--

*) 1=abnehmen, 2 = konstant bleiben, 3 = zunehmen; Mittelwerte zwischen AT- und Tarif-Mitarbeitern

**) privat nutzbarer Dienstwagen: Bedeutungszuwachs gilt nur für AT-Mitarbeiter

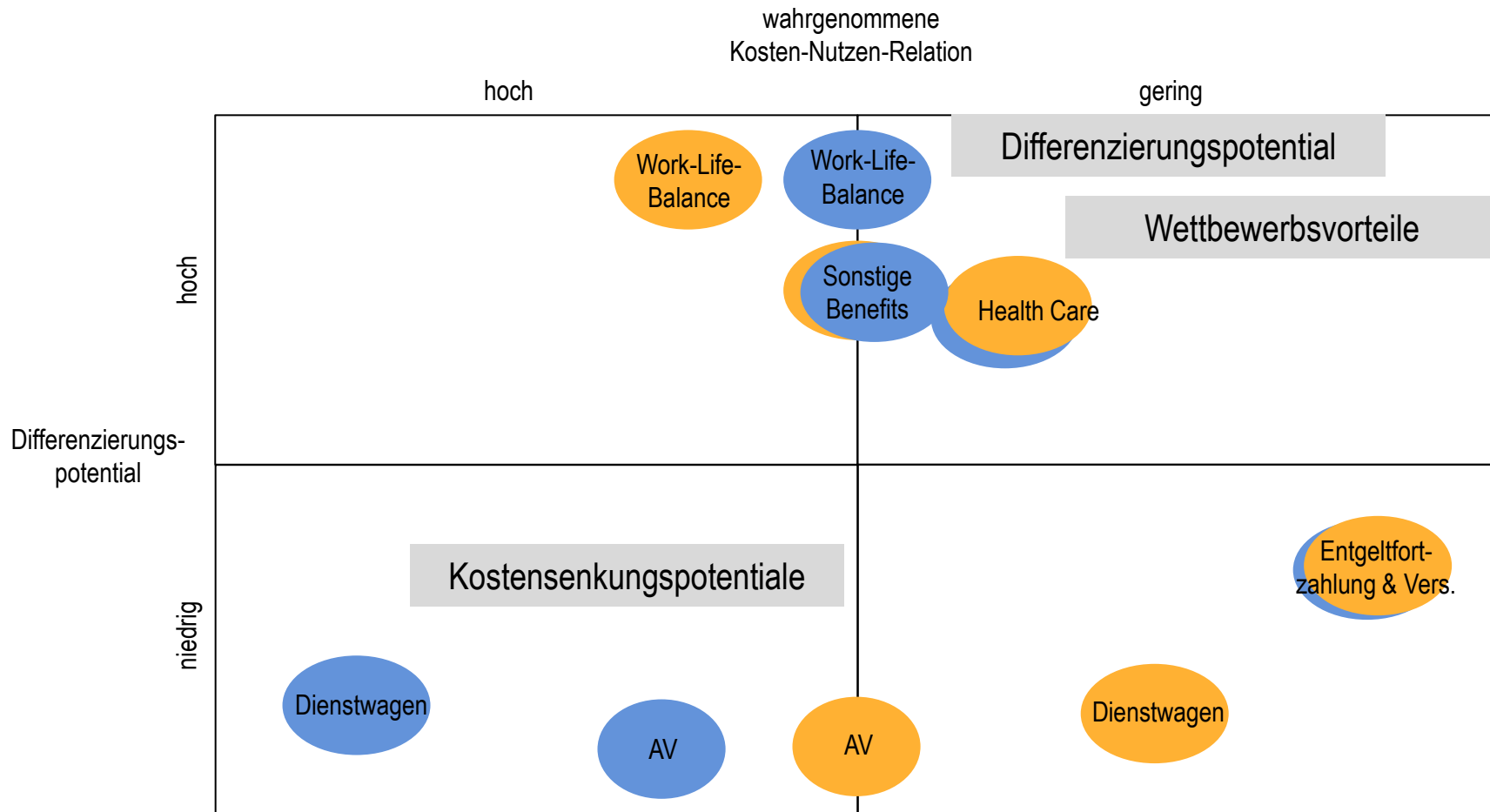
Differenzierungspotential und wahrgenommene Kosten-Nutzen-Relation – Gewinnung von Mitarbeitern

● AT-Mitarbeiter
● Tarif-Mitarbeiter



Differenzierungspotential und wahrgenommene Kosten-Nutzen-Relation – Bindung von Mitarbeitern

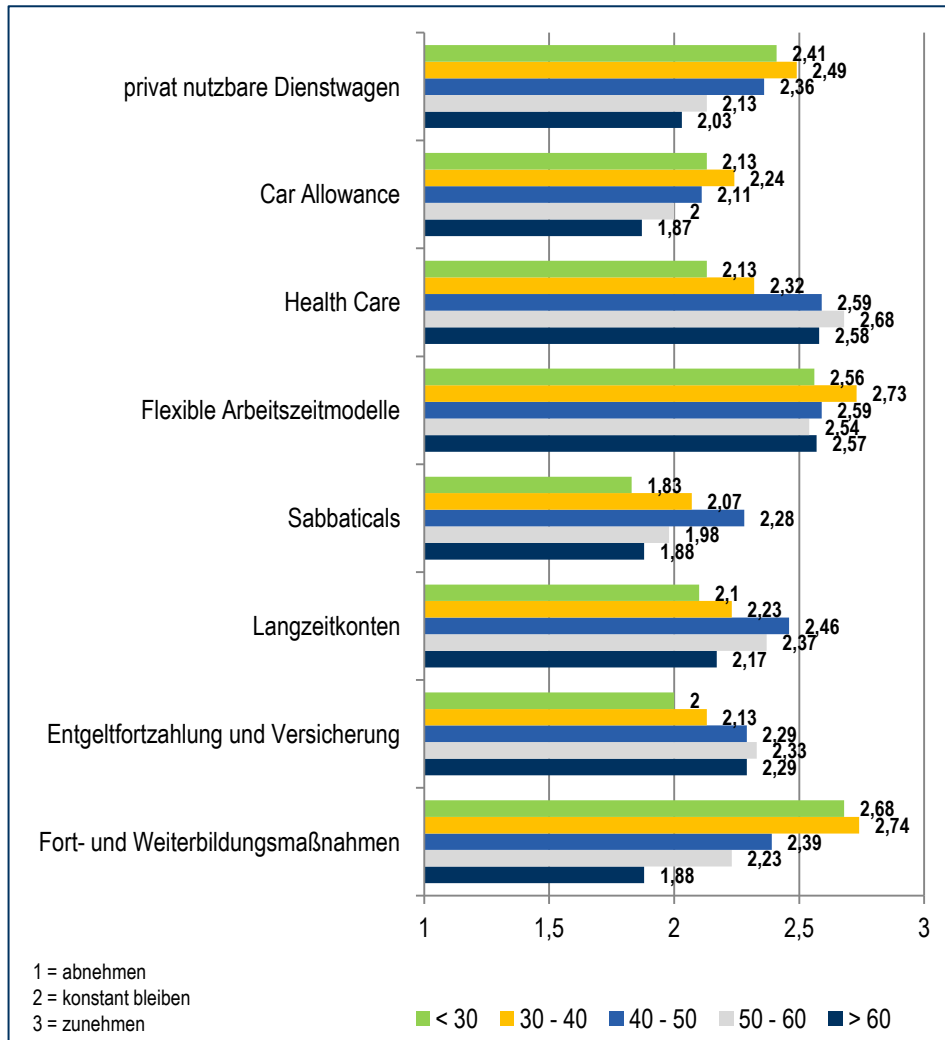
● AT-Mitarbeiter
● Tarif-Mitarbeiter



Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Trendaussagen 2011 nach Altersgruppen – Gesamtschau

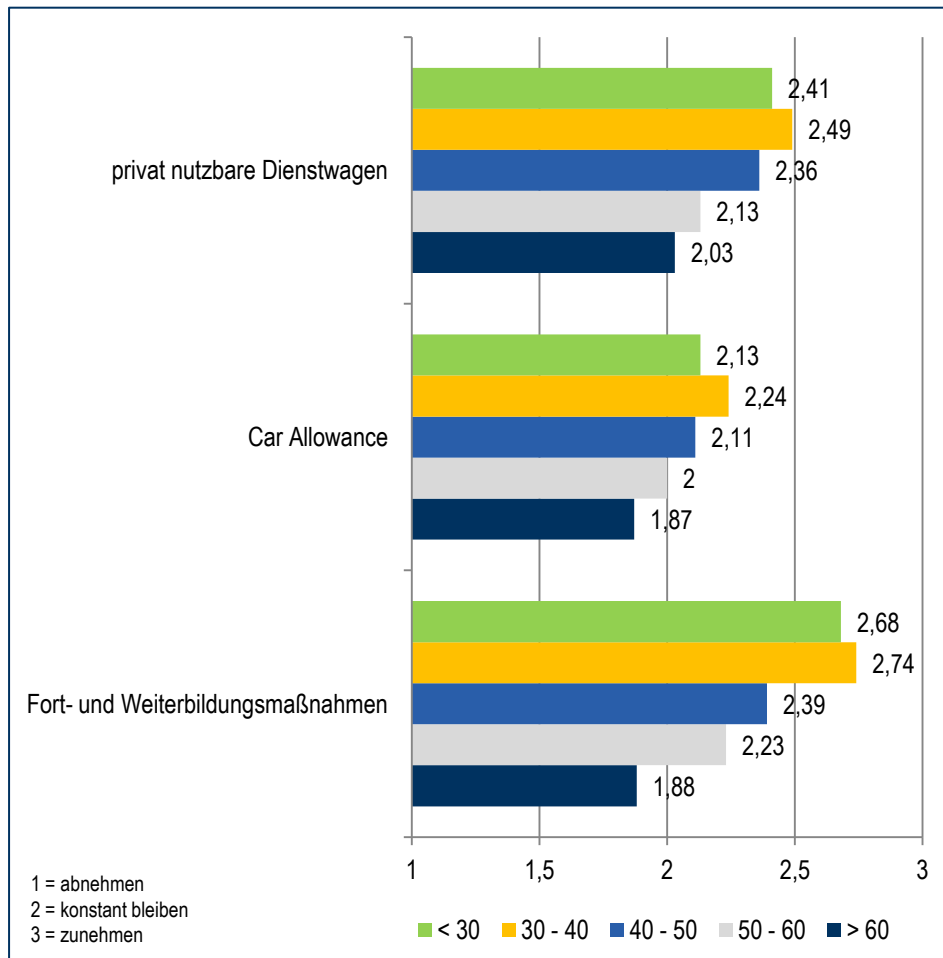


Ergebnis

- » Zusatzleistungen nehmen generell an Bedeutung zu.
- » Stärkster Bedeutungszuwachs bei flexiblen Arbeitszeitmodellen.
- » Unterschiede ergeben sich für verschiedene Altersstufen.
- » Bedeutungszunahme von Dienstwägen sowie arbeitgeberfinanzierter Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen vor allem für jüngere Arbeitnehmer.
- » Health Care und Entgeltfortzahlung und Versicherung nehmen insbesondere in ihrer Bedeutung für ältere Arbeitnehmer zu.
- » Flexible Arbeitszeitmodelle nehmen unabhängig vom Alter zu.
- » Sabbaticals und Langzeitkonten nehmen überwiegend für mittlere Altersgruppen in ihrer Bedeutung zu.

Trendaussagen 2011 nach Altersgruppen

– stärkerer Bedeutungszuwachs bei Jüngeren



Ergebnis

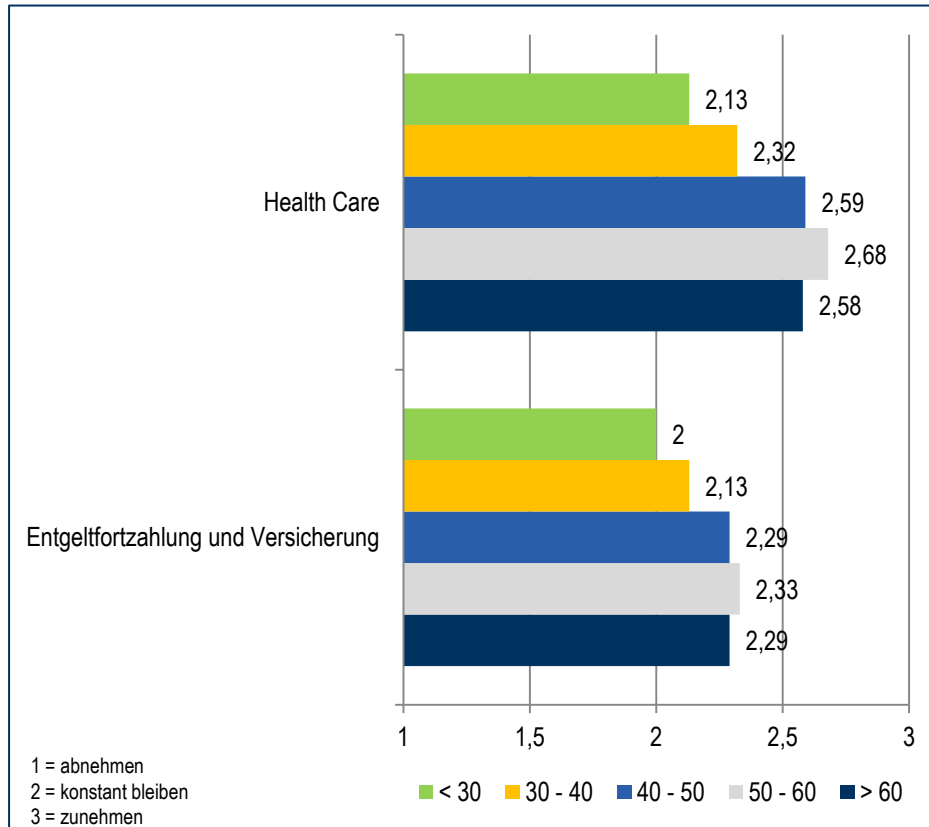
- » Erhebliche Bedeutungszunahme bei Angeboten zur arbeitgeberfinanzierten Fort- und Weiterbildung über alle Altersgruppen (Ausnahme bilden Arbeitnehmer über 60).
- » Zunahme der Bedeutung von Dienstwägen über alle Altersgruppen.

Kommentar

- » Bei Ausweitung des Dienstwagenangebots sind differenzierte Kosten-Nutzen-Erwägungen unerlässlich.
- » Kontinuierliche Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen auch für 40 bis 60-jährige Arbeitnehmer vorsehen.

Trendaussagen 2011 nach Altersgruppen

– stärkerer Bedeutungszuwachs bei Älteren



Ergebnis

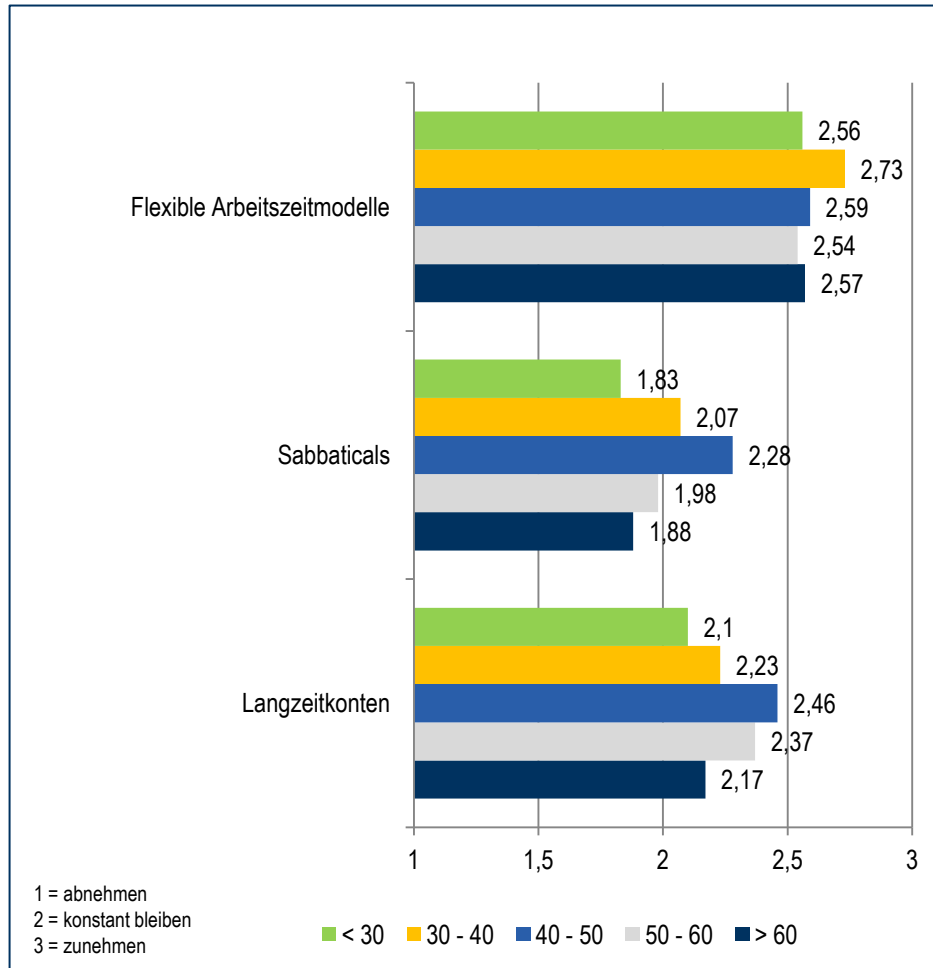
- » Das Thema Health Care gewinnt künftig an Bedeutung. Insbesondere bei den Altersgruppen über 40 wird ein starker Anstieg der Bedeutsamkeit erwartet.
- » Leistungen zur Entgeltfortzahlung und Versicherungen werden ebenfalls stärker bei älteren Arbeitnehmern gesehen als bei jüngeren.

Kommentar

- » Health Care bietet Ansatzpunkte für eine vom Wettbewerb differenzierende Ausgestaltung der Nebenleistungspakete.

Trendaussagen 2011 nach Altersgruppen

– stärkerer Bedeutungszuwachs bei Mittleren



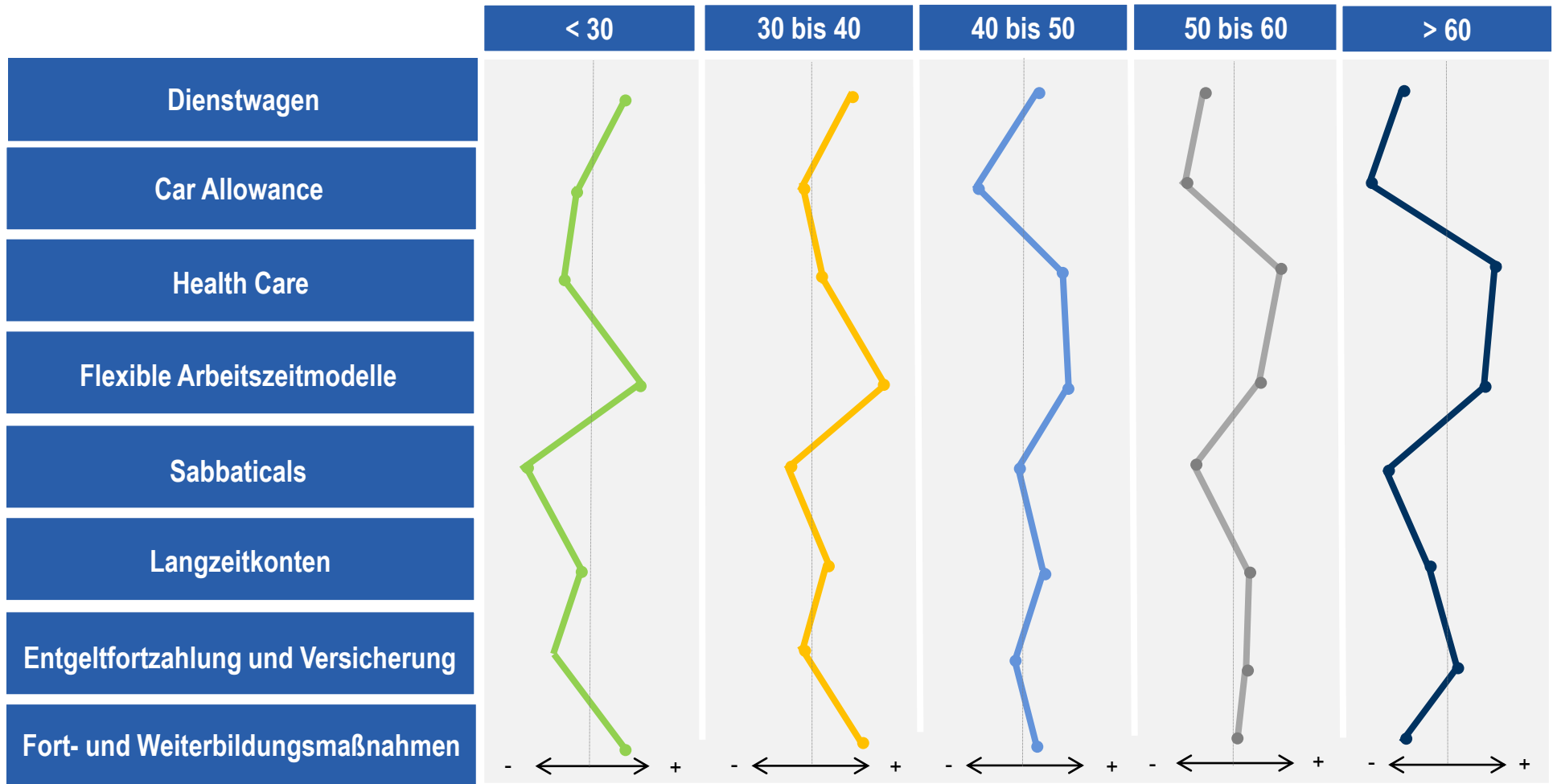
Ergebnis

- » Flexible Arbeitszeitmodelle: Starke Zunahme der künftigen Bedeutung über alle Altersgruppen
- » Bei Sabbaticals: Trend zur Abnahme der Bedeutung (Ausnahme Gruppe der 40- bis 50-jährigen)
- » Langzeitkonten: Anstieg der Bedeutung bei allen Altersgruppen, Schwerpunkte bei 30 bis 60-Jährigen.

Kommentar

- » Langzeitkonten und flexible Arbeitszeitmodelle unterstützen Regelungen zum gleitenden Übergang in den Ruhestand insb. für die 30- bis 60-jährigen Arbeitnehmer.
- » Instrumente, die mit individuellen Arbeitnehmerbiografien korrespondieren, werden zunehmend bedeutsamer im Wettbewerb.

Trendaussagen 2011 nach Altersgruppen – Übersicht

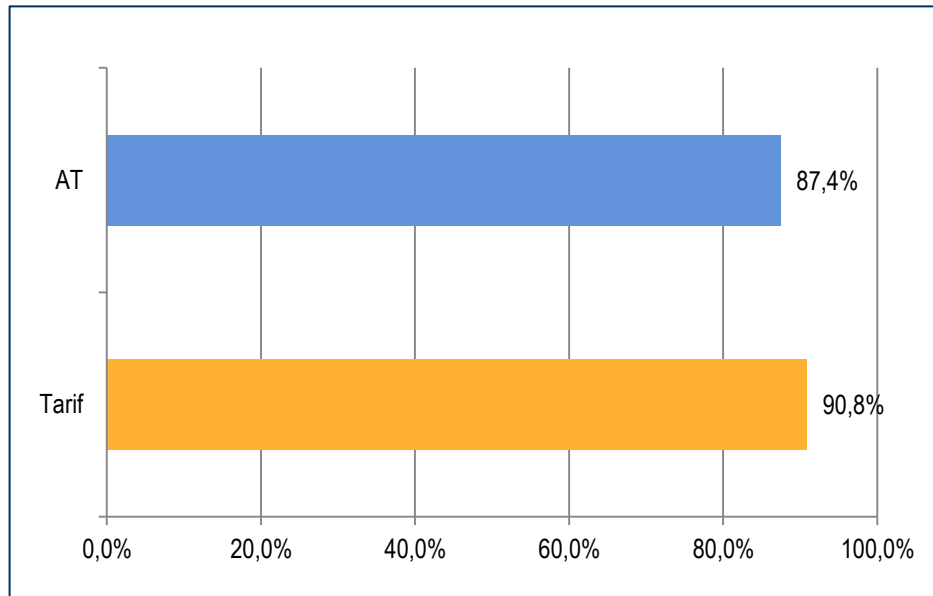


Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Unternehmensfinanzierte betriebliche Altersversorgung

Verbreitung



Ergebnis

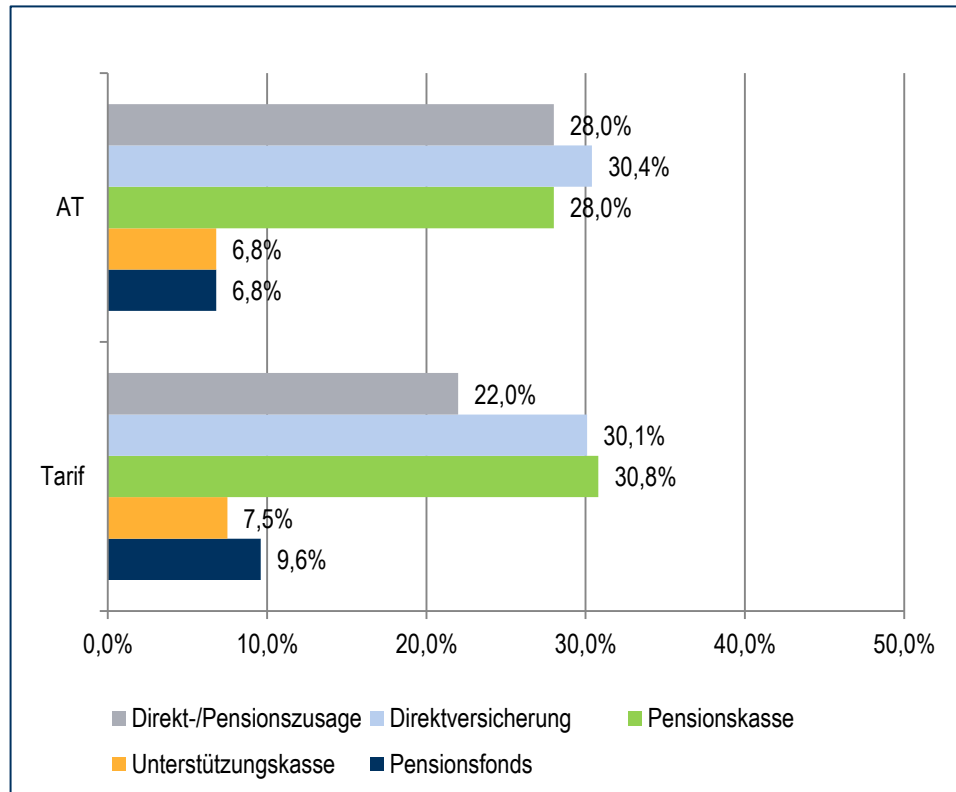
- » Unternehmensfinanzierte betriebliche Altersversorgung überwiegt.
- » Verbreitung bei tariflichen Mitarbeitern geringfügig höher als bei außertariflichen Mitarbeitern.

Kommentar

- » Bei den Tarif-Mitarbeitern 90,8 %. Erscheint hoch, berücksichtigt wurden demnach auch Leistungen wie Entgeltumwandlungsgrund- und Demografiebetrag.
- » BAV ist Standardleistung bei den befragten Unternehmen.

Unternehmensfinanzierte betriebliche Altersversorgung

Durchführungswege



Ergebnis

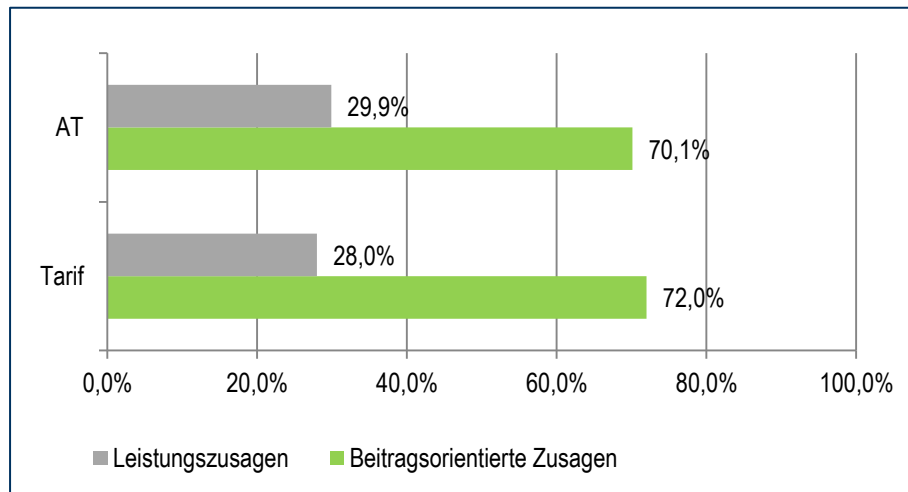
- » Gängigste Durchführungswege AT: Direkt-/Pensionszusage, die Pensionskasse sowie als Topreiter die Direktversicherung.
- » Bei den tariflichen Mitarbeitern dominieren die Pensionskasse und die Direktversicherung gefolgt von der Direktzusage.

Unternehmensfinanzierte betriebliche Altersversorgung

Zusageformen

Erläuterung:

- » Beitragsorientierte Zusagen: Die Versorgungsleistung ergibt sich aus festgelegten Beiträgen des Unternehmens, zzgl. eines zu bestimmenden Zinssatzes.
- » Leistungszusagen: Die bei Eintritt des Versorgungsfalls zu gewährenden Leistungen sind bereits zum Zusagezeitpunkt definiert.



Ergebnis

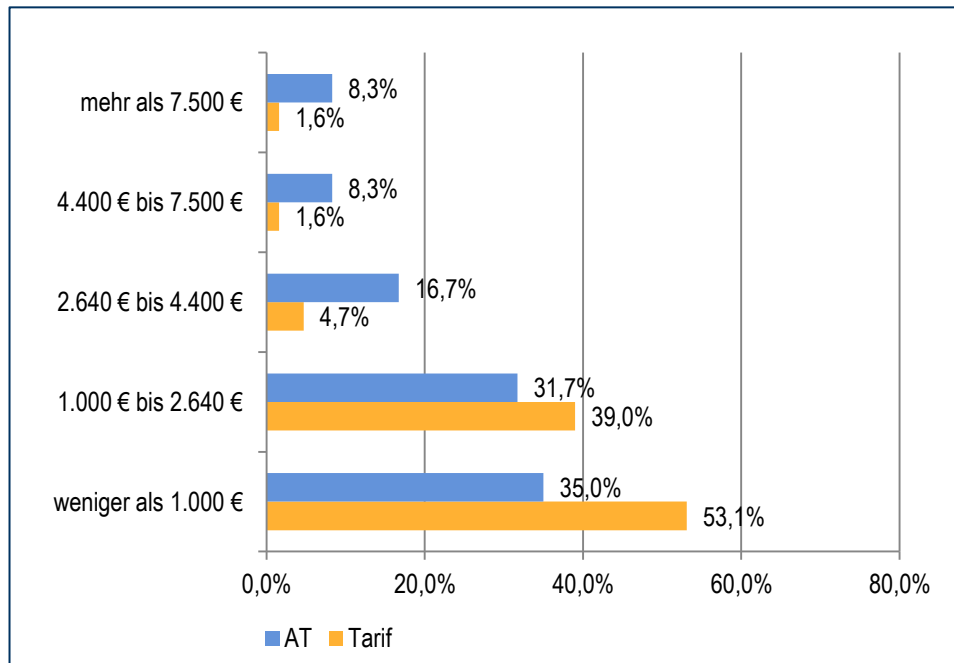
- » Bei mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen besteht für die Altersvorsorge eine vertragliche Beitragszusage.

Kommentar

- » Trend zur beitragsorientierten Zusage wird bestätigt.

Unternehmensfinanzierte betriebliche Altersversorgung

Finanzieller Aufwand (je Mitarbeiter und Jahr)



Ergebnis

- » Knapp 80 % wendet weniger als 2.640 € für die Altersversorgung ihrer Mitarbeiter auf.
- » Der finanzielle Aufwand ist für AT-Mitarbeiter höher als für tarifliche Mitarbeiter.

Kommentar

- » Hohe Streuung in der Wertigkeit der Altersversorgungspakete.

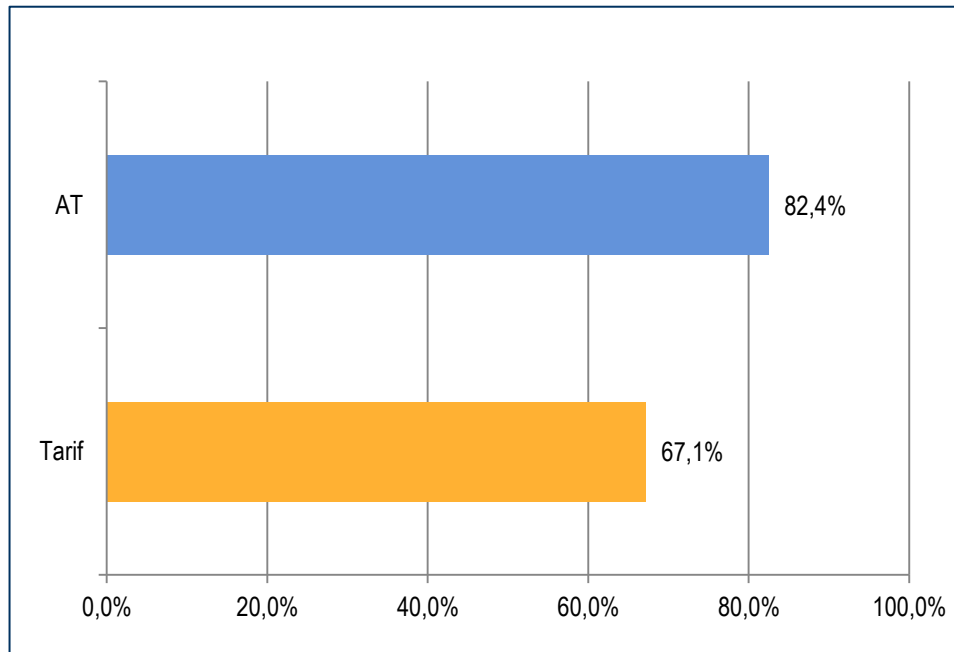
Erläuterung

- » 2.640 €: Bis zu dieser Grenze sind Beiträge je nach Durchführungsweg der betrieblichen Altersversorgung sozialversicherungs- und/oder steuerbegünstigt.

Mitarbeiterfinanzierte betriebliche Altersversorgung

Deferred Compensation – Verbreitung

Erläuterung: Unter Deferred Compensation versteht man eine Altersversorgung durch Entgeltumwandlung.

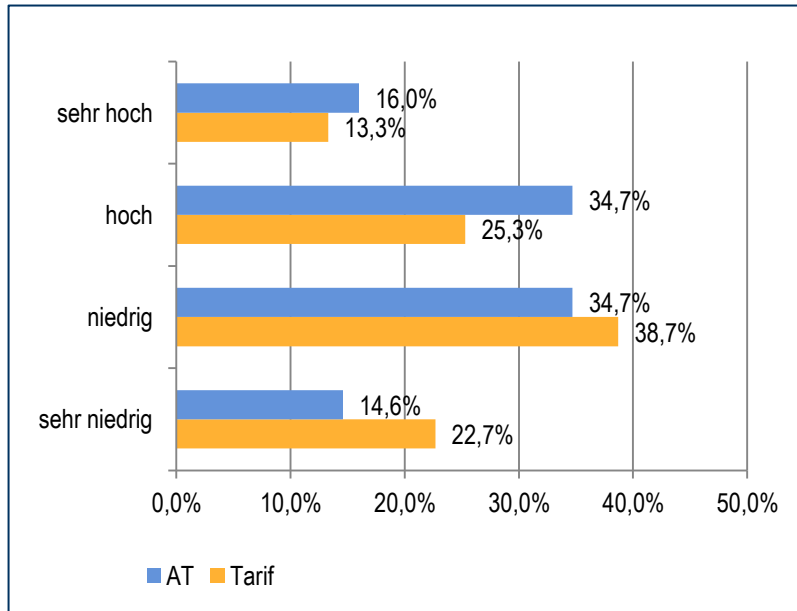


Ergebnis

- » Deferred Compensation ist weit verbreitet (> 72 %).
- » Die Verbreitung fällt bei den AT-Mitarbeitern deutlich höher aus als bei den tariflichen Mitarbeitern.

Altersversorgung – Kosten im Verhältnis zum wahrgenommenen Nutzen

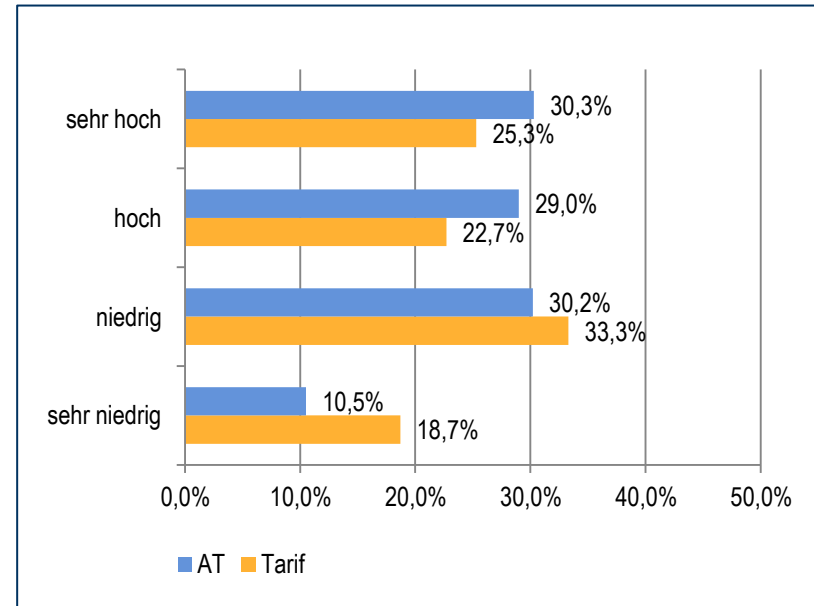
im Hinblick auf Gewinnung neuer Mitarbeiter



Ergebnis

- » AT-Mitarbeiter: Kosten und wahrgenommener Nutzen gleichen sich in etwa aus.
- » Tarif-Mitarbeiter: positive Kosten-Nutzen-Relation.

im Hinblick auf Bindung vorhandener Mitarbeiter

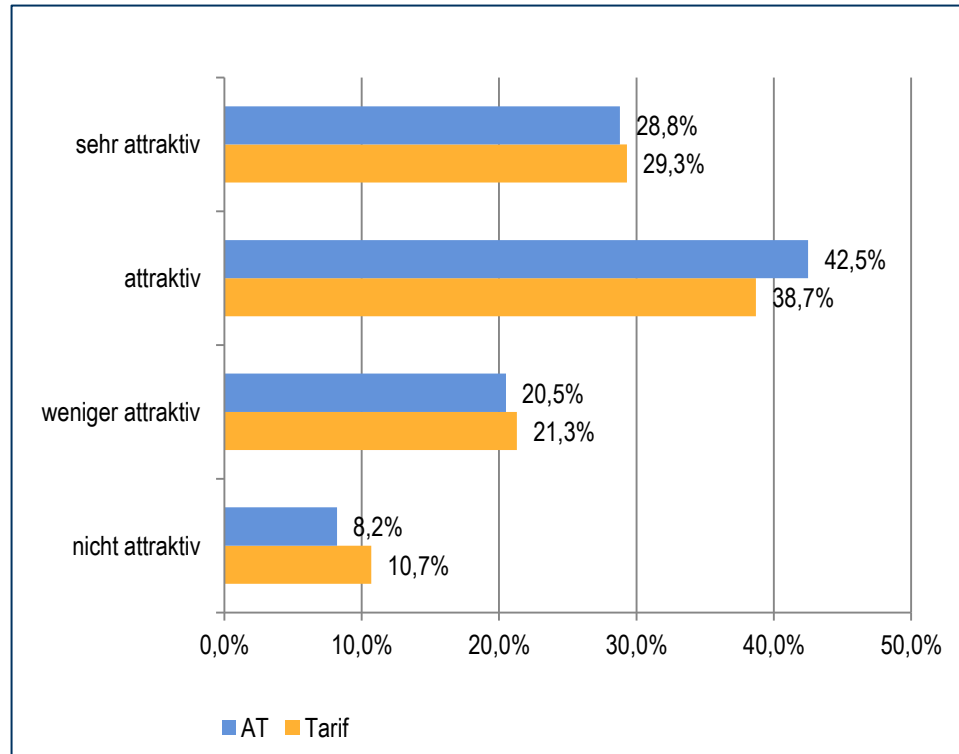


Ergebnis

- » AT-Mitarbeiter: Kosten übersteigen wahrgenommener Nutzen.
- » Tarif-Mitarbeiter: ausgeglichene Kosten-Nutzen-Relation.

Attraktivität der gewährten Altersversorgung

Einschätzung



Ergebnis

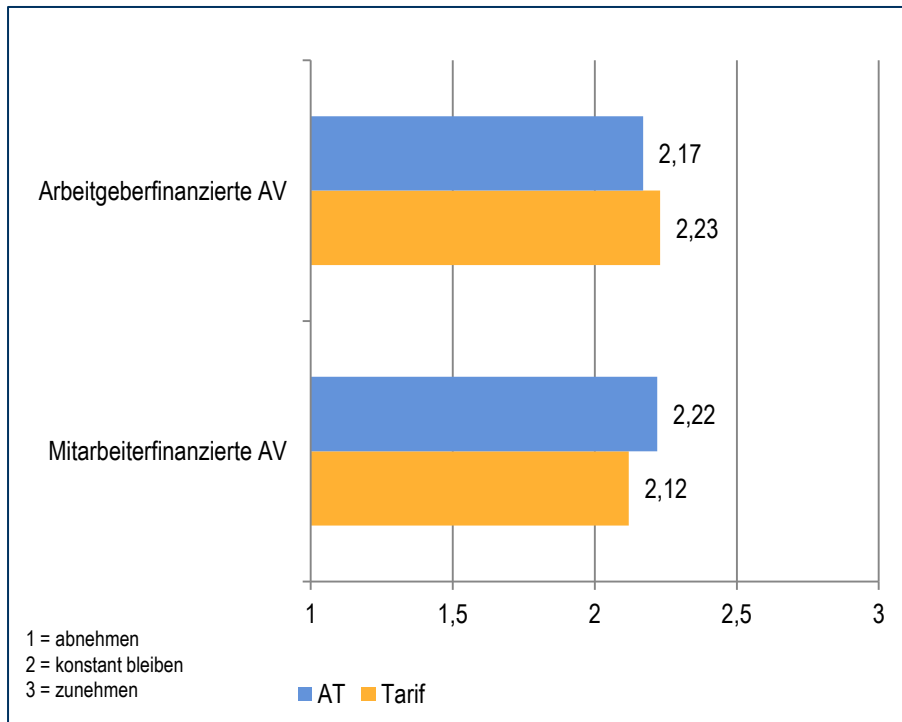
- » Mehr als zwei Drittel der Teilnehmer sind der Meinung, dass die Mitarbeiter ihres Unternehmens die betriebliche Altersversorgung als attraktiv einschätzen.

Kommentar

- » Hohe Attraktivitätswerte bei den Mitarbeitern korrespondiert nur bedingt mit Nutzen für die Bindung.

Trendaussagen Altersversorgung

Erwartungen für die nächsten fünf Jahre



Ergebnis

- » Die Teilnehmer gehen davon aus, dass die betriebliche Altersversorgung als wichtiger Bestandteil der Vergütungspolitik in ihrer Bedeutung weitestgehend konstant bleiben wird.

Kommentar

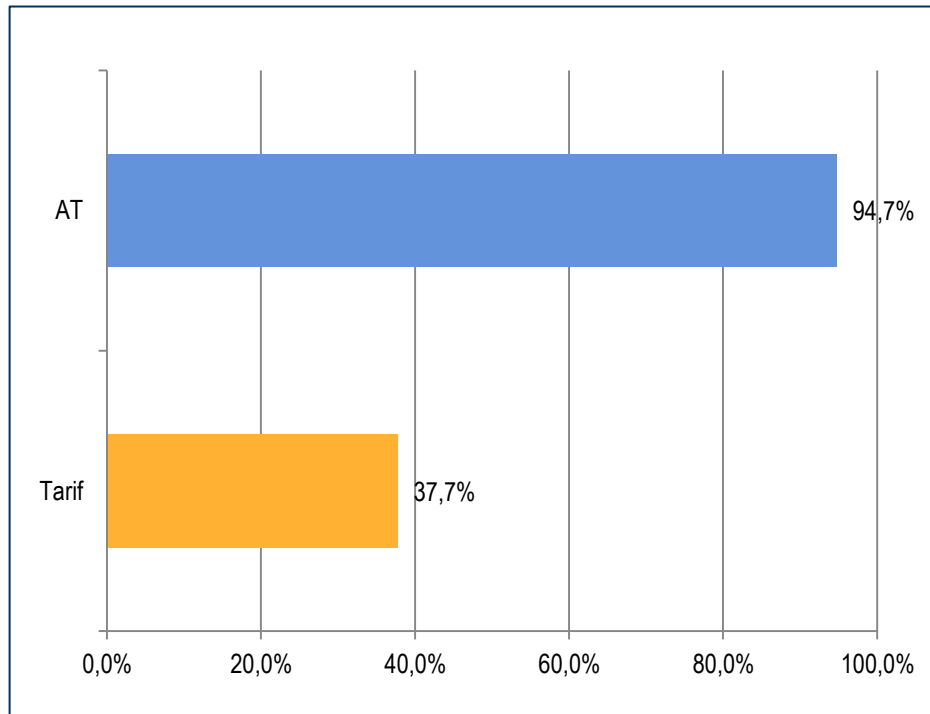
- » Eine attraktive Altersversorgung ist Standard.
- » Kosten-Nutzen-Relation ist zu überprüfen und ggf. zu optimieren.

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Dienstwagen

Verbreitung



Erläuterung

- » Die Werte (94,7 % und 37,7 %) bedeuten, dass bei diesen Prozentsätzen von teilnehmenden Unternehmen teilweise Dienstwagen an Mitarbeiter (AT und/oder Tarif) gewährt werden; die Werte bedeuten nicht, dass z. B. 37,7 % der Tarif-Mitarbeiter einen Dienstwagen zur Verfügung gestellt bekommen.

Ergebnis

- » Der überwiegende Teil der befragten Unternehmen überlässt an Mitarbeitern/Mitarbeitergruppen Dienstwagen.
- » Die Verbreitung bei den AT-Mitarbeitern ist deutlich höher als bei den tariflichen Mitarbeitern.

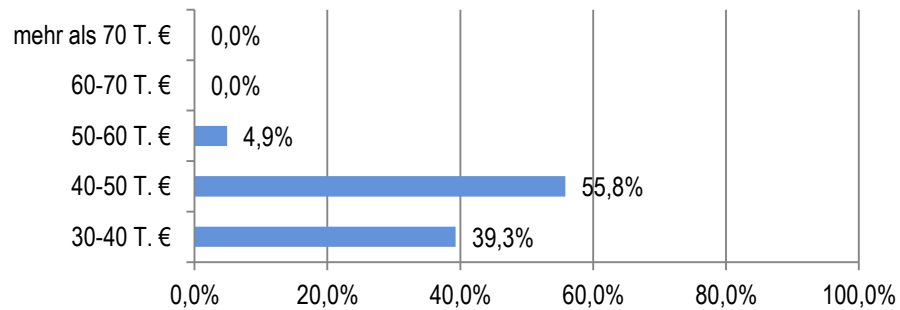
Kommentar

- » Gehört zu den Standardzusatzleistungen von Unternehmen für den AT Bereich.
- » Differenzierungsmöglichkeiten ergeben sich durch individuelle Gestaltungsmöglichkeiten für die Mitarbeiter.

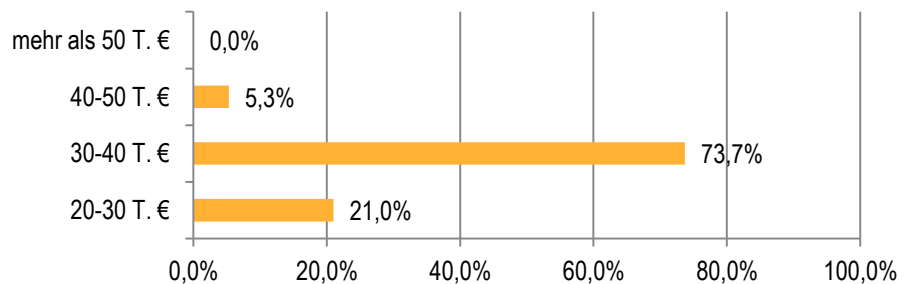
Dienstwagen

Durchschnittliches Anschaffungskostenbudget (Bruttolistenpreise inkl. MwSt.)

AT-Mitarbeiter



Tarif-Mitarbeiter

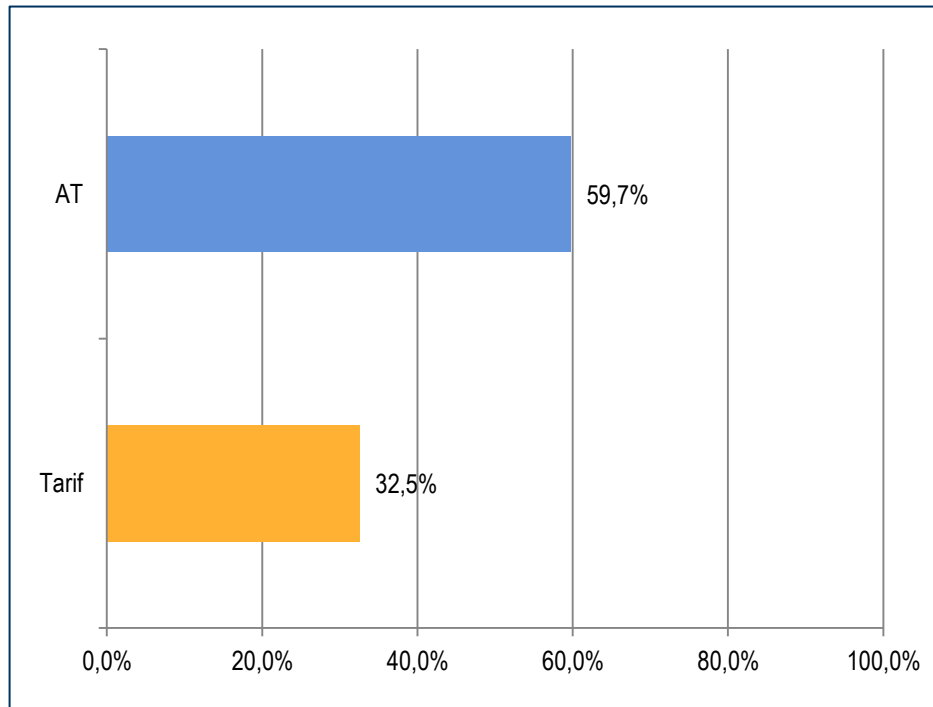


Ergebnis

- » Bei den AT-Mitarbeitern werden überwiegend Dienstwagen zu einem Anschaffungskostenbudget von 50-60 T. €, bei tariflichen Mitarbeitern von 30-40 T. € angeschafft.
- » Die durchschnittliche Leasingrate (in € pro Monat) bei AT-Mitarbeitern beträgt knapp 900 € bei Full-Service und etwa 450 € bei reinem Finanzierungsleasing.
- » Etwa die Hälfte der AT- Mitarbeiter und knapp 40 % der Tarif-Mitarbeiter haben freie Hand bei der Auswahl von Marke und Typ.

Dienstwagen

Aufstockung des Anschaffungskostenbudgets durch Eigenanteil und Car Allowance

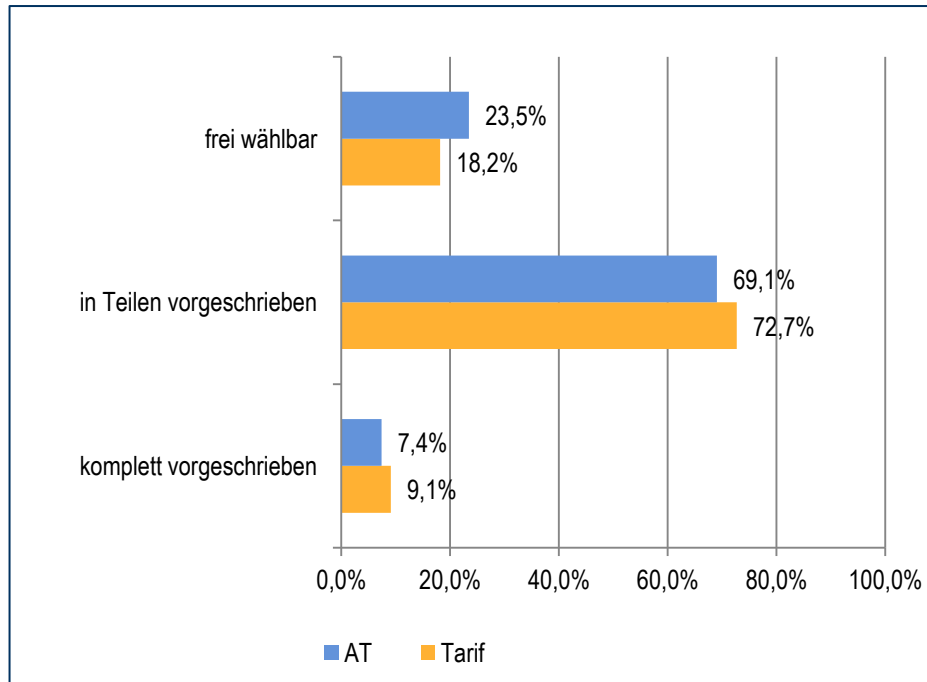


Ergebnis

- » Knapp 60 % der Unternehmen erlauben, die Anschaffungskostenbudgets an Dienstwägen durch einen privaten Anteil aufzustocken.
- » Bei den tariflichen Mitarbeitern wird dies nur knapp einem Drittel gewährt.
- » Im Teilnehmerfeld ist die Gewährung einer Car Allowance bislang nicht verbreitet

Dienstwagen

Ausstattung

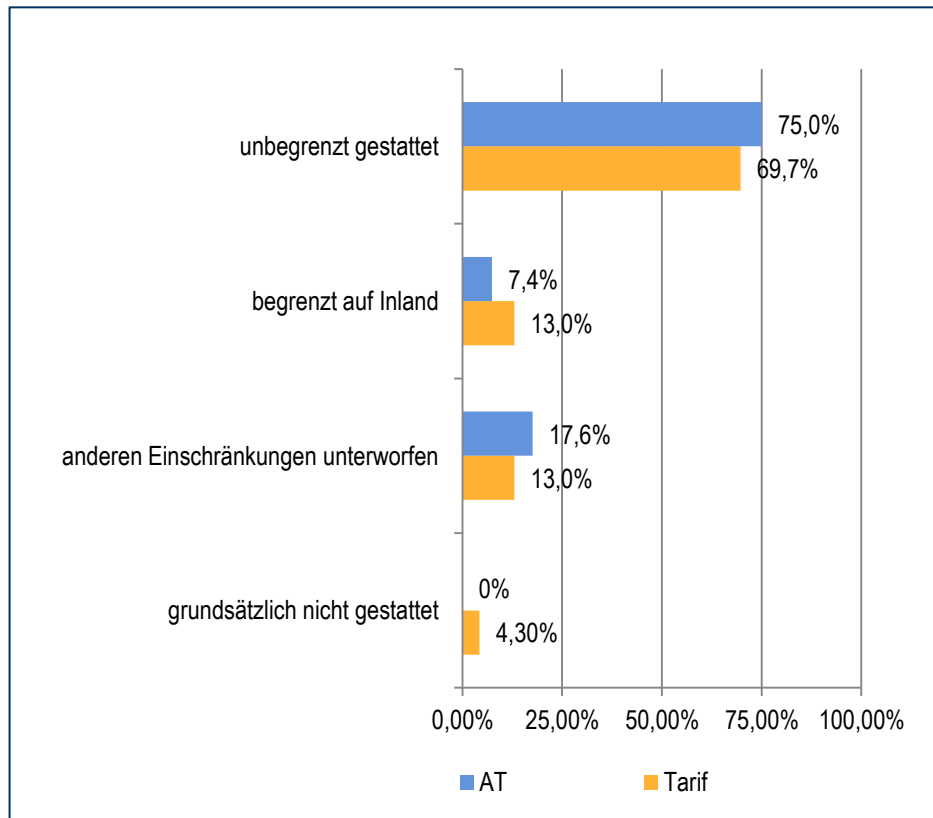


Ergebnis

- » Mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen schreiben die Dienstwagenausstattung nur in Teilen vor.
- » Die Ausstattung komplett vorzuschreiben stellt die Ausnahme dar.

Dienstwagen

Privatnutzung – Verbreitung und Beitrag

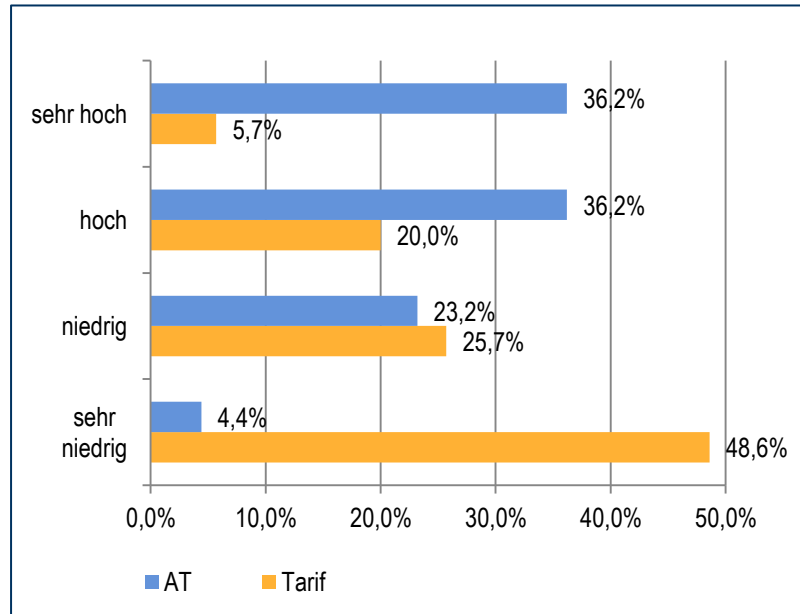


Ergebnis

- » Knapp 75 % der befragten Unternehmen gestatten die Privatnutzung des Dienstwagens unbegrenzt.
- » Ein Verbot der privaten Nutzung ist die Ausnahme.
- » Die Regelungen, welchen Beitrag die Mitarbeiter zur Privatnutzung ihres Dienstwagens leisten müssen, sind in der Praxis recht heterogen. Am häufigsten verbreitet ist die Zahlung eines Pauschalbetrages oder Gehaltsverzicht (31,7), gefolgt von Zahlung eines Kilometergeldes ab einer bestimmten Höhe (27,8 %), Übernahme der Benzinkosten für Privatkilometer (22,7 %) und Zahlung eines Kilometergeldes für Privatkilometer (18,2 %).

Dienstwagen – Kosten im Verhältnis zum wahrgenommenen Nutzen

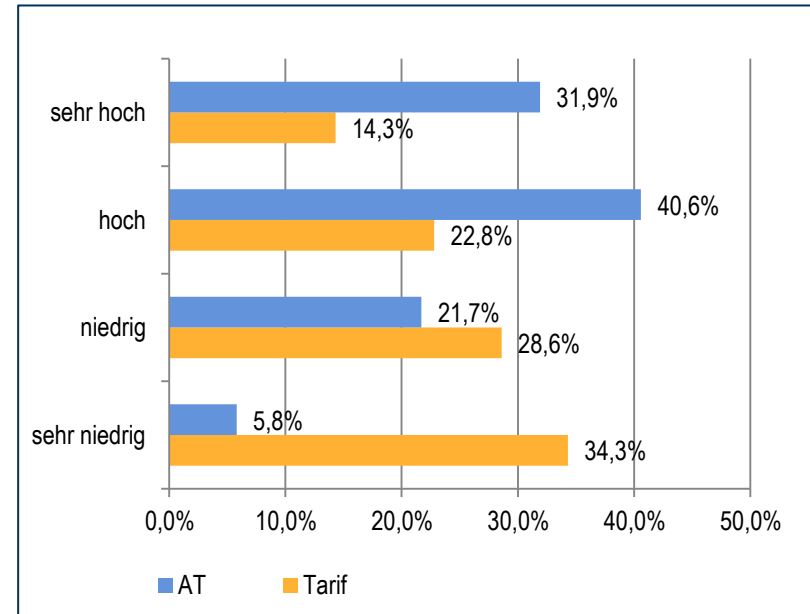
im Hinblick auf Gewinnung neuer Mitarbeiter



Ergebnis

- » AT-Mitarbeiter: wahrgenommener Nutzen im Vergleich zu den Kosten wird als sehr niedrig eingeschätzt.
- » Tarif-Mitarbeiter: positive Kosten-Nutzen-Relation.

im Hinblick auf Bindung vorhandener Mitarbeiter

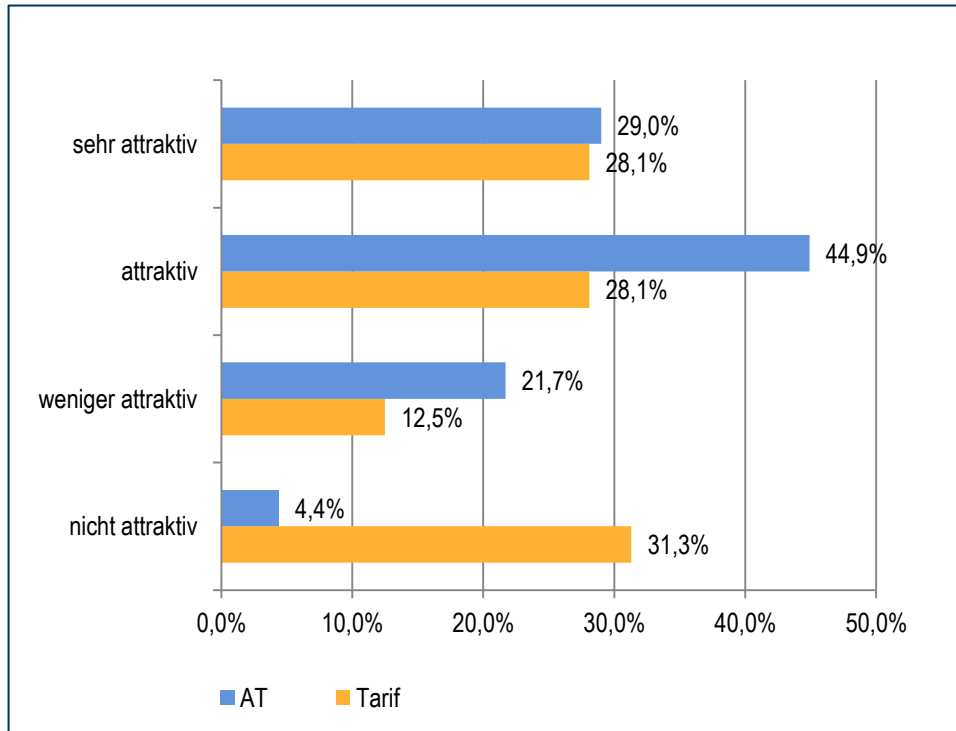


Ergebnis

- » AT-Mitarbeiter: wahrgenommener Nutzen wird als sehr gering eingeschätzt.
- » Tarif-Mitarbeiter: positive Kosten-Nutzen-Relation.

Attraktivität der Dienstwagenregelung

Einschätzung



Ergebnis

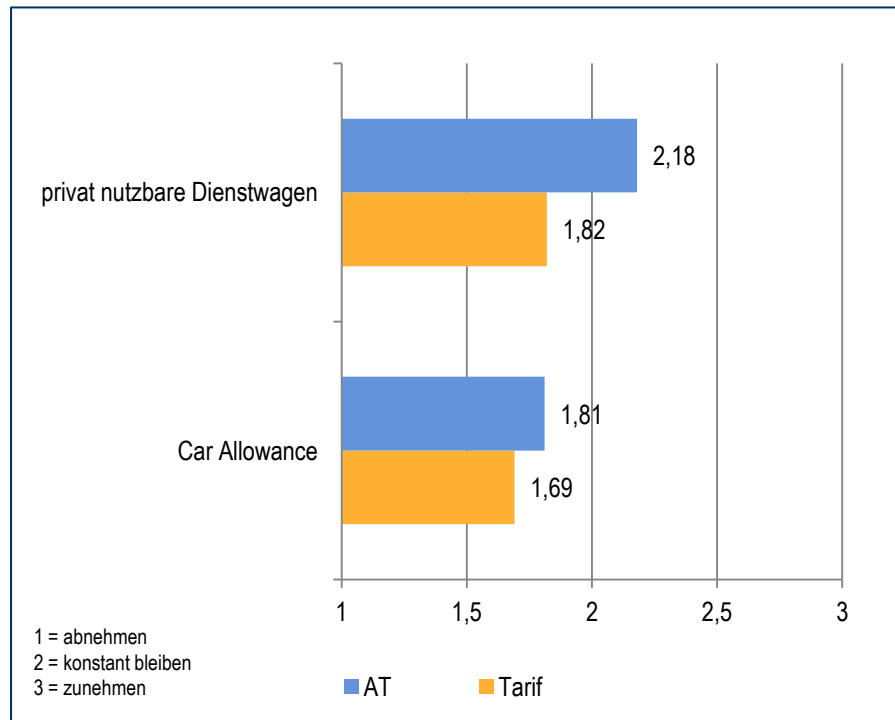
- » Knapp 74 % der Unternehmen halten die Dienstwagenregelung für AT-Mitarbeiter für attraktiv oder sogar sehr attraktiv. Bei den Tarif-Mitarbeitern gilt dies für rund 56 %.

Kommentar

- » Eine attraktive Altersversorgung ist Standard.
- » Kosten-Nutzen-Relation ist zu überprüfen und ggf. zu optimieren.

Trendaussagen Dienstwagen

Erwartungen für die nächsten fünf Jahre



Ergebnis

- » Minimale Zunahme der Bedeutung für AT-Mitarbeiter
- » Insgesamt wird erwartet, dass der Dienstwagen in seiner Bedeutung konstant bleiben wird.
- » Car Allowance: leicht abnehmend

Kommentar

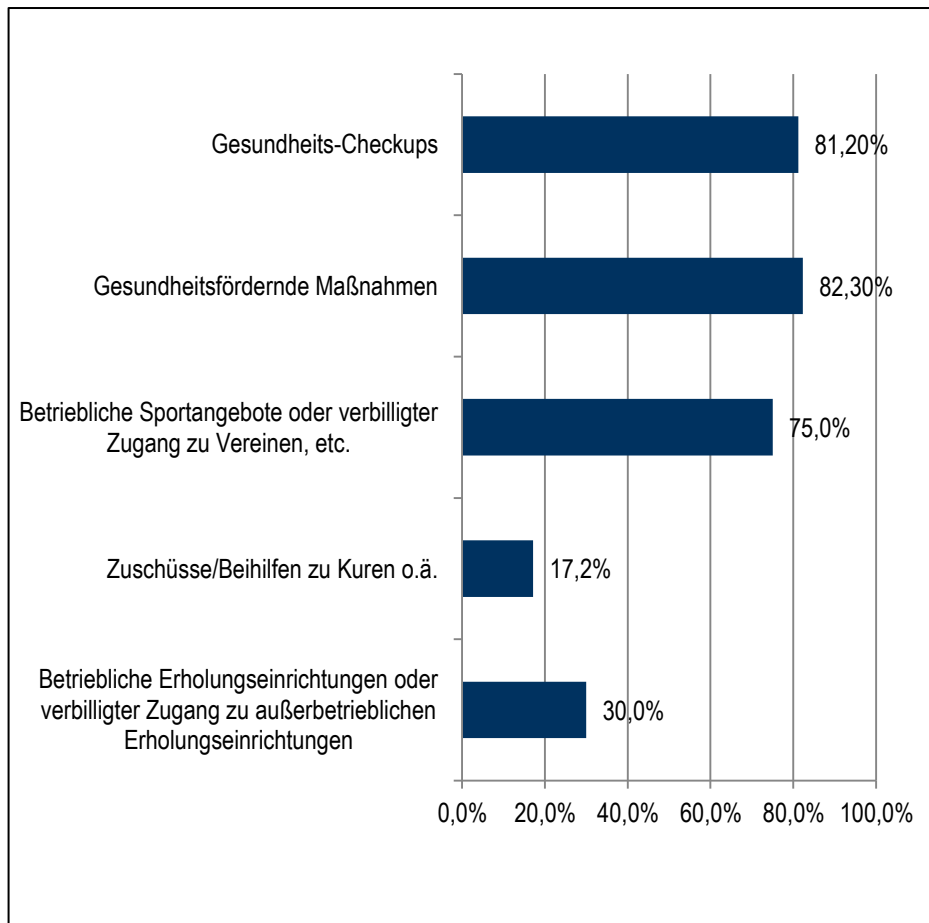
- » Konstante Bedeutung, da Standardleistung.
- » Kosten-Nutzen-Relation ist zu überprüfen und ggf. zu optimieren.

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Angebote zu Health Care

Verbreitung und weitere Maßnahmen



Ergebnis

- » Weit verbreitet sind Gesundheits-Checkups, gesundheitsfördernde Maßnahmen sowie betriebliche Sportangebote.
- » Weniger üblich sind Zuschüsse/Beihilfen zu Kuren und Zugang zu Erholungseinrichtungen.
- » Maximale Durchschnittskosten der einzelnen Maßnahmen pro Mitarbeiter und Jahr betragen bei etwa zwei Dritteln der Teilnehmer unter 250 €, bei knapp einem Drittel unter 500 €.

Weitere genannte gesundheitsfördernde Maßnahmen:

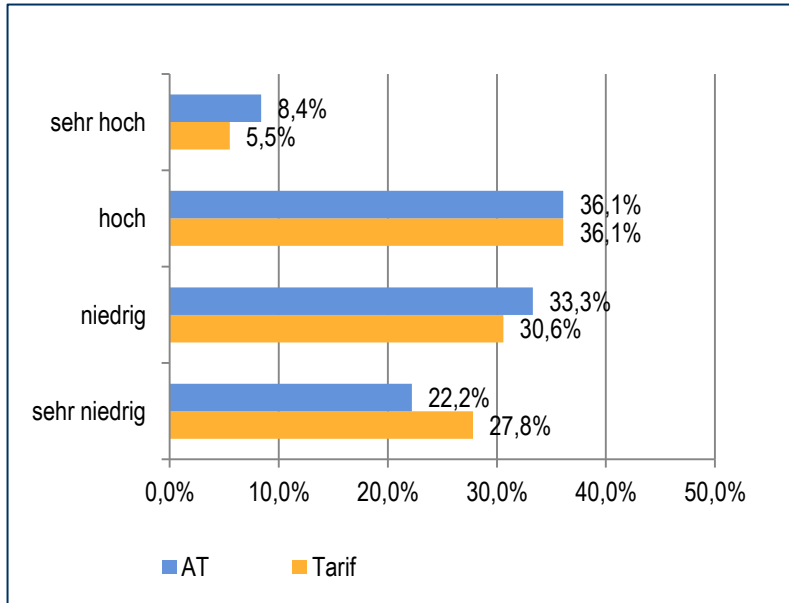
- » Angebote zur Unterstützung bei der Raucherentwöhnung
- » Bereitstellung oder Bezuschussung von frischem Obst und Getränken
- » Gesundheitstage/-aktionen mit verschiedensten Vorsorgeuntersuchungen Informationen und/oder Gripeschutzimpfung
- » optimale (insbesondere rückschonende) Ausgestaltung von Arbeitsplätzen.

Häufig genannt extra Leistungen, die nur für AT-Mitarbeiter gelten:

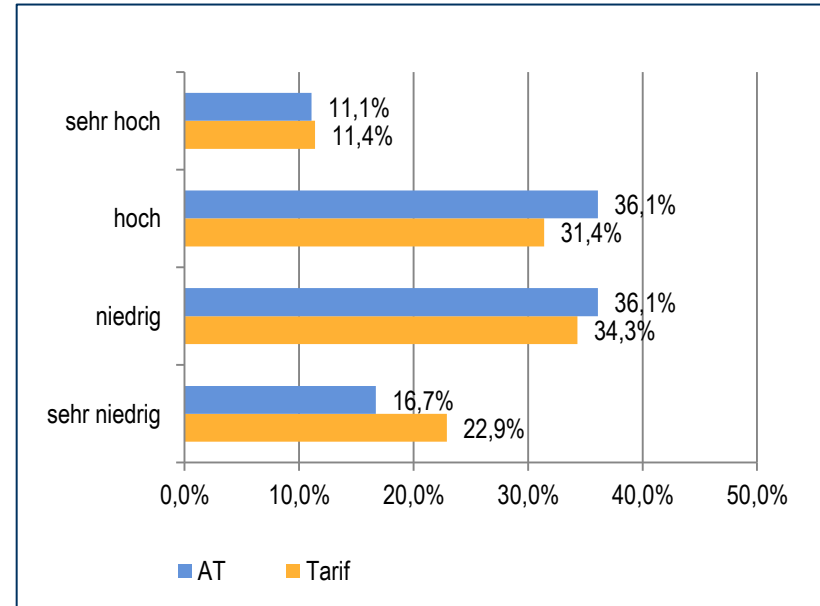
- » gesonderte häufigere Gesundheits-Checkups
- » Seminare zu Work-Life-Balance

Health Care – Kosten im Verhältnis zum wahrgenommenen Nutzen

im Hinblick auf Gewinnung neuer Mitarbeiter



im Hinblick auf Bindung vorhandener Mitarbeiter

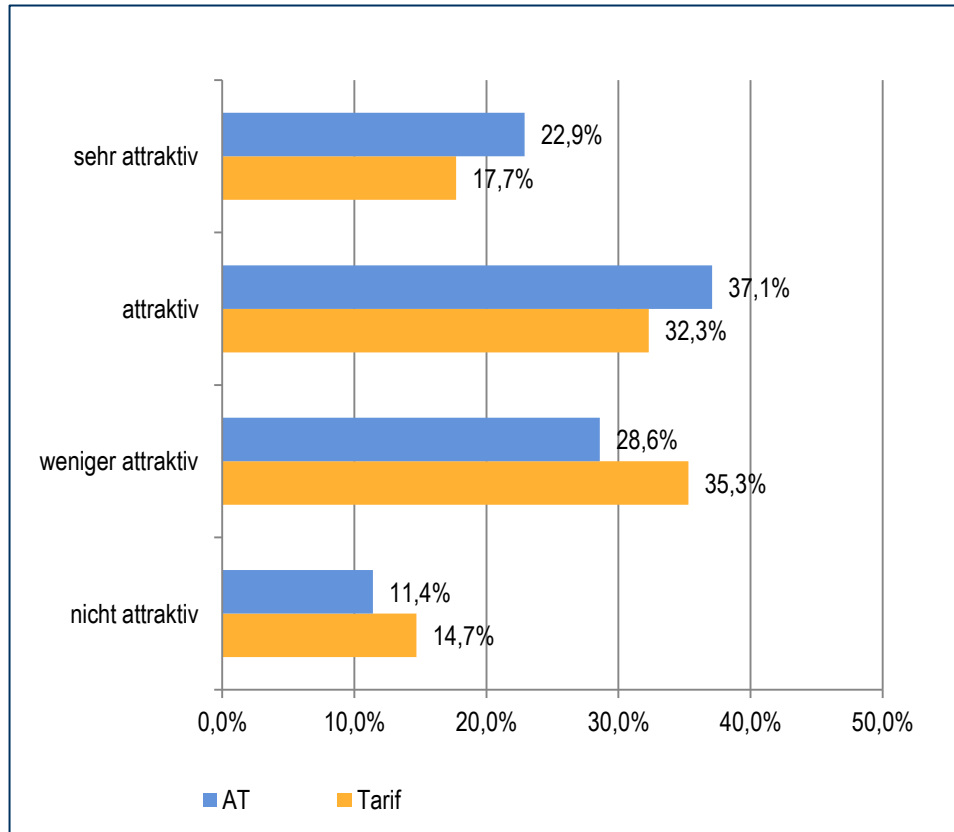


Ergebnis

- » Bei AT-Mitarbeitern überwiegt der wahrgenommene Nutzen die Kosten für die Gewinnung; bei der Bindung ist die Kosten-Nutzen-Relation neutral.
- » Für tarifliche Mitarbeiter ist die Kosten-Nutzen-Relation positiv sowohl bei der Gewinnung als auch für die Bindung.

Attraktivität der Angebote zu Health Care

Einschätzung



Ergebnis

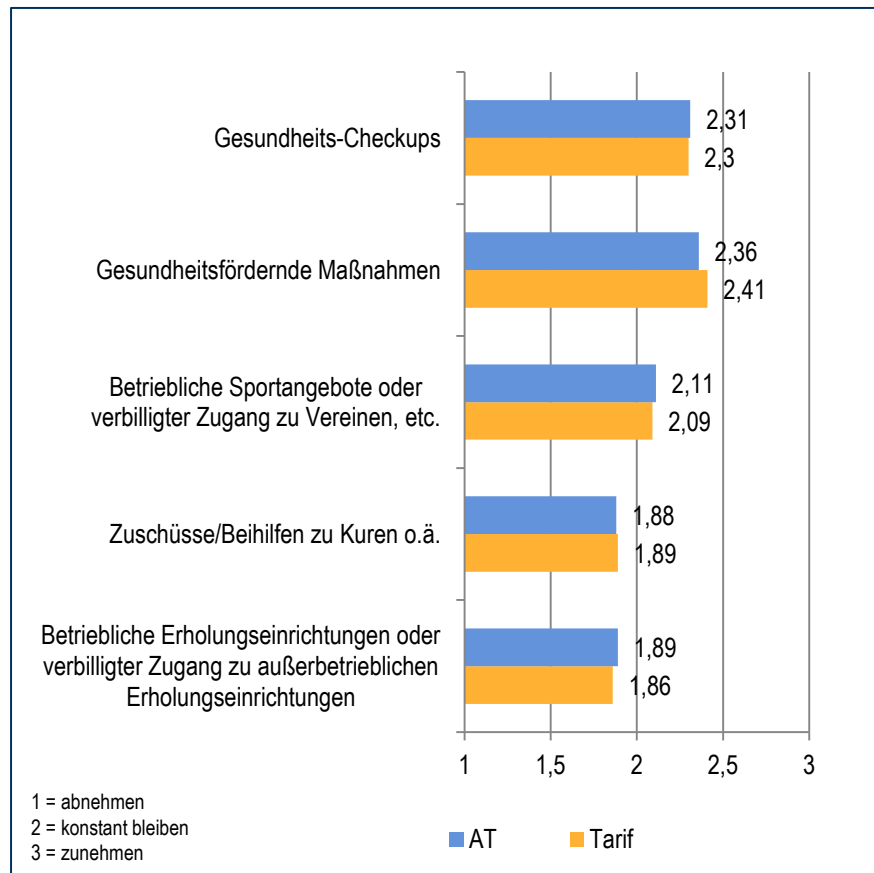
- » Genau 60 % der AT-Mitarbeiter halten die betrieblichen Angebote im Bereich Health Care für attraktiv oder sogar sehr attraktiv. Bei den Tarif-Mitarbeitern gilt dies für knapp 50 %.

Kommentar

- » Hohe Attraktivität des Benefits in Verbindung mit positiver Kosten-Nutzen-Relation und geringer Verbreitung: Health Care als Chance zum Wettbewerbsvorteil.

Trendaussagen Health Care

Erwartungen für die nächsten fünf Jahre



Ergebnis

- » Bedeutungszunahme von Gesundheitscheckups und anderen gesundheitsfördernden Maßnahmen wird erwartet.
- » Zuschüsse/Beihilfen zu Kuren sowie die Bedeutung von betrieblichen Erholungseinrichtungen werden tendenziell abnehmend eingeschätzt.

Kommentar

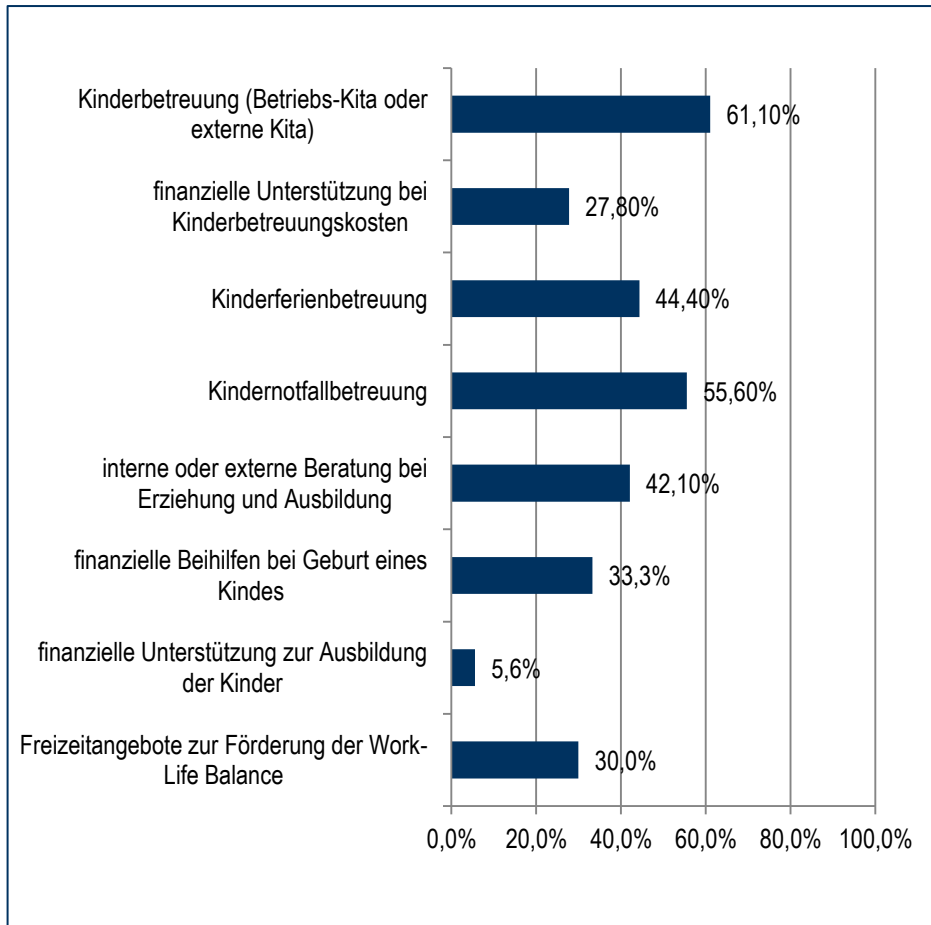
- » Nicht für alle Instrumente im Bereich Health Care wird eine Zunahme der Bedeutung erwartet.
- » Zielgruppenspezifische Akzentuierung bei Gewinnung und Bindung in der Wettbewerbspositionierung.

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Angebote zur Work-Life-Balance

Verbreitung familienorientierter Angebote zur Work-Life-Balance und Urlaubstage

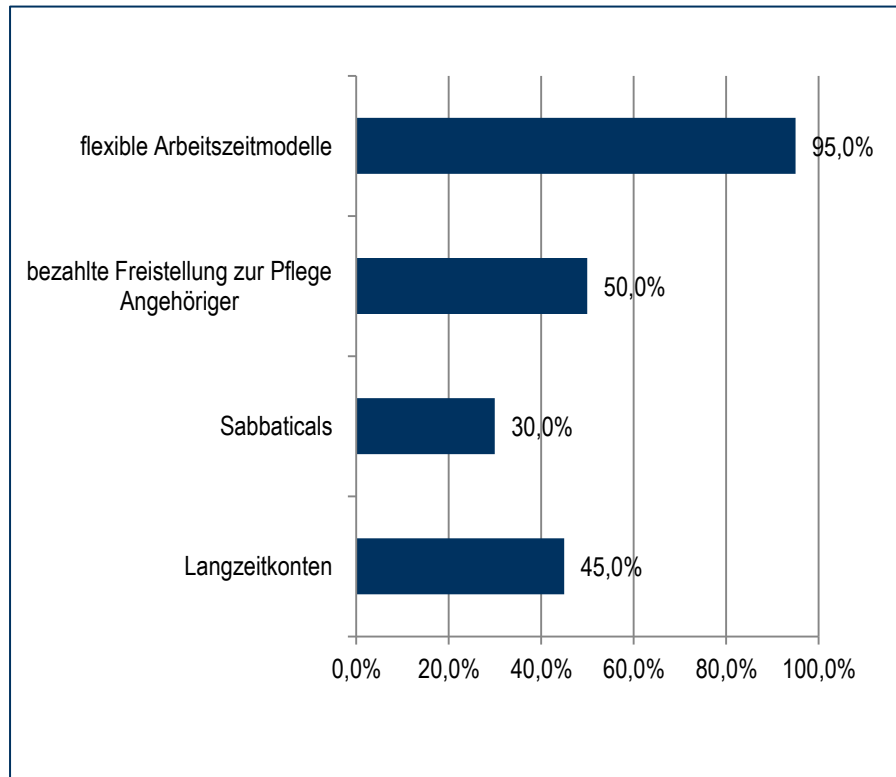


Ergebnis

- » Weit verbreitet sind Angebote zur Kinderbetreuung in Kitas und Kindernotfallbetreuung
- » Häufig angeboten werden auch Angebote zur Kinderferienbetreuung, Beratung zur Erziehung.
- » Selten (5,6 % der teilnehmenden Unternehmen) erhalten die Mitarbeiter finanzielle Unterstützung zur Ausbildung der Kinder.
- » Standardmäßig werden tarifliche 28-30 Urlaubstage gewährt.

Angebote zur Work-Life-Balance

Angebote zur Flexibilisierung der Arbeitszeit



Ergebnis

Bei den Unternehmen, die Angebote zu Work-Life-Balance anbieten, gilt:

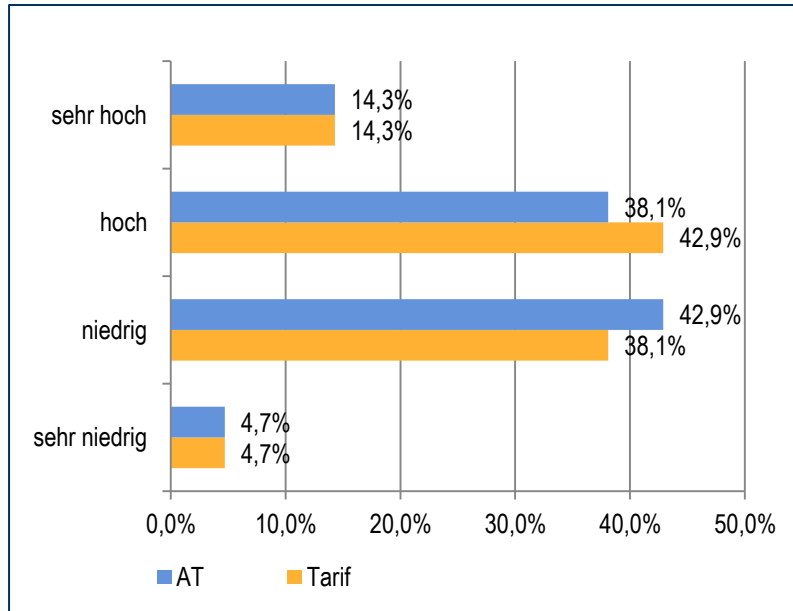
- » Flexible Arbeitszeitmodelle gehören zum Standard.
- » Knapp ein Drittel der Teilnehmer bietet seinen Mitarbeitern die Möglichkeit von Sabbaticals.
- » Bezahlte Freistellung zur Pflege Angehöriger und Langzeitkonten sind teilweise angeboten (überwiegend bis zu 10 Tage, teilweise bis 30 Tage).

Kommentar

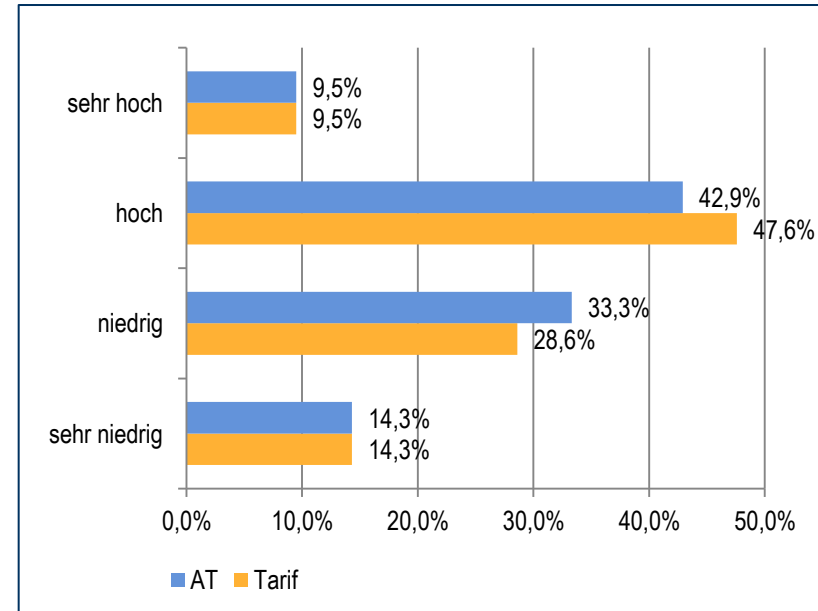
- » Breites Instrumentarium vorhanden, um individuellen Lebenslagen gezielt gerecht zu werden.

Work-Life-Balance – Kosten im Verhältnis zum wahrgenommenen Nutzen

im Hinblick auf Gewinnung neuer Mitarbeiter



im Hinblick auf Bindung vorhandener Mitarbeiter

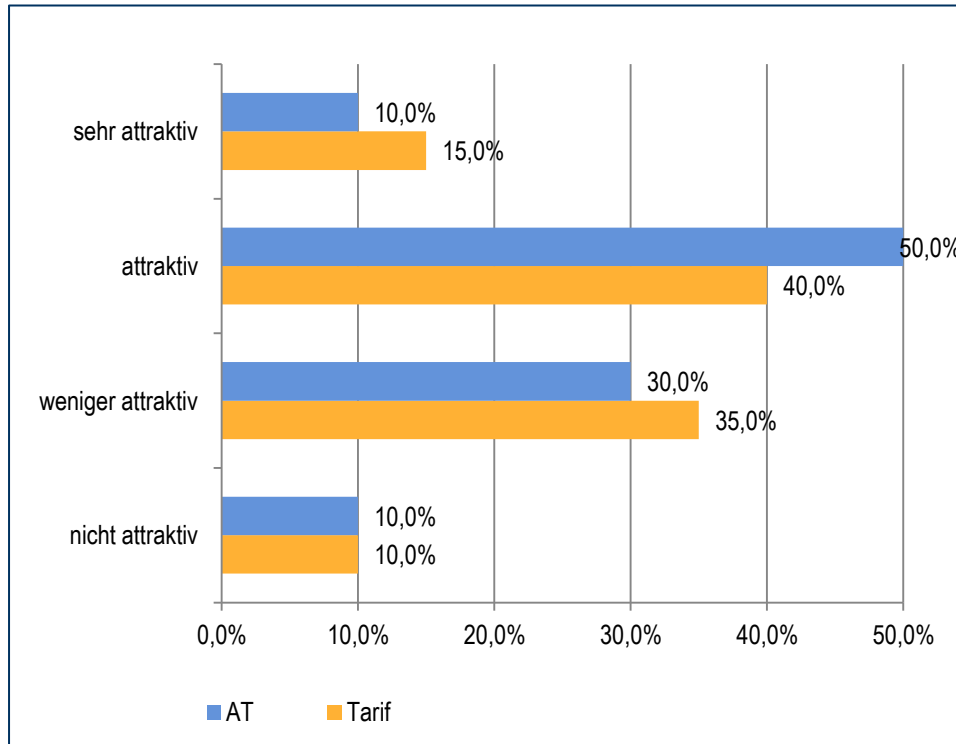


Ergebnis

- » Heterogene Wahrnehmung der Kosten-Nutzen-Relation. Etwa die Hälfte der Unternehmen sieht einen Nutzen aus den Maßnahmen zu Work-Life-Balance, die andere nicht.
- » Bei AT-Mitarbeitern: Kosten und Nutzen gleichen sich aus.
- » Bei Tarif-Mitarbeitern: Angebote zu Work-Life-Balance werden als tendenziell unrentabel empfunden.

Attraktivität der Angebote zur Work-Life-Balance

Einschätzung

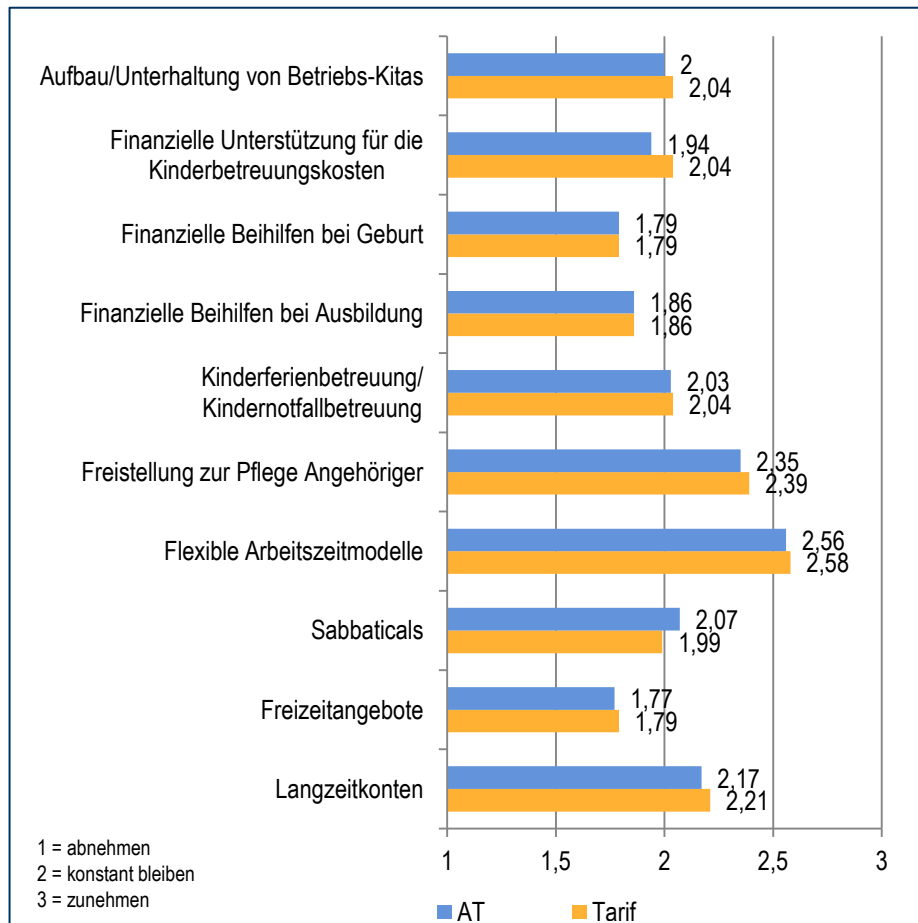


Ergebnis

- » Der überwiegende Teil der befragten Unternehmen geht von einer positiven Bewertung der Angebote zur Work-Life-Balance seitens seiner Mitarbeiter aus.

Trendaussagen Work-Life-Balance

Erwartungen für die nächsten fünf Jahre



Ergebnis

- » Es wird eine Zunahme der Bedeutung von flexiblen Arbeitszeitmodellen, der Freistellung zur Pflege anderer und Langzeitkonten erwartet.
- » Bei finanzielle Beihilfen zur Geburt und Ausbildung sowie Freizeitangebote zeigt die Tendenz nach unten.

Kommentar

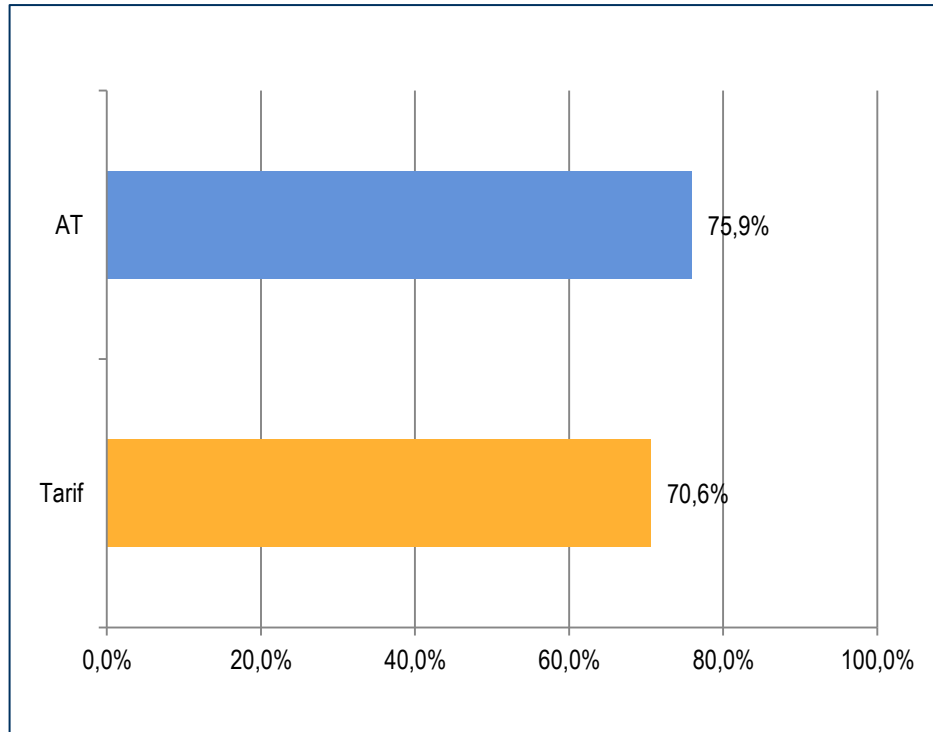
- » Differenzierung im Wettbewerb wird über Modelle gehen, die Mitarbeitern Vorteile in ihrer individuellen Lebensgestaltung geben.

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Entgeltfortzahlung

Verbreitung

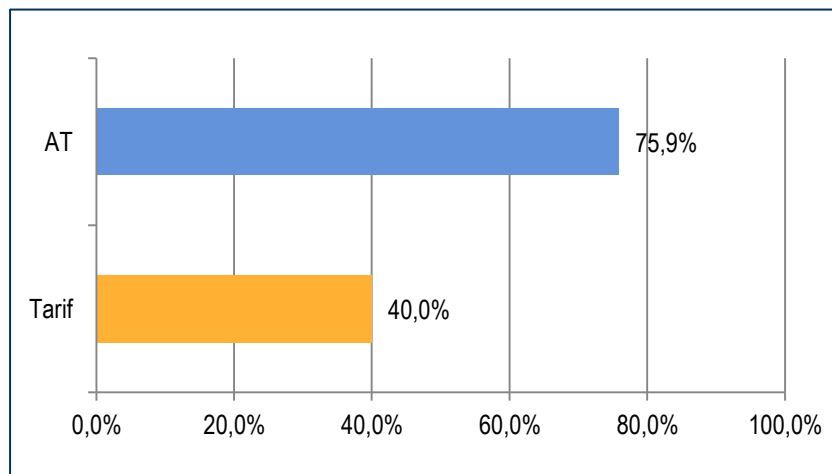


Ergebnis

- » Bei knapp drei Vierteln der teilnehmenden Unternehmen gibt es Regelungen zur Entgeltfortzahlung bzw. Zuschussung des Krankengeldes bei Krankheit oder Tod.

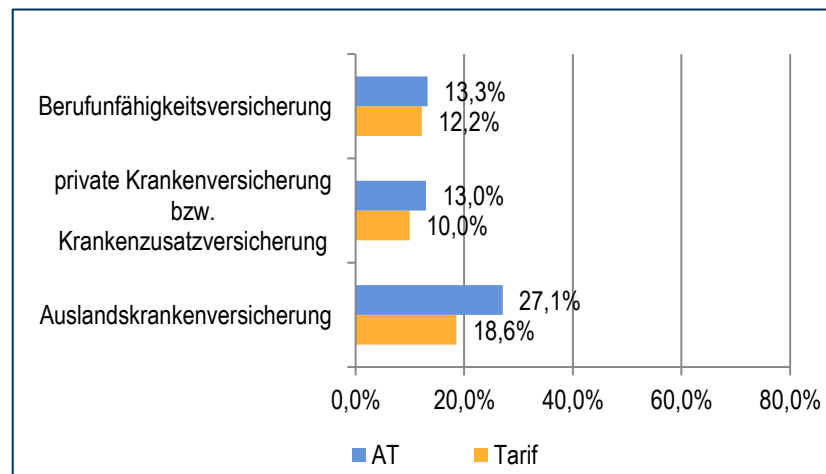
Versicherungen

Unfallversicherung (auch für den privaten Bereich) und weitere Versicherungsleistungen



Ergebnis

- » Während eine Unfallversicherung bei AT-Mitarbeitern weit verbreitet ist (> 75 %), wird sie dem überwiegenden Teil der tariflichen Mitarbeiter (60 %) nicht gewährt.
- » Die Höhe der Versicherungssumme in € (Angaben im Durchschnitt pro Mitarbeiter) beträgt bei Invalidität (bei Tod)
 - » AT: rund 200 Tsd. € (rund 120 Tsd. €)
 - » Tarif: rund 60 Tsd. € (rund 30 Tsd. €)

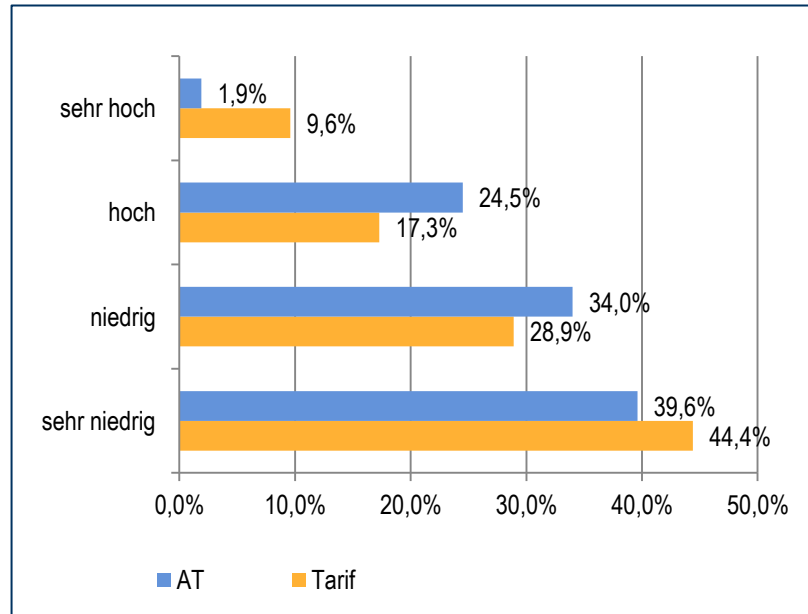


Ergebnis

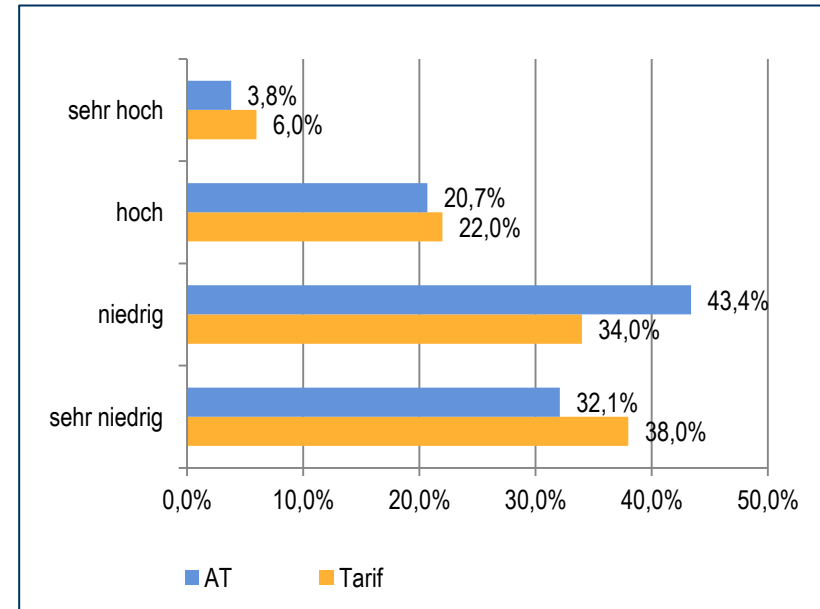
- » Knapp ein Viertel des Teilnehmerkreises bietet seinen Mitarbeitern eine Auslandskrankenversicherung.
- » Weitere Versicherungsleistungen werden kaum gewährt.

Entgeltfortzahlung und Versicherung – Kosten im Verhältnis zum wahrgenommenen Nutzen

im Hinblick auf Gewinnung neuer Mitarbeiter



im Hinblick auf Bindung vorhandener Mitarbeiter

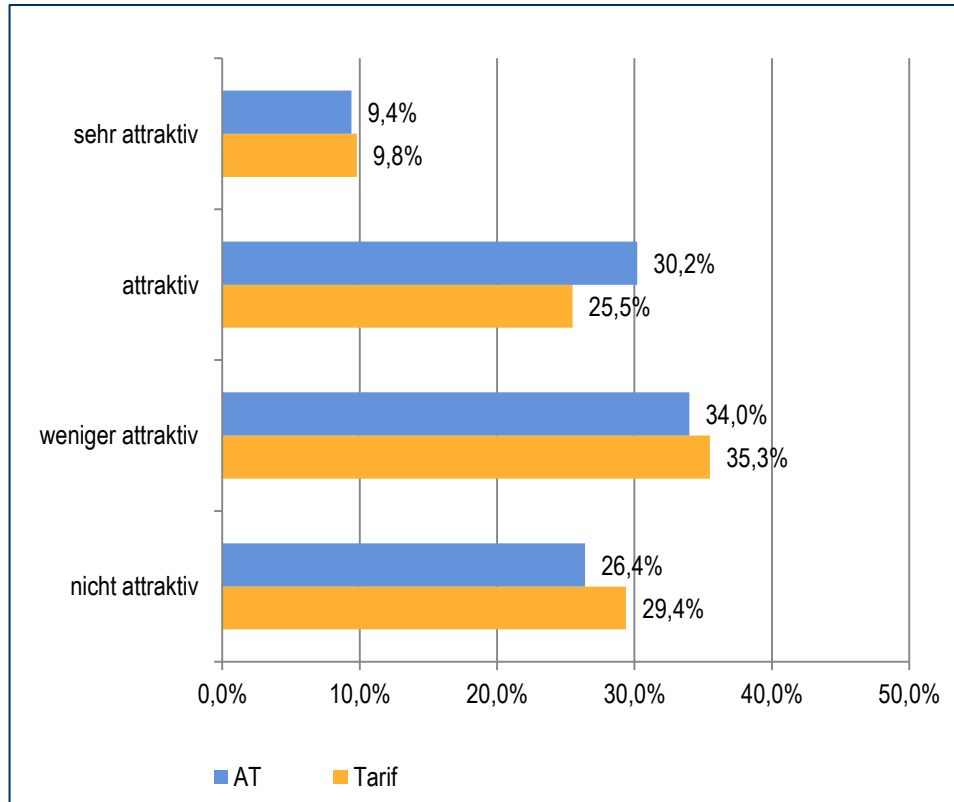


Ergebnis

- » Sowohl im Hinblick auf die Gewinnung neuer Potentiale als auch im Hinblick auf die Bindung vorhandener Performer werden die Kosten in Relation zum wahrgenommenen Nutzen als sehr gering eingeschätzt. Dies gilt sowohl für AT- als auch für Tarif-Mitarbeiter.

Attraktivität der Angebote zu Entgeltfortzahlung und Versicherungen

Einschätzung



Ergebnis

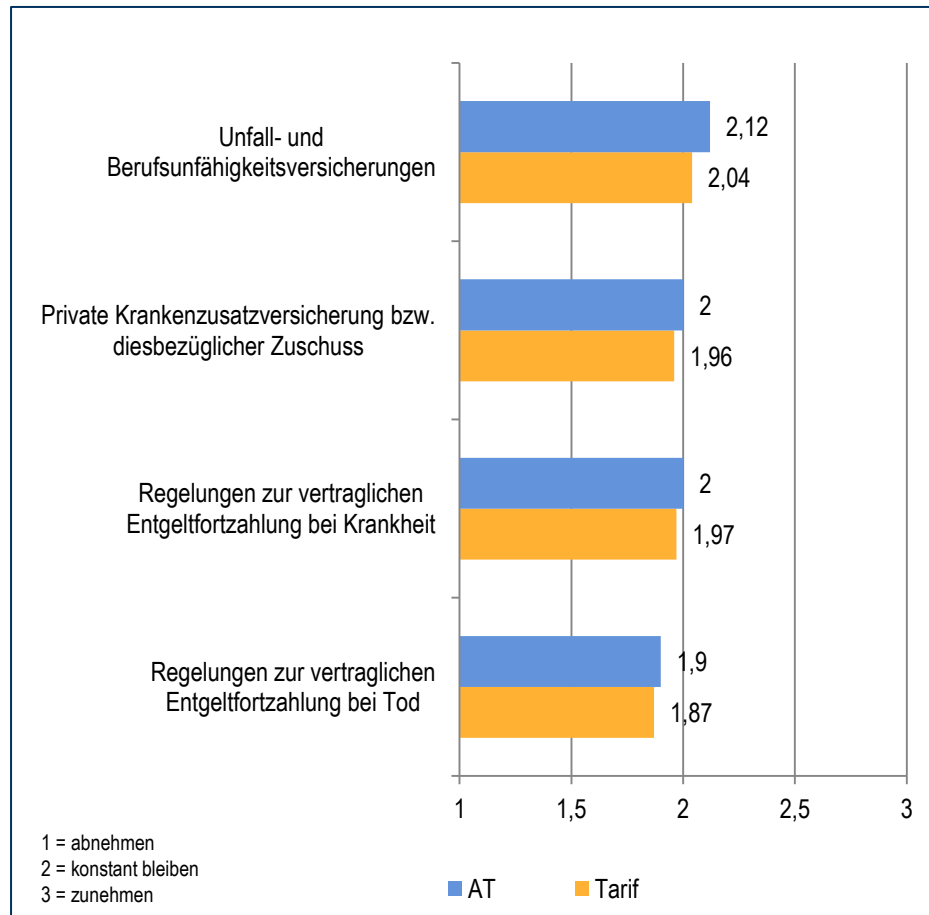
- » Über 60 % der befragten Unternehmen geht davon aus, dass die Mitarbeiter die Angebote zu Entgeltfortzahlung und Versicherungen weniger oder nicht attraktiv finden.

Kommentar

- » Entgeltfortzahlung und Versicherung bietet kaum Differenzierungspotential im Wettbewerb, da Standardleistung.
- » Positiver Kosten-Nutzen-Relation, aber auch geringe Attraktivität für die Mitarbeiter.

Trendaussagen Entgeltfortzahlung und Versicherungen

Erwartungen für die nächsten fünf Jahre



Ergebnis

- » Die Teilnehmer erwarten, dass sich die Angebote zu Entgeltfortzahlung und Versicherungen in ihrer Bedeutung nicht verändern.

Kommentar

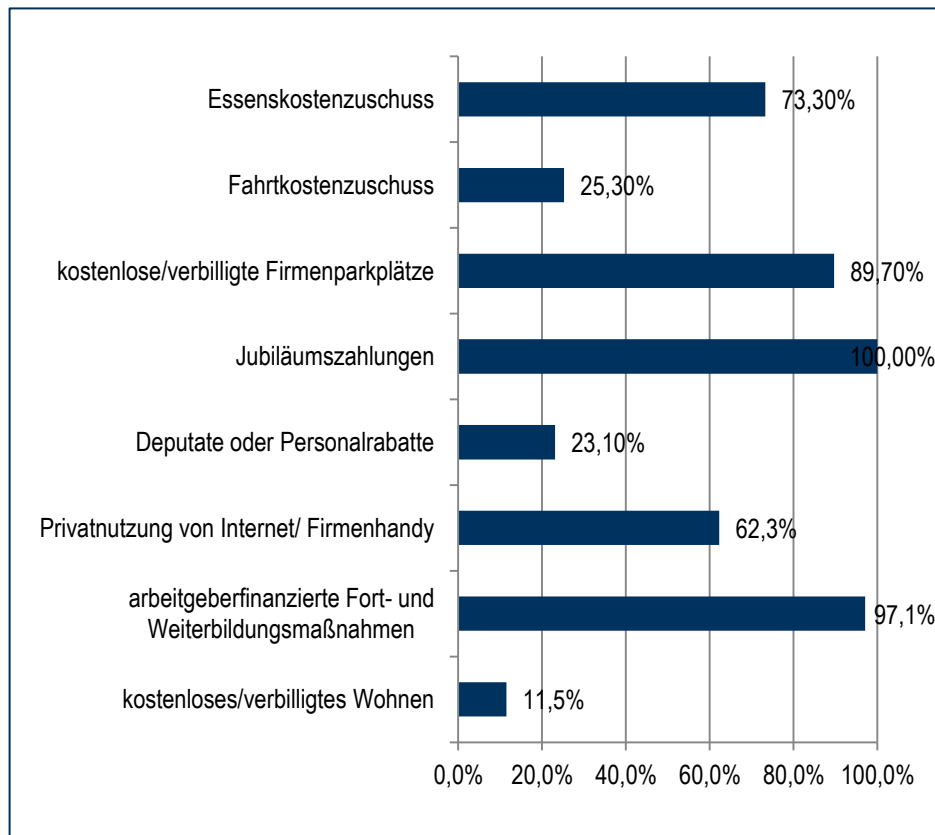
- » Konstante bzw. leicht abnehmende Bedeutung trotz Kosteneffizienz resultiert aus der niedrigen Attraktivität in Verbindung mit geringem Differenzierungspotential.
- » Empfehlung: Bei Marktüblichkeit kein Handlungsbedarf.

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trendaussagen 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Sonstige Benefits

Verbreitung sonstiger Benefits und Firmendarlehen



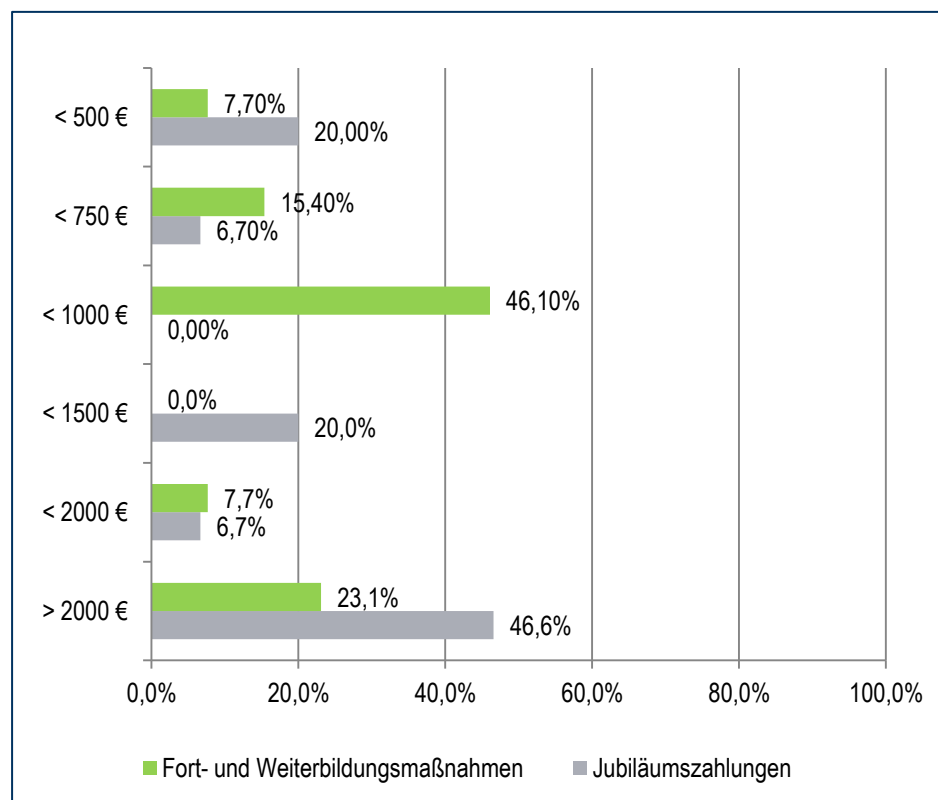
Ergebnis

Für die Unternehmen, die Leistungen im Bereich sonstiger Benefits anbieten, gilt:

- » Topreiter bei den sonstigen Zusatzleistungen sind Jubiläumzahlungen und arbeitgeberfinanzierte Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen.
- » Auch weit verbreitet sind Essenskostenzuschüsse, Firmenparkplätze sowie die Privatnutzung von Firmenhandy/Internet.
- » Gewährung von Firmendarlehen: untergeordnete Rolle (Verbreitung ca. 15 % bei AT- und Tarif-Mitarbeitern)

Sonstige Benefits

Maximale Kosten (pro Mitarbeiter und Jahr)



Ergebnis

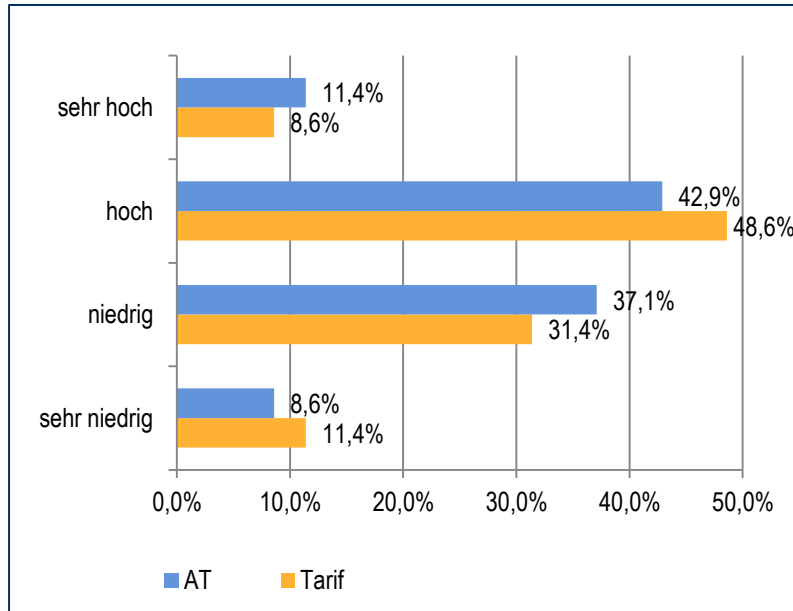
- » Bei arbeitgeberfinanzierten Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen werden am häufigsten zwischen 750 bis 1.000 € pro Mitarbeiter und Jahr aufgewendet.
- » Bei den Jubiläumzahlungen mehr als 2.000 €.

Kommentar

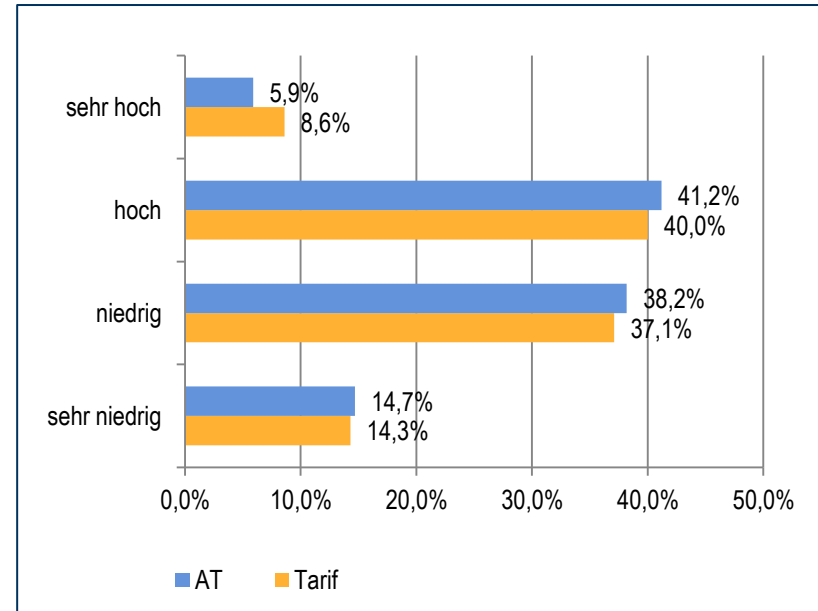
- » Um Erfolg zu sichern, sollten die Investitionen bei Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen 1.000 € nicht unterschreiten.

Sonstige Benefits – Kosten im Verhältnis zum wahrgenommenen Nutzen

im Hinblick auf Gewinnung neuer Mitarbeiter



im Hinblick auf Bindung vorhandener Mitarbeiter

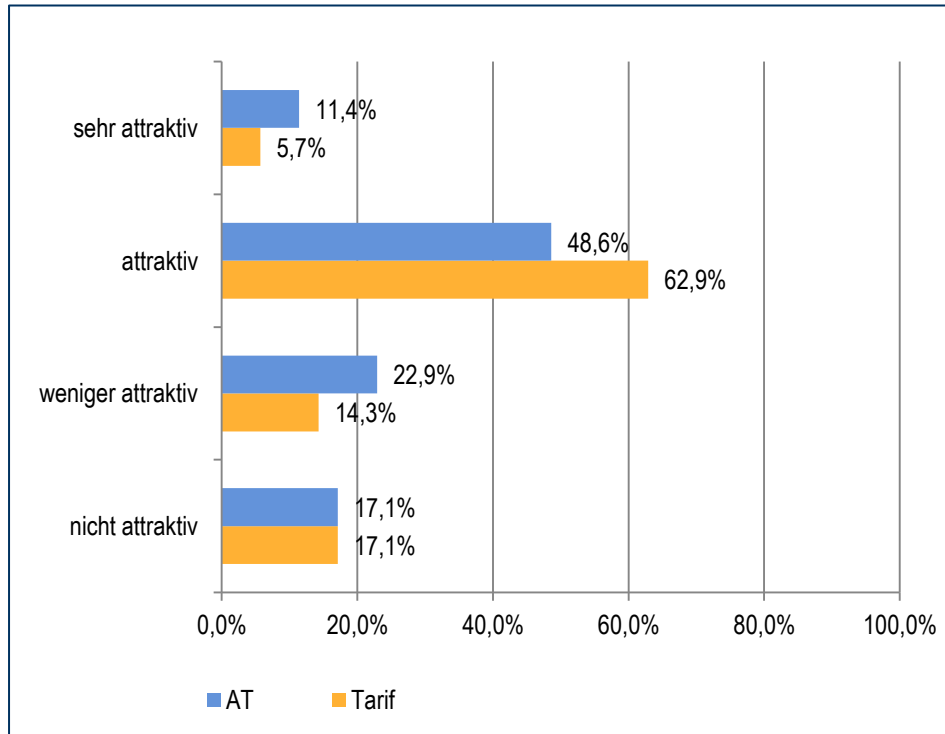


Ergebnis

- » Für die Gewinnung von geeigneten AT- und Tarif-Mitarbeiter: wahrgenommene Kosten-Nutzen-Relation tendenziell leicht negativ.
- » Für die Bindung von AT- und Tarif-Mitarbeitern halten Kosten und Nutzen sich in etwa die Waage.

Attraktivität der Angebote sonstiger Benefits

Einschätzung



Ergebnis

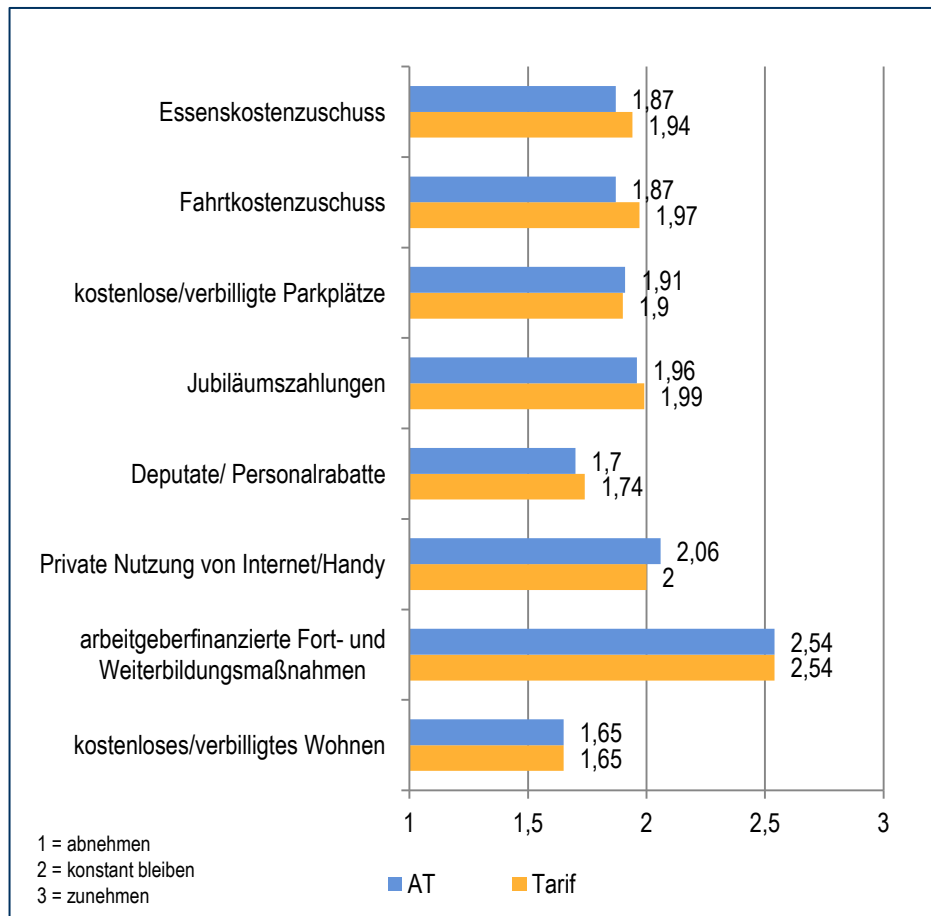
- » Knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen gehen davon aus, dass die Mitarbeiter die Angebote sonstiger Benefits für attraktiv oder sehr attraktiv halten.

Kommentar

- » Attraktives Instrument mit hohem Differenzierungspotential und überschaubaren Kosten; Angebote sollten ggf. in die Zusatzleistungspakete integriert werden.
- » Bedeutsam vor allem im Tarifbereich.

Trendaussagen sonstige Benefits

Erwartungen für die nächsten fünf Jahre



Ergebnis

- » Die Teilnehmer erwarten, dass Angebote zu arbeitgeberfinanzierten Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden.
- » Für Deputate/Personalrabatte und kostenloses oder verbilligtes Wohnen wird eine Bedeutungsabnahme erwartet.

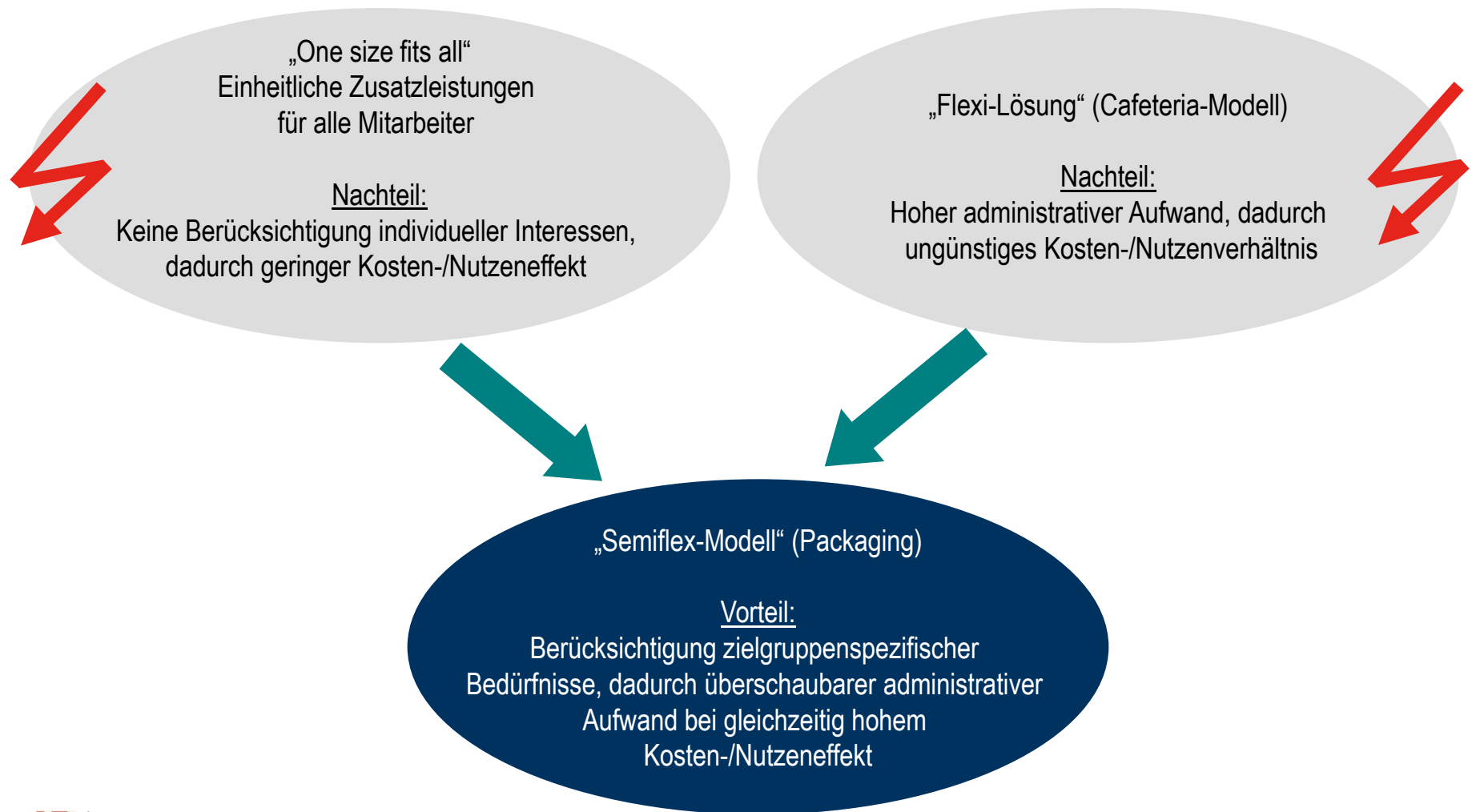
Kommentar

- » Sonstige Benefits haben Differenzierungspotential.
- » Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen kommt eine besondere Bedeutung zu.
- » Für alle anderen Instrumente wird eine Bedeutungsabnahme erwartet.
- » Differenzierte Herangehensweise an die sonstigen Benefits ist gefordert.

Inhalt

	Seite
Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung der Umfrage	3
Darstellung des Teilnehmerkreises	6
Übersicht der Ergebnisse	9
Trends 2011	26
Detailergebnisse der Umfrage	32
» Altersversorgung	32
» Dienstwagen	41
» Health Care	50
» Work-Life-Balance	55
» Entgeltfortzahlungen und Versicherungen	61
» Sonstige Benefits	68
Handlungsbedarf und Kienbaum Tools	74

Semiflex-Modell



Semiflex-Modell

Das Semiflex-Modell - Beispiel

Abhängig vom hierarchischen Status der Funktion, stehen den Mitarbeitern bestimmte weitere Benefits aus einem zielgruppenspezifisch geschnürten Zusatz-Package zur Verfügung.

Basis-Package

- » Basis bAV (arbeitnehmerfinanziert)
- » Zeitwertkonto
- » Unfall-/BU-Versicherung

Zusatz-Package

- » Zusätzliche bAV (arbeitgeberfinanziert)
- » Dienstwagen
- » Verlängerte Gehaltsfortzahlung (bei Krankheit und Tod)
- » ...

Zielgruppenspezifisches Benefit-Package

- » Basis bAV
- » Zusatz bAV
- » Zeitwertkonto
- » Dienstwagen
- » Unfall-/BU-Versicherung
- » Verlängerte Gehaltsfortzahlung

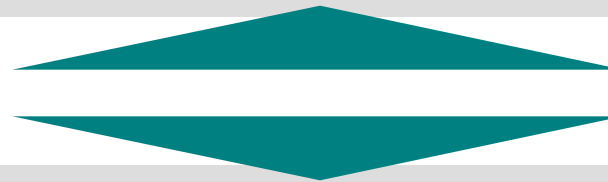
Semiflex-Modell

Kriterien der Kosten-/Nutzenbewertung

Im Rahmen einer Kosten-/Nutzenbewertung werden folgende Kriterien untersucht:

Unternehmenssicht

- » Kosten/Aufwand ⇨ Gesamtkosten des Benefits in % der Lohn- und Gehaltssumme
- » Bindungswirkung ⇨ Genereller Stellenwert des Benefits für die Mitarbeiter bzw. Marktüblichkeit
- » Motivation/Arbeitsklima ⇨ Einfluss des Benefits auf Leistungsverhalten und Teamgeist
- » Außenwirkung ⇨ Einfluss des Benefits auf das Unternehmensimage



Mitarbeitersicht

- » Wahrnehmung ⇨ Bewusstsein für die Existenz bzw. den Wert eines Benefits
- » Nutzen ⇨ Abdeckung der individuellen Bedürfnisse
- » Nachhaltigkeit ⇨ Zeitliche Wirkung des Benefits

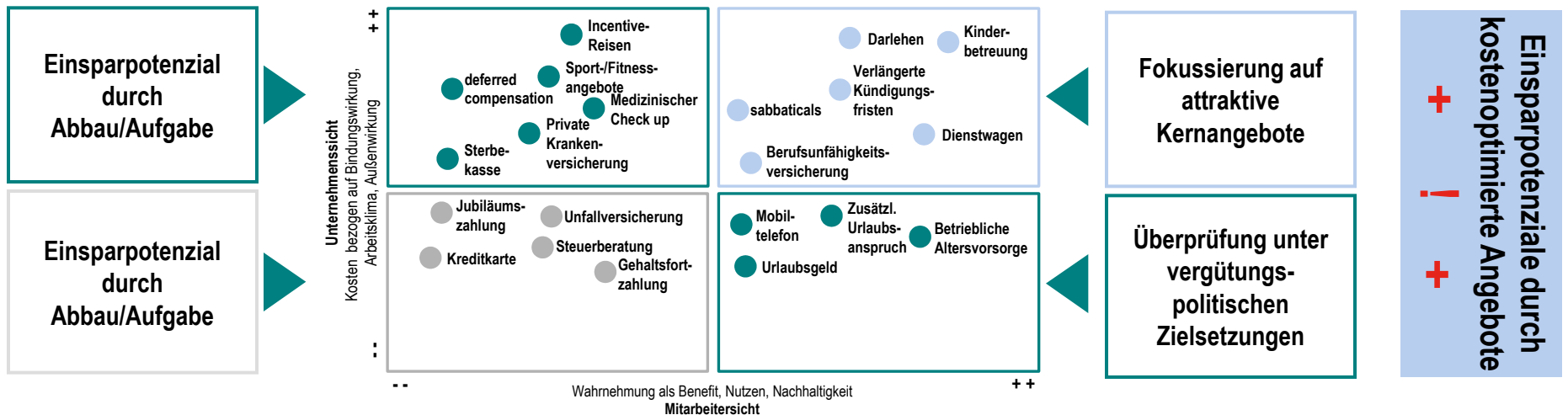
Vorgehensweise – Optimierung der Sozialleistungsstruktur

Ergebnisse der Kosten-/Nutzen-Analyse

Bewertung aus Unternehmenssicht		
Benefit	Kriterien für Unternehmen	Alle Mitarbeiter
Kreditkarte	Kosten/Aufwand	↑
	Bindungswirkung	↓
	Arbeitsklima	↔
	Außenwirkung	↔
Begründung	<ul style="list-style-type: none"> • sehr günstig: unter 1% (300 € p.a., 50% der Mitarbeiter → 0,3% der LuG) • Bindungswirkung: keine • Arbeitsklima: keine Auswirkung • Außenwirkung: „nice-to-have“, aber eher geringe Wahrnehmung 	

- » Berücksichtigung der Benchmark-Ergebnisse und der speziellen vergütungspolitischen Zielsetzungen des Unternehmens
- » Gewichtung und Darstellung in einem Benefit-Portfolio

Bewertung aus Mitarbeitersicht						
Benefit	Kriterien für Mitarbeiter	Mitarbeitergruppe				
		Einsteiger	Singles	Familien	Alleinstehende Elternteile	Ältere Mitarbeiter
Kreditkarte	Wahrnehmung	↔	↔	↔	↔	↔
	Nutzen	↔	↔	↔	↔	↔
	Nachhaltigkeit	↓	↓	↓	↓	↓
Begründung:	<ul style="list-style-type: none"> • Wahrnehmung: geringe Wahrnehmung • Nutzen: Kostenersparnis gegenüber Einzelverträgen • Nachhaltigkeit: einmalige Wirkung bei Erhalt, danach Gefahr der Selbstverständlichkeit 					



Kontakt

Kienbaum Management Consultants GmbH
Hafenspitze
Speditionstraße 21
40221 Düsseldorf

Hans-Carl von Hülsen

☎ +49 (211) 9659-226

Fax +49 (211) 9659-240

hans-carl.vonhuelsen@kienbaum.de

