



Umfrage

Wirksamkeit von Mitarbeiterzusatzleistungen  
in mittelständischen Unternehmen

Februar 2016



## **Vorwort**

Eine neue Generation von Fachkräften steht in den Startlöchern: Die Generation Y. Sie hinterfragt bekannte Strukturen. Die jungen Fachkräfte von heute streben nach Erfüllung und Freude an ihrer Arbeit. Work-Life-Balance, Selbstverwirklichung und Grenzenlosigkeit sind ihre Schlagwörter. Um weiterhin attraktiv zu bleiben und dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken, bieten Arbeitgeber ihren Mitarbeitern Leistungen neben den Gehaltszahlung an. Diese sogenannten Mitarbeiterzusatzleistungen (MZL) oder Benefits sind zunehmend beliebter. Es stellt sich jedoch die Frage, ob die Kriterien zur Auswahl der Zusatzleistungen zielführend für das Unternehmen sind?

## **Über die Studie**

Im Februar 2016 befragte alfons breu consulting in einer repräsentativen Umfrage 126 Unternehmen zur Wirksamkeit von Mitarbeiterzusatzleistungen. Erhoben wurden die Daten mittels Telefon und eines internetbasierten Befragungstools. An der Befragung nahmen deutschlandweit Geschäftsführer, Inhaber und Personalleiter kleiner mittelständischer Unternehmen (KMUs) mit weniger als 500 Mitarbeitern teil. Die Antworten kommen überproportional von mittelständischen Unternehmen mit rund 59% aller sozialpflichtigen Arbeitnehmern und weniger als 50 Millionen Umsatz.

## **Studienautor**

Alfons Breu

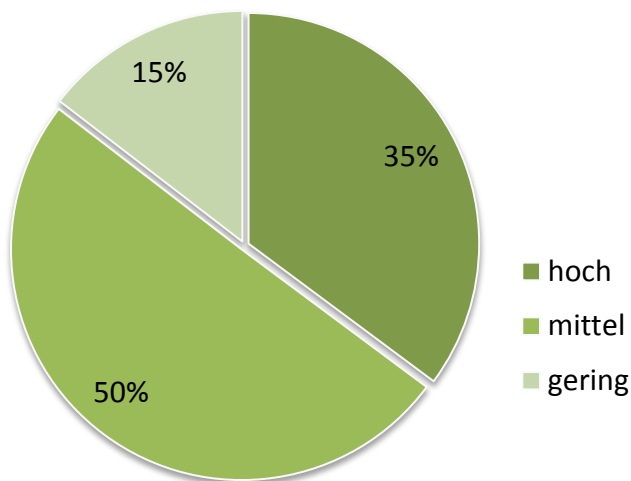
Berater

Inhaber abc consulting

Mail: [alfons.breu@abcconsulting.de](mailto:alfons.breu@abcconsulting.de)



## 1. Welchen Stellenwert haben Mitarbeiterzusatzleistungen für Ihr Unternehmen?

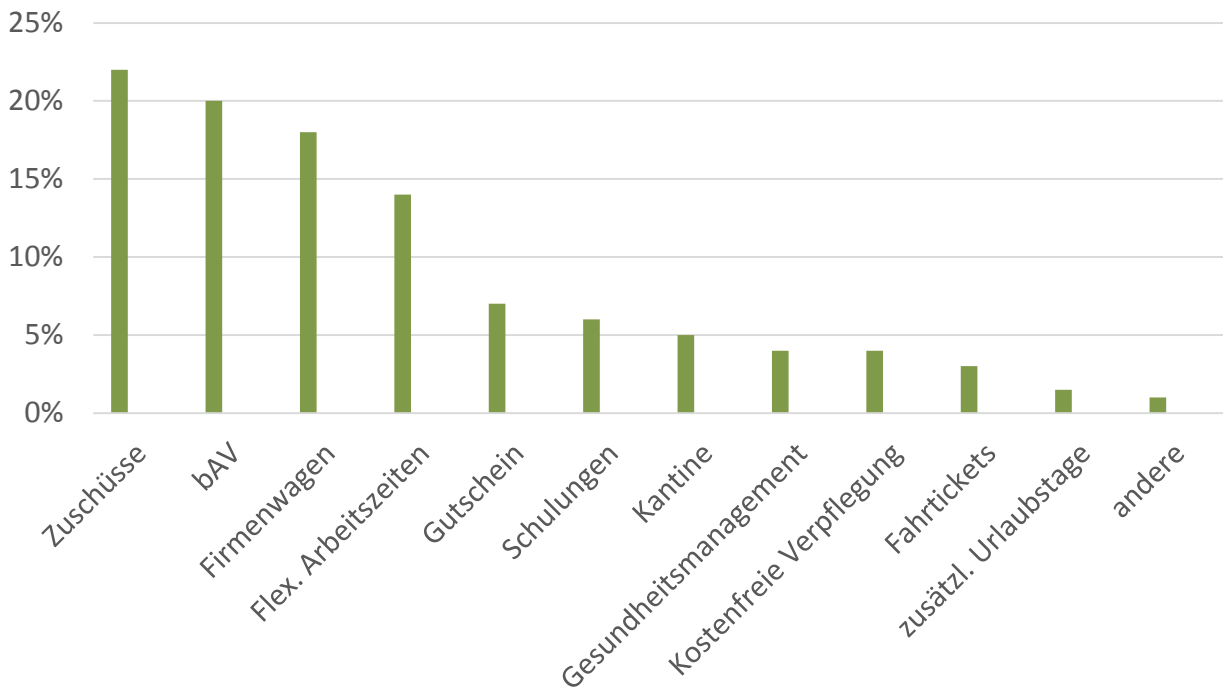


Für 85 % aller befragten Unternehmen haben Mitarbeiterzusatzleistungen (MZL) einen mittleren beziehungsweise hohen Stellenwert. Nur 15 % der mittelständischen Unternehmen in Deutschland räumen den Zusatzleistungen einen geringen Stellenwert ein.

Nebenleistungen, in deren Genuss Mitarbeiter zusätzlich zu ihrer fixen und variablen Vergütung kommen, sind aufgrund ihrer steuerlichen Effizienz und der Möglichkeit von Gruppenkonditionen ein beliebtes Vergütungsinstrument von Unternehmen, um Strahlkraft nach außen zu zeigen und Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden.



## 2. Welche Zusatzleistung ist bei Ihren Mitarbeitern am beliebtesten?



Zu den beliebtesten MZL zählen mit rund 22 % Zuschüsse zum Einkommen, dazu gehören zum Beispiel Miet-, Kinderbetreuungs-, Internetzuschüsse sowie Prämien.

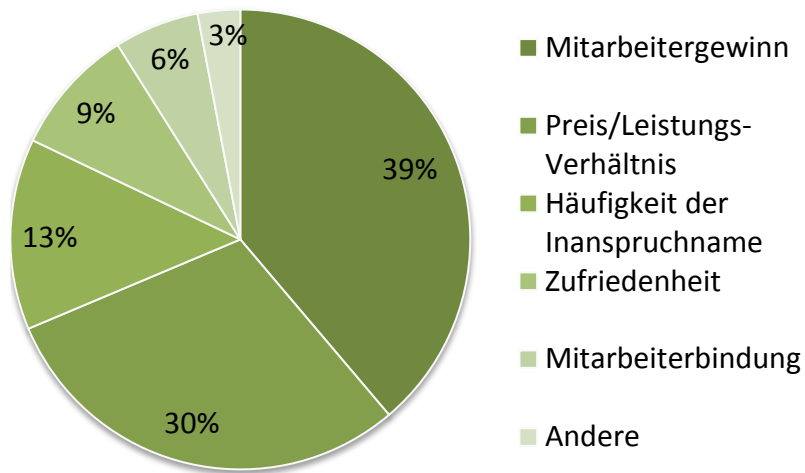
Die bAV liegt mit 20 % knapp dahinter, aber auch der Firmenwagen und flexible Arbeitszeiten sind sehr gefragt.

Häufig sind steuerliche Gründe das Hauptargument, Benefits anstatt einer höheren Barvergütung zu gewähren. So können beispielsweise in Zuschüsse, in die bAV oder in Zeitwertkonten sowohl Arbeitnehmer- als auch Arbeitgeberbeiträge steuerfrei und teils auch sozialversicherungsfrei eingezahlt werden. Ebenso sind Dienstwagen steuerlich begünstigt.





### 3. Welches Kriterium für Mitarbeiterzusatzleistungen spielt für Sie die wichtigste Rolle?

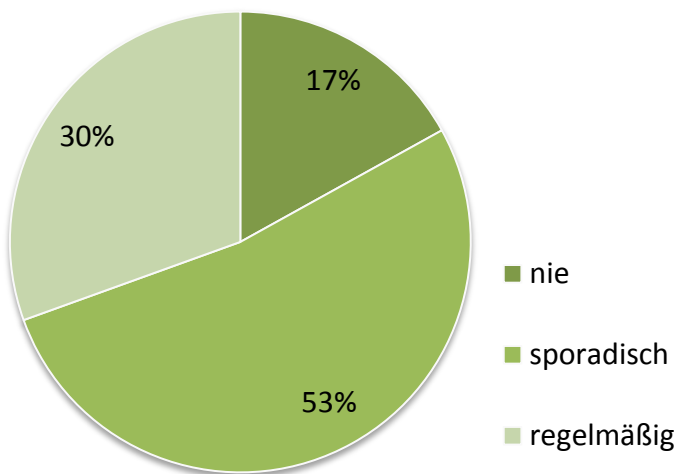


39 % der mittelständischen Unternehmen nutzen die Mitarbeiterzusatzleistungen primär zur Gewinnung neuer Mitarbeiter. Erstaunlicherweise spielt jedoch die Mitarbeiterbindung mit 6 % nur eine sehr geringe Rolle.

Wegen fehlender Fachkräfte verlieren deutsche Mittelständler jährlich mehrere Milliarden Euro an Umsatz. Um Wachstumschancen nicht zu verpassen kämpfen deutsche Unternehmen um qualifizierte Mitarbeiter. Arbeitgeber nutzen Mitarbeiterzusatzleistung also in erster Linie, um für die neue Generation von Fachkräften attraktiv zu bleiben.



#### 4. Wie häufig wird der Kosten/Nutzen-Effekt Ihrer Zusatzleistungen überprüft?



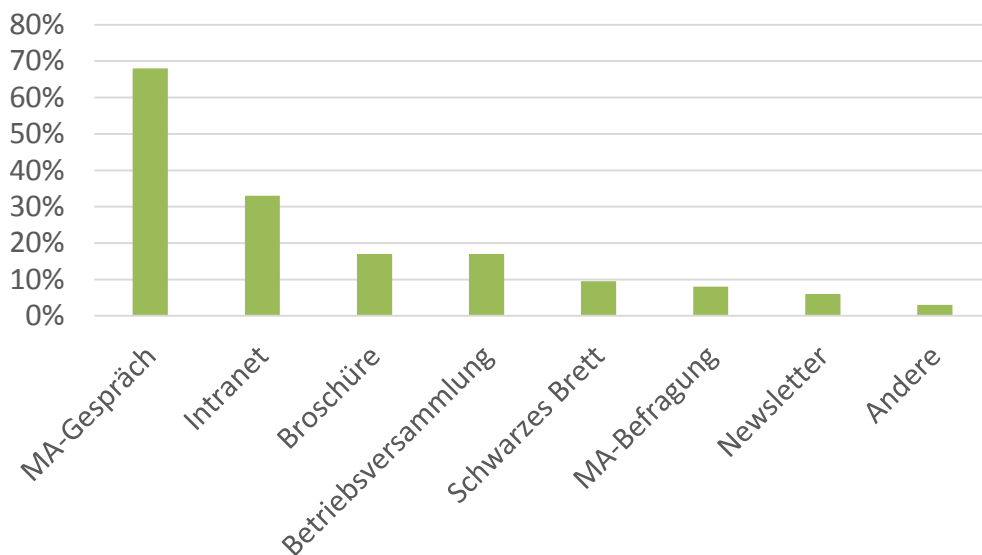
Die regelmäßige Überprüfung des Kosten-Nutzen Effekts ist für gut die Hälfte aller mittelständischen Unternehmen in Deutschland selbstverständlich. 17 % führen diese Prüfung jedoch nie durch.

Für die Strahlkraft nach innen und außen ist entscheidend, dass die Mitarbeiterzusatzleistungen der Präferenzstruktur der Mitarbeiter entsprechen

Das ist oft nicht der Fall. Wenn es gelingt, Mitarbeitern Flexibilität bei der Zusammenstellung der Benefits zu gewähren, kann bei gleichbleibendem Kosteneinsatz eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit und somit ein höherer Nutzen erreicht werden.



## 5. Wie werden Ihre Mitarbeiter auf Zusatzleistungen hingewiesen?

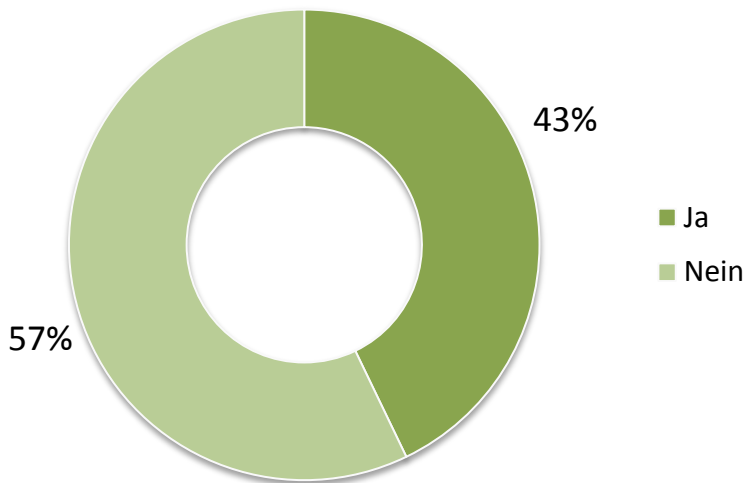


Das alt bewährte „Schwarze Brett“ ist mit fast 10 % nicht mehr Hauptkommunikationsmittel für Benefits. Inzwischen kommunizieren ein Drittel der befragten Unternehmen ihre Mitarbeiterzusatzleistungen über das Intranet. Das Mitarbeitergespräch ist mit 68 % eindeutig der meist genutzte Kanal.

Sollen Mitarbeiterzusatzleistungen eine positive Wirkung auf die Innen- und Außendarstellung des Unternehmens entfalten, dann müssen diese von den Mitarbeitern deutlich und als attraktiv wahrgenommen werden. Hier gibt es durchaus noch Verbesserungsmöglichkeiten bei mittelständischen Unternehmen in Deutschland.



## 6. Nehmen Mitarbeiter an der Auswahl neuer Zusatzleistungen teil?



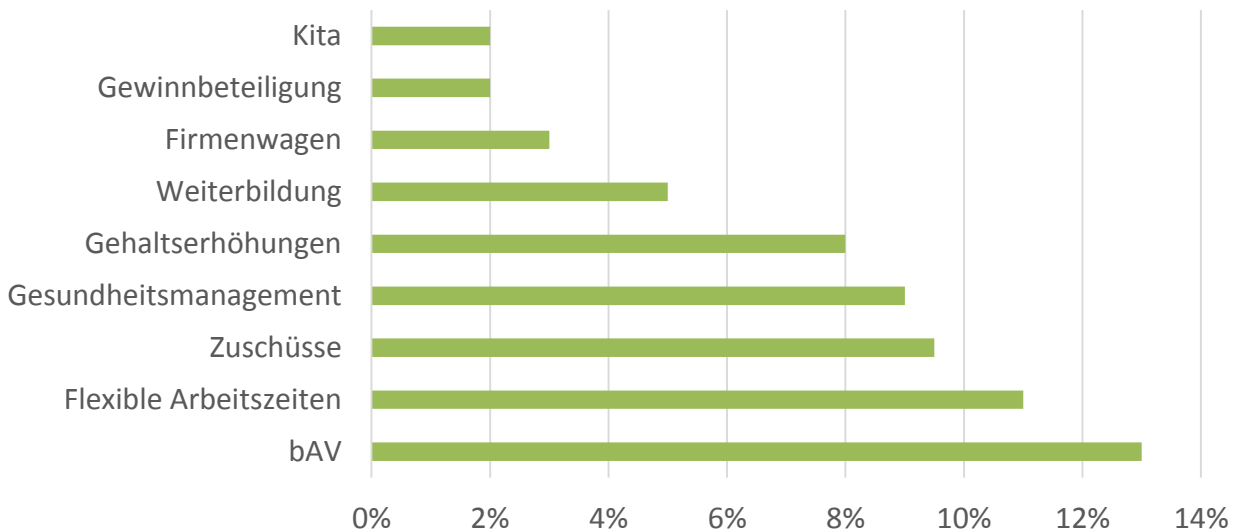
Geschäftsführer, Inhaber bzw. Personalleiter entscheiden zu 57 % ohne Rücksprache. Nur 43 % der Mitarbeiter nehmen an der Auswahl neuer Zusatzleistungen teil.

Die meisten mittelständischen Unternehmen bieten ein starres Benefits-Paket für die gesamte Belegschaft an. Den Mitarbeitern wird keine oder kaum Wahlmöglichkeiten in Bezug auf die Ausgestaltung oder Inanspruchnahme der Benefits eingeräumt. Individuelle Lebenssituationen oder Präferenzen können bei einer solchen Herangehensweise nicht abgebildet werden.





## 7. Welche Zusatzleistung wird künftig einen höheren Stellenwert haben?

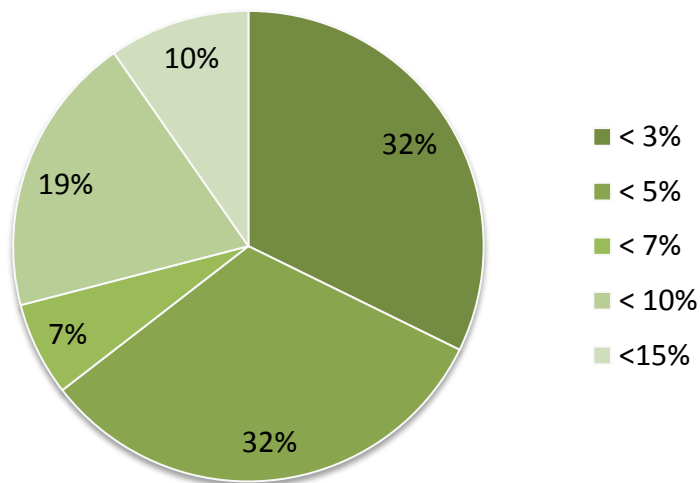


Mittelständische Unternehmen in Deutschland wollen auch in der Zukunft bei bisher bewährten Zusatzleistungen bleiben, wobei sich die Rangordnung verändern könnte. Die bAV steht mit 13 % an erster Stelle, gefolgt von flexiblen Arbeitszeiten mit 11 %. Auch das Gesundheitsmanagement gewinnt mit 9 % immer mehr an Bedeutung.

Mit dem Mitarbeiterzusatzleistungen im Arbeitszeit- und Gesundheitsmanagement, die neben der festen und variablen Vergütung angeboten werden, versuchen mittelständische Unternehmen demografiebedingte Risiken auszugleichen.



## 8. Wie hoch ist das Budget innerhalb Ihres Unternehmens für Mitarbeiterzusatzleistungen? (in % der Zielbarvergütung)



64 % der Unternehmen gab an, dass das Budget für Zusatzleistungen weniger als 5 % der Zielbarvergütung ausmacht.

Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass Leistungen wie ein flexibles Arbeitszeitmodell nur mit geringen Verwaltungskosten verbunden ist. Mitarbeiter nutzen ein Zeitwertkonto, das sich besonders durch seine Flexibilität auszeichnet. Während der Ansparphase zahlt der Mitarbeiter Zeit oder Entgelt auf das Konto ein und spart sich so mittel- oder langfristige Freistellungen an. Diese Auszeiten oder ruhestandsnahen Freistellungen finanziert sich der Mitarbeiter also selbst.



## Handlungsempfehlung

Nur wenige der befragten Unternehmen zeigen eine Strategie beim Einsatz von Mitarbeiterzusatzleistungen. Häufig wird ein starres Mitarbeiterpaket angeboten, das sich nicht an den individuell unterschiedlichen Bedürfnissen der Mitarbeiter orientiert. Es ist essentiell für Arbeitgeber, zu wissen, welche Leistungen tatsächlich geschätzt werden. So kann die Wirksamkeit der Zusatzleistungen auf Seiten der Mitarbeiter nachhaltig erhöht werden. Um einen möglichst hohen Kosten-Nutzen-Effekt zu erzielen, sollten sich mittelständische Unternehmen in Deutschland auf wenige werthaltige Zusatzleistungen konzentrieren. Neben einer wirksamen Kommunikation ermöglichen moderne EDV-Lösungen eine einfache Möglichkeit, Zusatzleistungen auszuwählen und zu verwalten. Ratsam ist auch, die Benefits auf die Unternehmensphilosophie abzustimmen, so kann ein Unternehmen zum Beispiel mit einer betrieblichen Krankenversicherung betonen, dass es sich verpflichtet fühlt, für die Gesundheit seiner Mitarbeiter zu sorgen. Die Vorteile von Zeitwertkonten werden noch relativ wenig ausgeschöpft. Sie sind jedoch nahezu Goldgruben. Mit geringem Invest können Mitarbeiter längere Auszeiten während der Erwerbsphasen genießen oder flexibel in den Ruhestand gleiten und Arbeitnehmer verfügen in wirtschaftlichen Boomzeiten über die notwendigen Fachkräfte durch die Ansammlung Überstunden zu unternehmenskritischen Stoßzeiten.

Mithilfe einer effizienten Strategie können mittelständische Unternehmen in Deutschland also einiges tun, um der steigenden Altersstruktur und dem Kampf um die jungen Fachkräfte erfolgreich entgegenzuwirken.