



MIT DIESEN BENEFITS KÖNNEN SIE PUNKTEN

Wie Sie Ihr Unternehmen mit den richtigen Benefits attraktiv(er) für
Bewerbende und Mitarbeitende gestalten

VORWORT

Was sind Benefits? Benefits sind in aller Munde und gelten als das Instrument zum Finden und Binden von Mitarbeitenden. Die Werte, Einstellungen, Erwartungen und Mindsets der Mitarbeitenden und Bewerbenden aus verschiedenen Altersgruppen, Lebenssituationen und Kulturkreisen haben sich nicht zuletzt unter den Eindrücken von Pandemie, Krieg, Inflation, Nachhaltigkeitsdenken und Digitalisierung stark verändert und werden auf dem Arbeitnehmermarkt offener denn je an die (potenziellen) Arbeitgeber kommuniziert.

Um auf diese Wünsche und Erwartungen einzugehen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, können Unternehmen ihren Mitarbeitenden die Wahl zwischen zahlreichen

Benefits, d. h. Vorteilen, anbieten, die ihren Arbeitsalltag angenehmer machen und zum Wohlfühlfaktor beitragen sollen, um letztlich die Produktivität zu steigern und die Fluktuationsquote zu verringern.

Was zeichnet gute Benefits aus? Wenn die Bedeutung von Benefits immer weiter zunimmt und diese auch das Zünglein an der Waage sein können in dem Moment, in dem Bewerbende sich zwischen zwei Jobangeboten entscheiden müssen, stellt sich für die Unternehmen die Frage, wie man die Benefits findet, mit denen nicht nur neue Mitarbeitende auf das Unternehmen aufmerksam gemacht werden können, sondern mit denen auch die Unternehmensvision optimal dargestellt wird.



Gemäß einer Studie des ifaa¹ schätzen 85% der befragten Unternehmen die Bedeutung von Benefits für ihren Recruiting-Prozess als ‚hoch‘ ein.

¹ https://www.arbeitswissenschaft.net/fileadmin/Downloads/Angebote_und_Produkte/Studien/Management_Summary_Studie_3.pdf
(Direkte Datei zum Download)

Das Ergebnis des Circula Benefits Reports 2023/24² zeigt jedoch, dass nur **48%** der Mitarbeitenden Gebrauch von den ihnen angebotenen Vorteilen und Vergünstigungen machen. Der Rest verzichtet darauf, weil entweder der Zugang zu kompliziert ist oder sie schlichtweg nicht zu den Bedürfnissen der Mitarbeitenden passen.

Ein solches Ergebnis kann sich als fatal entpuppen, da auf diese Weise das Potenzial verschenkt wird, Mitarbeitende durch passende Angebote **an das Unternehmen zu binden** und sich der Eindruck aufdrängt, dass Benefits ohne ernstgemeinte Befragung der Mitarbeitenden einfach ‚übergestülpt‘ werden. **„Gute“ Benefits** hingegen werden intensiv von den Mitarbeitenden in Anspruch genommen, gehen auf die konkreten Bedürfnisse der Mitarbeitenden ein und

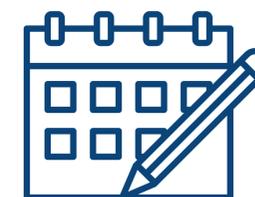
repräsentieren zeitgleich das Unternehmen. Zudem wird **regelmäßig überprüft**, ob die Benefits angepasst werden müssen, da sich die Lebenswelt der Arbeitnehmenden im steten Wandel befindet. So stellt die Alight International Workforce and Wellbeing Mindset Studie 2023³ z. B. heraus, dass zwar in den letzten Jahren Vorteile monetärer Art für die Arbeitnehmenden besonders attraktiv waren; doch haben sich die Anforderungen an die Arbeitspositionen in die Richtung verändert, dass verstärkt nach **gesundheitsfördernden** sowie **weiterbildenden** Angeboten gefragt wird, um das Stresslevel zu reduzieren.

Dieses Whitepaper soll Ihnen Impulse dafür geben, wie Sie mit zusätzlichen Benefits die Mitarbeitendenbindung stärken und attraktiv für neue Bewerbende werden.

„GUTE“ BENEFITS, DIE EINEN NACHHALTIGEN WETTBEWERBSVORTEIL AUSMACHEN:



werden in **Zusammenarbeit** mit den Mitarbeitenden eingeführt,



werden **regelmäßig** von den Mitarbeitenden **genutzt**,



sind bis zu einem gewissen Grad **individualisierbar**.

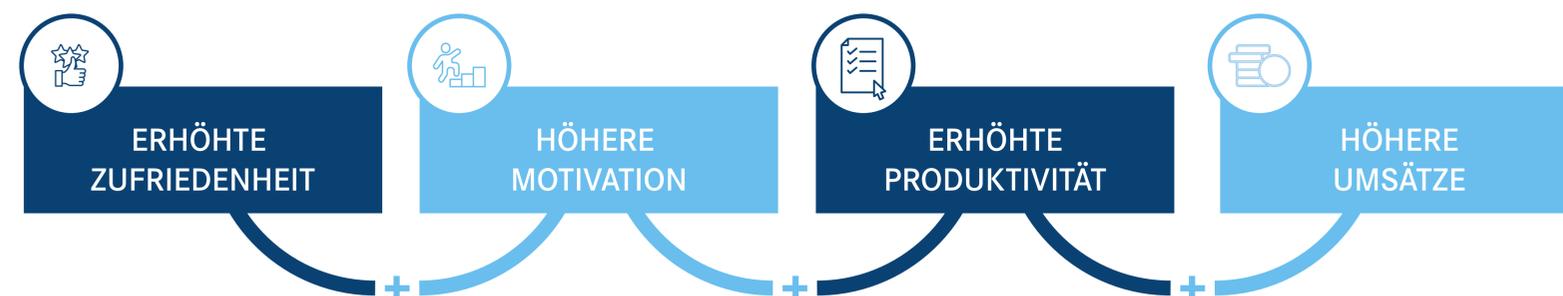
² <https://www.circula.com/de/benefits.report> (Direkte Datei zum Download)

³ https://www.alight.com/de/thought.leadership/2023_international_workforce_wellbeing_study_de (Direkte Datei zum Download)

ZIELE UND VORTEILE EINER PROFILIERTEN BENEFITSTRATEGIE

Eine profilierte Benefitstrategie setzt auf die **Verzahnung mehrerer Benefits**, die verschiedene Bindungsarten und Anreizsysteme der Mitarbeitenden ansprechen, so dass Mitarbeitende sich dem Unternehmen emotional verbunden fühlen statt bspw. nur aus kalkulativen oder habituellen Gründen. Jede Benefitstrategie ist hierbei individuell auf das eigene Unternehmen anzupassen und abhängig von den **Zielen**, die erreicht werden sollen (wie bspw. mehr Performance, mehr Unternehmensbeiträge etc.).

Grundsätzlich gilt jedoch: Benefits erhöhen die **Mitarbeitendenzufriedenheit** und profilieren die Unternehmenskultur. Aus der erhöhten Mitarbeitendenzufriedenheit resultiert eine **höhere Motivation**. Aus der gesteigerten Zufriedenheit und Motivation ergeben sich: 1. eine **erhöhte Produktivität** und Leistungsbereitschaft, die wiederum zu besseren Ergebnissen und **Umsätzen** führen sowie 2. eine **Minderung der Krankheitstage** und eine geringere Fluktuationsquote, die wiederum für **Einsparungen bei den Recruitingkosten** sorgt.

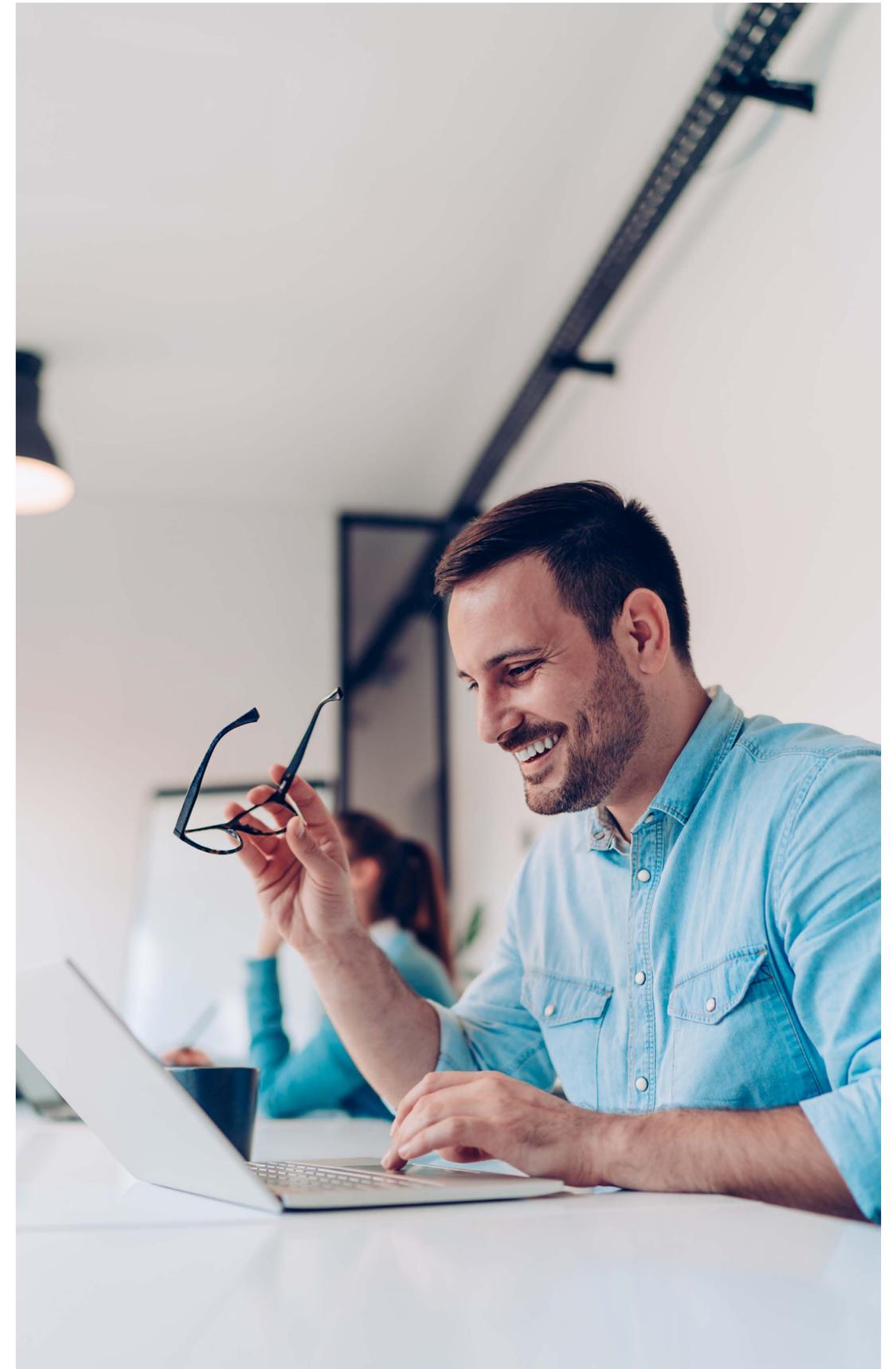


WIE ETABLIERE ICH BENEFITS IN MEINEM UNTERNEHMEN?

Wenn es um die Entscheidung geht, welche Benefits angeboten werden sollen und welche nicht, stehen meistens die **strategische und die operative Perspektive** gegeneinander. Während auf strategischer Ebene vor allem der langfristige Nutzen der Mitarbeitervorteile ersichtlich sein soll, beharrt die operative Ebene aufgrund des Aufgabendrucks auf schnelle Ergebnisse.

Um beide Perspektiven zusammenzubringen und nicht in blindem Aktionismus irgendwelche Benefits aufzusetzen, die gerade am besten zu passen scheinen oder besonders im Trend liegen, sollte daher Mitarbeitende **direkt befragt** werden, um zu erfahren, welche Mitarbeitervorteile tatsächlich gebraucht

werden. Je nach Unternehmensstruktur und vorherrschender Atmosphäre können die Fragen entweder anonymisiert überz. B. ein Online-Frage-Tool oder auch im persönlichen Gespräch gestellt werden. Wichtig in diesem Zusammenhang wird sein, dass Mitarbeitende die **Ernsthaftigkeit** hinter den Fragen spüren und nicht der Eindruck vermittelt wird, dass man die Befragung nur durchführt, weil das Thema auf der Agenda steht und abgearbeitet werden muss. Wichtig für das Formulieren der Fragen ist dabei nicht nur jeweils herauszufinden, was sich Mitarbeitende **wünschen**, sondern auch den **Grund** dafür zu erfahren.



MÖGLICHE FRAGEN IM MITARBEITENDENGESPRÄCH:

1

Welche Benefits sind für dich **am wichtigsten** und warum?

2

Gibt es Benefits, die du gerne hättest, die aber **derzeit nicht angeboten** werden?

3

Wie nimmst du die **aktuellen Benefits** für die Mitarbeitenden wahr?

4

Wie **transparent und zugänglich** sind die Informationen zu den angebotenen Benefits für die Mitarbeitenden?

5

Was weißt du bei uns **besonders zu schätzen**?



Auf diese Weise kann die Benefitstrategie langfristig ausgerichtet sowie notwendige **KPIs** formuliert werden. Der Vorteil dieser Fragen besteht zudem darin, dass sie bspw. auch in ein Bewerbungsgespräch miteinfließen können, um einerseits im Voraus herauszufinden, was sich potenzielle Mitarbeitende wünschen und darauf auch im **Onboarding** direkt eingehen zu können, was wiederum einen sehr guten ersten Eindruck hinterlässt und zur **Mitarbeitendenbindung** beiträgt; andererseits erhält man durch die Antworten auf diese Fragen ein Gespür für die **aktuellen Entwicklungen** bei der Erwartungshaltung der Bewerbenden.

Die gegebenen Antworten gilt es dann seitens der Geschäftsführung und Personalabteilung aus Unternehmensperspektive hinsichtlich fünf Punkten zu **evaluieren**, d. h. es muss u. a. überprüft werden, ob:

1. die Benefits auch das **Unternehmensleitbild** wiedergeben, um die Authentizität zu gewährleisten (wenn ich bspw. ein familienfreundliches Unternehmen sein möchte, wären flexible Arbeitszeitmodelle, mobiles Arbeiten oder eine betriebliche Kinderbetreuung mögliche Vorteile).
2. die Vorteile in ihrer Bandbreite für die Mitarbeitenden auch **individualisierbar** sind, da die Mitarbeitenden aufgrund ihrer unterschiedlichen Lebenssituationen verschiedene Vorstellungen davon haben, was für sie einen echten **Mehrwert** darstellt und was hingegen ‚nur‘ Basis-Benefits darstellen.

01



GEBEN DIE BENEFITS
DAS UNTERNEHMENS-
LEITBILD WIEDER?

02



SIND DIE VORTEILE
FÜR DIE MITARBEITENDEN
INDIVIDUALISIERBAR?

3. die Benefits **datenschutzkonform** umgesetzt werden können (wenn bspw. Rabatte über ein Shoppingportal angeboten werden, muss sichergestellt sein, dass der Arbeitgeber keinen Zugriff auf die Informationen hat, was Mitarbeitende dort kaufen) und ob sie sowohl **steuer- als auch arbeitsrechtlich** korrekt aufgesetzt sind.

4. alle **Zuständigkeiten** für den Benefitsbereich geklärt sind, d. h. dass allen bekannt ist, wer bspw. die Nutzung der Vorteile, die Akzeptanz dieser bei den Mitarbeitenden und regelmäßige Befragungen kontrolliert und wer die Boni z. B. im Rahmen von Social Media, Stellenanzeigen und Karriereseiten **kommuniziert**.

5. durch die Benefits eine **Abgrenzung** zu konkurrierenden Unternehmen hergestellt werden kann.

03



KÖNNEN DIE BENEFITS
DATENSCHUTZKONFORM
UMGESETZT WERDEN?

04



SIND ALLE ZUSTÄNDIG-
KEITEN FÜR DEN
BEREICH GEKLÄRT?

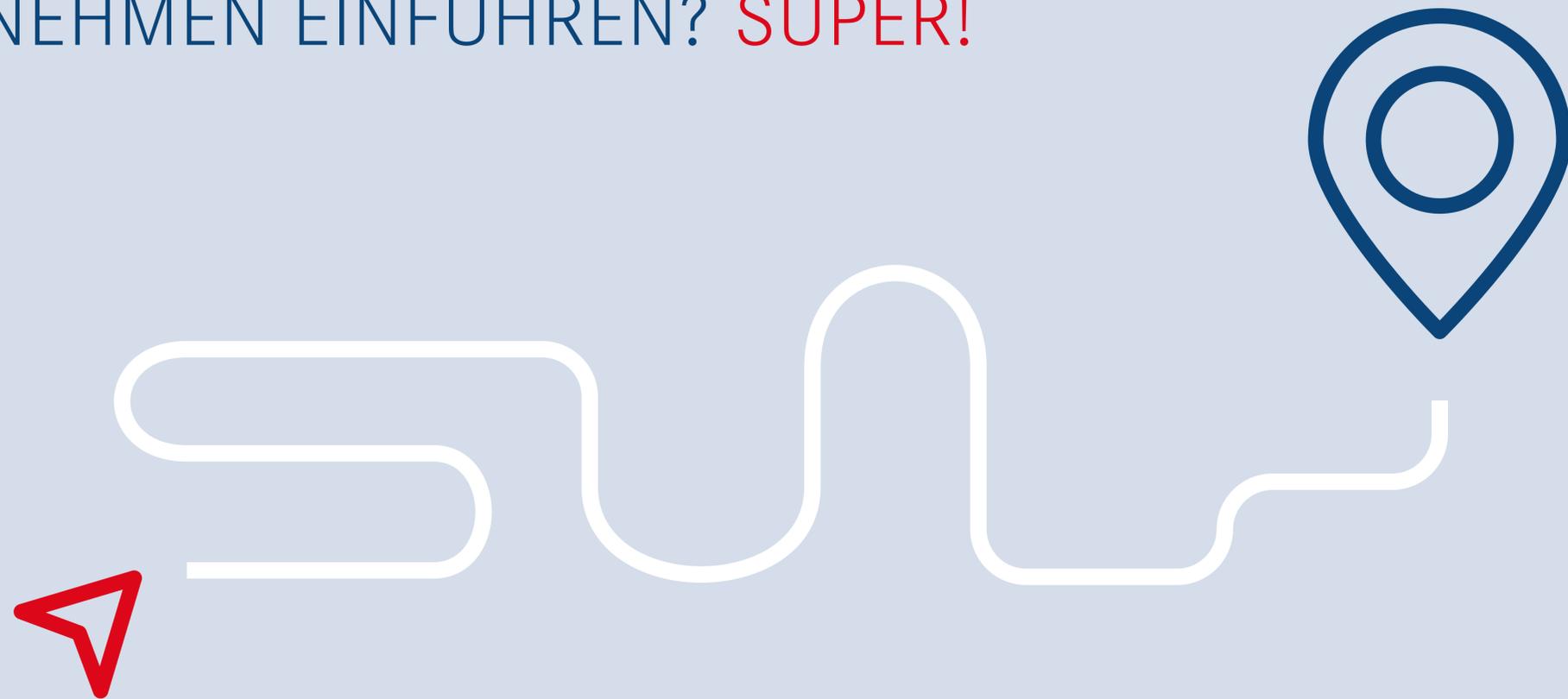
EINFÜHRUNG



KANN EINE ABGRENZUNG
ZU ANDEREN UNTERNEHMEN
HERGESTELLT WERDEN?

05

SIE HABEN ALLE FRAGEN GEKLÄRT
UND WOLLEN NUN BENEFITS IN IHREM
UNTERNEHMEN EINFÜHREN? **SUPER!**



WELCHE BENEFITS SIND
FÜR IHR UNTERNEHMEN
DIE RICHTIGEN?

BENEFITS

Das Wichtigste vorweg: Es gibt zwar eine lange Liste sowohl an materiellen als auch kulturellen Benefits, die alle auf die eine oder andere Art auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingehen und den Arbeitsalltag angenehmer machen, indem sie das Stresslevel reduzieren, die Aufgabenorganisation erleichtern oder dafür sorgen, dass Arbeitnehmende mehr vom Nettolohn haben; das wichtigste Benefit bleibt jedoch **Vertrauen**: Vertrauen in die Führungskraft, Vertrauen in das Team, Vertrauen in die Aufgaben und Vertrauen in das Unternehmen. Besteht dieses Vertrauen und die damit einhergehende Wertschätzung nicht, können noch so viele Mitarbeitendenvorteile geboten werden; die Wahrscheinlichkeit, dass Mitarbeitende zügig wieder gehen, weil sie das Gefühl hat, dass irgendetwas nicht passt, hoch bleibt. Die nachvollgehende Auflistung an Benefits bietet lediglich einen Ausschnitt an Möglichkeiten und stellt ei-

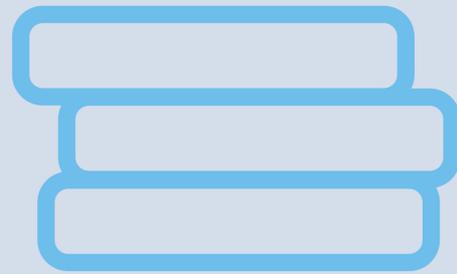
nen **Impuls** dar, in welche Richtungen Mitarbeitendenvorteile gedacht werden können. Dafür wurden die Vorteile eingeteilt in **‚günstige‘**, **‚mittelpreisige‘** und **‚teure‘** Varianten, um eine grobe Orientierung zu bieten, wo man sich kostentechnisch bewegt.

Diese Kategorien sind nicht als fix zu betrachten; auch ein günstiges Benefit kann derartig gestaltet werden, dass es in den teuren Bereich fällt und ein teures Benefit kann dahingehend reduziert werden, dass es günstiger wird. Ausschlaggebend wird der **ausgewogene Mix** aus verschiedenen Benefits sein, die sich aus der Mitarbeitendenbefragung ergeben und einen spürbaren Einfluss auf den Unternehmensalltag haben, sowie das **Vertrauen stärken**. Nicht die Anzahl an Vorteilen ist entscheidend, sondern **wie passgenau sie ausgewählt, eingeführt und umgesetzt werden**.

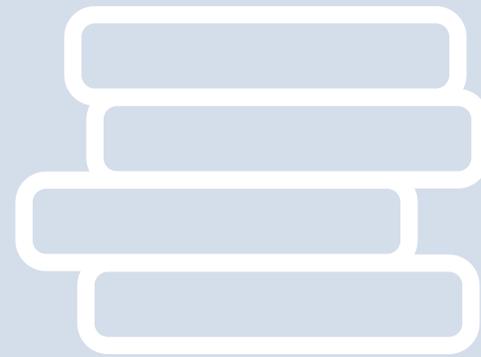


DAS WICHTIGSTE
BENEFIT BLEIBT
VERTRAUEN.

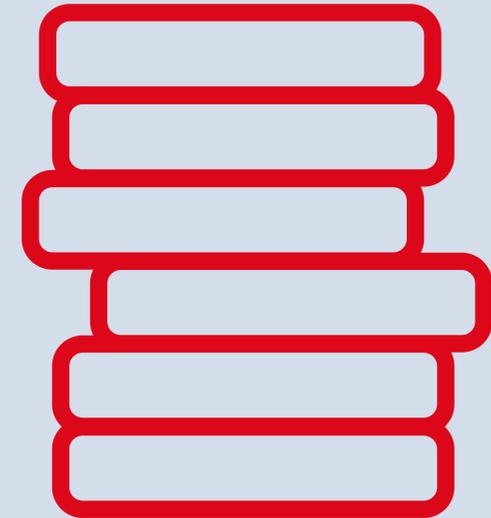
BENEFITS



GÜNSTIGE
BENEFITS



MITTELPREISIGE
BENEFITS



TEURE
BENEFITS

GÜNSTIGE **BENEFITS**



Kostenfreie **Getränke** wie Wasser, Tee und Kaffee



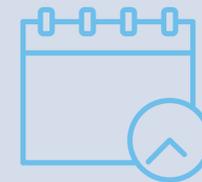
Mobilitätzuschuss wie bspw. ein Jobticket bzw. ÖPNV-Ticket, ein E-Scooter mit der Auflademöglichkeit in der Firma, Bike-Leasing, ein Tankguthaben und Fahrtkostenzuschüsse



Betriebliche **Kinderbetreuung**, ein Kita-Zuschuss oder eine betriebliche Notfallversorgung



Flexible Arbeitszeiten und -orte wie Gleitzeit, überdurchschnittliche Anzahl an Urlaubstagen



Teilzeitmodelle, 4-Tage-Woche, mobiles Arbeiten und Dienstplan-Apps für selbstorganisierte Schichtplanung



Interne Fortbildungen durch WBTs und Peer-to-Peer-Learning, in welchen Inhalte von Mitarbeitenden für Mitarbeitende aufbereitet und vermittelt werden



Technische Geräte wie Handys, die auch im privaten Bereich verwendet werden dürfen



Personalrabatte

GÜNSTIGE BENEFITS



Meetingfreie Tage, an welchen ganz bewusst auf das Ansetzen von Meetings verzichtet wird



Vielfältig gestaltete **Arbeitsplätze** mit bspw. ergonomischen Stühlen, höhenverstellbaren Tischen, Walking Pads oder Desk Sharing



Social Recognition, d. h. Lob von Mitarbeitenden für Mitarbeitende entweder auf einer eigenen Plattform oder auch im Rahmen von Intranet-Meldungen, um die Sichtbarkeit der Mitarbeitenden zu stärken und den kollegialen Zusammenhalt zu fördern



Bürohund



Rabatte für **Fitnesscenter**



Insbesondere die tendenziell günstigeren Benefits werden gerne von Unternehmen eingesetzt. So sind es vor allem Unternehmen in **ländlichen Regionen**, die aufgrund der noch nicht stark ausgeprägten Infrastruktur bevorzugt in **Mobilitätszuschüsse** investieren, während bspw. im Hotel- und Gastgewerbe verstärkt mit **Teilzeit-Modellen** experimentiert wird, um Mitarbeitende für die Branche zu gewinnen, für die eine Vollzeitstelle aus bestimmten Gründen nicht in Frage kommt.

MITTELPREISIGE BENEFITS



Externe **Gesundheitskurse**



Restaurantvoucher in Zusammenarbeit mit umliegenden Restaurants, um die lokale Infrastruktur zu stärken



Externe **Weiterbildungsangebote**, wie bspw. die Meisterschule



Interne **Events**, wie Weihnachtsfeiern und Sommerpartys



Up-To-Date-Events wie bspw. Kaffeetastings



Biophile Bürogestaltung, d. h. ein verstärkter Einsatz von naturbelassenen Materialien wie Holz oder Filz



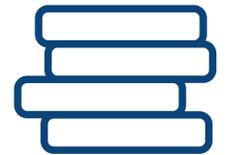
Betriebliche **Altersvorsorge**



Sabbaticals + Workations



Dienstwagen



Gerade Unternehmen, in denen **körperlich schwere Arbeit** verrichtet wird (wie bspw. im Gastgewerbe und Pflegesektor), setzen zunehmend auf den Einsatz von präventiven Gesundheitskursen, um die **Gesundheit** ihrer Mitarbeitenden zu erhalten. Auch die Unterstützung in der **Weiterbildung** wird gerne von Mitarbeitenden wahrgenommen. 94 % der Befragten einer Xing-Studie⁴ sehen die positiven Auswirkungen auf die persönliche Entwicklung durch Weiterbildung, wünschen sich jedoch auch **finanziell und zeitlich** mehr Freiraum, um bspw. eine Fachkarriere anstreben zu können. Das wiederum würde sich langfristig auch für die Unternehmen als gewinnbringend erweisen, da nicht nur **Wissen gesichert**, sondern auch **kontinuierlich auf dem neuesten Stand** gehalten wird.

⁴ https://www.xing.com/news/articles/die_halfte_der_deutschen_wünscht_sich_mehr_weiterbildung_im_job_hat_dafur_aber_weder_genug_zeit_noch_geld_5520564

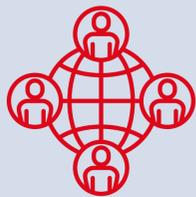
TEURE BENEFITS



Corporate Volunteering, d. h. vom Unternehmen gesteuerte Freiwilligenarbeit/Ehrenamt bzw. Freistellung für soziales Engagement



Unterstützung für private Angelegenheiten im Rahmen eines Concierge Service



Coopetition-Systeme, um z. B. dem vorzeitigen Kündigen von Azubi-Verträgen zuvorzukommen und die regionale Struktur zu stärken



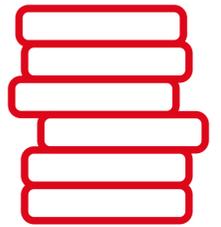
Berufsunfähigkeitsabsicherungen



Life Coach

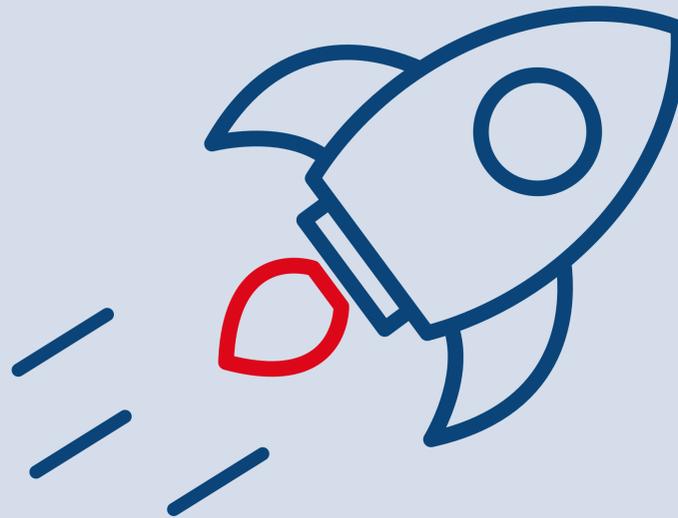


Zusätzliche **Versicherungsangebote** für Familienangehörige



Sicherlich bedarf es bei der Einführung der teureren Benefits einer längeren Vorbereitungszeit, doch wirken sich diese langfristig nicht nur **positiv auf die Motivation** der Mitarbeitenden und die Unternehmenskultur aus, sondern greifen auch weiter, indem sie die **Region stärken**. So haben z. B. Unternehmen einer Branche (wie Handwerksbetriebe mit unterschiedlichen Schwerpunkten) die Möglichkeit, sich zusammenzuschließen und die Auszubildenden in einer Art ‚Schnuppersystem‘ die unterschiedlichen Techniken kennenlernen zu lassen. Auf diese Weise wird den Auszubildenden eine **breite Perspektivenpraxis und Abwechslung** geboten.

SIE WISSEN JETZT,
WELCHE BENEFITS ES GIBT UND WELCHE FÜR
SIE UND IHR BUDGET IN FRAGE KOMMEN.



JETZT KÖNNEN SIE SICH ANS
WERK MACHEN: **SUPER!**

GOOD-TO-KNOW:

In vielen Fällen hat der Arbeitgeber die Möglichkeit, **steuerfreie Benefits** anzubieten, d. h. Benefits, auf die keine Steuern und Sozialabgaben anfallen.

Steuerfreie Benefits bzw. steuerfreie Sachbezüge unterliegen derzeit einer **Freigrenze von 50 Euro pro Monat** pro Mitarbeitenden (Stand: 2024); mehrere steuerfreie Benefits können hierbei auch **kombiniert** werden, solange die 50 Euro-Grenze nicht überschritten wird. Voraussetzung ist,

dass die steuerfreien Sachbezüge **nicht in Geldform** (wie Bargeldleistungen und Prepaid- und Kreditkarten mit Auszahlungsfunktion/eigener IBAN) angebracht werden dürfen. Aufgrund der Steuerfreiheit der Sachbezüge können Arbeitnehmende Geld sparen und hat mehr Netto vom Brutto. Für konkrete Vorgaben zur Umsetzung der steuerfreien Benefits lohnt sich daher der Blick in das **Einkommenssteuergesetz** sowie das **Gespräch mit dem/r Steuerberater/-in**.



UNTERNEHMEN

Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein

Die Wirtschaftsakademie bietet vielfältige **Bildungsangebote** für Beschäftigte und Unternehmen: Von praxisnahen und kompakten Seminaren, IHK-Zertifikatslehrgängen über die Höhere Berufsbildung bis zu Firmenschulungen für größere Gruppen ganz nach Ihren Wünschen. Wir stellen für Sie und die Unternehmen im Land ein **modernes und passgenaues Bildungsangebot** sicher. Damit Unternehmen mit einer starken Belegschaft und gut ausgebildeten **Fachkräften** wirtschaftlich erfolgreich sind!

Sie führen **Personalentwicklungsgespräche**? Dann laden sie sich hier unsere kostenfreie Checkliste herunter:
 www.wak-sh.de/checkliste-personalentwicklung.

sh:z & A.Beig Druckerei und Verlag

sh:z und A.Beig haben als **Verlagshäuser** eine lange Tradition in der Region und steht abseits des Lokaljournalismus für ein hochwertiges Werbeumfeld in ganz Schleswig-Holstein. Unser Expertenteam zeigt unter dem Titel „Werbung & fertig“ lokalen Unternehmen **moderne Werbelösungen**, von Anzeigen und Beilagen über Web Design bis Social Media. Wir wissen, dass passgenaue und zugleich erfolgreiche Werbung nicht kompliziert sein muss. Von Recruiting-Maßnahmen über Produktverkauf bis hin zu Image-Kampagnen - **alles ist möglich**. Ist Ihr Interesse geweckt worden?

Weitere Infomationen finden Sie unter
 www.shz-werbung.de.



POSITIV VOR-
ANGEHEN IN
SCHLESWIG-
HOLSTEIN.

LINKS UND IMPRESSUM

Ansprechpartnerin +
Verfasserin

Dr. Ann-Kathrin Barfuß
HR-Expertin Wirtschaftsakademie
Schleswig-Holstein
ann-kathrin.barfuss@wak-sh.de

Ansprechpartner für
Interessierte

Timo Garbers
Regionalleiter
timo.garbers@wak-sh.de

Impressum

Wirtschaftsakademie Schleswig-
Holstein GmbH
Hans-Detlev-Prien-Straße 10
24106 Kiel

Konzept + Design

Wirtschaftsakademie Schleswig-
Holstein GmbH
Hans-Detlev-Prien-Straße 10
24106 Kiel

www.wak-sh.de

