



Nöjdhetsrapporten 2019

Så gör du förmåner till ett strategiskt verktyg
i kampen om kompetensen





VAD HAR HÄNT SEDAN SIST?	3
ENGAGEMANG & KOMMUNIKATION	5
ATT ERBJUDA RÄTT FÖRMÅNER	11
FÖRMÅNER PÅ JOBBET	20
FÖRMÅNER FÖR HÄLSAN	25
FÖRMÅNER FÖR EKONOMISK TRYGGHET	29
LIVSSTILSFÖRMÅNER	36

VD:n har ordet

Det har äntligen blivit dags att presentera de viktigaste insikterna från årets upplaga av vår stora undersökning Förmånskollen. Vi på Benify har privilegiet att samarbeta med några av världens mest engagerade arbetsgivare, och vi är tacksamma för det förtroende från dem och deras anställda som har gjort den här rapporten möjlig. Alla deltagande arbetsgivare får självklart en egen rapport med resultatet från just deras organisation. De arbetsgivare som lyckades allra bäst hyllades dessutom på scen under vårt event Benify Summit i våras.

Du som har läst Nöjdhetsrapporten 2018 kommer att känna igen vissa inslag, som listorna över de viktigaste och mest uppskattade förmånerna bland olika generationer. En hel del är också nytt för i år. Till exempel har vi tagit fram färsk statistik om vem som beställer vad i våra medarbetarportaler.

Du hittar också exempel på best practices från arbetsgivare som har fått extra goda resultat inom olika områden i undersökningen.

Jag hoppas att den här rapporten ger dig gott om nya tankar och tips om hur du kan investera i dina medarbetare på det sätt som ger bäst resultat för både dem och dig. Varje medarbetare förtjänar att få känna sig nöjd och uppskattad på jobbet, och varje god arbetsgivare inser att en investering i ökat engagemang lönar sig i längden.

Trevlig läsning!



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Joakim Alm'.

Joakim Alm
CEO, Benify

Om studien

I 2019 års upplaga av Benify's undersökning Förmånskollen deltog ca 19 100 personer anställda i 61 organisationer. Såväl HR-ansvariga som medarbetare fick svara på frågor om förmåner, engagemang och kommunikation – självklart helt anonymt. Innehållet i den här rapporten baseras till största delen på denna undersökning.

Vinnare Förmånskollen 2019*

- 1–500 anställda:
Fackförbundet Vision
- 501–1000 anställda:
The Absolut Company & Pernod Ricard
- 1001–3000 anställda:
Grant Thornton
- 3000+ anställda:
Ericsson

* Vilka vann Förmånskollen 2019? (Benify's blogg 2019)

Vad har hänt sedan sist?

När vi nu för tredje året i rad genomför vår stora förmånsundersökning ser vi några tydliga mönster. Precis som tidigare år är pensionen bland de viktigaste förmånerna – utan att vara särskilt uppskattad av medarbetarna. Vi ser en fortsatt ökning av andelen som loggar in i våra portaler via mobilen. Generationsgapet kvarstår mellan de anställda som föredrar intranätet respektive förmånsportalen för att hitta information om sina förmåner. Sambandet är också fortsatt tydligt mellan förmåner och engagemang. De som upplever sig ha tillgång till fler än 20 förmåner är nöjdare med sitt totala utbud, mer engagerade på jobbet och mer benägna att se sig som ambassadörer för sin arbetsgivare jämfört med dem som säger sig ha färre än 20 förmåner.

Fortfarande ovanligt med förmånsstrategi

Andelen arbetsgivare som säger sig följa en förmånsstrategi har ökat från 23 till 28 procent sedan 2018, men är alltså fortfarande i minoritet. Den som vill börja arbeta mer strategiskt med sitt förmånsutbud hittar handfasta tips på sidorna 12 och 13 i rapporten. Strategi eller ej: många av de förmånskategorier som prioriteras av HR-ansvariga i undersökningen är desamma som anses viktigast av medarbetarna. Ett rejält glapp märks dock när det gäller sjukvårdsförmåner, som är den fjärde viktigaste kategorin

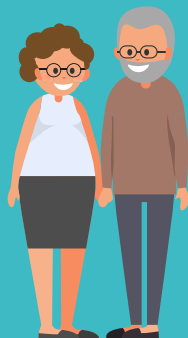
bland medarbetarna, men bara den nionde mest prioriterade av HR. En viss skillnad märks också i synen på vad som skulle öka nöjdheten mest. Medarbetarna efterfrågar främst ett mer varierat utbud och en större flexibilitet. HR-ansvariga å sin sida tror att en ökad tydlighet och förståelse av värdet skulle ha störst effekt på de anställdas förmånsuppskattning – vilket dock matchar medarbetarnas svar inom kategorierna pension, försäkring och privatekonomi.

Stressen ökar – men kan motverkas

En oroande trend är den tydligt ökande stressen – inte minst bland unga medarbetare. Nykomlingarna i Generation Z är mest stressade av alla när det gäller såväl privatekonomi som balansen i livet. Bara när det gäller pensionen råder motsatt förhållande: här är stressen istället störst bland babyboomers. Inom alla tre områdena är kvinnor mer stressade än män. Dessa tendenser syns också i samhället i stort, med ökade sjukskrivningar orsakade av stress och psykisk ohälsa*. Problemen behöver förstås tacklas från flera fronter, men det är uppenbart att man som arbetsgivare har stora möjligheter att påverka sina anställdas välmående. Vår undersökningen visar till exempel att medarbetare som upplever att deras arbetsgivare stöttar dem med balansen i livet är betydligt mindre stressade än de som saknar detta stöd.

* Psykisk ohälsa bakom nästan hälften av alla pågående sjukskrivningar (Försäkringskassan 2017)

LÄR KÄNNA VÅRA FYRA GENERATIONER



BABYBOOMERS:

FÖDDA 1945–1964 (55–74 ÅR)

Arbetsmarknadens veteraner som uppskattar stabilitet. Den sista generationen trojänare?



GENERATION X:

FÖDDA 1965–1984 (35–54 ÅR)

Det breda skiktet av medarbetare mitt i livet. Har småbarnsåren bakom sig och satsar på karriären.



MILLENNIALS:

FÖDDA 1985–1994 (25–34 ÅR)

Gruppen som nyss var färskast på arbetsmarknaden har nu blivit vuxna och varma i kläderna.



GENERATION Z:

FÖDDA 1995 ELLER SENARE (24 ÅR ELLER YNGRE)

Nykomlingarna som hellre hittar balans i livet än ett jobb för livet. Har vuxit upp med internet och gör allt på mobilen.

ENGAGEMENT & KOMMUNIKATION



Förmåner som verktyg för engagemang

Alla arbetsgivare vill förstås ha engagerade medarbetare – inte minst eftersom engagemang har en bevisad effekt på lönsamheten*. Förmåner är ett av flera verktyg som kan användas för att öka engagemanget på arbetsplatsen. De i vår undersökning som är nöjdast med sitt totala förmånsutbud skattar sin egen engagemangsnivå 11,5% högre än genomsnittet bland alla deltagare – och 25,3% högre än dem som är minst nöjda. Andelen anställda som ser sig som ambassadörer för sin arbetsgivare är också 21,5 procentenheter högre bland dem som är nöjdast med sina förmåner jämfört med dem som är minst nöjda.

Generationsutmaningen

Äldre medarbetare är både mer engagerade och mer benägna att se sig som ambassadörer för sin arbetsgivare jämfört med yngre i vår undersökning. Beror detta på att äldre överlag har kommit längre i sin karriär och därmed hunnit uppnå en position de är nöjdare med? Eller är dagens unga svårare att engagera än tidigare generationer?



Hur engagerad känner du dig en vanlig dag på jobbet?

På en skala från 1-10

BABYBOOMERS	8,35
GENERATION X	8,20
MILLENNIALS	7,89
GENERATION Z	7,99

Anser du dig vara en ambassadör för din arbetsgivare?

Andel Ja-svar:

BABYBOOMERS	84,1%
GENERATION X	84,2%
MILLENNIALS	77,3%
GENERATION Z	71,6%



*Gallup's State of the Global Workforce 2018

Generation Z: en utmaning för arbetsgivarna

Den nyaste generationen på arbetsmarknaden ställer nya krav när det gäller ledarskap och motivation. Det blev tydligt under Benify's seminarium Slaget om Generation Z, som hölls under Almedalsveckan 2019.

"Man vill inte jobba för att kunna ha en hobby. Jobbet i sig ska vara stimulerande och roligt och ge ett mervärde."*

Ebba Kock, ordförande Sveriges Elevkårer (och själv Generation Z)



*Från seminariet Slaget om Generation Z, Almedalen 2019



"Vi har pratat länge om att ledarskapet ska vara individuellt och situationsanpassat. Det är här nu. Det har aldrig varit jobbigare eller svårare att vara chef och ledare, men det har aldrig varit roligare heller."*

Katarina Berg, HR-chef på Spotify



Engagemang i olika branscher

Sett till bransch är engagemanget högst inom offentlig sektor – som dock hamnar först på tredje plats när det gäller de anställdas ambassadörskap. IT-sektorn hamnar längre ner inom båda kategorierna. Båda dessa sektorer ropar efter kompetens. Tydligt syfte och högt engagemang är den offentliga sektorns styrka, medan utmaningen är att erbjuda – och framför allt kommunicera – attraktiva villkor. IT-sektorn å sin sida behöver förmedla ett tydligare syfte för att kunna locka nya grupper av anställda som inte främst motiveras av höga löner.

Hur engagerad känner du dig en vanlig dag på jobbet? På en skala från 1-10.

Offentlig sektor	8,57
Detaljhandel	8,14
Industri	8,12
Bank & försäkring	8,04
IT & Telekom	8,02

Anser du dig vara en ambassadör för din arbetsgivare? Andel Ja-svar:

Detaljhandel	84,7%
Industri	82,6%
Offentlig sektor	81,9%
Bank & försäkring	78,2%
IT & Telekom	77,4%

Best practice engagemang: Vision

Fackförbundet Vision fick bäst resultat i Förmånskollen 2019 i kategorin 1–500 anställda, med höga poäng inom engagemang och ambassadörskap.

Hur har ni ökat engagemanget bland era medarbetare?

— Vi har genomfört ett omfattande utvecklingsarbete tillsammans med alla medarbetare med fokus på arbetssätt, kultur och ledarskap. Det har gett ett ännu högre engagemang i att utveckla verksamheten.

Varför ser sig så många som ambassadörer för er som arbetsgivare?

— Vi är en värderingsstyrd organisation med medarbetare som vill leverera det bästa vi kan för våra förtroendevalda och medlemmar. Vi har kul tillsammans och gör varandra bra!

Tips till andra som vill lyckas med samma sak?

— Ta hand om medarbetarnas engagemang och kunskap och involvera dem i utvecklingen. Lyft goda exempel och visa att man måste våga misslyckas för att kunna utveckla något.

Matts Hansson, personalchef Vision

Kommunikation som når fram

Det man inte känner till kan man förstås inte heller uppskatta. De medarbetare i vår undersökning som upplever att de är mest välinformerade om sina förmåner är 19,2% nöjdare än genomsnittet med sitt totala utbud. Men hur ser man till att alla i organisationen har samma möjligheter att hitta information om vad som ingår i deras anställning?

Att välja rätt kanal

Bland samtliga generationer förutom babyboomers anses förmånsportalen som en effektivare kanal än intranätet för att hitta förmånsinformation. En förklaring kan vara att intranätet i regel innehåller generell information, där medarbetaren själv behöver ta reda på vad som gäller för just dem. Med en förmånsportal kan informationen istället filtreras för att bara visa det som är relevant för varje individ. Detta speglar den digitala utvecklingen i stort, där vi har vant oss vid skräddarsydda rekommendationer och personlig kommunikation från sociala medier, strömningstjänster och nätbutiker. De yngsta generationerna på arbetsmarknaden minns knappt en tid utan internet och smartphones. Intressant är dock att Generation Z rankar möten och telefon betydligt högre än vad millennials gör. Kanske värdesätter dessa "digital natives" den personliga kontakten extra högt?

Andel inlogg med mobil i Benifys portal över tid

2017	54,2%
2018	62,3%
2019	66,8%

Framtiden är (ännu mer) mobil

Intranätet finns inte alltid tillgängligt via mobilen, vilket gör att anställda utan tillgång till jobbdator riskerar att missa viktig information om den bara publiceras där. Appar för anställda blir allt mer populära; något som också märks på inloggningsstatistiken i Benifys portaler. Andelen som loggar in via mobilen växer för varje år, framför allt bland yngre medarbetare och i branscher med färre kontorsanställda. Bland hotell- & restauranganställda görs nästan 90% av alla inlogningar via mobilen, medan andelen bland bank- & försäkringsanställda ligger strax under 50%.

Andel mobilinlogningar i Benifys portaler per generation

BABYBOOMERS	43,8%
GENERATION X	60,7%
MILLENNIALS	67,6%
GENERATION Z	83,6%



Best practice förmånskommunikation: Ericsson

Ericsson fick bäst totalt resultat i Förmånskollen 2019 i kategorin stora företag.

Med mer än 12 000 anställda i Sverige, utspridda på åtta olika kontor, är det en utmaning att hålla varje medarbetare uppdaterad om förmånsutbudet. Förmånsportalen är den kanal som används mest när det gäller förmånskommunikation på Ericsson – både när HR-avdelningen vill nå ut med information, och när medarbetarna söker upp den. Portalen rankas också som den effektivaste kanalen för detta syfte av medarbetarna. Omkring 8 av 10 Ericsson-anställda loggar in i sin portal minst en gång i månaden.

Hur viktiga är förmåner för att locka och behålla rätt kompetens?

– Attraktiva förmåner är en viktig del av ett starkt arbetsgivarvarumärke, tillsammans med utvecklingsmöjligheter, ledarskap och wellbeing. Vi har använt Benifys portal i flera år och successivt etablerat den som en naturlig samlingsplats för alla våra förmåner. Portalen används flitigt av våra

medarbetare, och ingår i introduktionen av nyanställda. Ingen ska missa vårt starka förmånsutbud.

Hur får man alla i en stor organisation att känna sig uppdaterade kring sina förmåner?

– Vi driver en tydlig digital kommunikationsplan. Regelbunden kommunikation och ett brett förmånsutbud gör att alla känner att det finns något som är relevant för just dem. Vi har till exempel ett generöst friskvårdsbidrag och en lunchförmån som används av nästan alla medarbetare.

Sverker Walldal, Head of Total Rewards Sweden



ATT ERBJUDA RÄTT FÖRMÅNER

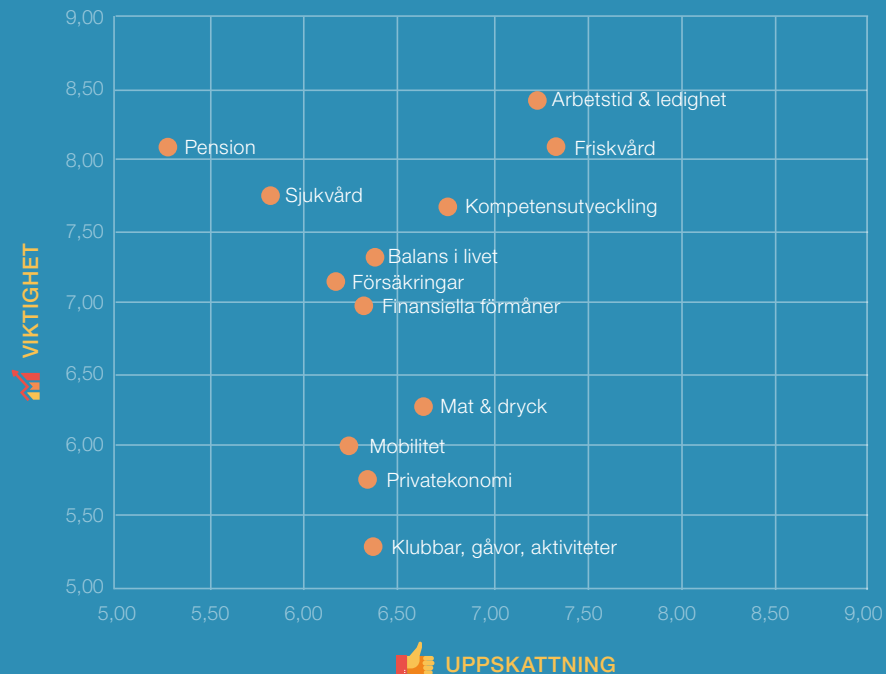


Viktigt eller uppskattat?

De förmåner som anses viktigast av medarbetarna – eller är dyrast för arbetsgivaren – är inte alltid de som uppskattas mest. Diagrammet här intill visar hur de olika förmånskategorierna placerar sig i genomsnitt i vår undersökning när det gäller viktighet respektive uppskattning. På en skala från 1 till 10 har deltagarna fått uppge hur viktiga de tycker att varje förmånskategori är, samt hur nöjda de är med sina förmåner inom varje kategori.

Vad tycker just dina anställda?

Om du gör en liknande kartläggning i din egen organisation: vilka förmåner är både viktiga och uppskattade? Vilka är varken eller? Använd resultatet för att utvärdera ditt förmånsutbud och förändra det vid behov. Ett tips är att kommunicera lite extra kring de förmåner som är viktiga, men inte uppskattade. När kunskapen ökar brukar nöjdheten följa efter.



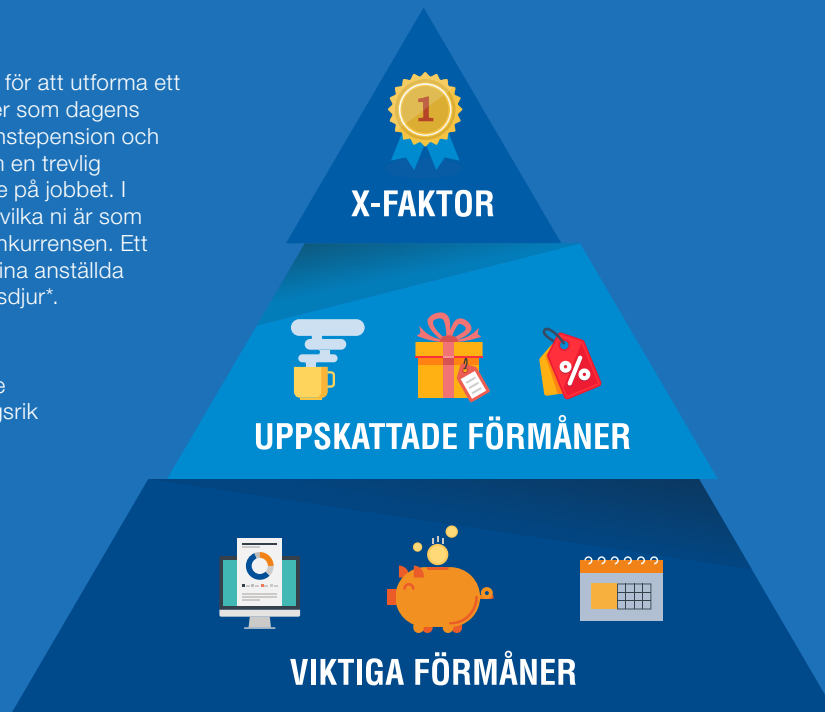
Förmånspyramiden

Pyramiden här intill är en enkel modell att utgå ifrån för att utforma ett strategiskt förmånsutbud. Basen utgörs av förmåner som dagens anställda närmast tar för givna, som exempelvis tjänstepension och försäkringar. I mitten finns sådant som ses mer som en trevlig bonus, till exempel lunchsubventioner eller massage på jobbet. I toppen gäller det att hitta något unikt som berättar vilka ni är som arbetsgivare, och som gör att ni sticker ut bland konkurrensen. Ett bra exempel på detta är zoobutiken som erbjuder sina anställda tre dagars betald ledighet när de skaffar ett nytt husdjur*.

Rätt förmåner – idag och imorgon

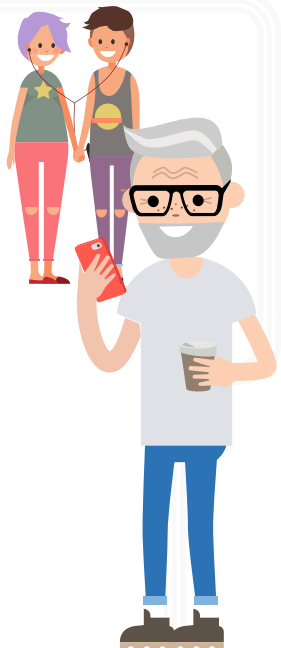
Erbjuder du attraktiva förmåner i pyramidens alla tre delar? Bra – då är du ett steg närmare en framgångsrik förmånsstrategi. Nästa steg är att säkerställa att dina förmåner inte bara tilltalar de medarbetare du redan har, utan också kan attrahera eventuella nya målgrupper du vill locka till dig i framtiden. Bläddra vidare i den här rapporten för att hitta tips och inspiration.

*Därför är personalförmåner viktigare än någonsin (Göteborgs-Posten 2019)



Vilken generation är nöjdast?

Undersökningen visar att yngre medarbetare är nöjdare än äldre med sitt totala förmånsutbud. De yngre är samtidigt mer benägna än äldre att byta jobb för att få tillgång till bättre förmåner. Kanske är en ung person mer lättimponerad när det kommer till förmåner, medan den med mer erfarenhet i sin roll tycker sig ha mer att förlora på ett byte. Det verkar dock inte troligt att dagens unga tar efter tidigare generationers beteende när de själva blir äldre. Mycket tyder istället på att arbetskraften förblir lättrollig framöver – och att förmåner blir ett allt viktigare medel i konkurrensen.

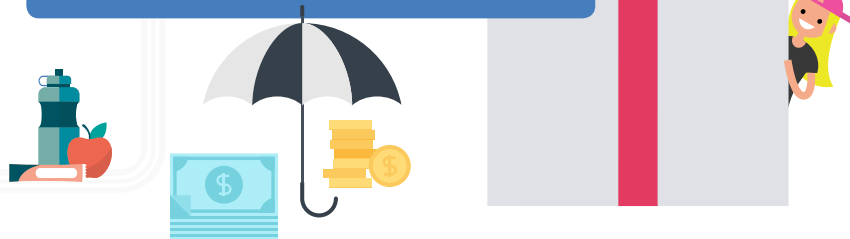


Hur nöjd är du överlag med ditt totala förmånsutbud? På en skala från 1-10

BABYBOOMERS	5,73
GENERATION X	6,00
MILLENNIALS	6,16
GENERATION Z	6,17

Hur troligt är det att ett attraktivare förmånsutbud skulle få dig att överväga att byta jobb (med liknande roll och lön)?

BABYBOOMERS	4,98
GENERATION X	5,62
MILLENNIALS	5,76
GENERATION Z	5,81



Vilken bransch är nöjdast?

Sett till bransch är man nöjdast med sitt totala utbud inom bank & försäkring, och minst nöjd i offentlig sektor. Samtidigt är offentliganställda minst benägna att byta jobb för att få bättre förmåner, medan bank- & försäkringsanställda är lättast att locka över med ett starkare utbud.

En del av förklaringen kan finnas när man jämför vilka faktorer som väger tyngst för anställda inom respektive bransch när de väljer arbetsgivare. Offentliganställda värderar trygghet och stabilitet betydligt högre än bank- & försäkringsanställda, som istället rankar flexibilitet och konkurrenskraftiga förmåner högre.

Vad är viktigast för dig när du väljer arbetsgivare?

Bank & försäkring

- 1 Bra ledarskap & ledning
- 2 Flexibilitet
- 3 Kultur & kollegor
- 4 Balans mellan arbete & privatliv
- 5 Kompensation & förmåner

Offentlig sektor

- 1 Bra ledarskap & ledning
- 2 Trygghet & stabilitet
- 3 Kultur & kollegor
- 4 Balans mellan arbete & privatliv
- 5 Flexibilitet



Vilka förmåner är viktigast för olika generationer?

Mycket är sig likt mellan generationerna, men en del saker skiljer sig åt. Föga överraskande är pensionsförmåner viktigare ju äldre man är. Kompetensutveckling rankas istället högre ju yngre man är. De HR-ansvariga i vår undersökning prioriterade i stort sett samma förmåner som anses viktigast för medarbetarna. Något som dock sticker ut är att sjukvårdsförmåner hamnar på fjärde plats i medarbetarnas ranking, men först på nionde plats när HR prioriterar.



BABYBOOMERS

- 1 Pension
- 2 Arbetstid & ledighet
- 3 Sjukvård
- 4 Friskvård
- 5 Försäkringar



GENERATION X

- 1 Arbetstid & ledighet
- 2 Friskvård
- 3 Pension
- 4 Kompetensutveckling
- 5 Sjukvård



MILLENNIALS

- 1 Arbetstid & ledighet
- 2 Friskvård
- 3 Kompetensutveckling
- 4 Pension
- 5 Sjukvård



GENERATION Z

- 1 Arbetstid & ledighet
- 2 Friskvård
- 3 Kompetensutveckling
- 4 Sjukvård
- 5 Pension

Topp 10 för alla åldrar

1 ARBETSTID & LEDIGHET

2 FRISKVÅRD

3 PENSION

4 SJUKVÅRD

5 KOMPETENSUTVECKLING

6 BALANS I LIVET

7 FÖRSÄKRINGAR

8 FINANSIELLA FÖRMÅNER

9 MAT & DRYCK

10 MOBILITET



Vilka förmåner uppskattas mest i olika generationer?

De yngsta sticker ut genom att vara nöjdare än äldre med sina privatekonomiska förmåner. Den viktiga pensionen, liksom sjukvårdsförmånerna, tar sig dock inte in på topp-10-listan över nöjdhet i någon generation. Det gör däremot försäkringsförmånerna – en kategori som brukar betraktas som torr och krånglig.



BABYBOOMERS

- 1 Friskvård
- 2 Arbetstid & ledighet
- 3 Mat & dryck
- 4 Kompetensutveckling
- 5 Mobilitet



GENERATION X

- 1 Friskvård
- 2 Arbetstid & ledighet
- 3 Kompetensutveckling
- 4 Mat & dryck
- 5 Klubbbar, aktiviteter & gåvor



MILLENNIALS

- 1 Arbetstid & ledighet
- 2 Friskvård
- 3 Kompetensutveckling
- 4 Balans i livet
- 5 Mat & dryck



GENERATION Z

- 1 Friskvård
- 2 Arbetstid & ledighet
- 3 Kompetensutveckling
- 4 Privatekonomiska förmåner
- 5 Mobilitet

Topp 10 för alla åldrar

1 FRISKVÅRD

2 ARBETSTID & LEDIGHET

3 KOMPETENSUTVECKLING

4 MAT & DRYCK

5 KLUBBAR, AKTIVITETER & GÅVOR

6 BALANS I LIVET

7 PRIVATEKONOMISKA FÖRMÅNER

8 FINANSIELLA FÖRMÅNER

9 FÖRSÄKRINGAR

10 MOBILITET

Vilka förmåner beställs mest i portalen?

Listan över de mest beställda förmånerna i Benify's portaler säger en hel del om varför arbetsgivare överhuvudtaget väljer att ge sina anställda tillgång till en medarbetarportal med förmåner. Syftet är i grund och botten att underlätta vardagen för medarbetarna, både hemma och på jobbet. Och såklart att sätta guldkant på tillvaron ibland, som med en uppskattad julklapp eller ett rabatterat biobesök.



Topp mest 5 beställda förmånerna i portalen:

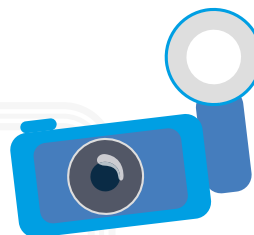
1. Friskvård
2. Biobiljett
3. Bildskärmsglasögon
4. Julklapp
5. Kollektivtrafik

Skillnader mellan generationer:

De fem förmånerna i listan är populära bland alla generationer, men det finns också en del variationer. Babyboomers och Generation X beställer till exempel oftare bildskärmsglasögon och ersättning för sjukvård, medan millennials tränar mest på gym och beställer flest biobiljetter. Lunchsubvention och arbetsskor är extra populära hos Generation Z.

Skillnader mellan branscher:

Även när man jämför olika branscher sticker en del saker ut. Specialistvårdsförsäkring betald av arbetsgivaren är vanligast bland sjukvårdsanställda. Arbetsskor beställs främst i grossist- och detaljhandeln, medan digitalt friskvårdskvitto är populärast i utbildningssektorn. Ersättning för sjukvård inom högkostnadsskyddet är extra vanligt i offentlig sektor.



Förmånskarta

En del förmåner och funktioner är extra populära i vissa delar av landet. Kartan visar var det finns toppar i beställningsstatistiken utifrån län.



FÖRMÅNER PÅ JOBBET



Arbetstid & ledighet

Från extra semesterdagar och föräldralön till flexibla arbetstider och möjlighet att jobba på distans: det här är en viktig kategori för alla generationer och branscher i vår undersökning. Allra viktigast är den för millennials (där andelen småbarnsföräldrar torde vara störst).



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Millennials

Bransch:
Sjukvård



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Utbildning



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Utbildning



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation X

Bransch:
Offentlig sektor





Kompetensutveckling

Denna kategori är viktigare ju yngre man är. Det är kanske inte så konstigt, med tanke på att yngre generationer förväntas behöva fylla på sina kunskaper under hela yrkeslivet, och byta både jobb och yrkesroll oftare än tidigare generationer*.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Sjukvård



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Utbildning



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
IT & telekom



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Offentlig sektor

Best practice: The Absolut Company & Pernod Ricard

"För oss är det viktigt att man känner sig utmanad och tycker att det är roligt att gå till jobbet varje dag. Kompetensutveckling är en stor del av det. Vi ser det också som vårt ansvar som arbetsgivare att se till att våra anställda är 'employable', alltså attraktiva på arbetsmarknaden. Vi tror att det gynnar alla i längden, även om vissa väljer att lämna oss för en annan arbetsgivare. Det kommer tillbaka på ett positivt sätt för oss i slutändan, till exempel i form av employer branding där man sprider ordet kring detta till nya kollegor."

Linnéa Falsen, HR Business Partner Pernod Ricard Sweden & Baltics

*Att utbilda oss genom hela arbetslivet (Omställningsfonden, 2019)

Mat & dryck

Kaffe och frukt på arbetsplatsen, men också lunchsubventioner, är populära förmåner inom denna kategori. Mat- & dryckesförmånerna rankas som mer uppskattade än viktiga av alla generationer i vår undersökning. Om de används rätt kan de både sätta guldkant på medarbetarnas vardag och uppmuntra till hälsosamma kostvanor på jobbet.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Sjukvård



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Utbildning



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Bank & försäkring + IT & telekom



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Millennials

Bransch:
Offentlig sektor



Personalklubbar, aktiviteter & gåvor

Konstklubbar, jubileumsgåvor, vinlotteri, julklappar, löpargrupper, pysselkvällar... Även den här kategorin är uppskattad, snarare än viktig, bland medarbetarna i undersökningen. Såväl anmälan till personalfester som beställning av personliga julklappar brukar ge tydliga användartoppar i Benifys portaler. Att uppmantra till sociala aktiviteter på och utanför jobbet är ett bra sätt att öka sammanhållningen utan att det behöver kosta särskilt mycket. Se bara till att hålla koll på vilka aktiviteter som behöver förmånsbeskattas.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Sjukvård



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Utbildning



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Utbildning



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation X

Bransch:
Offentlig sektor



Best practice: Benify

"Våra två personalklubbar, Trivselklubben och Idrottsklubben, är forum skapade av och för medarbetarna, men med ekonomiskt stöd från oss som arbetsgivare. Med allt från filmkvällar och påskäggsjakt till hälsodagar och motionslopp bidrar de till gemenskapen och den starka kulturen i företaget."

Josefine Söderqvist, HR-direktör, Benify

FÖRMÅNER FÖR HÄLSAN





Friskvård

Det här är en både viktig och uppskattad förmånskategori i vår undersökning, i alla branscher och generationer. Som arbetsgivare har man förstås mycket att vinna på att erbjuda förmåner som förbättrar välmåendet och förebygger ohälsa bland personalen.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Millennials

Bransch:
Sjukvård



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Sjukvård



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Industri



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Millennials

Bransch:
Industri

Inte bara träning

Hälsa handlar om helheten. Även om erbjudanden inom träning toppar beställningsstatistiken i Benifys portaler finns det mycket annat att välja på inom friskvårdskategorin. Rökavvänjning, sömnskola, fystester, massage, kostrådgivning... Listan kan göras lång. Skatteverkets regler kring vad som godkänns som skattefria friskvårdsaktiviteter uppdateras dessutom regelbundet. Visste du till exempel att friskvårdsbidraget numera kan användas för golf och segling?



De 10 mest beställda friskvårdsförmånerna i Benifys portal:

- 1 Gym & gruppträning
- 2 Massage
- 3 Simning
- 4 Kost & motionsrådgivning
- 5 Personlig träning (PT)
- 6 För gravida
- 7 Yoga & pilates
- 8 Löpträning
- 9 Inre välbefinnande
- 10 Motionslopp

Det viktiga friskvårdsbidraget



Vilken bransch har högst summa?

Bank & försäkring: 3 461 kr i genomsnitt, vilket är 509 kr (ca 17%) mer än genomsnittet för alla branscher.

Vilken bransch har lägst summa?

Offentlig sektor: 2 216 kr i genomsnitt, vilket är 736 kr (ca 25%) mindre än genomsnittet för alla branscher.

Spelar summan någon roll?

Det verkar finnas ett visst samband mellan friskvårdsbidragets storlek och hur hög andel av personalen som nyttjar bidraget. 3000 kr ser ut att vara den magiska gränsen där mer än hälften av personalen tycker att det är värt att nyttja sitt bidrag.

Man ska dock inte stirra sig blind på bara summan. Regelbunden kommunikation kan också öka nyttjandet – framför allt om man lyfter fram friskvårdsförmåner som tilltalar fler än de redan träningsfrälsta. Och varför inte uppmuntra till hälsosamma vanor på andra sätt, till exempel genom att anordna en stegräknartävling eller byta ut några stillasittande möten mot stående eller gående möten?

Friskvårdsbidragets storlek:

Andel anställda som nyttjar bidraget:

0-1999 kr	35%
2000-2999 kr	47%
3000-3999 kr	58%
4000-4999 kr	60%
5000-5999 kr	61%
6000+ kr	69%

- Cirka **80%** av deltagarna i studien uppger att de får friskvårdsbidrag från sin arbetsgivare.
- Den genomsnittliga summan för friskvårdsbidrag som erbjuds i Benifys portal är **2 952 kr**.
- Bara drygt hälften, **55%** av användarna, nyttjar sitt friskvårdsbidrag.
- De som nyttjar bidraget använder i genomsnitt **88%** av summan.



Sjukvård

Sjukvårdande förmåner rankas högt när det gäller viktighet – men lägre när det gäller uppskattning – bland medarbetarna i vår undersökning. När en lagändring 2018 gjorde att sjukvårdsförmåner började förmånsbeskattas trodde många att intresset för förmånskategorin skulle svalna. Vår undersökning tyder dock på en fortsatt stor efterfrågan från anställda på den här typen av stöd från arbetsgivaren.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Sjukvård



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Millennials

Bransch:
Utbildning



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Sjukvård



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Offentlig sektor

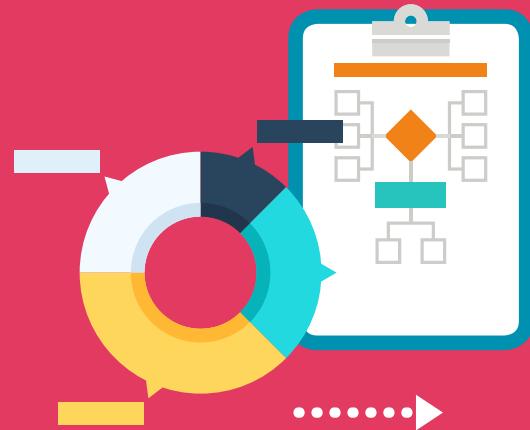
De 5 mest beställda sjukvårdsförmånerna i Benifys portal:

- 1 Vård online
- 2 Naprapati & kiropraktik
- 3 Hälsoundersökning
- 4 Fertilitetsbehandling
- 5 Psykologstöd



När det gäller användarstatistiken i våra portaler framträder vissa intressanta skillnader mellan könen. Medan fördelningen är ganska jämn för vård online, naprapati/kiropraktik och fertilitetsbehandlingar beställer nästan dubbelt så många kvinnor som män psykologstöd, medan 60% fler män än kvinnor beställer hälsotester.

FÖRMÅNER FÖR EKONOMISK TRYGGHET



Pension

Pensionen finns med bland de fem viktigaste förmånskategorierna hos alla generationer i vår undersökning – även bland de allra yngsta. Samtidigt saknas pensionen på topp-tio-listan över de mest uppskattade förmånerna hos alla generationer – även de allra äldsta. Att öka uppskattningen av denna viktiga förmånskategori handlar till största delen om kommunikation. Det är trots allt svårt att vara nöjd med något som man inte förstår.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Sjukvård



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
IT & telekom



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Offentlig sektor



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Offentlig sektor

Löneväxling – en typiskt manlig förmån?

Den pensionsrelaterade förmån som beställs av flest medarbetare i Benify's portaler är löneväxling till extra pension. Förmånen innebär att medarbetaren avstår en del av sin lön före skatt för att istället få en högre avsättning till sin pension. Detta rekommenderas inte för personer med lägre inkomst än 8,07 inkomstbasbelopp (vilket 2019 motsvarade en månadslön på 43 309 kr före skatt). Beställningsstatistik från portalen visar att män beställer löneväxling i nästan dubbelt så hög utsträckning som kvinnor. Kan detta förklaras med löneskillnaden mellan män och kvinnor, som 2018 uppgick till i genomsnitt 10,7%?*

*Löneskillnaden mellan könen fortsätter minska (Medlingsinstitutet 2019)

Best practice pension: IFS

På IT-bolaget IFS rankas pensionen inte bara högt när det gäller viktighet. De anställda är också 19,7% nöjdare med sina pensionsförmåner än genomsnittet i undersökningen.

Varför är era medarbetare så nöjda med sina pensionsförmåner?

– Vi har kommunicerat mycket kring pensionen för att göra våra medarbetare mer insatta och få en ökad förståelse. I våra onboarding-samtal med nyanställda lyfter vi fram pension och försäkringar så att ingen ska missa vad som ingår i anställningen.

Har du något tips till andra arbetsgivare som vill lyckas med samma bedrift?

– Kommunicera mer, framför allt kring värdet av tjänstepensionen. Den är en jättebra förmån, och också den man som arbetsgivare betalar mest för. Den är värd att lyftas fram.

Erbjuder ni något mer inom pensionsområdet?

– Alla våra anställda får pensionsrådgivning digitalt via Lifeplan, vilket är mer lättillgängligt och mindre tidskrävande än traditionell rådgivning. Det är viktigt för oss att rådgivningen dels är helt oberoende och dels likvärdig för alla, oavsett vilket pensionsavtal de tillhör.

Charlotta Lilieblad, chef för HR Service Center, IFS



Om Lifeplan
Lifeplan är Europas första och största digitala pensionsrådgivare, och ingår sedan 2012 i Benifykoncernen. Idag har 325 000 anställda hos 900 arbetsgivare tillgång till Lifeplans oberoende rådgivning, som baseras på världsledande forskning inom långsiktigt sparande.
Läs mer på lifeplan.se



Pensionspaniken

Enligt en undersökning från Pensionsmyndigheten oroar sig 1 av 4 svenskar för sin framtida pension, trots att 9 av 10 omfattas av tjänstepension via sin anställning*. Oro över pensionen märks även i vår undersökning, där 12,5% säger sig vara mycket stressade över pensionen. Mer än varannan (51,3%) är delvis stressad, medan bara drygt var tredje (36,2%) inte är stressad alls. Stressen är dock ojämnt fördelad: mest stressade över pensionen är kvinnor, äldre medarbetare och anställda inom sjukvård och offentlig sektor. Minst stressade är män, yngre medarbetare och anställda inom IT- och industrisektorn.

Vad kan minska oron?

Ökad kunskap är det effektivaste botemedlet mot pensionspaniken. De i undersökningen som uppger att de har en mycket god förståelse för sina pensionsförmåner är 45,3% nöjdare med dessa än genomsnittet. I den här gruppen är stressen också lägre: 7,5% är mycket stressade över sin pension, 35,1% är delvis stressade och 57,4% är inte alls stressade.

Bland dem med lägst förståelse för pensionsförmånerna råder motsatt förhållande: de är 44% mindre nöjda än genomsnittet med sina pensionsförmåner. Hela 22,1% är mycket stressade över pensionen, 51% är delvis stressade och 26,9% är inte alls stressade.

Hur kan man öka kunskapen?

Ett tips är att erbjuda medarbetarna digitala guider där de själva kan ta reda på vad just de behöver tänka på för att förbättra sin pension utifrån sin egen livssituation. Pensionsskolan i Benifys medarbetarportal är ett populärt verktyg för detta. Man kan också uppmana medarbetarna att logga in på minpension.se för att få en personlig pensionsprognos.

Ett annat tips är att erbjuda oberoende pensionsrådgivning för alla anställda, inte bara dem med högst inkomster. Viktigast är att sänka avgifterna: genom att sänka den årliga fondavgiften med 2 procentenheter per år är man garanterad smått otroliga 82% mer i pensionskapital efter 30 år**.

Känner du någon stress när du tänker på din framtida pension?

Kvinnor:

Ja, mycket: 15,65%
Ja, delvis: 56,16%
Nej: 28,20%

Generation Z:

Ja, mycket: 8,3%
Ja, delvis: 42,1%
Nej: 49,6%

Män:

Ja, mycket: 8,51%
Ja, delvis: 46,42%
Nej: 45,08%

Babyboomers:

Ja, mycket: 16,2%
Ja, delvis: 50,1%
Nej: 33,8%

*Pensionsmyndigheten 2019

**Mannen som vill ge fler en bättre pension (Benifys blogg 2019)



Försäkringar

Försäkringar som träder in vid till exempel sjukdom, arbetsskada eller föräldraledighet ingår i de flesta kollektivavtal. Därutöver erbjuder vissa arbetsgivare extra försäkringar till förmånligare priser än om medarbetarna hade tecknat dem privat. Man skulle kunna tro att dessa förmåner är lätta att glömma bort eller ta för givna. Att de inte bara ses som en viktig förmånskategori i vår undersökning, utan också som en av de tio mest uppskattade i alla generationer, kanske därför är en glad överraskning för en och annan arbetsgivare. Precis som med pensionen efterfrågar medarbetarna dock tydligare information och någonstans att vända sig med frågor.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Sjukvård



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Millennials

Bransch:
Utbildning



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Bank & försäkring



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
**Millennials +
Generation X**

Bransch:
Offentlig sektor



Tips!

Använd digitala guider för att öka medarbetarnas kunskap och trygghet om sitt försäkringsskydd och hur deras ekonomi påverkas vid olika skeden i livet. Detta kan också hjälpa dem att undvika dubbelförsäkring, d.v.s. att de betalar privat för något som de redan har tillgång till via sin anställning.

Finansiella förmåner

I den här kategorin ingår ekonomiska incitament, som till exempel provision och bonus utöver grundlönen eller möjlighet att köpa aktier i företaget man arbetar för. Knappt hälften av medarbetarna i undersökningen uppger att de erbjuds finansiella förmåner. Störst är andelen i industrin (68%), IT & telekom (42%) och detaljhandeln (45%). Inom bank & försäkring har omkring var tredje anställd tillgång till finansiella förmåner, och dessa anställda är 17% nöjdare än genomsnittet med sitt utbud på området.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Millennials

Bransch:
Industri



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Bank & försäkring



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Utbildning



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Utbildning



Privatekonomiska förmåner

Oro över privatekonomin påverkar inte bara hur medarbetarna mår, utan även hur de presterar på jobbet*. Bortsett från pensionen verkar dagens HR-ansvariga dock inte prioritera förmåner för ökad ekonomisk trygghet (som till exempel rådgivning kring lån och sparande) särskilt högt. Att den privatekonomiska stressen har ökat hos alla generationer sedan 2018 – och är större ju yngre medarbetarna är – kanske får vissa arbetsgivare att tänka om. Bara drygt var tionde anställd i undersökningen (11,9%) uppger att deras arbetsgivare erbjuder förmåner som bidrar till ökad privatekonomisk trygghet, medan hela 43,6% uppger att de inte vet.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Bank & försäkring



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Utbildning



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Utbildning



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation X

Bransch:
Offentlig sektor

Känner du någon stress när du tänker på din privatekonomiska situation?

Babyboomers:

Ja, mycket: 5,3%
Ja, delvis: 32,5%
Nej: 62,3%

Generation Z:

Ja, mycket: 13,3%
Ja, delvis: 43,9%
Nej: 42,8%



*Bank of America Merrill Lynch: Workplace Benefits Report (2017)

LIVSSTILS- FÖRMÅNER



Balans i livet

Den här kategorin kvalar in bland de tio viktigaste för alla generationer, men uppskattas framför allt av millennials (där den största andelen småbarnsföräldrar borde finnas). Allt fler arbetsgivare inser värdet av att stötta medarbetarna i livet utanför jobbet, till exempel med rabatter på olika hushållsnära tjänster. Och det är inte så konstigt: om vardagen flyter på blir det förstås lättare att fokusera och prestera på arbetsplatsen.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Generation X

Bransch:
Sjukvård



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Utbildning



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z

Bransch:
Utbildning



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Babyboomers

Bransch:
Offentlig sektor

De 5 mest beställda förmånerna för balans i Benifys portal:

- 1 Städning
- 2 Matkasse
- 3 Barnpassning
- 4 Läxhjälp
- 5 Juridiska tjänster



Stöd från arbetsgivaren minskar stressen



I vår undersökning uppger 57% att deras arbetsgivare hjälper dem att hålla en god balans mellan arbete och privatliv. Av dessa medarbetare är en betydligt mindre andel (5,9%) mycket stressade över balansen i livet, jämfört med det totala genomsnittet (14,3%). Bland dem som inte upplever någon hjälp från sin arbetsgivare är 25,5% – mer än var fjärde anställd – mycket stressad över balansen i livet.

Vem är mest och minst stressad?

Stressen över balansen i livet skiljer sig åt mellan olika grupper. Till exempel är mer än varannan sjukvårdsanställd mycket stressad, men bara var tionde inom industrin. Andelen kvinnor som är mycket stressade är 45% högre än andelen män. Oroande nog är andelen mycket stressade störst i den yngsta generationen anställda – trots att de precis har börjat sina yrkes- och vuxenliv.

Känner du någon stress när du tänker på balansen mellan arbete och privatliv?

BABYBOOMERS

Ja, mycket: 11,5%

Ja, delvis: 39,1%

Nej: 49,4%

MILLENNIALS

Ja, mycket: 15,7%

Ja, delvis: 44,6%

Nej: 39,6%

GENERATION X

Ja, mycket: 15,1%

Ja, delvis: 45,5%

Nej: 39,4%

GENERATION Z

Ja, mycket: 17,6%

Ja, delvis: 37,6%

Nej: 44,8%



Mobilitet

I den här kategorin ingår till exempel personalbilar, kollektivtrafikkort och cyklar. För millennials är de här förmånerna mer viktiga än uppskattade, medan motsatt förhållande råder för övriga generationer. Allra nöjdast med sina mobilitetsförmåner är Generation Z.



VIKTIGAST FÖR:

Generation:
Millennials
Bransch:
Industri



MINST VIKTIG FÖR:

Generation:
Babyboomers
Bransch:
Offentlig sektor



MEST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation Z
Bransch:
Sjukvård



MINST UPPSKATTAD AV:

Generation:
Generation X + Millennials
Bransch:
IT & telekom

De 5 mest beställda mobilitetsförmånerna i Benifys portal:

- 1 Kollektivtrafik
- 2 Bil
- 3 Trängselskatt
- 4 Cykel
- 5 Parkering

En annan populär funktion är samåkningsverktyget, där anställda kan hitta kollegor som bor i närheten och ta sällskap till jobbet, istället för att åka i varsin bil.

Vem beställer vad?

Männen är i majoritet när det gäller bilförmåner (76%), parkering (68%) och cykelförmåner (61%), medan kvinnor står för en knapp majoritet (53%) av beställningarna inom kollektivtrafik.



Hur ser framtidens förmåner ut?

Vi behöver inte titta särskilt djupt i spåkulan för att se de största trenderna inom förmåner framöver. Många av dem återfinns i utbudet hos innovativa arbetsgivare redan idag. Här nedan ser du tre områden där vi på Benify ser stor efterfrågan från arbetsgivare och medarbetare just nu – och där vi därför lägger störst fokus i utvecklingen av nya lösningar.

Miljö & hållbarhet

Flygskam, vegotrend, slow fashion... Klimatkrisen och omställningen till ett mer hållbart samhälle påverkar även arbetslivet. Gröna förmåner kan användas för att få fler anställda att bidra till verksamhetens klimatmål, men också för att positionera sig som en attraktiv arbetsgivare – inte minst för yngre generationer. En av tre i Generation Z ratar klimatskadliga arbetsgivare, och för unga kvinnor är företagets värderingar till och med viktigare än lönen*.

Flexibilitet & relevans

Många anställda vill själva kunna fördela olika slags tillskott från arbetsgivaren, utöver lönen. Allt fler arbetsgivare erbjuder därför en flexibel pott som medarbetarna kan nyttja utifrån egna behov och önskemål, istället för riktade bidrag eller rabatter från enskilda leverantörer. Det blir också vanligare med individanpassade rekommendationer utifrån intresse, geografisk placering och tidigare val.

Nudging & gamification

När medarbetarnas valfrihet ökar vill arbetsgivarna i större utsträckning kunna påverka sina anställda att göra så bra val som möjligt. Flera arbetsgivare använder redan nu Benifys medarbetarportal för att lyfta fram förmåner som är bättre för exempelvis klimatet eller hälsan. Med integrerade poängsystem och belöningar kan de öka medarbetarnas motivation på ett lekfullt sätt.

*Slaget om Generation Z (Benify 2019)

Best practice hållbarhet och innovation: ÅF

ÅF och Benify utvecklade tillsammans en flexibel mobilitetstjänst, avsedd att uppmuntra anställda till ett mer klimatsmart resande – både i jobbet och privat. Projektet utsågs till en av tre vinnare i Energimyndighetens globala innovationstävling Sustainable Mobility Challenge 2019.

"Som arbetsgivare har man ett jätteansvar att leva som man lär. Därför är det viktigt för oss på ÅF att kunna erbjuda våra anställda moderna och hållbara tjänster. För att lyckas måste vi också utgå från människors vardag och faktiska behov. Så gott som alla människor vill göra hållbara transportval, men våra liv måste också fungera. Det handlar inte om att folk inte får köra bil, men att det ska finnas attraktiva och smarta alternativ så att man inte behöver köra varje dag."

Karolina Pamp-Sandgren,
mobilitetsexpert ÅF



Världens mest skraddarsydda medarbetarportal

Benifys prisbelönta portal har revolutionerat hur moderna arbetsgivare interagerar med sina medarbetare.

Med den molnbaserade lösningen – tillgänglig via dator, surfplatta eller mobil – kan medarbetare ta del av information och tjänster kopplade till sin anställning och beställa attraktiva förmåner handplockade av arbetsgivaren.

Portalen hjälper dig som arbetsgivare att lyfta fram det som gör din organisation unik. Stärk ditt arbetsgivarvarumärke och attrahera, engagera och behåll kompetensen du behöver redan idag.

Grattis på födelsedagen!

Min kompensation

Mina förmåner

Hej Anna, välkommen till portalen!



BENIFY SVERIGE HQ
+46 8 21 02 00
info@benify.se
Banérgatan 16 Box 24101
104 51 Stockholm



BENIFY STORBRIANNIEN
+44 (0) 777433 1594
info@benify.co.uk
51 Eastcheap
London EC3M 1JP



BENIFY USA
info@benify.com
100 Montgomery Steet
Suite 1780
San Francisco, CA 94104



BENIFY FINLAND
+46 8 21 02 00
info@benify.fi
Kalevankatu 9 A 10
00100 Helsinki



BENIFY SVERIGE
+46 8 21 02 00
info@benify.se
Första Långgatan 17
413 27 Göteborg



BENIFY FRANKRIKE
+33 1 83 79 11 50
info@benify.fr
11 Rue d'Uzès
75002 Paris



BENIFY NORGE
+46 8 21 02 00
support@benify.no
Benify AS Rådhusgata 4
0151, Oslo



BENIFY DANMARK
+45 7877 0670
support@benify.dk
Nyhavn 63 D, 2. sal
DK-1551 København K



BENIFY TYSKLAND
+49 89 218 993 410
info@benify.de
Ganghoferstraße 68b
80339 München



BENIFY NEDERLÄNDERNA
+31 (0)20 891 2800
support@benify.nl
John M. Keynesplein 12-46
1066 EP Amsterdam



BENIFY SINGAPORE
info@benify.sg
111 Somerset Road #16-06
TripleOne Somerset
Singapore 238164



BENIFY LITAUEN
+46 8 21 02 00
info@benify.com
Vilniaus g. 4
LT- 01102 Vilnius

