



# Employee Happiness Index 2019

Wie Sie Ihre Benefits zu einem strategischen Instrument im War for Talents machen können.





<b>WAS IST SEIT UNSEREM LETZTEN BERICHT PASSIERT?</b> .....	<b>3</b>
<b>ENGAGEMENT UND KOMMUNIKATION</b> .....	<b>5</b>
<b>DIE RICHTIGEN BENEFITS ANBIETEN</b> .....	<b>11</b>
<b>BENEFITS AM ARBEITSPLATZ</b> .....	<b>19</b>
<b>GESUNDHEITS BENEFITS</b> .....	<b>25</b>
<b>BENEFITS FÜR DIE FINANZIELLE SICHERHEIT</b> .....	<b>29</b>
<b>LIFESTYLE BENEFITS</b> .....	<b>35</b>

## Worte unseres CEOs

Ich freue mich, Ihnen die wertvollsten Erkenntnisse aus der Ausgabe 2019 unserer Studie *Benify Score* präsentieren zu können. Bei Benify haben wir das Privileg, mit einigen der engagiertesten Arbeitgeber der Welt zusammenzuarbeiten, und wir sind dankbar für das Vertrauen, das diese Unternehmen und ihre Mitarbeiter uns entgegengebracht haben, um diese Studie zu ermöglichen. Die erfolgreichsten Arbeitgeber wurden bereits im Rahmen unseres jährlichen Benify Summits im vergangenen Frühjahr geehrt.

Diejenigen, die unseren Employee Happiness Index 2018 gelesen haben, werden bestimmte Themen wiedererkennen, darunter die Analyse der wichtigsten und am meisten geschätzten Benefits innerhalb der verschiedenen Generationen. Aber in der diesjährigen Ausgabe werden Sie auch viele neue Einblicke gewinnen. So finden Sie beispielsweise Statistiken über die Beliebtheit und Nutzung verschiedener Benefits sowie Beispiele für Best Practices von Arbeitgebern, die in verschiedenen Bereichen außergewöhnliche Ergebnisse erzielt haben. Ich hoffe, dass dieser Bericht Ihnen inspirierende

Tipps und Anregungen liefert, wie Sie mit Ihren Benefits eine Win-Win-Situation für Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen erzielen können. Jeder Mitarbeiter verdient es, sich bei der Arbeit zufrieden und geschätzt zu fühlen, und jeder gute Arbeitgeber sollte verstehen, dass sich eine Investition in mehr Engagement langfristig auszahlt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!



Joakim Alm  
CEO, Benify

## Über die Studie

An der Benify-Studie *Benify Score 2019* nahmen rund 19.100 Personen aus 61 Organisationen teil. Die Ergebnisse der Studie machen den größten Teil dieses Berichts aus. Sowohl Personalverantwortliche als auch Mitarbeiter wurden gebeten, eine Reihe von Fragen zu den Themen Benefits, Employee Engagement und Kommunikation zu beantworten. Alle Antworten waren anonym.

Gewinner des *Benify Score 2019*:

- 1-500 Mitarbeiter: Gewerkschaft Vision
- 501-1.000 Mitarbeiter: Die Absolut Company & Pernod Ricard
- 1.001-3.000 Mitarbeiter: Grant Thornton
- Mehr als 3.000 Mitarbeiter: Ericsson

## Was ist seit unserem letzten Bericht passiert?

Da wir unsere Benify-Studie zum dritten Mal in Folge durchführen, sehen wir einige klare Muster. Wie in den Vorjahren zählt die Altersvorsorge zu den wichtigsten Benefits, obwohl sie nicht zu den beliebtesten Benefits der Mitarbeiter gehört. Wir sehen eine weiter steigende Zahl von Personen, die sich über das Handy in unsere Portale einloggen. Der Generationenunterschied bleibt zwischen Mitarbeitern, die zur Informationsrecherche das Intranet nutzen und solchen, die dafür ihr Benefit-Portal bevorzugen, weiterhin bestehen. Und ein direkter Zusammenhang zwischen Benefits und Engagement ist nach wie vor klar festzustellen: Diejenigen, die Zugang zu mehr als 20 Benefits haben, sind engagierter, sehen sich eher als Botschafter für ihre Arbeitgeber und sind mit ihrem Gesamtangebot zufriedener als diejenigen, die weniger als 20 Benefits haben.

### **Benefitstrategien sind immer noch nicht die Regel**

Der Anteil der Arbeitgeber, die sagen, dass sie eine Benefitstrategie verfolgen, ist seit 2018 von 23% auf 28% gestiegen, aber diese Arbeitgeber sind immer noch die Minderheit. Jeder Arbeitgeber, der strategischer an seinem Benefitangebot arbeiten möchte, findet in dieser Studie praktische Tipps. Ob mit Strategie oder ohne, unsere Studie zeigt, dass viele der Benefitkategorien, die von Personalverantwortlichen priorisiert werden, die gleichen sind wie die, die von den Mitarbeitern als am wichtigsten angesehen werden. Allerdings gibt es eine Lücke bei den Gesundheits-Benefits, die die

viertwichtigste Kategorie unter den Mitarbeitern ist, aber nur die neuntwichtigste, aus der Sicht der Personalabteilung. Es gibt auch deutliche Meinungsverschiedenheiten darüber, was die Zufriedenheit am meisten steigern würde. Die Mitarbeiter fordern vor allem ein vielfältigeres Angebot und mehr Flexibilität. Die Personalverantwortlichen ihrerseits sind der Ansicht, dass mehr Klarheit und ein besseres Verständnis des Wertes die größten Auswirkungen auf die Wertschätzung der Mitarbeiter haben würden - etwas, das nur den Antworten der Mitarbeiter in den Kategorien Altersvorsorge, Versicherung und persönliche Finanzen entspricht.

### **Stress nimmt zu, kann aber bekämpft werden**

Besorgniserregend ist der scheinbare Anstieg von Stress, nicht zuletzt bei jungen Mitarbeitern. Die neueste Generation am Arbeitsplatz, die Generation Z, ist vor allem in Bezug auf ihre persönlichen Finanzen und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie gestresst. Nur bei der Altersvorsorge zeigt sich das Gegenteil: Hier ist der Stress bei den Babyboomern am höchsten. In allen drei Bereichen sind Frauen stärker belastet als Männer. Diese Trends sind auch in der Gesellschaft insgesamt sichtbar, wobei Quellen zeigen, dass arbeitsbedingter Stress und psychische Erkrankungen inzwischen mehr als die Hälfte der Fehlzeiten ausmachen\*. Obwohl die Probleme an mehreren Fronten angegangen werden müssen, ist klar, dass die Arbeitgeber eine enorme Chance haben, das Wohlergehen ihrer Arbeitnehmer zu beeinflussen. Unsere Umfrage zeigt zum Beispiel, dass Arbeitnehmer, die der Meinung sind, dass ihre Arbeitgeber ihre Work-Life-Balance unterstützen, deutlich weniger gestresst sind als diejenigen, denen diese Unterstützung fehlt.

\*The Telegraph, Work-related stress and mental illness now accounts for over half of work absences, 2018

## LERNEN SIE DIE VIER GENERATIONEN KENNEN



### BABY-BOOMER:

Geboren 1945-1964 (55-74 Jahre)

Arbeitsmarkt-Veteranen, die sich vor allem nach Stabilität sehnen. Die letzte Generation der treuen Diener?



### GENERATION X:

Geboren 1965-1984 (35-54 Jahre)

Das breiteste Spektrum an Mitarbeitern inmitten von Leben und Arbeit. Mit der eigenen Familie im Rücken haben sie ihren Fokus auf die Karriere gelegt.



### MILLENNIALS (ALIAS GENERATION Y)

Geboren 1985-1994 (25-34 Jahre)

Vor nicht allzu langer Zeit war diese Gruppe die frischeste auf dem Arbeitsmarkt, aber heute sind die Mitglieder Erwachsene, die sich auf die nächsten Schritte zu Hause und in der Arbeit vorbereiten.



### GENERATION Z:

Geboren 1995 oder später (24 Jahre oder jünger)

Die New Kids on the Block, die Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie legen. Sie sind in einer digitalen Welt erwachsen geworden und stellen das Smartphone in den Mittelpunkt.

# ENGAGEMENT UND KOMMUNIKATION



## Benefits als Werkzeug für das Engagement der Mitarbeiter

Natürlich will jeder Arbeitgeber hoch engagierte Mitarbeiter haben, nicht zuletzt, weil sich das Engagement als profitabel erwiesen hat\*. Benefits sind eines von mehreren Instrumenten, die eingesetzt werden können, um das Engagement am Arbeitsplatz zu erhöhen. Diejenigen in unserer Studie, die mit ihrem Benefitangebot am zufriedensten sind, schätzen ihr eigenes Engagement um 11,5% über dem Durchschnitt der Teilnehmer ein und um 25,3% über denen, die am wenigsten zufrieden sind. Auch der Prozentsatz der Mitarbeiter, die sich als Botschafter ihres Arbeitgebers verstehen, ist bei denjenigen, die mit ihren Benefits am zufriedensten sind, um 21,5% höher als bei denjenigen, die am wenigsten zufrieden sind.

### Die Herausforderung der Generationen

Unsere Studie zeigt, dass ältere Arbeitnehmer mehr engagiert sind und sich eher als Botschafter für ihren Arbeitgeber sehen als jüngere Arbeitnehmer. Liegt das daran, dass ältere Menschen in ihrer Karriere weiter fortgeschritten sind und jetzt - beruflich - in der Lage sind, dort zufrieden zu sein? Oder sind die jungen Menschen von heute schwieriger zu engagieren und motivieren als frühere Generationen?



**Wie engagiert fühlen Sie sich an einem normalen Arbeitstag?** Auf einer Skala von 1-10.

<b>BABY-BOOMER</b>	<b>8.35</b>
<b>GENERATION X</b>	<b>8.20</b>
<b>MILLENNIALS</b>	<b>7.89</b>
<b>GENERATION Z</b>	<b>7.99</b>

\*Gallup's State of the Global Workforce 2018



**Sehen Sie sich als Botschafter für Ihren Arbeitgeber?**

Prozentsatz, derjenigen, die mit Ja geantwortet haben:

<b>BABY-BOOMER</b>	<b>84.1%</b>
<b>GENERATION X</b>	<b>84.2%</b>
<b>MILLENNIALS</b>	<b>77.3%</b>
<b>GENERATION Z</b>	<b>71.6%</b>

## Was die Generation Z sagt

Laut dem CNBC machen Millennials und die Generation Z derzeit 38% der weltweiten Belegschaft aus. Im nächsten Jahrzehnt wird diese Zahl jedoch auf 58% ansteigen, was diese beiden Generationen zu den dominierenden am Arbeitsplatz von morgen machen wird.\*

*"Man sollte nicht nur einem Job nachgehen und alle Interessen und Hobbys außerhalb der Arbeit haben. Die Arbeit selbst sollte Spaß machen sowie anregend und wertschöpfend sein."\*\**

Ebba Kock, Präsidentin des Schwedischen Studentenwerks (und selbst Angehörige der Generation Z)



*"Wir sprechen seit langem davon, dass Führung individuell und situativ ist. Jetzt ist es soweit. Es war noch nie so schwer, ein Manager und eine Führungskraft zu sein, aber es hat auch noch nie mehr Spaß gemacht."\*\**

Katarina Berg, Personalchefin, Spotify



\* CNBC, How Millennials and Gen Z are Reshaping the Future of the Workforce, 2019  
 \*\*Aus dem Seminar Kampf um die Generation Z, Almedalen 2019



## Mitarbeiterengagement in verschiedenen Branchen

Im Bereich des Mitarbeiterengagements belegt der öffentliche Dienst den ersten Platz, jedoch nur den dritten, wenn es um die Anzahl der Mitarbeiter geht, die sich als Botschafter für ihren Arbeitgeber sehen.

Die IT-Branche fällt in beiden Kategorien weiter nach hinten. Um Talente erfolgreich zu gewinnen und zu binden, wird es für den öffentlichen Dienst eine große Herausforderung sein, attraktive Rahmenbedingungen und vor allem Werte zu kommunizieren. Für die IT-Branche geht es darum, Mitarbeiter erfolgreich zu binden, die wissen, dass sie gefragt sind und glauben, durch einen Arbeitsplatzwechsel bessere Gehälter und Leistungen erhalten zu können.

**Wie engagiert fühlen Sie sich bei der Arbeit an einem normalen Tag?** Auf einer Skala von 1-10.

Öffentlicher Dienst:	8.57
Einzelhandel:	8.14
Industrie:	8.12
Banken und Versicherungen:	8.04
IT & Telekommunikation:	8.02

**Sehen Sie sich als Botschafter für Ihren Arbeitgeber?**

Prozentsatz, derjenigen, die mit Ja geantwortet haben:

Einzelhandel:	84.7%
Industrie:	82.6%
Öffentlicher Dienst:	81.9%
Banken und Versicherungen:	78.2%
IT & Telekommunikation:	77.4%

## Kommunikation, die ihr Publikum erreicht

Es ist unmöglich für Mitarbeiter, ihre Benefits zu schätzen, wenn sie sie nicht kennen. Die Mitarbeiter unserer Studie, die sich über ihre Benefits am besten informiert fühlen, sind mit ihrem Gesamtangebot 19,2% zufriedener als der durchschnittliche Mitarbeiter. Wie stellen Sie also sicher, dass jeder in der Organisation die gleiche Möglichkeit hat, Informationen über sein Gesamtvergütungspaket zu erhalten?

### Die Wahl des richtigen Kanals

Ein Benefitportal gilt, für alle Generationen (außer den Babyboomern) als ein effektiverer Kanal als das Intranet, um Informationen über die eigenen Benefits zu finden. Eine Erklärung könnte sein, dass das Intranet in der Regel allgemeine Informationen enthält, und die Mitarbeiter selbst herausfinden müssen, was für sie gilt. Mit einem Benefitportal können Informationen gefiltert werden, um nur die Informationen anzuzeigen, die für den Einzelnen relevant sind. Dies spiegelt die allgegenwärtige digitale Entwicklung wider, im Zuge derer wir uns an maßgeschneiderte Empfehlungen und personalisierte Kommunikation aus Social Media, Streaming-Diensten und Online-Shops gewöhnt haben. Die jüngsten Generationen auf dem Arbeitsmarkt tun sich schwer dabei, sich an eine Zeit ohne Internet und Smartphones zu erinnern. Interessanterweise empfindet

die Generation Z persönliche Meetings und Telefonate als weitaus wichtiger als die Millennials. Scheinbar schätzen die sogenannten "Digital Natives" den persönlichen Kontakt mehr.

### Die Zukunft ist mobil

Da das Intranet nicht immer mobil verfügbar ist, riskieren Mitarbeiter ohne Zugang zu einem Arbeitsplatzrechner, dass sie wichtige Dinge verpassen. Mitarbeiter-Apps werden immer beliebter - was sich auch in den Login-Statistiken der Benify-Portale bemerkbar macht. Der Anteil der Mitarbeiter, die sich über das Handy anmelden, wächst von Jahr zu Jahr, vor allem bei jüngeren Mitarbeitern und in Branchen mit weniger Büroangestellten. Bei den Mitarbeitern im Hotel- und Gaststättengewerbe werden fast 90% aller Anmeldungen über das Handy getätigt, während der Anteil der Mitarbeiter im Bank- und Versicherungswesen knapp 50% beträgt.

### Vergleich im Verlauf der Zeit:

2017	54.2%
2018	62.3%
2019	66.8%

Prozentsatz der Benify-Portal-Logins über das Handy im Vergleich zwischen den Generationen:	BABY-BOOMER	43.8%
	GENERATION X	60.7%
	MILLENNIALS	67.6%
	GENERATION Z	83.6%



## Best Practices für die Kommunikation von Benefits: Ericsson

Ericsson erzielte das beste Gesamtergebnis im *Benify Score 2019* in der Kategorie Großunternehmen. Besonders zufrieden sind die Mitarbeiter mit dem Angebot an Benefits zur Work-Life-Balance.

Mit mehr als 95.000 Mitarbeitern weltweit und mehr als 12.000 Mitarbeitern allein in Schweden kann es eine Herausforderung sein, jeden Mitarbeiter über seine Benefits auf dem Laufenden zu halten. Das Benefit Portal ist der am häufigsten genutzte Kanal für die Kommunikation der Benefits bei Ericsson, sowohl wenn die Personalabteilung die Mitarbeiter über ihr Angebot informieren möchte, als auch wenn die Mitarbeiter selbst nach Informationen suchen. Auch von den Mitarbeitern wird das Portal als der effektivste Kommunikationsweg eingestuft. Dies zeigt sich auch in der Login-Statistik: Etwa 8 von 10 Ericsson-Mitarbeitern melden sich mindestens einmal im Monat in ihrem Portal an, was einer 35% höheren Login-Frequenz im Vergleich zum durchschnittlichen Nutzer entspricht.

### Wie wichtig sind Benefits für die Gewinnung und Bindung der richtigen Talente?

"Neben Entwicklungsmöglichkeiten, Führung und Wohlbefinden sind attraktive Benefits ein wichtiger Bestandteil einer starken Arbeitgebermarke. Wir nutzen das Benify-Portal seit mehreren Jahren und es hat sich allmählich als natürlicher Sammelpunkt für alle unsere Benefits etabliert. Das Portal wird von unseren Mitarbeitern intensiv genutzt und ist Teil des Onboardings neuer Mitarbeiter. Niemand sollte unsere breite Palette an Benefits verpassen."

Sverker Walldal, Head of Total Rewards, Ericsson, Schweden



# DIE RICHTIGEN BENEFITS ANBIETEN



## Die Benefit-Pyramide

Die Pyramide, die Sie hier sehen, bietet ein einfaches Modell, um mit der Gestaltung eines strategischen Benefitangebots zu beginnen. Die Basis der Pyramide bilden Benefits, die für die heutigen Mitarbeiter zu meist selbstverständlich sind, wie z.B. Betriebsrenten und Versicherungen. In der Mitte sehen Sie Dinge, die eher als "nice to have" angesehen werden, wie z.B. Mittagzuschüsse oder Massagen. An der Spitze sollten Sie etwas Einzigartiges haben, das etwas über Sie als Arbeitgeber aussagt und Sie von der Konkurrenz abhebt. Ein gutes Beispiel dafür ist die Marketingfirma *Nina Hale* in Minneapolis, USA, die ihren Mitarbeitern so genannten "Furternity"-Urlaub anbietet: Mitarbeiter dürfen, wenn sie ein neues Haustier bekommen, eine Woche lang von zu Hause aus arbeiten.\*

### Die richtigen Benefits - heute und morgen

Bieten Sie in allen drei Teilen der Pyramide attraktive Benefits an? Großartig! Dann sind Sie einer erfolgreichen Benefitstrategie einen Schritt nähergekommen. Im nächsten Schritt gilt es sicherzustellen, dass Ihre Benefits nicht nur die Mitarbeiter ansprechen, die Sie bereits haben, sondern auch alle neuen Zielgruppen, die Sie in Zukunft ansprechen möchten. Im weiteren Verlauf dieses Reports erhalten Sie Tipps und Anregungen wie dies gelingen kann.

\*CNBC Why companies are offering 'furternity' leave to new pet owners, 2018



## Welche einzigartigen Benefits und Modelle nutzen Unternehmen?

Wie in der Benefit-Pyramide erläutert, kann das Angebot von Benefits, die "out the box" sind und den "x-Faktor" haben, Ihnen helfen, sich von der Konkurrenz abzuheben und neue Talente für Ihre Organisation zu gewinnen. Die Grenze dessen, was Sie anbieten können ist völlig offen. Wie auch immer Sie sich entscheiden, Flexibilität und Personalisierung sind entscheidend. Nachfolgend finden Sie einige Beispiele für einzigartige Benefits und Modelle, die weltweit eingesetzt werden.



## Internationale Benefits im Detail:



Norwegen  
**Buchung von Berghütten**

Mit dem Buchungstool in ihrem Portal können Mitarbeiter Berghütten für ihren Urlaub buchen.



Sweden  
**Gesundheits- & Wellnesszuschuss**

Die Mitarbeiter erhalten von ihrem Arbeitgeber ein Budget, das sie für ein breites Spektrum an Gesundheits- und Wellnessaktivitäten nutzen können, darunter Fitnessstudiumitgliedschaften, Massagen etc.



Indien  
**Flexible Vergütung**

Unternehmen nutzen die Benify-App, um steuerlich effiziente, auf Zulagen basierende Benefits zu verwalten.



Niederlande  
**Flexibles Benefit-Budget**

Die Arbeitgeber bieten den Arbeitnehmern ein flexibles Budget, mit dem sie sich z.B. mehr Urlaubstage kaufen oder auf einen Mobilitäts-Benefit, wie beispielsweise ein Firmenfahrrad, zugreifen können.



Dänemark  
**"Choose your own device"**

Die Mitarbeiter können sich ihr eigenes Dienst-Handy aussuchen und haben die Möglichkeit, über monatliche Gehaltsabzüge ein Upgrade zu wählen.



Deutschland  
**Flexibles Benefit-Modell**

Die Mitarbeiter können aus einer Vielzahl von Benefits wählen, die ihren Bedürfnissen am besten entsprechen. Zum Beispiel können Mitarbeiter aus verschiedenen Mobilitätsangeboten wählen.



Frankreich  
**Spende aus dem Gehalt**

Die Mitarbeiter können einen kleinen Teil ihres Vorsteuergehalts an eine vom Unternehmen ausgewählte Wohltätigkeitsorganisation spenden lassen.



Singapur  
**Flexible Ausgabenkonten**

Unternehmen nutzen die Benify-App, um steuerlich effiziente, auf Zulagen basierende Leistungen zu verwalten.



Brasilien  
**Flexible Benefits**

Unternehmen haben den zunehmenden Wunsch, in ganz Südamerika flexibler und digitaler zu sein.



Nigeria  
**Kostenlose Generatoren für Elektrizität**

Die Mitarbeiter erhalten von ihrem Arbeitgeber einen Zuschuss zum Ausgleich der Generatorkosten bei Stromausfällen.



Botswana  
**Milchzulage**

Für Mitarbeiter, die in bestimmten Branchen tätig sind, wird eine Milchzulage gewährt.

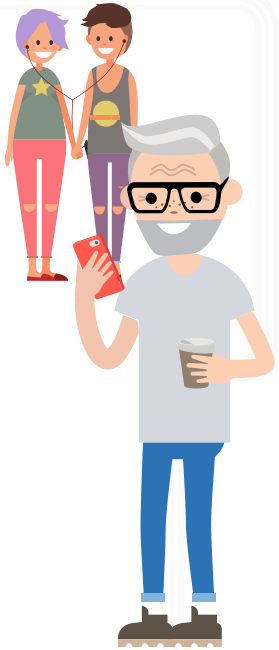


Finland  
**Wellness- & Kulturszuschuss**

Die Mitarbeiter erhalten von ihrem Arbeitgeber ein Budget, das für Wellness und kulturelle Aktivitäten genutzt werden kann.

## Welche Generation ist am zufriedensten?

Unsere Studie zeigt, dass jüngere Mitarbeiter mit ihrem Gesamtleistungsangebot zufriedener sind als ältere Mitarbeiter. Gleichzeitig ist es wahrscheinlicher, dass jüngere Arbeitnehmer den Arbeitsplatz wechseln als ältere Arbeitnehmer, um bessere Benefits zu erhalten.



Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Gesamtleistungsangebot?

BABY-BOOMER	5.73
GENERATION X	6.00
MILLENNIALS	6.16
GENERATION Z	6.17

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie einen Arbeitsplatzwechsel (mit ähnlicher Rolle und ähnlichem Gehalt) in Betracht ziehen würden, um ein attraktiveres Benefitangebot zu erhalten?

BABY-BOOMER	4.98
GENERATION X	5.62
MILLENNIALS	5.76
GENERATION Z	5.81





## Welche Branche ist am zufriedensten?

Die Branche, die mit ihrem Gesamtangebot am zufriedensten ist, sind Banken und Versicherungen, während der öffentliche Dienst am wenigsten zufrieden ist. Beamte wechseln am wenigsten den Arbeitsplatz, um bessere Benefits zu erhalten, während Mitarbeiter im Bereich Banken und Versicherungen am einfachsten mit einem stärkeren Benefitangebot anzulocken sind.

Ein Teil der Erklärung findet sich beim Vergleich, welche Faktoren die Arbeitnehmer in jeder Branche bei der Auswahl der Arbeitgeber am stärksten gewichtet haben. Mitarbeiter des öffentlichen Dienstes schätzen Sicherheit und Stabilität deutlich höher als Mitarbeiter im Banken- und Versicherungswesen, die Flexibilität und Wettbewerbsvorteile höher bewerten.

### Was ist Ihnen bei der Wahl eines Arbeitgebers am wichtigsten?

#### Banken und Versicherungen:

- 1 Gute Führung und Management
- 2 Flexibilität
- 3 Kultur und Kollegen
- 4 Balance zwischen Beruf und Privatleben
- 5 Wettbewerbsfähige Vergütung und Benefits

#### Öffentlicher Dienst:

- 1 Gute Führung und Management
- 2 Sicherheit und Stabilität
- 3 Kultur und Kollegen
- 4 Balance zwischen Beruf und Privatleben
- 5 Flexibilität



## Welche Benefits sind für die verschiedenen Generationen am wichtigsten?

Während vieles zwischen den Generationen gleich ist, sind einige Dinge durchaus verschieden. Es überrascht nicht, dass die Altersvorsorge mit zunehmendem Alter an Bedeutung gewinnt, während die Kompetenzentwicklung für jüngere Mitarbeiter umso wichtiger ist. Die Personalverantwortlichen in unserer Studie haben weitgehend die gleichen Benefits priorisiert, die für die Mitarbeiter am wichtigsten sind. Auffällig ist jedoch die Gesundheitsvorsorge, die bei den Mitarbeitern an vierter Stelle steht, bei der Priorisierung der Personaler aber nur an neunter Stelle steht.



### BABY-BOOMER

- 1 Altersvorsorge
- 2 Arbeitszeiten & Urlaub
- 3 Gesundheits-Benefits
- 4 Wellness
- 5 Versicherungen



### GENERATION X

- 1 Arbeitszeiten & Urlaub
- 2 Wellness
- 3 Altersvorsorge
- 4 Kompetenzentwicklung
- 5 Gesundheits-Benefits



### MILLENNIALS

- 1 Arbeitszeiten & Urlaub
- 2 Wellness
- 3 Kompetenzentwicklung
- 4 Altersvorsorge
- 5 Gesundheits-Benefits



### GENERATION Z

- 1 Arbeitszeiten & Urlaub
- 2 Wellness
- 3 Kompetenzentwicklung
- 4 Gesundheits-Benefits
- 5 Altersvorsorge

### TOP 10 FÜR ALLE ALTERSGRUPPEN

1 ARBEITSZEITEN & URLAUB

2 GESUNDHEIT & WELLNESS

3 ALTERSVORSORGE

4 GESUNDHEITSVORSORGE

5 KOMPETENZENTWICKLUNG

6 WORK-LIFE-BALANCE

7 VERSICHERUNG

8 FINANZIELLE BENEFITS

9 LEBENSMITTEL UND GETRÄNKE

10 MOBILITÄT

## Welche Benefits werden von den verschiedenen Generationen am meisten geschätzt?

Die jüngeren Generationen sind mit ihren persönlichen finanziellen Benefits zufriedener als die Baby-Boomer. Die Altersvorsorge sowie Gesundheits-Benefits gehören jedoch nicht zu den Top 10 einer Generation, wenn es um die Zufriedenheit geht. Andererseits gehören Versicherungen - eine Kategorie, die in der Regel als trocken und kompliziert gilt - zu den Top 10.



### BABY-BOOMER

- 1 Wellness
- 2 Arbeitszeiten & Urlaub
- 3 Lebensmittel und Getränke
- 4 Kompetenzentwicklung
- 5 Mobilität



### GENERATION X

- 1 Wellness
- 2 Arbeitszeiten & Urlaub
- 3 Kompetenzentwicklung
- 4 Lebensmittel und Getränke
- 5 Mitarbeiterclubs, Aktivitäten & Geschenke



### MILLENNIALS

- 1 Arbeitszeiten & Urlaub
- 2 Wellness
- 3 Kompetenzentwicklung
- 4 Work-Life-Balance
- 5 Lebensmittel und Getränke



### GENERATION Z

- 1 Wellness
- 2 Arbeitszeiten & Urlaub
- 3 Kompetenzentwicklung
- 4 Finanzielle Wellness
- 5 Mobilität

#### TOP 10 ÜBER ALLE ALTERSGRUPPEN HINWEG:

1 WELLNESS

2 ARBEITSZEITEN & URLAUB

3 KOMPETENZENTWICKLUNG

4 LEBENSMITTEL UND GETRÄNKE

5 MITARBEITERCLUBS, AKTIVITÄTEN

6 WORK-LIFE-BALANCE

7 FINANZIELLE WELLNESS

8 FINANZIELLE ANREIZE

9 VERSICHERUNG

10 MOBILITÄT

# BENEFITS AM ARBEITSPLATZ



## Arbeitszeiten & Urlaub

Von zusätzlichen Urlaubstagen und bezahltem Elternurlaub über flexible Arbeitszeiten bis hin zur Möglichkeit des Home-Office ist dies eine wichtige Kategorie für alle Generationen und Branchen. Für die Millennials ist sie sogar die Wichtigste (hier ist der Anteil an Eltern von Kleinkindern am größten).



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation X**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**





## Kompetenzentwicklung

Je jünger der Mitarbeiter, desto wichtiger ist diese Kategorie. Diese Feststellung ist nicht so außergewöhnlich, da erwartet wird, dass die jüngeren Generationen ihr Wissen im Laufe ihres Berufslebens weiterentwickeln möchten und häufiger als die älteren Generationen den Arbeitsplatz wechseln werden\*.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:

**Generation Z**

Branche:

**Gesundheitswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:

**Generation Z**

Branche:

**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:

**Baby-Boomer**

Branche:

**IT & Telekommunikation**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:

**Baby-Boomer**

Branche:

**Öffentlicher Dienst**

### Best Practice: The Absolut Company & Pernod Ricard

*"Für uns ist es wichtig, herausgefordert zu werden und Spaß daran zu haben, jeden Tag zur Arbeit zu gehen. Die Entwicklung von Kompetenzen ist ein großer Teil davon. Wir sehen es auch als unsere Verantwortung als Arbeitgeber, dafür zu sorgen, dass unsere Mitarbeiter auf dem Arbeitsmarkt "beschäftigungsfähig" und attraktiv sind. Wir glauben, dass es langfristig allen zugutekommt, auch wenn jemand sich entscheidet, uns für einen anderen Arbeitgeber zu verlassen. Am Ende fällt es positiv auf uns zurück, zum Beispiel in Form von Employer Branding".*

Linnéa Falsen, HR Business Partner Pernod Ricard Schweden & Baltikum

\* Struggling To Retain Millennials And Gen Z? Here Are 4 Reasons Why, Forbes, 2019

## Essen und Getränke

Subventionierte Mittagessen und kostenloses Obst und Kaffee sind beliebte Benefits in dieser Kategorie. In unserer Studie werden Benefits in Form von Lebensmitteln und Getränken von allen Generationen mehr geschätzt als für wichtig gehalten. Wenn sie richtig eingesetzt werden, können diese Benefits den Alltag der Mitarbeiter bereichern und gesunde Essgewohnheiten am Arbeitsplatz fördern.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Banken & Versicherungen / IT & Telekommunikation**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**



## Mitarbeiterclubs, Aktivitäten & Geschenke

Kunstclubs, Jubiläumsgeschenke, Weinlotterien, Weihnachtsgeschenke, Laufgruppen, Spieleabende...

Für die meisten Mitarbeiter sind die in dieser Kategorie enthaltenen Benefits eher nett als essenziell. Die Möglichkeit, personalisierte Weihnachtsgeschenke zu bestellen und sich für Mitarbeiterfeiern in den Benify-Portalen zu registrieren, führt jedoch zu einer hohen Aktivität der Nutzer. Die Förderung sozialer Aktivitäten innerhalb und außerhalb der Arbeit ist außerdem eine gute Möglichkeit, Kameradschaft unter den Mitarbeitern zu schaffen und das mit sehr geringen Kosten.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:

**Generation Z**

Branche:

**Gesundheitswesen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:

**Baby-Boomer**

Branche:

**Bildungswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:

**Generation Z**

Branche:

**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:

**Generation X**

Branche:

**Öffentlicher Dienst**



### Best-Practice- Mitarbeiterclubs: Benify

*"Unsere beiden Mitarbeiterclubs sind Foren, die für und von Mitarbeitern eingerichtet wurden, aber mit finanzieller Unterstützung von uns betrieben werden. Die Aktivitäten, die von Filmabenden über Ostereiersuche bis hin zu Yoga- und Laufvereinen reichen, tragen zum Zusammenhalt bei und stärken die Kultur des Unternehmens."*

Josefine Söderqvist, HR Director, Benify



## Best Practice: The Absolut Company & Pernod Ricard

Unsere Studie zeigt, dass die Mitarbeiter von *The Absolut Company & Pernod Ricard* im Vergleich zum Durchschnitt 31,3% zufriedener mit ihrem Benefitangebot sind.

### Warum sind Ihre Mitarbeiter Ihrer Meinung nach mit ihren Benefits so zufrieden?

"Seit Januar 2019 bieten wir einen Pool von flexiblen Benefits an, aus dem die Mitarbeiter die Benefits wählen können, die sie nutzen möchten. Jeder Mensch ist anders - was zu einem Mitarbeiter passt, kann für einen anderen Mitarbeiter nicht von Interesse sein. Jetzt können die Mitarbeiter wählen,

ob sie ihr Benefit-Budget für öffentliche Verkehrsmittel, Hausreinigung, Massagen oder etwas anderes aus unserem Angebot nutzen wollen."

Anna Mondway, HR-Spezialistin, The Absolut Company



# GESUNDHEITS BENEFITS



## Gesundheit & Wellness

Dies ist eine Benefit-Kategorie, die in allen Branchen und Generationen wichtig und geschätzt ist. Als Arbeitgeber haben Sie viel zu gewinnen, wenn Sie Benefits anbieten, die die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter verbessern.

### Mehr als nur das Fitnessstudio

Bei der Gesundheit geht es darum, das Gesamtbild zu betrachten. Obwohl die Mitgliedschaft im Fitnessstudio auf der Liste der bestellten Benefits der Benify-Portale ganz oben steht, gibt es in der Kategorie Gesundheit & Wellness noch viel mehr zu Auswahl. Raucherentwöhnung, Zusatzuntersuchungen, Massage, Ernährungsberatung und so weiter.



#### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



#### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



#### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Industriebereich**



#### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Industriebereich**



## Gesundheitswesen

Unsere Studie zeigt, dass die Gesundheits-Benefits in Bezug auf ihre Bedeutung einen hohen Stellenwert haben, während sie in Bezug auf die Wertschätzung als weniger relevant einzuordnen sind. Beim Betrachten der Nutzerstatistiken in unseren Portalen zeigen sich einige interessante Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Während die Verteilung für Online-Angebote, Massagen, Chiropraktik und Fruchtbarkeitsbehandlungen ziemlich gleichmäßig ist, nehmen fast doppelt so viele Frauen psychologische Unterstützung in Anspruch als Männer, während 60% mehr Männer Gesundheitstests in Anspruch nehmen.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Bildungswesen**



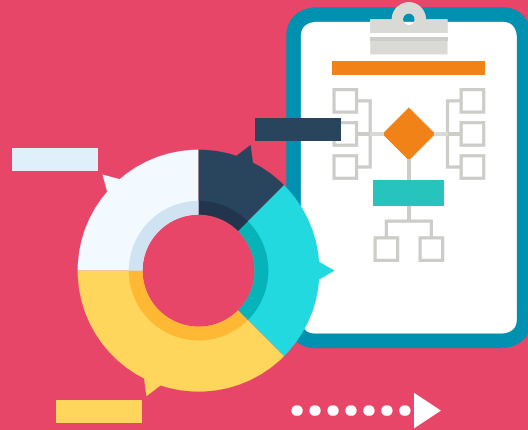
### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**



# BENEFITS FÜR DIE FINANZIELLE SICHERHEIT



## Altersvorsorge

In unserer Studie ist die Altersvorsorge eine der fünf wichtigsten Benefit-Kategorien überhaupt - auch bei den jüngsten Mitarbeitern. Gleichzeitig fehlt die Altersvorsorge in den Top Ten der am meisten geschätzten Benefits für alle Generationen - auch für die ältesten. Um die Wertschätzung dieser wichtigen Kategorie zu steigern, gilt es vor allem, die Kommunikation zu verbessern. Schließlich ist es für die Mitarbeiter schwer, mit etwas zufrieden zu sein, das sie nicht verstehen.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**IT & Telekommunikation**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**

## Die Vorteile der Gehaltsumwandlung

Der Altersvorsorge-Benefit, welcher am häufigsten in den Benify-Portalen genutzt wird, ist die Gehaltsumwandlung in Zusatzrenten. Eine Gehaltsumwandlung bedeutet, dass ein Arbeitnehmer einen Teil seines Bruttogehalts (d.h. vor Steuern) gegen eine Zahlung des Arbeitgebers in die Betriebsrente des Arbeitnehmers eintauscht. Der Mitarbeiter zahlt keine Steuer auf den Gehaltsumwandlungsbetrag, sondern Einkommensteuer, wenn das Geld als Rente ausgezahlt wird. Die Statistiken aus dem Portal zeigen, dass fast doppelt so viele Männer wie Frauen diesen Benefit bestellen.

## Die Angst vor der Rente

Laut der *ING International Survey Savings 2019\** befürchten 61% der befragten Europäer aus 13 verschiedenen Ländern, darunter Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien und die Niederlande, dass sie im Ruhestand nicht genügend Geld haben werden. Die Sorgen um die Rente zeigen sich auch in unserer Studie, wo 12,5 % sagen, dass sie wegen ihrer Rente sehr gestresst sind. Mehr als die Hälfte (51,3%) sind teilweise gestresst, während etwas mehr als ein Drittel (36,2%) sagt, dass sie überhaupt nicht gestresst sind. Der Stress ist jedoch ungleich verteilt: Am stärksten belastet sind Frauen, ältere Arbeitnehmer und Arbeitnehmer im Gesundheitswesen und im öffentlichen Dienst. Am wenigsten gestresst sind Männer, jüngere Mitarbeiter und Mitarbeiter in den Bereichen IT und Industrie.

### Was kann gegen die Angst vor der Rente getan werden?

Mehr Wissen ist der effektivste Weg, um die Rentenpanik zu minimieren. Diejenigen in der Studie, die sagen, sie hätten ein sehr gutes Verständnis für ihre Rentenleistungen, sind 45,3% zufriedener als der Durchschnitt. In dieser Gruppe ist der Stress auch geringer: 57,4% sagen, dass sie bei dem Gedanken an ihre Rente überhaupt nicht gestresst sind, 35,1% sagen, dass sie teilweise gestresst sind und nur 7,5% sagen, dass sie sehr gestresst sind.

Bei denjenigen mit dem geringsten Verständnis ihrer Rentenleistungen zeigt sich das Gegenteil: Sie sind 44% weniger zufrieden mit ihren Rentenleistungen als der Durchschnitt. 22,1% sagen, dass sie wegen ihrer Rente sehr gestresst sind, 51% sagen, dass sie teilweise gestresst sind und 26,9% sagen, dass sie überhaupt nicht gestresst sind.

### "Haben Sie Angst bzw. fühlen Sie sich gestresst, wenn Sie an Ihre Rente denken?"

#### Frauen:

Ja, viel: 15,65%.

Ja, ein wenig: 56,16%.

Nein: 28,20%.

#### Generation Z:

Ja, viel: 8,3%.

Ja, ein wenig: 42,1%.

Nein: 49,6%.

#### Männer:

Ja, viel: 8,51%.

Ja, ein wenig: 46,42%.

Nein: 45,08%.

#### Baby-Boomer:

Ja, viel: 16,2%.

Ja, ein wenig: 50,1%.

Nein: 33,8%.

\*The ING International Study Savings 2019



## Versicherungen

Die meisten Versicherungsverträge decken Krankheit, Arbeitsunfall oder Elternurlaub ab. Einige Arbeitgeber bieten jedoch zusätzliche Versicherungen zu günstigeren Konditionen an, als wenn die Arbeitnehmer die Versicherungen privat abgeschlossen hätten. Sie werden vielleicht denken, dass diese Benefits leicht vergessen werden oder leicht als selbstverständlich angesehen werden können. Aber die Tatsache, dass diese Kategorie nicht nur als wichtig angesehen wird, sondern auch zu den zehn am meisten geschätzten unter allen Generationen gehört, könnte für Arbeitgeber eine positive Überraschung sein. Doch wie wir es auch bei der Altersvorsorge sehen, fordern die Mitarbeiter klarere Informationen und Anlaufstellen, wenn sie Fragen haben.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Banken & Versicherungen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Millennials +  
Generation X**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**



### Tipp:

Verwenden Sie digitale Beratungen und Guides, um das Wissen und das Vertrauen der Mitarbeiter über ihren Versicherungsschutz und die Auswirkungen auf ihre Finanzen in den verschiedenen Lebensphasen zu verbessern. Die Beratung kann den Mitarbeitern helfen, die private Zahlung einer Versicherung zu vermeiden, zu der sie durch ihre Beschäftigung Zugang haben könnten.



## Finanzielle Benefits

Diese Kategorie umfasst finanzielle Anreize wie Provisionen und Boni sowie die Möglichkeit, Aktien des Unternehmens zu kaufen, für das der Mitarbeiter arbeitet. Fast die Hälfte der befragten Mitarbeiter gibt an, dass ihnen finanzielle Benefits angeboten werden. Der größte Anteil entfällt auf die Branchen Industrie (68%), IT und Telekommunikation (42%) sowie Einzelhandel (45%). Etwa jeder dritte Mitarbeiter in der Banken- und Versicherungsbranche hat Zugang zu finanziellen Benefits, und diese Mitarbeiter sind mit ihrem Angebot 17% zufriedener als der durchschnittliche Mitarbeiter in dieser Branche.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Industrie**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Banken & Versicherungen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Bildungswesen**



## Benefits im Bereich der persönlichen Finanzen

Sorgen über die eigenen Finanzen wirken sich nicht nur auf das Wohlbefinden der Mitarbeiter aus, sondern auch auf ihre Leistung bei der Arbeit\*. Abgesehen von der Altersvorsorge scheinen die heutigen Personalverantwortlichen jedoch Benefits zur Erhöhung der finanziellen Sicherheit (z.B. Beratung bei Krediten und Sparen) nicht in den Vordergrund zu stellen. Die Tatsache, dass der Stress um die persönlichen Finanzen seit 2018 bei allen Generationen zugenommen hat - und umso größer ist, je jünger der Arbeitnehmer ist, kann einige Arbeitgeber zum Umdenken veranlassen. Etwas mehr als jeder zehnte Arbeitnehmer in der Studie (11,9%) gibt an, dass sein Arbeitgeber Benefits anbietet, die zu einer höheren persönlichen finanziellen Sicherheit beitragen, während 43,6% angaben, dass sie nicht wissen, ob ihnen solche Benefits angeboten werden.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:

**Generation Z**

Branche:

**Banken & Versicherungen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:

**Baby-Boomer**

Branche:

**Bildungswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:

**Generation Z**

Branche:

**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:

**Generation X**

Branche:

**Öffentlicher Dienst**

### Fühlen Sie sich von Ihren persönlichen Finanzen gestresst?

#### Baby-Boomer:

Ja, sehr: 5,3%.

Ja, ein wenig: 32,5%.

Nein: 62,3%.

#### Generation Z:

Ja, sehr: 13,3%.

Ja, ein wenig: 43,9%.

Nein: 42,8%.



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

# LIFESTYLE BENEFITS



## Work-Life-Balance

Diese Kategorie gilt als eine der zehn wichtigsten unter allen Generationen und wird von den Millennials besonders geschätzt. Immer mehr Arbeitgeber erkennen den Wert der Unterstützung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben und bieten beispielsweise Rabatte auf verschiedene Haushaltsdienstleistungen an.

Diese Erkenntnis ist nicht überraschend - denn, wenn das Leben außerhalb der Arbeit erleichtert wird, wird es auch einfacher, sich zu konzentrieren und bei der Arbeit zu performen.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Generation X**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Bildungswesen**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Bildungswesen**



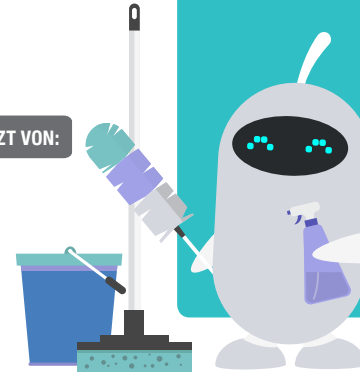
### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**

### Die 5 am häufigsten bestellten Work-Life-Balance Benefits im Benify-Portal:

- 1 Haushaltshilfe
- 2 Lieferung von Lebensmitteln
- 3 Kinderbetreuung
- 4 Hausaufgabenhilfe
- 5 Rechtsberatung



## Unterstützung vom Arbeitgeber reduziert Stress



In unserer Studie gaben 57% der Befragten an, dass ihre Arbeitgeber ihnen helfen, eine gute Work-Life-Balance zu erreichen. Ein deutlich geringerer Anteil (5,9 %) gab an, dass sie im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt (14,3 %) sehr gestresst von ihrer Work-Life-Balance sind. Unter denjenigen, die keine Hilfe von ihrem Arbeitgeber erhalten, sind 25,5% - mehr als jeder vierte Arbeitnehmer - sehr gestresst, wenn es um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie geht.

### Wer ist am meisten und am wenigsten gestresst?

Stress wegen der eigenen Work-Life-Balance ist von Zielgruppe zu Zielgruppe unterschiedlich. So erweist sich beispielsweise jeder zweite Mitarbeiter im Gesundheitswesen als sehr gestresst, während die Gesundheitsbranche selbst auf Platz zehn liegt. Die Zahl der Frauen, die sagen, dass sie sehr gestresst sind, ist 45% höher als die Zahl der Männer, die dasselbe sagen. Besorgniserregend ist, dass die jüngste Generation die meisten sehr gestressten Mitarbeiter stellt, obwohl sie gerade erst ins Berufsleben gestartet ist.

### Fühlen Sie sich gestresst, wenn Sie an Ihre eigene Work-Life-Balance denken?

#### BABY-BOOMER

Ja, sehr: 11,5%.  
Ja, ein wenig: 39,1%.  
Nein: 49,4%.

#### GENERATION X

Ja, sehr: 15,1%.  
Ja, ein wenig: 45,5%.  
Nein: 39,4%.

#### MILLENNIALS

Ja, sehr: 15,7%.  
Ja, ein wenig: 44,6%.  
Nein: 39,6%.

#### GENERATION Z

Ja, sehr: 17,6%.  
Ja, ein wenig: 37,6%.  
Nein: 44,8%.



## Mobilität

Diese Kategorie umfasst Autoleasing, Parkplätze, Fahrkarten für öffentliche Verkehrsmittel und Fahrräder. Für die Millennials sind diese Benefits wichtig, jedoch weniger geschätzt, während für andere Generationen das Gegenteil gilt. Die Generation Z ist mit ihren Mobilitätsbenefits am zufriedensten.



### AM WICHTIGSTEN FÜR:

Generation:  
**Millennials**

Branche:  
**Industriebereich**



### AM WENIGSTEN WICHTIG FÜR:

Generation:  
**Baby-Boomer**

Branche:  
**Öffentlicher Dienst**



### AM MEISTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation Z**

Branche:  
**Gesundheitswesen**



### AM WENIGSTEN GESCHÄTZT VON:

Generation:  
**Generation X + Millennials**

Branche:  
**IT & Telekommunikation**

### Die 5 am häufigsten bestellten Mobilitäts-Benefits im Benify-Portal:

- 1 Öffentliche Verkehrsmittel
- 2 Firmenwagen
- 3 Jobticket
- 4 Fahrräder
- 5 Parkplätze

Ein weiterer beliebter Benefit ist das Mitfahrgelegenheitstool, mit dem Mitarbeiter Kollegen finden können, die in der Nähe wohnen, um gemeinsam in einem Auto zur Arbeit zu fahren, anstatt zwei oder mehr Autos zu nehmen.

### Wer bestellt was?

Bei der Inanspruchnahme von Firmenwägen (76%), Arbeits-Parkplätzen (68%) und Fahrrädern (61%) machen Männer die Mehrheit aus, während Frauen etwas mehr als die Hälfte (53%) der gebuchten Benefits im Bereich der öffentlichen Verkehrsmittel ausmachen.



## Was werden in Zukunft die beliebtesten Benefits sein?

Über die Benefit-Trends in naher Zukunft brauchen wir nicht zu viel zu mutmaßen - viele davon sind bereits heute in innovativen Benefit-Portfolios moderner Arbeitgeber zu sehen. Nachfolgend sehen Sie drei Bereiche, in denen wir bei Benify heute die größte Nachfrage von Arbeitgebern und Arbeitnehmern sehen und in denen wir uns auf die Entwicklung neuer Lösungen konzentrieren werden.

### Nachhaltigkeit

Flight Shaming, SUV Shaming, vegane und vegetarische Ernährung, slow Fashion...

Die Klimakrise und der Übergang zu einer nachhaltigeren Gesellschaft beeinflussen auch unser Arbeitsleben. Arbeitgeber können Benefits nicht nur als strategisches Instrument nutzen, um mehr Mitarbeiter für die Erreichung der Klimaziele des Unternehmens zu gewinnen, sondern sich auch als attraktiver Arbeitgeber für potenzielle Kandidaten zu positionieren, ganz besonders bei jungen Generationen. Jeder dritte Befragte aus der Generation Z sagt, dass er klimaschädliche Arbeitgeber vermeiden würde, während für junge Frauen Unternehmenswerte noch wichtiger sind als das Gehalt\*.

### Flexibilität und Relevanz

Neben dem Gehalt verlangen viele Mitarbeiter heute von ihrem Arbeitgeber mehr Flexibilität und eine größere Auswahl an Benefits. Daher wird es für Arbeitgeber immer gängiger, flexible Benefits oder flexible Budgets anzubieten, die es den Arbeitnehmern ermöglichen, Benefits nach ihren eigenen Bedürfnissen und Wünschen auszuwählen, anstatt nach dem "one-size-fits-all"-Ansatz ein fixes Angebot vorgesetzt zu bekommen. Im Einklang mit anderen technologischen Entwicklungen in unserem Leben haben wir uns auch an personalisierte Empfehlungen gewöhnt, die auf unseren Interessen, unserer geografischen Lage oder früheren Entscheidungen basieren. Wir können also davon ausgehen, dass wir in naher Zukunft viel mehr Personalisierung und Flexibilität im Bereich der Benefits sehen werden.

### Nudging & Gamification

Mit zunehmender Wahlfreiheit der Arbeitnehmer werden die Arbeitgeber in der Lage sein wollen, ihre Mitarbeiter zu beeinflussen, um die bestmögliche Wahl zu treffen. So nutzen beispielsweise bereits mehrere Arbeitgeber das Mitarbeiterportal von Benify, um bestimmte Benefits hervorzuheben, die für Klima oder Gesundheit besser sind. Durch integrierte Bewertungssysteme und Belohnungen können Arbeitgeber die Motivation der Mitarbeiter auf spielerische Weise steigern.

\*Aus dem Seminar "Kampf um die Generation Z", Benify, Almadelen, 2019

### Best-Practice Nachhaltigkeit und Innovation: ÄF

Gemeinsam haben ÄF und Benify einen flexiblen Mobilitätsservice entwickelt, der die Mitarbeiter dazu anregen soll, klimafreundlicher zu reisen, sowohl zur und von der Arbeit als auch in ihrem Privatleben. Das Projekt war einer von drei Gewinnern des globalen Innovationswettbewerbs Sustainable Mobility Challenge 2018 der schwedischen Energiebehörde.

"Als Arbeitgeber tragen Sie eine große Verantwortung für die Umsetzung dessen, was Sie Ihren Mitarbeitern vorgeben. Deshalb ist es uns bei ÄF wichtig, unseren Mitarbeitern moderne und nachhaltige Dienstleistungen anzubieten. Um erfolgreich zu sein, müssen wir mit dem Alltag der Menschen und ihren tatsächlichen Bedürfnissen beginnen. Fast jeder will nachhaltige Verkehrsentscheidungen treffen, aber sie müssen in unserem Leben praktikabel sein. Es geht nicht darum, den Menschen zu sagen, dass sie nicht fahren dürfen - es muss attraktive und intelligente Alternativen geben, damit die Menschen nicht jeden Tag fahren müssen."

Karolina Pamp-Sandgren,  
Mobilitätsexpertin ÄF



# Der weltweit führende Anbieter von Benefit-Software

Bei Benify helfen wir Unternehmen, außergewöhnliche Benefits und Vergütungsmodelle zu schaffen, um Talente zu finden, zu motivieren und zu binden.

Unsere Lösung hilft Arbeitgebern, die Verwaltungsarbeit der Benefits zu reduzieren, Prozesse zu automatisieren, die Kommunikation ihres Leistungsversprechens für die Mitarbeiter radikal zu verbessern und eine bessere Data Governance und das Management der Kosten ihrer Benefits zu gewährleisten.

Unsere preisgekrönte Lösung ist vollkommen mobil; unser Portal und unsere Mitarbeiter-App haben die Art und Weise, wie moderne Arbeitgeber mit ihren Mitarbeitern umgehen, neu erfunden. Das hochgradig anpassbare Portal bietet ein integriertes Datamapping-Tool sowie leistungsstarke Filterfunktionen.

Die einfach zu bedienende Kommunikationsmaschine ermöglicht es HR-Profis, sich mit Endanwendern an verschiedenen Berührungspunkten einfach zu verbinden. Damit können unsere Kunden eine personalisierte Kommunikation mit ihren Mitarbeitern sicherstellen.

Unsere multinationalen Kunden stehen vor der einzigartigen Herausforderung, die Benefits über mehrere Länder, mehrere Zeitzonen und sogar mehrere Sprachen hinweg zu verwalten. Die Lösung liegt in einem globalen, aber lokalen Ansatz: Die Flexibilität von Benify hilft Unternehmen, sich den lokalen Herausforderungen zu stellen und ihr globales Angebot zu erweitern.







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



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



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



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



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



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



**BENIFY DEUTSCHLAND**  
+49 89 218 993 410  
info@benify.de  
Ganghoferstraße 68b  
80339 Munich



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



**BENIFY SINGAPUR**  
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

