

Mitarbeiter-Benefits: Was Arbeitnehmer wirklich wollen

Im Kampf um die begehrtesten Talente auf dem Arbeitsmarkt, ist es als Unternehmen unerlässlich, sich als attraktiven Arbeitgeber zu präsentieren.

Eine Möglichkeit sich positiv von der Konkurrenz abzuheben sind sogenannte Mitarbeiter-Benefits (auch bekannt als Fringe Benefits): Wenn eine Firma seine Vorteile richtig wählt, können Motivation und Arbeitszufriedenheit gesteigert und die Work-Life-Balance gefördert werden, Mitarbeiter werden längerfristig an das Unternehmen gebunden.

Doch welche Benefits kommen bei den Mitarbeitern wirklich gut an und welche Vorteile bringen diese dem Arbeitgeber?

Hund statt Parkplatz

Eine Studie von [kununu](#) aus 2016 zeigt, dass Wunsch und Wirklichkeit weit auseinander liegen und sich Arbeitnehmer und -geber nicht einig darüber sind, was reell gewünscht und was tatsächlich angeboten wird. So wünschen sich über 50% der Mitarbeiter flexible Arbeitszeiten, gefolgt von der Möglichkeit im Home-Office zu arbeiten. Auf Platz 3 der gewünschten Benefits ist überraschenderweise mit knapp 27% die Möglichkeit, den Hund zur Arbeit mitzubringen.

Im Vergleich die Arbeitgeber-Rangliste: 46% denken, dass der Parkplatz besonders gut ankommt (bei den Mitarbeitern nur auf Platz 8!), die Internetnutzung hier auf Platz 3, bei den Mitarbeitern nur auf Platz 9. Lediglich bei den flexiblen Arbeitszeiten sind sich die beiden Parteien einig: Der liegt auch beim Arbeitgeber weit vorne, nämlich auf Platz 2.

Übrigens: Am extremsten auseinander liegen die Meinungen beim Thema Mitarbeitererevents. Beim Arbeitnehmer abgeschlagen auf Platz 17, setzt ihn der Arbeitgeber auf Platz 5!

Auch in unserer jacando-Umfrage ist die Priorität klar: Hier sind es sogar 90% der Mitarbeiter, die nicht auf flexible Arbeitszeiten verzichten wollen! Ein eigener Schreibtisch ist den Kollegen weniger wichtig als etwa das allgemeine Arbeitsklima.

Klassiker...

Natürlich sind auch materielle Benefits gern gesehen. Bei Gehaltsverhandlungen lassen sich unterschiedliche Gehaltsvorstellungen meist durch Benefits kompensieren, wie etwa einem Firmenwagen, einer Bahnkarte, einem Mitarbeiterhandy oder kostenlose Verpflegung sind die bekanntesten Klassiker.

... versus Grosses Budget

Immer noch einer der beliebtesten Arbeitnehmer ist Google, die mit vielen und besonderen Benefits bei ihren Mitarbeitern punkten: Unlimitierter Urlaub, Freizeitprogramme, zahlreiche Weiterbildungen sowie Unterstützung der Familie im Falle eines Todesfalls (angeblich erhalten die Hinterbliebenen eines verstorbenen Mitarbeiters zehn Jahre weiterhin die Hälfte des Gehalts ausgezahlt!).

Adidas-Angestellte freuen sich über Stars und Gastredner an ihren Mitarbeitererevents – wie etwa Fussball-Weltmeister Thomas Müller oder Musik-Star Pharrell Williams.

Realistische Benefits...

Aber zahlreiche Unternehmen wie etwa KMUs haben kein Riesen-Budget für Mitarbeiter-Benefits, wollen den Mitarbeitern aber dennoch ihre Wertschätzung zeigen und sich als attraktiven Arbeitgeber präsentieren.

Ein paar Ideen gefällig, wie trotz geringer Kosten ein grosser Effekt erzielt werden kann?

Ein kleiner Obstkorb zum Arbeitsbeginn oder Geburtstagskarten und Kuchen können einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Initiativen wie “bring your Family to work days” sind eine originelle Idee und bieten die Möglichkeit einerseits den Lieben einen Einblick in den Arbeitsalltag zu geben und andererseits die Firma vorzustellen und zu präsentieren.

... versus kreative Benefits

Die ganz Kreativen machen wie’s Onefootball: Das Startup entwickelte eine mobile Fussball-App und stellt den Mitarbeitern passend zum Thema einen Tischkicker, eine Public Viewing Arena und ein Tor auf Kunstrasen zur Verfügung!

Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist stets die unterschiedlichen Bedürfnisse der Mitarbeiter zu beachten, die natürlich stark variieren können. Jemand aus der Generation Z hat andere Wünsche, wie ein Mitarbeiter aus der Generation Ü50. Berücksichtigt man dies bei seiner Planung, kann dies beim Vergleich mit der Konkurrenz ausschlaggebend sein, selbst wenn der Gehalt nur durchschnittlich ist. Eine regelmässige Überprüfung auf Nutzen, Wirkung und Akzeptanz der Sonderleistungen ist deswegen unabdingbar.

Was hat eigentlich der Arbeitgeber davon?

Was hat eigentlich der Arbeitgeber davon, wenn er so viel in seine Mitarbeiter steckt? Die bereits genannte und naheliegendste Antwort ist das Employer Branding – die Mitarbeiterbindung.

Unternehmen können ihre Mitarbeiter aber auch indirekt beeinflussen: Durch das Bereitstellen von gesundem Essen etwa, ernähren sich die Mitarbeiter tendenziell gesünder, bleiben fit, sind weniger krank und sind dadurch leistungsfähiger. Die Kontroverse bleibt, ist dennoch gang und gebe.

Ausserdem sind in vielen Ländern die Zusatzleistungen steuerbegünstigt, sind also steuerfrei und pauschal zu versteuern, weshalb für den Arbeitgeber die Sozialversicherungsbeiträge entfallen. Es handelt sich also für beide Parteien um eine Win-Win-Situation.

Happy Arbeitnehmer, happy life

Natürlich sind Benefits nicht alles – sie können im Gegensatz zum Lohn jederzeit gestrichen werden. Aber was sich auf jeden Fall niederschlägt, ist ein gesunder Lebensstil (der zum Teil durch Benefits gefördert wird!): Vergessen Sie also allenfalls den Parkplatz und laden Sie Bello ein.