



Erfolgreiche Personalbindung mit Benefits

Knapp ein Drittel (30 Prozent) der Befragten sind aktiv auf der Suche nach einem neuen Arbeitgeber und 17 Prozent sind offen für Angebote. Die Unterschiede zwischen den Generationen sind sehr hoch: Während sich etwa die Hälfte der Generation Z nach einem neuen Arbeitgeber umsehen, sind nur 26 Prozent der Generation „Boomers“ auf der Suche nach einer neuen Stelle.

Die Vergütungssysteme seien von der Generation ‚Boomers‘ und der Generation X entwickelt worden, jedoch drängen nun zunehmend die Generationen Y und Z in den Arbeitsmarkt, berichtet Florian Frank, Head of Work & Rewards bei [WTW](#). Vertreter dieser Generation haben andere Ansprüche an Benefits und seien entsprechend wechselwillig, wenn das Angebot nicht ihren Erwartungen entspreche. Unternehmen sollten dies im Blick behalten und die Auswahl ihrer Benefits entsprechend anpassen, wenn sie junge Talente für sich gewinnen und halten möchte, rät Frank.

Große Unterschiede zwischen den Generationen

Unter allen Befragten sind Gehalt und Arbeitsplatzsicherheit die wichtigsten Themen, um neue Talente zu gewinnen. Jedoch gibt es große Unterschiede zwischen den Generationen. Vor allem die Generation Z legt beim Eintritt in die Arbeitswelt weniger Wert auf Job-Sicherheit. Flexible Arbeit wird als selbstverständlich wahrgenommen.

Zudem stehen der Erwerb von neuen Fähigkeiten und die Karriereentwicklung im Fokus. Frank empfiehlt Arbeitgebern daher, eine Auswahl an Benefits anzubieten, um den

unterschiedlichen Ansprüchen gerecht zu werden. Zudem sei es auch notwendig, das bestehende Angebot zielgerichtet zu kommunizieren und Mitarbeitende zu beraten.

Benefits können nur dann zur Mitarbeiterbindung und -gewinnung beitragen, wenn die Mitarbeitenden sie auch kennen. Dabei sollte auch der Kommunikationsweg auf die Wünsche der Mitarbeitenden abgestimmt werden. So sind beispielsweise 36 Prozent der Befragten der Meinung, dass Apps ein wesentlicher Bestandteil bei der Kommunikation von Benefits sein sollten.

Betriebliche Altersvorsorge bleibt bevorzugtes Benefit

Laut der Studie möchten die Befragten, dass ihr Arbeitgeber auf die bAV den stärksten Fokus legt: 52 Prozent wünschen sich in diesem Bereich die meiste Unterstützung. Denn die langfristige finanzielle Absicherung läuft oft über den Arbeitgeber. Knapp die Hälfte (47 Prozent) gaben in der Studie an, dass sie hauptsächlich mithilfe der betrieblichen Altersvorsorge für den Ruhestand sparen. 57 Prozent wären sogar bereit eine höhere Summe aus dem Monatsgehalt zu

investieren, um eine großzügigere Auszahlung zu erhalten. Dr. Johannes Heiniz, Senior Director Retirement, erklärt:



Das liege auch in der Tatsache begründet, dass Mitarbeitende ihrem Arbeitgeber großes Vertrauen entgegenbringen, ihre Einlagen verantwortungsvoll zu verwalten.

Wellbeing zunehmend wichtiger für Arbeitgeber

Neben der bAV wünschen sich Mitarbeitende auch, dass Arbeitgeber sie in den Bereichen emotionale (27 Prozent) und körperliche (24 Prozent) Gesundheit unterstützen. Für 60 Prozent der Befragten sind Gesundheitsprogramme des Arbeitgebers ein wichtiger Grund im Unternehmen zu bleiben. Für 55 Prozent war das betriebliche Gesundheitsprogramm ein Grund dafür, zu ihrem aktuellen Arbeitgeber zu wechseln.

Im Zuge der Pandemie hat sich auch die Nutzung von virtuellen Pflege- und Beratungsprogrammen verändert: 2019 gaben nur 13 Prozent an, dass sie solche Angebote seitens des Arbeitgebers nutzen. 2022 sind es ein Drittel (33 Prozent).

Vor der Pandemie sei emotionales und körperliches Wellbeing eine Privatsache gewesen. Mittlerweile sei es auch ein Thema für Arbeitgeber geworden, weil sich das Verständnis durchgesetzt habe, dass Mitarbeitende ohne Gesundheitsprobleme stärker motiviert seien, weniger unter Stress leiden und weniger Fehlzeiten verursachen, erklärt Heiniz. Damit sei Wellbeing nicht nur ein weiteres Benefit, sondern essenziell für eine erfolgreiche Zusammenarbeit im Unternehmen.

Über die Studie

Die Studie „Global Benefits Attitudes“ von Willis Towers Watson skizziert die Einstellung der Arbeitnehmende in Bezug auf das Themen Wellbeing sowie auf die Altersvorsorge. Die Studie wurde in 23 Ländern durchgeführt – mit über 35.000 Befragten. In Deutschland haben 1.556 Arbeitnehmende an der Studie teilgenommen.

Die Befragten repräsentieren hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen und Branchenzugehörigkeit ein breites Spektrum der deutschen Arbeitnehmerschaft. Um die Repräsentativität der Ergebnisse zu erhöhen, wurden diese durch Gewichtung der tatsächlichen statistischen Verteilung in Deutschland angeglichen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4924619/erfolgreiche-personalbindung-mit-benefits/>