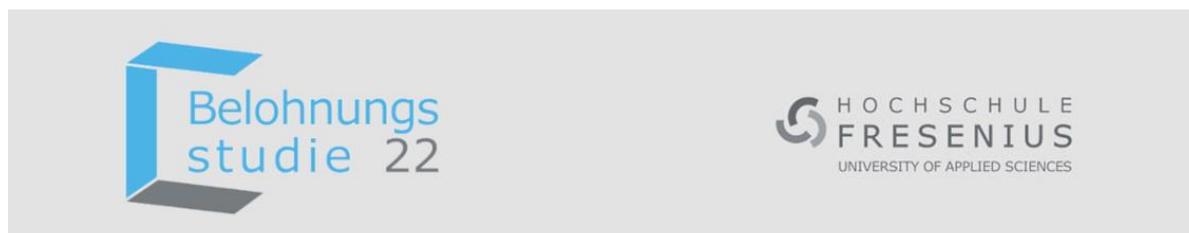


## Pressemitteilung

### **Belohnungsstudie 2022: Mitarbeiter-Benefits – zeitgemäß und möglichst individuell realisiert**



**München, 15. März 2022.** Einmal im Jahr befragt BONAGO Geschäftsführerinnen und -führer sowie Verantwortliche aus den Bereichen Personal und Employer Branding dazu, wie sie es mit der Incentivierung ihrer Mitarbeitenden halten und wo sie damit aktuell stehen. Die Belohnungsstudie liefert einen repräsentativen Einblick in die Praxis deutscher Unternehmen in diesem Feld und darüber, welche Instrumente bevorzugt eingesetzt werden. 2022 konnte die Studie deutschlandweit über 1.690 Teilnehmende verzeichnen, von November 2021 bis März 2022 wurden sie online befragt.

Unternehmen wissen im Kampf um Talente um den Wert von Belohnungen und Zugaben, doch viele wandeln hier oft noch auf ausgetretenen Pfaden – das ergibt die Belohnungsstudie 2022 von BONAGO. Heute möchten Mitarbeitende viel persönlicher belohnt und mit für sie maßgeschneiderten Leistungen und Angeboten inspiriert und motiviert werden.

Der Druck bei den Unternehmen ist immens: Angesichts des Fachkräftemangels, von der Corona-Pandemie noch befördert, wirtschaftlicher Herausforderungen und hoher Abwanderungsbereitschaft besonders bei jungen Menschen beschäftigen sich viele HR-Abteilungen intensiv damit, wie sie Talente finden und motivierte Arbeitskräfte möglichst lang binden können. Zusatzleistungen und Benefits können den Ausschlag im Wettbewerb geben und die Arbeitgebermarke positiv stärken.

### **Steuerfreie Sachbezüge – 2022 noch besser ausgestattet**

Schon 2021 haben 92 Prozent der Befragten bewusst Motivations- und Bindungsmaßnahmen eingesetzt, und 95 % der Unternehmen möchten dies auch weiterhin tun. Doch hier gibt es eine erste Erkenntnis: Ob solche Maßnahmen tatsächlich umgesetzt werden, scheidet selten am Budget, sondern eher daran, dass es intern zu wenig Kapazitäten dafür gibt. Der Wille ist da, denn Wertschätzung und Anerkennung stehen hoch im Kurs, oft mehr als ein besseres Gehalt. Im Fokus stehen besonders gern Zusatzleistungen, die steuerlich interessant sind und effektiv zur Senkung von Personalkosten beitragen können. 25 Prozent aller Befragten kennen entsprechend Sachbezugsleistungen, zumal die Höhe des Sachbezugs gerade erst im Januar auf attraktive 60 Euro monatlich je Mitarbeitende angehoben wurde.

## **So individuell wie möglich reagieren – mit Gutscheinen, Dienstfahrrädern oder E-Autos**

Die Studie zieht auch einen Vergleich bei den Belohnungsanlässen: Neben dem typischen Dankeschön zu Geburtstag, Heirat oder Firmenjubiläum wird es zunehmend wichtig, dass das Einzelengagement wahrnehmbarer anerkannt wird. Vor der Befragung wurde die These aufgestellt, dass sich der Benefit-Markt wandelt und individuelle Lösungen im Trend liegen. Das es den Trend gibt, haben andere Studien auch schon bestätigt. Wichtig war jedoch, zu überprüfen, wo deutsche Unternehmen hier stehen: Die Relevanz individueller Benefits haben die befragten Unternehmen erkannt, jedoch setzen sie nur sehr wenige konkret ein. Meist werden weniger als zehn Benefits angeboten, darunter Leistungen wie Firmenparkplätze, Getränke, Homeoffice oder flexible Arbeitszeiten. Wie immer beliebt sind Gutscheine als Benefits, weil sie besonders flexibel eingesetzt werden können, für ganz persönliche Konsumwünsche oder zur Entlastung bei laufenden Kosten wie Tanken oder Telefonieren.

Vieles ist in Bewegung im Markt der Belohnungslösungen und neue Konzepte bringen frischen Wind hinein. Dienstfahrräder gehören auch dazu, denn mit modernen Bikes bzw. E-Bikes für ihr Personal geben Unternehmen gleichzeitig eine Antwort auf veränderte Mobilitätsbedürfnisse. Waren es 2021 noch 67 Prozent, die Fahrräder angeboten haben oder anbieten wollten, sind es 2022 bereits 78 Prozent. Für die Studie 2022 wurde erstmals auch abgefragt, ob E-Autos eingesetzt werden, das haben 36 Prozent bestätigt. Auch auf betriebliche Gesundheitsmaßnahmen wird vermehrt gesetzt und den

Mitarbeitern nicht nur mehr Zeit für Urlaub eingeräumt, sondern auch finanzielle Unterstützung über die Erholungsbeihilfe und darauf basierende Produkte gewährt. Indem die Belohnungsstudie solche Entscheidungstendenzen und Trendinstrumente im Detail erkundet, gibt sie HR-Verantwortlichen neue Impulse und Orientierung für ihre Maßnahmen 2023. **Gern stellen wir Ihnen eine Management Summary mit ausführlichen Ergebnissen der Belohnungsstudie 2022 zur Verfügung.**

Weitere Informationen zur Studie und Ergebnissen unter [www.belohnungsstudie.de](http://www.belohnungsstudie.de)

**BONAGO Incentive Marketing Group GmbH** ist führender Anbieter von Belohnungslösungen für Marketing, Vertrieb und Personal. Das Unternehmen mit Sitz in München unterstützt die strategischen Ziele seiner Kunden mit flexiblen, individualisierbaren Motivationslösungen. Kunden gewinnen und binden, Vertriebsfolge belohnen oder Mitarbeiter motivieren – hierzu bieten die Belohnungsexperten ein vielseitiges Angebot an Lösungen, basierend auf Gutscheinen, Zugaben und Incentives. Das Portfolio umfasst über 250 Premium-Partner aus den Bereichen Einkaufen, Reisen, Tanken, Kino, Lifestyle und mehr sowie mit dem Multi-Flex-Ben-Portal eine Cloud-Lösung für die hochgradig individualisierbare Mitarbeiterbindung. BONAGO wird seit 2010 vom Gründer und Gutscheinexperten Mark Gregg geführt. Weitere Informationen finden Sie unter [www.bonago.de](http://www.bonago.de).

## Kontakt

BONAGO Incentive Marketing Group GmbH

Marco Popp

Chief Marketing Officer

Werinherstraße 91

81541 München

Telefon: +49 89 622 33 77 – 99

E-Mail: [presse@bonago.de](mailto:presse@bonago.de)

Webseite: [www.bonago.de](http://www.bonago.de)