

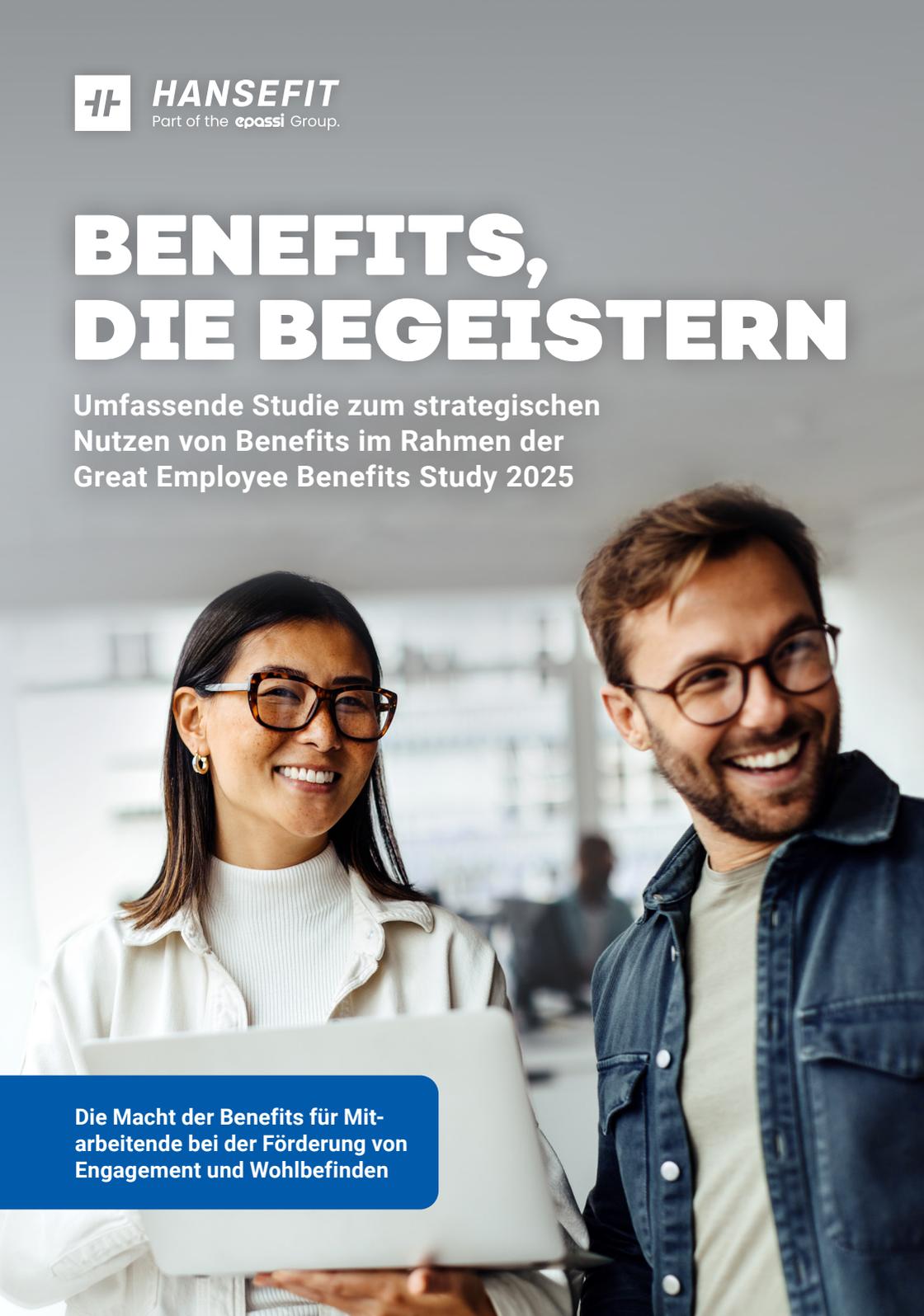


HANSEFIT

Part of the **epassi** Group.

BENEFITS, DIE BEGEISTERN

Umfassende Studie zum strategischen
Nutzen von Benefits im Rahmen der
Great Employee Benefits Study 2025



Die Macht der Benefits für Mit-
arbeitende bei der Förderung von
Engagement und Wohlbefinden



Fotos: Getty Images / alvarez, Maskot; 123RF / peopleimages12; Titelbild: Getty Images / J.Lco-Julia Amaral

Benefits für Mitarbeitende sind weit mehr als ein reines Vergütungselement.

Sie bilden die Grundlage für eine motivierte und loyale Belegschaft und sind ein entscheidender Faktor für die Gewinnung und Bindung von Talenten sowie die allgemeine Zufriedenheit in Unternehmen.

Vor dem Hintergrund eines wettbewerbsintensiven Arbeitsmarktes, insbesondere unter jüngeren Generationen, spielen Benefits eine entscheidende Rolle bei Jobentscheidungen. Aufgrund sich verändernder Arbeitsdynamiken müssen Unternehmen ihre Strategien neu überdenken und Angebote schaffen, die nicht nur finanzielle Aspekte, sondern auch das Wohlbefinden, die Individualität und die Nachhaltigkeit berücksichtigen.

Im Rahmen der „Great Employee Benefits Study 2025“ (GEBS2025) wurden die Unterschiede in den Perspektiven von Mitarbeitenden und Arbeitgebenden in Bezug auf Benefits untersucht. Die Studie liefert wichtige Erkenntnisse für die strategische Planung von Vergünstigungen. Des Weiteren beleuchtet die Studie die sich verändernde Benefit-Landschaft und hebt ihre zentrale Rolle bei der Förderung von Engagement, der Reduzierung von Fehlzeiten und der Steigerung

der allgemeinen Zufriedenheit in Unternehmen hervor.

Mithilfe datenbasierter Einblicke wird die Bedeutung von Fitness-Benefits, der generationenübergreifenden Nachfrage nach individuellen Benefits, der zunehmenden Rolle von Technologie, der Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und der Wirkung von Angeboten auf die Work-Life-Balance zur Burnout-Prävention verdeutlicht.

Wichtige Erkenntnisse

Benefits für Mitarbeitende gewinnen zunehmend an Bedeutung, indem sie nicht nur die Gesundheit und Zufriedenheit der Belegschaft stärken, sondern auch strategische Vorteile für Unternehmen bieten. Im Folgenden werden die zentralen Erkenntnisse aus der Studie vertieft, um ihre Wirkung und Bedeutung für deutsche Unternehmen zu beleuchten.

Die „Great Employee Benefits Study 2025“ (GEBS2025) bietet einen Überblick über die Mitarbeitervergünstigungen in Europa aus der Perspektive von Schweden, Finnland, Italien, dem Vereinigten Königreich, den Niederlanden und Deutschland. Im Folgenden werden die Erkenntnisse für Deutschland vorgestellt.

Die GEBS-Studie wurde von Forschenden der Aalto-Universität (Finnland) konzipiert und bereits drei Jahre in Folge durchgeführt. Die Umsetzung erfolgte durch den Think Tank Pole Star Advisory in Zusammenarbeit mit der Epassi Group. Die Epassi Group wurde 2007 gegründet und ist einer der führenden Anbieter von Technologien für Benefits für Mitarbeitende in Europa.



Foto: Getty Images / Luis Alvarez

FITNESS-BENEFITS als Katalysator für Engagement und Wohlbefinden

Fitness-Benefits wie beispielsweise Firmenfitness haben eine nachweisbare Wirkung auf die Gesundheit, das Engagement und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden. Sie tragen wesentlich zur Wahrnehmung des Arbeitgebenden und seiner Investitionen in das Wohlergehen der Belegschaft bei.

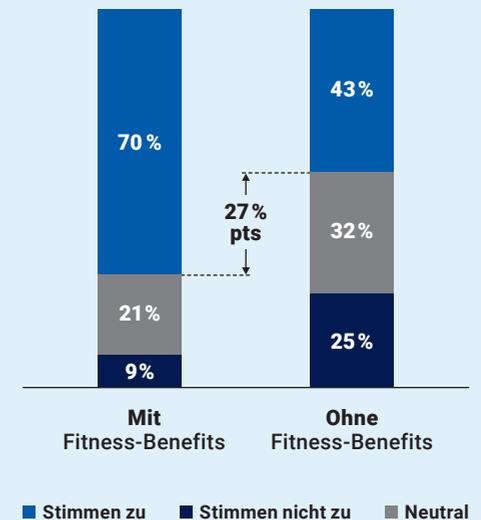
Engagement und Zufriedenheit

70% der Mitarbeitenden, die Zugang zu Fitness-Benefits haben, zeigen sich zufrieden mit dem gesamten Angebot an Benefits ihres Unternehmens. Bei den

Mitarbeitenden ohne solche Angebote sind es nur 43%. Dies entspricht einem signifikanten Unterschied von 27 Prozentpunkten.

Zufriedenheit mit dem Leistungspaket

- 70%** mit Fitness-Benefits sind zufrieden
- 43%** ohne Fitness-Benefits sind zufrieden
- 27%** Differenz



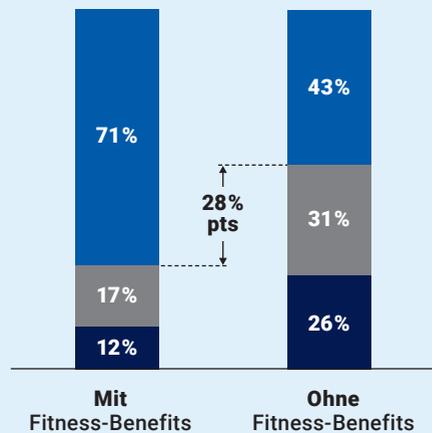
Wahrnehmung von Unterstützung

71 % der Mitarbeitenden, die Fitness-Benefits nutzen, fühlen sich in ihrem allgemeinen Wohlbefinden durch den Arbeitgebenden unterstützt, im Vergleich zu lediglich 43% der Mitarbeitenden ohne solche Angebote. Darüber hinaus fühlen sich 72% physisch unterstützt, gegenüber 40% ohne diese Benefits

und 62% erkennen Unterstützung beim mentalen Wohlbefinden an, gegenüber 34% ohne diese Benefits. Arbeitgebende, die Fitness-Benefits anbieten, werden deutlich positiver wahrgenommen. Damit zeigen sie ihr Engagement für die Förderung des Wohlbefindens ihrer Belegschaft.

Wahrnehmung von allgemeiner Unterstützung

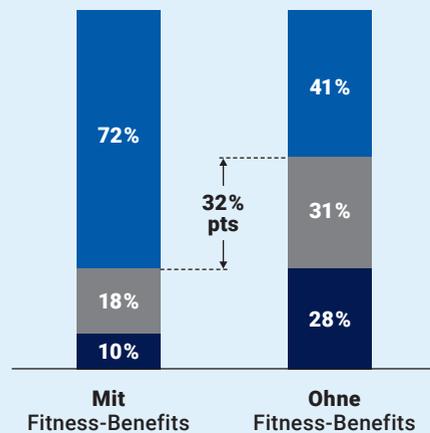
71% mit Fitness-Benefits fühlen sich unterstützt
43% ohne Fitness-Benefits fühlen sich unterstützt
28% Differenz



■ Stimmen zu ■ Stimmen nicht zu ■ Neutral

Wahrnehmung von physischem Wohlbefinden

72% mit Fitness-Benefits fühlen sich physisch unterstützt
41% ohne Fitness-Benefits fühlen sich physisch unterstützt
32% Differenz



■ Stimmen zu ■ Stimmen nicht zu ■ Neutral



Foto: Getty Images / PixelsEffect

72%

derjenigen, die Fitness-Benefits nutzen, fühlen sich physisch unterstützt.

Auswirkungen auf Arbeitgebende

Durch die Investition in Fitness-Benefits positionieren sich Unternehmen als zukunftsorientierte Arbeitgebende, die nicht nur wirtschaftliche Vorteile nutzen, sondern ihre Belegschaft auch aktiv unterstützen. Dies steigert ihre Attraktivität als Arbeitgebende und wirkt sich positiv auf die Bindung und Produktivität der Mitarbeitenden aus.

Wesentliche Erkenntnisse

Fitness-Benefits sind weit mehr als ein „Nice-to-have“: Sie sind ein strategischer Bestandteil moderner Unternehmenspolitik, der langfristig zu positiven Ergebnissen führt.

GENERATIONENÜBER- GREIFENDE PRÄFERENZEN und die Nachfrage nach Personalisierung

Die Erwartungen an Benefits unterscheiden sich deutlich zwischen den Generationen. Jüngere Mitarbeitende legen mehr Wert auf maßgeschneiderte Benefits und sind bereit, für bessere Benefits finanzielle Kompromisse einzugehen. Dies hat tiefgreifende Implikationen für Rekrutierungs- und Bindungsstrategien.

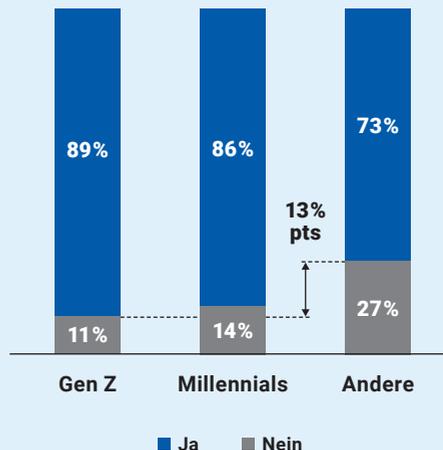
Jobentscheidungen

89% der Gen Z-Mitarbeitenden und 86% der Millennials in Deutschland ziehen einen Jobwechsel für eine identische Position mit besseren Benefits in Betracht, verglichen mit 73% der älteren Mitarbeitenden. Jüngere Generationen legen mehr Wert auf personalisierte Benefits, was die strategische Bedeutung hervorhebt.

Generation X
Geburtsjahre ca. 1965 bis 1980
Generation Y (Millennials)
Geburtsjahre ca. 1981 bis 1996
Generation Z (Gen Z)
Geburtsjahre ca. 1997 bis 2012

Jobwechselbereitschaft bei besseren Benefits

89% der Gen Z würden wechseln
86% der Millennials würden wechseln
73% der älteren Generation würden wechseln



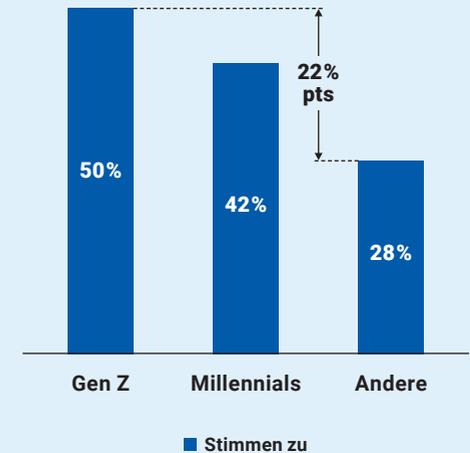
Finanzielle Kompromisse

Die Hälfte der Gen Z sowie 42% der Millennials wären bereit, für ein besseres oder individualisiertes Benefit-Paket ein geringeres Gehalt zu akzeptieren. Im Gegensatz dazu sind nur 28% der älteren Mitarbeitenden dazu bereit, was eine

deutliche Kluft zwischen den Generationen – zeitgleich aber auch den Trend – aufzeigt. Individuell gestaltete Benefits gewinnen bei den jüngeren Generationen zunehmend an Bedeutung und beeinflussen ihre Arbeitgeberwahl maßgeblich.

Gehaltskürzungen zugunsten besserer Benefits

50% der Gen Z würden ein niedrigeres Gehalt akzeptieren
42% der Millennials würden ein niedrigeres Gehalt akzeptieren
28% der älteren Generation würden ein niedrigeres Gehalt akzeptieren



Auswirkungen auf Arbeitgebende

Arbeitgebende stehen vor der Herausforderung, ihre Benefits dynamisch zu gestalten und individuell an die unterschiedlichen Bedürfnisse ihrer Mitarbeitenden anzupassen. Standardisierte Benefit-Pakete, die den Anforderungen verschiedener Generationen nicht gerecht werden, könnten dazu führen, dass talentierte Fachkräfte abwandern.

Wesentliche Erkenntnisse

Personalisierte und flexible Benefit-Modelle sind entscheidend, um das Engagement jüngerer Generationen zu gewinnen. Dabei dürfen ältere Generationen jedoch nicht aus den Augen verloren werden, um eine ausgewogene Belegschaft zu fördern.

DIE ROLLE DER TECHNOLOGIE beim Engagement

Technologische Werkzeuge wie mobile Apps und KI-gestützte Systeme vereinfachen nicht nur die Verwaltung von Benefits, sondern fördern auch deren Nutzung und Wahrnehmung. Besonders bei digital affinen Zielgruppen wie Gen Z und Millennials spielen solche Innovationen eine entscheidende Rolle.



Foto: Getty Images / FreshSplash

Nutzung von mobilen Plattformen

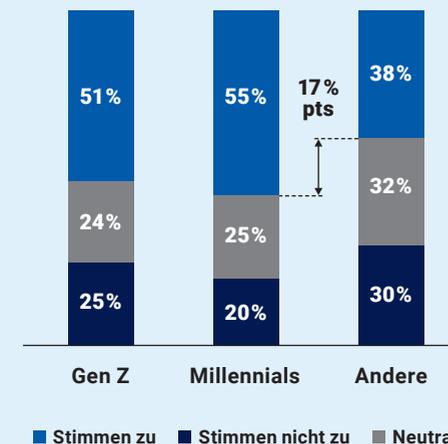
Funktionen wie automatische Erinnerungen an auslaufende Benefits steigern die Beteiligung der Mitarbeitenden signifikant. Technologien, insbesondere KI und Apps, werden von den jüngeren Generationen begrüßt und als Mittel zur Verbesserung der Nutzererfahrung der Benefit-Angebote gesehen.

KI-Akzeptanz

Jüngere Generationen zeigen sich optimistisch hinsichtlich der Rolle von KI. So glauben 53% der Gen Z und 52% der Millennials, dass sich KI positiv auf ihr Wohlbefinden auswirkt, während es bei den älteren Mitarbeitenden nur 41% sind. Ebenso fühlen sich 55% der Millennials und 51% der Gen-Z-Mitarbeitenden mit KI-gestützten Benefit-Management-Prozessen wohl, während es bei den älteren Generationen nur 38% sind.

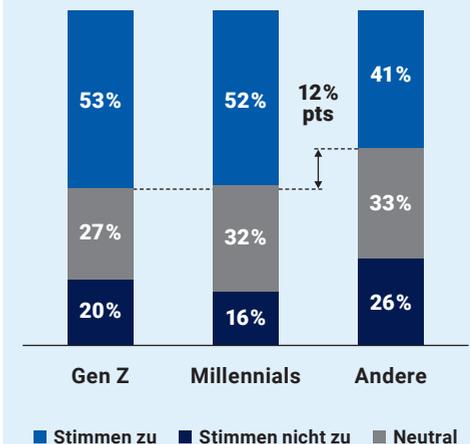
Akzeptanz von KI im Benefit-Management

- 51 %** der Gen Z sind mit KI-Verwaltung einverstanden
- 55 %** der Millennials akzeptieren KI-basierte Prozesse
- 38 %** der älteren Generation zeigen Akzeptanz gegenüber KI



Generationenübergreifende Akzeptanz von KI

- 53 %** der Gen Z sehen KI positiv für ihr Wohlbefinden
- 52 %** der Millennials stimmen zu
- 41 %** der älteren Generation empfinden KI als positiv



52%

der Millennials sehen KI positiv für ihr Wohlbefinden



Foto: Getty Images / Xavier Lorenzo

Auswirkungen auf Arbeitgebende

Unternehmen, die Technologie erfolgreich einsetzen, punkten bei jüngeren Mitarbeitenden mit Modernität und Zugänglichkeit. Gleichzeitig ist es unverzichtbar, technologische Lösungen benutzerfreundlich und generationsübergreifend attraktiv zu gestalten.

Wesentliche Erkenntnisse

Technologie ist nicht nur ein Werkzeug, sondern auch ein strategischer Vorteil, um Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft zu demonstrieren.

BURNOUT-PRÄVENTION durch strategische Benefits

Burnout ist eine anerkannte Belastung, die die mentale und körperliche Gesundheit von Mitarbeitenden gefährden kann. Es tritt häufig auf, wenn die Arbeitsbedingungen dauerhaft stressig sind und Ressourcen für Erholung und Unterstützung fehlen.

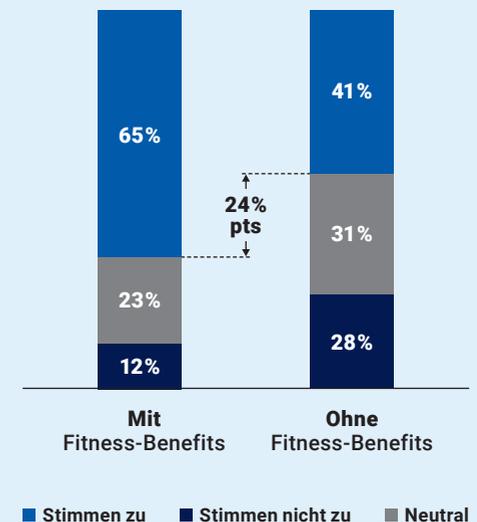
Ein Burnout hat nicht nur negative Auswirkungen auf die individuelle Leistungsfähigkeit, sondern beeinträchtigt auch die Produktivität und die Bindung von Mitarbeitenden an das Unternehmen. Angesichts der hohen Bedeutung dieser Problematik liegt die Verantwortung bei den Arbeitgebern, präventive Maßnahmen in die Unternehmenskultur zu integrieren.

Work-Life-Balance

65% der Mitarbeitenden mit Fitness-Benefits geben an, dass ihr Arbeitgeber eine gesunde Balance zwischen Job und Freizeit fördert, während dies nur 41% derjenigen ohne Fitness-Benefits so empfinden.

Unterstützung der Work-Life-Balance

65% mit Fitness-Benefits bestätigen Unterstützung
41% ohne Fitness-Benefits empfinden Unterstützung
24% Differenz



Burnout-Prävention

Fitness-Benefits erhöhen stark die Wahrnehmung einer ausreichenden Unterstützung gegen Burnout. 62% der Mitarbeitenden fühlen sich angemessen unterstützt, im Vergleich zu nur 34% derjenigen ohne Benefits.

Auswirkungen auf Arbeitgebende

Eine wirksame Burnout-Prävention hat weitreichende positive Folgen für Unternehmen. Durch gezielte Maßnahmen wie Fitness-Benefits und flexible Arbeitsmodelle können Arbeitgebende die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden fördern und die allgemeine Produktivität und Zufriedenheit steigern.

Wesentliche Erkenntnisse

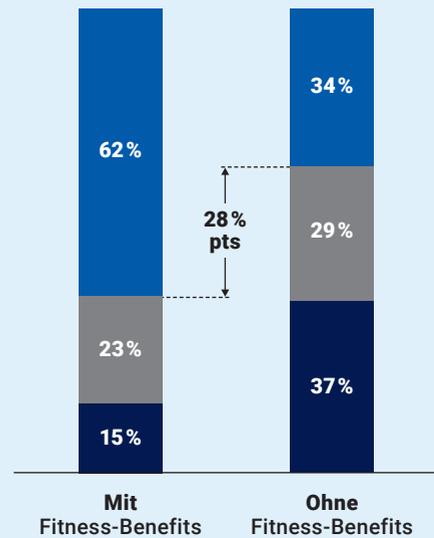
Burnout-Prävention ist eine entscheidende Komponente moderner Benefit-Strategien. Unternehmen, die auf Fitness-Benefits, flexible Arbeitsmodelle und mentale Unterstützung setzen, profitieren von gesünderen Mitarbeitenden, einem besseren Arbeitsklima und einer stärkeren Arbeitgebermarke.

Zufriedenheit mit Burnout-Unterstützung

62% mit Fitness-Benefits fühlen sich unterstützt

34% ohne Fitness-Benefits fühlen sich unterstützt

28% Differenz



■ Stimmen zu ■ Stimmen nicht zu ■ Neutral



Foto: Getty Images / Maskot

NACHHALTIGKEIT als Kernelement im Benefit-Design

Nachhaltigkeit gewinnt in Benefit-Strategien zunehmend an Bedeutung, da Mitarbeitende immer mehr Wert auf umweltbewusstes Handeln legen. Unternehmen, die ökologische Aspekte in ihre Programme integrieren, spiegeln die Werte einer wachsenden Gemeinschaft umweltbewusster Personen wider und schaffen ein gesünderes und nachhaltigeres Arbeitsumfeld.

Die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Angebote wird immer wichtiger, um den Werten von modernen Arbeitnehmenden gerecht zu werden. Initiativen wie Fahrrad-Leasing-Programme und Anreize für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel durch ein Job-Ticket fördern gleichzeitig die Gesundheit und reduzieren den ökologischen Fußabdruck. Unternehmen, die diese Aspekte vernachlässigen, riskieren, den Anschluss zu verlieren.

Generationenübergreifender Einsatz

Jüngere Generationen, insbesondere Gen Z und Millennials, bevorzugen Arbeitgebende, die ökologische Verantwortung zeigen. Diese Zielgruppen betrachten nachhaltige Benefits zunehmend als Voraussetzung und weniger als Zusatz.

Auswirkungen auf Arbeitgebende

Unternehmen, die Nachhaltigkeitsmaßnahmen in ihre Benefit-Programme aufnehmen, können sich von der Konkurrenz abheben. Sie steigern auch die Attraktivität ihrer Arbeitgebermarke. Mitarbeitende, die diese Angebote nutzen, erleben eine stärkere Bindung und Wertschätzung, da Arbeitsweise und Werte übereinstimmen.

Wesentliche Erkenntnisse

Nachhaltige Benefits sind eine bedeutende Investition in die Zukunft. Sie erhöhen nicht nur die Attraktivität für ökologisch bewusste Talente, sondern tragen auch zur allgemeinen Zufriedenheit und Loyalität der Mitarbeitenden bei.



Foto: Getty Images / kate_sept2004

ABSCHLIESSENDE SCHLUSS- FOLGERUNGEN für Arbeitgebende

Die Erkenntnisse der „Great Employee Benefits Study 2025“ unterstreichen die Notwendigkeit grundlegender Strategien, um Benefit-Programme zukünftig effektiver zu gestalten und an den Bedürfnissen der modernen Belegschaft auszurichten.

Unternehmen, die auf Innovation, Nachhaltigkeit und Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden setzen, werden langfristig mehr Talente binden und ihre Marktposition stärken.

Als einer der führenden Firmenfitness-Anbieter in Deutschland unterstützt Hansefit Unternehmen dabei, einen ganzheitlichen Ansatz umzusetzen und die Brücke zwischen den Bedürfnissen der Mitarbeitenden und der Unternehmenskultur erfolgreich zu schlagen.



Sie haben noch Fragen?
Dann kontaktieren Sie uns gern direkt!
www.hansefit.de/kontakt

Foto: Getty Images / ljubaphoto



Investition in Fitness-Benefits

Der nachgewiesene Zusammenhang zwischen besserer Gesundheit, weniger Krankheitstagen und höherer Zufriedenheit macht Fitness-Benefits zu einem unverzichtbaren Bestandteil moderner Angebote.



Personalisierung ausbauen

Um den Erwartungen jüngerer Generationen gerecht zu werden, sollten Benefits auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten und flexibler gestaltet werden.



Technologie nutzen

Mobile Apps und KI-gestützte Verwaltung sorgen für mehr Nutzerfreundlichkeit und steigern die Akzeptanz bei jüngeren Mitarbeitenden.



Nachhaltigkeit fördern

Durch umweltfreundliche Programme positionieren sich Unternehmen als zukunftsorientiert und zeigen gesellschaftliche Verantwortung.



Kulturelle und generations- übergreifende Kommunikation

Eine stärker personalisierte und zielgruppenorientierte Ansprache fördert die Akzeptanz der Angebote und stellt sicher, dass alle Mitarbeitenden erreicht werden.



HANSEFIT

Part of the **epassi** Group.

WORK-LIFE-BALANCE IM GRIFF?

Mit Firmenfitness von Hansefit.
Ihrem innovativen Partner für gesunde
Mitarbeitende und erfolgreiche Teams!

1 MITGLIEDSCHAFT

50+
SPORTARTEN

11.500+
PARTNER BUNDESWEIT

6.000+
ONLINE-ANGEBOTE

11.000+
ZUFRIEDENE KUNDEN



**MEHR
ERFAHREN!**



hansefit.de

Foto: Getty Images / FreshSplash