

Kompetenz Center PEA

Checkliste und Arbeitshilfe

Die besten Benefits bewerten und auswählen

Auswahl und Bewertung von Benefits
unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit:
Kosten-Nutzen-Analyse von Corporate Benefits

Checkliste und Arbeitshilfe

Die besten Benefits bewerten und auswählen

Kosten-Nutzen-Analyse: Wirtschaftlichkeit von Benefits bestimmen

Diese Arbeitshilfe unterstützt Sie, wenn Sie mehrere Benefits im Hinblick auf deren Wirtschaftlichkeit vergleichen möchten. Auf Basis der Bewertung ermitteln Sie die jeweilige Kosten-Nutzen-Relation. Hier für ist eine zielgruppenorientierte und aktuelle Bewertung der einzelnen, infrage kommenden Benefits vorzunehmen.

Hierzu bewerten Sie diese im Hinblick auf die maßgeblichen, hierdurch erzielbaren Effekte. Arbeitgeber wollen durch Benefits üblicherweise diese drei Auswirkungen realisieren (» [PEA](#))

Benefits: 3 erzielbare Effekte

1. **P** wie Personalerhalt: Verbesserung der Mitarbeiterbindung i.S.v. Retention, Senkung der Fluktuationskosten
2. **E** wie Erfolg des Unternehmens: Steigerung von Motivation und Performance auf individueller Ebene und damit der Unternehmensperformance
3. **A** wie Arbeitgeberattraktivität: Stärkung von Employer Brand und Arbeitgeberimage, Senkung von Recruiting-Kosten

Mithilfe der folgenden Arbeitshilfe ermitteln Sie zuerst den Nutzen des jeweiligen Benefits. Dabei wird für jede der drei strategischen Ziele bewertet:

- a. Ausmaß der Negativ-Auswirkung, wenn dieses Benefit nicht umgesetzt wird oder wenn dessen Umsetzung die Erwartungen der Zielgruppe qualitativ oder quantitativ unterschreitet.
- b. Ausmaß des positiven Effekts eines Benefits, wenn dessen Umsetzung die Erwartungen der Zielgruppe erfüllt oder übertrifft.

Diese Bewertungsmethode ist – für den 3. Effekt – als Herzberg'sche Theorie oder Maslows Spitze der Motivationspyramide bekannt. Sie wird hier auf die beiden anderen Effekte ebenfalls angewendet.

Die Bewertung ist wiederkehrend durchzuführen. Denn Mitarbeiterpräferenzen verändern sich genauso schnell wie Konsumentenwünsche. Was heute einen Eintritts- oder Verbleibsanreiz darstellt, wird morgen von Mitarbeitern und Bewerbern vielleicht schon als Selbstverständlichkeit erachtet. Mithilfe einer Mitarbeiterbefragung können Sie die Bewertung auch von der Zielgruppe selbst durchführen lassen.

Bei dieser Checkliste zur Bewertung von Benefits handelt es sich um Gedankenanstöße rund um die Themen Arbeitgeberattraktivität, Mitarbeiterbindung und Performance, die in jedem Einzelfall möglichst nach entsprechender Beratung angepasst werden müssen. Jedwede Verwendung dieses Textes geschieht unter jeglichem Haftungsausschluss der I.O. Group Gunther Wolf. Bitte kontaktieren Sie uns, wenn Sie sich mit einem unserer Berater und Trainer austauschen möchten.

© Gunther Wolf | Engelsstraße 6 | D-42283 Wuppertal | +49 (0)202 277 5000 | www.iogw.de. Alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Kopieren oder Nachdruck verboten; Ausnahmen nur mit ausdrücklicher Genehmigung. Das Zitieren von Auszügen kann nur gestattet werden, wenn I.O. Group Gunther Wolf als Quelle genannt wird.

Checkliste und Arbeitshilfe

Die besten Benefits bewerten und auswählen

Kosten-Nutzen-Analyse: Wirtschaftlichkeit von Benefits bestimmen

Bezeichnung des Benefits:

Wie soll die **Umsetzung** erfolgen?

Mit welchen **Kosten** ist zu rechnen?

(Zeitaufwand bitte in Währungseinheiten ausdrücken und einbeziehen)

Nutzen

» Retention-Wirksamkeit

als fluktuationsfördernder Faktor¹

als Verbleibsanreiz²

» Motivations-Wirksamkeit

als performancehemmender Faktor¹

als Leistungs- und Erfolgsanreiz²

» Recruiting-Wirksamkeit

als Bewerbende abschreckender Faktor¹

als Attraktivitätsfaktor / Eintrittsanreiz²

niedrig

hoch

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

¹ Ausmaß der Negativ-Wirkung, wenn dieses Benefits nicht umgesetzt wird oder wenn deren Umsetzung die Erwartungen der Zielgruppe qualitativ oder quantitativ unterschreitet.

² Ausmaß des positiven Effekts eines Benefits, wenn deren Umsetzung die Erwartungen der Zielgruppe erfüllt oder übertrifft.

Zielgruppeneignung:

(Wird der Nutzen dieses Benefits nur bei bestimmten Zielgruppen erreicht? Bei welchen?)

Zusammenfassung		Kosten-Nutzen-Analyse
Kosten gesamt (s.o.)	Nutzenpunkte (Summe)	Kosten pro Nutzenpunkt (= Kosten ÷ Nutzenpunkte)

WOLF[®]

Engelsstraße 6 (Villa Engels)
D-42283 Wuppertal
www.iogw.de

Tel. +49 (0)202 277 5000
Mail info@wolfgunther.de