

Forsa-Umfrage im Auftrag der CSS Versicherung AG: Zwei Drittel der Unternehmen schätzen arbeitgeberfinanzierte Leistungen als sehr gutes Mittel zur Mitarbeitergewinnung ein

Eine aktuelle Forsa-Umfrage im Auftrag der CSS Versicherung AG zeigt, dass Unternehmen bei der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern auf neue Ansätze zurückgreifen. Ein Großteil der befragten Unternehmer schätzt eine arbeitgeberfinanzierte Lösung als wichtiges Mittel für Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitern ein.

19.11.2012 - **Eine aktuelle Forsa-Umfrage im Auftrag der CSS Versicherung AG zeigt, dass Unternehmen bei der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern auf neue Ansätze zurückgreifen. Ein Großteil der befragten Unternehmer schätzt eine arbeitgeberfinanzierte Lösung als wichtiges Mittel* für Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitern ein. Die Studie zeigt auch, dass die meisten Unternehmen bisher noch keine betriebliche Krankenversicherung haben. Das Potenzial im Segment „Krankenzusatzversicherungen für das gesamte Unternehmen“ ist vorhanden.**

Im „war for talents“ müssen sich Unternehmen auf neue Ansätze zur Mitarbeitergewinnung und -bindung einstellen. Der Kampf um hochqualifizierten Nachwuchs ist das Thema für Unternehmen. Eine aktuelle Forsa-Umfrage, die von der CSS Versicherung AG beauftragt wurde, bestätigt das. Dabei wurden 250 Unternehmen ab einer Mitarbeiterzahl von 500 in ganz Deutschland befragt.

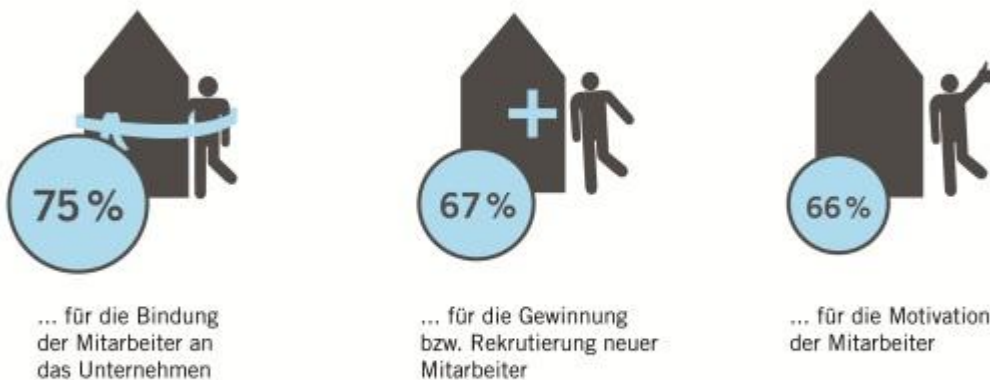
75 Prozent der Unternehmer sehen Leistungen wie Krankenzusatzversicherungen als wichtiges Instrument zur Mitarbeiterbindung

Arbeitgeberfinanzierte Leistungen, wie beispielsweise eine Krankenzusatzversicherung für Arbeitnehmer, werden als Instrument zur Bindung und Gewinnung von Mitarbeitern als äußerst wichtig angesehen. So schätzen 75 Prozent der Unternehmer solch eine Leistung als sehr wichtig zur Bindung von Mitarbeitern ein. 67 Prozent benennen arbeitgeberfinanzierte Leistungen sogar als wichtiges Instrument für das Recruiting neuer Mitarbeiter.

Die Motivation der Belegschaft ist ein entscheidender Faktor, um die Fluktuation gering zu halten. Das bestätigen die Ergebnisse der Forsa-Umfrage: 66 Prozent der Befragten stufen Leistungen, die der Arbeitgeber bezahlt, als sehr gut** zur Motivation der Angestellten ein.

Arbeitgeberfinanzierte Leistungen wie eine betriebliche Krankenzusatzversicherung sind sehr gut/gut geeignet ...

© CSS Versicherung AG



Zwei Drittel der Unternehmen sind der Ansicht, dass arbeitgeberfinanzierte Leistungen – wie z. B. eine betriebliche Krankenzusatzversicherung –

gut als Instrument für die Rekrutierung bzw. die Motivation der Mitarbeiter geeignet sind.

Arbeitgeberfinanzierte Leistungen spielen bei der Wahl des Arbeitsplatzes eine wichtige Rolle

Laut der Forsa-Umfrage sehen 53 Prozent der befragten Unternehmen ein arbeitgeberfinanziertes Angebot, wie eine Krankenzusatzversicherung, als sehr wichtig an. Dabei zeigt sich, dass dies insbesondere bei größeren Unternehmen ab 5.000 Mitarbeitern als bedeutend gesehen wird (61 Prozent).

Wichtigkeit arbeitgeberfinanzierter Leistungen bei der Arbeitgeberwahl

© CSS Versicherung AG

53 %
sehr wichtig



46 %
weniger wichtig

53 %

finden, dass arbeitgeberfinanzierte Leistungen wie z. B. eine betriebliche Krankenzusatzversicherung bei der Wahl des künftigen Arbeitgebers sehr wichtig sind.

an 100% fehlende Angabe = „weiß nicht“

sehr wichtig/wichtig:

46 %



500 bis
1000
Mitarbeiter

55 %



1000 bis
5000
Mitarbeiter

61 %



5000 und
mehr
Mitarbeiter

Gut die Hälfte der Unternehmen ist der Ansicht, dass das Angebot einer arbeitgeberfinanzierten Leistung für die Wahl eines zukünftigen Arbeitgebers wichtig ist.

Mit zunehmender Unternehmensgröße wird dieses Leistungsangebot auch wichtiger eingestuft.

Finanzieller Aufwand bei Sachleistungen geringer als bei Gehaltserhöhungen

Während Gehaltserhöhungen für Unternehmen immer mit einer erhöhten Belastung durch Lohnnebenkosten einhergehen, sind Sachleistungen „günstiger“ für Unternehmen und Mitarbeiter. Das bestätigt auch die Forsa-Umfrage: 83 Prozent der Unternehmer geben an, dass eine Sachzuweisung gegenüber einer Gehaltserhöhung finanziell weniger aufwändig sei (bei einer Sachzuwendung von 44 Euro). Bei Unternehmen über 5.000 Mitarbeitern bestätigen das sogar 89 Prozent der Befragten.

Potenzial für betriebliche Krankenzusatzversicherungen ist groß

Die Mehrheit der befragten Unternehmen hat noch keine betriebliche Krankenzusatzversicherung. Nur 11 Prozent stellen ihren Mitarbeitern derzeit Sachleistungen in Form einer betrieblichen Krankenzusatzversicherung zur Verfügung. Das Interesse für ein Angebot, das das gesamte Unternehmen absichert, ist vorhanden. Rund ein Viertel der Befragten kann sich vorstellen, seinen Mitarbeitern eine Krankenzusatzversicherung für ambulante und stationäre Leistungen, inklusive Ausfallschutz für Schlüsselpositionen und Wiedereingliederungsprogramm, anzubieten.

Ganzheitlicher Schutz für das gesamte Unternehmen

Die CSS Versicherung AG ist seit September 2012 mit der ersten Krankenzusatzversicherung für das gesamte Unternehmen auf dem Markt. Dabei ist der Tarif CSS.business einzigartig in Deutschland. Während bisher Angebote mit ambulanten und stationären Leistungen üblich waren, hat die Tochter der Schweizer CSS Versicherungsgruppe mit dem neuen Tarif einen Vorstoß gewagt. Neben einer ambulanten und stationären Krankenzusatzversicherung umfasst der Tarif auch ein Interimsmanagement für Führungskräfte sowie ein Wiedereingliederungsprogramm für erkrankte Mitarbeiter. Angehörige von Mitarbeitern können sich zu Sonderkonditionen versichern.

* Die Umfrage fasst „sehr wichtig“ und „wichtig“ als eine Kategorie zusammen. In der Pressemeldung gilt diese Kategorie fortfolgend.

** Die Umfrage fasst „sehr gut“ und „gut“ als eine Kategorie zusammen. In der Pressemeldung gilt diese Kategorie fortfolgend.

Kontakt:

Sibylle Schade
c/o Beaufort 8 GmbH
Kriegsbergstraße 34
70174 Stuttgart

Tel.: 0711 / 25773 - 46

Fax: 0711 / 25773 - 88

E-Mail: presse@cssversicherung.com

CSS Versicherung AG - Ein Unternehmen der Schweizer CSS Versicherungsgruppe

In bester Schweizer Tradition ist die CSS Versicherung AG als Tochterunternehmen der Schweizer CSS Versicherungsgruppe seit August 2006 auf dem deutschen Markt vertreten. Für Privatpersonen erstreckt sich das Produktportfolio von Kostenübernahme für Zahnbehandlung, über Zahnersatz und Heilpraktikerbehandlung, Vorsorgeleistungen bis hin zur Krankenhausbehandlung. Die flexible Tarifwelt setzt sich aus Bausteinen zusammen. CSS.privat ambulant und CSS.privat stationär heißen die beiden Tarife.

Was im Privatbereich erfolgreich ist, steht auch Unternehmen offen: Eine Krankenversicherung für das ganze Unternehmen, die zusätzlich auch einen Ausfallschutz und Wiedereingliederungsprogramme bereitstellt. CSS.business heißt der Tarif. Upgrades, die modular und damit individuell auf die Wünsche des Mitarbeiters abgestimmt werden können, heißen upgrade comfort und upgrade health.

Das Produktportfolio der CSS Versicherung AG lässt seine Versicherten gut dastehen, in jeder Situation - und das zu einem besonders fairen und transparent kalkulierten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das ist smart nach Schweizer Art.

