



Belohnungs  
studie 22

## Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse



# Die HR-Studie rund um Employer Branding, Mitarbeiterbindung und Mitarbeitermotivation

Liebe Leserin,  
lieber Leser,

mit der Belohnungsstudie 22 wurde erneut eine umfassende Situationsaufnahme von den Benefit-Strategien deutscher Unternehmen im Bereich Mitarbeiterbindung und -motivation sowie Employer Branding erstellt. Dieses Jahr haben sich über 1.690 Personalverantwortliche und Geschäftsführer an der Studie beteiligt – ein großer Erfolg und eine erneute Steigerung zur letzten Studie. Die langjährige Erfahrung der Branche mit dem Thema „Benefits“ spiegelt sich auch in dieser Studie wider. Die Zeit nach der Corona-Pandemie bringt für uns alle große Herausforderungen mit sich. Der Fachkräftemangel hat sich in den letzten zwei Jahren enorm verstärkt und viele Unternehmen müssen im Bereich Zusatzleistungen und Benefits eine Schippe drauflegen, um am Arbeitsmarkt herauszustechen. Umso wichtiger ist der Erfahrungs- und Wissensaustausch, weshalb ich mich noch einmal herzlich bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern für ihren Beitrag bedanken möchte.

Die Belohnungsstudie 2022 bietet einen noch tieferen Einblick in die Praxis deutscher Unternehmen als alle Studien zuvor. Wertschätzung und Anerkennung machen schon zum zweiten Mal einen wesentlichen Teil der Studie aus, ein Hinweis darauf, dass Ergebnisse in diesem Feld relevanter werden. Das zweite große Thema dieser Studie stellen flexibel und individuell einsetzbare Benefits – ein Angebot, das vor allem bei jungen Talenten immer mehr Interesse findet.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und viele hilfreiche Impulse und neue Erkenntnisse!



Mark Gregg  
Vice President  
Incentive Marketing Association Europe

Geschäftsführer  
BONAGO Incentive Marketing Group GmbH

**PS:** Die Vorbereitungen für die **Belohnungsstudie 23** laufen bereits und ich freue mich sehr, wenn Sie sich mit Ihren wertvollen Erfahrungen auch daran **beteiligen!**

Im Jahr 2013 fiel die Entscheidung zur Durchführung einer Studie mit Befragung von Personalentscheidern in Deutschland, um mehr Transparenz bei den Themen „Mitarbeiterbelohnung“ und „Mitarbeiterbindung“ herzustellen. Im Folgejahr wurden Studienkonzept und -design von der Hochschule Fresenius entwickelt und eine initiale Erhebung gestartet. Der renommierte Lehrstuhl für Wirtschaftspsychologie mit einem Schwerpunkt auf Personalpsychologie setzte sich dazu speziell mit den genannten Themen auseinander. Die Veröffentlichung erfolgte erstmals im Jahr 2015 und brachte durchweg positives Feedback von HR-Praktikern und anderen Unternehmensverantwortlichen.

Die Erhebung und Auswertung der **Belohnungsstudie** wird seither regelmäßig auf Basis des Konzepts der Hochschule Fresenius von der **BONAGO** Incentive Marketing Group GmbH durchgeführt. Aufgrund permanenter Entwicklungen und Veränderungen sowie richtungsweisender Angaben von Teilnehmern wird eine kontinuierliche Verfeinerung und Weiterentwicklung der Erhebung verfolgt, um die praktische Relevanz der Studie sicherzustellen.

Zwischen November 2021 und März 2022 wurde die Erhebung der **Belohnungsstudie 22** mit freundlicher Unterstützung zahlreicher Partner aus unterschiedlichsten HR-Bereichen sowie mit führenden HR-Netzwerken, Bloggern oder Kongressveranstaltern durchgeführt. Dafür sagen wir Danke.

Fordern Sie die Zusammenfassung der Ergebnisse kostenlos an:

 [www.bonago.de/belohnungsstudie-22](https://www.bonago.de/belohnungsstudie-22)