

# Mitarbeiterbeteiligungen

Aktuelle Trends und Meinungen in Deutschland 2013

Februar 2013

William Eggers, Nora Dublanka, Niyazi Akin



# Inhalt

- 1 Vorwort
- 2 Executive Summary
- 3 Ergebnisse
- 4 Belegschaftsaktien
- 5 Andere Mitarbeiterbeteiligungsformen
- 6 Teilnehmerstruktur
- 7 Hay Group

# 01

Vorwort

# Vorwort

## Hintergrundinformationen zur Umfrage

- Wie bereits im Jahr 2011 hat Hay Group in einer Kurzumfrage Fach- und Führungskräfte gebeten, ihr Stimmungsbild zum Thema Mitarbeiterbeteiligungen zu vermitteln.
- Untersucht wurden aktuelle Meinungen und Trends zu Mitarbeiterbeteiligungen.
- Befragt wurden 154 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und Größenklassen in Deutschland.

# 02

## Executive Summary

# Executive Summary

## **Belegschaftsaktien stellen weiterhin die bekannteste und in notierten Unternehmen verbreitetste Form der Mitarbeiterbeteiligung dar.**

- Belegschaftsaktien werden in mehr als der Hälfte der börsennotierten Unternehmen den Mitarbeitern angeboten und die Anzahl der Unternehmen, die planen in Zukunft Belegschaftsaktien anzubieten, hat sich im Vergleich zu 2011 nahezu verdoppelt.
- In nicht börsennotierten Unternehmen stellen Genussrechte/Genussscheine und stille Beteiligungen die vorherrschenden Beteiligungsformen dar.
- Die relativ neuen Mitarbeiterbeteiligungsfonds kommen noch bei keinem befragten Unternehmen zum Einsatz und auch die Vertrautheit mit dieser Mitarbeiterbeteiligungsform ist sowohl bei börsennotierten als auch nicht börsennotierten Unternehmen gering.
- Zwar bestätigen die meisten Unternehmen Mitarbeiterbeteiligungen positive Effekte hinsichtlich Mitarbeiterbindung und Arbeitgeberattraktivität sowie eine stärkere Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, jedoch sind diese im Vergleich zu den Umfrageergebnissen aus 2011 rückläufig.
- Die größten Bedenken bestehen bei Mitarbeiterbeteiligungen in Bezug auf Aufwand und Kosten für die Implementierung und Administration der Pläne.
- Nicht börsennotierte Unternehmen halten ein geringes Interesse der Mitarbeiter bzw. des Betriebsrats für die erfolgreiche Einführung einer anderen Mitarbeiterbeteiligungsform für unbedenklich. Im Gegensatz zu Belegschaftsaktien, stellt jedoch genau dieser Punkt einen wesentlichen Grund für die Unternehmen dar, keine Mitarbeiterbeteiligungspläne (mehr) anzubieten.

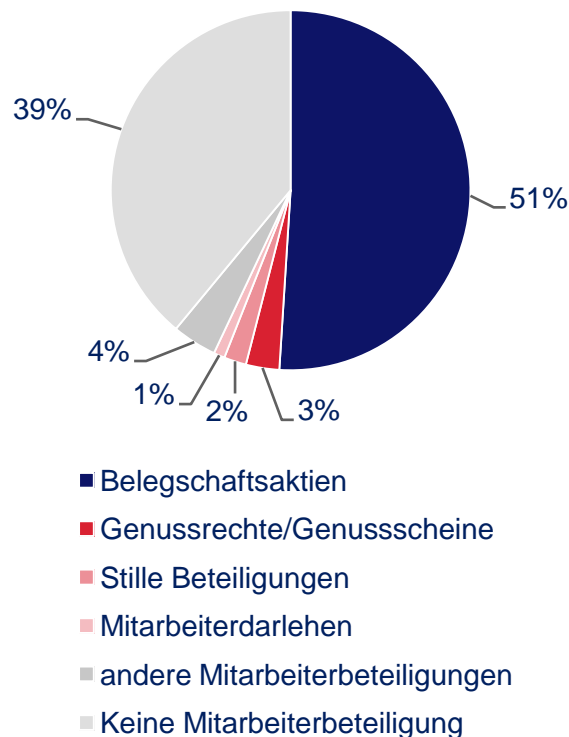
03

Ergebnisse

# Verbreitung von Mitarbeiterbeteiligungen

Ergebnisse

**Unternehmen, die eine Mitarbeiterbeteiligung anbieten oder die Einführung planen.**



**39% der befragten Unternehmen bieten keine Mitarbeiterbeteiligung an und planen auch nicht, diese einzuführen.**

- Belegschaftsaktien stellen die verbreitetste Form der Mitarbeiterbeteiligung dar.
- Mit großem Abstand werden Genussrechte/Genussscheine als zweithäufigste und stille Beteiligungen als dritthäufigste Form der Mitarbeiterbeteiligung eingesetzt.
- Mitarbeiterdarlehen, Mitarbeiterbeteiligungsfonds und GmbH-Beteiligungen kommen fast gar nicht zum Einsatz.



# Vertrautheit mit Mitarbeiterbeteiligungen

Ergebnisse

**Belegschaftsaktien und Mitarbeiterdarlehen sind die vertrautesten Formen der Mitarbeiterbeteiligung, wohingegen stille Beteiligungen und die relativ neuen Mitarbeiterbeteiligungsfonds eher unbekannt sind.**

- Wie vertraut sind Sie mit den folgenden Formen der Mitarbeiterbeteiligung?

börsennotierte Unternehmen		nicht börsennotierte Unternehmen	
Rang	Form der Mitarbeiterbeteiligung	Rang	Form der Mitarbeiterbeteiligung
1	Belegschaftsaktien	1	Belegschaftsaktien
2	Mitarbeiterdarlehen	2	Mitarbeiterdarlehen
3	Genussrechte/Genussscheine	3	Genussrechte/Genussscheine
4	Mitarbeiterbeteiligungsfonds	4	GmbH-Beteiligungen
5	GmbH-Beteiligungen	5	Stille Beteiligungen
6	Stille Beteiligungen	6	Mitarbeiterbeteiligungsfonds

# Motive für die Gewährung von Mitarbeiterbeteiligungen

Ergebnisse

Rang	Motive
1	Förderung der Motivation und Identifikation der Beschäftigten mit dem Unternehmen
2	Bindung von Mitarbeitern an das Unternehmen
3	Steigerung der Arbeitgeberattraktivität
4	Förderung der unternehmerischen Verantwortung der Mitarbeiter
5	Förderung einer Aktienkultur*
6	Gleichbehandlung aller Mitarbeiter im gesamten Unternehmen
7	Verbesserung der Vergütung
8	Gewinnung von Mitarbeitern für das Unternehmen
9	Aufbau von Vorsorgekapital für den Mitarbeiter
10	Ausnutzen von Steuervorteilen
11	Nachfrage der Mitarbeiter bzw. des Betriebsrats
12	Abwehr feindlicher Übernahmen

\* nur Belegschaftsaktien

## Mitarbeiterbeteiligungen sollen die Motivation und Identifikation der Beschäftigten mit dem Unternehmen fördern.

- Im Vergleich zu 2011 sind die Top 4 Motive für Mitarbeiterbeteiligungen unverändert geblieben.
- Börsennotierte Unternehmen verfolgen des Weiteren mit der Gewährung von Belegschaftsaktien die Förderung der Aktienkultur im eigenen Unternehmen.
- Die Ausnutzung von Steuervorteilen, der Aufbau von Vorsorgekapital für die Mitarbeiter und die Abwehr feindlicher Übernahmen spielen eine untergeordnete Rolle.

# Gründe gegen Mitarbeiterbeteiligungen

Ergebnisse

Rang	Bedenken
1	Großer Aufwand für die Administration
2	Großer Aufwand für die Implementierung
3	Hohe Kosten für die Implementierung
4	Hohe Kosten für die Administration
5	Mitarbeiterbeteiligungen bieten kein Steuerungsinstrument
6	Die Pläne sind zu kompliziert für die Beschäftigten
7	Geringes Interesse der Mitarbeiter bzw. des Betriebsrats
8	Mitarbeiteraktien stehen in Konkurrenz zu anderen (Vorsorge-) Plänen
9	Kapitalverwässerung*

\* nur Belegschaftsaktien

**Großer Aufwand und hohe Kosten für die Implementierung und Administration eines Plans sprechen weiterhin gegen die Einführung.**

- Unternehmen, die gerade planen Mitarbeiterbeteiligungen einzuführen, befürchten, dass der Plan für den Mitarbeiter zu kompliziert ist.
- Im Gegensatz zu Belegschaftsaktien, stellt bei anderen Mitarbeiterbeteiligungsformen ein zu geringes Interesse der Mitarbeiter und des Betriebsrats einen wesentlichen Grund für die Unternehmen dar, keine Mitarbeiterbeteiligungspläne (mehr) anzubieten.

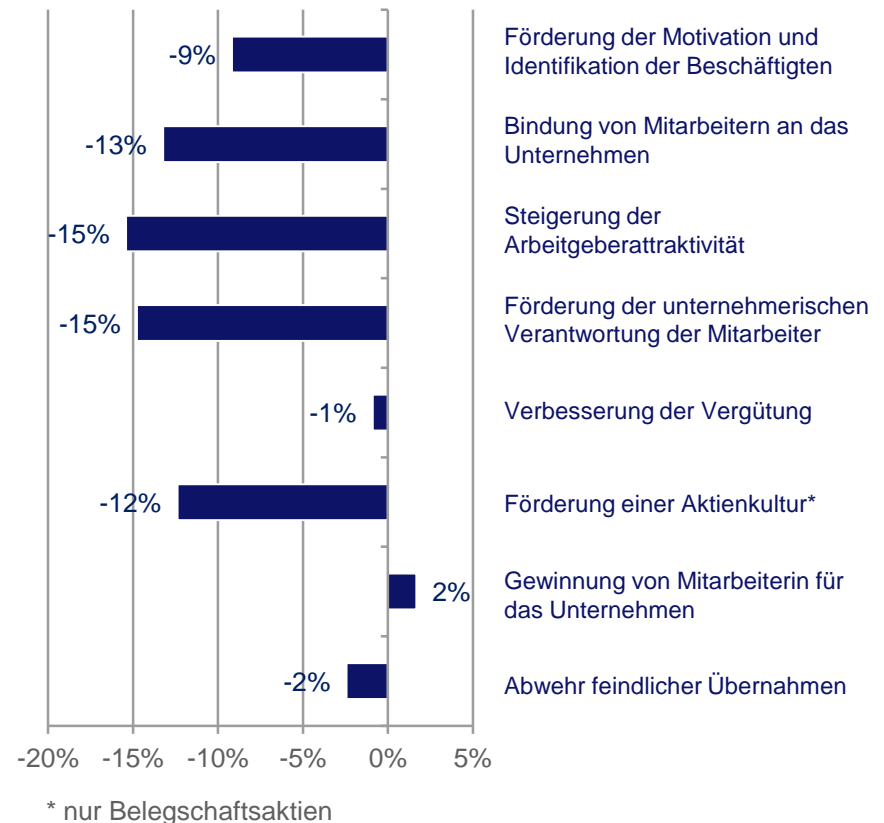
# Erfahrungen mit Mitarbeiterbeteiligungen

Ergebnisse

## Erfahrungen mit Mitarbeiterbeteiligungsplänen weniger positiv als 2011.

- 87% (2011: 96%) der befragten Unternehmen bestätigen eine stärkere Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.
- Zwar bestätigen 68% (2011: 84%) der Unternehmen eine höhere Arbeitgeberattraktivität und 71% (2011: 84%) eine stärkere Mitarbeiterbindung durch die Pläne, jedoch ist auch hier ein Rückgang im Vergleich zu 2011 festzustellen.
- Positive Effekte auf Mitarbeitergewinnung wird nur durch wenige Unternehmen bestätigt.

## Prozentuale Veränderung 2013 im Vergleich zu 2011.



04

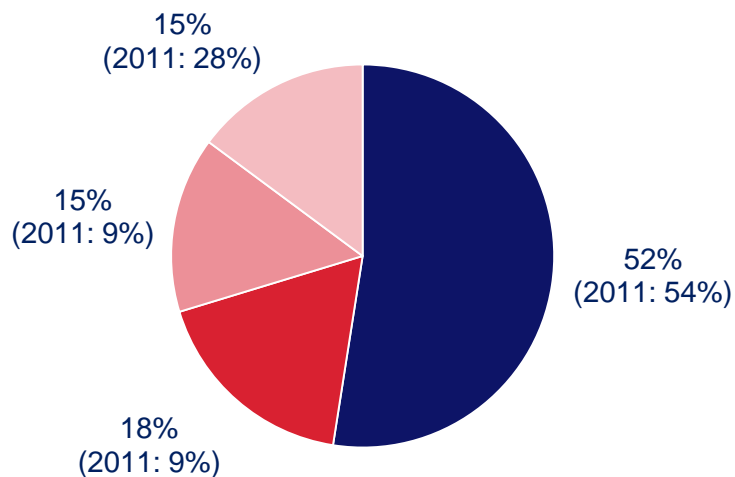
Belegschaftsaktien

# Verbreitung

Belegschaftsaktien

## Bietet Ihr Unternehmen einen Plan für Belegschaftsaktien an?

(nur börsennotierte Unternehmen)



- Ja
- Nein, aber wir beabsichtigen, einen Plan einzuführen
- Nein, wir hatten in der Vergangenheit einen Plan, haben ihn aber eingestellt
- Nein, wir hatten noch nie einen Plan und bereiten ihn auch nicht vor

## Unternehmen planen zunehmend die Einführung von Belegschaftsaktien.

- Mehr als die Hälfte aller befragten börsennotierten Unternehmen bieten Belegschaftsaktien an.
- Die Anzahl der Unternehmen, die planen in Zukunft Belegschaftsaktien anzubieten, hat sich verdoppelt.
- Zwar haben 15% der Teilnehmer keinen Belegschaftsaktienplan und bereiten auch keinen vor, jedoch hat sich dieser Wert im Vergleich zu 2011 fast halbiert.

# Ausgestaltung der Pläne (1/2)

## Belegschaftsaktien

### **Belegschaftsaktien – immer noch ein altbewährtes Instrument.**

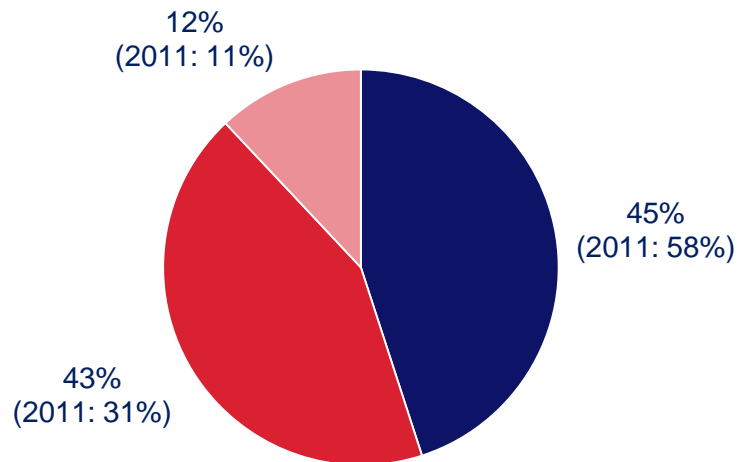
- 74% der befragten börsennotierten Unternehmen bieten schon seit über 10 Jahren einen Plan an.
- In den meisten Fällen übernehmen die Unternehmen selbst die Entwicklung und Konzeption des Plans und weitestgehend dessen Administration. In 16% der Fälle wird ein externer Dienstleister mit diesen Schritten beauftragt.
- Typischerweise bieten Unternehmen den Plan allen Mitarbeitern an.
- In mehr als 47% der Unternehmen nehmen über 50% der Berechtigten am Plan teil. Während der Großteil der Unternehmen, die momentan eine Einführung planen, eine Teilnehmerquote von unter 50% erwarten.
- Typischerweise wird eine Haltefrist von 3 Jahren festgelegt, wobei der Großteil der Mitarbeiter die bezogenen Aktien darüber hinaus hält.
- Die Mehrheit der befragten Unternehmen plant keine Änderungen am bestehenden Plan.

# Ausgestaltung der Pläne (2/2)

Belegschaftsaktien

## Welche Planmodelle bietet Ihr Unternehmen an?

(nur börsennotierte Unternehmen)



- Matching-Modell (Belohnung von Aktienkäufen der Beschäftigten durch Gratisaktien)
- Discount-Modell (vergünstigter Aktienerwerb für Beschäftigte)
- Gratisaktien

## Discount-Modelle nehmen an Bedeutung zu.

- Die meisten Unternehmen bieten ein Matching-Modell an. Die Matching-Rate liegt in den häufigsten Fällen zwischen 1 gewährten Aktie je 3 gekauften Aktien und einem 1 zu 1 Matching.
- Gängig ist ebenfalls die Gewährung eines Abschlags zum Aktienpreis (Discount-Modell). Der Abschlag bewegt sich zwischen 15% und 50% (Median: 20%).
- 12% der befragten Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern Gratisaktien an.
- 18% der Unternehmen bieten eine Kombination von verschiedenen Modellen an.



05

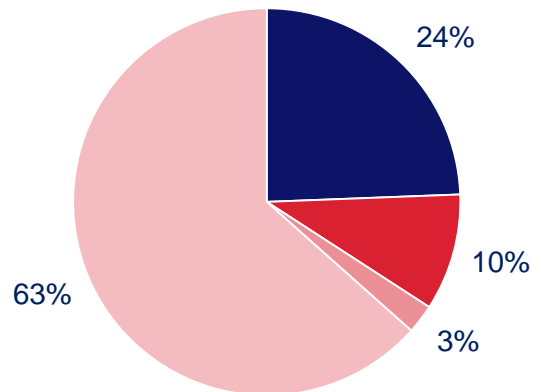
Andere Mitarbeiterbeteiligungsformen

# Verbreitung

Andere Mitarbeiterbeteiligungsformen

## Bieten Ihr Unternehmen eine andere Form der Mitarbeiterbeteiligung an?

(nur nicht börsennotierte Unternehmen)



- Ja
- Nein, aber wir beabsichtigen, eine Form der Mitarbeiterbeteiligung einzuführen
- Nein, wir hatten in der Vergangenheit eine Form der Mitarbeiterbeteiligung, haben diese aber eingestellt
- Nein, wir hatten noch nie eine Form der Mitarbeiterbeteiligung und planen auch nicht eine einzuführen

## 34% der befragten nicht börsennotierten Unternehmen bieten eine Mitarbeiterbeteiligung an oder planen die Einführung.

- Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland zeigen eine stärkere Präferenz zu Mitarbeiterbeteiligungen.
  - 40% der deutschen nicht notierten Unternehmen bieten einen Plan an bzw. planen die Einführung.
  - Die Anzahl der ausländischen nicht notierten Unternehmen, die einen Plan anbieten bzw. planen, tendiert gegen 0%.

# Ausgestaltung der Pläne (1/2)

Andere Mitarbeiterbeteiligungsformen

## **Andere Mitarbeiterbeteiligungsformen bei nicht börsennotierten Unternehmen etablieren sich langsam.**

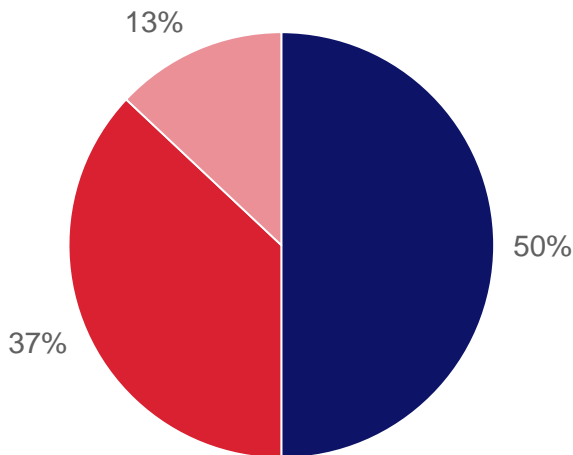
- 2/3 der Pläne wurden erst in den letzten 10 Jahre aufgesetzt.
- In den meisten Fällen übernehmen die Unternehmen selbst die Entwicklung und Konzeption des Plans und dessen Administration.
- In 64% der befragten Unternehmen wird der Plan nur den Mitarbeitern in Deutschland angeboten.
- In 78% der Unternehmen liegt die Teilnahmequote unter 50%.
- 88% der befragten Unternehmen sehen in den nächsten 5 Jahren keine Änderungen am bestehenden Plan vor.

# Ausgestaltung der Pläne (2/2)

Andere Mitarbeiterbeteiligungsformen

## Welche Planmodelle bietet Ihr Unternehmen an?

(nur nicht börsennotierte Unternehmen)



- Genussrechte/Genussscheine
- Stille Beteiligungen
- Mitarbeiterdarlehen

## Genussrechte/Genussscheine werden in 50% der Unternehmen angeboten.

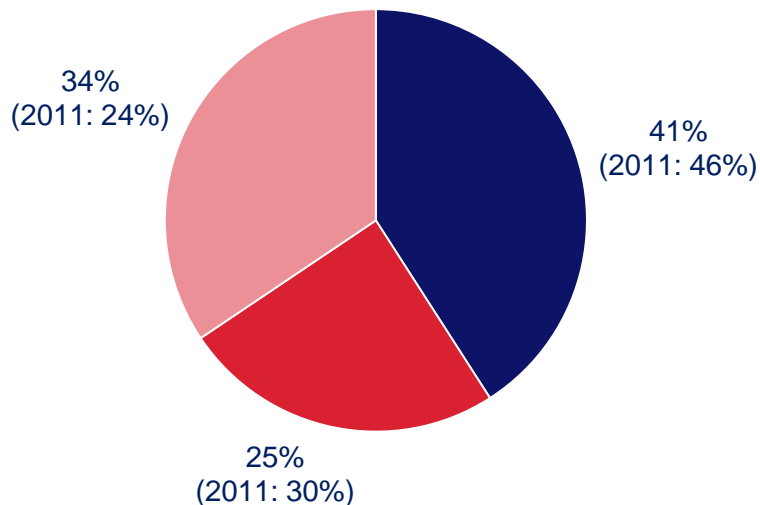
- Gut 1/3 der Unternehmen bieten stille Beteiligungen an.
- Mitarbeiterdarlehen kommen nur in wenigen Unternehmen als alternative Form der Mitarbeiterbeteiligung zum Einsatz.
- GmbH-Beteiligungen und die relativ neuen Mitarbeiterbeteiligungsfonds kommen in keinem der befragten Unternehmen vor.

06

Teilnehmerstruktur

# 154 Unternehmen wurden befragt

**66% der befragten Unternehmen sind börsennotiert.**



- Ja, das Unternehmen ist börsennotiert
- Ja, das Mutterunternehmen ist börsennotiert
- Nein

**Der Großteil der Befragten sind große, weltweit operierende und börsennotierte Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland.**

- 88% der Befragten beschäftigen mehr als 1.000 Mitarbeiter weltweit; 75% sogar mehr als 5.000.
- 84% der Befragten haben ein Umsatzvolumen von mehr als 500 Mio. Euro; 66% sogar mehr als 2 Mrd. Euro.
- 61% der Unternehmen kommen aus dem produzierenden Gewerbe; die anderen 39% verteilen sich auf den Finanz- und Dienstleistungssektor, den Handel sowie die Kommunikations- und IT-Branche.

07

Hay Group





# Hay Group Leistungsportfolio

Hay Group



We help organizations work.

# Ansprechpartner

Hay Group

**Bei Fragen oder Anmerkungen zu der Umfrage, kontaktieren Sie bitte:**

## **Nora Dublanka**

Consultant

Hay Group GmbH

Franklinstraße 46a

D-60486 Frankfurt am Main

T +49 (0)69 50 50 55 – 324

F +49 (0)69 50 50 55 – 44000

## **Niyazi Akin**

Consultant

Hay Group GmbH

Franklinstraße 46a

D-60486 Frankfurt am Main

T +49 (0)69 50 50 55 – 104

F +49 (0)69 50 50 55 – 44000