

Pressemitteilung

Boni sind zurück – aber strikter reguliert und mit veränderten Zielen

Aon Hewitt-Studie „Bonus & Sales Compensation 2014“ fasst Praktiken der Unternehmen zusammen

München (27. Oktober 2014) – Seit der Finanzkrise im Jahr 2008 waren Boni generell im Kreuzfeuer der Kritik und europaweit wurden gerade im Finanzdienstleistungssektor Bonuszahlungen durch die Aufsichtsbehörden begrenzt oder zurückgestellt. Dennoch steigen die Bonuspläne in Zielhöhe insgesamt in Europa – in allen Branchen. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie „European Bonus & Sales Compensation Survey“ des Vergütungsspezialisten Aon Hewitt. Insgesamt ist die Stimmung unter den europäischen Unternehmen deutlich positiver im Vergleich zur Befragung im Jahr 2011. Besonders signifikant: Bei einem Großteil der Studienteilnehmer sind mittlerweile sämtliche Unternehmensbereiche bonusberechtigt. Dies begründet sich in dem Vorhaben der Verlagerung fixer Gehaltsanteile in variable Vergütung sowie dem Wunsch der Verknüpfung von Vergütung mit wichtigen Unternehmenszielen wie Kundenservice. 32 Prozent der Befragten knüpfen die Berechtigung der variablen Lohnbestandteile bereits an die Einstufung aus der internen Stellenbewertung an. Weiterhin zeigt die Studie die zunehmend stärkere Unterscheidung in Bonusausschüttung anhand der tatsächlich erbrachten Leistung der Mitarbeiter, was in der Vergangenheit nicht so konsequent zu beobachten war.

Die Studie zeigt ebenfalls deutlich auf, dass hohe Bonuszahlungen nicht mehr einfach zu erreichen sind. Das sei laut Marco Reiners, Market Leader Reward Central Europe bei Aon Hewitt, definitiv ein Vermächtnis der zurückliegenden schweren Jahre sowie des scharfen öffentlichen Blicks auf die variablen Lohnbestandteile. Bevor Bonuszahlungen geleistet werden, setzt die Mehrheit der Unternehmen heute auf unternehmensweite Leistungsschwellen wie beispielsweise ein Gewinnniveau, das zunächst erreicht werden muss. 2011 waren es gerade einmal zehn Prozent der Befragten, die auf derartige Richtlinien zurückgriffen. Bei 74 Prozent wurden schlechte individuelle Leistungen im letzten Jahr sogar mit einem kompletten Aussetzen der Bonuszahlungen geahndet. Weniger als die Hälfte der Studienteilnehmer griffen noch 2011 zu diesem Mittel. Reiners dazu: „Statt den Sinn von Bonuszahlungen zu diskutieren, fokussieren sich die Unternehmen darauf, diese nutzbringend einzusetzen.“ 94 Prozent der Studienteilnehmer haben Prozesse zur Prüfung von Kosten und Nutzen eingeführt.

Bonuszahlungen weiterhin fester Bestandteil der Gesamtvergütung

Andererseits wird eine höhere individuelle Leistung des Mitarbeiters in zunehmendem Maße gut entlohnt. Ein kleiner Anteil der teilnehmenden Unternehmen setzt hierfür sogar die Obergrenze der Bonuszahlungen herauf oder verzichtet schlicht vollständig darauf, um einen gesteigerten Anreiz für individuelle Bestleistungen zu geben. Alles in allem zeigt die Studie auf, dass Bonuszahlungen in ganz Europa wieder ein integraler Bestandteil des Belohnungssystems für Manager und Mitarbeiter

geworden sind. Wie die Mehrheit der befragten Unternehmen berichtet, befinden sich jedoch die Bonuspläne in der Neugestaltung. So geben nahezu 40 Prozent an, dass sie die Kriterien der Leistungsbewertung überarbeiten. Um das Verständnis der Mitarbeiter für die Bonusmodelle zu erhöhen, beabsichtigen 38 Prozent der Studienteilnehmer zusätzliche Trainings und Kommunikationsmaßnahmen in den nächsten zwölf Monaten. Die Unternehmen gaben außerdem an, dass der enge Fokus auf einige Schlüsselleistungsmerkmale in Kombination mit realistischen Zielsetzungen und Unterstützung der Mitarbeiter auf höchster – und kommunikativer – Ebene den Erfolg der neuen Bewertungspläne gewährleistet. „Nachdem wir nun die Rezession hinter uns gelassen und eine positivere Wirtschaftsphase vor uns haben, nutzen europäische Unternehmen variable Vergütungsmodelle bewusster“, ist sich Reiners sicher. „Ziel ist es, die Boni tatsächlich variabel und sehr leistungsorientiert zu gestalten, und sowohl für die unternehmensweiten als auch die individuellen Leistungen zu belohnen.“

Über die Studie

Aon Hewitt führt die Untersuchung „European Bonus & Sales Compensation Survey“ im zweijährigen Rhythmus durch. Die teilnehmenden Unternehmen kommen aus 15 europäischen Ländern und 21 Branchen. Die Analyse zeigt nicht nur, unter welchen Aspekten Bonuszahlungen gewährt und berechnet werden. Sie gibt zudem einen Einblick in die wirtschaftliche Situation europäischer Unternehmen, die sich zunehmend entspannt.

Kontakt:

Aon Hewitt GmbH – Melanie Vogt
Tel.: +49 89 52305-4781
pressegermany@aonhewitt.com
www.aonhewitt.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Press'n'Relations GmbH – Désirée Müller
Magirusstr. 33 – D-89077 Ulm
Tel.: +49 731 96287-32 – Fax: +49 731 96287-97
dmt@press-n-relations.de
www.press-n-relations.com

Über Aon Hewitt

Aon Hewitt ist weltweit führend in Sachen HR-Lösungen. Das Unternehmen konzipiert, implementiert, kommuniziert und verwaltet Lösungen und Strategien in den Bereichen Human Resources, Investment Consulting, Pension Administration, Vergütung und Talent Management. Zudem berät Aon Hewitt in komplexen Fragestellungen der betrieblichen Altersversorgung. Weltweit ist Aon Hewitt mit mehr als 30.000 Mitarbeitern in 90 Ländern vertreten. In Deutschland arbeiten etwa 500 Mitarbeiter an den Standorten Frankfurt, Hamburg, Mülheim an der Ruhr, München, Stuttgart, Wiesbaden. Weitere Informationen zu Aon Hewitt finden Sie unter www.aonhewitt.de.

Über Aon

Der Aon Konzern ist der führende globale Dienstleister für Risikomanagement, HR-Lösungen und Outsourcing-Services sowie Versicherungs- und Rückversicherungsmakler. Weltweit ermöglichen es mehr als 65.000 Mitarbeiter durch ihr branchenführendes Wissen und ihr technisches Know-how, Kunden in über 120 Ländern mit innovativen und effizienten Lösungen für Risikomanagement und Arbeitsproduktivität einen deutlichen Mehrwert zu bieten. Dafür wurde Aon mehrfach als weltbestes Broker-Unternehmen, Versicherungs- und Rückversicherungsmakler, Captive Manager und Berater für Sozialleistungen ausgezeichnet. Weitere Informationen zu Aon gibt es unter www.aon.com, unter www.aon.com/unitedin2010 zudem alles über die globale Partnerschaft zwischen Aon und Manchester United inklusive Trikotsponsoring des Vereins durch Aon.