

# WHITEPAPER

Compensation & Benefits Kommunikation



## // INHALT //

Inhalt	// 2
Begriffserklärung	// 3
Professionelle Kommunikation für Compensation & Benefits	// 4
Compensation Kommunikation	// 5
Benefits Kommunikation	// 7
Am Zahn der Zeit	// 9
Fazit	// 11
Wo finde ich Unterstützung für eine gezielte Strategie und professionelle Kommunikation?	// 12
Studien	// 14
Und was können wir für Sie tun?	// 15





## COMPENSATION

Compensation (dt. „Vergütung“) bezeichnet jegliche Art direkter oder indirekter Bezahlung. Dazu zählen fixe Bestandteile wie das Grundgehalt, variable Bestandteile wie ein Jahresbonus (Short Term Incentives, STI) oder langfristige Incentive-Programme (Long Term Incentives, LTI).

## BENEFITS

Benefits (dt. „(freiwillige) betriebliche Zusatzleistungen“) umfassen eine Vielzahl unterschiedlicher, in der Regel non-monetärer Leistungen, die ein Unternehmen seinen Mitarbeitern<sup>1)</sup> zur Verfügung stellt. Es existieren die unterschiedlichsten Benefits aus verschiedenen Bereichen wie Altersvorsorge, Gesundheit, Familie oder Finanzen.

---

1) Um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen wird hier und im folgenden Text nur die männliche Form genannt, stets aber die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

## // PROFESSIONELLE KOMMUNIKATION FÜR COMPENSATION & BENEFITS //

### Compensation & Benefits – mit professioneller Kommunikation zum Erfolg

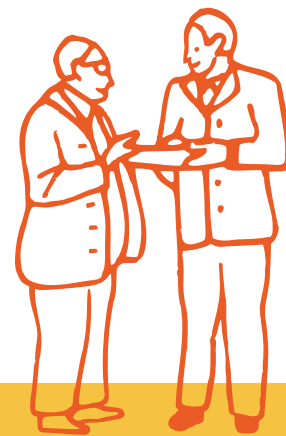
Die Grundlage der Beziehung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer besteht in der Kompensation der Arbeitsleistung in Form von Entgelt – zeitgemäßer als Vergütung bezeichnet. Aus der Lohntüte oder dem Gehaltsscheck wurde „Compensation & Benefits“ mit verschiedenen fixen und variablen Vergütungsbestandteilen sowie diversen Zusatzleistungen. Heute verfügen die meisten Unternehmen über oft komplexe Vergütungssysteme. Ein modern ausgestaltetes Vergütungssystem verfolgt das Ziel, wichtige Mitarbeiter lange an das Unternehmen zu binden, zu motivieren und die Arbeitgeberattraktivität zu steigern. Damit stellt Compensation & Benefits einen wichtigen Aspekt zur Positionssicherung im weltweiten Wettbewerb und im Kampf um kompetente Fachkräfte dar.

#### Studien bestätigen Relevanz von Compensation & Benefits

Zahlreiche Studien<sup>2)</sup> der letzten Jahre haben untersucht, welche Faktoren die Attraktivität eines Arbeitgebers sowie die Motivation, das Engagement und die Loyalität der Mitarbeiter im Unternehmen positiv beeinflussen. Die Ergebnisse zeigen beispielsweise, dass besonders die Mitarbeiter, die neu ins Berufsleben eintreten neben netten Kollegen und einem guten Arbeitsklima auf ihre Bedürfnisse hin anpassbare Compensation & Benefits Leistungen erwarten. Auch der Blick in die Zukunft verdeutlicht vor dem Hintergrund des demographischen Wandels, der zunehmenden Digitalisierung und Automatisierung sowie des Wertewandels – z. B. mit der Präferenz zum Freelancing und NewWork-Ansprüchen – die Bedeutung von attraktiven und passenden Compensation & Benefits Leistungen.

#### Professionelle Kommunikation als Erfolgsgarant

Die Compensation & Benefits Leistungen eines Unternehmens können jedoch noch so attraktiv sein, wenn sie die Mitarbeiter nicht erreichen und demnach nicht ausreichend bekannt sind, geht ihre Wirkung ins Leere. Zudem setzen sich viele Menschen und besonders die jüngeren Generationen nicht gerne mit kompliziert erscheinenden Themen wie z. B. Versicherungen oder Aktien auseinander. Besonders komplexe und flexibel ausgestaltete Compensation & Benefits Systeme können so weder die eigentliche Zielsetzung erreichen noch die beabsichtigte Wirkung entfalten. Hier bietet eine professionelle Kommunikationsstrategie, die angepasst auf die verschiedenen zu erreichenden Zielgruppen für Bekanntheit, Verständnis und nachhaltige Motivation sorgen kann, eine große Chance für den Unternehmenserfolg.



2) Alle zugrunde liegenden Quellen sind im Anhang zu finden.

## // COMPENSATION KOMMUNIKATION //

### Die Geldkomponente als Basis der Gesamtvergütung – Verständnis vorausgesetzt

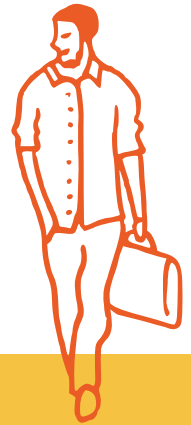
Arbeitnehmer bringen Fragen, die ihre Vergütung betreffen, in der Regel großes Interesse entgegen. Aufgabe der Kommunikation ist es, dieses in ein tieferes Verständnis für Zusammenhänge zwischen der persönlichen Leistung, der Entwicklung des Unternehmens und dem Vergütungspaket zu wandeln.

#### Ziele der Compensation Kommunikation

Ein wesentliches Ziel der Kommunikation der Compensation Leistungen besteht darin, dass der Arbeitnehmer stets über alle **Informationen** verfügt, die seine Vergütung betreffen (Status quo und geplante Neuerungen) und diese versteht. Denn nur, wenn der Arbeitnehmer weiß, aus welchen fixen und variablen Bestandteilen sich seine Vergütung zusammensetzt und wie seine persönliche Leistung und/oder die Unternehmensentwicklung mit den variablen Bestandteilen der Vergütung zusammenhängen, kann er sein Denken und Handeln danach zielgenau ausrichten. Um die Nachvollziehbarkeit bis hin zur externen Vergleichbarkeit des Vergütungspaketes zu gewährleisten, ist eine transparente und gut durchdachte Kommunikationsstrategie nötig. Fühlt der Mitarbeiter sich ausreichend informiert und fair behandelt, steigert dies das Vertrauen zwischen Arbeitgeber und -nehmer. Auch die Möglichkeit der Vergleichbarkeit der individuellen Vergütung mit Benchmarks spielt eine entscheidende Rolle, um die Mitarbeiter von der Fairness des Vergütungspaketes zu überzeugen und Vertrauen zwischen Arbeitgeber und -nehmer zu fördern.

Ist die persönliche Compensation Leistung für den Arbeitnehmer nicht nachvollziehbar, kann es passieren, dass schon die Basisvergütung zur Unzufriedenheit führt oder ein Bonus keine Leistungsanreize mehr setzt. Zudem stellen Veränderungen in der Vergütung stets ein sensibles Thema dar. Selbst wenn es sich um eine neutrale oder positive Veränderung handelt, besteht das Risiko einer – wenn auch häufig unbegründeten – negativen Wahrnehmung durch die Mitarbeiter. Dies kann im schlimmsten Fall zur Abwanderung wertvoller Mitarbeiter führen. Eine begleitende und inhaltlich sowie zeitlich gut durchdachte Kommunikationsstrategie kann helfen dies zu vermeiden und damit Know-How zu halten und langfristig Kosten zu sparen.

Durch die Kommunikation geschaffenes **Wissen** und **Verständnis** stellen nachweislich wesentliche Komponenten für die **Zufriedenheit** des Arbeitnehmers mit der persönlichen Compensation Leistung dar. Darüber hinaus kann die Kommunikation Einsicht in übergeordnete Zusammenhänge wie die Strategie oder Vision des jeweiligen Unternehmens schaffen, **Zustimmung** für mögliche Veränderungen erzeugen und bei Bedarf auch gezielt zu Handlungen animieren, die beispielsweise zur Teilnahme an einem Vergütungsprogramm notwendig sind.



Um eine nachhaltige Kommunikationsstrategie aufzusetzen, bedarf es einer genauen Definition der Zielsetzung des Projektes und der Kommunikation selbst: Welche Detailtiefe soll vermittelt werden? Welche Reaktionen sollen hervorgerufen werden? Welche zeitlichen oder auch rechtlichen Aspekte sind zu berücksichtigen? Welche Kanäle und Medien stehen zur Verfügung oder können neu eingesetzt werden? etc. Werden all diese Fragen vorab beantwortet, professionell geplant und durchgeführt, schafft die Strategie Akzeptanz, Wertschätzung und Loyalität für die Compensation Leistung bei den Mitarbeitern. Daneben sichert das richtige Vorgehen auch ein positives Image der HR Abteilung, die oft Absender der Kommunikation ist, und reduziert damit sogar den administrativen Aufwand.



**Projektvorhaben, für die es sich lohnt professionelle Kommunikationsmaßnahmen zu planen:**

- Anpassung der Gehälter nach Überarbeitung des Grading-Systems
- Einführung eines Long-Term-Incentive-Programms
- Vesting und andere Events im Rahmen von Führungskräfteprogrammen
- Änderung der Kriterien für ein Short-Term-Incentive-Programm
- Verknüpfung von Incentive-Programmen mit dem Unternehmenserfolg
- Abschaffung bisher bestehender Vergütungsbestandteile
- uvm.

## // BENEFITS KOMMUNIKATION //

### Der oft unterschätzte Mehrwert von Benefits

Benefits bieten viele Chancen: Sie sind als freiwillige Zusatzleistungen des Arbeitgebers eine gute Möglichkeit, sich deutlich vom Wettbewerb abzuheben, gezielt auf die Bedürfnisse der eigenen Belegschaft einzugehen, und bestehenden Mitarbeitern regelmäßig positive Nachrichten zu überbringen. Gut kommunizierte Benefits können die gesamte Unternehmenskultur positiv beeinflussen – eine unbedingt zu nutzende Chance.

Wie bei der Compensation Kommunikation, ist die Basis für eine erfolgreiche Benefits Kommunikation die stetige Information aller Mitarbeiter über bestehende oder neue Angebote und Leistungen. Dabei ist bei der Benefits Kommunikation jedoch besonders zu beachten, dass oft Leistungen an bestimmte Standorte gebunden sind oder Angebote nicht für jede Zielgruppe gleichermaßen interessant sind. Ein faires Benefits Portfolio berücksichtigt alle unterschiedlichen Mitarbeitergruppen und wird durch eine klare und zielgerichtete Ansprache der Zielgruppe erst zum Mehrwert für die Mitarbeiter. Schlecht oder undifferenziert kommunizierte Leistungs-Portfolios können zu Missgunst, Neid und Unverständnis führen.

#### Ziele der Benefits Kommunikation

Bei der Benefits Kommunikation stehen der „**Employer-Care-Gedanke**“ und das „**Employer Branding**“ noch stärker im Vordergrund als bei der Compensation Kommunikation.

Gut etablierte Benefits können nach innen zur Mitarbeiterzufriedenheit und damit verstärkt zu langfristiger **Bindung** führen. Voraussetzung ist eine Benefits Kommunikation, die sowohl die schlichte Wahrnehmung der Leistungen, als auch das Verständnis der Mitarbeiter ermöglicht und zudem den Nutzen des Angebotes für den einzelnen Arbeitnehmer hervorhebt. In einer globalen Studie 2018, gaben 84% der befragten Mitarbeiter an, dass angebotene Benefits ihre **Loyalität** zum Unternehmen und ihre positive Einstellung stark beeinflussen. Extern sorgen sie für ein **gutes Arbeitgeberimage** und können bei der Anwerbung neuer Mitarbeiter im Kampf um kompetente Fachkräfte ein echtes Differenzierungsmerkmal darstellen.

Darüber hinaus bietet die zielgruppenspezifische Ausgestaltung der Benefits die Möglichkeit, an konkreten Lebensphasen und individuellen Bedürfnissen der Mitarbeiter anzusetzen und somit Interesse am Leben der Mitarbeiter zu zeigen (z. B. Familienzeit oder Pflegezeit). Durch professionelle Kommunikation wird Arbeitnehmern somit die Wahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Benefits passend zu ihrer aktuellen Lebenssituation klar. Dies kann die **Zufriedenheit** und die **Loyalität** der Mitarbeiter deutlich verstärken.

**Employer-Care-Gedanke:** Dem Employer-Care-Gedanken folgend versuchen Arbeitgeber hier besonders Benefits anzubieten, die ihre Mitarbeiter langfristig absichern und vor Risiken schützen. Unternehmen, die diesen Denkansatz verfolgen, sind sich bewusst, dass die Mitarbeiter nach innen, wie nach außen gerichtet ein authentisches und glaubwürdiges Employer Branding gestalten.

**Employer Branding** (dt. Arbeitgebermarkenbildung): Das Employer Branding ist eine unternehmensstrategische Maßnahme, bei der Konzepte aus dem Marketing – insbesondere der Markenbildung – angewandt werden, um ein Unternehmen insgesamt als attraktiven Arbeitgeber darzustellen und von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt positiv abzuheben.

In globalen Marktstudien befragte Unternehmen sind sich einig: Professionelle Kommunikation führt dazu, dass angebotene Benefits genutzt werden und **Unternehmensbindung** und **Motivation** hervorgerufen werden. Damit einhergehend liegen die Ziele der Kommunikation in **erhöhter Aufmerksamkeit** für das Benefits Portfolio, **Verständnis** und **Klarheit** bezüglich der Angebote sowie erhöhter Inanspruchnahme und Erleben eines tatsächlichen Mehrwerts durch die Nutzung der Benefits – all das schafft nachhaltiges Vertrauen in die Arbeitsbeziehung zwischen Arbeitgeber und -nehmer. Zudem kann sich eine nachhaltige Kommunikationsstrategie auch hier positiv auf den Aufwand sowie den wahrgenommenen Service der HR Abteilung auswirken.

Ein besonderes Highlight der Benefits Kommunikation ist, dass sie **emotional, positiv** und sogar **verblich formuliert und gestaltet** sein darf, so dass im Rahmen der Kommunikation viele kreative Möglichkeiten genutzt werden können.

### Kollaborativer Ansatz bei der Benefits Kommunikation

Im Rahmen der Benefits Kommunikation können Mitarbeiter zu aktiven Mitgestaltern werden, so können beispielsweise Ergebnisse aus Befragungen bereits vor Entwicklung und Einführung neuer Benefits Angebote Aufschluss über deren spätere Nutzung und Wertschätzung liefern. Diese oft digital durchgeführten Mitarbeiterumfragen geben einen wichtigen Einblick in die im Unternehmen herrschende Stimmung und liefern messbare Ergebnisse.

#### Projektvorhaben für die es sich lohnt professionelle Kommunikationsmaßnahmen zu planen:

- Darstellung eines gesamten Benefit Porfolios
- Einführung oder Abschaffung von Benefits
- Veränderungen z. B. durch neue Gesetze in Altersversorgungssystemen
- Angebote rund um finanzielle freiwillige Arbeitgeberleistungen (Rabatte, Darlehen, Beteiligungsprogramme etc.)
- Angebote rund um Zeitsparmodelle
- uvm.





## // AM ZAHN DER ZEIT //

### Trends und ihre unmittelbare Auswirkung

Eine Vielzahl gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Trends wie die Digitalisierung, Automatisierung und der zunehmende Einsatz von Künstlicher Intelligenz oder auch der demografische Wandel, der Wertewandel, Freelancing und mehr Freiheitsbedürfnis der jüngeren Generationen haben erhebliche Auswirkungen auf die Unternehmensumwelt und den Arbeitsmarkt. Letztlich führen viele dieser aktuellen Trends zu einem verschärften Wettbewerb um Mitarbeiter, so dass es für Unternehmen immer wichtiger wird kompetente Mitarbeiter zu halten und neue Mitarbeiter für sich gewinnen zu können.

Compensation & Benefits Kommunikation gewinnt vor diesem Hintergrund an Relevanz, da entsprechende Unternehmensangebote einen wesentlichen Beitrag zur **Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern** leisten können, wenn sie wirkungsvoll kommuniziert werden.

#### Digitalisierung und Compensation & Benefits

Die Digitalisierung stellt einen besonderen Trend für den Bereich Compensation & Benefits dar. HR Systeme übernehmen einst manuell getätigte Prozesse, Mitarbeiter verwalten sich und ihre Personalangelegenheiten zunehmend anhand von Software-Lösungen selbst. HR Arbeit wird weniger persönlich und die Möglichkeit auf dieser Ebene Vertrauen zu schaffen damit weniger relevant. So verändert sich auch die Rolle von HR. Es ist zu beobachten, dass die HR Abteilung mehr und mehr strategische Aufgaben übernimmt und als Botschafter für Entscheidungen der Unternehmensleitung fungiert. Die HR Abteilung und die interne Unternehmenskommunikation wachsen zusehends zusammen. Und auch hier zeigt der Digitalisierungstrend bereits große Veränderungen in der Unternehmenskommunikation. Sharepoint-basierte Intranets werden in moderne Kollaborationsplattformen und Soziale Netzwerke umgewandelt und Informationen an die Mitarbeitern werden weniger über Emails in die persönlichen Postfächer, sondern vielmehr über Foren, Rooms, Chats etc. verbreitet. Nachteil: oft unübersichtliche Informationsflut und ein Verlust an persönlicher Ansprache. Zudem trägt nicht jeder Mitarbeiter den Wandel mit oder kennt sich mit den neuen Kommunikationswegen gut aus. Es entsteht erneut das Risiko der Abwanderung wichtiger Mitarbeiter bzw. die Schaffung von Unverständnis und Unzufriedenheit im Unternehmen. Besonders die Kommunikation von Compensation & Benefits Themen sollten daher gut durchdacht und zielgruppengerecht geplant sein.



### Nutzung digitaler Kommunikationskanäle

Zur Etablierung einer Digital-Kultur ist die Nutzung digitaler Kommunikationskanäle für die Kommunikation von Compensation & Benefits essentiell für den Erfolg. Die Umstellung von analogen auf digitale Prozesse und Medien bedarf jedoch individueller Ansätze, die neben der jeweiligen Unternehmenskultur insbesondere die Präferenzen der Mitarbeiter berücksichtigen. So sollten sich die Verantwortlichen im Unternehmen bewusst machen, welche Kanäle von ihren (potenziellen und bestehenden) Mitarbeitern tatsächlich genutzt werden oder welche neuen Kanäle wünschenswert wären. Häufig kann beispielsweise der Einbezug von Social Media ein echter Zugewinn für eine Kampagne sein und die Reichweite erweitern.

### Digitale Möglichkeiten nutzen – Mitarbeiter einbeziehen

Um die Präferenzen von Mitarbeitern hinsichtlich der Kommunikation herauszufinden, können heute natürlich auch digitale Wege genutzt werden. So ermöglichen beispielsweise Onlineumfragen (im Intranet, per Mail etc.), schnell und einfach Mitarbeitermeinungen zu erheben. Die Informationen werden nach der Erhebung kategorisiert und analysiert. So können daraus wertvolle Schlüsse in Bezug auf die **Präferenzen der Befragten** gezogen werden oder **Stimmungsbarometer** für bestimmte Themen erstellt werden.

Dieser Aspekt lässt sich natürlich auf die Ermittlung von Wünschen und Präferenzen im Bereich der Kommunikation von Compensation & Benefits ausweiten. Welche Benefits werden tatsächlich wertgeschätzt? Was sind die effektivsten Kanäle, um mit Mitarbeitern – ggf. unterschieden nach Standort, Land oder Zielgruppe – über vorhandene Benefits zu kommunizieren? Wie wollen Mitarbeiter Zugriff auf ihre Benefits bekommen und diese verwalten? Wie verändert das Angebot der Benefits tatsächlich die Wahrnehmung des Arbeitgebers?

Aktuelle Studien im Bereich Employee Benefits und unsere Erfahrung zeigen, dass eine solche Erhebung und Analyse von Daten mithilfe von technisch fortschrittlichen Mitteln, eine sehr gute Möglichkeit ist, um zu erkennen, was Mitarbeiter wirklich wertschätzen und mit welchen Angeboten demnach tatsächlich **Loyalität, Bindung, Zufriedenheit, Motivation** gefördert werden können. Dabei machen diese Analysen sowohl vor der Einführung von Compensation & Benefits Leistungen, als auch zur regelmäßigen Kontrolle der Nutzung und Wirkung bestehender Angebote Sinn. Dennoch bedienen sich in der heutigen Zeit, in der es für Unternehmen immer wichtiger wird, sich mit maßgeschneiderten Compensation & Benefits Leistungen von Wettbewerbern abzuheben, noch weniger als 20% der Unternehmen solcher Erhebungs- und Analysemöglichkeiten.



## // FAZIT //

**„If employees don't know what's on offer they can't make their selections but more importantly, all of the money you spend on those benefits is not being recognised or appreciated.“**

*Simon Andrew, Head of Engagement bei Benefex.*

Zahlreiche Studien unterstützen die oben ausgeführte These, dass vor allem die richtige Kommunikation vorhandener Compensation & Benefits Leistungen positive Effekte erzielt. Effektive strategische Kommunikation hilft bei deren Bewerbung und dabei, dass die im Unternehmen vorhandenen Vorteile von den Mitarbeitern wahrgenommen und genutzt werden. Wenn die Programme zudem zielgruppengerecht und in Einklang mit den Unternehmenswerten vermittelt werden, kann die Unternehmenskultur auf die Mitarbeiter übergreifen und so die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Arbeitgeber unterstützen. Durch zielgerichtete interne Unternehmenskommunikation entsteht damit ein wertvoller Dialog zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, der einen wichtigen Beitrag zu einer modernen und widerstandsfähigen Unternehmenskultur leistet. Daneben steigen durch die Kommunikation der Bekanntheitsgrad und die Teilnahmequote der Compensation & Benefits Leistungen, und damit die Anerkennung der Leistung durch den Mitarbeiter. Folglich werden die Mitarbeiterzufriedenheit, die Unternehmensloyalität und das Vertrauen in den Arbeitgeber positiv beeinflusst.

Bei der Kommunikation von Compensation & Benefits Leistungen müssen häufig besonders umfangreiche und anspruchsvolle Inhalte kommuniziert werden, z. B. bei Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen oder Altersversorgungssystemen. Zudem werden oft sehr heterogene Empfängergruppen mit unterschiedlichen Wissensständen adressiert, von denen binnen einer definierten Frist eine Rückmeldung in Form einer Annahme oder Absage verlangt wird. Den Mitarbeitern muss es ermöglicht werden, das jeweilige Angebot wirklich zu verstehen, damit sie gut informierte Entscheidungen treffen können. Compensation & Benefits Kommunikation muss daher einen schmalen Grat zwischen werblicher und informativer Tonalität überwinden. Eine durchdachte, stringente und eingängige Kommunikationsstrategie ist daher einer der wichtigsten Erfolgsparameter.



## // WO FINDE ICH UNTERSTÜTZUNG FÜR EINE GEZIELTE STRATEGIE UND PROFESSIONELLE KOMMUNIKATION? //

Seit 2011 sind wir die Spezialisten für Kommunikation rund um Compensation & Benefits. Wir verfügen über umfassende Fachkenntnisse und langjährige Kommunikationserfahrung. Wir entwickeln und realisieren Kommunikationskonzepte für komplexe Themen für Kunden unterschiedlichster Größe und aus verschiedenen Branchen – und lieben was wir tun. Für unsere Arbeit wurden wir gemeinsam mit unseren Kunden bereits mehrfach mit Preisen ausgezeichnet.

Wir unterstützen unsere Kunden in der Umsetzung ihres Kommunikationskonzeptes durch kompetentes End-to-End Projektmanagement sowie der kreativen Gestaltung und Produktion von Kommunikationsmaßnahmen und -mitteln. Unsere Arbeit hört hier jedoch nicht auf: Als kompetenter Sparringspartner stehen wir ihnen zudem als Schnittstelle (Project Management Office) der verschiedenen eingebundenen Abteilungen von der Planungsphase bis hin zur Erfolgsmessungsphase zur Seite. Unsere Kunden profitieren dabei auch von unserem ganzheitlichen Projektvorgehen: so z.B. mit vorgelagerten Kreativworkshops oder unseren abschließend zusammenfassenden Erkenntnissen für zukunftssteuernde nächste Schritte.

### Unsere Leistungen im Überblick:

- Kreativ-Workshop „Explore C&B“
- Strategische Kommunikationsplanung und -beratung
- Projekt Management als Project Management Office (PMO) oder in Teilprojekten
- Entwicklung von Kreativkonzepten
- Umsetzung von Kreativkonzepten vom ersten Design bis zur Produktion
- Implementierung multimedialer mehrsprachiger und internationaler Kommunikationskampagnen
- Mitarbeiterumfragen (Datenerhebung und -analyse)
- Erfolgsmessung und Identifizierung von Potenzialen
- Publikation von Ergebnissen in Fachmedien, Award-Bewerbungen, Erstellung Case Study, usw.



Als interdisziplinäres Team, bestehend aus Beratern, Projektmanagern, Grafikern, Designern und Textern, erarbeiten wir fachlich kompetente Kommunikationskampagnen unter Berücksichtigung Ihrer Zielgruppen, Ihrer Kommunikationskultur und Ihrer individuellen Zielsetzung. Unser internationales Partner- und Dienstleistungsnetzwerk ermöglicht es uns, für Sie weltweit tätig zu sein.

Überzeugen Sie sich gerne selbst von unserer Arbeit anhand unserer zahlreichen Case Studies mit unseren nationalen und internationalen Kunden aus verschiedensten Branchen und besuchen Sie uns auf unserer Website (<https://unequity.com/projekte/>).

**Ansprechpartner:**

**Simone Schmitt-Schillig** (Geschäftsführerin)

Unequity GmbH

Maximiliansplatz 20

80333 München

Deutschland

Email: [simone@unequity.com](mailto:simone@unequity.com)

Zentrale: +49 (0) 89 255 49 337 0

Fax: +49 (0) 89 255 49 337 99



## // STUDIEN //

### **ACADEMIC WORK (2018):**

YPAI - Young Professional Attraction Index

### **BOSTON CONSULTING GROUP (2017):**

Twelve Forces That Will Radically Change How Organizations Work

### **GARTNER (2017):**

Global Talent Monitor

### **INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES (2016):**

The Relationship Between Total Reward and Employee Engagement

### **INSTINCTIF PARTNERS (2015):**

Study on Digitalization in German Companies

### **MERCER (2018):**

Global Talent Trends Study – Unlocking Growth in the Human Age

### **SOCIETY FOR HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (2017):**

Employee Benefits – Remaining Competitive in a Challenging Talent Marketplace

### **THOMSONS ONLINE BENEFITS (2018):**

Giving employees a voice on global reward and benefits

### **THOMSONS ONLINE BENEFITS (2018):**

Global Employee Benefits Watch Report 2018/2019

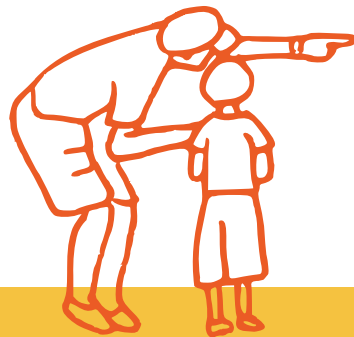
### **THOMSONS ONLINE BENEFITS (2017):**

Communicating Employee Benefits – Driving the Value of Reward

## // UND WAS KÖNNEN WIR FÜR SIE TUN? //

*Wir führen Ihr Compensation & Benefits Projekt zum Erfolg – für Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen. Ob flexible Arbeitsmodelle, Altersversorgungs-systeme, Beteiligungs-programme oder finanzielle Mitarbeitervorteile, wir kommunizieren den Mehrwert Ihrer Arbeit für die Gesellschaft.*

*Unequity. Gute Kommunikation für gute Ideen.*





**U<sup>n</sup>EQUITY**  
communication

Unequity GmbH  
[www.unequity.com](http://www.unequity.com) // [info@unequity.com](mailto:info@unequity.com) // [www.facebook.com/Unequity](https://www.facebook.com/Unequity) // [www.twitter.com/UnequityGmbH](https://www.twitter.com/UnequityGmbH)