

Einfach Aktionär werden: Das Basis-Aktien-Programm der OSRAM Licht AG.



OSRAM

Die OSRAM Licht AG ist einer der weltweit führenden Lichthersteller. OSRAM blickt auf eine 110-jährige, ereignisreiche Geschichte zurück, in der aus einem nationalen ein globales Unternehmen wurde – und in der das Licht immer wieder neu erfunden wurde. Heute bezieht das Unternehmen die Inspiration für seine Produkte und Systeme aus der ganzen Welt, und sein Portfolio reicht von High-Tech-Produkten bis hin zu vernetzten intelligenten Anwendungen.

Nach 35 Jahren unter dem Dach des Siemens-Konzerns wurde im Jahr 2013 ein Spin-Off durchgeführt. Seither ist die OSRAM Licht AG an der Börse gelistet. Vom ersten Tag als eigenständige Aktiengesellschaft an war die Etablierung eigener OSRAM-Aktienprogramme ein wichtiges Ziel für das Unternehmen, und so wurde bereits zum Zeitpunkt des Börsengangs

ein erstes Aktienprogramm für OSRAM-Mitarbeiter¹ aufgelegt.

Ab 2014 wurde den Mitarbeitern in Deutschland mit dem Basis-Aktien-Programm (BAP) eine weitere Möglichkeit angeboten, zu besonderen Konditionen Mitarbeiteraktionär zu werden und OSRAM zu „ihrem“ Unternehmen zu machen. Mitarbeiter, die im Rahmen des BAP in OSRAM-Aktien investieren, erhalten einen Firmenzuschuss und profitieren zudem von Steuervorteilen.

Unequity hatte bereits das Programm zum Börsengang erfolgreich kommuniziert und wurde nun beauftragt, auch für die Einführung des BAP eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Diese wurde seitdem jedes Jahr fortgesetzt und weiterentwickelt.

PROJEKTDDETAILS

KUNDE:
OSRAM Licht AG,
Hauptverwaltung München

PROJEKTL EITUNG KUNDE:
Katharina Müller; Head of Share
Programs, OSRAM Licht AG

PROJEKTZEITRAUM:
Mai 2014 – Oktober 2016

AGENTUR-LEAD:
Hannah Unglaub,
Simone Schmitt-Schillig,
Dominik Blex

TEXT:
Birte Rolff

¹ Zur sprachlichen Vereinfachung und besseren Lesbarkeit sind im Folgenden bei der Bezeichnung von Personen oder Personengruppen jeweils Personen beiderlei Geschlechts gemeint.

HINTERGRUND

Etablierung eigener Aktienprogramme bei OSRAM

Die OSRAM Licht AG mit Sitz in München ist als Hersteller von Leuchtmitteln und Anbieter von Lichttechnologie ein weltweit tätiges deutsches Unternehmen mit rund 34.000 Mitarbeitern und 33 Werken in 14 Ländern.² Von 1978 bis 2013 war OSRAM ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Siemens AG. Nach der Abspaltung vom Konzern wurde die OSRAM-Aktie am 23. September 2013 an der Frankfurter Börse gelistet.

Für die OSRAM Licht AG ist es ein wichtiges Unternehmensziel, den Mitarbeitern durch verschiedene Aktienprogramme den Zugang zu Unternehmensaktien zu vereinfachen und auf diese Weise ihre Identifikation mit OSRAM zu fördern und ihren Unternehmergeist zu stärken. Bereits das erste Programm zum Börsengang, das allen Mitarbeitern in Deutschland erstmals die Möglichkeit bot, Aktien ihres nun eigenständigen Unternehmens zu erwerben, konnte eine sehr gute Teilnehmerquote verbuchen.

HERAUSFORDERUNGEN

Ein eigenständiges Programm für ein eigenständiges Unternehmen

Seit der Abspaltung vom Siemens-Konzern und dem Börsengang befand sich die OSRAM Licht AG in einem Wandel. Die Unternehmensstrategie wurde neu ausgerichtet, viele gewohnte Abläufe wurden verändert, und gleichzeitig sollten sich die Mitarbeiter stärker als bisher mit OSRAM identifizieren und flexibler, globaler und unternehmerischer denken.

Die positiven Aspekte der im ehemaligen Mutterkonzern „gelernten“ Aktienkultur sollten auf OSRAM übertragen werden – wie beispielsweise das Bewusstsein für die Möglichkeit, als Mitarbeiteraktionär an einer positiven Unternehmensentwicklung direkt teilhaben zu können.

AUFGABE

Einführung eines Aktienprogramms für alle Mitarbeiter

Unequity wurde mit der Entwicklung und Durchführung einer transparenten und leicht verständlichen Kommunikation des Basis-Aktien-Programms beauftragt – für die Einführung im Jahr 2014 sowie in den darauf folgenden Jahren für die Fortsetzung des Programms.

Die Mitarbeiter in Deutschland waren als ehemalige Angehörige des Siemens-Konzerns mit der Teilnahme an Aktienprogrammen grundsätzlich vertraut. Sie sollten nun das neue OSRAM-Aktienprogramm kennenlernen, verstehen und wertschätzen. Die Kommunikationsmaßnahmen sollten ihnen eine auf Wissen und Verständnis basierende Entscheidung über den Kauf von OSRAM-Aktien im Rahmen des Programms ermöglichen. Zudem sollte die OSRAM-Aktie als verbindendes Element etabliert und das Vertrauen in die gemeinsame Zukunft gestärkt werden.



² Stand 2016

KOMMUNIKATIONSZIELE

- Information aller teilnahmeberechtigten Mitarbeiter
- Wecken von Aufmerksamkeit und Interesse für das BAP
- Erläuterung der Programm-Mechanik und der Teilnahme
- Darstellung der Hintergründe und Beweggründe für das Programm
- Schaffung von Vertrauen in die gemeinsame Zukunft und die Entwicklung der OSRAM Licht AG
- Vorstellung der OSRAM-Aktie als Erfolgsindikator



KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN

- Personalisiertes Mailing an alle Mitarbeiter mit Anschreiben in verschiedenen Versionen und Broschüre
- Checkliste zu Kontoeröffnung & Teilnahme
- Flyer mit den wichtigsten Infos zur Teilnahme, Terminen und ToDos
- FAQ
- OSRAM Intranet: stets aktuelle Informationen zum Programm (z.B. über Termine und Fristen)



REALISATION

Hochwertige Kommunikation auf direktem Weg zum Mitarbeiter

Unequity erarbeitete eine umfassende Kommunikationsstrategie und ein Kreativkonzept. Da alle am BAP teilnahmeberechtigten knapp 10.000 Mitarbeiter in Deutschland zuverlässig per Post zu erreichen waren, wurde beschlossen, ein klassisches Print-Mailing zu versenden. Das Mailing bestand aus einer hochwertigen Informations-Broschüre mit einer ausführlichen Darstellung des Programms, Rechenbeispielen und Checkliste sowie einem personalisierten Anschreiben für Teilnehmer mit bzw. ohne bestehendes Konto und Depot. Dazu wurden kurz vor Beginn der Annahmefrist Flyer mit den wichtigsten Infos und Terminen an den Arbeitsplätzen verteilt. Alle wichtigen Informationen wurden auch im OSRAM Intranet zur Verfügung gestellt.

Von Beginn an wurde das Programm sehr gut angenommen: Nahezu jeder dritte Mitarbeiter nahm bereits im Einführungsjahr am BAP teil. Angesichts dieses Erfolgs wurde die bewährte Kommunikation in den Folgejahren fortgeführt und dabei kontinuierlich weiterentwickelt. Sämtliche Maßnahmen wurden immer wieder überprüft und anhand der gewonnenen Erkenntnisse aktualisiert und ergänzt. Zusätzliche Kommunikationsmittel – wie eine Checkliste, ein erweitertes FAQ-Dokument oder zusätzliche Flyer – deckten neu erkannte Informationsbedarfe ab. Ab 2015 wurde die Broschüre nicht mehr versendet, sondern als PDF-Dokument im OSRAM Intranet zur Verfügung gestellt.

FAZIT

Ein attraktiver Plan + eine gute Kommunikation = ein gutes Ergebnis

Das Basis-Aktien-Programm stieß von Anfang an auf großes Interesse – und dieses nimmt Jahr für Jahr zu: Die Teilnehmerzahlen stiegen von sehr guten 32% im Jahr der Einführung 2014 auf über 40% in 2016 und 42% in 2017. Zudem haben nun fast 85% aller Mitarbeiter bereits ein Konto und Depot für eine Teilnahme eröffnet.

Aufgrund der guten Teilnehmerzahlen und der positiven Resonanz bei den Mitarbeitern ist eine weitere Fortführung des BAP geplant. Auf diesem Wege wird auch die angestrebte OSRAM-Aktienkultur immer stärker etabliert. Die Kommunikation wird weiterhin in den Händen von Unequity liegen.

Und was können wir für Sie tun?

Unequity führt gute Ideen mit optimaler Kommunikation zum Erfolg. Ob Mitarbeiterbeteiligungs- oder Führungskräfteprogramme, Bonuspläne, Dienstwagenregelungen oder Angebote zur betrieblichen Altersvorsorge – wir machen Ihre Compensation & Benefits-Programme zum Gewinn. Für Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen.



Unequity GmbH
www.unequity.com
info@unequity.com
www.facebook.com/Unequity
www.twitter.com/UnequityGmbH

Unequity. Gute Kommunikation für gute Ideen.