

PRESSEMITTEILUNG

## **84 % aller Arbeitnehmer\*innen spüren die Teuerung von Waren und Lebensmitteln im Portemonnaie.**

Die Umfrage von Swibeco zeigt auch, wo am ehesten gespart wird.

Zürich, 25. August 2022. **Dieses Jahr macht uns die Inflation zu schaffen. Wie Schweizer Arbeitnehmer\*innen damit umgehen, auf welche Ausgaben sie verzichten und welche Rolle Lohnnebenleistungen spielen, zeigt eine Umfrage. Durchgeführt wurde sie von Swibeco, der innovativen Schweizer Plattform für Fringe Benefits.**

Es sind wirtschaftlich schwierige Zeiten mit steigenden Konsumentenpreisen, Kaufkraftverlust... Wie geht es Arbeitnehmer\*innen in der Schweiz aktuell? Und wo können Arbeitgeber ansetzen, um Motivation und Wohlbefinden am Arbeitsplatz zu fördern? Swibeco hat dazu Ende Juni 2022 mehr als 2300 Mitarbeitende aus der ganzen Schweiz befragt, aus verschiedenen Branchen und Unternehmen aller Grössen (KMU und Unternehmen mit bis zu mehreren tausend Mitarbeitenden).

### **Mehr als vier Fünftel spüren den Kostenanstieg**

Es sind rund 84 % aller Arbeitnehmer\*innen, die eine leichte bis starke Preissteigerung für Lebensmittel und Konsumgüter konkret in ihrem Haushaltsbudget merken. In der Romandie wurde diese Sorge etwas öfter (87 %) als in der Deutschschweiz (83 %) genannt. Am stärksten spürt den Kostenanstieg laut Umfrage die Gruppe der 46- bis 55-Jährigen, gefolgt von der Gruppe der 36- bis 45-Jährigen.

### **Auf Luxusartikel, neues Auto und Reisen verzichten**

Auf welche Ausgaben und Anschaffungen die Befragten folglich in den nächsten Monaten verzichten werden? An erster Stelle genannt wurden Marken-/Luxusgüter (10,9 %), gefolgt von einem neuen Auto (10,5 %), Reisen (8,7 %), Restaurants (7,9 %), Kino/Museum (7,4 %) und Events (7,3 %). Ausgaben für Arzt, Versicherungen und Wartungen werden am wenigsten eingeschränkt. 11 % der Befragten gaben an, sie wollten ihre Gewohnheiten gar nicht ändern.

### **In der F-CH nicht ohne Kleider, in der D-CH nicht ohne Restaurantbesuche**

Interessant ist, dass die Romands generell weniger auf Kleider verzichten würden. Dafür wollen weniger Deutschschweizer ihre Restaurantbesuche begrenzen. Jüngere Menschen (17-35 Jahre) wollen sich eher bei Ausgaben für Hotels/Reisen, Restaurants und Markenartikeln einschränken. Die Älteren (46-65 Jahre) bei Hotels/Reisen und einem neuen Auto. Wobei gerade diese höheren Altersgruppen den höchsten Anteil derer ausmachen, die ihre Gewohnheiten nicht gross ändern wollen.

### **Ferien, finanzielle Vorteile und Work-Life-Balance bevorzugt**

Generell sind 84 Prozent der Arbeitnehmer\*innen in der Schweiz zufrieden bis sehr zufrieden mit dem aktuellen Benefits-Gesamtpaket ihres Arbeitgebers. Nur 6 Prozent (meist in kleinen Firmen) geben an, keine Leistungen zu erhalten. Könnten Angestellte nur in einem einzigen Bereich Lohnnebenleistungen erhalten, fällt die Wahl gesamtschweizerisch gesehen auf mehr Ferien (20,7 %), finanzielle Vorteile (20,5 %) und Work-Life-Balance (11,3 %). Rund 14 Prozent aller Befragten gaben an, dass sie keine Zusatzleistungen benötigen, um bei der Arbeit glücklich zu sein.

### **Vertrauen und Anerkennung als Hauptmotivatoren**

Welcher Hauptfaktor also motiviert täglich bei der Arbeit? Fast ein Drittel (30,4 %) gab ein Klima des Vertrauens im Unternehmen als wichtigsten Treiber an. Für 27,4 % ist die Anerkennung und Wertschätzung für ihre Arbeit die wichtigste Motivationsquelle. An dritter Stelle folgt mit 18,3 % die Gegenleistung des Arbeitgebers, d.h. Lohn und Entwicklungsperspektiven. Danach werden das Arbeitsumfeld (Mittel, Vorteile, Arbeitsqualität) von 14,3 % und eine sinnvolle Tätigkeit (Gefühl der Wirkung, Mission) von 9,6 % der Befragten genannt.

### **Faktor Arbeitsumfeld wichtiger - nach der Home Office Zeit**

Verglichen mit den letztjährigen Umfrageresultaten sind die Werte für Vertrauen (-0,65%), Anerkennung (-5,1%) und Gegenleistung des Arbeitgebers (-1,1%) leicht gesunken. Stark erhöht hat sich hingegen der Umfragewert beim Faktor Arbeitsumfeld (+27,6%). Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass Mitarbeitende nach einer langen Home Office-Zeit wieder gerne an den Arbeitsplatz zurückkehren und von der Arbeitsqualität vor Ort profitieren. Der Umfrage zufolge machen schweizweit gesehen 35 % der Angestellten aktuell gar kein Home Office mehr. 17 % verbringen zwei Tage im Home Office, 16 % geben an, unregelmässig zu Hause zu arbeiten. Home Office wird bei KMU doppelt so häufig gemacht wie bei Grossunternehmen: Rund 51 % sind es bei Firmen mit 10-49 Angestellten, aber nur 22 % bei Firmen mit 2000 - 4999 Mitarbeitenden.

### **Jüngere und Frauen schätzen Vertrauensklima am höchsten**

Durchschnittlich über die gesamte Befragung gesehen ist der Unterschied zwischen den Faktoren Vertrauen und Anerkennung recht klein. Es gibt aber geschlechts- und generationsspezifische Unterschiede: Ein Klima des Vertrauens im Unternehmen wird von Frauen als häufigstes Kriterium genannt (37,7 %). Für Männer steht die Anerkennung an erster Stelle mit 27,4 %. Und auch in der Gruppe der 26-35 Jährigen spielt das Vertrauensklima eine bedeutend grössere Rolle (+32 %) als Anerkennung. Interessant ist, dass die viel besprochene Purpose - die sinnvolle Arbeit - bei den jüngeren Gruppen (17-25 und 26-35 Jahre) eher etwas weniger oft genannt wird als bei älteren Arbeitnehmenden (36-65 Jahre).

## ÜBER SWIBECO

Swibeco ist eine Plattform im Bereich der sogenannten Fringe Benefits. Die Firma ermöglicht sowohl KMUs wie auch grossen Unternehmen ihren Mitarbeitenden attraktive Lohnnebenleistungen anzubieten. Die modularen, digitalen Lösungen stehen den Mitarbeitern über Web oder Mobile zur Verfügung. Swibeco bietet drei unabhängige Module an:

### Vorteile & Rabatte

Dauerhafte Rabatte auf Elektronik, Lebensmittel, Mode, Benzin, Sport, Reisen und viele weitere Bereiche bei 150 renommierten Marken in der Schweiz.

### Belohnungen für Mitarbeiter\*innen

Mit Swipoints, einem steuerfreiem Punktesystem, können Unternehmen ihre Mitarbeitenden auf einfache, flexible und individuelle Weise belohnen. Diese Sozialabgaben- und steuerfreien Punkte können auf der Swibeco-Plattform in rabattierte Kaufgutscheine oder Markenartikel eingelöst, oder auch auf eine Reka-Karte geladen werden.

### Verpflegungskarte

Die Swibeco Lunch Card ist eine einfache und praktische Lösung, sich an den Verpflegungskosten der Mitarbeitenden zu beteiligen und bietet eine interessante Alternative zu Personalrestaurants oder wenn sich Mitarbeitende im Home-Office befinden. Die Swibeco Lunch Card ist eine einfache, steuerfreie Lösung mit dem grössten Akzeptanznetz der Schweiz. Sie gilt in mehr als 35 000 VISA-akzeptierenden Betrieben, also in allen Restaurants, Take-Aways, Bäckereien, Fast-Foods, Delikatessenzläden und weitere Geschäfte im Food-Bereich für eine abwechslungsreiche Mittagspause.

Swibeco wächst seit dem Jahr 2020 exponentiell. Derzeit hat Swibeco mehr als 4300 aktive Firmenkunden und 100 000 Mitarbeitende profitieren von den angebotenen Zusatzleistungen von Swibeco. Dieser Erfolg ist ein gutes Beispiel für die wachsende Bereitschaft vieler Schweizer Unternehmen, ihren Mitarbeitenden gerade in diesen schwierigen Zeiten mehr Benefits und Kaufkraft zu bieten. Swibeco wurde im Jahr 2015 gegründet. 2019 übernahm die AXA eine Minderheitsbeteiligung am Kapital von Swibeco, was einen entscheidenden Schritt in der Entwicklung des Unternehmens darstellte. Im Juli 2022 wurden die Assets der MIVO Mitarbeitervorteile GmbH in der Schweiz zu Swibeco transferiert. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Lausanne und eine Niederlassung in Zürich. Es beschäftigt derzeit 40 Mitarbeitende.

[www.swibeco.ch](http://www.swibeco.ch)

## PRESSEKONTAKTE

### KONTAKT SWIBECO AG

#### Matthias Thürer – CMO

Stampfenbachstrasse 52 | CH-8006 Zürich | +41 79 203 25 93 | matthias.thurer@swibeco.ch

### CONCEPT COMMUNICATION GMBH

#### Barbara Ryter

Hardturmstrasse 76 | CH-8005 Zürich | +41 43 501 33 00 | barbara.ryter@concept.ch

[www.concept.ch](http://www.concept.ch)