



# PUBLIKATION

## Mitarbeiter-Benefits: So zahlt der Chef Ihr Mittagessen im Restaurant

### Copyright und Erstveröffentlichung

Wirtschaftswoche - Online

Ausgabe: 25. März 2018

### Link

<https://www.wiwo.de/erfolg/trends/mitarbeiter-benefits-so-zahlt-der-chef-ihr-mittagessen-im-restaurant/21103914.html>

MITARBEITER-BENEFITS

# So zahlt der Chef Ihr Mittagessen im Restaurant

von Nora Scharellka

25. März 2018



Fünf vor zwölf - Zeit fürs Mittagessen!

Bild: imago

**Die Kantine ist grausig, eine Mikrowelle gibt es nicht und jeden Tag Brote sind auch keine Lösung? Eine Alternative bieten digitale Essensmarken, die Mitarbeitern subventionierte Mittagessen ermöglichen.**

- Mitarbeiter-Benefits sind mehr als nur ein nettes Extra. In Zeiten des Fachkräftemangels wird es für Unternehmen immer wichtiger, ihre Mitarbeiter mit attraktiven Zusatzangeboten zu halten. Dienstfahrrad, Carsharing-Gutscheine, Shoppingrabatte, Fitnessstudio- oder Kita-Zuschuss – die Möglichkeiten sind zahlreich. Die Idee dahinter: Statt einer Gehaltserhöhung, die beide Seiten versteuern müssten, sollen steuerfreie und nützliche Angebote zumindest indirekt das Nettoeinkommen erhöhen. Unternehmen sprechen von Employer Branding – sie versuchen sich damit zur Marke für ihre Mitarbeiter zu machen und sie dauerhaft zu binden. Und natürlich die besten Köpfe als neue Mitarbeiter zu gewinnen.

„Die Generation Y tickt da völlig anders als meine Generation“, sagt Florian Gottschaller, dessen Unternehmen vergangenes Jahr mit der App "Lunchit" eine digitale Essensmarke entwickelt hat – der jüngste Trend unter den digitalen Mitarbeiter-Benefits. „Junge Arbeitnehmer fragen schon im Vorstellungsgespräch nach Zusatzleistungen und wie die Work-Life-Balance aussieht“, erläutert der 43-Jährige. Angebote wie dieses sollen Arbeitgebern aus der Verlegenheit helfen, wenn sie solche Fragen gestellt bekommen.

In die gleiche Richtung geht die Digitale Essensmarke von Lunchio, die 2016 an den Start ging - wobei wiederum die Macher von Lunchit die Idee für sich beanspruchen, für die sie bereits 2014 prämiert worden seien. [Lunchio](#) und [Lunchit](#) unterscheiden sich ansonsten nicht nur namentlich kaum voneinander. In beiden Fällen ist das Konzept, dass Arbeitnehmer sich mittels einer App das Mittagessen im Restaurant, beim Bäcker, aus dem Supermarkt oder vom Lieferservice teilweise vom Arbeitgeber bezahlen lassen können. Lunchit hat dabei bereits eine Freigabe durch das Finanzministerium erreicht. Die Firmen werben bei Arbeitgebern damit, deren Mitarbeiter hätten so jeden Tag ein positives Erlebnis. „Wir sind nur eine Blume in einem ganzen Strauß“, umschreibt es Lunchit-Gründer Gottschaller. Das Essen könne nur ein Element unter vielen beim *employer branding* sein, dazu gehörten auch Betriebsklima, Arbeitsumgebung und vieles mehr.



POSTPRÄNDIALE SOMNOLENZ

## Was Sie gegen das Mittagstief tun können

Nach dem Mittagessen fallen viele Arbeitnehmer ins so genannte Fresskoma. Wie man dagegen angehen kann – auch im Büro.

von Niklas Dummer

Die Idee scheint auch Investoren zu überzeugen. Anfang März verkündete Lunchio, eine siebenstellige Finanzierungsrunde abgeschlossen zu haben. Nun will die 2015 gegründete Firma neue Kunden gewinnen und wirbt unter anderem damit, dass es den Firmen sogar die Abrechnungsbürokratie und Archivierung der Daten abnimmt. Die Gebühr pro Mitarbeiter und Monat beträgt laut Lunchio-Geschäftsführer Dennis Ortmann neun Euro pro Mitarbeiter und Monat. Er ist überzeugt: „Bisher war den Deutschen ihre Entgeltabrechnung heilig. Aber die neuen Benefits bringen etwas ins Rollen.“

Neben der Erstattungsvariante bietet das Start-up Unternehmen auch an, ihren Mitarbeitern per Entgeltumwandlung das Mittagessen zu sponsern. Dabei wird ein festgelegter Betrag vom Bruttogehalt für Essen reserviert - und ist somit steuerfrei.

Das vom Arbeitgeber subventionierte Mittagessen ist eigentlich keine neue Idee. Eines der ersten Angebote dieser Art stammt aus den Fünfzigerjahren und ist mittlerweile aus der Mode gekommen: die Essensmarke. Sie sollte ursprünglich die Ungerechtigkeit ausgleichen, dass Mitarbeiter großer Unternehmen je nach Filialstandort nicht gleichermaßen in den Genuss einer günstigen Kantine kamen. Stattdessen bekamen sie kleine Papiergeutscheine, die sie in bestimmten Restaurants einlösen konnten.

Im digitalen Zeitalter muss das einfacher gehen, dachten sich die Erfinder der Apps Lunchit und Lunchio. Statt Papiermarken erhalten Mitarbeiter einen Zugang zu einer der mit der Lohnbuchhaltung gekoppelten Apps, fotografieren ihren Bon aus dem Restaurant, schicken diesen via App an den Anbieter, der eine mit der Lohnbuchhaltung kompatible Datei generiert und weiterleitet. Für den Mitarbeiter dabei hauptsächlich relevant: Er bekommt mit der nächsten Lohnauszahlung den Zuschuss des Arbeitgebers ausgezahlt. Der kann bis zu 6,33 Euro steuerfrei betragen, wenn man für knapp zehn Euro gegessen hat. Der nötige Eigenanteil beträgt dabei 3,23 Euro.

### **Vier von fünf Unternehmen bezuschussen das Mittagessen**

Praktisch für die Anwender ist, dass sie auch im Supermarkt oder beim Bäcker einen Pausensnack kaufen oder sich eine Pizza bestellen können. Sie haben die freie Wahl, während der Arbeitgeber nicht mehr pauschal eine gewisse Anzahl von Gutscheinen vergibt, ohne zu wissen, ob sie eingelöst werden. Die Abrechnung ist dadurch genauer und transparenter. Dabei wollen die App-Erfinder ihre Lösung nicht als Kontrolltool verstanden wissen. „Die App erfordert schon ein Vertrauensverhältnis“, sagt Florian Gottschaller. Und genau darum gehe es schließlich. „Wenn ein Mitarbeiter mal Home-Office macht, muss der Chef auch loslassen. Und so ist es auch mit der App: Mitarbeiter dürfen sie nicht missbrauchen und private Essen darüber abrechnen. Genauso gut kann es aber sein, dass jemand an einem Freitagabend um 20 Uhr noch eine Pause macht und etwas zu Essen besorgt.“



### 1/11 Kantinenessen wird gesünder

Die deutschen Unternehmen achten zunehmend auf gesunde Ernährung ihrer Mitarbeiter - schon, damit die nach dem Essen nicht am Schreibtisch einschlafen. Das wurde am Dienstag bei der Vorstellung der alljährlichen Menüliste des großen deutschen Kantinenkostenbieters Apetito deutlich. Gesundere Ernährung mit Bioprodukten für Betriebskantinen sei neben der stark wachsenden Belieferung von Altenheimen ein klarer Wachstumstreiber im Unternehmen, sagte der Geschäftsführer von Apetito Catering, Andreas Oellerich. Vor allem bei Schulen und Kindergärten habe sich der Anteil der Bio- und Gesundheitsprodukte stark vergrößert. Die Kleinen essen ohnehin leichter: Ihre Favoriten sind aktuell Tomatensuppe mit Rindfleischklößchen und Gemüseravioli. Mehr Bio in der Kantine ist für Unternehmen nicht nur ein allgemein wünschenswertes Ziel, betont die Geschäftsführerin des bundesweit tätigen Essener Instituts für Ernährung, Sport und Gesundheitsmanagement ESG, Ursula Girreßer: Zu viel Fleisch, zu viel Frittiertes und Überbackenes und zu wenig Gemüse und Rohkost förderten das „Kantinen-Koma“, das massive Absacken der Konzentration nach dem Essen. Daran könne kein Unternehmen Interesse haben - vom steigenden Risiko für Fehl- und Überernährung der Mitarbeiter ganz abgesehen. Deren Lieblingsgerichte sind dennoch seit Jahren nahezu unverändert.

Bild: dpa

Missbrauch sieht Gottschaller bei den Papiermarken als größere Gefahr. Weil hier nicht kontrolliert werden kann, ob der Mitarbeiter den nötigen Eigenanteil für einen Zuschuss von 6,33 Euro geleistet hat, bleiben Arbeitgebern bei der Ausgabe nur zwei Möglichkeiten: Entweder eine pauschale Versteuerung von 90 Cent pro Tag oder Essensmarken, die den Mitarbeiteranteil von 3,23 bereits enthalten und vom Gehalt abziehen. "Da geraten Sie automatisch in den Missbrauchsfall, wenn Sie Marken übrig haben. Dann bleibt nur, damit am Wochenende einkaufen zu gehen oder mehrere Marken beim Essengehen zu kombinieren. Beides ist eigentlich nicht erlaubt." Die Mittagessen-Apps hatten es daher leicht, Genehmigungen vom Finanzministerium zu erhalten.

Die Zumutungen der papiernen Essensmarken bewegten unter anderem Rewe Digital zur Umstellung auf eine App. "Wir haben keine Kantine im Carlswerk und hatten deshalb Kooperationen mit Restaurants in der Umgebung. Die Mitarbeiter wünschten sich aber mehr Auswahl und die Verwaltung der Marken war sehr aufwendig. Allein schon die Herstellung und der Aufwand in der Revision. Mehr Kooperationen zu schaffen, gestaltete sich schwierig, weil viele Gastronomen kein Interesse hatten", erzählt Senior HR Manager Employer Branding Lasse Hofmann. Mit der App könne sein Unternehmen nun supersmart und mit weniger Aufwand das Mittagessen der Mitarbeiter subventionieren.



ERNÄHRUNG

## Trend geht zur Mittagspause am Schreibtisch

55 Prozent der Arbeitnehmer nehmen ihr Mittagessen am Schreibtisch ein. Die meisten Arbeitgeber finden das gut, gesund ist es aber nicht.

Auch die Firma Signavio aus Berlin setzt auf das System. "Vor der Einführung haben unsere Mitarbeiter ihr Essen selbst bezahlt, zum Teil etwas mitgebracht oder sogar gekocht. Viele haben darauf geachtet, nicht zu viel Geld fürs Mittagessen auszugeben", beschreibt die Personalverantwortliche Helene Grimm die frühere Situation. Weil das Unternehmen gewachsen sei, habe man den Mitarbeitern etwas zurückgeben wollen - in diesem Fall in Form einer "Mini-Gehaltserhöhung", wie sie es nennt. Für das Unternehmen sei die Maßnahme nicht sehr teuer, für die Mitarbeiter aber spürbar. "Wir wollten

wegen unseres Wachstums besonders fördern, dass die Mitarbeiter sich regelmäßig austauschen und eine Pause machen", sagt Grimm. Die Gastronomen in der Umgebung hätten die Veränderung durchaus bemerkt - und zum Teil mit neuen Angeboten reagiert.

Rund 80 Prozent der Unternehmen gaben in einer Studie der Strategieberatung Lurse an, ihren Mitarbeitern das Essen zu bezuschussen. Manche Betriebe unterhalten eigene oder von einem externen Anbieter betriebene Kantinen. Andere haben sie aus unterschiedlichsten Gründen nicht, weil sie zu klein sind, eine Außenstelle sind oder den Platz nicht haben, während in der Umgebung eine Fülle von Restaurants zu finden ist. Letzteres trifft häufig auf junge Firmen in Innenstadtlagen zu. Sie sind die Hauptzielgruppe der Anbieter digitaler Essensmarken. Der Lurse-Studie zufolge könnten eine Menge Arbeitgeber für digitale Essensmarken zu erwärmen sein. Nicht nur, dass vier von fünf Unternehmen bereits das Essen bezuschussen; 59 Prozent planen demnach Anpassungen und denken unter anderem darüber nach, die angebotenen Vergünstigungen in elektronischen Tools zusammenzufassen – zum Beispiel auch die antiquierten Essenmarken.