



# PUBLIKATION

## Hauptziel von LTIs – Mitarbeiter binden

### Copyright und Erstveröffentlichung

Personalwirtschaft - online

26.02.2019

Link:  
<https://www.personalwirtschaft.de/verguetung/verguetungsmodelle/artikel/hauptziel-von-langfristigen-verguetungsprogrammen-ist-die-mitarbeiterbindung.html>

## Hauptziel von LTIs: Mitarbeiter binden



Bei LTI-Plänen kommen vor allem Vorstände und Top-Manager in den Genuss, die Früchte ihrer erfolgreichen Arbeit zu ernten. Foto (CCO): pexels.com

Eine aktuelle Studie hat untersucht, wie verbreitet langfristige Vergütung in Deutschland ist, welche Mitarbeitergruppen einbezogen werden und welche Ziele die Arbeitgeber damit verbinden. Danach steht für die Unternehmen beim Einsatz von Long Term Incentives (LTI) vor allem die Bindung des Personals im Fokus.

Zwar ist die langfristige Vergütung in den Unternehmen hierzulande nicht auf Vorstände und das Top-Management beschränkt, allerdings sind LTIs dort auch weiterhin deutlich stärker verbreitet. Bei den großen Unternehmen

erhalten jeweils 77 Prozent der Vorstände und des Top-Managements langfristige Incentives. Von „ausgesuchten Mitarbeiter“ werden 14 Prozent und von Mitarbeitern mit „Expertenlevel“ sieben Prozent berücksichtigt. Von den tarifgebundenen Unternehmen bieten fast zwei Drittel (65 Prozent) dem Top-Management LTIs an, während es bei den nicht tarifgebundenen lediglich gut die Hälfte (57 Prozent) ist.

### Komplexität langfristiger Vergütung erschwert den Einsatz

Knapp ein Viertel der Unternehmen hat noch keine LTIs im Vergütungsportfolio. Davon plant knapp jede dritte Firma die Einführung. 15 Prozent der Unternehmen, die dies nicht vorhaben, nennen die Komplexität langfristiger Vergütung als Hemmschuh. Das geht aus einer aktuellen Studie von > Lurser hervor. Dafür wurden branchenübergreifend HR-Entscheider und -Experten aus 107 Konzernen und mittelständischen Unternehmen befragt. Ein Drittel der Befragten ist nicht tarifgebunden, die übrigen Unternehmen unterliegen einem Tarifvertrag oder einem Haustarif.

### Aktien und Long-Term-Cash-Pläne überwiegen

Gefragt danach, welche Planarten sie nutzen, nannten mit 40 Prozent die meisten Unternehmen Long-Term-Cash-Pläne, dicht gefolgt von Aktien mit 35 Prozent – die beiden am einfachsten umzusetzenden Pläne. Genuss- und Anteilscheine hingegen bieten die befragten Arbeitgeber eher marginal an und GmbH-Beteiligungen werden von den Studienteilnehmern überhaupt nicht genutzt.

### Halten von Mitarbeitern als wichtigstes Motiv für LTI-Angebote

Wesentlicher Treiber für LTI-Strategien ist es für die befragten Personaler, Mitarbeiter ans Unternehmen zu binden; 83 Prozent gaben dies an. An zweiter Stelle der Faktoren steht langfristiges Denken mit 68 Prozent und Platz drei unter den Motiven nimmt die unternehmerische Beteiligung der Belegschaft mit 57 Prozent ein. Von den tarifgebundenen Unternehmen nannten 71 Prozent die langfristige, strategische Ausrichtung als wichtiges Ziel, während für die nicht tarifgebundenen Arbeitgeber die unternehmerische Beteiligung an erster Stelle steht. Auch je nach Unternehmensgröße verschieben sich die Prioritäten etwas: So ist der Aspekt einer langfristigen Strategie in großen Unternehmen ab 5000 Mitarbeitern für 80 Prozent der Befragten wichtig und in KMUs lediglich für 60 Prozent.







Die Einführung von langfristigen Boni ist eine auf mehreren Ebenen lohnenswerte Möglichkeit für Unternehmen, ihr Image als attraktiver Arbeitgeber aufzuwerten, Fachkräfte anzuziehen sowie zu binden,

kommentiert Stefan Würz, Senior Manager bei der Lurse AG, die Studienergebnisse. Langfristige Incentivierung – gegebenenfalls noch gekoppelt mit einem attraktiven Altersversorgungsmodell – könne Unternehmen heute deutliche Wettbewerbsvorteile einbringen, so Würz.

## Kandidaten fragen vermehrt nach langfristigen Vergütungsplänen

Die langfristige Vergütung spielt nicht nur eine wichtige Rolle bei der Mitarbeiterbindung, sondern die Unternehmen sehen sich auch bei der Gewinnung neuen Personals damit konfrontiert. So gab mehr als jedes dritte Unternehmen (35 Prozent) an, dass Bewerber zunehmend danach fragen, ob die Möglichkeit zu langfristigen Incentives besteht. Sechs Prozent der Studienteilnehmer sagten sogar, sie hätten bereits potenzielle Kandidaten verloren, weil sie nicht über LTI-Angebote verfügten. Insbesondere Bewerber aus dem angelsächsischen Raum – allen voran Kandidaten aus den USA – erkundigen sich laut Studie verstärkt nach langfristigen Boni.

## Vorhandene LTI-Strategien werden angepasst und weniger komplex

Die Studie untersuchte außerdem, welche Trends sich bei LTIs derzeit abzeichnen. Zwei Drittel der befragten Unternehmen gaben an, dass sie ihre LTI-Strategie innerhalb der letzten fünf Jahre modifiziert haben. Hauptgründe dafür waren die Reduktion von Komplexität (31 Prozent), die strategische Anpassung (30 Prozent) sowie eine Vergrößerung des Teilnehmerkreises (20 Prozent). Fast die Hälfte dieser Unternehmen traut sich jedoch (noch?) nicht zu, den Erfolg der Anpassungsmaßnahmen zu bewerten. Jede dritte Firma will ihre LTI-Strategie innerhalb der kommenden zwei Jahre nochmal angehen und hinsichtlich Kennzahlen und Zielgruppen sowie der Planart nachjustieren. Dabei wollen die Unternehmen auch die Plankommunikation verbessern und die Komplexität der Programme verringern.

Von: Ute Wolter