



# Einfluss von materiellen und immateriellen Bonus- systemen auf die Arbeitsmotivation in Schweizer Unternehmen.

## Abstract/Management Summary

In der heutigen Arbeitswelt hat sich die Arbeitsweise in vielen Punkten verändert. Die Charakteristiken der einzelnen Generationen prägen den Arbeitsmarkt und deren Arbeitsmethoden stark. Mit dem aktuellen Eintritt der Generation Z in den Schweizer Arbeitsmarkt stellt sich nun die Frage, mit welcher Art von Anreizsystemen man seine Mitarbeitenden unter den aktuellen Gegebenheiten an ein Unternehmen binden kann und zudem die Motivation und die Arbeitsleistung erhöht.

Diese wissenschaftliche Arbeit soll den Einfluss von materiellen und immateriellen Bonussystemen auf die Arbeitsmotivation in Schweizer Unternehmen untersuchen. Dabei soll besonders die generationsbedingte Einflussnahme auf die Präferenz der Anreize thematisiert werden.

Um die Zielsetzung zu erreichen, wurde eine quantitative Studie mittels einer Online-Umfrage durchgeführt. Der Rücklauf beläuft sich auf 129 Probanden, wovon nach Bereinigung 119 in diese Studie einfließen. Die Resultate werden mittels deskriptiver Analyse, Chi-Quadrat-Test sowie Korrelationsanalyse ausgewertet.



Abbildung 1: Aufbau Motivation

Die Ergebnisse der deskriptiven Statistik zeigen auf, dass der materielle Anreizfaktor «Geldbonus» in Bezug auf Bonussysteme, immer noch der beliebteste Motivationsfaktor darlegt. Auf dem zweiten Rang steht wiederum der immaterielle Anreiz «zusätzliche Ferientage». Der Chi-Quadrat-Test brachte das Resultat hervor, dass das Alter nur einen sehr gering signifikanten Zusammenhang mit der Präferenz nach materiellen Anreizen aufweist. Abschliessend kann mit der Korrelationsanalyse die Aussage getroffen werden, dass Individuen, welche bei ihren Arbeitgebern von Bonussystemen profitieren, nicht zwangsläufig auch mehr Arbeitsmotivation aufweisen.

Die Motivation eines Individuums ist ein komplexes, beeinflussbares Konstrukt der menschlichen Psyche. Die Art eines Anreizes und das Alter eines Arbeitnehmenden, sind nur ein Bruchteil der Vielzahligen Einflussfaktoren, welche bei der Konzeptionierung eines Anreizsystems beachtet werden müssen.

**Autor:** Roland Gassmann

**ReferentIn:** M.A. HSG David Gemmet