

Beschäftigte wollen Benefits wie ihr Leben – digital, flexibel, alltagsnah

Aktuelle Umfrage macht den Wandel bei Benefits sichtbar: 96 Prozent der Befragten wünschen sich eine digitale Einlösung, klassische Papiergutscheine verlieren an Relevanz – zugleich: jede:r Zweite erhält weiterhin keinerlei Benefits.

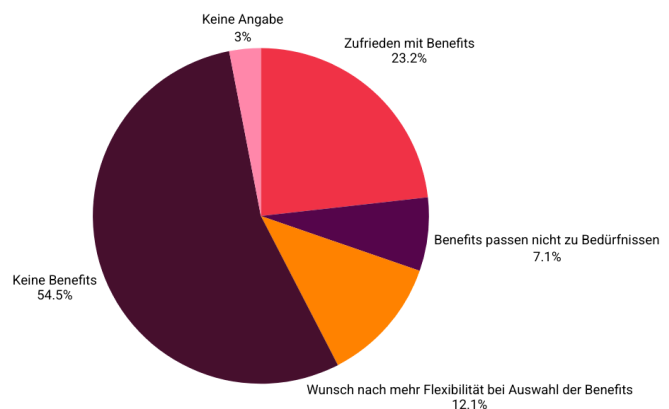
München, 10. Februar 2026. Benefits sind zur zweiten Währung der Arbeitgeberattraktivität geworden. Sie sind mehr als Zusatzleistungen neben dem Gehalt: Im Kern drücken sie Wertschätzung aus, indem sie Beschäftigte im Alltag und Privatleben konkret unterstützen. Welche Erwartungen Beschäftigte in Deutschland daran knüpfen und wie es um digitale Benefit-Angebote steht, zeigt die aktuelle [YouGov-Umfrage*](#) aus November 2025 im Auftrag des Fintech-Unternehmens givve.

Benefit-Gap: Hälfte der Beschäftigten geht leer aus und Zufriedenheit ist selten

Die Studie macht deutlich: Zwischen dem aktuellen Angebot und den Erwartungen der Beschäftigten klafft eine Lücke. Rund 54 Prozent der Erwerbstätigen geben an, aktuell gar keine Benefits zu erhalten.

Und selbst dort, wo Arbeitgeber:innen bereits Zusatzleistungen anbieten, ist die Zufriedenheit überschaubar: Nicht mal jede:r Dritte (23 Prozent) derjenigen, die Benefits erhalten, ist damit zufrieden. Benefits sind damit längst nicht automatisch ein „Plus“ – sie müssen im Alltag der Arbeitnehmenden auch tatsächlich ankommen, um als relevant wahrgenommen zu werden. Benefits sollen den Alltag leichter machen, doch in der Anwendung hakt es häufig.

Erhaltene Benefits & Zufriedenheit



Umfrage im Rahmen des YouGov Omnibus Daily im Auftrag von givve im Nov. 2025, mit 2.024 Personen ab 18 Jahren, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung nach Alter, Geschlecht, Bildung und Region.

Wahlfreiheit statt Einheitslösung: Work-Life-Wallet und Mobilität dominieren das Wunschbild

Beschäftigte denken Benefits immer weniger als starres Standardpaket, sondern als flexible Budgets, die zum Leben passen. Besonders gefragt sind Angebote mit

viel Spielraum: Work-Life-Wallets – ein frei nutzbares Guthaben für Wohlbefinden und Freizeit – stehen mit rund 42 Prozent ganz oben. Dahinter folgen mit jeweils 39 Prozent Mobilitätzuschüsse sowie Lifetime-Benefit-Wallets, also ein frei verfügbares Jahresbudget. Entsprechend hoch ist der Wunsch nach Individualisierung: Rund 83 Prozent finden es wichtig oder sehr wichtig, Benefits an den eigenen Lebensstil anpassen zu können – ein Signal, das Arbeitgeber:innen nicht als „Nice-to-have“ missverstehen sollten.

Denn, so ordnet Patrick Löffler, Gründer und CEO von givve, ein: „Digitale Benefits sind längst kein ‚Extra‘ mehr. Sie werden zu einem kulturellen Signal: Wie ernst nehmen Arbeitgebende die Lebensrealität ihrer Beschäftigten?“

Digital first: App, Karte und Mobile Payment liegen vorne

Am deutlichsten wird der Trend bei der Nutzung: 96 Prozent wünschen sich digitale Einlösoptionen wie App, Karte oder Mobile Payment. Dabei liegen App (37 Prozent), Karte (32 Prozent) und Mobile Payment (27 Prozent) eng beieinander. Die Unterschiede sind gering, denn im Vordergrund steht die einfache Nutzung im Alltag. Papiergutscheine spielen dagegen nur noch für rund jede:n Fünfte:n (20 Prozent) eine Rolle.

Digitale Benefits stärken die Arbeitgeberattraktivität

Die Studie zeigt zudem: Digitale Benefits wirken als Attraktivitätsfaktor bei der Arbeitgeberwahl. Für rund 39 Prozent würde ein digitales Benefit-Angebot einen Arbeitgeber „auf jeden Fall“ attraktiver machen, weitere rund 39 Prozent „vielleicht“. Nur rund 16 Prozent sehen keinen Effekt.

„Die Zahlen sind eindeutig: Digitale Benefits sind nicht nur ein Service-Upgrade, sondern ein Recruiting-Signal“, sagt Patrick Löffler, Gründer und CEO von givve. „Wer Beschäftigten flexible, alltagsnahe Lösungen bietet, wird als moderner und attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen – wer es nicht tut, verschenkt Potenzial und verliert im Zweifel im War for Talent.“

Weitere Ergebnisse, Einordnungen und Grafiken zur Umfrage finden Sie auf der [Studienseite](#) von givve. Bild- und Infomaterial steht dort zum Download bereit. Der Bildnachweis lautet: © givve.

***Zur Methodik:** Die Umfrage wurde vom 12. bis 14. November 2025 im Rahmen des YouGov Omnibus Daily im Auftrag von givve unter 2.024 Personen ab 18 Jahren durchgeführt und ist repräsentativ für die deutsche Bevölkerung nach Alter, Geschlecht, Bildung und Region. Grundlage der inhaltlichen Auswertung ist die Teilstichprobe der Erwerbstätigen, weshalb die Ergebnisse als Tendenzaussagen verstanden werden sollten.

Über givve

givve, 2010 von Patrick Löffler gegründet, ist ein führendes Fintech-Unternehmen im Bereich Benefits, wie z.B. steuerfreie Sachbezüge und Essenszuschüsse. Seit 2018 ist givve Teil der französischen Groupe Up, die als internationaler Experte für Loyalty- und Benefitprogramme in 23 Ländern aktiv ist. Mehr als 30.000 Unternehmen vertrauen auf givve, die 600.000 Kartennutzer wickeln jährlich über 5,8 Millionen Transaktionen mit einem Volumen von 165 Millionen Euro ab. Mit digitalen Lösungen wie der givve Sachbezugskarte, der Stadtmarketingkarte, der Bezahlkarte für Leistungsempfänger oder der givve Card für den Essenszuschuss unterstützt das Unternehmen sowohl private als auch öffentliche Arbeitgeber:innen dabei, Mitarbeiter:innen zu gewinnen und zu binden. Die Produkte vereinfachen Verwaltungsprozesse, fördern die lokale Wirtschaft und bieten moderne digitale Bezahlmöglichkeiten (z.B. Google Pay).

Mehr zu givve erfahren Sie hier: <https://givve.com/de/>

Pressekontakt

PIABO Communications
Anna-Lena Mlackar
0173 3920 520
givve@piabo.net