



Im Kriechgang

Beteiligungsmodelle: Deutschland kann mehr
Seite 6



Strategie

Mit dem Beteiligungsprogramm werben
Seite 22

GRUNDLAGEN

6 Zweckmäßigkeit olé, Stimmung oweh

Mitarbeiterbeteiligung in Deutschland steckt immer noch in den Kinderschuhen

12 Die Geschichte der aktienbasierten Mitarbeiterbeteiligung in Deutschland

Lange diskutiert, wenig hat sich verändert
Uwe Nowotnick, Jörg Ziegler und Dr. Stefan Suchan

16 Aktien für die Unternehmenskultur

Christian Götz und Christof Schwab über die Bedeutung von Aktienprogrammen und deren Administration

18 Digitale Prozesse

Papierlose Kommunikation bei Beteiligungsprogrammen mit Namensaktien
Dr. Michael Sigl

22 Strategische Positionierung

Birgit Bahr-Schneider und Adrian Wyss über die Zukunft und Trends der Mitarbeiterbeteiligung

24 Anreize schaffen

Warum die Anhebung des Steuerfreibetrags wichtig wäre
Dr. Christine Bortenlänger

26 Eigenkapital stärken

Genussscheine als attraktives Instrument
Doris Kempny-Weber und Christian Schäfer

28 Viel zu gewinnen, wenig zu verlieren

Warum es sich für Mitarbeiter lohnt, sich am Unternehmen zu beteiligen
Kommentar von Mariel von Schumann

30 Erlösbeteiligung als Sonderform

Mitarbeiter profitieren auch vom Unternehmensverkauf
Dr. Markus Linnerz und Michael Schwartzkopff

PRAXIS

34 Vermögen aufbauen

Wie SAP sein Beteiligungsprogramm Own SAP eingeführt hat
Heike Neumann und Andreas Hofmann

36 Interessante Alternative

Deffered Cash-Pläne als Beimischung
Oliver Freigang

38 Virtuell oder real?

Kay Steffen im Gespräch über virtuelle und reale Mitarbeiterbeteiligung

40 Soll man Loyalität kaufen?

Dividendenprivileg für Langzeit-Aktionäre
Dr. Mirjam Staub-Bisang

42 Eigengeschäfte von Führungskräften

Dr. Herbert Harrer über die Auswirkungen der EU-Marktmissbrauchsverordnung auf die Mitarbeiterbeteiligung

44 Blick über die Grenze

Iva Sonne beobachtet von London aus die Entwicklung der Beteiligungsmodelle

48 Einbindung von Aufsichtsräten

Ralf Schmidt-Stoll über eine Beteiligung von Kontrollorganen

FALLSTUDIEN

50 Erfolg durch Eigeninitiative

Wasserle GmbH setzt auf selbstständige Mitarbeiter

52 Aktien mit Rabatt

Die Cortado Holding macht Mitarbeiter zu Aktionären

54 Mitarbeiter-Investition

Günstiges Eigenkapital dank Mitarbeiterbeteiligung bei Ruch Novaplast

56 Basis-Aktien

Wie Siemens auch unsere Lohngruppen am Erfolg beteiligt

SERVICE

3 Grußwort

5 Impressum

58 Partner der Ausgabe im Portrait

Erfolgreich

Cortado für Aktienprogramm ausgezeichnet

Seite 52



Top-down

Siemens-Chef Kaeser fordert Teilhabe für alle

Seite 56

Unternehmer
Edition

GoingPublic
Magazin

Impressum Spezial „Mitarbeiterbeteiligung“

Verlag: GoingPublic Media AG
Hofmannstr. 7a, 81379 München

Tel.: 089-2000 339-0, Fax: 089-2000 339-39

E-Mail: info@goingpublic.de

Internet: www.goingpublic.ag, www.unternehmeredition.de

Redaktion: Falko Bozicevic (Projektleitung), Lukas Neumayr, Tobias Schorr

Verlagsleitung: Lukas Neumayr

Bildredaktion: Robert Berger, Marie Grom

Bilder: www.fotolia.com; siehe Bildnachweis

Titelbild: © Julien Eichinger/www.fotolia.com

Mitarbeit an dieser Ausgabe: Tobias Atzler, Dr. Heinrich Beyer, Dr. Christine Bortenlänger, Oliver Freigang, Andreas Hofmann, Norbert Hofmann, Sven Huschke, Doris Kempny-Weber, Dr. Markus Linnertz, Helmut Mannert, Winfried Mantwill, Heike Neumann, Uwe Nowotnik, Christian Schäfer, Dr. Mariel von Schumann, Michael Schwartzkopff, Dr. Michael Sigl, Dr. Mirjam Staub-Bisang, Dr. Stefan Suchan, Markus Wasserle, Carsten Wilke, Jörg Ziegler

Interviewpartner: Birgit Bahr-Schneider, Christian Götz, Dr. Herbert Harrer, Ralf Schmidt-Scholl, Christof Schwab, Iva Sonne, Kay Steffen, Adrian Wyss

Gestaltung: Robert Berger, Marie Grom

Lektorat: Magdalena Lammel, Visavis Media, Bayreuth

Vermarktung: Lukas Neumayr, Tel.: 089-2000 339-26, Fax: -39

Druck: Druckerei Joh. Walch GmbH & Co. KG, Augsburg

Haftung und Hinweise: Artikeln, Empfehlungen und Tabellen liegen Quellen zugrunde, welche die Redaktion für verlässlich hält. Eine Garantie für die Richtigkeit der Angaben kann allerdings nicht übernommen werden. Bei unaufgefordert eingesandten Beiträgen behält sich die Redaktion Kürzungen oder Nichtabdruck vor.

Nachdruck: © 2016 GoingPublic Media AG, München. Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Ohne schriftliche Genehmigung der GoingPublic Media AG ist es nicht gestattet, diese Zeitschrift oder Teile daraus auf photomechanischem Wege (Photokopie, Mikrokopie) zu vervielfältigen. Unter dieses Verbot fallen auch die Aufnahme in elektronische Datenbanken, Internet und die Vervielfältigung auf CD-ROM.

ISSN 2190-2364, ZKZ 74988