



Firmenwagenmonitor

Eine empirische Untersuchung über die Verbreitung von Firmenwagen nach Branche, Firmengröße, Gehaltsklasse, Geschlecht und Marke in deutschen Unternehmen.

Hamburg, September 2015

Agenda

- > Zusammenfassung
- > Einleitung
- > Begriffsdefinition
- > Datengrundlage
- > Firmenwagenverbreitung bei Fach- und Führungskräften
- > Differenzierte Darstellung der Firmenwagenverbreitung nach
 - > Branche
 - > Firmengröße
 - > Gehaltsklasse
 - > Geschlecht
 - > Marke

Deutsche Automarken, insb. der VW-Konzern, dominieren weiterhin deutlich den Firmenwagenmarkt

- > **Vertriebsmitarbeiter** auf fachlicher Ebene verfügen **am häufigsten (22,9%)** über einen Firmenwagen. Daneben fahren vor allem Fachkräfte aus den Bereichen Technik, IT und Personalwesen einen Firmenwagen. Auch auf Führungsebene haben Vertriebler mit 76,5% die meisten Firmenwagen pro Arbeitsverhältnis (s. Seite 8).
- > **Firmenwagen-Nutzer** arbeiten vor allem in **Industrie und Handel**. Obwohl bei Banken kaum Firmenwagen genutzt werden, findet man in dieser Branche Firmenwagen von überdurchschnittlich hohem Wert (s. Seite 10f).
- > Sowohl Verteilung als auch Bruttolistenpreise von Firmenwagen steigen mit **zunehmender Firmengröße signifikant an**. Insbesondere in Großkonzernen steigen die Firmenwagenbudgets noch einmal erheblich (s. Seite 12f). Dies gilt in noch stärkerem Ausmaß auch für steigende Gehaltsklassen (s. Seite 14f)
- > **Männer** verfügen im Schnitt bis zu **vier mal öfter** über einen **eigenen Firmenwagen** und haben ein teilweise bis zu **9.000 Euro größeres Budget** als Frauen (s. Seite 16).
- > **VW, Audi und BMW** bleiben **Markenfavoriten**. Insgesamt bilden die **vier größten deutschen Automarken (VW, Audi, BMW und Mercedes)** mit 68,5% **den größten Anteil aller Firmenwagen** in deutschen Unternehmen. Die hier aufgeführten Marken des **VW Konzerns (VW, Audi, Skoda)** stellen alleine **gar mehr als die Hälfte (54,5%) aller Firmenwagen** Deutschlands (s. Seite 17f).



Kaum eine Nebenleistung in Deutschland ist stärker mit Emotionen verknüpft als der Firmenwagen

- > Deutschland ist weltweit für die hohe Qualität und Vielfalt in der Automobilindustrie bekannt. Vielleicht ist deshalb der Wunsch vieler Mitarbeitern nach einem eigenen Firmenwagen sehr stark ausgeprägt.
- > Compensation Partner stellt sich deshalb auch dieses Jahr wieder die Frage, wie sich die Gewährung und Verteilung von Firmenwagen in Deutschland konkret gestaltet.
- > Hierzu haben wir **378.980 Arbeitsverhältnisse** der letzten 12 Monate analysiert - **45.152** davon beinhalten einen geschäftlich und privat genutzten Firmenwagen.
- > Diese Arbeitsverhältnisse untersuchen wir nach Branche, Firmengröße, Geschlecht, und Gehalt sowie unterschieden nach zwischen Fach- und Führungskräften.*
- > Compensation Partner ist hierfür in einer einzigartigen Ausgangssituation, denn COP verfügt nicht nur über eine der **größten Datenbanken** für Deutsche Lohn- und Gehaltsdaten, sondern auch über **langjährige Erfahrung im Bereich der Beratung**, Erstellung von Studien und spezifischen Benchmarks rund um das Thema Vergütung.

manager magazin

*Mein Job, mein Gehalt, mein Dienstwagen:
Die Freude der Deutschen an ihren
Firmenautos ist ungebrochen, sagt
Fuhrpark-Experte Sebastian Fruth vom
Leasinganbieter Arval im Interview mit*

Wirtschafts Woche

Die Deutschen sind ein Volk von
Dienstwagenfahrern. Nirgends ist der
Wunsch nach einem eigenen Dienstwagen
größer, und nirgends fallen sie so groß aus
m will der deutsche
leinheiten auf

FOCUS ONLINE MONEY

**In diesen Branchen stauben Sie die besten
Dienstwagen ab**

Der Firmenwagen ist und bleibt das beliebteste Incentive für
Fach- und Führungskräfte. Eine neue Studie zeigt, wer einen
Firmenwagen fährt, was er kostet, welche Marken beliebt
n die meisten Firmenwagen

Frankfurter Allgemeine

Beruf & Chance

Die beliebtesten Dienstwagen

Sag mir, was du fährst und ich sag dir, was du
arbeitest

Fährt der Vorstandschef Audi? Der mittlere Manager Golf?
Eine Studie zeigt, welche Dienstwagen wo auf der
Karriereleiter anzutreffen sind.

Im Folgenden verwenden wir das „Total Cash“ und den „Bruttolistenpreis“ als Kennzahlen

- > In der vorliegenden Studie nutzen wir zum Vergleich der Vergütungshöhen das „Total Cash“:

Total Cash (TC) umfasst alle baren Leistungen:	
Jahresgrundgehalt	Monatliches Bruttogehalt multipliziert mit der Anzahl der gezahlten Gehälter. Schließt somit die Zahlungen von Urlaubs- und Weihnachtsgeld mit ein.
Überstunden-einkommen	Das Überstundeneinkommen bezieht sich auf alle tatsächlich ausbezahlten Überstunden (also nicht z. B. per Freizeitausgleich abgegolten)
Variable Vergütung (jahresbasiert)	Darunter sind alle erfolgsabhängigen Zahlungen zusammengefasst (jahresbasierte Bemessungsgrundlage), also z. B. Prämien, Provisionen, Boni, Gewinnbeteiligungen o. ä.

- > Zahlungen für betriebliche Altersversorgung, aus Vergütungsbestandteilen mit mehrjähriger Bemessungsgrundlage („Long Term Incentive“) oder für sonstige Nebenleistungen (z. B. Firmenwagen) werden nicht berücksichtigt.
- > Alle Datensätze sind auf Basis von **40 Wochenstunden** und **30 Tagen** Jahresurlaub umgerechnet.

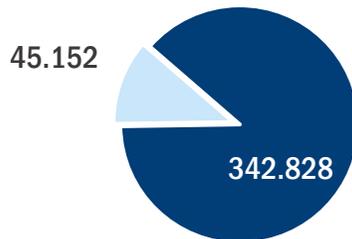
- > Zum Vergleich der Preise von Firmenwagen nutzen wir in dieser Studie außerdem den „Bruttolistenpreis (BLP)“:

Bruttolistenpreis (BLP) umfasst:	
Listenpreis lt. Hersteller	Kosten zum Zeitpunkt der Erstzulassung inkl. MwSt.
Extras	Kosten für Extras gemäß den jeweiligen Dienstwagen-ordnungen (Navigation, Sicherheitspakete, Farbauswahl o.ä.).

- > Der durchschnittliche Bruttolistenpreis ($\bar{\text{BLP}}$) errechnet sich durch die Addition aller Firmenwagen-BLP einer spezifischen Gruppe und eine anschließende Division durch die Anzahl der jeweiligen Firmenwagen.

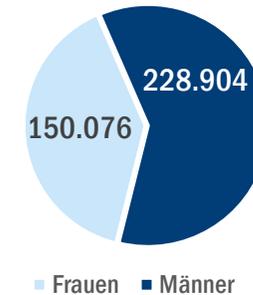
378.980 ausgewertete Arbeitsverhältnisse stellen eine repräsentative Datenbasis dar und garantieren valide Ergebnisse

- > In unsere Auswertung sind die Daten von **378.980 Arbeitsverhältnissen** geflossen.
- > Anschließend wurden die Daten für die Analyse nach verschiedenen Kriterien differenziert.
- > Alle Daten stammen aus unserer COP Vergütungsdatenbank, eine der **umfangreichsten Datenbanken** für Vergütungsinformationen in **Deutschland**.
- > Diese Datenbank umfasst insgesamt rund **2.000.000 Datensätze**.
- > Unsere COP Stellenbewertung garantiert dabei, dass alle Vergütungsdaten **eindeutig vergleichbar** sind.
- > Dazu definieren wir für jeden Datensatz bis zu 24 vergütungsrelevante Parameter, die die Aufgaben, Tätigkeiten und Verantwortungen umfassend und passgenau beschreiben.



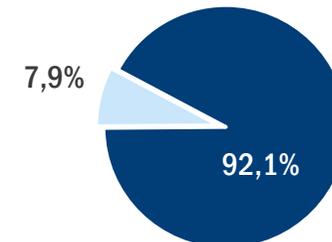
■ Arbeitsverhältnisse ohne Firmenwagen ■ Arbeitsverhältnisse mit Firmenwagen

- > Die vorliegende Studie basiert auf 378.980 Arbeitsverhältnissen – zu 60,4% von Männern und 39,6 % von Frauen.



■ Frauen ■ Männer

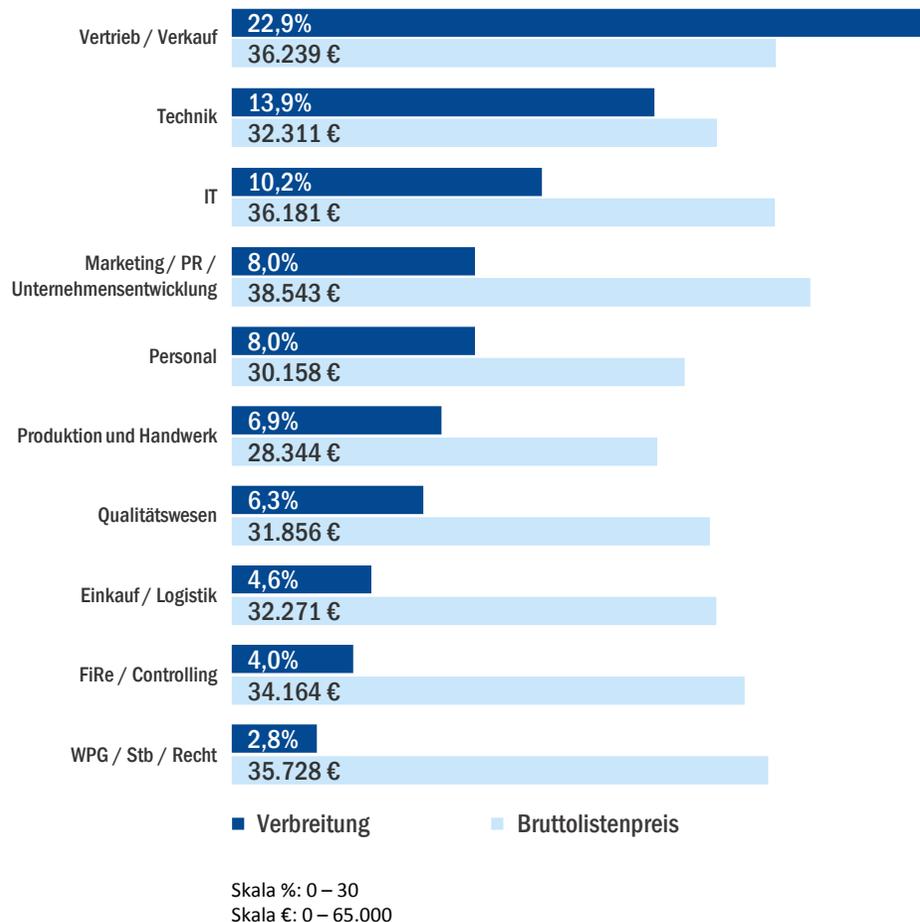
- > Von den untersuchten Arbeitsverhältnissen sind 29.834 Führungskräfte mit disziplinarischer Personalverantwortung und 349.146 Fachkräfte ohne Personalverantwortung.



■ Fachkräfte ohne PV ■ Führungskräfte mit PV

Jede vierte Fachkraft im Vertrieb verfügt über eigenen Firmenwagen

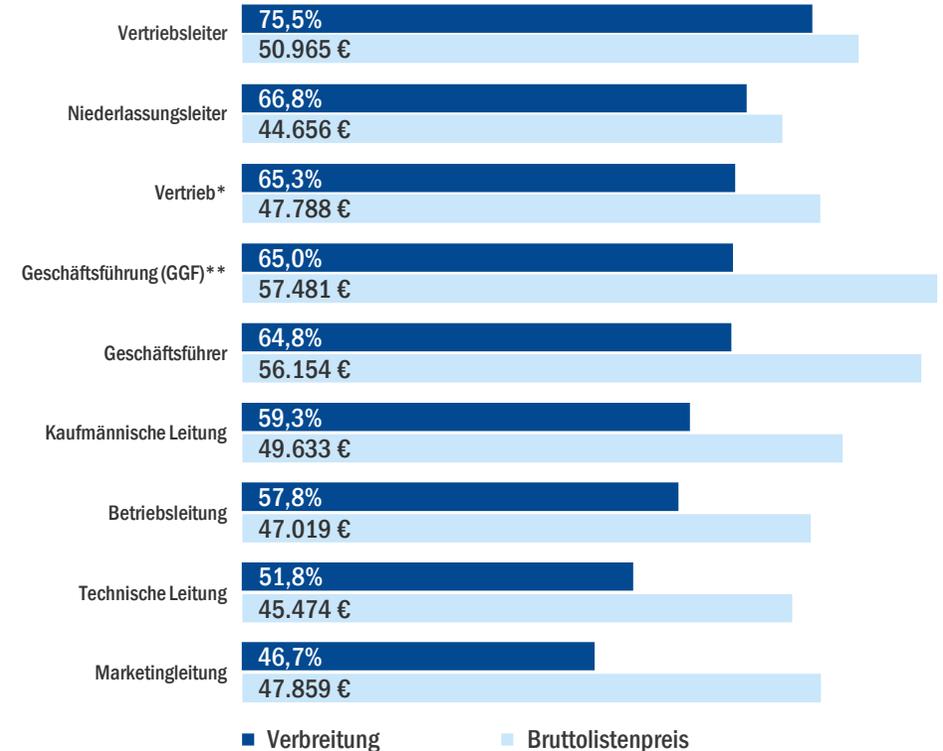
- > Besonders für **Fachkräfte im Vertrieb** stellt der Dienstwagen ein übliches Arbeitsmittel dar: mit 22,9% **fährt hier knapp jeder vierte einen eigenen Firmenwagen**.
- > Die restlichen Fachbereiche heben sich mit zwei Gruppen relativ deutlich ab: **Technik & IT** liegen mit 13,9% und 10,2% noch beide im zweistelligen Bereich, wobei in der dritten Gruppe **Marketing und Personal** mit jeweils 8,0% schon deutlich darunter liegen.
- > Im **Finanz- und Rechnungswesen** bzw. im **Controlling** gehen die Zahlen sogar auf bis zu 4,0% zurück. Dies bedeutet einen **Firmenwagen** bei nur **knapp jedem fünfundzwanzigsten Mitarbeiter**.
- > Insbesondere der **Rechtsbereich** fällt durch einen außergewöhnlich niedrigen Anteil an Firmenwagen auf: hier bekommt **nur jeder sechsdreißigste (2,8%)** Mitarbeiter einen **Firmenwagen** gestellt.



n= 349.146 Fachkräfte (ohne Personalverantwortung)

Führungsfunktionen im Vertrieb weisen den höchsten Anteil an Firmenwagen auf

- > Unter den **Führungskräften** verfügen **Vertriebsfunktionen** – Vertriebsleiter (76,5%), **Niederlassungsleiter** (66,8%) und die weiteren **Führungskräfte im Vertrieb** (65,3%) - am häufigsten über einen Firmenwagen.
- > Hoch ist mit **fast zwei Drittel** auch die Verbreitung bei Geschäftsführern mit (65,0%) und ohne Gesellschafteranteil (64,8%).
- > Die **BLP verändern sich nicht immer proportional mit der Verteilung der Firmenwagen**. So verfügt der **Geschäftsführer** mit (57.481 Euro) und ohne Gesellschafteranteil (56.154 Euro) über ein **deutlich höheres Budget als die Führungskraft im Vertrieb** (47.788 Euro).
- > Hier lässt sich vermuten, dass die Firmenwagenverteilung **stärker von den jeweiligen Funktionsbereichen abhängt**, während der **BPL** mehr von der jeweiligen **Gehaltsklasse abhängt**.



* Alle Führungsfunktionen dieses Bereiches

** Als Gesellschafter-Geschäftsführer gilt in dieser Auswertung wer über 5% der Anteile hält.

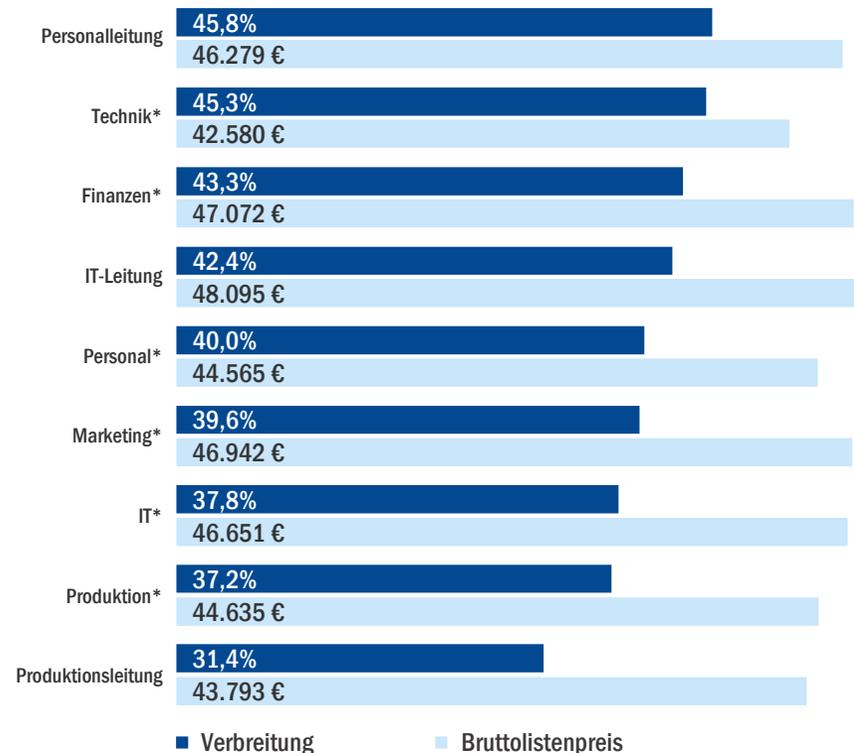
Skala %: 0 – 80

Skala €: 0 – 65.000

n= 29.834 Führungskräfte (mit Personalverantwortung)

Bei Führungskräften in der Produktion ist die Gewährung von Firmenwagen hingegen deutlich unüblicher

- > In der Regel gilt, dass die **Leitungsfunktionen der Fachbereiche** nicht nur **häufiger** einen Firmenwagen haben, sondern ihnen dafür auch ein **höheres Budget** zusteht als den sonstigen Führungsfunktionen ihres jeweiligen Bereiches.
- > Eine Ausnahme hiervon sind **Produktionsleiter**. Diese haben nicht nur den **geringsten Anteil** von Firmenwagen unter allen Führungskräften, sie verfügen auch über das durchschnittlich **zweitkleinste Firmenwagenbudget** (43.793 Euro) und liegen damit sogar jeweils unter dem Schnitt der normalen Führungskräfte in diesem Bereich.
- > Obwohl fast **jede zweite Führungskraft** in der **Technik** (45,3%) einen **eigenen Firmenwagen** erhält, verfügen sie über das **niedrigste Budget** aller Führungskräfte.
- > Bemerkenswert: **Produktionsleitungen** (31,4%), weitere Führungskräfte in der **Produktion** (37,2%) und Führungskräfte in der **IT** (37,8%) weisen zwar im Schnitt die **niedrigste Verteilung** auf, jedoch fährt auch hier noch fast **jeder dritte** einen **eigenen Firmenwagen**.



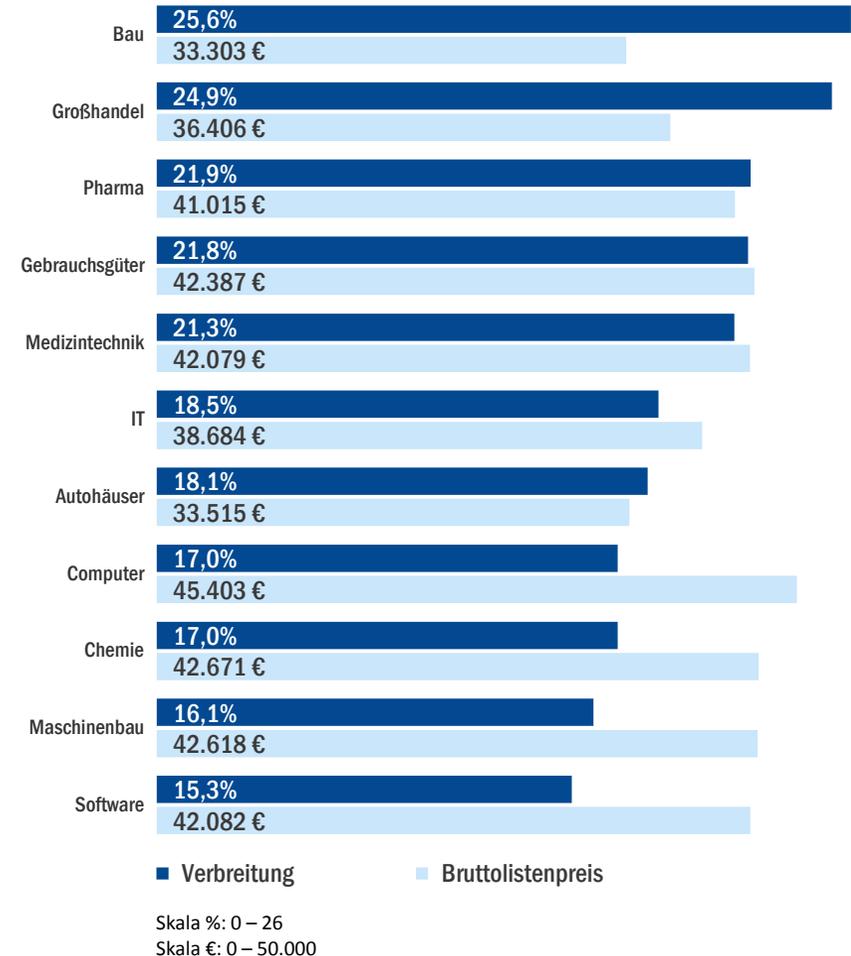
* Alle Führungsfunktionen dieses Bereiches

Skala %: 0 – 80
Skala €: 0 – 65.000

n= 29.834 Führungskräfte (mit Personalverantwortung)

Im Bau und dem Großhandel werden am häufigsten Firmenwagen gewährt, allerdings gehören diese nicht zu den teuersten

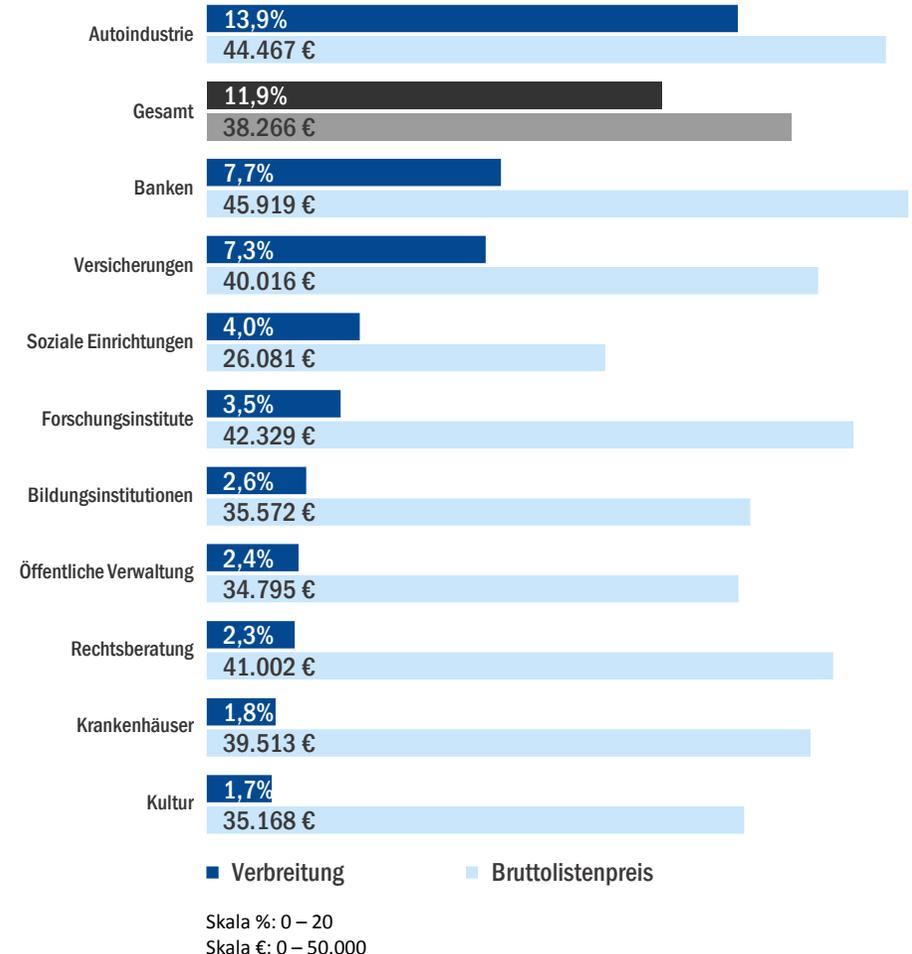
- > Über alle Branchen hinweg, fahren **durchschnittlich knapp 12%** aller Fach- und Führungskräfte einen **Firmenwagen** (s. Seite 11).
- > Im **Bau** (25,6%) und dem **Großhandel** (24,9%) hat knapp **jedervierte** einen **Firmenwagen**; auch wenn die Verbreitung hier am höchsten ist, zählen jedoch die BLP zu den niedrigsten.
- > Auch in der Pharmaindustrie (21,9%), in der Gebrauchsgüterbranche (21,8%) und in der Medizintechnik (21,3%) bekommt im Schnitt immerhin noch mehr als jeder fünfte einen eigenen Firmenwagen.
- > Mit 17% liegt die Computerbranche bei der Gewährung von Dienstwagen zwar nur im Mittelfeld, mit einem durchschnittlichen BLP von über 45.000 Euro zählt sie allerdings zu den großzügigsten.



n= 45.152 Firmenwagen

Im Kulturbereich sind Firmenwagen hingegen nicht nur unüblich, es werden auch nur relativ niedrige Budgets zur Verfügung gestellt

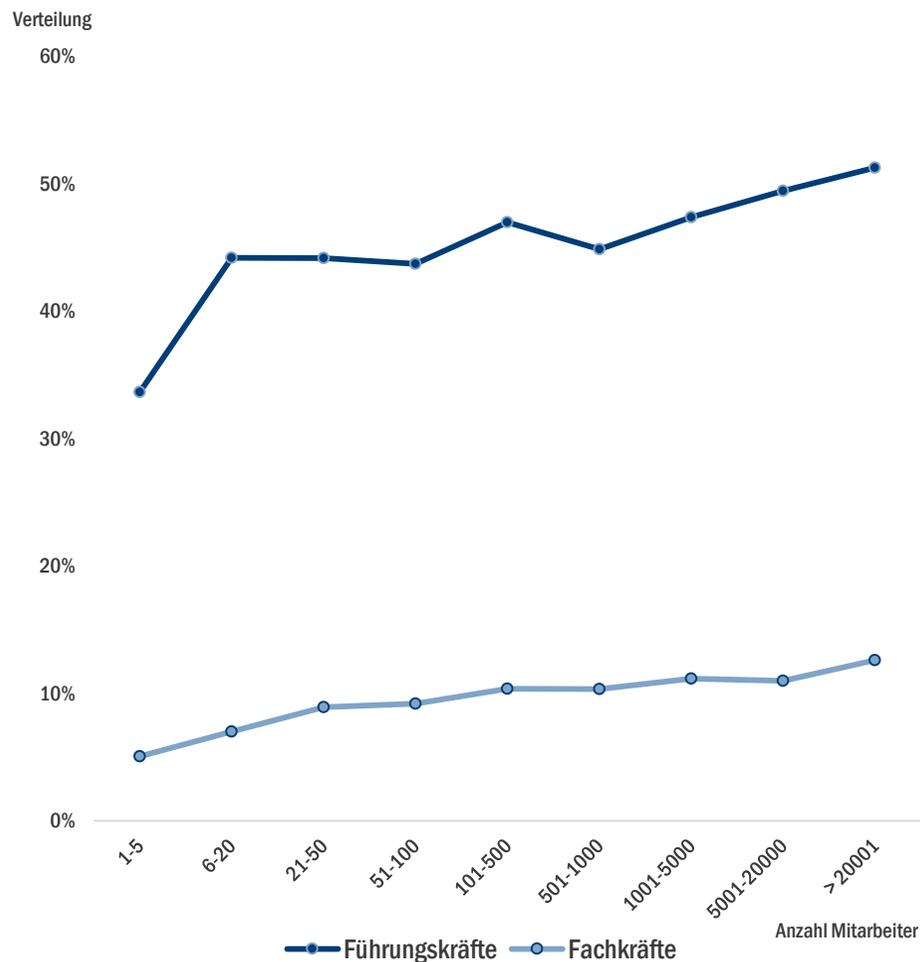
- > **Banken** stellen zwar **unterdurchschnittlich wenige** (7,7% Verbreitung), **aber im Schnitt die teuersten Firmenwagen**. Der durchschnittliche BLP bei Banken liegt mit 45.919 Euro fast 8.000 Euro über dem Gesamt-Schnitt.
- > Bemerkenswert ist, dass Mitarbeiter in der Autoindustrie zwar über den durchschnittlich drittgrößten BLP-Wert in unserem Vergleich verfügen. Jedoch liegen sie mit einer Verbreitung von 13,9% nur sehr knapp über dem Gesamtdurchschnitt (11,9%).
- > Ein anderes Bild zeichnet sich bei **sozialen Einrichtungen** ab. **Verteilung (4,0%) und durchschnittliche Bruttolistenpreise (26.081 Euro) gehören hier zu den geringsten** ermittelten Werten und spiegeln das allgemein niedrige Gehaltsniveau innerhalb dieser Branche wieder.*
- > Im **Kulturbereich (1,7%)**, bei **Krankenhäusern (1,8%)** oder in der **Rechtsberatung (2,3%)** sind **Firmenwagen ebenfalls äußerst unüblich** – nur knapp jeder fünfzigste der dort beschäftigten Mitarbeiter verfügt über einen eigenen Firmenwagen.
- > Generell lässt sich feststellen: je mehr Stellen in einer Branche eine **hohe Mobilität erfordern**, desto höher ist die Verbreitung von **Firmenwagen**.



n = 45.152 Firmenwagen

Anteil von Führungskräften mit Firmenwagen steigt mit zunehmender Firmengröße deutlich stärker an als bei Fachkräften

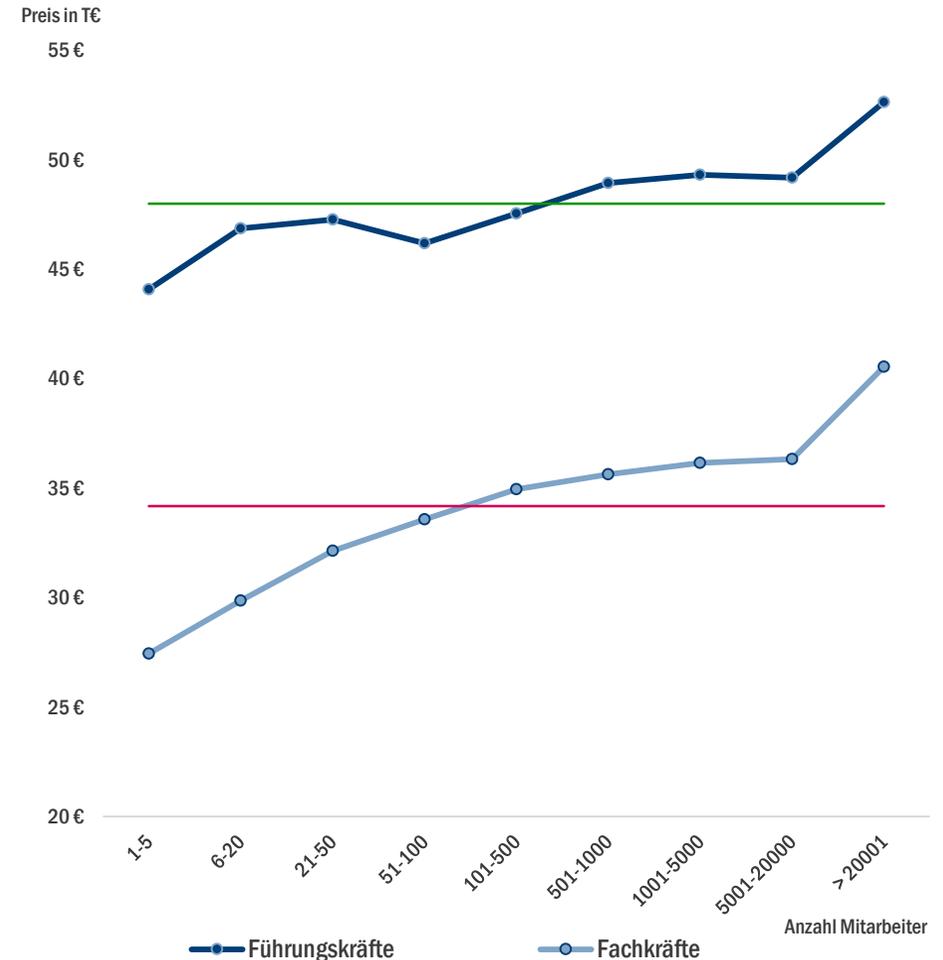
- > **Führungskräfte** bekommen deutlich **häufiger** einen **Firmenwagen** gestellt als **Fachkräfte**.
- > Schon ab einer **Firmengröße von 6 Mitarbeitern** hat fast **jede zweite Führungskraft** (44,1% - 51,2%) einen **Firmenwagen**.
- > Bei den **Fachkräften** kommt **ab** einer Firmengröße von **101 Mitarbeitern** etwa **jeder zehnte** (10,3% - 12,6%) in den Genuss eines **Firmenwagens**.
- > Die **Gewährung von Firmenwagen bei Führungskräften** steigt mit zunehmender Firmengröße insgesamt **deutlich steiler an, als bei Fachkräften**. Bei Führungskräften geht der Anteil von 33,6% bis 51,2%, bei Fachkräften von 5,0% bis 12,6%.
- > **In beiden Fällen** ist eine - wenn auch unterschiedlich starke - **Korrelation mit der Firmengröße** zu erkennen.



n= 378.900 Arbeitsverhältnisse

Ebenso steigt mit zunehmender Firmengröße der Bruttolistenpreis der gewährten Firmenwagen

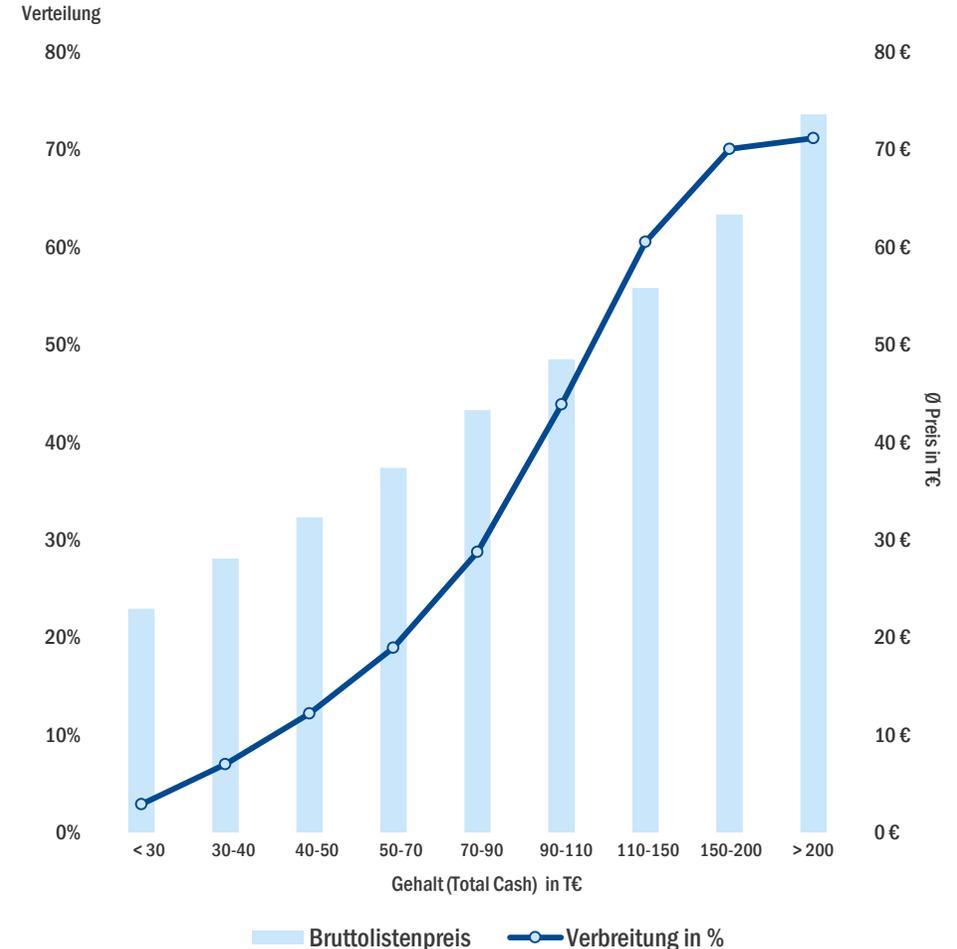
- > Es ist ein **Trend von steigenden Firmenwagenpreisen** (Ø Bruttolistenpreis) bei **steigender Organisationsgröße** (Mitarbeiterzahl) zu beobachten. Dies zeigt sich **bei Fachkräften** noch deutlicher als bei Führungskräften. Bei ersteren **steigt der Preis kontinuierlich mit der Unternehmensgröße**.
- > Vor allem in **Großkonzernen** jenseits der 20.000 Mitarbeiter lässt sich, sowohl bei Fach- als auch bei Führungskräften, ein **deutlicher Zuwachs der Firmenwagenpreise** beobachten.
- > Somit sind **Firmenwagenbudgets in Konzernen** weiterhin **deutlich großzügiger** gestaltet als in kleinen und mittelständischen Betrieben.
- > Sowohl bei Fach-, als auch Führungskräften lässt sich zudem beobachten, dass die Bruttolistenpreise der **Firmenwagen ab einer Unternehmensgröße von knapp 500 Mitarbeitern über dem jeweiligen Durchschnitt** liegen; bei **weniger als 500 Mitarbeitern meist unter dem Schnitt**.
- > Auch der **Differenzbetrag** zwischen den Firmenwagenpreisen von Fach- und Führungskräften zeigt mit stets knapp 12.000 - 15.000 Euro den **klaren Unterschied in Stellung und Verantwortung** des Mitarbeiters.



n= 378.900 Arbeitsverhältnisse

Mit zunehmendem Gehaltsniveau steigen sowohl Verbreitung als auch Bruttolistenpreise z. T. erheblich an

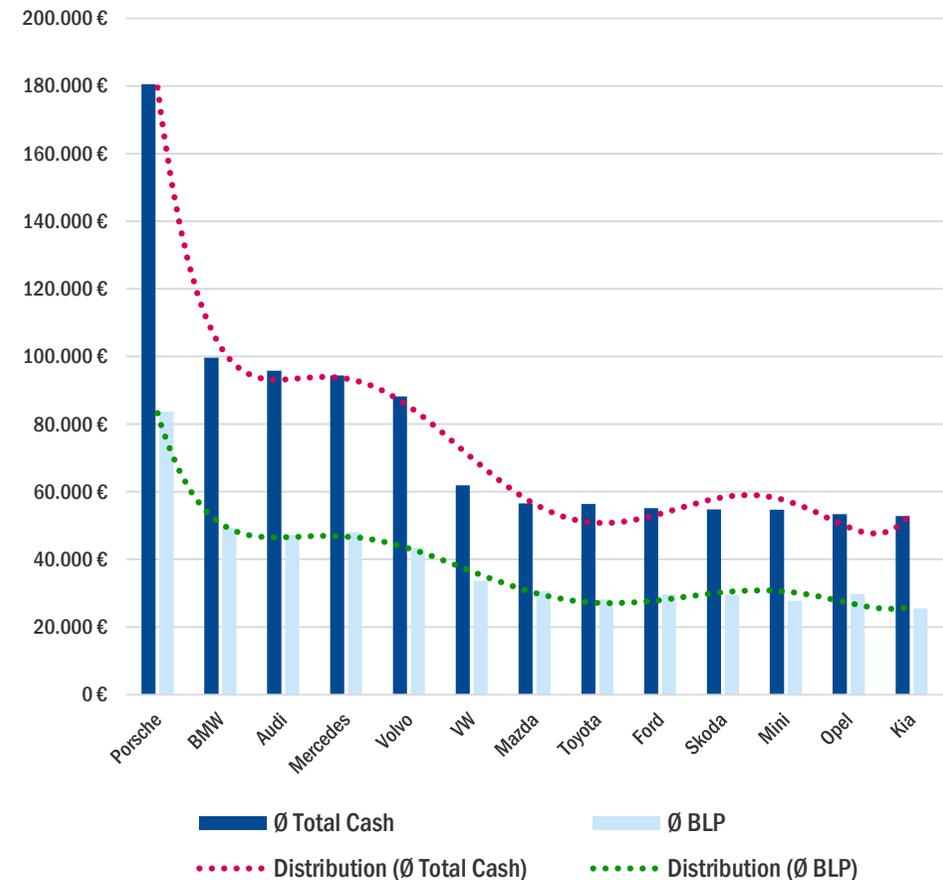
- > Es ist ein klarer Zusammenhang zwischen Gehaltsklasse und Verteilung von Firmenwagen zu erkennen - je höher das Einkommen, desto wahrscheinlicher ist es, einen Firmenwagen gestellt zu bekommen.
- > Auch der durchschnittliche Bruttolistenpreis der Firmenwagen steigt mit der jeweils korrespondierenden Gehaltsklasse – allerdings nicht immer proportional:
Liegt der Wert des Firmenwagens bei Topverdienern mit mehr als 200.000 € Einkommen p.a. mit knapp 74.000 € bei gut einem Drittel (37%) des Jahreseinkommens, so liegt der durchschnittliche Wert des Firmenwagens in der Gehaltsklasse von 30.000-40.000 €, mit über 28.000 €, bei teils bis fast zu 100%.
- > Interessant: Die Verbreitung steigt mit zunehmenden Gehalt mitunter deutlich steiler an, als die BLP:
Während die Verbreitung ab der Gehaltsklasse zwischen 90.000-110.000 Euro leicht abflacht, steigen die BLP kontinuierlich weiter. Zwischen den Gehaltsklassen 150.000-200.000 und >200.000 steigt die Verbreitung jedoch nur noch um 1,1% (70,1% – 71,2%).



n= 378.900 Arbeitsverhältnisse

Auch bei einer nach Marken differenzierten Betrachtung zeigt sich ein klarer Zusammenhang zwischen Total Cash und gewährten Bruttolistenpreisen

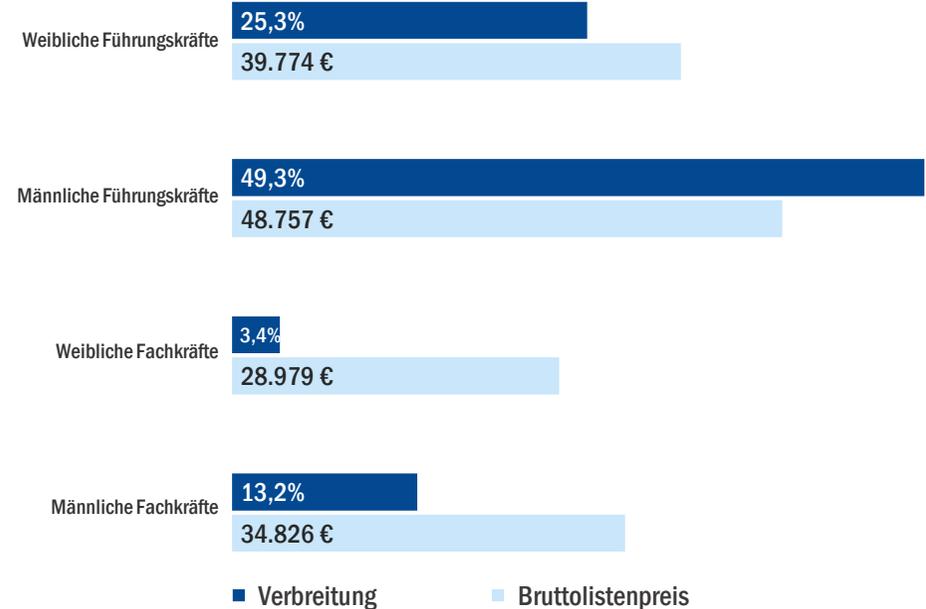
- > Bei einer nach Automarken differenzierten Betrachtung von **Total Cash** und **Bruttolistenpreisen** zeigt sich ein klarer **Zusammenhang**: je höher das Total Cash, desto höher die erlaubten BLP.
- > Im Gegensatz zur markenunspezifischen Grafik (s. Seite 14) zeigt die Verteilung eine ähnliche **Proportionalität** von Total Cash **Einkommen** und **Bruttolistenpreis** an:
- > Während Kia-Fahrer mit einem durchschnittlichen Total Cash Einkommen von 52.823 Euro einen **Firmenwagen** für 25.467 beziehen (48,2% Anteil BLP an TC), liegt hier auch der Wert eines Porsche mit 83.658 Euro **bei knapp der Hälfte (46,3%)** des jährlichen durchschnittlichen Total Cash Einkommens des jeweiligen Fahrers (TC 180.534 Euro).



n= 45.152 Firmenwagen

Männliche Mitarbeiter erhalten deutlich öfter als ihre Kolleginnen Firmenwagen, für den dann auch noch ein signifikant höheres Budget zur Verfügung steht

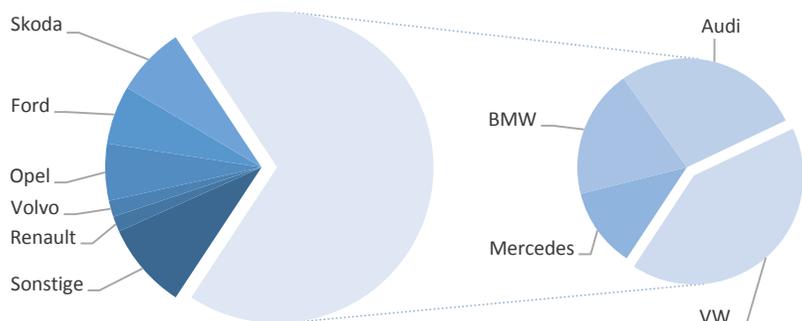
- > Neben der Entgeltlücke, die die unterschiedliche Bezahlung von männlichen und weiblichen Arbeitnehmern auf vergleichbaren Positionen beschreibt, zeigt sich auch bei der **Verteilung der Firmenwagen** eine große **Diskrepanz zwischen Männern und Frauen**.
- > Bei den **Führungskräften** bekommen fast **doppelt so viele Männer (49,3%) einen Firmenwagen wie Frauen (25,3%)**. Somit fährt gar **jede zweite männliche** und **jede vierte weibliche Führungskraft** einen **eigenen Firmenwagen**. Firmenwagen **männlicher Führungskräfte** sind im Schnitt fast **9.000 Euro teurer** als die ihrer **weiblichen Kollegen**.
- > Bei den **Fachkräften** bekommen **Männer knapp vier Mal so oft (13,2%) einen Firmenwagen wie Frauen (3,4%)**. Auch der durchschnittliche Bruttolistenpreis (BLP) liegt mit 34.826 Euro gut 6.000 Euro über dem der Frauen (28.979 Euro).
- > Die **durchschnittlichen BLP** sind bei **männlichen Führungskräften (48.757 Euro)** rund **14.000 Euro höher** als bei ihren **Kollegen auf fachlicher Ebene**, der **Unterschied bei Frauen** zwischen Fach- und Führungsebene beträgt **knapp 11.000 Euro**.



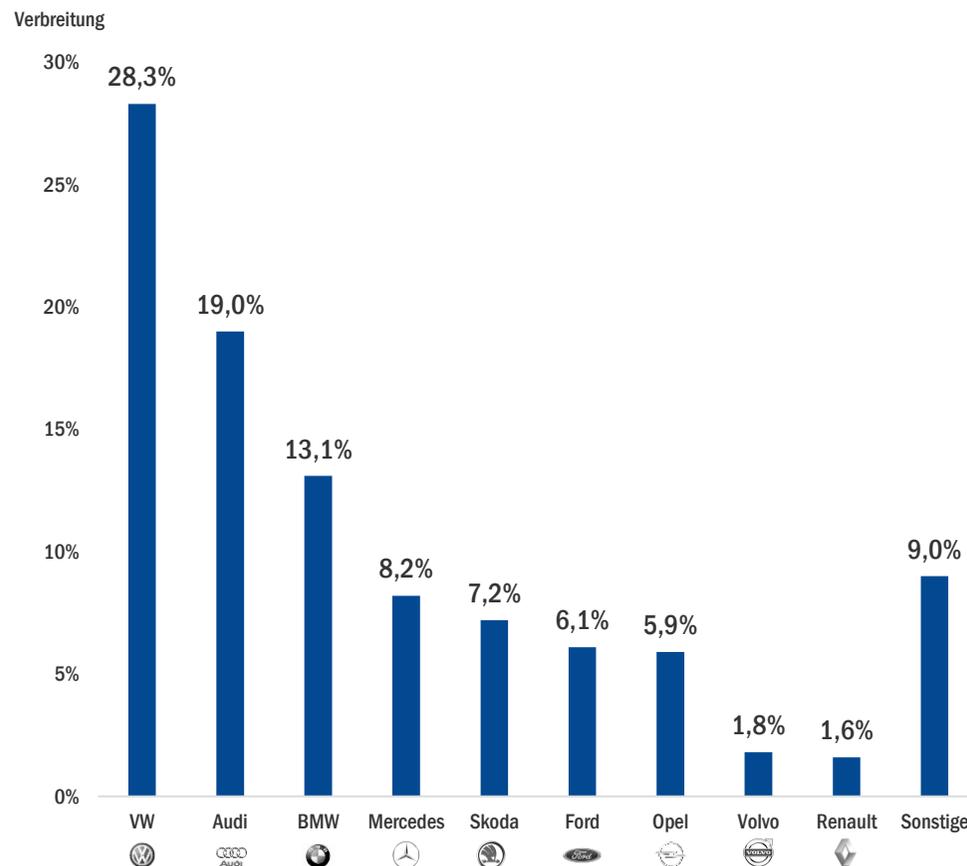
n= 378.980, davon 60,4% Männer; 39,6% Frauen

Bei der Verbreitung der Automarken ist Volkswagen immer noch der Standard; Skoda auf dem Vormarsch

- > Bei der Markenhäufigkeit ist **Volkswagen klar dominierender Marktstandard** – fast jeder dritte Firmenwagen ist ein VW (28,3%).
- > Dahinter komplettieren **Audi, BMW und Mercedes das starke Quartett** in der Markenverteilung (siehe unten). VWs Dominanz zeigt sich auch hier mit deutlichen 41,3% innerhalb dieses Quartetts. Zusammen bilden sie **bemerkenswerte 68,5% des Gesamtanteils** und zeigen damit, dass **deutsche Firmenmarken** in Deutschland weiterhin **Tradition** haben.



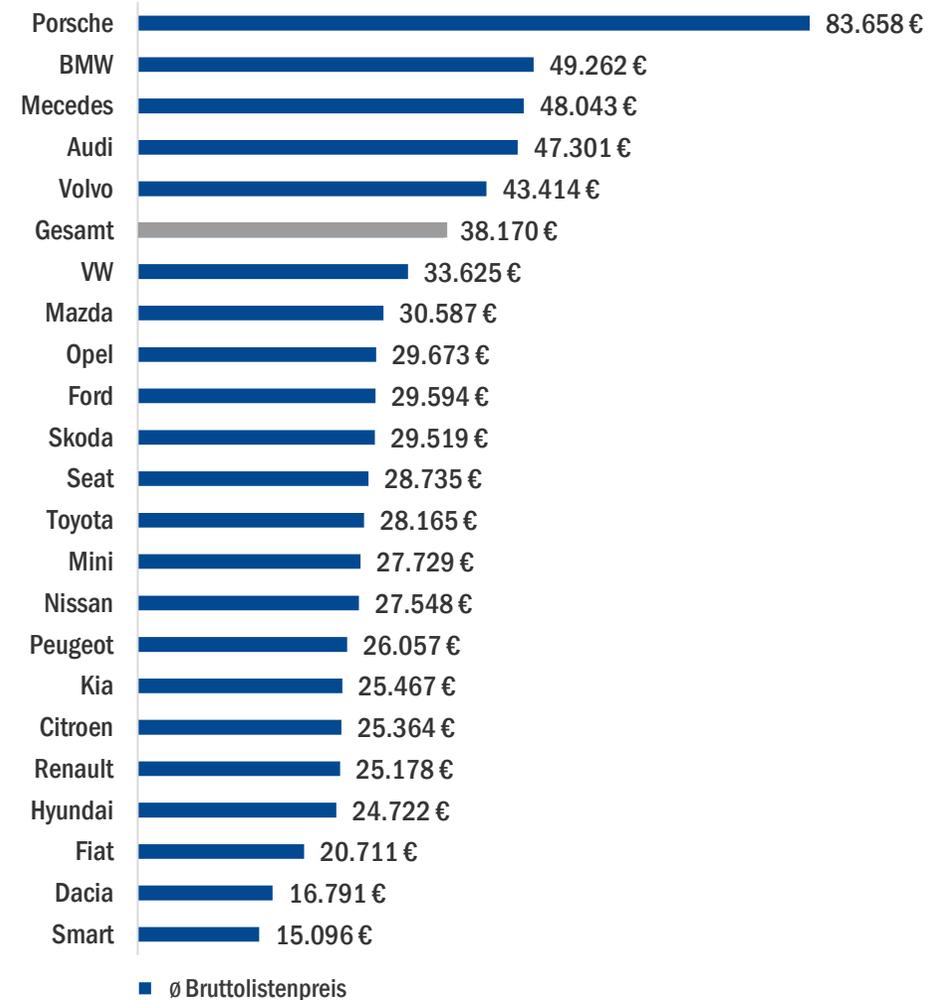
- > **Im Vergleich zum Vorjahr** sind die Zahlen in den Top 4 fast unverändert geblieben – **Skoda kann auf Platz 5** allerdings mit einem **Zuwachs von 2,2%** in der Markenverteilung aufwarten.
- > Die hier gelisteten Marken des **VW-Konzerns** stellen somit **über die Hälfte (54,5%) aller Firmenwagen** in Deutschland.



n= 45.152 Firmenwagen

Obwohl Volkswagen die am weitesten verbreitete Automarke bei Firmenwagen ist, liegen die entsprechenden Bruttolistenpreise unterhalb des Gesamtschnitts

- > Die **BLP Differenz** zwischen der **günstigsten** (15.096 Euro) und der **teuersten** (83.658 Euro) Marke **beträgt knapp 69.000 Euro**.
- > Für den **Preis eines Porsche** (83.658 Euro) lassen sich im Schnitt (\emptyset BLP) fast **sechs Smart** (15.096 Euro) kaufen.
- > Durch die **hohe Distribution** und somit Gewichtung von **VW, Audi, BMW und Mercedes** (insg. 68,5%) liegt der **BLP-Schnitt** aller Firmenwagen mit **38.170 Euro im obersten Viertel** aller gelisteten Preise.
- > Das bedeutet, dass der **Gesamtschnitt** der BLP aller Firmenwagen in deutschen Unternehmen mit **38.170 Euro** sogar gut **5.000 Euro über** dem Schnitt der am weitesten verbreiteten Marke, **Volkswagen**, liegt.
- > **Skoda** liegt mit durchschnittlichen Bruttolistenpreisen von 29.519 Euro **rund 8.600 Euro unter** dem **Gesamtdurchschnitt**.



n= 45.152 Firmenwagen



Sie sind interessiert oder haben weitergehende Fragen zum Thema oder zu Vergütungsthemen allgemein?

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine Email.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

Artur Jagiello

COP CompensationPartner GmbH

Hoheluftchaussee 18

D-20253 Hamburg

www.compensation-partner.de

presse@compensation-partner.de

Tel. 040 - 42 10 47 5-0

Fax. 040 - 42 10 47 5-25