Quiply

#3

Studie zur Mitarbeiterbindung

2021

Wussten Sie, dass die Hälfte aller Führungskräfte angibt, zu wenig Kommunikation im Unternehmen sei problematisch?

Über 1000 Befragungen hat alleine die Firma Hays durchgeführt. Die Londoner Aktiengesellschaft entwickelt seit einigen Jahren aussagekräftige Studien zum Thema Mitarbeiterbindung. So kamen sie zu dem Ergebnis, dass gut ein Drittel der befragten Führungskräfte zu wenig Zeit für ihre Führungsaufgaben hat und über 40% der Arbeitgeber sich schwer damit tun, „loszulassen“ und ihren Angestellten mehr Eigenverantwortung zu übertragen. Und gut dreihundert von eintausend Führungskräften fühlten sich schon einmal von ihrem Unternehmen zu wenig unterstützt. Offensichtlich gibt es Nachholbedarf.

Doch die Hays-Studie beschäftigt sich nicht nur mit Unternehmern, sondern stellt auch vor, welche Instrumente zur Mitarbeiterbindung am relevantesten sind — und welche am häufigsten genutzt werden.

Wie sieht es in denn wirklich in deutschen Unternehmen aus — und wo steht Ihre Firma?

Wir haben die Auswertungen der aktuellen Studie übersichtlich zusammengestellt, um Sie optimal über die derzeitige Lage im deutschsprachigen Raum zu informieren.

„Führungskräfte müssen sich bewusst sein, dass sie diejenigen sind, die durch ihr Verhalten einen erheblichen Einfluss auf die Unternehmenskultur haben. Denn emotionale Bindung wird im unmittelbaren Arbeitsumfeld erzeugt.“

Marco Nink, Gallup

Was ist eine gute Mitarbeiterbindung?

Das Mitarbeiterbindung relevant für den Unternehmenserfolg ist, davon hat wohl jeder schon einmal gehört. Die Demographie alleine wird dieses Thema in den nächsten Jahren noch erfolgsrelevanter machen. Doch obwohl sie so essenziell ist, gibt es in kaum einem Betrieb wirklich ausgearbeitete Konzepte, wie diese Mitarbeiterbindung genau auszusehen hat. Es gibt vielleicht ein Recruiting Konzept, Ablaufleitfäden zu On- und Offboarding. Aber was tun wir regelmäßig dafür, dass die **Mitarbeiterbindung** überdurchschnittlich ist in unserer Branche? Da wird es leider etwas dünn in den Antworten. Der Grund dafür: Wie solide die Mitarbeiterbindung in einem Unternehmen ist, scheint auf den ersten Blick nicht gut messbar, und erschwert deshalb die konkrete Zielsetzung. Doch es lohnt, sich mit ihr zu beschäftigen. Warum? Das sagen die nackten Zahlen:

Die drei wichtigsten HR-Themen für Unternehmen

Warum braucht es eine gute Mitarbeiterbindung?

> „Und nichts war falsch und nie ganz gut und dass war die Lücke, in die man das Leben lebte.“
>
> — Lucy Fricke, Töchter

„Fast sechs Millionen Arbeitnehmer haben innerlich gekündigt“ titelte Gallup zu den Studienergebnissen. Sie kennen diese alarmierenden Zahlen und sie sind gefühlt ob Ihrer Größe so unkonkret, dass man nicht weiß, gehört man denn dazu oder nicht. Erschreckend groß ist die Anzahl aber sicher. Die Gallup Organization, die diese Zahlen erhebt und proklamiert, ist eines der führenden Markt- und Meinungsforschungsinstitute mit Sitz in den Vereinigten Staaten und kennt auch den deutschsprachigen Raum dank aufwendiger Erhebungen. Seit dem Jahr 2001 erstellt Gallup jährlich, anhand von zwölf Fragen zum Arbeitsplatz und -umfeld, den sogenannten „**Engagement Index**“ für Deutschland. Und weil das methodisch und inhaltlich so gut gemacht ist, sollte man sich die Ergebnisse anschauen – schlicht, weil es ähnlich gute Erhebungen dieser Art im deutschsprachigen Raum nicht gibt, die man noch heranziehen könnte.

Die Studie, in der insgesamt 1.000 Arbeitnehmer befragt wurden, gibt Auskunft darüber, wie hoch der **Grad der emotionalen Bindung** von Mitarbeitern und damit das **Engagement und die Motivation** bei der Arbeit ist.

Von je 100 Beschäftigten in einem durchschnittlichen Unternehmen, haben...

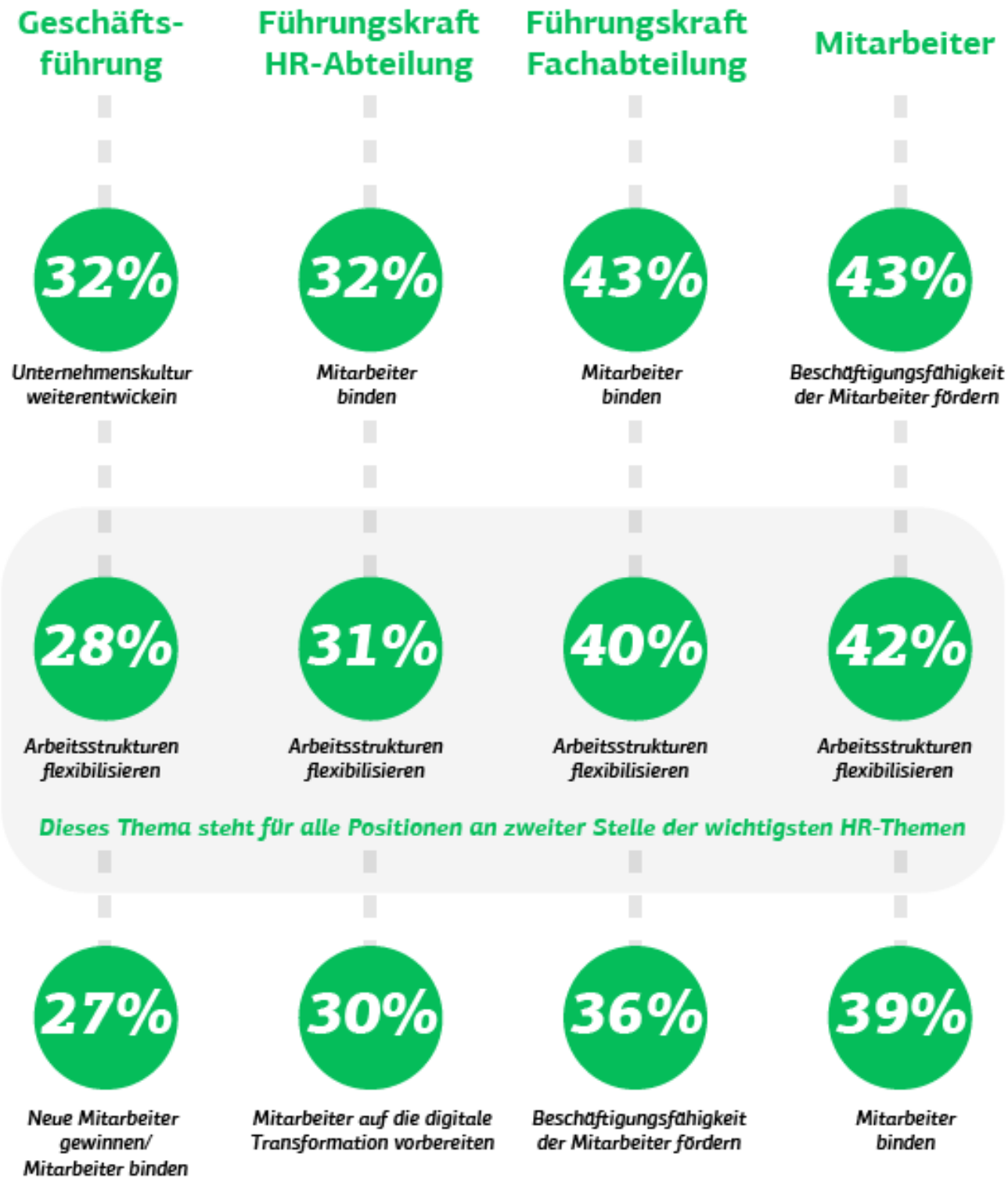
- 15 Personen eine hohe emotionale Bindung zu ihrem Betrieb
- 69 Personen eine geringe emotionale Bindung
- Und 16 Personen keine emotionale Bindung

6 Millionen Menschen sehen ihren Job als reiner Broterwerb an. Doch fragt sich, ob der hohe Anteil von **69% mit geringer emotionaler Bindung** nicht weitaus dramatischer ist. Über 25 Millionen Menschen befinden sich in Deutschland immerhin im vagen Mittelfeld, in dem sie zwar aus vielerlei Gründen zur Arbeit gehen, aber nicht so überzeugt sind von der dortigen Unternehmenskultur, dass sie den Betrieb nicht mehr verlassen wollen würden. Das wirkt sich aus, nicht nur bei der Arbeit, sondern auch in der Lebensqualität der betroffenen Personen.

Dienst ist Dienst und Schnaps ist Schnaps — dieser Satz ist wohl nicht umsonst im Deutschen zu einem Sprichwort geworden. Und er spiegelt sich auch in der Gallup-Studie wieder. Während 2001 nur knapp die Hälfte der Mitarbeiter mit ihrem Gehalt zufrieden war, sind es inzwischen schon 64%! Soviel latente Unzufriedenheit war selten. Der Anteil der Mitarbeiter, die eine hohe emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen haben, blieb seitdem fast konstant bei 15%. Hilfe, es geht also bergab und die Arbeit für Personaler wird schwieriger.

Dabei ist eine gute Mitarbeiterbindung nicht nur für den Arbeitnehmer von Vorteil. Denn das Unternehmen profitiert ebenso durch diverse Vorteile, die eine gute Mitarbeiterbindung wirklich hat:

Top-drei-HR-Themen nach Positionen



Treue

- Mitarbeiterbindung zahlt sich ökonomisch messbar aus. Von den 15%, die im Jahr 2019 angaben, eine hohe emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen zu haben, beabsichtigten fast alle, nämlich 91% der Befragten, nächstes Jahr auch noch im Unternehmen zu sein.
- 77% dieser Mitarbeiter können sich das auch noch in drei Jahren gut vorstellen.
- Andersherum wird deutlich, dass von den 16%, die 2019 angaben, überhaupt keine emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen zu haben, weniger als die Hälfte noch vorhat, das nächste Jahr in der Firma zu bleiben. Ein Angebot und der Wechsel ist beschlossen.
- Weniger als ein Drittel dieser Mitarbeiter sieht sich auch noch in drei Jahren in der Firma.
- Ungefähr jeder 10. (11% der Befragten) von ihnen sucht heute schon aktiv nach einem neuen Arbeitsplatz.

WAS WIRD DEUTLICH?

Die Arbeitgeber können sich bei einer hohen emotionalen Bindung also auf Treue und langfristige Mitarbeiter einstellen.

Geringe Fehlzeiten

Das Körper und Geist zusammenarbeiten, ist längst unumstritten. Und das wirkt sich auch faktisch auf die Zahlen aus, die in der Studie zur Mitarbeiterbindung von 2019 veröffentlicht wurden.

- Menschen, die angaben, eine hohe emotionale Bindung zu ihren Unternehmen zu haben, waren im Durchschnitt 5,2 Tage im Jahr krank. Bei Menschen, die sich nicht in die Unternehmenskultur eingebunden fühlen, lag die Anzahl der Krankheitstage fast ein Drittel höher — bei durchschnittlich 8,4 im Jahr!

WAS WIRD DEUTLICH?

Es gibt einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Mitarbeiterbindung und Krankheitstagen. Menschen, die in das Unternehmen eingebunden sind und wahrgenommen werden, fühlen sich auch weniger häufig krank. Und das kommt letztendlich auch dem Arbeitgeber und den Kollegen zugute.

Hohe Qualität

- Wer eine hohe emotionale Bindung hat zu seinem Unternehmen hat, der schätzt auch die geleistete Arbeit im Betrieb mehr.
- Rund zwei Drittel der Befragten, die sich ihrer Firma verbunden fühlen, gaben an, das Qualität in ihrem Betrieb immer oberste Priorität hat.
- Das konnten weniger als ein Viertel (21%) der Mitarbeiter bezeugen, die angaben, keine emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen
zu haben.

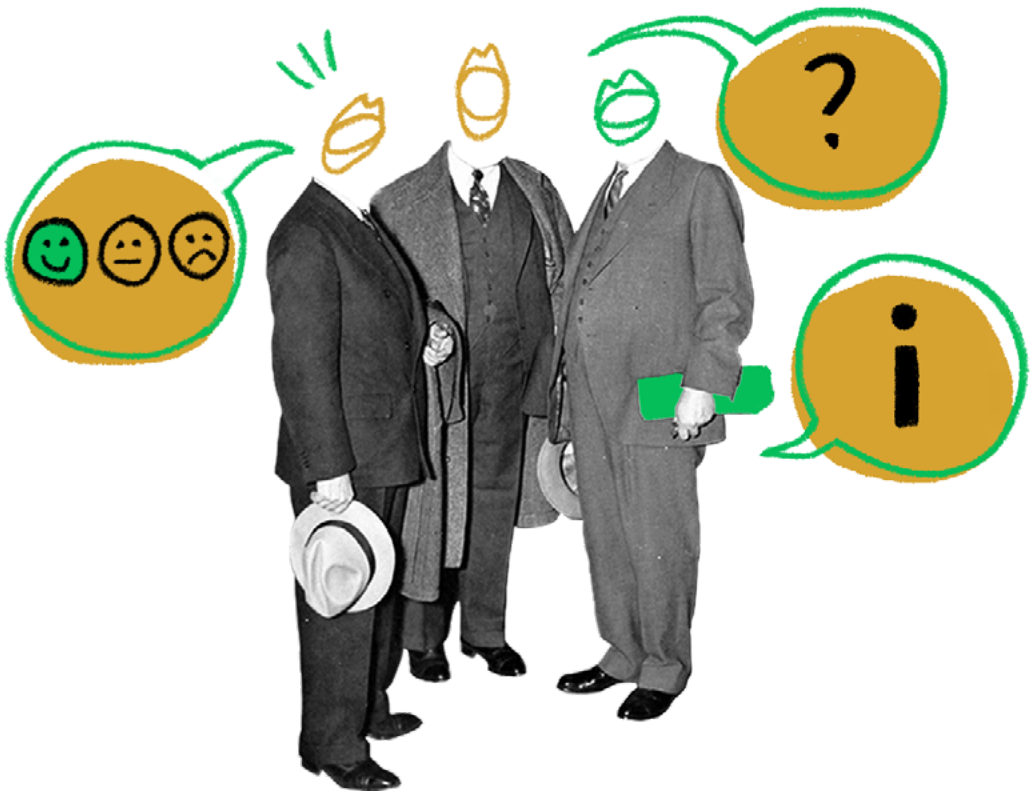
WAS WIRD DEUTLICH?

Menschen, die keine emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen haben, fühlen sich häufiger frustriert und desillusioniert von ihrer Arbeitsstelle. Und wer von der Leistung seines Unternehmens nicht überzeugt ist, der wird es auch nicht weiterempfehlen!

Auch das sollten Unternehmen beachten, denn die Rolle der eigenen Mitarbeiter als Markenbotschafter kann auch Auswirkungen auf das gesellschaftliche Ansehen und die wahrgenommene Integrität des Unternehmens haben. Mundpropaganda ist auch in Zeiten von Digitalisierung wichtig — viele legen Wert auf authentischen Verhalten und einen Betrieb, der seine Werte auch selbst lebt und weitergibt.

Markenbotschafter

- Weit über die Hälfte der Mitarbeiter, die eine hohe emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen haben, würden ihrer Familie und Angehörigen die Dienstleistungen und Produkte des Unternehmens weiterempfehlen, und auch für ihre Arbeitsstelle als hervorragenden Arbeitsplatz weiterempfehlen.
- Nur jeder 10. Mitarbeiter, der angab, seiner Arbeitsstelle innerlich nicht nahe zu stehen, würde seinen Angehörigen die produzierten Produkte, bzw. Die angebotenen Dienstleistungen
auch weiterempfehlen.
- Und nahezu alle (97%) würden ihre Firma auf keinen Fall als Arbeitsstelle weiterempfehlen.



WAS WIRD DEUTLICH?

Gerade heutzutage, wo viele mittelständische Unternehmen sowieso schon mit einer hohen Fluktuation und einem Fachkräftemangel kämpfen, sollte der Faktor des Angestellten als Markenbotschafter nicht unterschätzt werden. Und Mitarbeiter, die keine emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen haben, können seinem Ruf sogar ernstlich schaden.

Zu guter Letzt:

Emotionale Bindung zahlt sich in barer Münze aus. Die volkswirtschaftlichen Kosten aufgrund von innerer Kündigung belaufen sich auf eine Summe zwischen 105 und 122 Milliarden Euro.

Wie sieht die Mitarbeiterbindung in ihrem Unternehmen aus?

Die faktischen Vorteile einer hohen Mitarbeiterbindung stechen aus der Gallup-Studie mehr als deutlich hervor. Ergänzt werden sie von den Ergebnissen der Hays-Studie, die ähnliches besagt. Die drei wichtigsten Instrumente zur Mitarbeiterbindung sind demnach

- Ein gutes Betriebsklima
- Flexible Arbeitszeiten
- Marktgerecht Entlohnung

Das ist also das **magische Dreieck.** Wer hier punkten kann, müßte schon gut dastehen. Doch die Hays-Studie differenziert interessanterweise noch einmal zwischen der Wichtigkeit der genannten Instrumente und ihrer wahren Nutzung. Daraus lässt sich ablesen, das zwar, wie besagt, 57% der Befragten ein gutes Betriebsklima als „sehr wichtig“ einschätzen — doch nur 47% von ihnen das auch wirklich in der Praxis umgesetzt sehen. Zu Corona-Zeiten wird das noch schwieriger – das gefühlte Betriebsklima wird immer weniger fassbar, in Videokonferenzen stellt sich eine gewisse emotionale Entfremdung eben ein.

Ähnlich ist es mit der marktgerechten Entlohnung, die mit 44% Zustimmung immerhin auf Platz drei der wichtigsten Instrumente zur Mitarbeiterbindung steht, aber nur für 38% der Befragten auch umgesetzt wird.

Diese Ergebnisse der Hays-Studie machen deutlich, dass es eben nicht nur reicht, sich theoretisch mit den Zielen einer guten Mitarbeiterbindung auszukennen — sondern

dass es auch Konzepte benötigt, wie diese tatsächlich in das Unternehmen integriert
werden können.

Um Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung zu ergreifen und sie erfolgreich im Betrieb umzusetzen, ist es erstmal wichtig, **den Status Quo zu erfassen**.

Doch wie können Sie die Mitarbeiterbindung im eigenen Unternehmen messen?

Dafür gibt es zwei Möglichkeiten:

1. **Eine direkte Messung** ist zum Beispiel durch eine anonyme Mitarbeiterbefragung möglich. In dieser können Sie die aktuelle Zufriedenheit der Mitarbeiter erfassen, Feedback zur derzeitigen Unternehmensführung einholen und Verbesserungsvorschläge annehmen (bspw. durch Umfrage mit Ihrer Mitarbeiter-App)

2. **Eine direkte Messung** der aktuellen Mitarbeitermotivation lässt sich, über einen bestimmten Zeitraum, auch durch andere Faktoren auswerten. So kann die Kündigungsrate, die Fehlzeiten, die Fehlkommunikation im Unternehmen, die Arbeitsweisen und die Anzahl der eingehenden Beschwerden Aufschluss darüber geben, wie motiviert die Mitarbeiter zurzeit wirklich sind. Wer eine Statistik will, der braucht Daten wo er sie eben praktisch bekommen kann. Und Kündigungsraten oder Fehlzeiten zu ermitteln dürfte heute fast in jedem Unternehmen per Knopfdruck möglich sein.

Mehr darüber, welche Maßnahmen Sie ergreifen können, um die Mitarbeiterbindung im eigenen Betrieb zu verbessern, erfahren Sie **hier**

6 Gründe, warum sich eine großartige Mitarbeiterbindung lohnt:

1. Eine geringe Fluktuation, durch die weniger Zeit für die Einarbeitung neuer Mitarbeiter aufgebracht werden muss.

2. Eine gute Kommunikation, da die Kollegen vertrauen können und offen miteinander sprechen.

3. Ein größeres Vertrauen zwischen den Mitarbeitern und den Arbeitgebern, da sie sich länger kennen und auf die Eigenschaften des anderen genauer eingehen können.

4. Mehr Spitzenleistungen! Ein gut eingespieltes Team mit den richtigen Spitzenkräften und guter Führung erringt einfach mehr Siege als eine nicht eingespielte Thekenmannschaft voller frustrierter Amateure.

5. Ein verbessertes Kundenverhältnis, da die positive Stimmung im Unternehmen auch beim Kunden ankommt und die Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens unterstreicht.

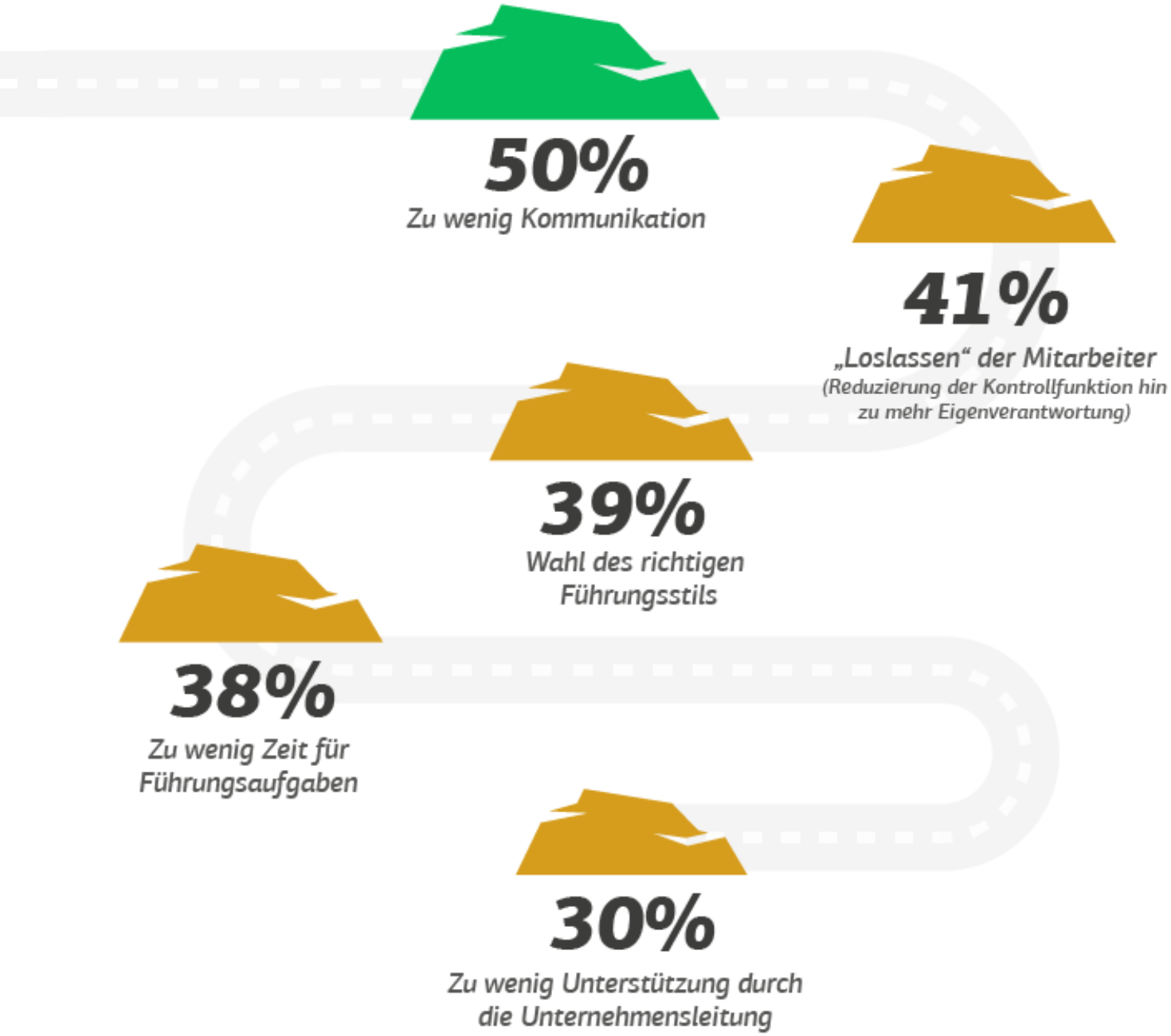
6. Ein gutes Betriebsklima und gute Unternehmenskultur, die auf Rekrutierung als auch auf die Marke nach außen hin einzahlt.

Was also jetzt tun?

- Loyalität, weniger Fehlzeiten und eine authentische Unternehmenskultur: Wie die Gallup-Studie belegt, kann eine gute Mitarbeiterbindung erheblich zu einer erhöhten Qualität im Betrieb beitragen.
- Mit der Reflexion des Status Quo in Ihrem Unternehmen sind Sie den ersten — und größten! — Schritt in Richtung Mitarbeiterbindung schon gegangen. Doch um tatsächlich etwas zu verändern, braucht es das richtige Hilfsmittel.
- Wir haben eine Liste der gängigsten Werkzeuge zur Mitarbeiterbindung und -kommunikation zusammengestellt. **Hier** können sie nachlesen, welches Tool 2020 gerade im Trend liegt.

Quiply

Die fünf grössten Stolpersteine für Führungskräfte



Was ist noch wichtig, um die Mitarbeiterbindung zu verstärken?

Die Gallup-Studienergebnisse von 2019 beleuchten nicht nur die aktuelle Situation, sondern liefern auch Informationen, darüber, was die Arbeitnehmer und -geber in Deutschland zur Zeit besonders beschäftigt.

Ganz vorne-dran ist dabei die Digitalisierung:

- Aus der Studie geht hervor, dass von tausend Unternehmen jeder zweite Arbeitnehmer das Gefühl hat, dass er sich für neue Anforderungen aufgrund der Digitalisierung weiterbilden sollte.
- Außerdem geht daraus hervor, dass besonders Millenials (also alle, die Mitte der achtziger, bis Mitte der neunziger geboren wurden) ein größeres Bedürfnis nach Weiterbildungen und Qualifizierungen haben, die vom Unternehmen gefördert werden.
- Während nur 14% der Baby Boomer Generation das starke Gefühl haben, ihre derzeitigen Fähigkeiten und Fertigkeiten ausbauen zu müssen, um in ihren aktuellen Aufgabenbereich in ihrem Unternehmen effektiver arbeiten zu können, sind es bei der Generation Y schon 21%.

Die Baby Boomer gehen natürlich gerade in die Rente, das erklärt aber genauso noch mehr den Hunger der Generation Y, digitale Techniken erst recht jetzt implementieren zu dürfen und einzusetzen. 2020 und die Pandemie hat es gezeigt: Die Digitalisierung ist extrem erfolgsentscheidend und natürlich will man darauf vorbereitet sein.

We Want To Learn — Vielseitigkeit ist gefragt:

„Die Fear of missing out (dt.: Angst, etwas zu verpassen, Akronym FoMO) ist eine Form der gesellschaftlichen Beklemmung/Angst/Besorgnis. Das Phänomen beschreibt die zwanghafte Sorge, eine soziale Interaktion (...) zu verpassen und nicht mehr auf dem Laufenden zu bleiben. Dieses Gefühl geht besonders mit modernen Technologien wie Mobiltelefonen und sozialen Netzwerken einher bzw. wird von diesen verstärkt.“

— Wikipedia zum Begriff FoMO

Obwohl wir schon längst im Zeitalter der Digitalisierung angekommen sind und wohl jeder Politiker ein Instagram-Account besitzt, hinken die deutschen Unternehmen hinterher. Ja, ein gewisser Stolz da nicht jeden Trend mitzumachen, schwingt auch durch. Aber die berechtigte Frage ist, wie man denn als Unternehmen digital kommunizieren will und zwar mit seiner Zielgruppe namens Kunde. Dass die nämlich auch im B2B Bereich in keinem Falle auch mal über soziale Medien kommuniziert, ist schon jetzt höchst unwahrscheinlich. Damit verlieren deutsche Unternehmen schlicht die Möglichkeit, mit Ihren Kunden über großartige Innovationen der Zukunft zu reden.

Die Zahlen zur Studie von 2019 bei Gallup ergeben zudem, dass die Betriebe ihre Mitarbeiter beim Thema Digitalisierung häufig alleine lassen: **Weniger als ein Drittel der Arbeitnehmer fühlt sich dahingehend ausreichend unterstützt. Ein schlechter Wert.**

Letztendlich ist es mit dem Arbeitgeber so, wie mit einem festen Partner: Wenn man das Gefühl hat, der andere findet einen zwar ganz nett, baut aber eigentlich nicht auf eine gemeinsame Zukunft — wird man ihn früher oder später verlassen. Und wer das überdramatisiert empfindet, wundert sich wahrscheinlich noch viel mehr, wenn es denn dann plötzlich der Fall ist.

Den Mitarbeitern ausreichend Möglichkeiten zu geben, sich mit dem Thema Digitalisierung und Zukunftsvisionen auf der fachspezifischen Ebene vertraut zu machen, ist inzwischen das A und O für ein gestärktes Vertrauensverhältnis zwischen Arbeitgeber und Fachkraft.

Gerade heute, wo ein generelles Bewusstsein und eine Angst da ist, „abgehängt“ und „altmodisch“ zu werden, ist es besonders wichtig, die eigene Belegschaft so gut es geht zu und zu fördern, um auch den zukünftigen Herausforderungen gewachsen zu sein und die stark gefragten Fachkräfte langfristig halten zu können. Gemeinsam muss man sich den Veränderungen stellen, auch das ist eine wichtige Botschaft: Unternehmen, die diese Herausforderungen angehen und Ihre Mitarbeiter fit machen wollen, bekommen dies zurückbezahlt von Ihren Mitarbeitern.

Und das ist auch messbar: Die Gallup-Studie belegt, dass Mitarbeiter, die sich von ihrem Unternehmen durch Zusatzqualifikationen und Weiterbildungen in diesem Bereich unterstützt fühlen, eine signifikant höhere Bindung zu ihrem Unternehmen aufbauen als jene, die sich von ihrem Arbeitgebern nicht unterstützt fühlen — was sich wiederum, wie oben erwähnt, auf die Krankheitstage, das soziale Engagement und die generelle Leistungsbereitschaft auswirkt.

Weiterbildungen — Stichwort Eigeninitiative?

Stichwort Weiterbildungen und Schulungen: Viele Unternehmen haben in diesem Bereich noch einen Nachholbedarf. Denn:

- Mit 42% ist die Eigeninitiative 2019 immer noch mit Abstand der häufigste Grund, warum Arbeitnehmer im Jahr 2018 Weiterbildungen oder Zusatzqualifizierungen absolviert haben
- Nur knapp 20% der Mitarbeiter wurden vom Unternehmen selbst ermuntert, an einer Schulung teilzunehmen — und noch weniger von Personal/ Weiterbildungsabteilungen. Warum ist da die Frage? Wir sprechen immerhin vom Boomjahr 2019, nicht dem Corona-Jahr 2020....?

Eigeninitiative ist natürlich lobenswert — doch aus der aktuellen Studie von 2019 geht auch hervor, dass Impulse, die vom Außen gegeben werden, wesentlich wirksamer sind. Wenn der Arbeitnehmer selber tätig wird, stützt das die Mitarbeiterbindung deutlich geringer, als wenn das Unternehmen aktiv wird.

> So fühlen sich Mitarbeiter, die von ihrem Unternehmen auf eine Weiterführung aufmerksam gemacht wurden, durch ihre Zusatzqualifikation noch einmal 10% besser auf die Zukunft vorbereitet als diejenigen, die sich aus freien Stücken angemeldet haben.

Hurry, Hurry, Hurry!

Nur etwas über die Hälfte aller Mitarbeiter hat 2018 überhaupt an Schulungen oder Weiterbildungen teilgenommen, um seine derzeitigen Qualifikationen zu erweitern. Oha! Das sind wirklich sehr wenige Weiterbildungen.

Das fast 17 Millionen Arbeitnehmer in Deutschland 2018 keine Weiterbildung wahrgenommen haben, liegt laut der Gallup-Studie vor allem an folgenden Punkten:

- Das Unternehmen bietet keine Schulungen- oder Weiterbildungsangebote an
- Zeitmangel
- Die Schulungen sind für die eigenen Inhalte irrelevant
- Mangel an Interesse
- Das Unternehmen hat keine klaren Leitlinien, was für Kenntnisse in Zukunft vermehrt benötigt werden

Fachkraft oder Arbeitgeber — Wer ist für die Förderung von Weiterbildungs-teilnahmen verant-wortlich?

- Nur jeder 9. Mitarbeiter, der 2018 nicht an Weiterbildungen teilgenommen hat, sieht sich selbst in der Verantwortung dafür.
- 70 von 100 Mitarbeitern sehen stattdessen das Unternehmen oder den Vorgesetzten in der Verantwortung, Impulse für Weiterbildungen zu geben.

Diese Zahlen machen deutlich, dass in Unternehmen oft fehl kommuniziert wird. Während die Vorgesetzten und das Personalmanagement sich auf die Eigeninitiative der Mitarbeiter verlässt, erwarten die Fachkräfte oftmals Impulse von der Führungsebene.

Ein Blick in die Zukunft

Nach dem Engagement Index Deutschland 2019 haben knapp die Hälfte der Mitarbeiter angegeben, ihr Unternehmen unterstütze sie wenig oder gar nicht dabei, ihre Fähigkeiten auszubauen, um neue digitale Technologien effektiv zu nutzen. Wen wundert es, dass 36% von ihnen zusätzlich angegeben haben, keine hohe emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen zu haben?

Andersherum: Von den 57% der Mitarbeiter, die das Gefühl hatten, von ihrem Unternehmen ausreichend unterstützt zu werden, um neue digitale Technologien gut nutzen zu können, haben 43% auch angegeben, eine hohe emotionale Bindung zu ihrem Unternehmen zu haben. Na also!

„In Zeiten teils leergefegter Fachkräftemärkte ist es wichtig, hoch qualifizierte Mitarbeiter zu binden. Dadurch erhalten Unternehmen die notwendige Stabilität, um in dieser schnelllebigen und von Digitalisierung geprägten Zeit wettbewerbsfähig zu bleiben“

— Klaus Breitschopf,
CEO Hays AG

Was sagt das also?

Wenn Mitarbeiter sich in ihrem Unternehmen wohlfühlen und das Gefühl vermittelt bekommen, die Firma sorgt sich auch um ihre berufliche Zukunft, entwickeln sie eine Bindung zu dem Unternehmen.

Die Gallup-Studie 2019 kommt dabei zu folgendem Schluss:

- Unternehmen müssen im Zeitalter der Digitalisierung stärker auf die emotionalen Bedürfnisse der Mitarbeiter/innen achten.
- Unternehmen müssen eine Fort- und Weiterbildungsstrategie entwickeln, die sich aus ihrer Digitalisierungsstrategie ableitet.
- Unternehmen haben eine große Chance und können durch eine Fort- und Weiterbildungskultur die emotionale Bindung der Mitarbeiter/innen deutlich erhöhen.
- Fort- und Weiterbildungsimpulse sollten „Chefsache“ sein.

Das ist eigentlich doch sehr positiv: Der Schlüssel zum Unternehmenserfolg sind eigentlich qualifizierte Mitarbeiter. Und dazu muss man diese nicht drängen, denn die Mitarbeiter selbst wissen ob dieser Bedürfnisse. Also sollte man Ihnen aus eigener Initiative heraus Angebot hierzu machen und das zahlt sich in erhöhter Mitarbeiterbindung wie auch qualifizierteren und damit auch hoffentlich produktiveren Fachkräften aus.

Geeignete Instrumente zur Mitarbeiterbindung

Instrumente	Wichtigkeit	Nutzung
Gutes Betriebsklima	57%	47%
Flexible Arbeitszeiten	46%	43%
Marktgerechte Entlohnung	44%	38%
Interessante Aufgaben	38%	36%
Beschäftigungssicherheit	38%	37%
Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben	36%	32%
Gute Karriereperspektiven	34%	22%
Betriebliche Zusatzleistungen	25%	32%
Mobile Arbeit (Homeoffice, Arbeiten von unterwegs...)	25%	25%
Personalentwicklung (stärkenorientierte Förder - und Entwicklungsprogramme	22%	22%
Differenziertes Führungsverhalten je nach Mitarbeiter und Situation	15%	26%
Reputation des Arbeitgebers	15%	19%
Maßnahmen zur Gesundheitsförderung	15%	24%

Quiply

Bessere Kommunikation ist ein erster Schritt

Was ist denn nun die allerwichtigste Maßnahme, die ergriffen werden kann, um die Mitarbeiterbindung zu stärken? Das lässt sich schnell sagen: Es gibt sie nicht — vielmehr kommt es auf das Zusammenspiel verschiedener Faktoren an.

Belegt wird das durch die Hays-Studie 2018, die ebenfalls nach den wichtigsten HR („Human Resources“) Themen für Unternehmen gefragt hat. Heraus kam die Kombination aus drei großen Blöcken:

- Für 37% der Befragten ist die Mitarbeiterbindung am wichtigsten
- Für 36% ist das oberste Ziel, die Arbeitsstrukturen zu flexibilisieren
- Für 33% hat es die höchste Priorität, die Beschäftigungsfähigkeiten der Mitarbeiter zu fördern

Es lässt sich also gesichert sagen: Eine gute Mitarbeiterbindung beruht letztendlich auf einer erfolgreichen Kommunikation, so dass alle Bereiche konkret angepackt werden können. Ganz gleich, ob es dabei um Weiterbildungen, Gehaltsverhandlungen, veränderte Arbeitszeiten oder individuelle Feedbackgespräche geht. Wenn Sie die Mitarbeiterbindung in Ihrem Unternehmen verbessern möchten, lohnt es sich, das richtige Tool für die interne Kommunikation in Ihrem Betrieb zu finden.

Die zeitgemäße Form hierzu wäre eine Mitarbeiter-App. Diese wäre für Ihren Betrieb das richtige, wenn Sie...

- ...die Mitarbeiterbindung in Ihrem Unternehmen signifikant und effizient verbessern möchten
- ...die Sorgen Ihrer Belegschaft vor einer ungewissen Zukunft (gerade jetzt in Zeiten der Pandemie) eindämmen möchten
- ...das Vertrauen in Ihre Führungsqualitäten gerade jetzt in der Krise unter Beweis stellen wollen
- ...Wissen nachhaltig bündeln möchten, um die Arbeit effizienter zu gestalten und Frustration vorzubeugen. Denn Dokumente, Protokolle und Kontaktdaten können in der App abgespeichert, und jederzeit wieder gefunden werden. Das kann langfristig Laufwege verkürzen und Arbeitszeit einsparen
- ...wirtschaftliche Erfolge mit Ihrer Belegschaft teilen, und visuell feiern möchten um die allgemeine Zufriedenheit zu steigern — auch während des Home Offices

- ...ganz einfach Umfragen erstellen möchten, mit denen sich alle Mitarbeiter erreichen lassen. Es sind die kleinen Dinge, die die interne Kommunikation maßgeblich verbessern, Missverständnisse vorbeugen und langfristig für eine gelungene Unternehmenskultur sorgen

- ...Ihr Unternehmen weiter wachsen und fortschrittsorientiert arbeiten soll: Eine Mitarbeiter-App unterstreicht diese engagierte Einstellung, denn besonders junge Leute fühlen sich von der digitalen Kommunikation angesprochen und haben Lust auf eine lebensnahe, effiziente Arbeitsweise

Durch das zeitgemäße Kommunikationswerkzeug sind sowohl Mitarbeiter, als auch Führungskräfte digital miteinander verbunden, können Entscheidungsprozesse transparent gestalten und die Unternehmensidentifikation nachhaltig stärken. Und damit sollte man nicht zulange warten. Wir sind gespannt, ob die Gallup-Studienergebnisse von 2021 dann dank vielseitiger Initiativen (und ohne Corona) wieder besser aussehen....

Über den Autor

Quiply ist die No. 1 Mitarbeiter-App.

Exzellente interne Kommunikation ist einer der maßgeblichen Treiber für hohe Mitarbeiterbindung und Motivation. Die zeitgemäße technische Lösung für bessere Verständigung, gutes Betriebsklima und schnelle Reaktion sind Mitarbeiter-Apps: Mobil, in Echtzeit und besonders einfach in der Nutzung. So erreichen Sie wirklich jeden und verbinden alle, um gemeinsam mehr zu erreichen. Über 250 Unternehmen nutzen bereits Quiply und verbessern damit die interne Kommunikation. Fragen Sie uns gerne nach Referenzen in Ihrer Nähe.

Mehr unter **www.quiply.com**

Kontakt

Quiply Technologies GmbH
Elsaßstraße 40
50677 Köln
Deutschland

Tel: +49 (0) 221 975 815 10
Email: hello@quiply.com
Website: www.quiply.com