

Achievers

Mitarbeiterstrategien für eine neue Arbeitswelt:

ZURÜCKGEWINNEN, ANERKENNEN, BELOHNEN, BINDEN.

Ein Bericht von Achievers



EINFÜHRUNG

Angesichts der Diskussionen wann und wie wir nach der Pandemie an unseren Arbeitsplatz zurückkehren, stehen Arbeitgeber vor einigen wichtigen Entscheidungen.

In Großbritannien haben Nachforschungen der BBC ergeben, dass der Großteil der Blue Chip-Arbeitgeber zukünftig Remote-Tätigkeit unterstützen wird. Gleichzeitig gehen 52 % der CEOs in Deutschland davon aus, dass ihre Unternehmen Büroflächen reduzieren werden, da voraussichtlich auch in Zukunft mehr Mitarbeiter von Zuhause aus arbeiten¹.

Jeder kennt mit Sicherheit Umfragen unter Führungskräften zur Organisation der Arbeitswelt nach der Pandemie. Aber was denken die Mitarbeiter?

Das ist eine entscheidende Frage. Ohne das Feedback der Mitarbeiter werden Unternehmen nicht herausfinden, was ihre Belegschaft davon hält, ins Büro zurückzukehren. Und dieses mangelnde Wissen verursacht Lücken in ihren Strategien für Anerkennung, Belohnung und Mitarbeiterbindung. Das führt wiederum dazu, dass sich die besten Talente nicht zum Unternehmen zugehörig fühlen und sich nach anderen Optionen umsehen.

Achievers möchte Unternehmen in dieser Zeit einer sich schnell wandelnden Unternehmenskultur unterstützen und hat daher 2.000 Mitarbeiter in den wichtigen europäischen Märkten Deutschland und Großbritannien befragt. Wir stellen in diesem Bericht ihre Einstellungen zum Arbeitsleben vor und nennen Lösungen für verschiedene Probleme im Zusammenhang mit dem durch Corona verursachten Umbruch.

1. <https://www.conference-board.org/pdfdownload.cfm?masterProductID=23597>



Hier einige unserer Ergebnisse:

- Zwar möchte weniger als die Hälfte aller Arbeitnehmer ihren aktuellen Arbeitsplatz aufgeben, viele können jedoch keine Gründe für ihr Bleiben nennen. Das legt die Schlussfolgerung nahe, dass sie sich in einer Art Parkposition befinden und darauf warten, dass ein anderer Arbeitgeber ihnen eine lohnendere Position anbietet.
- Jüngere Mitarbeiter fühlen sich stärker verunsichert, unterbewertet und ungehört als ihre älteren Kollegen. Das ist ein gefährlicher Trend, der dazu führen kann, dass künftige Top-Talente weiterziehen.
- Jüngere Generationen sind außerdem von Burnout bedroht. Viele werden in eine Art "Präsentismus" gedrängt und verspüren Druck, aus dem Home Office produktiver sein zu müssen. Für die Mitarbeiterbindung ist es entscheidend, ihnen diesen Druck zu nehmen.
- Die Entfremdung von Kollegen mit dem Unternehmen ist weit verbreitet, gepaart mit dem Gefühl mangelnder Wertschätzung von Managementseite. Mitarbeiter möchten trotzdem gerne ihre Wahrnehmung der Unternehmenskultur schildern, auch wenn sie häufig das Gefühl haben, dass ihr Feedback ignoriert wird. Wenn sie Anerkennung erfahren, arbeiten sie gerne mit mehr Einsatz.

Die Ergebnisse unserer Untersuchung legen nahe, dass Arbeitgeber an einer wichtigen Wegscheide stehen und die Bedenken der Mitarbeiter besser verstehen und stärker berücksichtigen müssen. Das Zuhören und Reagieren auf diese sehr unterschiedlichen Anliegen und die Bereitstellung eines Programms zur Anerkennung und Belohnung sollte ganz oben auf der Tagesordnung jeder Vorstandsetage stehen.

Die globale Arbeitswelt durchläuft einen tiefgreifenden Wandel und erfordert neue Strategien zur Förderung des Engagements, der gemeinsamen Ausrichtung und der wirtschaftlichen Leistung.

Nur dann können Unternehmen eine starke Verbindung zu ihren Mitarbeitern aufbauen und Vertrauen, Loyalität und Produktivität stärken.

Die globale Arbeitswelt durchläuft einen tiefgreifenden Wandel und erfordert neue Strategien zur Förderung des Engagements, der gemeinsamen Ausrichtung und der wirtschaftlichen Leistung.

ANALYSE: DIE ARBEITSKULTUR IM WANDEL - WAS DIE MITARBEITER ERWARTEN



AUF DER SUCHE NACH EINER NEUEN HERAUSFORDERUNG

Vor dem Hintergrund der noch nicht lange zurückliegenden verunsichernden Erlebnisse der Pandemie kann man es keinem Mitarbeiter übel nehmen, wenn er nach neuen Möglichkeiten sucht. Es gibt jedoch auch die gegensätzliche Haltung, dass es in einer unsicheren Arbeitsmarktsituation angeraten ist, an dem festzuhalten, was man hat.

Die Befragten kämpfen eindeutig mit diesen Fragen. Insgesamt haben sich 41 % in anderen Unternehmen beworben oder haben dies nach der Pandemie vor².

Bei der Frage, den Job wechseln oder lieber bleiben, lässt sich ein demografischer Unterschied ausmachen: je jünger Mitarbeiter sind, desto höher ist die Bereitschaft zum Wechsel:

41 % haben sich woanders beworben oder haben dies nach überstandener Pandemie vor.

MITARBEITER, DIE SICH FÜR EINE NEUE STELLE BEWERBEN ODER DIES VORHABEN

	GROßBRITANNIEN	DEUTSCHLAND
16-24	78 %	71 %
25-34	56 %	54 %
35-44	41 %	37 %
45-54	26 %	27 %
55+	21 %	14 %

2. Der Wert beträgt 43 % in Deutschland und 39 % in Großbritannien.

GRÜNDE FÜR EINEN WECHSEL

Vielleicht wenig überraschend inmitten eines solchen Umbruchs und in Anbetracht der persönlichen Lebensumstände wurde in Großbritannien als Hauptgrund für einen Wechsel das Streben nach einer besseren Work-Life-Balance genannt (28 %). Dieser Grund spielte in Deutschland nur bei halb so vielen Arbeitnehmern eine Rolle (14 %). Diese wünschten sich eher eine bessere Bezahlung und mehr Zusatzleistungen (24 %).

Der Wunsch, Berufs- und Privatleben in Einklang zu bringen, ist generationenübergreifend. 22 % der Altersgruppe zwischen 16 und 24 gibt dies als den Hauptgrund für einen Wechsel an. Bei der Altersgruppe ab 55 ist es immer noch über ein Viertel (26 %). Bei den Altersgruppen 35–44 und 45–54 ist der Hauptgrund für einen Wechsel jedoch eine bessere Bezahlung und mehr Zusatzleistungen (22 % in beiden Gruppen).

Die Befragten in Großbritannien scheinen ihre bisherige Routine besonders leid zu sein. Ein Drittel der Befragten im Alter zwischen 25 und 34 (33 %) sowie 27 % der Arbeitnehmer in den Altersgruppen 35–44 und ab 55 wünschen sich eine bessere Work-Life-Balance.

In Deutschland ist dagegen eine bessere Vergütung der Hauptgrund für einen Wechsel. Je älter die Befragten sind, desto eher ist das der Grund. 40 % der Mitarbeiter ab einem Alter von 55 suchen nach einer besseren Bezahlung und mehr Vorteilen. Dagegen ist das nur bei 19 % der Altersgruppe 16–24 der Fall.

BLEIBEN ODER WECHSELN?

Ein beachtlicher Anteil der Befragten, die bisher noch keinen Wechsel in Betracht gezogen haben, konnten keinen überzeugenden Grund dafür nennen, bei ihrem aktuellen Arbeitgeber zu bleiben. Diese Tatsache sollte Unternehmen aufrütteln.

Ein Viertel der Befragten in Großbritannien gibt keinen Hauptgrund für ihr Bleiben an. Das ist die zweithäufigste Antwort hinter der Work-Life-Balance (26 %). In Deutschland geben 17 % an, dass ihnen kein Grund für ihr Bleiben einfällt. Das ist hinter der Zufriedenheit mit ihrer aktuellen Vergütung und ihren Vorteilen (19 %) die zweithäufigste Antwort.

Insgesamt lautete die häufigste Antwort, dass es keinen eindeutigen Grund gäbe, zu bleiben (21 %). Das ist bei den über 55-Jährigen die häufigste Antwort (24 %) und auch die häufigste in der Altersgruppe von 16 bis 24 (20 %).

Eine genauere Befragung der jüngsten Altersgruppe ergab, dass 20 % der deutschen Teilnehmer aufgrund einer engen Beziehung zu ihrem Vorgesetzten bleiben. In Großbritannien nannte der größte Prozentsatz (19 %) Anerkennung als Grund.

Das alles deutet auf möglicherweise große Probleme für Arbeitgeber hin. Die Antworten offenbaren einen großen Anteil Mitarbeiter, die keinen überzeugenden Grund sehen, loyal zu sein, und möglicherweise bereit sind, eine neue Stelle anzunehmen, sobald das richtige Angebot kommt.

Der Hauptgrund für einen Wechsel ist eine bessere Bezahlung und mehr Zusatzleistungen.

Ein großer Anteil Menschen hat keinen überzeugenden Grund, loyal zu sein und ist möglicherweise bereit, eine neue Stelle anzunehmen, sobald das richtige Angebot kommt.

WARUM SCHALTEN MITARBEITER AB?

Während sechs von zehn der Befragten insgesamt (62 %) angeben, in ihrer aktuellen Position sehr oder durchaus engagiert zu sein, sind fast vier von zehn Mitarbeitern durchschnittlich oder nicht engagiert. Großes Engagement ist in der Altersgruppe zwischen 16 und 24 am seltensten zu finden (59 %). Während das Engagement in Großbritannien in allen Altersgruppen eher stabil bleibt, nimmt es in Deutschland mit zunehmendem Alter eindeutig ab.

Dagegen bezeichnen sich 67 % der Arbeitnehmer in Deutschland als sehr oder durchaus engagiert. Das ist in Großbritannien bei 58 % der Fall. Detaillierter betrachtet halten sich 41 % der deutschen Arbeitnehmer für sehr engagiert im Vergleich zu 24 % in Großbritannien.

Aber allein das Engagement der Mitarbeiter zu kennen, reicht nicht aus. Die Gründe für das Abschalten der Mitarbeitenden zu kennen, kann den Unterschied zwischen Bleiben oder Wechsel ausmachen.

38 % der Befragten geben an, dass es für sie kein wesentliches Hindernis für ihr Engagement bei der Arbeit gibt. Andere nennen dagegen starke Gründe für den Verlust der Zugehörigkeit und Loyalität gegenüber ihrem Unternehmen:

GRÜNDE FÜR MANGELNDES ENGAGEMENT VON MITARBEITERN

	ALLE BEFRAGTEN (%)	GROßBRITANNIEN	DEUTSCHLAND
Mangelnde Wertschätzung	23	20	26
Fehlende Karrierechancen	21	18	24
Mangelnde Wahrnehmung von/ Reaktion auf Feedback durch das Management	19	19	19
Fehlendes Vertrauen in Führungskräfte	16	16	16
Beziehung zum Vorgesetzten	14	12	15

Das ist eine Fülle an Klagen. Führungskräfte hören nicht auf Feedback, daher fühlen sich Mitarbeiter unterbewertet, was wiederum zu schwindendem Vertrauen und beschädigten Arbeitsbeziehungen führt.

Und diese Gefühle sind bei jüngeren Mitarbeitern stärker ausgeprägt. In Deutschland ist das Gefühl mangelnder Wertschätzung in der Altersgruppe zwischen 16 und 24 das größte Hindernis für Engagement (28 %). In Großbritannien wird nicht gehörtes oder übersehenes Feedback am häufigsten genannt (32 %).

Manager ignorieren diese Wahrnehmungen zu ihrem eigenen Nachteil.

Wenn Sie die Gründe für das Abschalten kennen, kann dies den Unterschied zwischen Bleiben oder Wechsel bedeuten.



WARUM STEIGERT ANERKENNUNG PRODUKTIVITÄT?

Wenn fast ein Viertel aller Mitarbeiter (24 %) der Meinung ist, dass sie für ihre Arbeit von ihrem Vorgesetzten oder dem Unternehmen nicht die Anerkennung erhalten, die sie verdienen, ist es wichtig zu verstehen, wie sich dies auf Zufriedenheit und Motivation auswirkt.

Der Großteil der Arbeitnehmer ist zwar mit dem Maß an Anerkennung für ihre Leistung zufrieden, trotzdem fühlen sich zahlreiche Mitarbeiter nicht ausreichend wertgeschätzt. Ein ähnlicher Anteil der Befragten (24 %) gibt an, dass ihre Vorgesetzten ihre Arbeit nicht wertschätzen, und weitere 19 % sind unsicher, ob dies der Fall ist oder nicht.

In Großbritannien fühlen sich 29 % insgesamt nicht ausreichend wertgeschätzt, während sich ein Drittel in der Altersgruppe 16 bis 24 nicht genügend geschätzt fühlt. In Deutschland sieht es ähnlich aus. Ein Viertel in der jüngsten Altersgruppe gibt an, ihre Arbeit würde nicht geschätzt. Das ist der höchste Wert aller Altersgruppen.

Mitarbeiter sagen uns, dass es zahlreiche Möglichkeiten gäbe, die Wertschätzung zu zeigen. Das reicht von Anerkennung durch Vorgesetzte (20 %) über Danksagungen von Kunden (16 %) und Anerkennung durch Kollegen (14 %) bis hin zu Anerkennung durch leitende Führungskräfte (13 %).

Mitarbeiter in Großbritannien schätzen Anerkennung von den Kunden am meisten (18 %). Darin spiegelt sich die Dominanz der Dienstleistungsbranche des Landes wider. Die deutschen Befragten wünschen sich persönliches Lob von ihrem direkten Vorgesetzten (23 %).

In der Altersgruppe zwischen 16 und 24 möchten Deutsche ihre Erfolge nach außen kommunizieren, während für junge Mitarbeiter in Großbritannien die Anerkennung von Kunden und Vorgesetzten am wichtigsten ist.

Zahlreiche Mitarbeiter fühlen sich nicht ausreichend wertgeschätzt. 24 % der Befragten geben an, dass ihre Vorgesetzten ihre Arbeit nicht wertschätzen, und weitere 19 % sind unsicher, ob dies der Fall ist oder nicht.

SO MÖCHTE DIE ALTERSGRUPPE 16 BIS 24 IM VERGLEICH ZU ALLEN ALTERSGRUPPEN ANERKENNUNG ERFAHREN

	ALLE BEFRAGTEN (%)	GROßBRITANNIEN	DEUTSCHLAND
Anerkennung durch direkte Vorgesetzte	20	12	15
Anerkennung durch Kunden	17	21	16
Finanzielle Belohnung	15	15	10
Anerkennung durch Kollegen	14	8	20
Anerkennung durch leitende Führungskräfte	13	19	15
Nichts	11	10	3
Anerkennung vor dem Unternehmen	10	15	20

Offensichtlich werden Mitarbeiter durch viele verschiedene Faktoren motiviert. Das heißt, dass eine Anerkennungs- und Belohnungsstrategie entwickelt werden muss, in die all diese unterschiedlichen Aspekte einfließen.

Die Vorteile durch Mitarbeiter, die sich wertgeschätzt fühlen, sind einfach zu erkennen. Ein Drittel aller Arbeitnehmer (33 %) arbeitet härter, wenn ihre Anstrengungen anerkannt werden. 26 % geben an, dass ein Unternehmen mit einer ausgeprägten Anerkennungskultur ein attraktiver Arbeitgeber ist.

Die Fähigkeit, Kollegen zu loben, ist für 21 % ebenfalls wichtig. Angesichts von 18 %, die sich bedeutsameres Lob wünschen, scheint es durchaus noch ein weiter Weg zu richtiger Anerkennung und Belohnung zu sein.

AUSSEN VOR: FEEDBACK-FRUSTRATION

Wir haben gesehen, dass Feedback für viele Mitarbeiter ein wesentlicher Baustein für Zufriedenheit ist. Sie haben das Gefühl, dass es nicht genug Feedback gibt und dass selbst dann, wenn es genügend gibt, die Manager nicht danach handeln.

Fast die Hälfte der Arbeitnehmer (49 %) hat uns mitgeteilt, dass sie nicht um Feedback bezüglich einer besseren Mitarbeitererfahrung in ihrem Unternehmen gebeten wurden. Aber hier ist das Problem: Der Anteil derjenigen, die angaben, nach ihrer Meinung gefragt zu werden, war für alle anderen abgefragten Probleme geringer.

Das heißt, dass Arbeitgeber nur eine Minderheit der Arbeitnehmer nach ihrem Feedback zu folgenden Themen gefragt haben:

- Ethische/soziale Gerechtigkeit (37 %)
- Diversität und Inklusion (41 %)
- Vorlieben für Hybrid-Arbeitsmodelle nach der Pandemie (42 %)
- Verbesserung der Kultur während der Coronakrise (45 %)

Mitarbeiter äußern sich eher positiv darüber, wie Vorgesetzte auf gegebenes Feedback reagieren, 73 % bewerten das Vorgehen als sehr gut oder eher gut. Die Altersgruppe zwischen 18 und 24 äußert sich hierbei am positivsten. 81 % stellen ihren Vorgesetzten ein gutes Zeugnis aus.

Arbeitgeber scheinen sich jedoch eher an den Meinungen jüngerer Arbeitnehmer zu orientieren als an denen ihrer älteren Kollegen, die die Bemühungen ihrer Vorgesetzten bei der Umsetzung von Feedback als eher suboptimal bezeichnen.

Und circa drei von zehn Mitarbeitern in den Altersgruppen 35–44, 45–54 und über 55 sind mit der Umsetzung von Feedback unzufrieden. Wir nennen das "Untätigkeits-Fatigue".

Es gibt weit verbreitet Bedenken, dass häufigere Befragungen zu einer Umfragemüdigkeit führen könnten. Untersuchungen haben jedoch ergeben, dass Mitarbeiter gerne weiter Feedback geben, wenn Unternehmen die Umfrageergebnisse als Handlungsimpuls nutzen. Wenn Arbeitgeber immer wieder Fragen stellen aber das erhaltene Feedback nicht umsetzen, fühlen sich Mitarbeiter nicht gehört und nicht wertgeschätzt. Das kann unter Umständen dazu führen, dass sie sich nicht mehr an diesen Umfragen beteiligen.

Ungefähr ein Fünftel der Mitarbeiter (20 % in Großbritannien, 19 % in Deutschland) sagt, dass ihre Arbeitgeber Feedback nicht gut umsetzen. Ein Großteil der Befragten hat zwar das Gefühl, zumindest gefragt zu werden, wie das Mitarbeitererlebnis verbessert werden kann, aber es scheint noch ein langer Weg zu sein, bis sichergestellt ist, dass alle gehört werden.

Ein Großteil der Befragten hat das Gefühl, zumindest gefragt zu werden, wie das Mitarbeitererlebnis verbessert werden kann, aber es scheint noch ein langer Weg zu sein, bis sichergestellt ist, dass alle gehört werden.



KEINE PANIK IN DER PANDEMIE

Fast die Hälfte der Arbeitnehmer (45 %) gab an, dass ihr Unternehmen mitten in der Pandemie ihre Meinung zur Unternehmenskultur hören wollte. Es sieht danach aus, dass Unternehmen in dieser schwierigen Zeit die Kultur verbessern wollten. 19 % der Mitarbeiter geben an, dass sie sich verbessert hat, 59 % sehen sie unverändert und weniger als einer von sechs Mitarbeitern stuft sie als schlechter ein (16 %).

Diese Empfindungen waren in Großbritannien und Deutschland ähnlich. Sie unterscheiden sich jedoch für die verschiedenen Altersgruppen. In Großbritannien sagen in der Altersgruppe 16 bis 24 23 %, dass sich die Kultur seit Beginn der Pandemie verschlechtert hat. Das sind etwas mehr als in der Gruppe mit der zweit schlechtesten Bewertung, der Altersgruppe zwischen 25 und 34. Da sind es 17 %.

Unter den Befragten in Deutschland gaben doppelt so viele in der Altersgruppe zwischen 16 und 24 an, dass sich die Kultur verbessert (30 %) und nicht verschlechtert (15 %) hat. In der Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen herrscht die größte Unzufriedenheit über Veränderungen (21 %).

Insgesamt ist es den Unternehmen ganz gut gelungen, die Verbindung der Mitarbeiter untereinander und mit dem Unternehmen aufrechtzuerhalten. Nur einer von fünf Befragten fühlt sich seit Beginn der Pandemie stärker vom Unternehmen distanziert, 21 % fühlen sich enger verbunden und 55 % nehmen keine spürbare Veränderung wahr. In Großbritannien nimmt die Verbindung mit zunehmendem Alter ab: 30 % in der Altersgruppe zwischen 16 und 24 fühlen sich stärker verbunden. Das gilt jedoch nur für 16 % in der Altersgruppe zwischen 45 und 54.

Digitale Aspekte könnte hier eine entscheidende Rolle spielen. Jüngere Altersgruppen haben den Umstieg auf die digitale Zusammenarbeit möglicherweise besser verkräftet. In jedem Fall ist es für Unternehmen wichtig, immer zu bedenken, dass es nur selten die eine Kommunikationsstrategie gibt, die für alle Unternehmen und alle Mitarbeiter passt.

DIE GEFAHREN DES PRÄSENTISMUS

Auch wenn weniger als ein Viertel der Arbeitnehmer (23 %) davon ausgeht, dass ihre Vorgesetzten ihre Produktivität in einem neuen Zeitalter des Remote-Arbeitens mit Argusaugen überwachen, bedeutet dies trotzdem, dass ein erheblicher Anteil der Mitarbeiter von Präsentismus betroffen ist.

Deutsche Arbeitnehmer (25 %) sind hiervor häufiger beeinträchtigt als Arbeitnehmer in Großbritannien (21 %). Die jüngsten Befragten fühlen sich besonders im Fokus (37 %). Der Trend ist in beiden Ländern ähnlich, wobei junge deutsche Mitarbeiter besonders zittern (41 %).

Präsentismus lässt Mitarbeiter drastische Maßnahmen ergreifen, um zu belegen, dass sie härter arbeiten. Das kann schnell zum Burnout führen:

- 65 % fangen besonders früh an zu arbeiten
- 65 % bleiben länger online
- 55 % arbeiten auch im Urlaub (oder nehmen ihren Urlaub nicht)
- 51 % arbeiten ohne Mittagspause

Das ist ein wichtiges Beispiel für ein wachsendes Problem, mit dem sich Arbeitgeber dringend beschäftigen müssen. In Isolation ist es besonders schwierig, Ängste, den Anforderungen nicht zu genügen, abzubauen. In Kombination mit anderen negativen Gedanken kann dies bei Mitarbeitern dazu führen, dass sie den Wechsel suchen.

Einer von fünf Befragten fühlt sich seit Beginn der Pandemie stärker vom Unternehmen distanziert, 21 % fühlen sich enger verbunden und 55 % nehmen keine spürbare Veränderung wahr.

Präsentismus lässt Mitarbeiter drastische Maßnahmen ergreifen, um zu belegen, dass sie härter arbeiten. Das kann schnell zum Burnout führen:

ZUSAMMENFASSUNG: DEN GENERATIONSUNTERSCHIED BERÜCKSICHTIGEN

Unsere Befragungen haben das folgende Gesamtbild für Beschäftigungsverhältnisse ergeben:

- Generationsunterschiede: Jüngere Mitarbeiter fühlen sich häufiger verunsichert und nicht wahrgenommen.
- Fehlende Feedbacks: Unternehmen fragen nicht nach kritischen Problemen, die alle Altersgruppen betreffen, wie zum Beispiel nach der Unternehmenskultur, Diversität und Inklusion.
- Anerkennung und Belohnung funktionieren, aber Methoden und Arten der Anerkennung bedürfen näherer Betrachtung, da sich viele Arbeitnehmer nicht ausreichend wertgeschätzt fühlen.

Aus all den faszinierenden Ergebnissen unserer Befragung haben wir zwei entscheidende Schlussfolgerungen gezogen:

- 1. Nehmen Sie die zukünftigen Top-Talente ernst.**
- 2. Installieren Sie Systeme zum Einholen von Feedback über alle Generationen hinweg, damit Ihr Unternehmen besser zuhören, lernen und führen kann.**

Mit einer verbesserten Kommunikation können Sie Beziehungen fördern, für Mitarbeiterengagement, Vertrauen, Zufriedenheit, Loyalität und letztendlich eine bessere Unternehmenskultur sorgen.

Mit einer verbesserten Kommunikation können Sie Beziehungen fördern, für Mitarbeiterengagement, Vertrauen, Zufriedenheit, Loyalität und eine bessere Unternehmenskultur sorgen.

HILFREICHE TIPPS FÜR BESSERES ENGAGEMENT

Unsere Analyse hat ergeben, dass Personalverantwortliche mit einzigartigen Herausforderungen konfrontiert sind und sich auf die Ursachen für Unsicherheiten bei Mitarbeitern konzentrieren müssen, um so Engagement, Bindung und Zufriedenheit zu steigern.

Im Folgenden finden Sie eine kurze Anleitung mit möglichen Lösungen, die Ihrem Unternehmen dabei helfen können, Engagement und Bindung zu steigern und so die Mitarbeiterfluktuation zu verringern und die Ergebnisse durch ein motivierteres und engagierteres Team zu verbessern.

1: FEEDBACK EINHOLEN



Wir haben die Untätigkeits-Fatigue erwähnt. Wir sehen durch die Auswirkungen der Pandemie erhebliche Veränderungen in Beschäftigungsverhältnissen. Für Unternehmen ist es sehr wichtig zu zeigen, dass sie die Empfindungen ihrer Mitarbeiter fortlaufend berücksichtigen.

Schnell und einfach auszufüllende Mitarbeiterbefragungen führen zu einer höheren Beteiligungsquote und zu umfassenderen, belastbareren Ergebnissen. Puls-Befragungen ermöglichen eine vereinfachte Datenerfassung und zeitnahe Analyse der Ergebnisse. Unternehmen können so zeitnah auf Feedback reagieren. Wissen Sie beispielsweise, wie Ihre Mitarbeiter zu einer Rückkehr an ihren physischen Arbeitsplatz stehen?

Als Corona Anfang 2020 zuschlug, gab das Führungsteam von Achievers Richtlinien für die stressfreie Arbeit im Home Office heraus. Hier wurde beispielsweise darauf hingewiesen, keine sehr frühen oder sehr späten Meetings anzusetzen und nach 18.00 Uhr keine E-Mails mehr zu lesen.

Diese Vorschläge wurden jedoch schon bald über unser Feedback-Tool Allie durch Mitarbeiter-Feedback obsolet, denn Teammitglieder wiesen darauf hin, dass flexible Arbeitszeiten mit Kindern im Home Schooling während der Arbeitszeiten extrem wichtig seien. Aufgrund dieses Feedbacks korrigierten wir dann schnell unseren Kurs.

2: HÄUFIGER EIN „DANKESCHÖN“ AUSSPRECHEN



Anerkennung darf nicht als leistungsfähige Möglichkeit zur Verhinderung von Abwanderung betrachtet werden.

Die Auswirkungen eines häufigen "Dankeschöns" werden oft unterschätzt. Mit einer Anerkennungskultur wird jedoch nicht nur die Mitarbeiterfluktuation verringert. Es werden vielmehr Engagement und Produktivität gesteigert. Es wurde deutlich, dass Arbeitnehmer eine ganze Bandbreite an Strategien schätzen. Unternehmen sollten also eine Lösung einführen, die unterschiedliche Anerkennungsmodelle für verschiedene Mitarbeiter zulässt.

Das bedeutet im Wesentlichen, dass Unternehmen freie Anerkennungsäußerungen im Unternehmen zulassen sollten, nicht zuletzt von unten nach oben. Auch in diesem Bereich kann Technologie Unternehmen zu einem großen Fortschritt verhelfen. Mitarbeiter sollten ermutigt und befähigt werden, jedem Teammitglied Anerkennung auszusprechen und zwar unabhängig vom Standort, der Funktion oder der Hierarchieebene.

3: ALLE ANSICHTEN EINBEZIEHEN



Laut unseren Daten fällt das Empfinden von Mitarbeitern je nach Generation unterschiedlich aus. Junge Mitarbeiter fühlen sich im Allgemeinen unsicherer und weniger wahrgenommen. Sie haben ein weniger stark ausgeprägtes Zugehörigkeitsgefühl. Viele Unternehmen wissen, dass dies Mitarbeiterzufriedenheit und Bindung untergräbt. In einer Befragung von Deloitte aus dem Jahr 2020 gaben 79 % der Unternehmen an, dass die Förderung des Zugehörigkeitsgefühls bei den Mitarbeitern in den kommenden 12-18 Monaten ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg sei.

Unsere Befragung hat ergeben, dass 17 % der Mitarbeiter zwischen 16 und 24 Jahren das Gefühl hatten, dass die Werte ihres Arbeitgebers nicht mit den eigenen übereinstimmen und sie folglich darüber nachdachten, das Unternehmen zu verlassen. Die nächstgrößere Gruppe ist die Altersgruppe zwischen 25 und 34 (13 %). Mit zunehmendem Alter der Mitarbeiter spielt dieser Faktor eine immer geringere Rolle.

Die Tatsache, dass gemeinsame Werte für die Mitarbeiterbindung eine wichtige Rolle spielen, belegt, dass es auch weiterhin entscheidend sein wird, die Mitarbeiterwerte zu berücksichtigen. Mehr als einer von zehn Mitarbeitern in der Altersgruppe 16 bis 24 (11 %) bezeichnete dies als entscheidenden Faktor.

Arbeitgeber müssen dafür sorgen, dass sich jeder Mitarbeiter willkommen, integriert, unterstützt und verbunden fühlt, und dabei mit technologischer Unterstützung eine Kultur aufbauen, in der Mitarbeiter an erste Stelle stehen. Aktuell geben nur 12 % der Befragten in allen Altersgruppen und an allen Standorten an, dass Anerkennung mit Unternehmenswerten in ihrem Unternehmen verknüpft ist. Dieser Aspekt sollte eindeutig in eine Neugestaltung Ihrer Anerkennungsstrategie einfließen.

4: FÜR DIVERSITÄT SORGEN



Nicht nur beim Zugehörigkeitsgefühl ist ein Generationsunterschied erkennbar, sondern auch, wenn es um Diversität und Inklusion Themen, wie ethnische Zugehörigkeit, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Alter, Herkunft usw, geht.

Es ist für Jeden wichtig, sich am Arbeitsplatz zugehörig zu fühlen. Das sollte sich auch auf das Unternehmen beziehen und zwar unabhängig von neuen Arbeitsstrukturen. Auch persönliche Sichtweisen und Werte sollten einfließen.

Diversität kann sich positiv auf Innovation und Wachstum auswirken. Harvard Business Review hat herausgefunden, dass vielfältige Unternehmen ihren Marktanteil mit einer 45 % höheren Wahrscheinlichkeit steigern können als andere⁴.

Über ein Drittel unserer insgesamt Befragten (35 %) fühlt sich am Arbeitsplatz aktuell nicht stark zugehörig. Diese Erkenntnis sollte dazu führen, dass wir überprüfen, wie dafür gesorgt wird, dass sie sich engagiert, anerkannt und im Unternehmen zugehörig fühlen.

4. https://www.raconteur.net/hr/generation-exiled-the-business-risks-of-discarding-young-workers/?utm_source=ActiveCampaign&utm_medium=email&utm_content=Generation+exiled%3A+the+business+risks+of+discarding+young+workers&utm_campaign=Daily-newsletter-mon-may10-6am

5: DEM PRÄSENTISMUS ENTGEGENWIRKEN



Wie wir gesehen haben, ist Präsentismus bei vielen Mitarbeitern eindeutig ein Problem. Das deutet auf ein größeres Vertrauensproblem zwischen Unternehmen und ihren Mitarbeitern hin.

Work-Life-Balance ist ein wesentliches Element für den Vertrauensaufbau. Unternehmen müssen sich darauf konzentrieren, wenn sie Mitarbeiter gewinnen und binden möchten. Dabei sollten Sie im ersten Schritt herausfinden, ob Ihre Mitarbeiter aktuell mit ihrer Work-Life-Balance zufrieden sind.

Nehmen Sie entsprechende Fragen in Ihre Puls-Befragungen auf und ermutigen Sie Vorgesetzte, diesen Aspekt in persönlichen Gesprächen anzusprechen.

Führungskräfte, die sich bisher auf zeitbasierte Präsenzsyste me gestützt haben, sollten Anleitung und Training zu ergebnisbasiertem Management erhalten, das sich eher auf den Output anstatt auf den Input konzentriert.



ACHIEVERS - VERÄNDERN DIE ART UND WEISE, WIE DIE WELT FUNKTIONIERT

Die Unternehmenskultur bestimmt den Unternehmenserfolg. Lösungen von Achievers sorgen dafür, dass Mitarbeiter Gehör und Anerkennung finden. Denn sie füllen die Werte und Strategie Ihrer Organisation mit Leben, indem sie die aktive Beteiligung von Mitarbeitern fördern und den Aufbau einer leistungsorientierten Kultur beschleunigen.

Achievers setzt die Wissenschaft, die hinter Verhaltensänderungen steht, wirksam ein. So können Ihre Mitarbeiter und Ihre Organisation überall auf der Welt von nachhaltigen, datengestützten Geschäftsergebnissen profitieren.

Umfassende Erkenntnisse ermöglichen clevere Lösungen, die Unternehmen für alles wappnen. Unser branchenweit unübertroffenes Customer Success- und Support-Team steht Ihnen auf Ihrem Weg zur Seite.

METHODIK / INFORMATIONEN ÜBER DIESEN BERICHT

Die Umfrage von Achievers wurde von dem unabhängigen Marktforschungsunternehmen Censuswide durchgeführt. Zwischen dem 23.04.2021 und dem 27.04.2021 wurden 2.005 Arbeitnehmer in Großbritannien und Deutschland befragt. Censuswide befolgt und beschäftigt Mitglieder der Market Research Society, die auf den ESOMAR-Prinzipien basiert.



Möchten Sie mehr erfahren? Dann besuchen
Sie achievers.com/demo

Achievers

achievers.com