

PRESSEMITTEILUNG

Engagement der ArbeitnehmerInnen in Deutschland verharnt noch immer auf niedrigem Niveau

Unternehmen in Deutschland erzielten wieder keine Verbesserung der emotionalen Bindung Ihrer MitarbeiterInnen in den letzten zwölf Monaten.

Potsdam – Seit dem Jahre 2001 misst die forschungsbasierte Unternehmensberatung Gallup mit dem *Engagement-Index* regelmäßig die Stärke der emotionalen Bindung von ArbeitnehmerInnen in Deutschland.

Basierend auf dem Ausmaß der Zustimmung zu den Aussagen¹ werden die für die Befragung zufällig ausgewählten ArbeitnehmerInnen ab 18 Jahre den Kategorien „keine emotionale Bindung“, „geringe emotionale Bindung“ und „hohe emotionale Bindung“ zugeordnet.²

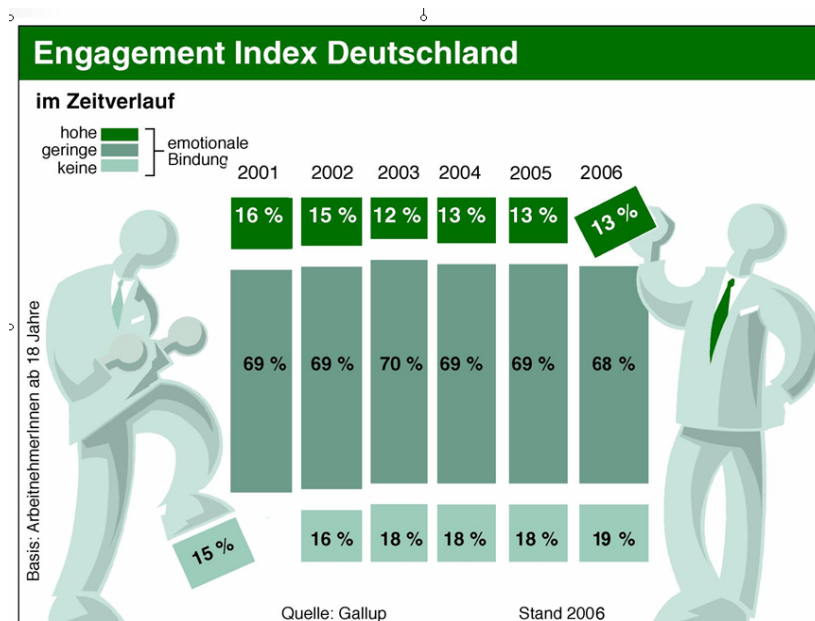
Aktuell (2006) verspüren 87% der Arbeitnehmer hierzulande keine echte Verpflichtung gegenüber ihrer Arbeit: 68 % aller Beschäftigten machen lediglich Dienst nach Vorschrift, 19 % haben die innere Kündigung bereits vollzogen.³ Damit bleibt der Anteil der Beschäftigten, bei denen sich nur eine geringe oder keine emotionale Bindung im Job ausmachen lässt, auf hohem Niveau stabil (2005: 87 % – 2004: 87 % – 2003: 88 % – 2002: 85 % – 2001: 84 %).⁴ Ein bedeutsamer Unterschied zwischen den alten und neuen Bundesländern lässt sich nicht ausmachen.

¹ Gemessen wird die Zustimmung zu den Aussagen mittels einer Fünfpunkteskala, wobei „5“ *stimme vollständig zu* und „1“ *stimme überhaupt nicht zu* bedeutet.

² Mitarbeiter, die eine hohe emotionale Bindung aufweisen, wollen Spitzenleistung erbringen und geben alles für den Erfolg. Sie stellen eine Kraft dar, die die Geschäftsentwicklung positiv beeinflusst. Mitarbeiter, die eine geringe emotionale Bindung aufweisen, haben ein eher ambivalentes Verhältnis zu ihrem Job. Sie geben auf der Arbeit nur das Notwendige, leisten Dienst nach Vorschrift. Mitarbeiter ohne emotionale Bindung haben entweder die innere Kündigung aufgrund von Resignation vollzogen oder hassen das, was sie tagtäglich tun (physisch präsent, psychisch jedoch nicht). Sie zeigen Verhaltensweisen, die gegen die Interessen des Unternehmens laufen (u.a. Auslöser für Kundenabwanderungen, höhere Anzahl an Fehltagen, niedrigere Produktivität). Sie sind unglücklich mit ihrer Arbeitssituation und lassen dies auch die Kollegen wissen (Gefahr durch Ansteckungseffekt). Die Profile der drei Gruppen sind nachzulesen bei: COFFMAN; GONZALES-MOLINA 2003, S. 122ff.

³ Im Rahmen der Untersuchung wurden durch die Gallup GmbH 1.823 Arbeitnehmer ab 18 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland befragt. Die Auswahl der Befragten erfolgte nach dem Zufallsprinzip RLD (Randomize Last Digits)-Technik, Geburtstagsauswahl. Durchgeführt wurde die Befragung mittels computergestützter Telefoninterviews (CATI) zwischen dem 24. April und dem 02. Juni 2006. Geringe Abweichungen der Soll-Struktur wurden durch Gewichtung der Merkmale „Alter“ und „Geschlecht“ (Basis: Statistisches Bundesamt) ausgeglichen. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Arbeitnehmerschaft in der Bundesrepublik Deutschland.

⁴ Vgl. NINK, MARCO; WOOD, GERALD: Emotionale Bindung – Der Schlüssel zu hoher Mitarbeitermotivation. In: forum! GmbH marketing + communications, DGQ Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V. (Hrsg.): EXBA 2004 Benchmarkstudie zur Excellence in der deutschen Wirtschaft. Mainz 2004, S. 28-32, hier S. 31.



Der gesamtwirtschaftliche Schaden (u.a. aufgrund hoher Fehlzeiten und niedriger Produktivität), der sich durch das derzeitige Bindungsniveau ergibt, ist erheblich.

Die Unternehmen hierzulande sollten sich – vor dem Hintergrund dieses Ergebnisses – dringend um das Thema Mitarbeiterbindung kümmern, denn der Bindungsgrad hat Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.⁵ Inwiefern der Mitarbeiterbindungsgrad einen Wettbewerbsvorteil darstellt, wird bei Betrachtung der extremen Gruppen „Mitarbeiter mit hoher emotionaler Bindung“ und „Mitarbeiter ohne emotionale Bindung“ deutlich: Die Fehltagen aufgrund von Krankheit oder Unwohlsein (basierend auf der Selbstausskunft der Befragten) betragen bei Mitarbeitern mit hoher emotionaler Bindung 4,6, bei Mitarbeitern ohne emotionale Bindung sieben Tage – ein Unterschied von 2,4 Tagen.

Die Wahrscheinlichkeit, dass Mitarbeiter, die keine emotionale Bindung aufweisen, ihr Unternehmen binnen eines Jahres verlassen, ist sehr viel höher als bei Personen mit einer hohen emotionalen Bindung. Der Aussage „Ich beabsichtige, heute in einem Jahr noch bei meiner derzeitigen Firma zu sein.“ stimmen nur vier von zehn Mitarbeitern (43 %) ohne emotionale Bindung vollständig zu, gegenüber knapp neun von zehn mit einer hohen emotionalen Bindung (87 %).

Ähnlich verhält es sich, wenn eben erwähnte Aussage mit einem Zeithorizont von drei Jahren vorgelegt wird. In diesem Fall stimmt knapp jeder dritte Arbeitnehmer ohne emotionale Bindung (35 %) der Aussage vollständig zu, bei den Arbeitnehmern mit einer hohen emotionalen Bindung sind es acht von zehn (76 %). Und von Mitarbeitern, die keine emotionale Bindung aufweisen, plant lediglich jeder Fünfte (18 %) seinen Karriereweg beim derzeitigen Arbeitgeber gehen zu wollen, gegenüber mehr als zwei Drittel der Mitarbeiter mit einer hohen emotionalen Bindung (67 %).

Die „Treue“ von Beschäftigten sollte mit Blick auf den Verlust von Unternehmenswert als Folge von Know-How-Abwanderung (meist zum Mitbewerber) und entstehenden Fluktuationskosten für jedes Unternehmen von erheblicher Relevanz sein. Die Kosten der Wiederbesetzung einer Stelle durch eine Neuausschreibung, das Auswahlverfahren und die Einarbeitung des Nachfolgers beläuft sich je nach Qualifikationsstufe auf eine Summe zwischen 6.000 und 45.000 Euro.⁶

Die Bereitschaft zu positiver Mund-zu-Mund-Propaganda, der gerade in reizüberfluteten Gesellschaften Bedeutung zukommt, ist eher bei Mitarbeitern mit einer hohen emotionalen Bindung als bei solchen ohne emotionale Bindung auszumachen. So sind lediglich 24 % der Mitarbeiter, die keine emotionale Bindung aufweisen, gewillt, die Produkte oder Dienstleistungen ihres Arbeitgebers ohne Einschränkung weiterzuempfehlen (Spitzenbewertung), verglichen mit 76 % der Mitarbeiter mit einer hohen emotionalen Bindung.

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Frage nach der Weiterempfehlung des eigenen Arbeitsplatzes an Freunde oder Familienangehörige (5 % der Mitarbeiter ohne emotionale Bindung gegenüber 77 % der Mitarbeiter mit hoher emotionaler Bindung). Mitarbeiter mit einer hohen emotionalen Bindung erweisen sich somit als eine effektive „Marketing-Ressource“.

Der Engagement Index für Deutschland zeigt nicht nur auf, wie es in unserem Land um den Bindungsgrad der Mitarbeiter bestellt ist, sondern er liefert auch Anhaltspunkte für das Handeln von Führungskräften. Ein Großteil der Befragten erklärt, wie schon in den Jahren zuvor, dass es an Anerkennung und Lob für gute Arbeit mangle, die Förderung der individuellen Entwicklung zu kurz komme, regelmäßiges Feedback über persönliche Fortschritte ausbleibe, sie eine Tätigkeit ausübten, die ihnen nicht wirklich liege, sich niemand im Unternehmen für sie als Mensch interessiere und ihre Meinung und Ansicht kaum Gewicht habe.

Die Wirtschaftslage hat auf den Bindungsgrad insgesamt keinen größeren Einfluss. Anders als die Indikatoren zur wirtschaftlichen Stimmung und den wirtschaftlichen Zukunftsaussichten bzw. der Einschätzung des Arbeitsmarktes, die sich seit dem Jahr 2001 zunehmend verdunkeln, weist der Engagement-Index keine dramatische Veränderung in die negative Richtung auf. Hinzu kommt, dass auch andere Länder unter schwierigen Rahmenbedingungen einen hohen Bindungsgrad aufweisen.

⁶ Vgl. RASCHE, UTE: Morgens Managerin, abends Mutter. Immer mehr Unternehmen bieten Frauen Teilzeitarbeitsplätze an, um Geld zu sparen und die Vereinbarkeit von Karriere und Beruf zu ermöglichen. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26. Mai 2004 (Nr. 121), S. 3.

Informationen zur The Gallup Organization/Gallup GmbH

The Gallup Organization wurde 1935 als erstes Meinungsforschungsinstitut der Welt durch Dr. George Gallup gegründet. Mittlerweile ist Gallup die weltweit führende forschungsbasierte Management-Beratung im Bereich Humankapital (Mitarbeiter und Kunden) mit Hauptsitz in Washington, DC. Die Gallup GmbH ist eine 100%ige Tochter von The Gallup Organization und hat ihren Sitz in Potsdam.

Es ist das erklärte Ziel von The Gallup Organization, mit dem Einsatz von forschungsbasierten Strategien und Beratungskonzepten einen nachweislichen Beitrag zur Wertsteigerung von Unternehmen zu liefern. Hierbei stehen Führungskräfte, Mitarbeiter und Kunden eines Unternehmens im Fokus der Arbeit von Gallup. Für Gallup arbeiten renommierte Wissenschaftler wie z.B. Prof. Daniel Kahneman, Wirtschaftsnobelpreisträger 2002.

Weitere Informationen und Bildmaterial: Gallup GmbH
Berliner Str. 62
D-14467 Potsdam
Tel: 0331. 201 53 – 50
Fax: 0331. 201 53 – 51
info@gallup.de
www.gallup.com