



Hurra, wir sind voll dabei!

Mitarbeiter-Engagement ist ein zentraler Wettbewerbsvorteil für Unternehmen. Dass Mitarbeiter dann besonders engagiert sind, wenn sie mit Respekt behandelt werden, ihre persönlichen Werte mit jenen des Unternehmens übereinstimmen und sie ihre Ideen einbringen können, zeigt eine aktuelle Erhebung von MSW Research und Dale Carnegie Training.

Autorin: MICHAELA SCHELLNER

Eine aktuelle, in Amerika durchgeführte Studie von MSW Research und der Business-Trainingsorganisation Dale Carnegie Training hat die Schlüsselfaktoren erforscht, die sich auf das Engagement und damit einhergehend auf die Produktivität von Mitarbeitern auswirken. Befragt wurden 1.500 Mitarbeiter repräsentativ für die amerikanische Bevölkerung ab 18 Jahren im Rahmen von Online-Interviews, mit dem Ziel herauszufinden, welche strukturellen und emotionalen Parameter Mitarbeiter im Detail antreiben bzw. motivieren. Folgestudien für andere Länder wurden bereits durchgeführt; die Ergebnisse liegen aber noch nicht vor. DI Dr. Clemens Widhalm, Geschäftsführer Dale Carnegie Training Austria, erklärt: „Aus den vielen Fakto-

ren, die das Mitarbeiter-Engagement beeinflussen, konnten die Beziehung zum Vorgesetzten, das Vertrauen ins Top Management und die Identifikation mit dem Unternehmen als Schlüsselfaktoren identifiziert werden.“

NUR 29 % VOLL ENGAGIERT

Dass allerdings nur 29 Prozent der Befragten „voll engagiert“ und 26 Prozent „gar nicht engagiert“ sind, zeigt deutlich, wie groß der Aufholbedarf in diesen Bereichen ist. Vor allem die persönliche Beziehung zum Vorgesetzten spielt für die Befragten eine besonders wichtige Rolle und korreliert mit deren Engagement. Denn 49 Prozent der Amerikaner, die mit ihrem direkten Vorgesetzten sehr zufrieden sind, gaben an, „voll engagiert“ zu sein, während nur drei Prozent aller

Mitarbeiter, die mit ihrem Chef gar nicht zufrieden sind, volles Engagement zeigen. Ein noch drastischeres Bild liefert folgende Betrachtungsweise: 80 Prozent aller Studienteilnehmer, die mit ihrem direkten Vorgesetzten sehr unzufrieden sind, engagieren sich gar nicht (siehe Grafik Seite 148).

ENGAGEMENT IST STEUERBAR

Diese Zahlen untermauern, dass ein Manager das Engagement der Mitarbeiter mit seinem Denken und Handeln stärken oder schwächen kann. Konkret wünschen sich die Befragten Interesse des Arbeitgebers an ihrem Leben, dass er Mitgefühl zeigt und sie in ihrer Gesundheit und ihrem Wohlbefinden

DIE STUDIE

- **Methode:** Online-Interviews
- **Sample-Größe:** n=1.500; repräsentativ für die amerikanische Bevölkerung ab 18 Jahren
- **Feldzeit:** November 2012
- **Ansprechpartner:** DI Dr. Clemens Widhalm, GF Dale Carnegie Training Austria, www.dale-carnegie.at



Clemens Widhalm, Geschäftsführer Dale Carnegie Training Austria

fördert. Widhalm: „Die Fähigkeit eines Vorgesetzten, eine starke Bindung zu seinen Mitarbeitern aufzubauen, eine starke Interaktion im Team zu erzeugen sowie einen ‚personenzentrierten‘ Führungsstil anzuwenden, schafft eine Atmosphäre des Engagements, in welcher Mitarbeiter außergewöhnliche Leistungen erbringen können.“ Das Engagement der Beschäftigten steigt außerdem, wenn das Vertrauen ins Top Management da ist. Darunter verstehen die Studienteilnehmer die Fähigkeit der Top-Entscheider, den Input der Mitarbeiter aufzunehmen, das Unternehmen in die richtige Richtung zu lenken und offen über dessen Status quo zu sprechen. Auch der respektvolle Umgang miteinander sowie die persönliche Identifikation mit dem Betrieb führen zu einem verstärkten Engagement.

ARBEITSSTATUS SPIELT KEINE ROLLE

Darüber hinaus hat die Studie weiters ans Licht gebracht, dass das Geschlecht, die Ethnizität und der Arbeitsstatus, sprich Voll- oder Teilzeitbeschäftigung, nicht als wichtige Variablen für das Engagement von Mitarbeitern erachtet werden. Neben den erwähnten Schlüsselfaktoren „Beziehung zum Vorgesetzten“, „Vertrauen in das Top Management“ und „Identifikation mit dem Unternehmen“ spielen aber noch andere Faktoren eine Rolle, wenngleich sie nur einen geringfügigen Einfluss auf das Mitarbeiter-Engagement haben. So sind Beschäftigte, die mehr Engagement zeigen, Senior Ma-

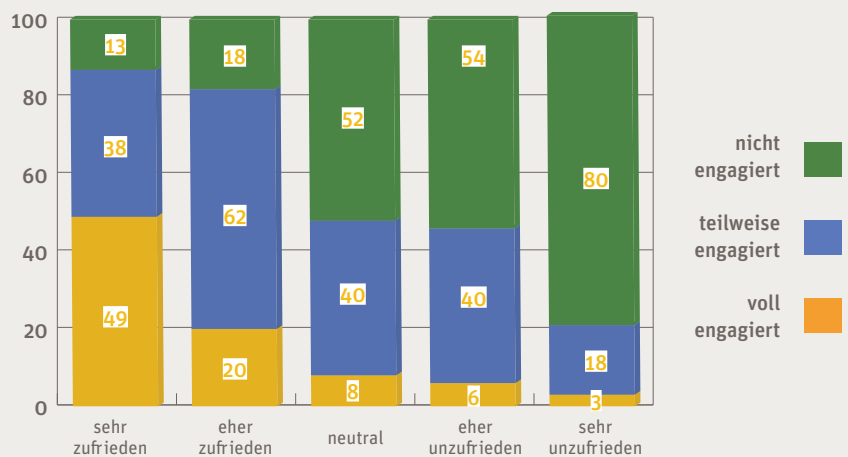
nager, in einem großen Unternehmen beschäftigt, verdienen 50.000 Dollar aufwärts, unter 30 oder über 50 Jahre alt und haben eine Hochschulbildung. Personen, die sich im Vergleich dazu weniger engagieren, sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren, am besten ausgebildet bzw. haben beispielsweise ein weiterführendes Studium absolviert, verdienen weniger als 50.000 Dollar und sind weniger als ein Jahr im Unternehmen beschäftigt (siehe Grafik).

WETTBEWERBSVORTEIL SICHERN

Weil das Engagement und die Loyalität der Mitarbeiter für den Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit eines Unter-

nehmens immer wichtiger werden, rät Widhalm Betrieben dazu, die Ergebnisse der Studie im tagtäglichen Miteinander zu berücksichtigen. „Experten sagen voraus, dass die Fluktuationsrate auf 65 Prozent ansteigen könnte. Mit Einstellungskosten, die sich auf das bis zu 1,5 fache eines Jahresgehalts belaufen, hat die Fähigkeit, wertvolle Mitarbeiter zu rekrutieren und zu binden, entscheidende Auswirkungen auf die Unternehmensergebnisse.“ Und weiter meint er: „Ein nachhaltiges Engagement beginnt mit guter Kommunikation zwischen Arbeitgebern und Mitarbeitern oder unter Arbeitskollegen. Nur so kann ein positives Arbeitsumfeld geschaffen werden.“ ●

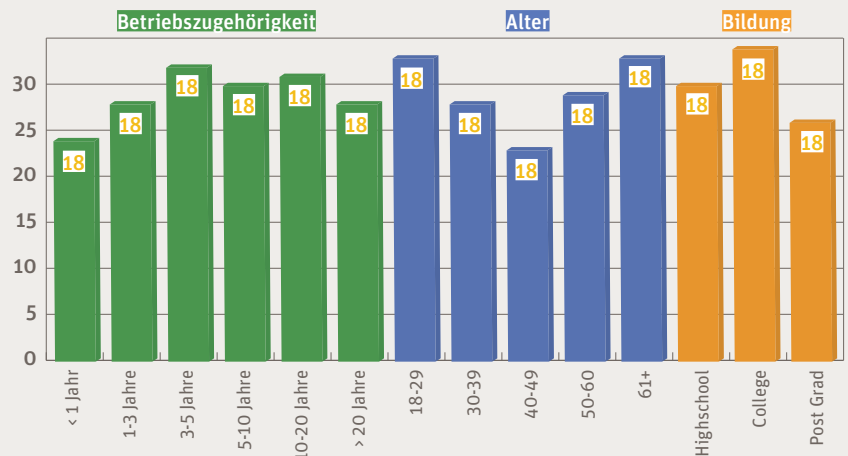
Mitarbeiter-Engagement – Beziehung zum Vorgesetzten



Quelle: MSW Research/Dale Carnegie Training, Angaben in Prozent

Demografische Verteilung des Mitarbeiter-Engagements

Demografische Verteilung jener Personen, die sich voll engagieren: voll engagiert, 29 %



Quelle: MSW Research/Dale Carnegie Training, Angaben in Prozent