

23.2.2013

Neue Dale-Carnegie-Studie zu mitarbeitermotivierenden Schlüsselfaktoren und ihrem Fehlen.

Warum sich Mitarbeiter engagieren

ZUGMANN

KARRIERE NEU DENKEN

JOHANNA ZUGMANN



Laut jüngstem Fehlzeitenreport des Wirtschaftsforschungsinstituts belaufen sich die direkten Kosten für das Jahr 2010 auf 3,07 Milliarden Euro. Gemeinsam mit den Kosten durch indirekte Verluste wie Produktionsausfälle und allgemeine Wertschöpfungsverluste liegt der Schaden bei 5,15 Milliarden Euro.

Die Arbeitsproduktivität sei optimierbar, hieß es diese Woche in einer neuen Studie mit Hinweis auf die aktuelle Krankenstandsstatistik. Eine Aussage, die suggeriert, dass unser Volk nicht weniger gesund ist als das vergleichbarer Länder, sondern dass hierzulande gerne einmal blaugemacht wird.

Wenn dem so sein sollte, wäre das Grund genug, mangelndem Engagement von Mitarbeitern auf den Grund zu gehen. Was wiederum die Business-Trainingsorganisation Dale Carnegie eben getan hat. Das Ergebnis: Von 1500 Befragten haben nur 29 Prozent angegeben, voll engagiert zu sein, mehr als ein Viertel hat unumwunden zugegeben, nicht engagiert zu sein. Offensichtlich fehlte es bei Letzteren gänzlich an den motivierenden Schlüsselfaktoren.

Was das Engagement ausmacht? Laut Studie sind Mitarbeiter dann engagiert, wenn sie mit Respekt behandelt werden, ihre persönlichen Werte mit jenen des Unternehmens übereinstimmen, sie ihre Ideen einbringen können und wenn sich das Unternehmen um ihr Wohlbefinden sorgt. Schlimm, dass das für ein Viertel der unselbstständig Erwerbstätigen nicht zutrifft!

Fehlzeiten kosten mehr als fünf Milliarden Euro.

E-Mails an: johanna.zugmann@diepresse.com