

Presse-Information

Ihr Ansprechpartner:
Markus Schwarzer
Pressesprecher
Telefon 07131 645636-45
markus.schwarzer@ggs.de

Arbeitgeberattraktivität und Mitarbeiterbindung steigern

Neue GGS-Studie: Weiterbildung ist Schlüsselfaktor im War for Talents

Heilbronn, den 12. März 2013

Eine aktuelle Studie der German Graduate School of Management and Law (GGS) belegt: Weiterbildungsangebote werden für Unternehmen immer wichtiger, um Mitarbeiter zu halten. So haben beispielsweise 70% der Mitarbeiter, denen häufig Trainings, Seminare oder andere Weiterbildungsmaßnahmen angeboten werden, eine sehr geringe Wahrscheinlichkeit, das entsprechende Unternehmen zu verlassen. Außerdem fühlen sich 73% dieser Mitarbeiter emotional mit ihrem Unternehmen verbunden und sind stolz darauf, ihm anzugehören. Doch Weiterbildung verstärkt nicht nur die Mitarbeiterbindung, sondern steigert auch die Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter. Denn 77% der Befragten, die sich emotional mit ihrem Arbeitgeber verbunden fühlen, weisen eine sehr hohe Arbeitszufriedenheit auf.

Reduktion der Wechselabsicht

„Die Bindung hochqualifizierter Mitarbeiter ist für wissensintensive Dienstleistungsunternehmen von strategischer Bedeutung, da diese Unternehmen in besonders hohem Maße

Seite 1 von 3

Presse-Information

Ihr Ansprechpartner:
Markus Schwarzer
Pressesprecher
Telefon 07131 645636-45
markus.schwarzer@ggs.de

von ihren Mitarbeitern abhängen. Aufgrund des immer schnelleren Verfalls von Wissen – gerade in Bezug auf Technologien – ist kontinuierliche Weiterbildung in diesem Sektor relevant“, erläutert Dr. Regina-Viola Frey, Assistant Professorin an der GGS und verantwortlich für die aktuelle Studie. Trotz hoher Fluktuationszahlen sei die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen als Instrument zur Mitarbeiterbindung allerdings bislang kaum untersucht worden, so Frey weiter. Die vorliegende Studie zeige aber: Gerade im schnelllebigen Umfeld wissensintensiver Dienstleistungen kann Weiterbildung einen erheblichen Beitrag zur Reduktion von Wechselabsichten leisten.

Abwanderung und Fluktuation stellen Gefahr dar

Wandern Mitarbeiter ab, entstehen erhebliche Kosten für die Neueinstellung durch Such- und Einarbeitungskosten. Zusätzlich verringert sich die soziale Zufriedenheit im Unternehmen insgesamt, beispielsweise durch Demoralisierung der verbleibenden Mitarbeiter, durch Wissensabfluss oder die Gefährdung von Geschäftsbeziehungen. Abwanderung und Fluktuation stellen somit eine erhebliche Gefahr für wissensintensive Dienstleistungsunternehmen dar. Gleichzeitig ist der Arbeitsmarkt hart umkämpft und zahlreiche Unternehmen werben gezielt Spezialisten von ihren Wettbewerbern ab. Die Lage wird zugespitzt durch den demografischen Wandel, der zu einem „War for Talents“ führt. Da wissensintensive Dienstleistungsunternehmen in besonderem Maße von ihren Mitarbeitern abhängen, ist es für diese in erheblich stärkerem Maße als für produzierende Unternehmen relevant, Wissensträger an das Unternehmen zu binden.

Presse-Information

Ihr Ansprechpartner:
Markus Schwarzer
Pressesprecher
Telefon 07131 645636-45
markus.schwarzer@ggs.de

Arbeitsmarktfähigkeit ist entscheidend für Mitarbeiter

Zudem hat sich in den letzten Jahren die Erwartungshaltung der Mitarbeiter gewandelt. Während früher Arbeitnehmer Arbeitsplatzsicherheit und Langzeitbeschäftigung im Gegenzug für Loyalität und gute Arbeitsleistung erwartet haben, sind Unternehmen mittlerweile häufig nicht mehr in der Lage, dies zu garantieren. Globalisierung, Fusionen, Restrukturierungen, Stellenabbau und anhaltender Kostendruck führen zu turbulenten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. In Folge dessen hat für Arbeitnehmer die Arbeitsmarktfähigkeit den Stellenwert der früheren Arbeitsplatzsicherheit eingenommen. Die Sicherung von Arbeitsmarktfähigkeit bedeutet, dass Arbeitgeber in Mitarbeiter und speziell deren Weiterbildung investieren, damit diese die sich stetig wandelnden beruflichen Rahmenbedingungen bewältigen können. Durch diese Investition seitens des Arbeitgebers ist von erhöhter emotionaler Bindung und höherer Arbeitszufriedenheit auszugehen.

Für Weiterbildung werben

Die klare Empfehlung aus der vorliegenden Studie ist damit: Weiterbildungsangebote im Unternehmen aktiv kommunizieren und um Unterstützung für Weiterbildungsmaßnahmen bei Vorgesetzten und Kollegen werben. „Im Übrigen sollten Personalverantwortliche bei der Kalkulation von Weiterbildungsmaßnahmen nicht nur an Budgets denken, sondern auch an die verringerte Fluktuation, die erhöhte emotionale Bindung und die größere Zufriedenheit der Mitarbeiter“, empfiehlt Personalexpertin Frey.