

Zufriedenheit am Arbeitsplatz: Unternehmen müssen das Mitarbeitererlebnis neu definieren, um Talente zu halten

- Studie von Capgemini zeigt: Führungskräfte sind im Hinblick auf die Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden zu optimistisch
- 97 Prozent der Mitarbeitenden, die am Arbeitsplatz positive Erfahrungen machen, wollen im Unternehmen bleiben
- Daten und Technologie spielen eine Schlüsselrolle bei Weiterbildung und der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben

Berlin, 5. Oktober 2022 - Nur 28 Prozent der Mitarbeitenden ohne Führungsverantwortung sind mit ihrer Arbeit zufrieden – im Gegenzug nehmen dies allerdings 80 Prozent der Führungskräfte von ihren Mitarbeitenden an. Das zeigt die aktuelle Studie des Capgemini Research Institute „People Experience Advantage: How companies can make life better for their most important“. Zu den größten Hindernissen für die Mitarbeiterzufriedenheit gehören der Studie zufolge Herausforderungen in den Bereichen Karriere- und Kompetenzentwicklung, das Verhalten von Vorgesetzten und das Verhältnis zu ihnen, Vergütung und Wertschätzung sowie Schwierigkeiten bei der Nutzung und Verfügbarkeit von Daten und Technologien. Die Studie hebt wichtige Maßnahmen für Unternehmen und Führungskräfte hervor, um die Kluft zwischen der Zufriedenheit ihrer Teams und ihrer eigenen Wahrnehmung zu überwinden, und so Talente dauerhaft an das Unternehmen zu binden.

Der intensive Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt sowie zunehmender wirtschaftlicher und finanzieller Druck hat dazu geführt, dass viele Menschen ihr Arbeitsleben neu bewerten. So planen der Studie zufolge 34 Prozent aller Beschäftigten, ihr derzeitiges Unternehmen binnen eines Jahres zu verlassen. Von diesen wiederum planen 66 Prozent einen Wechsel in den nächsten drei bis neun Monaten. Obwohl eine faire und angemessene Entlohnung ein wichtiger Faktor für die Mitarbeiterzufriedenheit ist, gab mehr als die Hälfte aller Befragten (52 Prozent) an, dass sie auch dann das Unternehmen verlassen würden, wenn ihnen dieselbe Stelle in einem anderen Unternehmen mit derselben Vergütung angeboten würde.

Im Gegensatz dazu beabsichtigen 97 Prozent der Mitarbeitenden, die am Arbeitsplatz positive Erfahrungen machen, im nächsten Jahr bei ihrem derzeitigen Unternehmen zu bleiben. 96 Prozent von ihnen fühlen sich engagiert und motiviert. Die Studie kommt zu dem Schluss, dass die Zufriedenheit der Mitarbeitenden ein wesentlicher Faktor für das Unternehmenswohl sind und zu positiven Geschäftsergebnissen führen kann. Etwa die Hälfte (48 Prozent) der Manager in Unternehmen, in denen Führungskräfte über positive Erfahrungen berichten, nahmen aufgrund eines verbesserten Mitarbeitererlebnisses eine höhere Kundenzufriedenheit wahr.

Beschäftigte brauchen Klarheit über den Sinn ihrer Arbeit und eine ausgewogene Work-Life-Balance

92 Prozent der Führungskräfte gehen davon aus, die von ihnen geführten Mitarbeitenden seien bei der Arbeit zufrieden. Tatsächlich ist dies nur bei 30 Prozent der Mitarbeitenden der Fall. Die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben bleibt für alle ein wichtiges Anliegen: 65 Prozent der Beschäftigten und 61 Prozent der



Führungskräfte nennen dies als wichtigsten Aspekt ihrer Berufstätigkeit. Eine ausgewogene Work-Life-Balance zu schaffen, steht für Arbeitnehmende nach wie vor an erster Stelle. Nur 29 Prozent der Befragten haben das Gefühl, dass sie sich eine Auszeit von der Arbeit nehmen können, und nur 28 Prozent gaben an, dass ihre Arbeitszeiten flexibel genug seien, um Familie und Privatleben miteinander zu vereinbaren.

Fast drei Viertel (70 Prozent) der Mitarbeitenden gaben an, dass der Purpose der Arbeit (also zu wissen, warum man das tut, was man tut) für sie der wichtigste Aspekt sei. Sicherzustellen, dass die Mitarbeitenden die Anforderungen ihrer Arbeit genau kennen und eine klare Vorstellung davon haben, wie sie sich beruflich weiterentwickeln und wachsen können, sind entscheidende Faktoren für die Verbesserung der Mitarbeitererfahrung und -bindung.

Mobiles Arbeiten ist eine Gratwanderung für Unternehmen

Da Unternehmen versuchen, ein Gleichgewicht zwischen Remote- und Präsenzarbeitsmodellen anzustreben, sollte dem flexiblen Arbeiten mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden, so die Studie. Fast die Hälfte (48 Prozent) der Mitarbeitenden und 87 Prozent der Führungskräfte, die mit der Möglichkeit, mobil zu arbeiten zufrieden sind, sind auch mit ihrer Arbeit im Allgemeinen zufrieden. Dies spiegeln frühere Untersuchungen wider: Diesen zufolge sagten 66 Prozent der Mitarbeitenden, die das Gefühl hatten, sie würden Mikromanagement erfahren, auch, dass sie sich in einer mobilen Arbeitsumgebung ausgebrannt fühlen. Dies macht deutlich, dass es für den Erfolg von Remote-Modellen entscheidend ist, den Mitarbeitenden ein Gefühl der Autonomie und des Vertrauens zu vermitteln.

Weiterbildungsmöglichkeiten sind wichtig

Lernen und die Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten stehen bei den Mitarbeitenden ebenfalls hoch im Kurs. Für 65 Prozent der Befragten ist dies der wichtigste Aspekt ihrer Arbeit. Allerdings gaben nur 28 Prozent an, dass ihr Arbeitsplatz ihnen die Möglichkeit bietet, neue Fähigkeiten zu erlernen und zu entwickeln. Diese Lücke müssen Unternehmen schließen.

Die Mitarbeiterstrategie neu definieren

Die Capgemini-Studie empfiehlt Unternehmen, eine firmenweite Personalstrategie zu entwickeln, die allen Mitarbeitenden unabhängig von ihrer demografischen Zugehörigkeit, ihrer Funktion und ihrer Betriebszugehörigkeit eine inklusive Arbeitsplatz Erfahrung bietet. Dies kann dazu beitragen, unterschiedliche Erfahrungen zu konsolidieren und eine gemeinsame, konsistente Unternehmenskultur zu schaffen.

Claudia Crummenerl, Global Practice Lead und Managing Director im Beratungsbereich Workforce and Organization bei Capgemini Invent, erklärt dazu:

„Unsere Studie zeigt, dass Unternehmen nicht nur ihren traditionellen Talentlebenszyklus überdenken und ihre Mitarbeitenden als ‚Konsumenten von Dienstleistungen‘ neu positionieren, sondern auch die gesamte Erfahrung einschließlich der täglichen Arbeit betrachten müssen. Diese alltäglichen Momente – wie das Vertrauen, Aufgaben auch im Homeoffice zuverlässig zu erledigen – sind für eine positive Wahrnehmung wichtiger als einzelne Stationen im Talentlebenszyklus. Den Mitarbeitenden zuzuhören ist dabei das Entscheidende. Eine Kultur zu schaffen, in der sie sich wohlfühlen, und kontinuierliches Lernen zu fördern ist unerlässlich, um die Wahrnehmungslücke zwischen Mitarbeitenden und ihren Führungskräften zu schließen. Technologie kommt eine tragende Rolle zu, wenn es darum geht, eine kollaborativen Arbeitskultur zu schaffen und Mitarbeitende mit den richtigen Werkzeugen auszustatten, die ihnen effektives Arbeiten ermöglichen.“

Als Teil der Personalstrategie eines Unternehmens empfiehlt die Studie die Entwicklung eines „Arbeitgeberversprechens“. Darin können Unternehmen neue Lernmöglichkeiten anbieten, die auch den



Wert der Mitarbeitenden für das Unternehmen erhöhen und bestimmte Rollen mit Ergebnissen verknüpfen, um das Potenzial für berufliche Weiterentwicklung aufzeigen. Um dies zu erreichen, sollten die Unternehmen ihre Führungskräfte darin schulen, einfühlsam zu sein, Mitarbeitenden zuzuhören und eine Kultur des kontinuierlichen Lernens zu schaffen.

Methodik

Im Rahmen der Studie wurden große Unternehmen in zehn Ländern aus den Branchen Konsumgüter und Einzelhandel, Automobil, Fertigung, Energie und Versorgung, Finanzdienstleistungen, Gesundheitswesen und Life Sciences sowie der öffentlichen Verwaltung befragt. Insgesamt wurden 2.250 Personen befragt, darunter 750 Führungskräfte und 1.500 Mitarbeitende (davon 511 Manager und 989 Mitarbeitende ohne Führungsverantwortung) in 750 Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 1 Milliarde US-Dollar. Für je zwei Mitarbeitende eines Unternehmens wurde eine Führungskraft desselben Unternehmens befragt; darüber hinaus wurden 22 Tiefeninterviews mit Führungskräften aus verschiedenen Unternehmen geführt. Zu den Befragten gehörten Führungskräfte aus dem Personalwesen, die in den Bereichen Personalmanagement, Talent, Mitarbeiterengagement und digitaler Arbeitsplatz tätig sind.

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Partner für Unternehmen bei der Steuerung und Transformation ihres Geschäfts durch den Einsatz von Technologie. Die Gruppe ist jeden Tag durch ihren Purpose angetrieben, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste und diverse Organisation mit einem Team von über 350.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in mehr als 50 Ländern. Eine 55-jährige Unternehmensgeschichte und tiefgehendes Branchen-Know-how sind ausschlaggebend dafür, dass Kunden Capgemini das gesamte Spektrum ihrer Geschäftsanforderungen anvertrauen – von Strategie und Design bis hin zum Geschäftsbetrieb. Dabei setzt das Unternehmen auf die sich schnell weiterentwickelnden Innovationen in den Bereichen Cloud, Data, KI, Konnektivität, Software, Digital Engineering und Plattformen. Der Umsatz der Gruppe lag im Jahr 2021 bei 18 Milliarden Euro.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/researchinstitute/