

Caring Companies und fluide Unternehmen

Mitarbeiterloyalität ist heutzutage ein rares Gut. Jahrelange gute Beziehungen sind zu einer Seltenheit geworden. Über Festanstellungen schwebt eine permanente Vorläufigkeit. Dennoch ist gerade heutzutage Mitarbeiterloyalität wertvoller als jemals zuvor. Worum es dabei geht und wie man sie erhält, zeigt diese fünfteilige Serie. Sie startet mit einem Beitrag über Zukunftsmodelle.

In vielen Führungsetagen nicht nur in der Baumarktbranche geht es zu wie im Taubenschlag. Längst ist der ständige Wechsel Normalität. Kein Wunder, dass bei den damit verbundenen permanenten Veränderungen auch die Mitarbeiterloyalität auf der Strecke bleibt. Denn Loyalität entsteht zwischen Menschen. Sie braucht Zeit, um wachsen zu können. Sie ist keine Einbahnstraße, sondern beruht auf Gegenseitigkeit. Und durch falsches Führungsverhalten wird sie in Sekunden zerstört.

Ist unter solchen Umständen Loyalität überhaupt noch zu bekommen? Ein klares Ja – wenn man weiß, wie das geht. Und wird sie denn noch gebraucht? Ganz bestimmt. Denn wenn es immer schwieriger wird, gute neue Mitarbeiter zu gewinnen, dann sollte man vor allem auf diejenigen setzen, die man schon hat. Personalentwicklung vor Neurekrutierung heißt das Prinzip. Das erkennen sowohl die Zentralen bei Obi, Hagebau oder Globus, das hat aber auch die Industrie erkannt. Auch mit Blick auf die Demografie wird die Loyalisierungskraft eines Unternehmens in Zukunft eine herausragende Rolle spielen.

„Caring Companies“ oder „fluide Unternehmen“

Dabei zeichnen sich bei den Personalstrategien grundsätzlich zwei Richtungen ab, wie das Fraunhofer-Institut und Trendforscher Sven Gábor Jánosky zeigen: Organisationen werden sich entwe-



Abb.: iStock

Loyale Mitarbeiter identifizieren sich mit ihrem Unternehmen und machen die unternehmerischen Interessen zu ihren eigenen.

der zu „Caring Companies“ oder zu „fluiden Unternehmen“ entwickeln.

- **Caring Companies** arbeiten mit einem hohen Anteil fest angestellter Mitarbeiter. Sie müssen mit allen Mitteln versuchen, die Mitarbeiter, die sie behalten wollen, so lange wie mög-

lich an das Unternehmen zu binden. Gleichzeitig werden sie danach streben, die ungewollte Mitarbeiterfluktuation auf ein Minimum zu reduzieren. Die Kernfrage dabei ist: Wie machen wir unsere Firma nicht nur dauerhaft leistungsfähig, sondern auch le-

Mitarbeiterloyalität bedeutet:

- freiwillige, anhaltende Treue
- hohes Engagement und Freude an der Arbeit
- Ambitionen und unternehmerisches Handeln
- Identifikation und emotionale Verbundenheit
- aktive positive Mundpropaganda

Diese zeichnet sich durch vier Grundformen aus:

- Loyalität gegenüber dem Unternehmen als solchem
- Loyalität gegenüber der direkten Führungskraft
- Loyalität gegenüber Kollegen und Ansprechpartnern
- Loyalität gegenüber der eigenen Arbeit

benswert, liebenswert und loyalitäts-würdig?

- **Fluide Unternehmen** arbeiten mit einer relativ kleinen Kernbelegschaft und einem hohen Anteil an Mitarbeitenden in befristeten Arbeitsverhältnissen. Auch hier gilt es, Loyalität für die Zeit der Zusammenarbeit aufzubauen und die Besten dazu zu bringen, bei Bedarf für weitere Projekte wiederzukommen.

Die Kernfrage hierbei ist: Wie machen wir unsere externen Mitarbeitenden nicht nur schnellstmöglich leistungsfähig, sondern auch zu Fans und zu Multiplikatoren am Markt?

Was Loyalität heute bedeutet

Loyalität zählt zu unseren edelsten Werten. Sie ist nicht an einen Arbeitsvertrag gebunden. Man kann sie nicht erkaufen, nicht einfordern und schon gar nicht erzwingen. Man bekommt sie aus freien Stücken geschenkt. Sie ist eine starke innere Haltung. Solche Loyalität entsteht durch Vertrauen und Anziehungskraft und nicht durch Druck oder Zwang. Sie zeigt sich auf vielfache Weise: Leistungsbereitschaft, Fairness, Verlässlichkeit, Aufrichtigkeit gehören genauso dazu wie Leidenschaft und Integrität. Dies alles bekommt ein Arbeitgeber freilich nicht wie von selbst. Mitarbeiterloyalität muss man sich, genauso wie Kundenloyalität, immer wieder neu verdienen.

Das Karriereportal Monster hat vor einiger Zeit eine Onlineumfrage gemacht, an der knapp 25.000 europäische Arbeit-

nehmer teilgenommen haben. Die Frage „Wem gegenüber sind Sie bei der Arbeit am loyalsten?“ erbrachte folgende Antworten:

- mir selbst 33 %
- meinem Team 32 %
- meinem Unternehmen 19 %
- meinem Chef 10 %
- niemandem 6 %

Vor allem die deutschen Arbeitnehmer zeigten einen auffallenden Mangel an Loyalität gegenüber ihren Vorgesetzten. Mit 7 % kommen sie auf den niedrigsten Wert in Europa. ■

Autorin



Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfache Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin

für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Sie zählt zu den gefragtesten Referenten im deutschsprachigen Raum und hält Vorträge und Workshops zum Thema. Sie ist Gastdozentin an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der deutschen, schweizerischen und österreichischen Wirtschaft. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager aus und vergibt Touchpoint-Lizenzen.

www.touchpoint-management.de
www.anneschueller.de

IHRE FACHMEDIEN

JETZT AUCH

BESTELLEN



ONLINE

Vorteile:

- ✓ Bücher, E-Books, Software und Zeitschriften – alles in einem Shop!
- ✓ Einfacher Bestellprozess
- ✓ Leseproben, Inhaltsverzeichnisse und vieles mehr...



Bücher



E-Books



Software



Zeitschriften

Gehen Sie jetzt in den Online Shop

bau fachmedien

DER ONLINE-SHOP FÜR BAUPROFIS