

Jede(r) Zweite ist im Job unzufrieden

Nur die Hälfte der Betriebe erfüllt Bedürfnisse der Mitarbeiter.

Wien – Während der Pandemie hat sich für Mitarbeiter gezeigt, welche Bedeutung sie als Mensch tatsächlich für ihren Arbeitgeber haben. Laut der aktuellen Marketagent-Studie von April 2022 des auf Mitarbeitergewinnung und -bindung spezialisierten Beratungsinstituts lifeCREATOR Consulting haben nur rund 50 Prozent der österreichischen Arbeitgeber darin reüssiert, die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erfüllen. 50 % sind demnach enttäuscht. Aber diese Unzufriedenheit macht sich nicht in der Jobwechselbereitschaft bemerkbar: Aktuell wollen nur 18 % ihren Arbeitgeber wechseln. Die Folge: Bleibende Unzufriedenheit und sinkende Motivation, die Unternehmen und Wirtschaft Geld kosten.

Für die österreichweite, repräsentative Studie wurden 763 Teilnehmer zwischen 14 und 39 Jahren im April 2022 befragt. Die Pandemie hat die Lupe auf bereits vorhandene Probleme gelegt: Führung, Wertschätzung, Kommunikation, Anpassungsfähigkeit, Unterstützung und digitale Anwendungen wurden für alle Beschäftigten relevant. Auch wurden der Management-Stil

und die Leadership-Kompetenz der Unternehmensführung erstmalig für alle Mitarbeiter sichtbar und messbar. Daher sei es nicht verwunderlich, dass der „Mangel an Kommunikation der Unternehmensführung mit den Mitarbeitern zur aktuellen Situation des Unternehmens“ jener Aspekt war, der für viel Enttäuschung gesorgt hat, erklären die Studienautoren. Nur 54,6% der Studienteilnehmer haben dies mit „ausreichend“ bewertet. Infolgedessen stecke in der effizienten Kommunikation nach innen und außen enormes Potenzial, so die Au-

toren. Dazu würden etwa bereits die laufende Information über die aktuelle Situation des Unternehmens oder umgesetzte Maßnahmen gehören.

„Aufgrund der aktuellen Ereignisse sind den Mitarbeitern eine gute Arbeitsatmosphäre, Sicherheit des Arbeitsplatzes, Vertrauen in die persönlichen Fähigkeiten und vertrauensbildende Maßnahmen sehr wichtig“, erklärt Studien-Initiator Heinz Herzeg. Dies sei eine Chance für das Management, genau jetzt die Mitarbeiter langfristig an den Betrieb zu binden, wenn sie hier ihren Beitrag leisten. (TT)



Eine neue Studie geht dem „Bewerber-Loch“ auf den Grund. Sicherheit ist das Thema der Stunde – aber auch Kommunikation. Foto: iStock/VioletaStoimenova