



Pressemeldung

Datum
8.03.2010

Kontaktperson:
Dr. Angelika Kofler
Sozial- und Organisationsfor-
schung
Tel +43 (0)1 71710-137
Fax +43 (0)1 71710-189
Angelika.Kofler@gfk.com

Mag. Sabina Nassner-Nitsch
PR and Communications
Tel.: +43 (0)1 71710-187
Fax: +43 (0)1 71710-176
sabina.nassner-nitsch@gfk.com

GfK Austria GmbH
Ungargasse 37
1030 Wien
Österreich

Tel +43 (0)1 71710-0
Fax +43 (0)1 71710-194
www.gfk.at
info.austria@gfk.com

Geschäftsführer:
Peter Damisch
Dr. Tomas Krasny

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m,
Gesellschaftssitz: Wien

Die „idealen“ Mitarbeiter

Wien, 8.03.2010 - Nicht „nur“ zufrieden und kompetent, auch engagiert sollen sie sein

Die Forschung hat mittlerweile gezeigt, dass „nur“ kompetente oder zufriedene Mitarbeiter allein nicht genügen, damit ein Unternehmen seine Ziele erreichen kann. Der Weg zum Unternehmenserfolg führt über *engagierte* Mitarbeiter - und entsprechende Rahmenbedingungen in der Organisation. Im Meinungsbild der ÖsterreicherInnen, egal ob berufstätig oder nicht, auch bei Führungskräften, ist dieser Unterschied aber kaum präsent.

Warum zufriedene Mitarbeiter nicht genügen

Gibt es einen Unterschied zwischen kompetenten, zufriedenen und engagierten Mitarbeitern? Kompetenz ist Voraussetzung, aber wie sie gelebt wird, macht einen Unterschied.

Aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse und Daten aus Mitarbeiterbefragungen zahlreicher Unternehmen belegen, dass Mitarbeiter-Zufriedenheit alleine nicht genügt, um Unternehmensziele zu erreichen. Mitarbeiter-Zufriedenheit fördert zwar die Unternehmensbindung und die Kundenorientierung, aber noch lange nicht andere Einstellungen und Verhaltensweisen, die für die Erreichung von Unternehmenszielen nötig sind, wie z. B. die persönliche Leistungsbereitschaft oder die Bereitschaft, Veränderungsprozesse zu akzeptieren und zu unterstützen.

Mitarbeiter-*Engagement* hingegen wirkt sich nachweislich auf die Unternehmensperformance aus.

Aktuelle Befragung zeigt intuitives Verständnis von Erfolgskriterien, das wenig differenziert

In einer Online-Umfrage der GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung wurden 500 ÖsterreicherInnen, darunter 310 Berufstätige aller Betriebsgrößen, aus dem Produktions- ebenso wie dem Dienstleistungssektor, darunter 110 Führungskräfte, gefragt, was ihrer Mei-

nung nach den Erfolg eines Unternehmens ausmachen würde. Vergleicht man dieses Meinungsbild mit den empirischen Erkenntnissen über die Voraussetzungen, die Unternehmen schaffen müssen um hochleistende Organisationen zu werden, zeigen sich zum Teil erhebliche Diskrepanzen zwischen intuitivem Verständnis und dem, was Daten über Unternehmenserfolge belegen:

In der Wahrnehmung auch der österreichischen Führungskräfte – inklusive der oberen Führungsebenen, deren Mitarbeiter selbst Führungskräfte sind – wird ein unterschiedlicher Einfluss von zufriedenen im Vergleich zu engagierten Mitarbeitern für den Unternehmenserfolg kaum wahrgenommen: 70 % der Führungskräfte der ersten Ebene sind der Ansicht, dass „kompetente“ Mitarbeiter den Unternehmenserfolg ausmachen, 87 % tippen auf „zufriedene“ und 89 % auf „engagierte“ Mitarbeiter als Erfolgskriterium für Unternehmen.

Freiberufler und Selbständige finden Zufriedenheit wichtiger als Engagement

Ganz allgemein wird zwar zwischen dem vermuteten Einfluss von Kompetenz, und vor allem von Zufriedenheit und Engagement der Mitarbeiter wenig unterschieden, dennoch sind unterschiedliche Einschätzungen verschiedener Bevölkerungsgruppen auffällig:

Selbständige und Freiberufler neigen dazu eher an Zufriedenheit zu glauben: 96 % von ihnen halten Zufriedenheit und 91 % Engagement für erfolgsentscheidend. Das sind jeweils 7 bzw. 5 Prozentpunkte über dem Durchschnitt aller Berufstätigen.

Damit Unternehmen erfolgreich sind halten berufstätige Männer öfter Kompetenz für wichtig: 85 % der berufstätigen Männer im Vergleich zu 78 % der berufstätigen Frauen, messen diesem Faktor an Bedeutung bei, das sind plus 7 Prozentpunkte.

Frauen betonen wiederum öfter als Männer Zufriedenheit und Engagement als Erfolgsfaktor fürs Unternehmen: 90 % der berufstätigen Frauen halten Zufriedenheit und 89 % Engagement von Mitarbeitern für bedeutend. Damit messen sie diesen Kriterien mehr Wichtigkeit bei als die berufstätigen Männer – auch wenn sie zwischen diesen beiden Faktoren kaum einen Unterschied wahrnehmen.

Wer ein ausgeprägteres Bewusstsein für den betrieblichen Erfolgsfaktor Mitarbeiter-Engagement hat, ist tendenziell nicht nur eher weiblich, sondern arbeitet auch eher in kleinen Betrieben oder ist höher gebildet: Das Bewusstsein über die Bedeutung von Engagement fürs Unternehmen ist umso höher, je kleiner die Betriebe sind (90 % der in Kleinstbetrieben bis maximal 10 Mitarbeitern Beschäftigten halten Engagement für entscheidend, verglichen mit 81 % der Befragten, die in Großbetrieben ab 250 Mitarbeitern tätig sind). Tendenziell wird auch eher von den höheren Bildungsschichten (86 %) Mitarbeiter-Engagement als erfolgsrelevant gesehen als von weniger Gebildeten

mit maximal Pflichtschulabschluss (79 %), die häufiger auf Zufriedenheit als Erfolgsfaktor tippen.

Zur GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung

Die GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung analysiert via Mitarbeiterbefragungen Mitarbeiter-Engagement und dessen Einflussfaktoren, ebenso wie das organisatorische Umfeld in dem sich Mitarbeiter in Organisationen bewegen, sowie den Einfluss von beiden auf den Unternehmenserfolg.

Am **22. April 2010** lädt GfK Austria zur ERC 2010, der **Employee Research Conference 2010**, wo Referenten von Wirtschaft und angewandter Forschung das Thema „Creating High Performing Organizations“ aus ihren jeweiligen Perspektiven beleuchten.

Details zum Pressegespräch und Event:

http://www.gfk.at/public_relations/events/eventdetails/005482/index.de.html

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2008 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,2 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.at oder www.gfk.com.