



Pressemitteilung

Internationale GfK-Arbeitnehmer-Studie zieht einen Vergleich des Engagement der Beschäftigten in 29 Ländern weltweit - 2. Welle

Kontakt:
Liselotte Schmid Faber

Tel 044 396 9015
liselotte.schmid@gfk.com

www.gfktrustmark.com

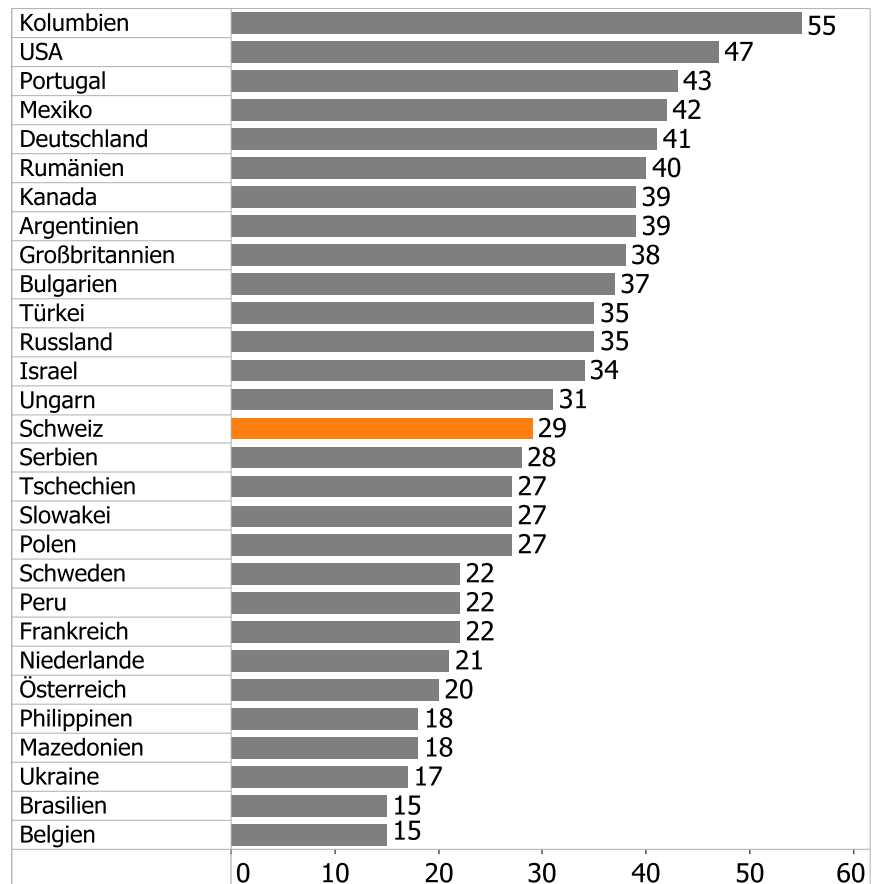
Unbefriedigt im Job? - 29% der Schweizer Beschäftigten sind aktiv auf der Suche nach einem neuen Job. In Punkto Arbeitszufriedenheit sind KMU's gegenüber Grossunternehmen klar im Vorteil

Hergiswil, 22.06.2011 – **GfK Switzerland, Trustmark, der GfK-interne Spezialist für Organisationsforschung und Mitarbeiterbefragungen, hat für die internationale Studie mehr als 30.000 Angestellte in 29 Ländern befragt, darunter auch Schweizer Arbeitnehmer. Hier die Ergebnisse der zweiten Welle der internationalen Befragung zum Mitarbeiter- Engagement:**

- **29% der Schweizer Beschäftigten suchen aktiv einen neuen Job - und liegen damit im weltweiten Trend.**
- **KMU's sind gegenüber Grossunternehmen in Punkto Arbeitszufriedenheit klar im Vorteil**
- **Bei der Frage nach "Was bindet ans Unternehmen" ist nicht das Geld, sondern vor allem auch das Management zentral, unabhängig von der Firmengrösse**

29% der Schweizer Beschäftigten suchen aktiv nach einer neuen Herausforderung in der Arbeit; Im internationalen Vergleich der GfK Studie befindet sich die Schweiz damit - wie auch in der ersten Welle, als es um Engagement ging - im Mittelfeld. International ist bereits einer von dreien

aktiv auf der Suche nach einem neuen Job (35 Prozent); jeder fünfte (18 Prozent) will sich bereits in den kommenden sechs Monaten verändern.



Arbeitskräfte, die sich aktiv um einen anderen Job bemühen (%)

Quelle: GfK International Employee Engagement Survey, 2011

Liselotte Schmid Faber, Leitung Organisational Research and Consulting bei GfK Switzerland, Trustmark, meint dazu: "Die Zufriedenheit hängt stark mit der Bindung an das Unternehmen zusammen. Sinkt sie unter ein gewisses Mass, dann gehen die Leute. Die Studie zeigt sehr schön, dass die Zufriedenheit der Mitarbeitenden in Schweizer KMUs deutlich höher ist, als in Schweizer Grossunternehmen. Man ist näher am Geschehen; wird in Entscheidungen eingebunden, die Informationen vom Top Management zur Basis fließen besser."

Grösse des Unternehmens ist entscheidend

Vergleicht man in der Schweiz die Verbleibeabsicht der Mitarbeitenden, die in kleinen Unternehmen (bis 49 Mitarbeitende) beschäftigt sind, mit jenen in mittleren (50-249 MA) und Grossunternehmen (Anzahl MA 250 und mehr), dann wird klar, dass die Beschäftigten in Kleinunternehmen die stärkste Bindung an ihr Unternehmen aufweisen. 61% davon gibt an, auch zukünftig bei demselben Arbeitgeber bleiben zu wollen (versus 52% in mittleren Unternehmen und 55% in Grossunternehmen). Zentral für die Bindung an das Unternehmen ist jedoch nicht primär die Höhe des Salärs - sondern, unabhängig von der Firmengrösse: das Management.

Was können Unternehmen gegen diese "Wanderlust" tun?

GfK Switzerland Trustmark hat auch untersucht, welche Einflussfaktoren in der Schweiz die Bindung an Unternehmen hauptsächlich begünstigen.

Bei Beschäftigten in Kleinunternehmen ist es v.a. die Möglichkeit, die eigenen Fähigkeiten einsetzen zu können, Entscheide, welche den eigenen Arbeitsbereich betreffen beeinflussen zu können und die Unterstützung durchs Team. Das Management von Kleinunternehmen hat durch diese Erkenntnis somit gezielte Ansatzpunkte, um seine Mitarbeitenden zu halten.

Bei Mitarbeitenden in mittelgrossen Unternehmen sind im Vergleich zu Kleinunternehmen andere Faktoren für das Bleiben oder Gehen zentral: hier kann v.a. das Management selbst mit seinen Handlungen viel zum Halten der Mitarbeitenden beitragen (u.a. durch Vorbildfunktion, klare Kommunikation und Glaubwürdigkeit).

Bei Grossunternehmen tragen vorrangig Aspekte der Unternehmenskultur zur Bindung bei. Wichtig ist eine Unternehmenskultur, bei der eine gute abteilungsübergreifende Zusammenarbeit besteht, die Mitarbeitenden



befähigt werden und Handlungsspielräume haben, sowie ein reibungsloses Funktionieren der Prozesse vorhanden ist.

Schaut gut zu den Angestellten - egal welche Ausbildung!

Ein abschließender Appell von Lieselotte Schmid Faber: "Schaut gut zu den Angestellten, welche eine Lehre/Matur gemacht haben! 21% der Personen mit diesem Bildungsniveau geben an, den Job im nächsten Jahr unbedingt wechseln zu wollen. Hier wird von seiten der Unternehmen die Investition in diese Angestelltengruppe nicht mehr im eigenen Unternehmen zum Tragen kommen."

Mehr Auskünfte und detaillierte Informationen:

Lieselotte Schmid Faber

Leitung Organisational Research and Consulting,

GfK Switzerland AG, Trustmark,

+44 396 9015

lieselotte.schmid@gfk.com

www.gfktrustmark.com

Zur Studie:

Für den GfK International Employee Engagement Survey wurden zwischen Februar und April 2011 insgesamt 30.556 Arbeitnehmer in 29 Ländern mittels Online-, Telefon- oder persönlichen Interviews befragt. GfK Switzerland, Trustmark hatte bei der Konzeption, Durchführung und Analyse der Studie die führende Rolle.

Der Begriff "GfK Employee Engagement" misst die Identifikation einer Arbeitskraft mit dem Unternehmenserfolg, ihr Engagement sowie die Bereitschaft bei dem jeweiligen Arbeitgeber zu bleiben.

Teilnehmende Länder: Argentinien, Belgien, Brasilien, Bulgarien, Deutschland, Frankreich, Israel, Kanada, Kolumbien, Mazedonien, Mexiko, Niederlande, Österreich, Peru, Philippinen, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Schweden, Schweiz, Serbien, Slowakei, Tschechien, Türkei, UK, Ukraine, Ungarn, USA.

Damit globale Statistiken mit untereinander kombinierbaren Staaten erzeugt werden konnten, wurden die Daten zusätzlich zu den demographischen



Eigenheiten (Branche, Geschlecht, Alter etc). für jedes Land zusätzlich noch nach dem Bruttoinlandsprodukt (Kaufkraftparität) gewichtet.

Die Studie liefert Benchmark-Daten für Branchen und eine Vielzahl an Ländern. Die Kosten richten sich nach dem Umfang und der Auswertungstiefe.

Zu GfK Switzerland, Trustmark:

Der Spezialist für innovative Forschung im Bereich Human Resources und Organisationsentwicklung mit Hauptsitz in Zürich gehört zu GfK Switzerland (Hergiswil/NW). GfK Switzerland ist das grösste Marktforschungsinstitut und der einzige Full-Service-Anbieter für qualitative und quantitative Marktforschung in der Schweiz. GfK Switzerland ist Teil der international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg.

GfK Switzerland AG
Obermattweg 9
6052 Hergiswil

Tel +41 (0)41/632-9111
Fax +41 (0)41/632-9123
www.gfk.ch · www.gfk.com
info.ch@gfk.com

Mit dem Forschungsinstitut
der GfM Schweizerischen
Gesellschaft für Marketing

Mitglied vsms swiss interview
institute®