

Pressemitteilung

Datum
Liselotte Schmid

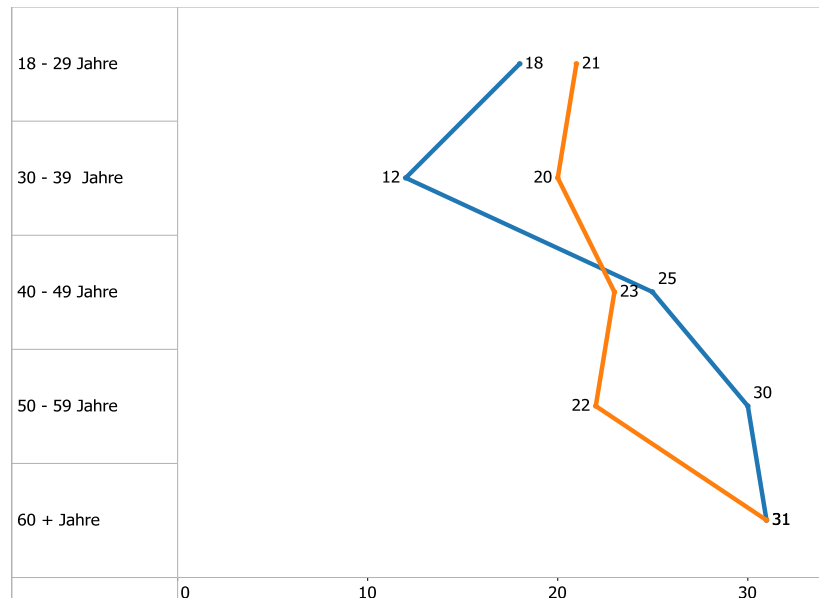
Tel 044 396 9015
liselotte.schmid@gfk.com

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

Junge Schweizer Beschäftigte: Bore-Out statt Burn-Out. Der Rest? Mittelmässig engagiert

Hergiswil, 24.05. 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.

Sie findet einen polarisierten Arbeitsmarkt vor: frustrierte, bindungsunwillige junge Arbeitnehmer versus ihre älteren motivierteren Kollegen, die Angst davor haben, ihre Arbeit zu verlieren.



Grafik 1: Mitarbeitende mit hohem Engagement: Schweiz (blau) im Vergleich mit dem Gesamtwert. (Angaben in Prozent)

"Engagement" wird verstanden als Leistungsbereitschaft, Identifikation mit dem und Bindungswille an das Unternehmen. Im internationalen Vergleich (orange) schneidet die Schweiz (blau) bei den jungen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern schlecht ab, was das Engagement betrifft, vor allem in der Altersgruppe der 30-39jährigen. Das höchste Engagement ist bei den ältesten Beschäftigten zu finden - weltweit.

Bindungskluft: ein Problem für Unternehmen

Die Kluft zwischen den jungen und älteren Arbeitnehmern - in der Schweiz fast 20%! - stellt ein zunehmendes Problem für Unternehmen weltweit dar. Denn hier besteht die Gefahr, einer gespaltenen Arbeitnehmerschaft und insbesondere eines generationenübergreifenden Unmuts, wodurch Anwerbung, Halten und Motivation eines qualifizierten, jungen Talentflusses erheblich erschwert werden kann: die einen über- oder unterfordert, immer mit dem suchenden Blick nach einem "besseren" Arbeitsplatz, die anderen motiviert, aber voller Angst, "freigesetzt" zu werden.

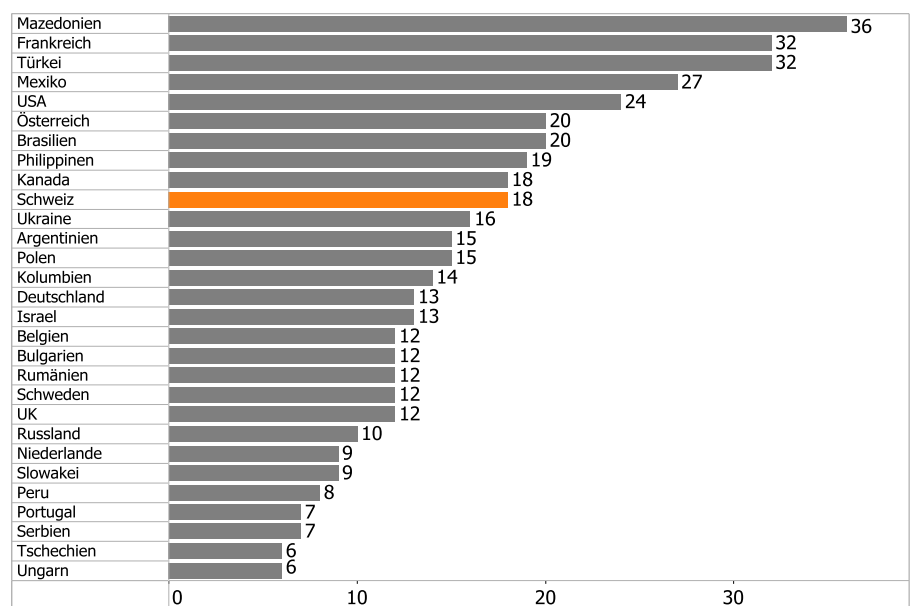
Bore-out statt Burn-Out

Sucht man nach Gründen bei den jungen Arbeitnehmer, dann liegt dies nicht in erster Linie an Überforderung; es liegt an dem Umstand, eine zu wenig interessante Arbeit verrichten zu müssen und daran, seine Kenntnisse und Fähigkeiten nicht voll einsetzen zu können. Dies betrifft knapp ein Drittel der befragten Junioren in der Schweiz. So ist es nicht verwunderlich, dass die Jungen im Vergleich mit den anderen Altersgruppen am meisten daran denken, den Arbeitgeber zu wechseln, sobald sich ein gutes Jobangebot ergibt.

Schweizer Beschäftigte nur mittelmässig motiviert und engagiert

Im internationalen Vergleich sind Schweizer Arbeitnehmer eher im Mittelfeld zu finden, was das Engagement betrifft. Das trifft vor allem auf die jüngste Arbeitnehmergeneration zu, sowie auf die 30-39jährigen. Im Vergleich aller Altersgruppen verzeichnen diese das geringste Engagement - eine Gemeinsamkeit, die sich übrigens durch einen Grossteil der befragten

Länder weltweit zieht. Sind es bei den 30-39 Jährigen 12%, die als engagiert bezeichnet werden können, so sind es bei den Senioren 31%. Zählt man z.B. bei den Senioren nicht nur die hochengagierten, sondern auch die "normal" engagierten Befragten dazu, kommt man auf 77% hochmotivierte oder motivierte Arbeitnehmer.



Grafik 2: 18-29jährige mit hohem Engagement

Mazedonien, Frankreich, Türkei: junge Belegschaft zufriedener

Betrachtet man die einzelnen Nationen genauer, so stellt sich heraus, dass einige Länder erheblich gravierendere Probleme mit dem Grad des Engagements ihrer jüngeren Belegschaft haben als andere.

In Mazedonien (36%), Frankreich (32%) und der Türkei (32%) fühlen sich etwa ein Drittel der 18-29-jährigen Arbeitskräfte stark verbunden mit ihrem Arbeitgeber. Dies ist ein wesentlicher Indikator für eine relativ stabile und produktive Ausgangssituation der Unternehmen dieser Länder. Die Schweizer Arbeitnehmer zeigen nur halb so viel Engagement wie Mazedonier und liegen mit 18% im Mittelfeld .

Wenngleich 61% der jungen Arbeitnehmer Karrierechancen sehen, so liegen diese jedoch für viele von ihnen bei einem anderen Arbeitgeber oder gar in einem anderen Land. Sechs von zehn der jüngeren Mitarbeiter (58%) suchen aktiv nach einem neuen Job oder werden die Suche in den nächsten sechs Monaten angehen. Zwei Fünftel (41%) der Junioren würden für einen neuen Arbeitsplatz auch auswandern. Deshalb ist es für Unternehmen wie auch für Länder entscheidend, sich den Gründen für das Engagement innerhalb der jüngeren Belegschaft zu stellen und Lösungen zu finden.

Liselotte Schmid Faber, Leitung Organisational Research and Consulting bei GfK Switzerland, Trustmark, meint dazu: "Es ist absehbar, dass aufgrund des demographischen Wandels in Zukunft zu wenige junge qualifizierte Arbeitskräfte zur Verfügung stehen werden. Die Schweizer Unternehmen sind hier gut beraten, noch stärker in attraktive Arbeitsplätze zu investieren - also flexible Arbeitszeitmodelle, Gesundheitsförderung, Weiterbildung etc. zu fördern, will man als Wirtschaftsstandort wie als Unternehmen auch in Zukunft eine hohe Performance vorweisen. Diese Massnahmen sollten bei jungen wie älteren Arbeitnehmern gleichermaßen angewandt werden."

Arbeitsbelastung fordert Tribut

In vielen Ländern fordern die Arbeitsbelastungen unter den jüngeren Arbeitskräften ihren Tribut hinsichtlich Gesundheit und Wohlbefinden. Die weltweite Wirtschaftsflaute machte viele Hoffnungen zunichte und löste Ernüchterung aus. Mehr als ein Drittel der jungen Arbeitnehmer war gezwungen eine Stelle anzunehmen, mit der sie nicht zufrieden waren (36 %) oder mussten gar einen anderen Karriereweg einschlagen (37%).

Die Firmen schnallen ihre Gürtel enger, die jüngere Belegschaft scheint auch hier die Hauptlast zu tragen: zwei Fünftel (39%) haben das Gefühl, dass ihr Arbeitgeber die Rezession als Rechtfertigung benutzte, ihnen mehr Arbeit aufzubürden – dies empfindet dagegen nur einer von vier (24 %) der älteren Kollegen so.

Zudem fühlen sich zwei Fünftel (40%) der Jungen häufig sehr gestresst bei der Arbeit – ein höherer Prozentsatz als in allen anderen Altersgruppen.

Darüber hinaus empfinden sich beinahe ein Drittel der Junioren (31%) unter Druck gesetzt, lange Arbeitszeiten auf sich zu nehmen. Zwei Fünftel von ihnen (39%) – abermals der höchste Anteil aller Altersgruppen – sind infolgedessen unglücklich mit ihrer Work-Life-Balance. Ein Drittel (32%) der jungen Arbeiterschaft sagt sogar aus, dass sich der hohe Arbeitsdruck und Stress auf ihre Gesundheit niederschlägt. Dies sind 5 Prozent mehr als bei den 50-59-jährigen Angestellten und sogar 10 Prozent mehr als bei den über 60-Jährigen. In der Schweiz ist der Anteil derer, die sich Sorgen bezüglich Work-Life-Balance, Stress und Sicherheit ihres Arbeitsplatzes machen, im Vergleich zum Durchschnitt der befragten Länder niedriger.

| Alter | Work-life Balance | Stress | Arbeitsplatzsicherheit |
|---------------|-------------------|--------|------------------------|
| 18 - 29 Jahre | 26 | 32 | 15 |
| 30 - 39 Jahre | 22 | 31 | 10 |
| 40 - 49 Jahre | 25 | 33 | 8 |
| 50 - 59 Jahre | 21 | 30 | 14 |
| 60 + Jahre | 21 | 27 | 19 |

Grafik 3: Prozentanteil der Arbeitnehmer in der Schweiz, die sich "oft" oder "fast immer" Sorgen machen bezüglich der angegebenen Parameter

Sie finden alle Charts in der beigefügten Powerpoint-Präsentation.

Mehr Auskünfte und detaillierte Informationen:

Liselotte Schmid Faber
 Leitung Organisational Research and Consulting,
 GfK Switzerland AG, Trustmark,
 +44 396 9015
 liselotte.schmid@gfk.com
 www.gfk.ch

Zur Studie:

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



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.

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, mussten die Daten zusätzlich zu den demographischen Eigenheiten (Wirtschaft, Geschlecht, Alter etc.) für jedes Land zusätzlich noch nach dem Bruttoinlandsprodukt (Kaufkraftparität) gewichtet werden.

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®