



aufgedeckt

SERIE

MITARBEITERBINDUNG ALS ERFOLGSFAKTOR

Im Rahmen der aufgedeckt-Serie „Mitarbeiter Recruiting & Bindung“ behandeln wir in dieser Folge die Frage, was man Mitarbeitern bieten muss, um sie möglichst lange im Unternehmen zu halten.

Nach einer Eingewöhnungszeit mit Einschulung und Kennenlernen der Gegebenheiten sind Mitarbeiter wertvolle Leistungsträger im Unternehmen. Diese will man mitsamt ihrem Wissen und den Erfahrungen möglichst lange im Unternehmen behalten – dabei gilt es folgende Themen zu berücksichtigen:

#1 UNTERNEHMENSKULTUR

Unternehmenskultur und -werte sind entscheidende Faktoren in der Mitarbeiterbindung. Was das Unternehmen ausmacht und welche Veränderungen es in Zukunft in der Unternehmenskultur geben soll, wird im besten Fall gemeinsam mit den Führungskräften und Mitarbeitern eruiert und nicht nur am Papier festgehalten, sondern auch tagtäglich gelebt.

#2 MITARBEITERFÜHRUNG

Gute Führungskräfte kennen die individuellen Motive, Fähigkeiten, Fertigkeiten sowie auch die persönlichen Motivationshemmer der einzelnen Mitarbeiter und schaffen die Rahmenbedingungen für Höchstleistungen. Für ein gutes Berufsklima sollten Führungskräfte die Anliegen der Mitarbeiter ernst nehmen, nach Verbesserungspotentialen Ausschau halten und regelmäßig ihr Verhalten hinterfragen. Weiterbildung und Coaching der Führungskräfte ist nachhaltig investiertes Geld, denn der unmittelbare Vorgesetzte ist laut Mitarbeiterbefragungen die Hauptursache für Kündigungen.



#3 MITARBEITERFÖRDERUNG

Weiterbildungsmöglichkeiten spielen vor allem für karriereorientierte Mitarbeiter eine große Rolle. Ist ein hierarchischer Karrieresprung nicht möglich, kann Mitarbeitern die Möglichkeit zur persönlichen Weiterentwicklung durch Zusätze bei Weiterbildungen oder andere Unterstützungen geboten werden.

#4 KOMMUNIKATION

Ein guter Kommunikationsfluss vermeidet kostspielige Fehlinterpretationen und sorgt für ein gutes Betriebsklima.

- Nur wenn Mitarbeiter über die Ziele des Unternehmens Bescheid wissen, können sie zum Erfolg beitragen und zielgerichtet agieren. Mittels Planungsgesprächen, Teaminformation per Email oder Face-to-Face Gesprächen und anderen Kommunikationswegen ist eine offene und transparente Kommunikation garantiert.
- Mitarbeiter sind auch daran interessiert, wie ihre Leistungen wahrgenommen werden. Ein gut vorbereitetes, strukturiertes und dokumentiertes Mitarbeitergespräch unter vier Augen schafft Vertrauen.
- Mitarbeiterveranstaltungen bauen Loyalität und ein Zusammengehörigkeitsgefühl auf und verbessern das Betriebsklima. Die positiven Erlebnisse dieser Veranstaltungen zählen auch auf eine gute Arbeitgebermarke nach außen ein.

#5 WORK-LIFE-BALANCE

Vielen Mitarbeitern wird die Vereinbarkeit von Freizeit, Familien und Berufsleben immer wichtiger. Verstärkt zeichnen sich Trends in Richtung Home-Office, 4-Tage-Woche und individuelle Vereinbarungen ab. Im Tourismus erweisen sich solche Regelungen als herausfordernd - hier sind flexible Lösungen bei Dienstplänen und Teamorganisation gefragt.

Die Tourismusbranche kann bei ihren Mitarbeitern zum Beispiel bei der Gesundheitsförderung punkten und durch Partnerbetriebe oder eigenen Einrichtungen die Nutzung von Sport- oder Wellnessangeboten ermöglichen.



#6 GEHALT & ZUSATZLEISTUNGEN

Die Bezahlung ist im Tourismus wie auch in anderen Branchen ein zentrales Thema. Oft wird aus Arbeitgebersicht darauf vergessen, Nebenleistungen wie Kost und Logis, Trinkgeld, die vergünstige Nutzung von touristischen Einrichtungen oder auch Infrastruktureinrichtungen vor Ort als positive Zusatzleistungen zu vermarkten. Motivierend kann für Mitarbeiter auch eine zusätzliche Erfolgsbeteiligung als Gehaltsbestandteil wirken, hier jedoch mit Augenmaß auf die Relation zum bestehenden Grundgehalt.

#7 VERABSCHIEDUNG VON MITARBEITERN

Ein ausscheidender Mitarbeiter sollte niemals ohne Austrittsgespräch und Dankeschön für die geleistete Arbeit das Unternehmen verlassen. Durch einen konfliktfreien Trennungsprozess bleibt die Möglichkeit einer zukünftigen Zusammenarbeit bestehen (z.B. Fach- und Saisonkräfte). Negative Eindrücke des Unternehmens werden auch immer rasch im eigenen Umfeld verbreitet und können die Zufriedenheit der übrigen Mitarbeiter beeinflussen.

Quellen:

- „Employer Branding für KMU. Der Mittelstand als attraktiver Arbeitgeber“ von Wolfgang Immerschitt & Marcus Stumpf; Springer Fachmedien Wiesbaden
- Textaufbereitung: PANTARHEI corporate advisors, www.pantarhei-advisors.com

VORSCHAU FOLGE 5:

→ In der letzten Ausgabe folgt nochmals ein Überblick der letzten Folgen!