

München, 30. November 2011

## **Mitarbeiter-Engagement in Europa liegt weit unter globalem Durchschnitt**

Untersuchung von Aon Hewitt zeigt schlechteste Werte seit 2008

**Weltweit fehlt es dem Engagement der Mitarbeiter an Schwung, die Werte stagnieren seit 2010 auf einem Tiefstand. Die Europäer liegen mit einem Wert von 50 Prozent engagierter Mitarbeiter sogar noch unter dem niedrigen globalen Durchschnitt. Das ergab zum dritten Quartal 2011 die Auswertung der Globalen Engagement Datenbank von Aon Hewitt, die Informationen von 5.700 Arbeitgebern mit über fünf Millionen Arbeitnehmern umfasst. Der weltweite Engagement-Wert liegt mit 56 Prozent zwar auf dem gleichen Niveau wie 2010, aber unter denen der Krisenjahre 2008 und 2009. Laut der Ergebnisse ist der Hauptgrund dafür die mangelhafte Förderung und Zurechenbarkeit von Leistung. Die Mitarbeiter sehen keine Verbindung zwischen dem eigenen Einsatz und dem Erfolg des Unternehmens. Dem Management gelingt es hier offenbar nicht, den richtigen Fokus zu setzen, was die Steigerung der Produktivität der Unternehmen hemmt. Jeder zweite Mitarbeiter in Europa ist daher nicht bereit, mehr zu leisten als seine Jobbeschreibung erfordert, oder denkt sogar darüber nach, den Arbeitgeber in absehbarer Zeit zu wechseln.**

Die aktuelle Auswertung zeigt, dass Europa bei den wichtigsten untersuchten Engagement-Faktoren (Leistungsförderung, Karrieremöglichkeiten, Anerkennung, Arbeitsmittel und Ressourcen sowie Top-Management) mit Zufriedenheitswerten zwischen 33 und 46 Prozent weit hinter den anderen Kontinenten liegt. Am besten schneiden die Unternehmen in Lateinamerika mit Werten zwischen 45 und 62 Prozent ab. „Das Zufriedenheitsgefälle zwischen Europa und dem Rest der Welt ist auffallend hoch“, so Bernhard Stieger, Leiter Talent- und Organisation-Consulting DACH-Region bei Aon Hewitt. „Dass die Mitarbeiter weniger engagiert sind als auf dem Höhepunkt der Rezession ist eine harte Tatsache. Anscheinend hat mittlerweile viele das Gefühl verlassen, mit der persönlichen Leistung tatsächlich etwas bewegen zu können.“ Die letzten Jahre waren vor allem von Kostenreduktion, Effizienzsteigerung und ehrgeizigen Wachstumszielen geprägt, um den Konkurrenzvorsprung zu halten. Gespart wurde bei der Entwicklung der Mitarbeiter, was die persönlichen Möglichkeiten im Vergleich zu früher verengt habe. „Die fehlende Bereitschaft von Mitarbeitern in Europa, sich besonders einzusetzen, ist die Konsequenz daraus“, so Stieger. „In Anbetracht der europäischen Schuldenkrise und ihrer möglichen Auswirkungen kann dieser Mangel an Mitarbeitermotivation für die Unternehmen fatal sein.“

## **Mangelnder Einsatz der Mitarbeiter ist kritisch für Finanzergebnisse**

Studien von Aon Hewitt haben immer wieder eine enge Korrelation zwischen Mitarbeiter-Engagement und finanziellem Unternehmenserfolg gezeigt, die auch in schwierigen Zeiten Bestand hatte. 2010 lieferten Unternehmen mit hohen Engagement-Levels weltweit Aktiengewinne, die 22 Prozent über dem Marktdurchschnitt lagen. Die Ergebnisse von Firmen mit einem niedrigen Engagement-Level blieben dagegen 28 Prozent darunter. „Unternehmen in Europa wissen zwar wie entscheidend das Engagement ihrer Mitarbeiter für sie ist. Immerhin führen etwa neun von zehn Großunternehmen Mitarbeiterbefragungen durch. Viele haben aber Schwierigkeiten, die richtigen Maßnahmen zu setzen. Kommt es tatsächlich erneut zu einer Rezession in Europa, werden sie bei weiterhin niedrigen Engagement-Werten nur schwer ihre wirtschaftliche Stellung halten können“, interpretiert Stieger die Folgen. Er sieht sowohl Unternehmen als auch Arbeitnehmer in Europa in der Pflicht: „Die Unternehmen müssen dringend die Bedingungen verbessern. Aber auch die Mitarbeiter sollten sich ein Stück weit selbst motivieren. Nur gemeinsam können Mitarbeiter und Unternehmen erfolgreicher werden.“

## **Best Practices zur Steigerung des Engagements**

Diese Verbesserungen können selbst in schwierigen Zeiten gelingen. So gaben 16 Prozent der ausgewerteten europäischen Unternehmer an, dass sie 2010 das Mitarbeiter-Engagement signifikant steigern konnten. Dabei haben sie einige universell gültigen Schritte beachtet:

- Sie nutzen die vorhandenen Daten für eine fokussierte Strategie zur Engagement-Steigerung und definieren messbare Ziele.
- Sie halten das Versprechen, dass sich Leistung im Unternehmen auszahlt und auch zusätzliches Engagement entlohnt wird.
- Sie legen Wert auf authentische, offene, ehrliche und transparente Führung.
- Sie befähigen die wichtigsten Multiplikatoren im Unternehmen: das Mittlere Management.

## **Datenbasis**

Für die aktuelle Untersuchung wertete Aon Hewitt die Daten von über 5.700 Arbeitgebern mit insgesamt fünf Millionen Mitarbeitern weltweit aus. Der Engagement-Wert der Mitarbeiter spiegelt sich in drei Verhaltensweisen wieder: Steht der Mitarbeiter öffentlich hinter seinem Unternehmen? Bekennt er sich dazu, im Unternehmen bleiben zu wollen? Ist er bereit, sich für den Erfolg des Unternehmens besonders einzubringen? Um die aktuellen Zahlen aus den ersten drei Quartalen dieses Jahres in einen Kontext setzen zu können, wurden diese mit denen aus den Jahren 2006 bis 2010 verglichen. Engagement-Werte ab 65 Prozent weisen Unternehmen mit Hochleistungskultur aus. Im Gegensatz dazu werden alle Unternehmen mit einem Wert unter 45 Prozent als gefährdet eingestuft. Im Bereich dazwischen sind die Mitarbeiter gegenüber Erfolg oder Misserfolg des Unternehmens indifferent und somit in der neutralen Zone.

## Detailergebnisse: Mitarbeiterzufriedenheit bezüglich Engagement-Faktoren

	<i>Global</i>	<i>Asia-Pazifik</i>	<i>Europa</i>	<i>Latein-amerika</i>	<i>Kanada</i>	<i>USA</i>
<i>Leistungs-förderung</i>	44%	49%	36%	55%	49%	50%
<i>Karriere-chancen</i>	42%	48%	33%	51%	48%	50%
<i>Anerkennung</i>	40%	46%	34%	45%	45%	48%
<i>Arbeitsmittel und Ressourcen</i>	51%	57%	46%	58%	50%	54%
<i>Top-Management</i>	48%	54%	39%	62%	57%	54%

### **Kontakt:**

Aon Hewitt GmbH – Elisabeth Preihs  
Tel.: +49 611 928 83-200  
pressegermany@aonhewitt.com – www.aonhewitt.de

### **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:**

Press'n'Relations GmbH – Andrea Wagner  
Magirusstr. 33 – 89077 Ulm  
Tel.: +49 731 962 87-18 – Fax: +49 731 962 87-97  
aw@press-n-relations.de – www.press-n-relations.com

### **Über Aon Hewitt**

Aon Hewitt ist das weltweit führende HR-Consulting- und Outsourcing-Unternehmen. Aon Hewitt konzipiert, implementiert, kommuniziert und verwaltet Lösungen in den Bereichen Vergütung, Executive Compensation, Human Resources, Global Benefits, Talent- und Investmentmanagement und berät die Kunden in komplexen Fragestellungen der betrieblichen Altersversorgung. Weltweit ist Aon Hewitt mit mehr als 29.000 Mitarbeitern in 90 Ländern vertreten. In Deutschland arbeiten rund 400 Mitarbeiter an den Standorten München, Mülheim, Frankfurt, Wiesbaden, Stuttgart, Hamburg und Berlin. Weitere Informationen zu Aon Hewitt finden Sie unter [www.aonhewitt.de](http://www.aonhewitt.de).

### **Über Aon**

Aon Corporation ist der führende globale Dienstleister für Risikomanagement, HR-Lösungen und Outsourcing-Services sowie Versicherungs- und Rückversicherungsmakler. Weltweit ermöglichen es mehr als 61.000 Mitarbeiter durch ihr branchenführenden Wissen und ihre technische Know-how, Kunden in über 120 Ländern mit innovativen und effizienten Lösungen für Risikomanagement und Arbeitsproduktivität einen deutlichen Mehrwert zu bieten. Dafür wurde Aon mehrfach als weltbestes Broker-Unternehmen, Versicherungs- und Rückversicherungsmakler, Captive Manager und Berater für Sozialleistungen ausgezeichnet. Weitere Informationen zu Aon gibt es unter [www.aon.com](http://www.aon.com), unter <http://www.aon.com/unitedin2010> zudem alles über die globale Partnerschaft zwischen Aon und Manchester United inklusive Trikotsponsoring des Vereins durch Aon.