

Produktion

Die Wirtschaftszeitung für die deutsche Industrie

Produktivitätssteigerung

Mitarbeiterloyalität verschafft einen Wettbewerbsvorteil

von Maren Kalkowsky
Produktion Nr. 40, 2009

MÜNCHEN. Unternehmen mit hoher Mitarbeiterloyalität überstehen länger anhaltende Krisen besser.

Einsatz, Leistungswille, Produktivität, Innovationskraft und Mitarbeiterbindung liegen bei Firmen, deren Mitarbeiter eine positive emotionale Bindung zum Unternehmen aufgebaut haben, deutlich höher als der Durchschnitt. Gleichermaßen sinkt die Ge-

fahr, Opfer von Wirtschaftskriminalität zu werden, so die Unternehmensberatung Corporate Trust.

Je höher der Druck auf ein Unternehmen durch Wettbewerb, Globalisierung oder Krisen ist, desto wichtiger wird die Loyalität der Mitarbeiter zum Unternehmen. Viele Betriebe konzentrieren sich auf Mitarbeiterzufriedenheit. Werden unpopuläre Entscheidungen wie Entlassungen durchgeführt, kippt diese Zufriedenheit allerdings schnell. Mitarbeiterloyalität hingegen beschreibt die innere Ver-

bundenheit zum Unternehmen und überdauert auch schwierige Zeiten.

Fast 90 % der deutschen Angestellten fühlen sich kaum an ihre Firma gebunden. Jeder Fünfte hat laut aktueller Gallup-Studie bereits innerlich gekündigt. Schafft man es aber, hohe Mitarbeiterloyalität zu etablieren, profitiert man. Mitarbeiter mit einer hohen emotionalen Bindung zum Unternehmen, haben im Durchschnitt 4 Fehltag pro Jahr weniger, als solche ohne Bindung. Einem Unternehmen mit 1000 Mitarbeitern entstehen da-

durch Mehrkosten von ca. 485 000 Euro pro Jahr, was sich zu einem volkswirtschaftlichen Schaden von ca. 100 Mrd Euro pro Jahr aufaddiert. Eine hohe Mitarbeiterloyalität ist auch der beste Schutz vor Wirtschaftskriminalität. Die größte Gefahr von Diebstahl, Korruption, Unterschlagung, Sabotage oder Informationsabfluss geht von den eigenen Mitarbeitern aus, wie zahlreiche Studien belegen. In der Polizeilichen Kriminalstatistik (PKS) macht die Wirtschaftskriminalität nach BKA-Angaben nur 1,4

Prozent aller Fälle aus. Sie verursacht aber finanziell mehr als die Hälfte des insgesamt durch Kriminalität angerichteten Schadens. Eine Steigerung der Loyalität reduziert das Schadensrisiko überdurchschnittlich. Ein von Corporate Trust entwickelter „Loyalitäts-Index“ bietet die Möglichkeit einen Schnelltest durchzuführen und sich gegen den Industrie-Benchmark zu messen. Daraus lassen sich geeignete Interventionen ableiten. Ziel ist es, das „Autoimmunsystem“ (Loyalität) des Unternehmens zu stärken.