

Employer Value Proposition

Warum ihr Unternehmen wächst, wenn Menschen gerne für Sie arbeiten

Gute Unternehmen werden immer daran erinnert, dass sie von den Menschen gebaut werden, die für sie arbeiten. Sobald Sie ein Unternehmen haben, in dem Menschen gerne arbeiten, wird es anfangen zu wachsen.

Der Grund dafür ist simpel: Glückliche Mitarbeiter:innen sind nicht nur produktiver, sondern auch kreativer und haben häufiger innovative Ideen, die das Unternehmen voranbringen. Vereinfacht gesagt kann daraus folgende Kausalkette hergestellt werden: Glückliche Angestellte ⇒ arbeiten produktiver, sind kreativer und innovativer ⇒ die Kunden sind zufriedener ⇒ Kunden sind deswegen loyaler ⇒ und das Unternehmen wächst.

In diesem Blog-Beitrag erfahren Sie, warum es so wichtig ist, dass Menschen gerne für Ihr Unternehmen arbeiten.

Wieso ist die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter:innen wichtig?

Die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter:innen ist wichtig, weil sie die Leistungsfähigkeit und Produktivität Ihres Unternehmens beeinflusst. Eine zufriedene Belegschaft ist motivierter und produktiver als eine unzufriedene Belegschaft. Zudem ist eine zufriedene Belegschaft loyaler. Sie steht hinter dem Unternehmen und der Marke und ist bereit, mehr zu geben als nur ihr Bestes.

Eine unzufriedene Belegschaft dagegen ist oft demotiviert und unproduktiv, was wiederum dem Unternehmen schadet.

Doch was genau macht Menschen zufrieden bei der Arbeit?

In einer Umfrage von Gallup wurden Beschäftigte in 142 Ländern nach den Gründen für ihre Zufriedenheit oder Unzufriedenheit befragt. Das Ergebnis: Wer einen Sinn in seiner Arbeit sieht, ist zufriedener.

Das bedeutet, dass es für Unternehmen wichtig ist, ihren Angestellten einen Sinn zu geben. Denn nur so können sie ihnen ein Gefühl von Zufriedenheit vermitteln.

Doch das ist nicht der einzige Faktor, der die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen beeinflusst. Die Kompensation der eigenen Arbeit, die Vorteile, die das Unternehmen seinen Angestellten bietet, die verschiedenen Karrieremöglichkeiten, die jeweilige Arbeitsumgebung und schließlich auch die Unternehmenskultur. Kurz gesagt ihre persönliche Employer Value Proposition beeinflusst aktiv die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter:innen.

Was ist eine Employer Value Proposition?

Was macht Sie als Arbeitgeber aus? Woran können Ihre Mitarbeiter:innen und Bewerber:innen erkennen, dass sie bei Ihnen an der richtigen Stelle sind? Die Employer Value Proposition (EVP) ist die Antwort auf diese Fragen. Sie zeigt, was Sie als Arbeitgeber einzigartig macht und wofür Sie stehen.

Mit der EVP geben Sie potenziellen und bestehenden Mitarbeiter:innen ein Versprechen: Sie werden bei Ihnen wertgeschätzt und ihre Bedürfnisse als Mensch werden erfüllt. Das kann einerseits die überdurchschnittliche Vergütung sein, ein attraktiver Arbeitsplatz, ein ausgeklügeltes betriebliches Gesundheitsmanagement oder auch eine offene Firmenkultur. Egal welches Wertversprechen Sie geben – Sie signalisieren damit: „Sie sind uns wichtig. Wir möchten, dass Sie sich hier wohlfühlen“.

Darüber hinaus verleiht die EVP Ihrer Arbeitgebermarke Kontur, macht deutlich für welche Ziele und Werte Ihr Unternehmen steht und gibt Ihnen die notwendige Einzigartigkeit um Bewerber:innen zu überzeugen und Mitarbeiter:innen zu halten.

Warum ist eine Employer Value Proposition wichtig?

Die Machtverhältnisse auf dem Arbeitsmarkt haben sich in den vergangenen zehn Jahren stark zugunsten der Bewerber verschoben. Wo früher der Arbeitgeber das Sagen hatte, entscheidet heute oft die Fachkraft, ob sie die Stelle annimmt oder nicht.

Grund dafür ist, dass Fachkräfte und Talente heutzutage äußerst gefragt sind. Saßen sie noch vor ein paar Jahren auf der Straße und mussten unzählige Bewerbungen schreiben, können sie sich heute vor

Angeboten kaum retten. Kein Wunder also, dass Unternehmen alles dafür tun müssen, um diese anzulocken.

Attraktive Wertversprechen in der EVP sind daher das A und O für ein Unternehmen, wenn es um die Gunst der besten Talente auf dem Arbeitsmarkt geht. Wie bei einer guten Bewerbung ist es wichtig, dass die Employer Value Proposition realistisch und ansprechend formuliert ist und eine Arbeitgebermarke aufgebaut wurde. Denn nur so können potenzielle Mitarbeiter:innen von dem Unternehmen überzeugt werden!

Was können Sie tun, damit Ihre Mitarbeiter:innen gerne für Sie arbeiten?

In einem Umfeld, in dem die Mitarbeiterzufriedenheit sinkt und die Fluktuationsrate steigt, ist es wichtiger denn je, dafür zu sorgen, dass Ihre Mitarbeiter:innen gerne für Sie arbeiten. Denn glückliche Mitarbeiter:innen sind produktiver, bleiben länger im Unternehmen und sind wahre Markenbotschafter:innen, die Ihr Unternehmen nach außen hin positiv repräsentieren.

Doch was können Sie nun aktiv tun, um sicherzustellen, dass Ihre Mitarbeiter:innen gerne für Sie arbeiten?

Hier sind einige Tipps:

1. Schaffen Sie eine positive Arbeitsatmosphäre

Eine positive Arbeitsatmosphäre ist entscheidend für die Zufriedenheit Ihrer Angestellten. Stellen Sie sicher, dass der Arbeitsplatz ein angenehmes Umfeld bietet, in dem sich Ihre Mitarbeiter:innen wohlfühlen. Das bedeutet auch, dass der Arbeitsplatz nicht überfüllt ist und genügend Platz und Licht bietet. Achten Sie außerdem darauf, regelmäßig sauber zu machen und die Möbel in einem guten Zustand zu halten.

2. Fördern Sie den Austausch von Ideen

Fördern Sie den Austausch von Ideen unter Ihren Mitarbeiter:innen, damit sie sich weiterentwickeln können. Ermutigen Sie Ihre Angestellten, neue Ideen vorzuschlagen und anzusprechen, wenn sie etwas verbessern möchten. So fühlen sich Ihre Mitarbeiter:innen wertgeschätzt und geachtet und können sich aktiv an der Weiterentwicklung Ihres Unternehmens beteiligen.

3. Seien Sie ein guter Vorgesetzter

Ein guter Vorgesetzter ist für die Zufriedenheit der Angestellten entscheidend. Seien Sie ein Vorgesetzter, der seine Belegschaft respektiert und fördert. Nehmen Sie sich Zeit für Feedback-Gespräche und unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter:innen bei der Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten. So fühlen sie sich wertgeschätzt und sind motiviert, ihr Bestes zu geben.

Wenn Sie diese drei Punkte beherzigen, haben Sie schon einen großen Schritt hin zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit gemacht.

Wie messen Sie die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter:innen?

Um die Mitarbeiterzufriedenheit zu erhöhen, müssen Sie erstmal wissen wie (un-)zufrieden Ihre Mitarbeiter:innen überhaupt sind und welche Maßnahmen Sie ergreifen können, um diese zu erhöhen. Denn nicht jeder Angestellte freut sich über eine betriebliche Altersvorsorge oder ein Firmenfahrrad.

Doch wie misst man die Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen?

Hier sind einige Anregungen:

1. Befragungen und Umfragen

Befragungen und Umfragen sind eine gute Möglichkeit, um herauszufinden, ob die Mitarbeiter:innen zufrieden sind. Dabei sollten sowohl allgemeine Fragen zur Zufriedenheit mit dem Unternehmen und dem Job als auch konkrete Fragen zu den Arbeitsbedingungen, dem Arbeitsumfeld und den Kolleg:innen gestellt werden.

2. Gespräche mit den Mitarbeiter:innen

Ein weiterer Weg, um herauszufinden, ob die Angestellten zufrieden sind, ist es, regelmäßig mit ihnen zu sprechen. Dabei kann man sowohl allgemeine Gespräche führen als auch gezielt nachfragen, ob es bestimmte Probleme oder Anliegen gibt.

3. Beobachtung des Verhaltens der Mitarbeiter:innen

Auch das Verhalten der Mitarbeiter:innen kann Aufschluss über ihre Zufriedenheit geben. Wenn die Angestellten freundlich und motiviert sind, ist dies ein gutes Zeichen dafür, dass sie zufrieden sind. Auch wenn die Mitarbeiter:innen regelmäßig Überstunden machen oder sich für das Unternehmen engagieren, ist dies ein Indikator für eine hohe Zufriedenheit.

Welche Konsequenzen hat es, wenn Ihre Mitarbeiter:innen nicht gerne für Sie arbeiten?

Es ist kein Geheimnis, dass die meisten Unternehmen hart daran arbeiten, um ihre Mitarbeiter:innen zu begeistern. Doch was passiert, wenn dieses Ziel nicht erreicht wird? Wenn Ihre Angestellten nicht gerne für Sie arbeiten und Ihr Unternehmen deswegen nicht erfolgreich ist?

Diese Fragen sind wichtig. Denn sie zeigen uns, wie wichtig es ist, dass unsere Belegschaft gerne für uns arbeitet. Die Konsequenzen, wenn dies nicht der Fall ist, sind vielfältig. Aber einer der wichtigsten Aspekte ist, dass die Produktivität sinkt. Denn, wenn Ihre Mitarbeiter:innen nicht gerne für Sie arbeiten, werden sie wahrscheinlich nicht so hart arbeiten oder sich so viel Mühe geben, um die Aufgaben zu erledigen.

Der Effekt tritt auch auf der emotionalen Ebene auf. Wenn Ihre Angestellten nicht gerne für Sie arbeiten, werden sie vermutlich keine sehr gute Stimmung verbreiten und es wird schwieriger sein, eine positive Atmosphäre im Unternehmen zu erzeugen.

Aber lassen Sie mich das an einem Beispiel demonstrieren:

Stellen Sie sich einmal vor Sie haben in Ihrem Team eine Person, die unzufrieden mit ihrem Job ist. Die Gründe, warum die Person unzufrieden ist, sind an dieser Stelle erstmal zweitrangig. Wir wollen uns an dieser Stelle mal anschauen was dann innerhalb des Unternehmens und auch innerhalb der Kundenbeziehung passiert?

Lassen Sie uns das Ganze mal gedanklich durchspielen und nennen wir diese Person – der Einfachheit halber – Lisbeth:

Lisbeth ist mehr als unzufrieden in ihrem Job und kommt morgens schon schlechtgelaunt ins Unternehmen. Natürlich mal wieder zu spät, was bei dem einen oder anderen Unternehmen bereits für Stress unter den Kollegen sorgt.

Die Kollegen sind genervt, dass Lisbeth ständig zu spät kommt und dann zu allem Überfluss auch noch schlechte Stimmung verbreitet. Da dieser Zustand nicht erst seit gestern besteht, reicht mittlerweile nur ein falscher Blick, um bei allen Beteiligten das berühmte Fass zum Überlaufen zu bringen. Die Folge sind ständige Streitereien, welche dazu führen, dass die Arbeit leidet. Aber nicht nur bei Lisbeth, sondern auch bei den anderen. Hinzu kommt, dass Lisbeth von den Kollegen boykottiert wird. Warum sollte man auch jemanden unterstützen, der nur schlechte Laune verbreitet!?

Ferner werden oft Kund:innen Zeuge solcher Streitigkeiten und sind über die zunehmend schlechte Leistung der Mitarbeiter:innen alles andere als begeistert. Die Folge ist also - neben den unzufriedenen Angestellten – unzufriedene Kund:innen, die nach und nach zur Konkurrenz abwandern, wodurch wiederum der Umsatz sinkt.

Voilà – ein Teufelskreis ist geboren. Denn über den gesunkenen Umsatz werden Sie als Unternehmer:in ebenfalls nicht begeistert sein und entweder Ihrem kompletten Team oder Lisbeth die Schuld dafür geben, wodurch die Unzufriedenheit weiter zunimmt.

Zusammenfassend kann man also sagen, dass es viele negative Konsequenzen hat, wenn Ihre Mitarbeiter:innen nicht gerne für Sie arbeiten.

Neben dem geringeren oder gar ganz ausbleibenden Erfolg Ihres Unternehmens, bedeutet das auch, dass Sie in Zukunft mehr Zeit und Mühe investieren müssen, um neue, potentielle Mitarbeiter:innen zu begeistern.

Fazit

Je lieber Ihr Team für Sie arbeitet, desto erfolgreicher ist auch Ihr Unternehmen. Arbeitgeber sollten deshalb genau hinhören, was sich ihre Mitarbeiter:innen von ihnen wünschen und eine individuelle Employer Value Proposition formulieren. Denn je individueller diese formuliert ist, desto glaubwürdiger und stärker ist sie. Floskeln wie “gute Karrierechancen” oder “vielfältige Aufgaben” klingen zwar hochtrabend, werden von den Bewerber:innen aber schon lange nicht mehr goutiert.

Sie sollten also genau überlegen, welche Argumente tatsächlich zu den Kernwerten Ihres Unternehmens passen. Eine endlose Aneinanderreihung von Glorifizierungen klingt einfach nicht

überzeugend. Am Ende zahlt sich bei der Employer Value Proposition Ehrlichkeit und ein realistischer Blick auf das eigene Unternehmen aus.

Weitere Informationen zu den Themen Employer Value Proposition und Employer Branding erhalten Sie direkt von Monika Bendel unter info@marketfaction.de sowie unter www.marketfaction.com