ERFOLGSFAKTOR MENSCH

WERKZEUGBOX
PERSONELLE
HERAUSFORDERUNGEN
DES LEH HEUTE UND IN
DER ZUKUNFT

Gesellschaftliche Veränderungen prägen unser Arbeitsleben.

Es wird immer schwieriger werden, Menschen zu überzeugen, eine Karriere im LEH anzustreben. Wir brauchen schon heute gute Argumente.

- Krisen, Trends und gesellschaftliche Entwicklungen stellen enorme Herausforderungen dar, die zu nachhaltigen Veränderungen führen.
- An Arbeitgebende werden andere Erwartungen gestellt als früher. Es gilt, die neue eigene Rolle zu finden.
- Die heranwachsende Generation lebt und schätzt andere Werte. Mit diesem Wertewandel muss man sich befassen.
- Es werden zunehmend mehr Haltungsfragen gestellt, die eine klare Positionierung verlangen.
- Bindung von Mitarbeitenden zum Arbeitgebenden ist kein Selbstläufer. Es braucht Konzepte, um diese sicherzustellen.

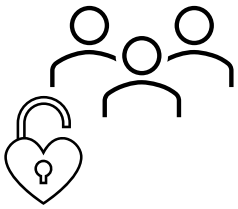
Mitarbeitende
im Wandel

- Mitarbeitende sind der entscheidende Wettbewerbsvorteil, mit dem wir uns von der Konkurrenz abheben. Das gelingt nicht nebenbei, sondern erfordert Ressourcen (Zeit und Geld).
- Um Mitarbeitende (v.a. qualifizierte Kräfte) nachhaltig und langfristig zu binden, muss deren Zufriedenheit gesichert werden.
- Es braucht Eingliederungskonzepte für Arbeitnehmende mit unterschiedlichen kulturellen und sozialen Hintergründen.
- Als Arbeitgebende müssen wir unsere Mitarbeitenden begleiten und ansprechbar für alle Probleme und in allen Lebenslagen sein.
- Wir brauchen gute Konzepte (Arbeitszeitmodelle, Arbeitsplatzgestaltung, lebenslanges Lernen…) zur Gewinnung und erfolgreichen Entwicklung bis hin zu einem guten Austritt von Mitarbeitenden.
- Führungskräfte sind zentral – sie müssen gefördert und gestärkt werden.

Die Zukunft ist ungewiss.

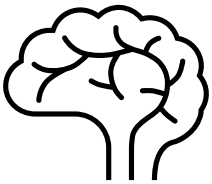
Zusammenhänge werden komplexer und alles wird schnelllebiger. Es gilt, individuelle Lösungen zu finden, die zu dieser Situation passen. Hierbei spielen auch die Mitarbeitenden eine wichtige Rolle. Denn sie sind neben hochqualitativer Ware der entscheidende Wettbewerbsvorteil.

Ein Blick in die Zukunft des LEH



Menschen und Emotionen sind **zentral**.
Kund:innenbindung gelingt nur so.

Digitalisierung und Automatisierung haben Auswirkungen auf den Personalbedarf, gleichzeitig benötigen die Mitarbeitenden immer mehr **Spezialwissen**.

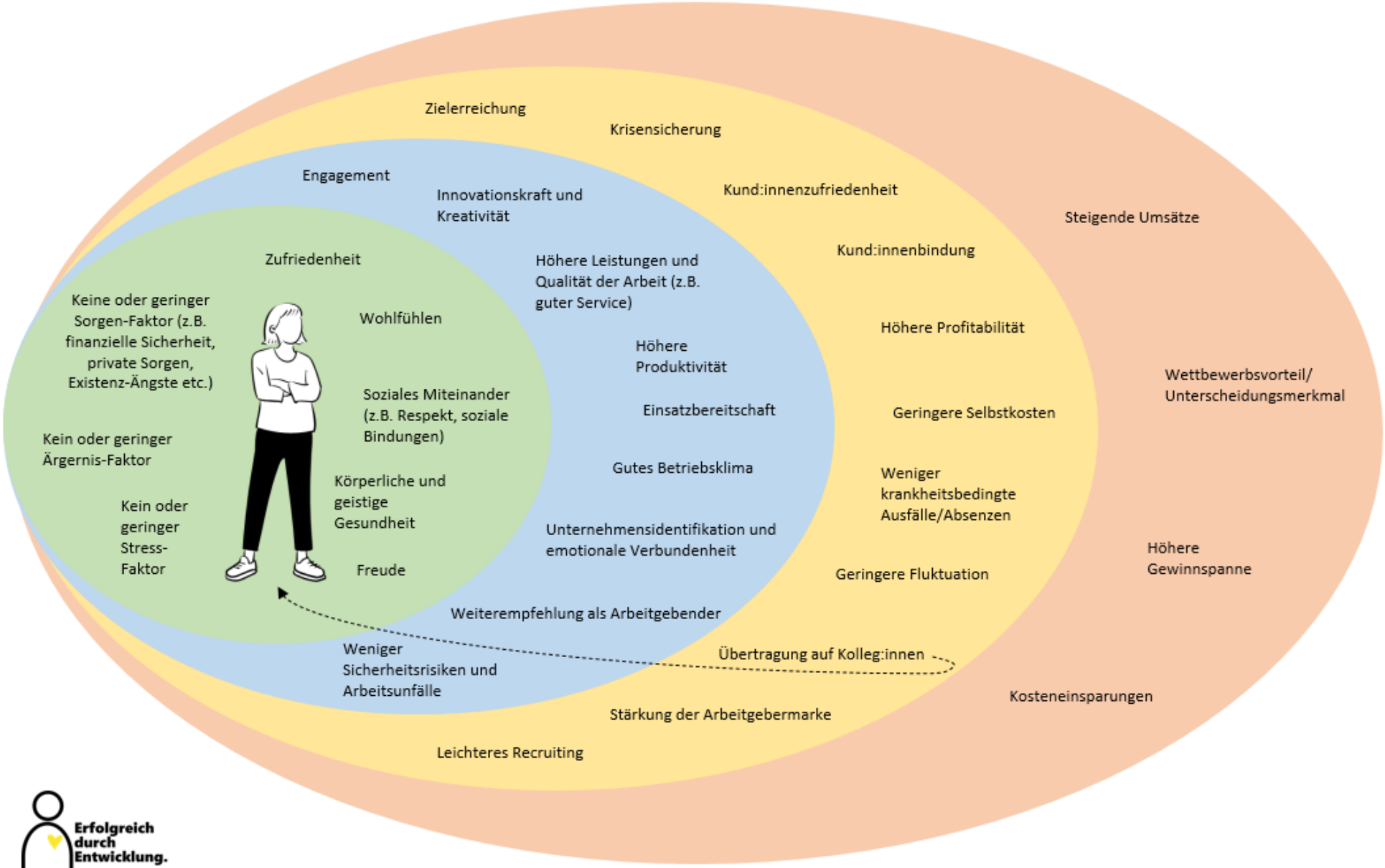


Es braucht zahlreiche neue Konzepte, um den **veränderten Kund:innenerwartungen** und **Marktbedingungen** gerecht zu werden – hier müssen Mut bewiesen und Synergien (z.B. Online-Handel, Drive-In, Shop-in-Shop-Konzepte) geschaffen werden.

Was braucht es, um mit den Herausforderungen umzugehen?

- Das Wissen, dass es notwendig ist, sich wirklich mit den eigenen Mitarbeitenden zu befassen.
- Den Willen, diese Erkenntnis in Taten umzusetzen.
- Die Bereitschaft, nötige Ressourcen zu investieren.

Mitarbeitende = Erfolgsfaktor



Erfolgreich durch Entwicklung.
EDEKA SÜDWEST PERSONALENTWICKLUNG

PRINZIPIEN UND ERGÄNZENDE HINWEISE

Auf den folgenden Seiten finden Sie Erfolgszutaten und Umsetzungsmöglichkeiten, mit deren Hilfe Sie den **Erfolgsfaktor Mensch** in den Fokus stellen und damit den aktuellen und zukünftigen personellen Herausforderungen begegnen können.

Bei der Arbeit mit den Erfolgszutaten gelten folgende Prinzipien:

1. All **diese Faktoren beeinflussen den Erfolg Ihres Unternehmens nachhaltig** – ohne diese Komponenten wird es mittel- bis langfristig nicht funktionieren.

2. Es gibt **keine Patentlösung**, die für alle passt. Jedes Unternehmen muss selbst definieren, wie genau die richtige Zusammensetzung und Ausgestaltung der Faktoren aussieht.

3. Dafür braucht es **entsprechende Konzepte und Ressourcen** – ohne das gelingt es nicht.

ERFOLGSZUTATEN FÜR DIE PERSONELLEN HERAUSFORDERUNGEN DER ZUKUNFT

Vision und Strategie

- **Analyse des Ist-Zustands** und daraus Ableitung einer **Strategie** mit welcher die Herausforderungen der Zukunft begegnet werden sollen
- Kurz-, mittel- und langfristig denken und sich entsprechend aufstellen
- Geeignete Maßnahmen auswählen und kommunizieren
- Strukturen und Prozesse schaffen

Worauf es ankommen wird:

- Walk-the-Talk: Strategie und verknüpfte Maßnahmen (vor-)leben und nicht nur darüber sprechen
- In Vorleistung gehen und mutig sein
- Sich selbst immer wieder in Frage stellen können

Was Sie tun können:

- Setzen Sie sich mit Ihrer Vision und Strategie auseinander und entwickeln oder überarbeiten Sie diese.
- Wenn Sie sich dieser sicher sind: Sprechen Sie mit Ihren Mitarbeitenden darüber und holen Sie sie ab.

- Zur Analyse des Ist-Zustands und der Ableitung einer entsprechenden Strategie empfehlen wir Ihnen das Workbook „Strategische Personalentwicklung“.
- Sprechen Sie uns gerne an, um das Workbook zu erhalten (Kontaktdaten finden Sie auf der letzten Seite).

Unternehmenswerte und Leitbild

- **Unternehmenswerte** herausarbeiten und kommunizieren
- Darauf basierend ein **Leitbild** erarbeiten und Prozesse entsprechend darauf ausrichten, Ziel verständlich machen und Mitarbeitende dafür begeistern

Worauf es ankommen wird:

- Die Menschen sehen und schätzen
- Echte Bereitschaft zeigen, sich auf die Menschen einzulassen
- Akzeptanz
- Mehr Nachsicht
- Auch mal das Undenkbare denken
- Authentizität

Was Sie tun können:

- Formulieren Sie klare Unternehmenswerte und ein Leitbild.
- Füllen Sie dieses mit Leben, in dem Sie mit Ihren Mitarbeitenden darüber sprechen und es im Alltag integrieren.

- Das Leitbild ist Ergebnis der Vision, Strategie und der Werte Ihres Unternehmens und stellt den angestrebten Zukunfts-Zustand dar. Damit fungiert das Leitbild auch als Orientierungsrahmen für alle Mitarbeitenden.
- Auch die einzelnen darin einfließenden Unternehmenswerte dienen der Handlungsorientierung. Darüber hinaus helfen sie die Identifikation mit dem Unternehmen zu erhöhen, schaffen Loyalität, Glaubwürdigkeit und Motivation. Voraussetzung ist jedoch Authentizität und das Leben der Werte.

Unternehmenswerte und Leitbild

Beispielhafte Unternehmenswerte:

- Qualität
- Tradition
- Umweltbewusstsein
- Leidenschaft
- Kund:innenfreundlichkeit
- Innovation
- Neugierde
- Mut
- Transparenz
- Teamwork
- Mitarbeitendenzufriedenheit
- Mitgestaltung
- Flexibilität
- Achtsamkeit
- Einfachheit
- Vertrauen
- Wertschätzung
- Akzeptanz
- Mitarbeitendenorientierung
- …

Fragen Sie sich: Was treibt uns an und was ist uns dabei wichtig? Wie arbeiten wir? Welche Eigenschaften schätzen wir an den Mitarbeitenden in unserem Markt? Was zeichnet uns als Unternehmen aus? Worauf sind wir besonders stolz?

Die Werte sollten zu Ihrem Unternehmen passen und authentisch sein. Sie und Ihre Mitarbeitenden sollten sich in den Unternehmenswerten wiederfinden können.

Sammeln Sie die Punkte und priorisieren Sie bei Bedarf. Achten Sie auf überschaubare, aber dafür klar definierte Werte.

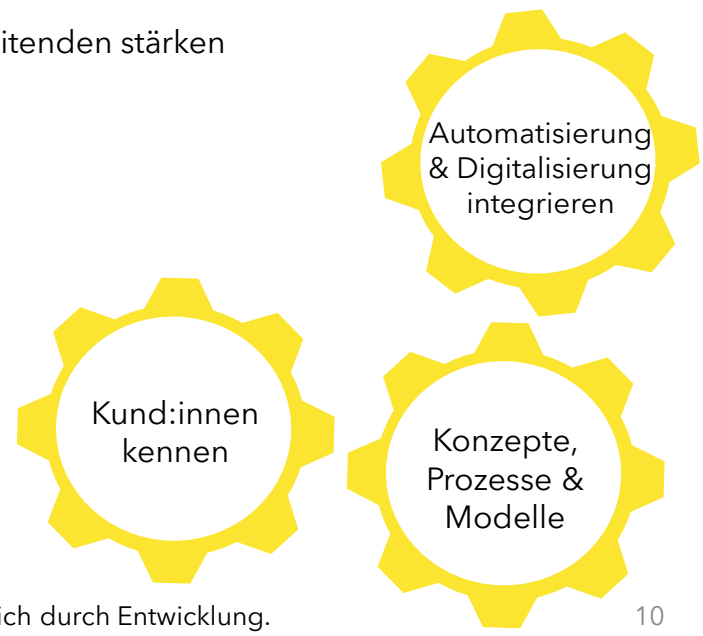
Kommunizieren Sie Ihre Unternehmenswerte und integrieren Sie sie im Alltag. Die Führungsebenen sollten die Werte aktiv vorleben und so eine Verpflichtung aller herbeiführen. Die Unternehmenswerte können beispielsweise auch bei der Personalauswahl oder in Feedbackgesprächen eine Rolle spielen.

Konzepte, Automatisierung & Digitalisierung, Kund:innen kennen

- Erarbeitung und Umsetzung neuer Konzepte, welche den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen begegnen
- **Ansatzpunkte** sind z.B.: Arbeitszeitmodelle vs. Öffnungszeiten, Arbeitgebendenattraktivität (Muss-Kriterien als Arbeitgebender, Gehälter/Boni/ Benefits/Prämien, Wertschätzung der Arbeit), zunehmende Transparenz im Arbeitsmarkt
- Aber auch **Automatisierung & Digitalisierung** sind Ansatzpunkte: Technik als Unterstützung und Änderungsfaktor des Personalbedarfs – jedoch kein Ersatz und somit Bedeutungszunahme von Service und Beratung
- Schaffen der **benötigten Ressourcen und Kapazitäten**, welche für die Erarbeitung und Umsetzung der Konzepte notwendig sein werden
- Berücksichtigung der Anforderungen betroffener Anspruchsgruppen wie z.B. Kundinnen und Kunden oder Mitarbeitende

<u>Worauf es ankommen wird:</u>

- Individualität z.B. je nach Kund:innen- und Mitarbeitendengruppe oder Standort
- Kreativität (Think outside the box)
- Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitende einbeziehen, um Erwartungen zu kennen und erfüllen zu können
- Benötigte Kompetenzen der Mitarbeitenden stärken



Konzepte, Automatisierung & Digitalisierung, Kund:innen kennen

Was Sie tun können:

- Prüfen und priorisieren Sie, welche Herausforderungen für Sie und Ihr Unternehmen besonders im Fokus stehen oder stehen werden und erarbeiten Sie entsprechende Konzepte hierfür.
- Denken Sie außerhalb der bekannten Pfade, beziehen Sie Ihre Kundinnen und Kunden und/oder Mitarbeitenden ein.

Tipps zur Entwicklung neuer, kreativer Konzepte:

- Nehmen Sie verschiedene Perspektiven ein (z.B. von Kundinnen und Kunden oder Mitarbeitenden). Tauchen Sie so tief wie möglich in die Zielgruppen ein, erstellen Sie Beispiel-Charaktere (= Personas) und halten Sie Bedürfnisse, Anforderungen und Charakteristiken fest.
- Brainstorming – Alleine oder in der Gruppe werden Ideen zu einem bestimmten Thema gesammelt, dabei gilt: Quantität vor Qualität, Alles ist erlaubt, die Bewertung erfolgt erst zu einem späteren Zeitpunkt, Ideen Anderer können aufgegriffen, ergänzt und kombiniert werden. Orientieren Sie sich immer wieder an der Zielgruppe. Die gesammelten Ideen werden danach bewertet und weiterentwickelt.
- Betrachten Sie Ihre Ideen, aber auch bestehende Konzepte aus unterschiedlichen Sichtweisen. Nehmen Sie die Rolle des Träumers, des Realisten und des Kritikers ein und entwickeln Sie sie so weiter.
- Trial and Error – Haben Sie keine Angst vor Rückschlägen! Nur durch ein mutiges Ausprobieren können Sie Erfahrungen sammeln.

Marketing

- Aufbau einer attraktiven **Arbeitgebenden-Marke** (= Employer Brand) („Wer bin ich?“ „Was will ich?“ „Wohin will ich?“)
- Hervorheben positiver Merkmale nach dem Motto **„Tue Gutes und sprich darüber“**

Worauf es ankommen wird:

- Kontinuierlich daran arbeiten
- Klare Positionierung
- Nutzung von Social Media
- Die eigenen Mitarbeitenden miteinbeziehen und dabei auch verschiedene Mitarbeitendengruppen berücksichtigen

Was Sie tun können:

- Identifizieren Sie Ihre eigene Arbeitgebenden-DNA.
- Überprüfen Sie Ihren aktuellen Auftritt als Arbeitgebender und entwickeln Sie diesen weiter. Beziehen Sie hierbei auch die Mitarbeitenden mit ein.
- Kommunizieren Sie positive Merkmale und grenzen Sie sich so vom Wettbewerb ab.
- Nutzen Sie insbesondere neue Medien, um zusätzliche Zielgruppen zu erreichen.

- Eine Employer Brand zeigt auf, wofür das Unternehmen als Arbeitgebender steht und was es von anderen Unternehmen unterscheidet. Die Employer Brand richtet sich insbesondere an potentielle Arbeitnehmende hat jedoch auch Ausstrahlungseffekte auf andere Zielgruppen und kann somit zu einem generellen, positiven Image beitragen und auch bestehende Mitarbeitende positiv beeinflussen.
- Wir unterstützen Sie gerne dabei, Ihre Employer Brand aufzustellen, zu verfeinern oder zu positionieren. Kommen Sie gerne auf uns zu! (Kontaktdaten finden Sie auf der letzten Seite).

Recruiting & Onboarding

- **Systematisches, modernes Recruiting** unter anderem mit Hilfe einer **attraktiven Employer Brand**
- Etablierung eines **Empfehlungsmanagements** („Mitarbeitende werben Mitarbeitende“)
- **Onboarding-Prozess** definieren
- Neue Mitarbeitenden, von Beginn an, an das Unternehmen binden (z.B. Zeit zwischen Vertragsunterzeichnung und erstem Arbeitstag durch Einladungen zu Firmenevents oder Geburtstagsgrüßen überbrücken)

Worauf es ankommen wird:

- Offenheit für neue Wege des Recruitings
- Zufriedenheit und Einbezug neuer Mitarbeitenden
- Attraktive Employer Brand

Was Sie tun können:

- Nutzen Sie alle verfügbaren und passende Wege, um neue Mitarbeitende zu gewinnen und prüfen Sie kontinuierlich weitere Optionen.
- Erarbeiten Sie einen Onboarding-Prozess oder prüfen und entwickeln Sie den bestehenden Prozess weiter.

- Unter dem Begriff Onboarding versteht man die strukturierte, systematische Einführung und Einarbeitung neuer Mitarbeitenden, sowie deren soziale Integration im Unternehmen. Ein gutes Onboarding stellt sicher, dass sich neue Mitarbeitende wohl im Unternehmen fühlen, motiviert sind und an das Unternehmen gebunden werden.
- Wir unterstützen Sie gerne bei der Personalsuche! Alle Informationen zu unseren Recruiting-Dienstleistungen finden Sie in der EMMA unter:
  Mitarbeitende & Bildung > Fach- und Führungskräfte > Recruiting: Informationen und Dokumente

Das Miteinander

- Fokus auf **Kommunikation** und **Wertschätzung** (z.B. Geburtstagsgrüße, Weihnachtsgrüße, tägliches Grüßen, namentliche Ansprache, Lob, Führen von Jahres-Gesprächen, Transparenz – auch die kleinen Dinge können eine große Wirkung haben)
- Angstfreie, offene Kommunikationskultur herstellen und entwickeln
- Auf- und Ausbau von Sozialkompetenzen bei Mitarbeitenden und Führungskräften

Worauf es ankommen wird:

- Der Mensch bleibt im Mittelpunkt
- Aufmerksam sein und Aufmerksamkeit zeigen
- Auf die Vorstellungen der Mitarbeitenden eingehen und dabei alle Mitarbeitendengruppen berücksichtigen
- Auf Augenhöhe begegnen und die Mitarbeitenden dort abholen, wo sie stehen
- Zuhören, ernstnehmen, miteinander sprechen

Was Sie tun können:

- Reflektieren Sie das Miteinander bei Ihnen im Unternehmen hinsichtlich der Kommunikations- und Wertschätzungskultur. Holen Sie dabei auch die Meinung Ihrer Mitarbeitenden ein.
- Agieren Sie als Vorbild, geben Sie Ihre Vorstellungen an Ihre Mitarbeitenden weiter und unterstützen Sie beim Auf- und Ausbau der notwendigen Kompetenzen.

Das Miteinander

Mögliche Fragen zur Ermittlung der Kommunikations- und Wertschätzungskultur im Rahmen einer Mitarbeitenden-Befragung:

- Wie schätzen Sie die momentane Stimmung der Kolleginnen und Kollegen im gesamtem Markt ein?
- Wie beurteilen Sie Ihre eigene Stimmung derzeit?
- Wie fühlen sich die Mitarbeitenden von deren direkten Vorgesetzten menschlich geführt?
- Wie erleben Sie die Zusammenarbeit mit Ihren Kolleginnen und Kollegen?
- Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Ich bekomme die relevanten Informationen zu meiner Abteilung/meinem Markt regelmäßig mitgeteilt.
- Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Ich erhalten für meine geleistete Arbeit immer Wertschätzung.
- Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Ich fühle mich als wertvolles und wichtiges Teil des Teams.

Geben Sie Ihren Mitarbeitenden auch die Möglichkeit, ihre Antworten in Freitext-Feldern zu begründen. Damit erhalten Sie wichtige Einblicke in die Hintergründe.

Die eigentliche Arbeit beginnt nach der Befragung. Wie soll mit den Ergebnissen weitergearbeitet werden? Welche Konsequenzen sollen gezogen werden?

Sie möchten eine Mitarbeitenden-Befragung durchführen? Wir unterstützen Sie. Sprechen Sie uns an! (Kontaktdaten finden Sie auf der letzten Seite).

Führung

- Führungskräfte entwickeln und hinsichtlich der notwendigen **Sozialkompetenzen** befähigen
- Führung zulassen und Führungskräfte uneingeschränkt einbinden

Worauf es ankommen wird:

- Die Auswahl der „richtigen“ Mitarbeitenden für Führungspositionen
- Führungskräfte müssen „Menschen-Kenner“ sein
- Entlastung der Führungskräfte, um Fokus auf die Mitarbeitenden zu ermöglichen
- Fokus der Führungskraft nicht nur auf der tatsächlichen fachlichen Arbeit, sondern auch auf Verbundenheit und Nähe
- Die Führungskraft als wichtige Ansprechperson der Mitarbeitenden in allen Belangen wahrnehmen und verstehen

Was Sie tun können:

- Überprüfen Sie die sozialen Kompetenzen Ihrer Führungskräfte und entwickeln diese regelmäßig weiter.
- Ermöglichen Sie Ihren Führungskräften den Fokus auf die Mitarbeitenden zu setzen.

- In unserem Seminarkatalog finden Sie eine breite Auswahl an Seminaren zum Thema Führung und Persönlichkeit. Sie finden den Seminarkatalog in der EMMA unter:

  Mitarbeitende & Bildung > Seminare > Zum Seminarkatalog
- Bei Bedarf erarbeiten wir auch gerne mit Ihnen individuelle, auf Ihre Bedarfe angepasste Inhouse-Seminare zum Thema Führung.

Mitarbeitende entwickeln, Potential- und Leistungstragende und das Team

- Das Team als wichtiges Kriterium sehen
- Mitarbeitende für das Unternehmen und die Ware begeistern, in Warenkundethemen und sozialen Kompetenzen befähigen und universell einsetzbar machen
- Potential- und Leistungstragende fordern und fördern

Worauf es ankommen wird:

- Gutes Betriebsklima
- Ein funktionierendes und breit aufgestelltes Team
- Weiterentwicklungsbedarfe erkennen und schließen
- Mitarbeitende motivieren

Was Sie tun können:

- Identifizieren Sie Ihre Potential- und Leistungstragenden und fördern diese entsprechend.
- Identifizieren Sie Entwicklungsbedarfe bei Ihren Mitarbeitenden und ergreifen Sie entsprechende Maßnahmen, um diese zu schließen.
- Führen Sie Teambuilding Maßnahmen durch, um die Zusammenarbeit zu stärken.

- In der EMMA unter Mitarbeitende & Bildung finden Sie Infos zu unseren Seminaren, Maßnahmen und Dienstleistungen der Personalentwicklung.

PERSONAL Erfolgsfaktor Mensch.

Mitarbeitende binden

- Bestehende Mitarbeitende im Unternehmen halten und langfristig binden
- Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden steigern sowie die **emotionale Verbundenheit** mit dem Unternehmen stärken
- **Investitionen in Mitarbeitende** tätigen und damit in den Erhalt und die Steigerung der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit investieren

Worauf es ankommen wird:

- Investitionen in Mitarbeitende tatsächlich auch als Investition sehen (Einsatz finanzieller Mittel, denen spätere Rückflüsse bzw. Mehrwerte gegenüberstehen) und mutig sein
- Nicht nach dem Gießkannen-Prinzip vorgehen: Es braucht verschiedene Maßnahmen, um verschiedene Mitarbeitende anzusprechen
- Authentisch sein

Was Sie tun können:

- Werten Sie Ihre Fluktuationsquote aus und analysieren Sie diese.
- Führen Sie Austrittsgespräche, um die Beweggründe für Austritte zu erfahren.
- Führen Sie Maßnahmen ein, um die Zufriedenheit und Bindung sicherzustellen und zu erhöhen (z.B. Teamevents, Bonuszahlungen, betriebl. Gesundheitsmanagement (BGM), flexible Arbeitszeiten, Entwicklungsmöglichkeiten, etc.)

- Viele der bereits vorgestellten Werkzeuge zahlen auf die Bindung von Mitarbeitenden ein, sodass die Mitarbeitendenbindung häufig eine Folge oder Begleiterscheinung von anderen Maßnahmen ist. Trotz allem muss die Mitarbeitendenbindung als eigenständiges Thema gesehen werden, um eine ganzheitliche Umsetzung sicherzustellen.

Mitarbeitende binden

Investitionen in Mitarbeitende – ein Gedankenspiel:

Szenario 1: Sie benötigen dringend eine passende, zuverlässig laufende Kühltheke. Die Anschaffung einer neuen Kühltheke ist schwer, da es Lieferengpässe gibt. Die Kosten der Geräte, die verfügbar sind, sind sehr hoch. Es besteht auch die Möglichkeit, eine der bestehenden Kühltheken umzurüsten, sodass sie den veränderten Anforderungen entspricht. Dies ist kostengünstiger als eine Neuanschaffung. Da Sie das Modul dringend benötigen, investieren Sie, entscheiden sich jedoch für die Umrüstung. Für die neue Sortimentszusammenstellung, welche durch die neue Kühltheke umgesetzt werden kann, wird eine Umsatzsteigerung prognostiziert, welche die Investitionskosten langfristig decken wird.

Szenario 2: Sie benötigen gute, engagierte Mitarbeitende. Durch den Fachkräftemangel ist es schwer, neue Mitarbeitende zu finden. Die (gehaltlichen) Anforderungen der verfügbaren Kräfte sind hoch. Es besteht ebenfalls die Möglichkeit, die bestehenden Mitarbeitenden zu fördern und das Engagement durch eine höhere Zufriedenheit zu steigern. Dies erfordert ebenfalls Investitionen, ist langfristig jedoch vorteilhafter, als die Neugewinnung.

Auch wenn die beiden Szenarien verschieden sind, geht es in beiden um das gleiche Thema: eine Investition. Nichtsdestotrotz werden viele in Szenario 1 ein besseres Gefühl mit der Investition haben, als in Szenario 2.

Warum ist das so?

Förderung von Mitarbeitenden als Investition:

Die Förderung von Mitarbeitenden (beispielsweise im Rahmen von Weiterbildungen oder Maßnahmen zur Steigerung der Zufriedenheit) sind Investitionen, denn den eingesetzten Mitteln steht ein direkter Nutzen entgegen. Die Vorteile liegen auf der Hand. Anders als bei klassischen Investitionen sind die Effekte jedoch:

- **so gut wie nie klar messbar** (und somit auch nicht berechenbar oder prognostizierbar; für klassische Investitionen gibt es klare Entscheidungsprozesse mit Kosten/Nutzen-Rechnungen – das ist hier nicht möglich)
- **gefühlt ungewisser** („Was ist, wenn der/die Mitarbeitende das Unternehmen verlässt?“ „Was ist, wenn die Maßnahme doch keine Wirkung zeigt?“)

Das führt dazu, dass Investitionen in Mitarbeitende häufig nur vorsichtig getätigt werden. **Lassen Sie sich davon nicht abschrecken!**

Mitarbeitende binden

Was passiert, wenn wir in die Entwicklung unserer Mitarbeitenden investieren und sie uns dann verlassen?

Was passiert, wenn wir nicht in die Entwicklung unserer Mitarbeitenden investieren und sie bleiben?

Investitionen in Mitarbeitende sind die Grundlage für den Erhalt und die Steigerung der betrieblichen Wettbewerbsfähigkeit!

Geringe Bindung = geringeres Engagement! Das führt zu Kosten:

Kostenfaktor	Ø Kosten
Fehlzeiten (Differenz 3,5 Tage p.a.)	13.100 €
Diebstähle, Schäden, Defekte	3.000 €
Reklamationskosten sowie Kosten mangelnder Qualität	36.000 €
Ausschuss-, Material-, Werkzeugkosten	30.600 €
Ungenutzte Verbesserungspotentiale	18.000 €
Mangelnde Umsetzung erhaltener Informationen	18.000 €
Behinderung der Leistungstragenden	21.600 €
Fehlende positive Außenwirkung auf Kund:innen, Bewerbende etc.	33.000 €
Kosten durch „Schummelei“	6.300 €
Arbeitsgeschwindigkeit, unproduktive Zeiten (durchschn. 30 min. p.T.)	56.250 €
Sonstige Kosten, z.B. für Überwachung, Compliance-Risiken	14.400 €

Bei jährlichen Personalkosten i.H.v. durchschn. 50.000 € pro Person und 50 Mitarbeitenden

Quelle: Fluktuation, Fluktuationskosten: Verdeckte Gewinnvernichtung (io-group.de)

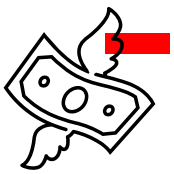
Summe: 250.250,00 €

>> Einsparungspotential!

Mitarbeitende binden

Mitarbeitende binden

Was lohnt sich mehr?



Investitionen in Mitarbeitende, dafür...

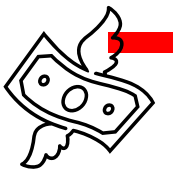
... Einsparungen durch

- Senkung der Fluktuationsrate

Keine Investition in Mitarbeitende tätigen, dafür aber...

... Kosten durch

- Kündigungen (z.B. Kosten für Know-How Abfluss, Ausschreibung und Einstellungsprozess, Einarbeitung etc.)



Eine Kündigung kostet ein Unternehmen ca. **43.000 €**. Die Senkung der Fluktuationsrate um 3 Prozentpunkte erspart einem Unternehmen mit 50 Mitarbeitenden damit jährlich **64.604 €**.

- höheres Engagement der Mitarbeitenden

- geringes Engagement

Ein höheres Engagement der Mitarbeitenden kann in einem Unternehmen mit 50 Mitarbeitenden **rund 250.250 €** ersparen.

Quelle: Fluktuation, Fluktuationskosten: Verdeckte Gewinnvernichtung (io-group.de)

Sind wir bereit für die personellen Herausforderungen der Zukunft?

- ✓ Gibt es eine Unternehmensstrategie? Und wenn ja, kennen meine Führungskräfte diese? Kennen meine Mitarbeitenden diese?
- ✓ Ist allen Führungskräften und Mitarbeitenden bewusst, dass Mitarbeitende, ebenso wie die Ware und das Sortiment, ein Erfolgsfaktor für das Unternehmen sind?
- ✓ Welche Faktoren tragen zum Unternehmenserfolg bei mir bei? Gehe ich davon aus, dass diese mich auch in der Zukunft erfolgreich machen werden? Wenn nein, welche anderen Faktoren werden eine Rolle spielen?

- ✓ Wie ist mein Altersdurchschnitt im Unternehmen? Wie viele Mitarbeitenden gehen in den nächsten Jahren in Rente? Wie viele wichtige Schlüsselpositionen sind betroffen?
- ✓ Wie hoch ist meine Ausbildungsquote? Deckt diese die natürliche Fluktuation durch Renteneintritte?

- ✓ Auf welchen Kanälen gewinne ich neue Mitarbeitende? Nutze ich Online-Formate? Gehe ich unkonventionelle Wege?
- ✓ Muss ich Bewerberinnen und Bewerber von mir als Unternehmer:in überzeugen oder müssen die Bewerberinnen und Bewerber mich überzeugen?
- ✓ Sind meine Mitarbeitende leicht zu ersetzen?

- ✓ Habe ich verstanden, wie die „neue Generation an Arbeitnehmenden" tickt und bin ich bereit mich auf sie einzulassen?
- ✓ Wie muss die Arbeit im LEH und speziell bei mir im Unternehmen gestaltet werden, damit Menschen gerne bei mir arbeiten?

- ✓ Wie integriere ich neue Technologien in den Marktalltag? Nutze ich entsprechende Formate bereits? Wie nutze ich freigewordenen Kapazitäten oder wie möchte ich diese nutzen?

- ✓ Wer sind die Leistungstragenden in meinem Unternehmen? Wer hat Potentiale, die noch entwickelt werden könnten?
- ✓ Sind meine heutigen Mitarbeitenden in der Lage beratungsintensivere Arbeit zu leisten?
- ✓ Räume ich meinen Führungskräften Zeit ein, sich wirklich und ausschließlich um ihre Teammitglieder zu kümmern?
- ✓ Wie stärke ich meine Mitarbeitende und Führungskräfte in deren persönlichen Kompetenzen?
- ✓ Wie entwickle ich meine Mitarbeitenden fachlich weiter?
- ✓ Wer kümmert sich um all diese Themen bei mir im Unternehmen?

Noch Fragen?

Wir stehen Ihnen zu allen Erfolgszutaten mit Rat und Tat zur Seite und erarbeiten gerne mit Ihnen individuelle Situationsanalysen und Lösungsansätze.

Ihre Ansprechpartnerin: **VIOLA BROSAMER**

Telefon: 0781/502-6210

Mobil: 0151/44 163 688

Mail: viola.brosamer@edeka-suedwest.de