

# Mitarbeiter über ihre Unternehmen

Einstellungen und Wahrnehmungen der Mitarbeiter größerer  
Unternehmen in Deutschland

Short-Summary

## Ziele der Studie

---

- ◆ Diese unternehmensübergreifende Studie zeichnet ein Bild arbeitsweltspezifischer Einstellungen und Wahrnehmungen von Mitarbeitern größerer deutscher Unternehmen.
- ◆ Die Studie beschäftigt sich mit Wahrnehmungen von interner und externer Kommunikation, im einzelnen mit Informiertheit im eigenen Unternehmen, Einstellungen zu Change-Prozessen und Unternehmensleitbildern sowie Arbeitsplatz-Zufriedenheit, Glaubwürdigkeit der Firmenleitung, Vertrauen in die Zukunftsfähigkeit der Firma und der Einschätzung des kommunikativen Außenauftritts des Unternehmens.
- ◆ Die explorative Untersuchung eröffnet neue Perspektiven für die Durchführung betrieblicher Mitarbeiterbefragungen.
  - ◆ Vergleichsdaten / Benchmarks für die Einordnung von Ergebnissen von Mitarbeiterbefragungen sind für Unternehmen nur schwer bzw. gar nicht zugänglich.
  - ◆ Mitarbeiterbefragungen werden von Unternehmen häufig in Ausnahmesituationen (wie z.B. Fusionen) durchgeführt und liefern dadurch hoch spezifische Zustandsbeschreibungen.
- ◆ Da diese Befragung unabhängig von Einzelunternehmen und Ausnahmesituationen durchgeführt wurde, können ihre Ergebnisse als Vergleichsgröße bei Mitarbeiterbefragungen innerhalb einzelner Unternehmen herangezogen werden. Damit wird eine realistischere Einschätzung von Kommunikations-Zusammenhängen oder Aspekten wie Arbeitsplatz-Zufriedenheit im eigenen Unternehmen möglich.

- ◆ Einen Schwerpunkt der Untersuchung bildet der Bereich interne Kommunikation, also z.B. Fragen zur Präsenz und Bedeutung verschiedener Informationsquellen im eigenen Unternehmen, zur Beurteilung des eigenen Informationsstandes insbesondere während Wandlungsprozessen und zur Kommunikation mit sowie der Glaubwürdigkeit von Vorgesetzten.

## Untersuchungsdesign

---

- ◆ Befragt wurden bundesweit Personen, die in Unternehmen mit mindestens 100 oder mehr Mitarbeitern beschäftigt sind, in denen in der Regel interne Kommunikation organisiert in nennenswertem Umfang stattfindet.
- ◆ Dieses Auswahlkriterium trifft in Deutschland auf ungefähr die Hälfte der Erwerbstätigen zu. Etwas weniger als 50 % der Bevölkerung sind überhaupt erwerbstätig.
- ◆ Bei Anrufen in über 1000 zufällig ausgewählten Haushalten wurden der Erwerbsstruktur und dem Auswahlkriterium entsprechend mehr als 200 telefonische Interviews geführt.
- ◆ Die Feldphase der Untersuchung fand im Frühsommer 2000 statt.
- ◆ Im Fragebogen wurde eine Kombination offener und geschlossener Fragen (Fragen ohne bzw. mit Antwortvorgaben) verwendet.

# Zusammenfassung

---

## der Ergebnisse

## Zufriedenheit am Arbeitsplatz hoch

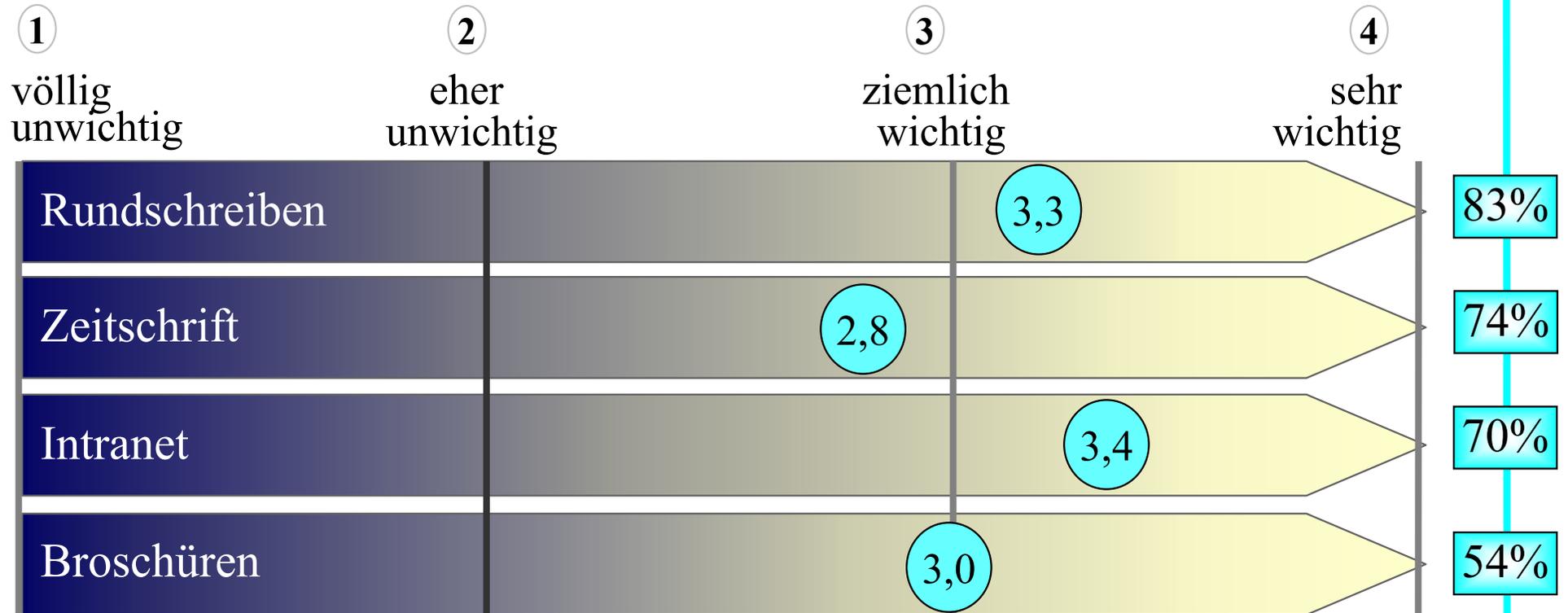
- ◆ Die Arbeitsplatz-Zufriedenheit der Mitarbeiter größerer deutscher Unternehmen ist groß. Eine deutliche Mehrheit (83%) ist am Arbeitsplatz im allgemeinen zufrieden oder sehr zufrieden.
- ◆ Analog zur mehrheitlich geäußerten Arbeitsplatz-Zufriedenheit würde eine große Mehrheit der Mitarbeiter (77%) den eigenen Arbeitgeber guten Gewissens auch Freunden empfehlen.
- ◆ Auch ist eine - wenn auch geringere - Mehrheit der Befragten (64 %) der Ansicht, dass in ihrem Unternehmen Wert auf ihre Meinung gelegt wird.

## Unzufriedene Mitarbeiter urteilen anders

- ◆ Unzufriedene Mitarbeiter schätzen wichtige betriebliche Aspekte negativer ein als zufriedene Mitarbeiter - das erstaunt wenig.
- ◆ Das Vertrauen zu und die Kommunikation mit Vorgesetzten und Firmenleitung sind bei Unzufriedenheit am Arbeitsplatz beschädigt. Unzufriedene Mitarbeiter haben eher das Gefühl, dass auf ihre Meinung kein Wert gelegt wird und fühlen sich insgesamt und durch Vorgesetzte und Firmenleitung schlechter informiert als zufriedene Kollegen.
- ◆ Dementsprechend würden sie ihren Arbeitgeber nicht so bereitwillig weiter empfehlen, wie zufriedene Mitarbeiter.

# Präsenz und Bedeutung von Informations-Quellen

**Ja, im Unternehmen vorhanden**



Durchschnitt  
gesamt: ●

N = 216

## Info-Medien: Intranet wichtiger als Mitarbeiterzeitschrift

- ◆ Präsenz, Akzeptanz und Bedeutung verschiedener Informationsquellen für die Mitarbeiter sind für die interne Kommunikation eines Unternehmens wichtige Faktoren.
- ◆ Rundschreiben und Mitarbeiterzeitschrift sind in den Unternehmen die am häufigsten verfügbaren Informationsquellen.
- ◆ Laut Angabe bzw. Wahrnehmung der Mitarbeiter werden in 83 % der Betriebe Rundschreiben genutzt, um die Belegschaft über allgemeine Belange des Unternehmens zu informieren, eine Zeitschrift gibt es in 74 % und ein Intranet in 70% der Unternehmen.
- ◆ Besonders das Intranet und Rundschreiben gelten für die eigene Informiertheit als wichtig. Aktualität und Dialogorientierung spielen in der internen Kommunikation eine große Rolle.
- ◆ Die Bedeutung von Mitarbeiterzeitschriften wird vergleichsweise gering eingeschätzt. Dies könnte ein Zeichen dafür sein, dass die Konzepte vieler Mitarbeiterzeitschriften den Ansprüchen ihrer Zielgruppe nicht mehr angemessen sind.

## Personalisierte Kommunikation favorisiert

- ◆ Personalisierter Kommunikation messen Mitarbeiter großen Stellenwert bei.
- ◆ Ohne Antwortvorgaben nennen Mitarbeiter häufiger auch Vorgesetzte (19 %), Kollegen und Besprechungen (15 %) sowie den Betriebsrat (8 %) als wichtige Informationsquellen.

## Außenauftritt gut, aber nicht immer genug

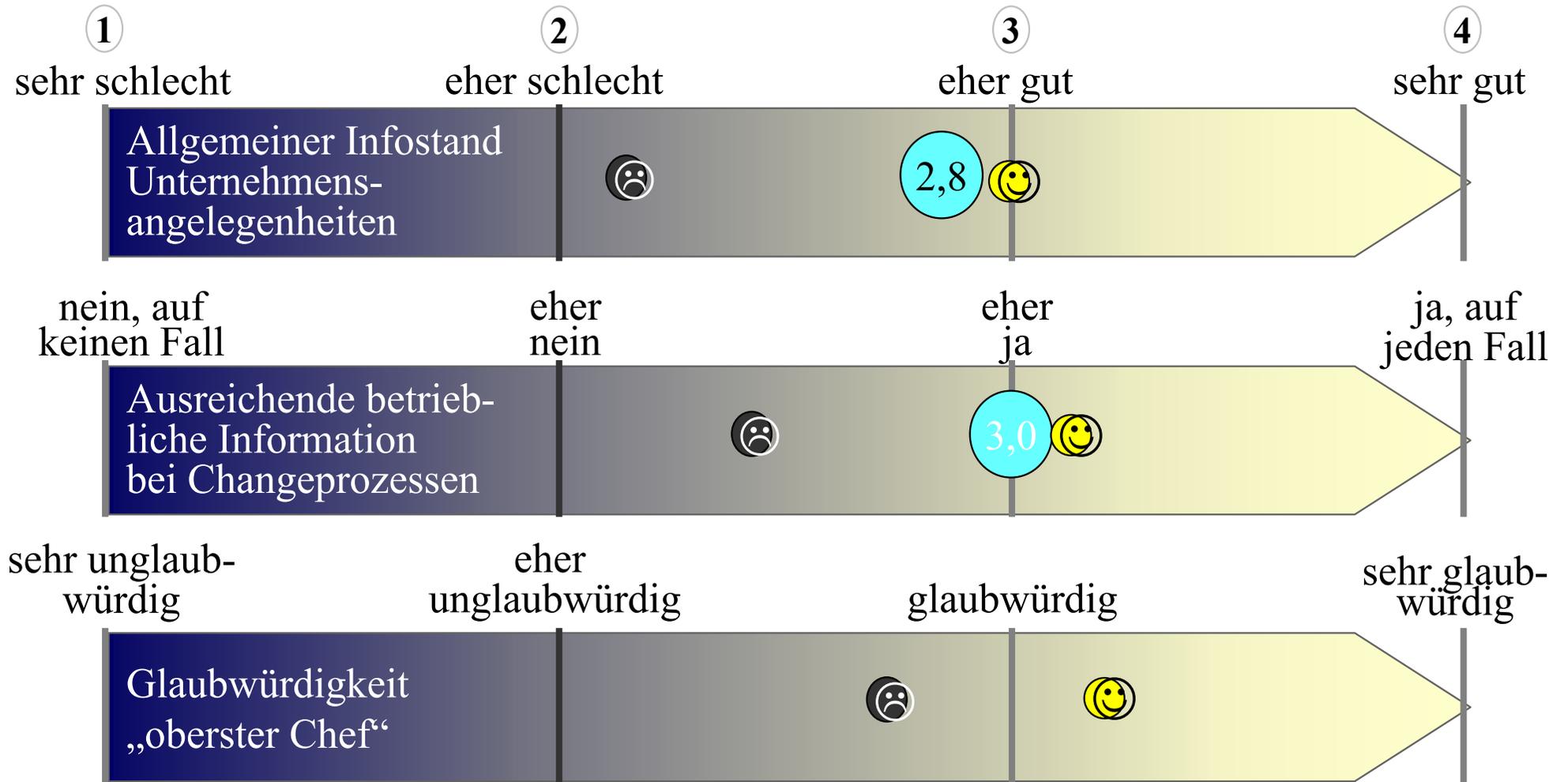
- ◆ Mit ihrer Einschätzung des Außenauftritts der eigenen Firma können Mitarbeiter als Seismographen für die Außenwirkung des eigenen Unternehmens gelten.
- ◆ Den meisten Mitarbeitern (79 %) gefällt der Außenauftritt des eigenen Unternehmens.
- ◆ In manchem Unternehmen würden die Mitarbeiter jedoch eine Verstärkung der externen Kommunikationsmaßnahmen befürworten.
- ◆ Externe Unternehmens-Bekanntheit wirkt sich womöglich positiv auf das berufliche Selbstwertgefühl aus.

## Changeprozesse eher die Regel als die Ausnahme

- ◆ Veränderungen der Organisationsstruktur (z.B. bei Fusionen) oder der wirtschaftlichen Situation führen für Unternehmen immer wieder zu Wandelprozessen, auf die adäquat reagiert werden muss.\*
- ◆ Führungskräfte und Mitarbeiter nehmen in ähnlich starkem Ausmaß Wandel im eigenen Arbeitsumfeld wahr.
- ◆ Aktuell stattfindende oder unmittelbar zurückliegende Changeprozesse bzw. gravierende Umstrukturierungen im eigenen Unternehmen sieht eine große Mehrheit der Führungskräfte (88%) und eine nur etwas kleinere Mehrheit der Mitarbeiter (78%).

\* Zum Vergleich wurden hier die Sichtweisen von Führungskräften zum Thema herangezogen. Die Daten stammen aus dem von com.x erhobenen güttler+klewes Change-Monitor.

# Infostand/ Glaubwürdigkeit CEO



Durchschnitte

gesamt:



zufriedene:



unzufriedene:



N = 216

## Die meisten Mitarbeiter fühlen sich gut informiert

- ◆ Kommunikation ist für Unternehmen (gerade in Changeprozessen) wichtig - und damit auch die Frage, wie gut sich Mitarbeiter über Unternehmensangelegenheiten informiert fühlen, und die Frage nach der Glaubwürdigkeit des obersten Chefs.
- ◆ Mitarbeiter fühlen sich über Unternehmensangelegenheiten - auch in Changeprozessen - insgesamt gut informiert.
- ◆ Firmenleitung und Vorgesetzte informieren - wie dies die Mitarbeiter sehen - eher offen und ausreichend. Die Informationen durch den direkten Vorgesetzten werden noch um einiges besser eingeschätzt als die durch die Firmenleitung. Der unmittelbare Kontakt zu Personen hat damit einen positiven Einfluss auf die Einschätzung der Qualität und der Verlässlichkeit von Informationen.
- ◆ Diese Ergebnisse lassen darauf schließen, dass sich die meisten Mitarbeiter für ihr eigenes Unternehmen interessieren und sich von Vorgesetzten und Firmenleitung ernst genommen fühlen.

## Führungskräfte sehen große Info-Schere

- ◆ Führungskräfte schätzen den Infostand ihrer Mitarbeiter durchschnittlich als etwas schlechter ein als diese selbst und scheinen damit auch das Interesse ihrer Mitarbeiter an Unternehmensangelegenheiten eher zu unterschätzen.
- ◆ Sich selbst sehen Führungskräfte wesentlich besser informiert als ihre Mitarbeiter. Dies entspricht ihrer Position, in der sie tatsächlich umfassender über Unternehmensangelegenheiten informiert sein sollten.

## **Der oberste Firmenchef gilt als glaubwürdig**

- ◆ Mitarbeiter und Führungskräfte sind mehrheitlich der Ansicht, dass die Unternehmensführung sich den Mitarbeitern glaubwürdig präsentiert.
- ◆ Die Glaubwürdigkeit, die der „oberste Chef“ eines Unternehmens bei den Mitarbeitern in einer Normalsituation genießt, ist durchaus zufriedenstellend. Befindet sich das Unternehmen in einer Ausnahmesituation, steht die Glaubwürdigkeit aber besonders auf dem Prüfstand.

## **Mitarbeiter vertrauen in die Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens**

- ◆ Die Beantwortung der Frage, ob man Aktien der eigenen Firma kaufen würde, kann als Maßstab für das Vertrauen in die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens gelten.
- ◆ Die meisten Mitarbeiter sind von der Zukunftsfähigkeit ihrer Unternehmen überzeugt.
- ◆ Eine große Mehrheit der Mitarbeiter (knapp 70%) würde, wollte sie Geld anlegen, nach Möglichkeit in Aktien des arbeitgebenden Unternehmens investieren, weil sie in die positive Entwicklung des Unternehmens vertrauen und / oder über entsprechendes Insiderwissen verfügen.
- ◆ Immerhin noch die Hälfte der unzufriedenen Mitarbeiter würde sich für einen Aktienkauf entscheiden. Könnten sie Aktien mehrerer Firmen erwerben, wären fast genauso viele unzufriedene wie zufriedene Mitarbeiter zum Kauf bereit. Das Vertrauen in die wirtschaftliche Entwicklung eines Unternehmens ist bei Unzufriedenheit am Arbeitsplatz offenbar nur in geringem Maße beschädigt.

## Unternehmensleitbilder gelten als sinnvoll

- ◆ Ein Unternehmensleitbild, das klar formulierte Unternehmensziele beinhaltet und Mitarbeitern sowie Firmenleitung als Orientierung dient, halten Mitarbeiter größerer Unternehmen für sinnvoll und wichtig.
- ◆ Drei Viertel der Befragten wissen um ein solches Leitbild in ihrem Unternehmen.
- ◆ Auch wenn im Unternehmen solche konkreten Leitsätze bislang fehlen, werden sie im Durchschnitt als ziemlich wichtig beurteilt. Ist ein Leitbild vorhanden, wird seine Wichtigkeit sogar noch um einiges höher eingeschätzt.
- ◆ Die klare Formulierung von Zielen des Unternehmens und die Pflege und Fortentwicklung einer Firmenphilosophie erleichtern und befördern eine Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Interessen.
- ◆ Etwaige Befürchtungen, ein Leitbild könnte von der Belegschaft abgelehnt oder nicht ernst genommen, scheinen auf Basis dieser Ergebnisse gegenstandslos.

## Mitarbeiterbefragungen werden begrüßt

- ◆ Eine Mitarbeiterbefragung haben bislang noch vergleichsweise wenige der befragten Arbeitnehmer in ihrem Unternehmen erlebt (39%).
- ◆ Die meisten Mitarbeiter (85%) würden eine Befragung in ihrer Firma für sinnvoll halten und begrüßen.

**Über Ihr Feedback zu dieser Studie freuen wir uns sehr.**

---

Tel: 0234/3250830 Fax: 0234/3250831

E-Mail: [com.X@communication-x.de](mailto:com.X@communication-x.de)

---

Wenn Sie mehr über com.X erfahren wollen, sich für aktuelle Studien interessieren oder sich in unseren Themen-Specials über Forschungsmethoden informieren wollen etc., dann wenden Sie sich persönlich an uns oder besuchen Sie unsere Homepage.

**<http://www.communication-x.de>**

---

**Com·X**

Institut für Kommunikations-Analyse und Evaluation  
Ehrenfeldstr. 34 44789 Bochum

---