



Die Bindung als oberstes Ziel

Führungskräfte sehen als wichtigsten Punkt, die Mitarbeiter im Unternehmen zu halten.

WIEN „Hire & Fire“ war einmal. Zumindest, wenn man die Ergebnisse der aktuellen Studie des globalen Netzwerk „Praxi Alliance“, zu dem auch das österreichische Unternehmen Iventa dazugehört, interpretiert. Demnach ist in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) die Bindung der Mitarbeiter das oberste Gebot. Rund 95 Prozent der befragten Führungskräfte sehen dies. Die vorhandenen Talente werden somit wichtiger eingeschätzt als das Suchen neuer Mitarbeiter. Schießlich lebt jedes Unternehmen vom Einsatz und vom Know-how seiner Beschäftigten. Auch für die Identifikation des Unternehmens spielt dies eine große Rolle. Außerdem bedeutet eine Minimalisierung der Fluktuation auch eine wesentliche Kostensparnis.

Die Rekrutierung von neuen Personal erachten im EU-Raum 78 Prozent als wichtig. Nur jede zweite Führungskraft ist jedoch der Meinung, dass die Rekrutierungsstrategien und -fähigkeiten den Herausforderungen des heutigen hart umkämpften Talentmarktes gewachsen sind. Dieser hat sich weiter aufgeheizt und die Talentakquisition ist entsprechend anspruchsvoller geworden.

Die Arbeitgeber suchen immer noch nach Wegen, um sich effek-



Für Iventa-Geschäftsführer Martin Mayer war es sehr spannend, in diesem Jahr an der Studie teilzunehmen.

APA/JACQUELINE GODANY

tiver zu differenzieren, bessere Lösungen für die Gewinnung von Top Talenten zu finden und die Akquise von geeigneten Mitarbeitern als wesentliche Hemmschwelle für ihre Wachstumsperspektiven zu betrachten. Auch aus diesem Aspekt heraus macht sich ein entsprechendes Engagement mit einer besseren Mitarbeiterbindung bezahlt, da sie den Druck auf die Rekrutierung verringern. Und was unterstützt das Engagement der Mitarbeiter am

meisten? Ganz einfach: Klare Kommunikation.

Zusammengefasst wurden die Ergebnisse im „Global Workforce Leadership Trends Report 2019“ und in Wien unter der Leitung von Iventa präsentiert. 1400 Führungskräfte aus 17 Industriesparten und 33 Ländern wurden befragt. Befragte in Deutschland, Österreich und der Schweiz äußerten größere Herausforderungen bei der Vorbereitung auf Themen wie organi-

satorische Resilience, Änderungsgeschwindigkeit und Workforce Analytics. Die Befragten aus der DACH-Region fühlten sich hingegen besser vorbereitet, die Herausforderungen im Employer Branding zu bewältigen als die Befragten in der EU oder aus der ganzen Welt. „Mit dem eigenen Datenmaterial aus dem DACH-Raum haben wir eine gute Basis für unsere weitere Arbeit“, so Iventa-Geschäftsführer Martin Mayer. **CRO**