

Pressemeldung

Nachlassende Mitarbeiterloyalität fügt deutscher Wirtschaft großen Schaden zu

Die Zahl derjenigen, die sich ihrem Arbeitgeber verbunden fühlen und ihren Job engagiert und motiviert erledigen, geht weiter zurück. So hat das 2008er Arbeitsklima-Barometer des IFAK Instituts aus Taunusstein ermittelt, das nurmehr 12 Prozent der 2000 repräsentativ befragten deutschen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sich ihrem Unternehmen gegenüber verpflichtet fühlen (im Vorjahr 15 Prozent), wohingegen 24 Prozent keine Bindung bekunden, also innerlich bereits gekündigt haben (im Vorjahr 22 Prozent). Der große Rest von 64 Prozent spule, so die aktuelle Untersuchung, ein Pflichtprogramm ab. Die Folgeschäden dieser Entwicklung: reduzierte Produktivität, höhere Fehlzeiten sowie ein geringerer Ideen-Output. Und nicht nur das. Auch die Empfehlungswilligkeit für den Arbeitgeber und seine Angebote sind weiter gesunken.

Das eklatanteste Ergebnis der diesjährigen Studie: die akute Wechselbereitschaft der wenig gebundenen MitarbeiterInnen ist drastisch gestiegen. 69 Prozent von ihnen bekundeten die Absicht, innerhalb der nächsten 12 Monate zu wechseln. Im Vorjahr waren dies nur 37 Prozent. Schuld an der Misere, so das Marktforschungsinstitut, seien vor allem Defizite in der Personalführung. Mehr als ein Drittel der Unzufriedenen würden laut Studie, wenn sie könnten, ihren Chef sofort entlassen. Die Folgen dieser Entwicklung, so Anne M. Schüller, führende Expertin für Loyalitätsmarketing im deutschsprachigen Raum, zeige sich auch auf der Umsatzseite: Den Unternehmen laufen die Kunden in Scharen davon. Steigende Mitarbeiterfluktuation sei aber, so Schüller, weniger ein soziales Phänomen und habe auch nicht nur mit der derzeitigen Arbeitsmarktlage zu tun, sondern sei im Wesentlichen hausgemacht. Die größten Loyalitätskiller listet sie wie folgt: Mangel an Menschlichkeit, Vertrauensschwund, ständige innerbetriebliche Umstrukturierungen sowie ein schlechtes Trennungsmanagement. Ihr Fazit: „Der treudoofe Kunde war gestern - und alte Führungsmodelle funktionieren nicht mehr.“

In ihrem neuen Buch ‚Kundennähe in der Chefetage‘, das gerade bei Orell Füssli erschienen ist, propagiert Managementberaterin Schüller die kundenfokussierte Unternehmenskultur und einen



neuen Führungsstil: die kundenfokussierte Mitarbeiterführung. Beides zusammen mache Unternehmen einzigartig - und damit unkopierbar. Das Buch beschreibt ein durch und durch dialogisch geprägtes Miteinander von Management, Mitarbeiter- und Kundenkreis. Kompromisslos rückt es – statt Kosten und Budgets - den Kunden in den Blickpunkt aller unternehmerischen Aktivitäten. Es zeigt die Rahmenbedingungen auf, unter denen eine hohe Kunden- und Mitarbeiterloyalität erreicht werden können und gibt interessierten Führungskräften anhand einer Toolbox gleich das passende Werkzeug. Zahlreiche Checklisten und praktische Beispiele vervollständigen die Publikation. Es kann als neues Standardwerk auf dem Schreibtisch all derer dienen, die ihr Unternehmen zukunftstauglich machen wollen.

ca. 3050 Zeichen. Abdruck frei/Bitte um Belegexemplar an Kontakt/Bildmaterial auf Anfrage

Bibliographie



Anne M. Schüller

Kundennähe in der Chefetage

Wie Sie Mitarbeiter kundenfokussiert führen

Orell Füssli, Zürich 2008, 26,50 Euro / 44.00 CHF

255 Seiten, ISBN: 978-3-280-05282-2

ausgezeichnet mit dem Wirtschaftsbuchpreis 2008

www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com

Die Autorin



Anne M. Schüller ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Über 20 Jahre hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener Dienstleistungsunternehmen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und achtfache Buchautorin gehört zu den besten Wirtschafts-Speakern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet als Referentin und Trainerin und lehrt an

mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft.

www.anneschueller.de, info@anneschueller.de, Office: 0049 89 6423 208