

Feedback: Keine Zeit fürs Gespräch mit dem Chef

Sie wollen Feedback, Feedback, Feedback: Die Arbeitnehmer der jungen Generation Y. Doch geben die Unternehmen ihren Mitarbeitern genug Rückmeldung? Und auf die richtige Art und Weise?

19.12.2015 (Quelle nab.)

Im hektischen Büroalltag bleibt oft keine Zeit für ausführliche Feedbackgespräche.

Geben die Chefs ihren Untergebenen genug Feedback? Eine neue Studie sagt: nein!

Die so genannte Generation Y, also die nach 1980 Geborenen, fordern es angeblich ein, wie keine andere Arbeitnehmergeneration vor ihnen: Feedback für ihr alltägliches Handeln im Beruf. Doch glaubt man einer neuen Studie der Managementberatung Towers Watson, mangelt es ausgerechnet daran: In 31 Prozent der deutschen Unternehmen gibt es demnach zu wenig Zeit für Feedbackgespräche. Sogar 60 Prozent der Arbeitgeber haben offenbar Probleme den regelmäßigen Kontakt zwischen Mitarbeitern und Managern aufrecht zu erhalten.

„Performance Management“ - so lautet der Fachbegriff für zielgerichtete Interaktion zwischen Chef und Untergebenem. Zwar finde ein solches Performance Management insgesamt noch zu selten statt. Wenn es aber gemacht wird, hat sich die Art und Weise verändert: Statt zu bewerten, was Mitarbeiter in der Vergangenheit geleistet haben, orientiert mittlerweile mehr als ein Viertel der befragten Unternehmen das Performance Management an zukünftigen Zielen und Potentialen ihrer Angestellten. Und weitere 37 Prozent denken über eine solche Umstellung nach. Ebenso richten immer mehr Unternehmen ihre Programme an den vorhandenen Fähigkeiten der Belegschaften aus (23 Prozent) und stellen die Bewertungssysteme entsprechend um (21 Prozent).

Auf Strategie und Kultur des Unternehmens achten

„Wenn Mitarbeiter spüren, dass Vorgesetzte die Leistung des einzelnen Mitarbeiters genau kennen und wertschätzen, kann das mehr motivieren als ein kurzfristiger Gehaltsbonus“, erklärt Florian Frank von Towers Watson. „Außerdem ist Performance Management sehr vielseitig. Jedoch muss es immer direkt auf die Strategie und die Kultur des Unternehmens ausgerichtet sein. Wenn zum Beispiel Innovation die zentrale strategische Stoßrichtung darstellt, muss das Performance Management anders aufgebaut sein, als wenn Effizienz das oberste Ziel ist.“

Für ihre Studie hat die Managementberatung 384 europäische Unternehmen zum Thema Performance Marketing und gegenwärtige Trends in diesem Bereich befragt. Unternehmen verschiedener Größen und Branchen gehörten zur Stichprobe, z.B. High Tech, Finanzen, Telekommunikation, Energie und Konsumgüterhersteller.

Es gibt einen Zusammenhang zwischen Personal-Investitionen und dem finanziellen Erfolg eines Unternehmens sowie der vielerorts zu beobachtenden Praxis in Unternehmen. Der bekannte Stanford Professor Pfeiffer hat dies in einer umfangreichen Studie nachgewiesen.

Mit weihnachtlichen Grüßen ...

Ihr **Thomas Simmerl**