

Employee Experience Report 22

Verständnis, Status, Umsetzung

Frühjahr 2022





Survey

Die Erhebung erfolgte im Dezember 2021 und Januar 2022.

Insgesamt haben über 100 HR Leader aus Deutschland, Österreich und der Schweiz daran teilgenommen.

Die Befragung erfolgte über einen elektronischen Fragebogen.

Aufgrund der Teilnehmerzahl besteht eine statistische Schwankungsbreite. Die Ergebnisse stellen somit eher einen Trend dar, als eine abschließende Betrachtung oder ein "amtliches Endergebnis".

Summary

Gegenstand der Erhebung unter mehr als 100 HR Leadern aus dem deutschsprachigen Raum, war eine Erkenntnis darüber, wie ausgeprägt inzwischen das Verständnis für Employee Experience (EX) ist, wie weit die Unternehmen in der Umsetzung sind und was die aktuell größten Herausforderungen sind.

Hauptergebnis:

Knapp über 20 % der Befragten geben an, dass sie bereits voll in der Umsetzung von EX Design sind - also die moments that matter gestalten. Das sind 5 % mehr als letztes Jahr. Ein gutes Drittel gibt an "begonnen" zu haben, rund 17 % planen aktuell. Ein Viertel (25,7 %) hat EX noch nicht auf der Agenda. 4,1 % der Befragten geben an, sich mit EX auch gar nicht beschäftigen zu wollen.

Wer ist involviert:

In den befragten Unternehmen sind zu mehr als 81 % HR Manager in das Thema involviert, und zu 69 % (+6) die Führungskräfte. 54,6 % (+4) geben an auch die Mitarbeitenden zu involvieren.

Herausforderungen:

Die größten Challenges 2022 im Zusammenhang mit EX Maßnahmen sind - genauso wie 2021 - (1) Verständnis im C-Level, (2) Sammlung & Analyse von Daten und (3) Definition von eindeutigen Parametern um EX zu messen.

Budget für EX:

62,3 % (+2) der Befragten gaben an, dass sie keine expliziten Mittel für EX im Budget haben, 17,3 % (-6) haben bis zu 100.000 Euro reserviert, 17,3 % (+4) zwischen 100.000 und 1 Mio, 1,5 % der Firmen sogar mehr als 1 Mio Euro.



- 20,6 % der teilnehmenden HR Leader sind bei Employee Experience bereits in voller Umsetzung (aktive Gestaltung von "moments that matter")
- 31,9 % der Unternehmen haben entsprechend der Angaben der Teilnehmer bereits begonnen sich mit Employee Experience zu beschäftigen
- 17,5 % der Befragten geben an, dass Employee Experience Design geplant ist, aber noch nicht begonnen wurde
- 25,7 % haben Employee Experience noch nicht auf der Agenda
- 4,1 % werden sich lt. Angabe der Befragten auch nicht damit beschäftigen.

Involvement

Welche Funktionen und Bereiche sind zu Employee Experience in Ihrem Unternehmen involviert?

81,4 %
People Manager

69,1 %
Führungskräfte

54,6 %
Mitarbeitende

Außerdem zu 50,5 % HR Business Partner, zu 28,8 % C-Level, zu 14,4 % IT, zu 18,5 % EX Team, zu 3 % Data Scientists und zu 9,3 % CX Team. Sonstige Nennungen: Vertrieb, Kommunikation, Agentur.



Wie sehr stimmen
diese Aussagen
für Ihr
Unternehmen?

1 = stimmt überhaupt nicht

5 = stimmt voll und ganz

3,1 von 5

Wir verstehen die Segmente unser Mitarbeitenden und deren Bedürfnisse, Verhalten, Motivation, Wünsche - und nehmen darauf Rücksicht.

3,0 von 5

Wir prüfen regelmäßig die Wahrnehmung der Menschen in deren Interaktion mit der Organisation.

3,0 von 5

Wir haben den Einfluss von Vorgesetzten auf EX verstanden **und** designen Führungsverhalten passend zu & mit den Teams.

2,9 von 5

Wir verpflichten uns zur aktiven Gestaltung von Employee Experience (als Priorität - getragen vom C-Level)

2,8 von 5

Wir überlassen EX nicht dem Zufall, sondern kümmern uns aktiv um eine optimale Gestaltung.

2,7 von 5

Wir haben ein klares Verständnis für die "moments that matter" in unserer Organisation.

2,6 von 5

Employee Experience erhält den gleichen Fokus wie Customer Experience (Ressourcen, Zeit, Attention, etc.)

2,5 von 5

Wir bieten erforderliche Tools & Trainings um EX und CX bestmöglich zu gestalten.

2,4 von 5

Wir haben eine EX-Strategie, die von "pre-hire to retire" alle Interaktionen von Mitarbeitenden mit der Organisation umfasst.

2,1 von 5

In unserer Firma arbeiten erfahrene Professionals mit Expertise in Design & Analytics.

EX Verständnis



Grundsätzlich ist eine leichte Verbesserung der Durchschnittswerte zu den verschiedenen Aussagen im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen. Am besten beurteilen die Befragten erneut das Verständnis in Ihrer Organisation für die Segmente der Mitarbeitenden und deren Bedürfnisse. Dicht gefolgt von den Angaben zu regelmäßiger Erhebung unter den Mitarbeitenden (öfter als 1-mal pro Jahr) und dem Verständnis des Einflusses von Verhalten der Führungskräfte auf Employee Experience.

Auch heuer fehlen laut der Angabe der Befragten in vielen Organisationen Professionals mit Expertise in Design & Analytics, sowie umfassende Strategien zu Employee Experience.

Top-Challenges

Was sind Ihrer Meinung nach 2022 die größten Challenges für Ihre Organisation in Bezug auf die aktive Gestaltung von Employee Experience?



Challenge #1

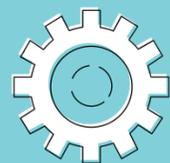
Erzeugung eines entsprechenden Verständnisses auf der obersten Führungsebene für die Wichtigkeit von Employee Experience

Challenge #2

Sammlung und Analyse relevanter Daten, um die Bedürfnisse der Menschen besser zu verstehen

Challenge #3

Definition von eindeutigen Parametern, um Employee Experience im Verlauf der Zeit zu messen.



EX & ROI

Im Zusammenhang mit Employee Experience lässt sich ein Return-on-Investment berechnen, der einen klaren Wertbeitrag für das Ergebnis des Unternehmens kalkuliert. Welche Antwort passt am besten zu Ihrer Organisation?

9,3 %

Wir kalkulieren und berechnen einen ROI und verfolgen entsprechende KPIs.

43,3 %

Wir verstehen den Zusammenhang, haben aber noch keine Berechnung oder KPIs.

41,2 %

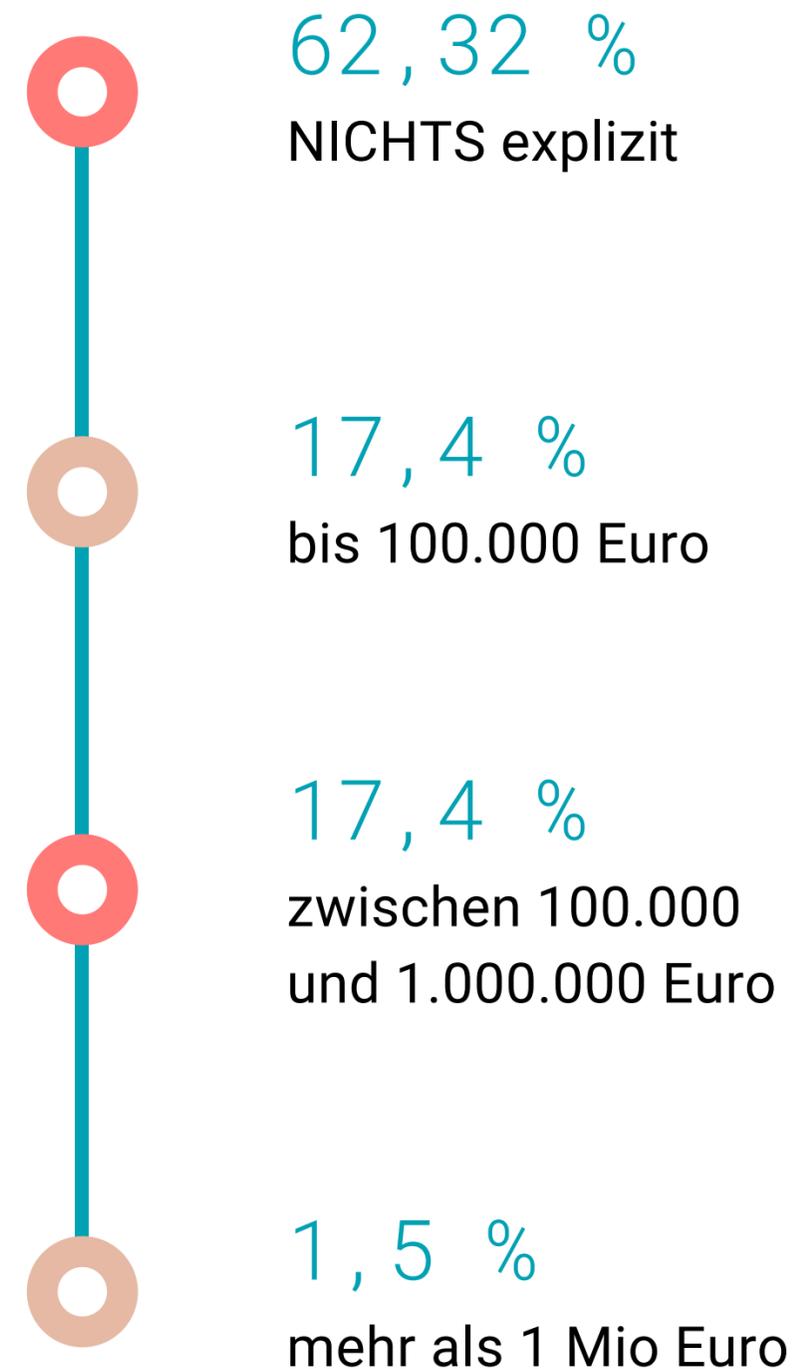
Wir haben uns damit noch nicht beschäftigt.

5,2 %

Wir brauchen keine diesbezügliche Berechnung.

Budget für EX

Wie viel Budget haben Sie für Employee Experience Maßnahmen in Ihrem Unternehmen reserviert?

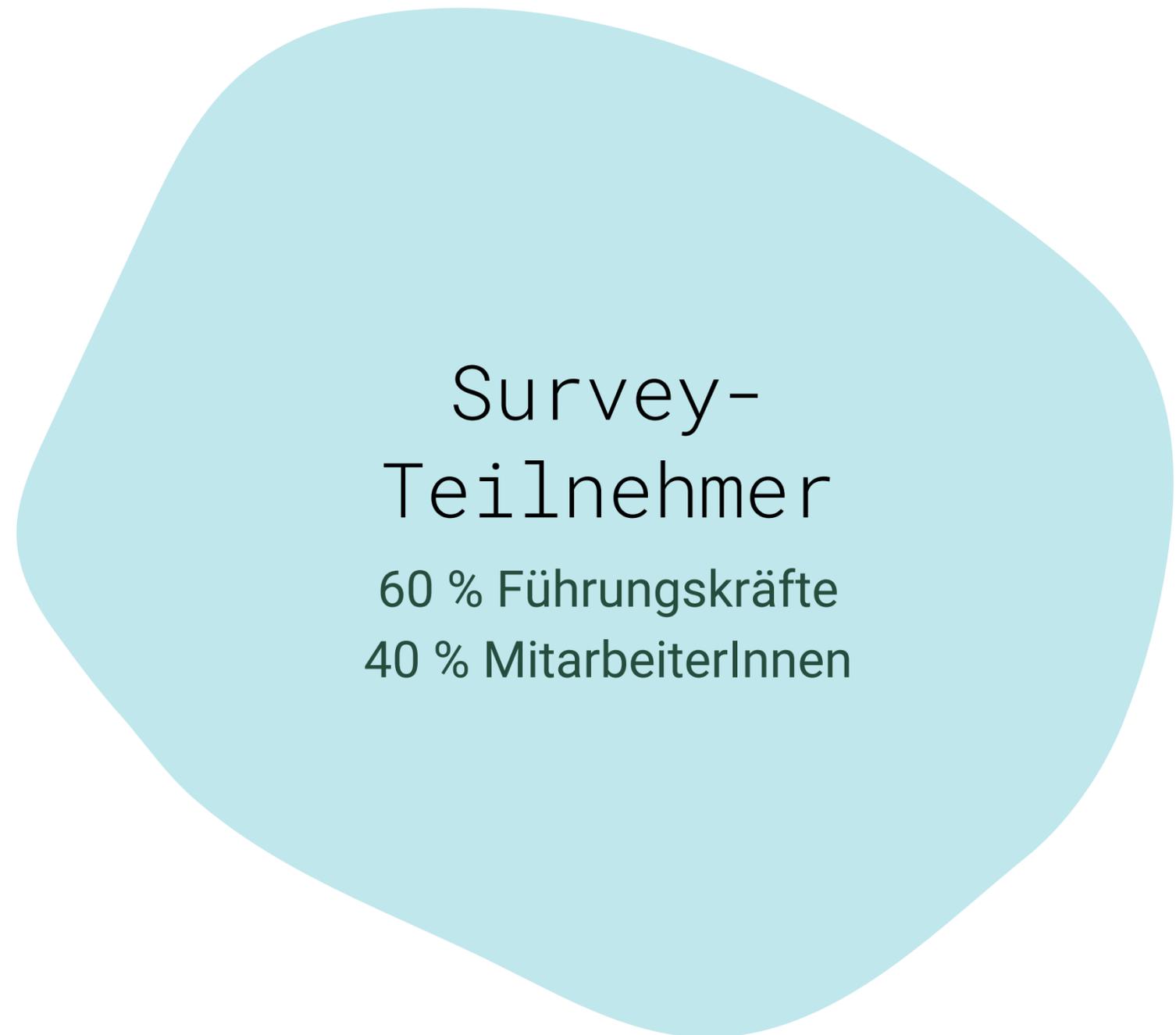
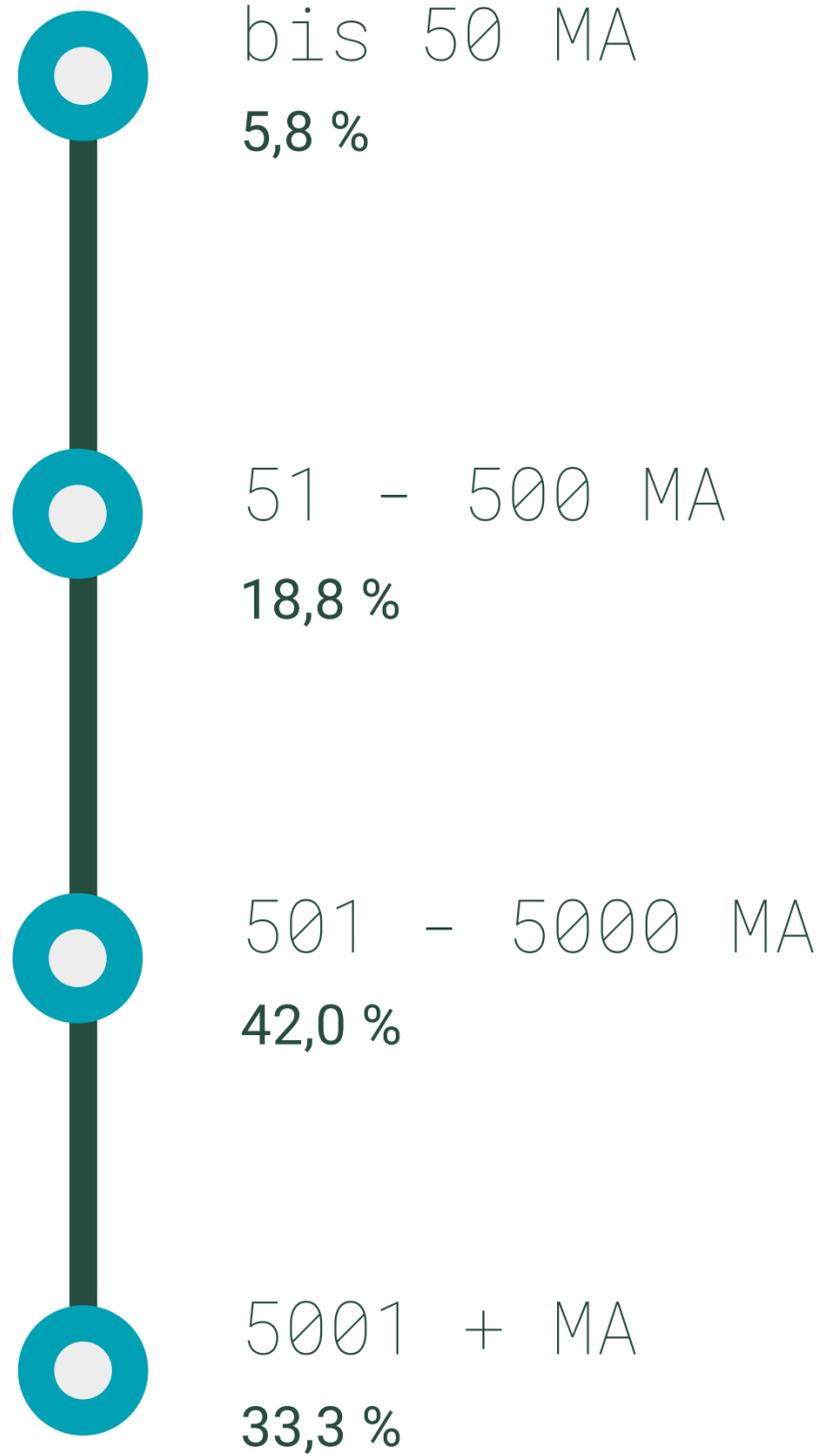


62,32 %
NICHTS explizit

17,4 %
bis 100.000 Euro

17,4 %
zwischen 100.000
und 1.000.000 Euro

1,5 %
mehr als 1 Mio Euro



www.employee-experience.at

Max Lammer

M: max@lammer.org

