



## WOM: Die Macht der Mitarbeitenden

Photo credit: depositphotos.com

Ein Beitrag von Anne Schüller, [Businesscoach und Autorin](#)

Wir leben in einer immer intelligenteren Welt, und die braucht immer intelligentere Leute. Der Wissenszuwachs beschleunigt sich exponentiell. Vorhandenes Wissen wird zunehmend schnell obsolet. Unternehmen können in diesem Kontext nur noch dann erfolgreich sein, wenn sie den Intellekt, die Kreativität und die volle Schaffenskraft von Toptalenten für sich gewinnen und kluge Köpfe miteinander vernetzen.

Dass die Millennials neue Vorstellungen vom Arbeiten haben und diese auch unbeirrt durchsetzen werden, ist inzwischen jedem wohl klar. So führt die Jagd nach den besten Talenten zu einem gewaltigen Arbeitgeber-Attraktivitätswettbewerb. Viele Anbieter werden schon allein deshalb vom Markt verschwinden, weil sie keine qualifizierten Young Professionals mehr finden, die für sie tätig sein wollen.

Deshalb ist es sowohl logisch als auch zwangsläufig ein Muss, die junge Generation beratend und coachend einzubinden, wenn es um die Auswahl neuer Kollegen und das Gestalten eines passenden Arbeitsumfeldes geht. Um die entscheidenden Ansatzpunkte zu finden, schauen wir uns zunächst genauer an, wie, aus Sicht eines Arbeitnehmers betrachtet, der Kreislauf einer Mitarbeiterbeziehung überhaupt funktioniert.

### Die Macht der Mitarbeitenden durch WOM

Nicht die Firmenwebsite und deren Karriereteil, sondern das Eingabefeld der Suchmaschinen ist zunehmend der Startpunkt für eine potenzielle Mitarbeiterbeziehung – und oftmals gleichzeitig das Ende. Dabei spielt WOM, also Word of Mouth in Form von Hinweisen auf Arbeitgeber-Bewertungsportalen, in User-Foren, Blogbeiträgen und Presseartikeln sowie jegliche andere Form von Mundpropaganda und Weiterempfehlungen eine zunehmend wichtige Rolle.

Solche Interaktionspunkte werden im Fachjargon „Earned Touchpoints“ genannt, denn man kann sich das (hoffentlich) Positive, das an solchen Punkten ausgedrückt wird, nicht wie eine Stellenanzeige kaufen, man muss es sich vielmehr verdienen.

Dies passiert, wie die Abbildung zeigt, in den Modulen Kommen, Bleiben und Gehen. Hierbei stellen sich entscheidende Fragen: Sind bei Ihnen Spitzenkräfte am Werk? Oder die lahmen Enten, die sonst keiner will? Beschäftigen Sie ein motiviertes Hochleistungsteam - oder eine Dienst-nach-Vorschrift-Belegschaft? Soviel kann wohl als sicher gelten: An die Honigtöpfe der Zukunft schafft man es nur mit Mitarbeitenden,

- die mit Feuer und Flamme bei der Sache sind,

- die sich mit den Zielen und Werten der Firma voll und ganz identifizieren,
- die unternehmerisch denken und tatkräftig handeln,
- die mit Stolz rumerzählen, in welchem tollen Unternehmen sie arbeiten und
- die sich keinen besseren Job vorstellen können, als den, den sie machen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4928204/wom-die-macht-der-mitarbeitenden/>