

# Neue Ansätze der Mitarbeiterbindung Shared Purpose



## Shared Purpose in der Praxis

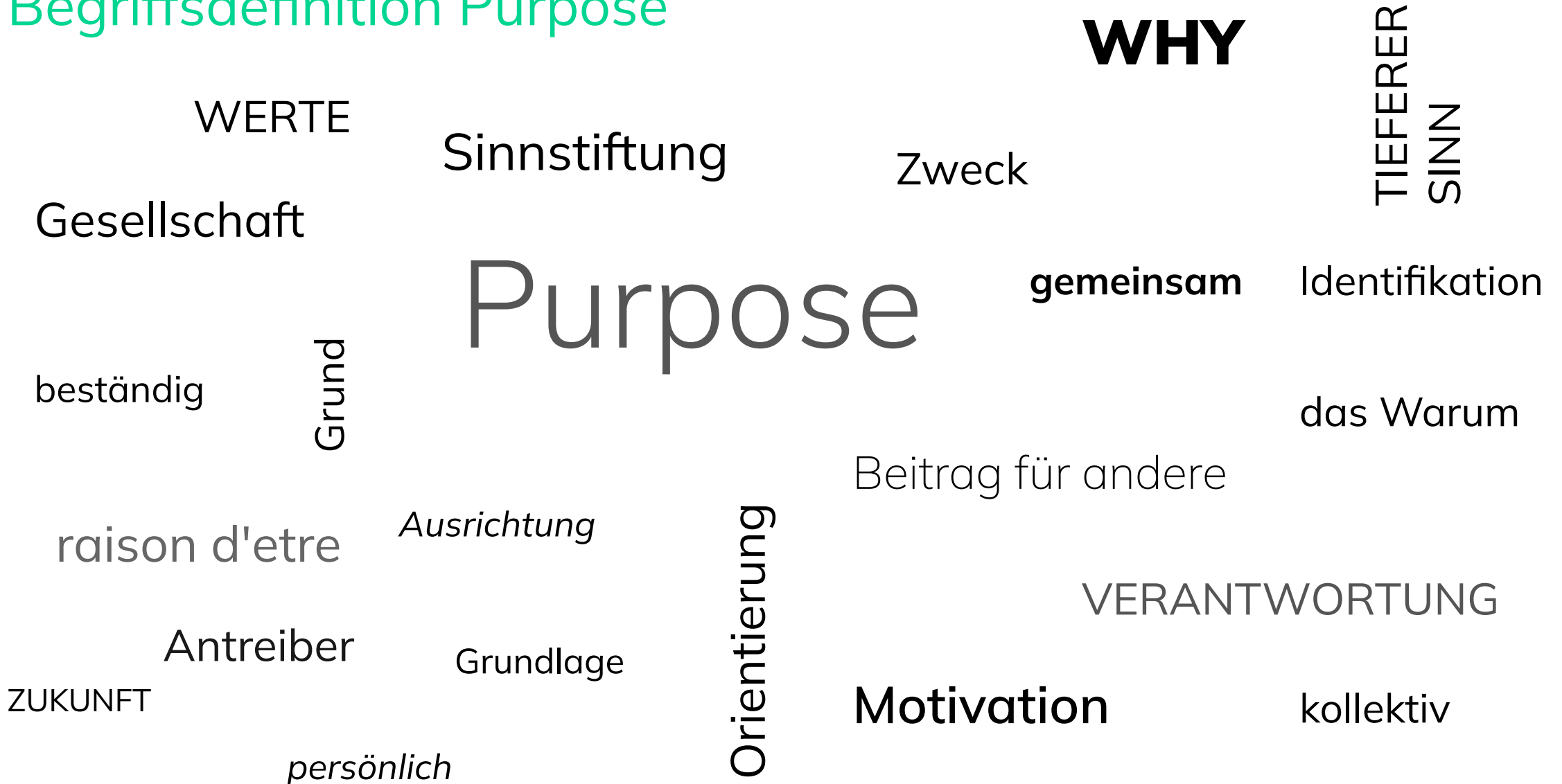
**86 % der Millennials** würden auf Titel und / oder Gehalt verzichten, um in einer Organisation zu arbeiten, **die mit ihren Werten und ihrem Purpose übereinstimmt.**

- verglichen mit nur 9% der Baby Boomer

## Shared Purpose - Relevanz für die Praxis

- Bindung von Mitarbeitenden + 63 %
- Arbeitszufriedenheit + 33 %
- Proaktivität + 64 %
- Arbeitgeberattraktivität + 65 %
  
- Kunden / Konsumentenbindung + 66 %
  
- Unternehmenserfolg + 175 %
- Unternehmensbewertung + 4-6 %

# Begriffsdefinition Purpose



# Begriffsdefinition Purpose

Purpose beantwortet das „*Warum*“ aller einer Organisation tätigen Personen.

*Warum gibt es diese Organisation, warum arbeite ich in dieser Organisation, warum lohnt es sich die Extra-Meile zu gehen?*

Purpose beschreibt den tieferen Sinn einer Organisation, welcher über die reine Gewinnerzielung hinausgeht, vielmehr ist das Erreichen des Purpose mit dem wirtschaftlichen Erfolg der Organisation verknüpft.

Purpose entsteht dann, wenn ein wertvoller Beitrag für andere Personen, Organisationen oder die Gesellschaft geleistet wird, der als sinnvoll erlebt wird.

Dabei kann Purpose unabhängig des Berufes, der Branche oder der Unternehmensgröße erlebt werden.

## Begriffsdefinition Shared Purpose

Shared Purpose beschreibt das Ausmaß, in dem alle Führungskräfte und Mitarbeitenden einer Organisation den Purpose **kennen**, Außenstehenden erklären können, sich mit ihm **identifizieren** und mit ihrem Wirken einen **Beitrag leisten**.

### Purpose- Dreiklang:

- Kopf (Wissen),
- Herz (Identifikation)
- Hand (Beitrag, täglicher Bezug)

## Shared Purpose in der Praxis - Statements

“In business to save our home planet.”



# Shared Purpose - Relevanz für die Praxis

## Patagonia – In business to save our home planet

Ein Praxisbeispiel liefert der US-amerikanische Anbieter von Outdoor-Bekleidung und -Ausrüstung Patagonia. Mit seinen Produkten, begonnen mit Kletterbügeln für unerschlossene Klettergebiete, hat das Unternehmen einen starken Bezug zur unberührten, wilden Natur. Diese zu erhalten war von Beginn an eine unternehmerische Maxime, die sich bis heute im Mittelpunkt jeglichen Handelns befindet. „*Stelle das beste Produkt her*“, „*Richte keinen unnötigen Schaden an*“, „*Nutze das Unternehmen dazu, die Umwelt zu schützen*“, „*Wir sind an keine Konventionen gebunden*“ (Patagonia, 2021) – so die Mission. „*We’re in business to save our home planet*“ - lautet der in 2018 neu formulierte Purpose. „*I really want us to face up to the fact that we’re destroying the planet. (...) That’s why we recently changed our company’s mission statement.*“ (Yvon Chouinard, Gründer von Patagonia 2018). Der Purpose der Organisation unterscheidet sich in zwei grundlegende Richtungen:

- 1) Reduktion der negativen Effekte
- 2) Positive Effekte auf Umwelt, Natur und Gesellschaft erzielen.

Um die negativen Effekte ihres Handelns zu reduzieren, hat Patagonia ein vielschichtiges und umfangreiches System zur Verlängerung der Lebens- und Nutzungsdauer seiner Produkte etabliert. Die Werbekampagne "Don't buy this jacket" als Gegenentwurf zum Black Friday ist ein Beispiel für den verantwortungsvollen Konsum, den Patagonia vorantreibt (Patagonia, 2011). Das Unternehmen verpflichtet sich zur Zahlung einer sogenannten *Earth Tax* (mindestens 1% des Nettoumsatzes) an aktivistische non-profit Organisationen. Den positiven Effekt auf Welt, Natur und Gesellschaft fördert Patagonia unter anderem über das freiwillige Engagement seiner Mitarbeitenden. Im Rahmen sogenannter *Environmental Internship Programs* können Mitarbeitende bis zu zwei Monate pro Jahr bei voller Lohnfortzahlung eine Umwelt-NGO ihrer Wahl unterstützen (Patagonia, 2018). Dass der Purpose auch bei internen, weniger medienwirksamen Prozessen eine entscheidende Rolle einnimmt, verdeutlicht Gründer Chouinard: „*Whenever we have a job opening, all things being equal, hire the person who’s committed to saving the planet no matter what the job is.*“ (in Fast Company 2018).



## Shared Purpose und Mitarbeiterbindung

Das Erleben eines Shared Purpose hat direkten positiven Einfluss auf die Mitarbeiterbindung.

## Shared Purpose und Mitarbeiterbindung

**Purposeorientierte Führung** sowie die **Verinnerlichung des Purpose** durch die Organisationsmitglieder haben den stärksten positiven Einfluss auf die Mitarbeiterbindung.

Ein Purpose Statement allein hat keinen Einfluss auf die Mitarbeiterbindung. Erst wenn Mitarbeitende den Purpose der Organisation **als persönlich bedeutsam empfinden, ihn im Einklang mit ihren persönlichen Werten einordnen und sich ihm verschreiben**, hat dieser einen positiven Einfluss auf ihre Arbeitszufriedenheit sowie ihr Bindung.

## Shared Purpose - Action Steps

- Purpose Diskurs starten
- Purpose Statement gemeinsam formulieren
- Übertrag in den betrieblichen Alltag sicherstellen
- Führungskräfte zu Purpose-Botschaftern befähigen
- regelmäßige Kommunikation initiieren
- Shared Purpose als Basis jeglichen Handelns etablieren

“Those who have a *why* to live, can bear with almost any *how*.”

- Viktor Frankl, 1946.

Rebecka Karsten  
Head of People & Culture  
Peter Park System GmbH

