



# So entsteht ein Unternehmen mit hohem Mitarbeiter- Engagement

Moderne Unternehmensleitungen haben erkannt, dass Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit hohem Mitarbeiter-Engagement zu höherer Talentbindung und Produktivität sowie einer anpassungsfähigeren Belegschaft beitragen, die besser auf die sich ändernden Bedürfnisse der Kunden eingehen kann.

Der Nutzen des Mitarbeiter-Engagements ist also bekannt. Vielen Unternehmen fällt es dennoch schwer, eine optimale Mitarbeiter-Experience zu bieten. Laut der Gallup-Studie „State of the Global Workplace“ aus dem Jahr 2022 weisen nur 21 % der Beschäftigten weltweit hohes Mitarbeiter-Engagement auf.

In unserer letzten Analyse haben wir die Eigenschaften von Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement untersucht. So können wir Organisationen jeder Größe auf Basis bewährter Praktiken Tipps zur Entwicklung einer Engagement-Strategie an die Hand geben, die auf die wichtigsten Aspekte der Mitarbeiter-Experience abzielt.

## Inhaltsverzeichnis

---

03	Methodik
04	Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement weisen in drei zentralen Bereichen sehr gute Ergebnisse auf
10	Entlohnung: eine Herausforderung für alle Unternehmen
11	Was können wir sonst noch von Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement lernen?
14	Fazit

# Methodik

Unsere Analyse basiert auf Daten aus Mitarbeiterbefragungen von mehr als 2,1 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 500 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und Regionen.

Unternehmen mit guten Ergebnissen liegen im oberen Viertel (75. Perzentil oder höher), während Unternehmen mit schlechten Ergebnissen im unteren Viertel (25. Perzentil oder niedriger) angesiedelt sind. Die Engagement-Rate von Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement liegt durchschnittlich 19 % über der Rate anderer Unternehmen.

Score	Anzahl der Unternehmen	Engagement-Rate (Durchschnitt)
Hoch	105 (20,2 %)	8,5
Mittel	280 (53,8 %)	7,8
Niedrig	135 (26,0 %)	7,1
Gesamt	520 (100 %)	7,7

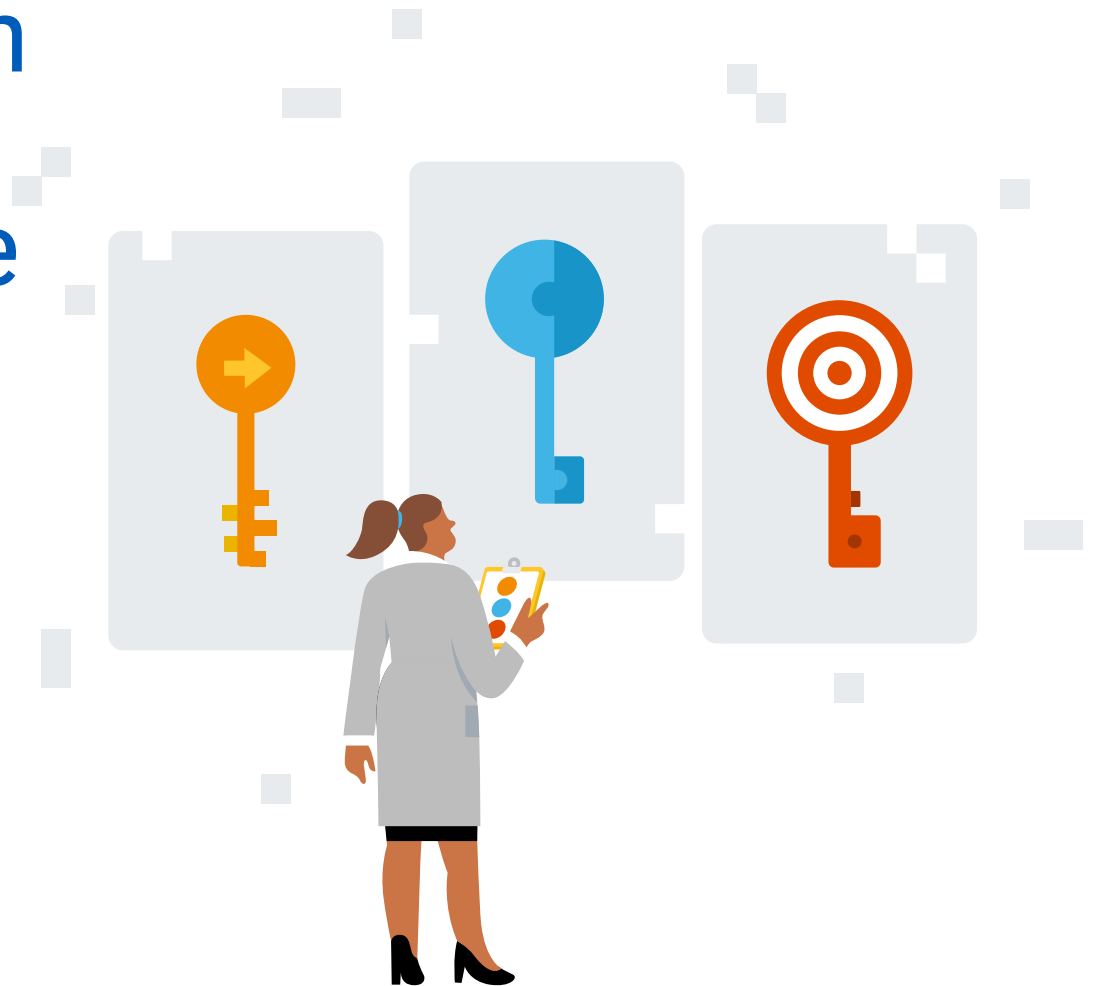
Der Analysezeitraum umfasst Befragungen, die zwischen Januar und August 2022 durchgeführt wurden, sowie Kommentare, 1-Klick-Feedback und Konversationen aus den vorangegangenen 12 Monaten.

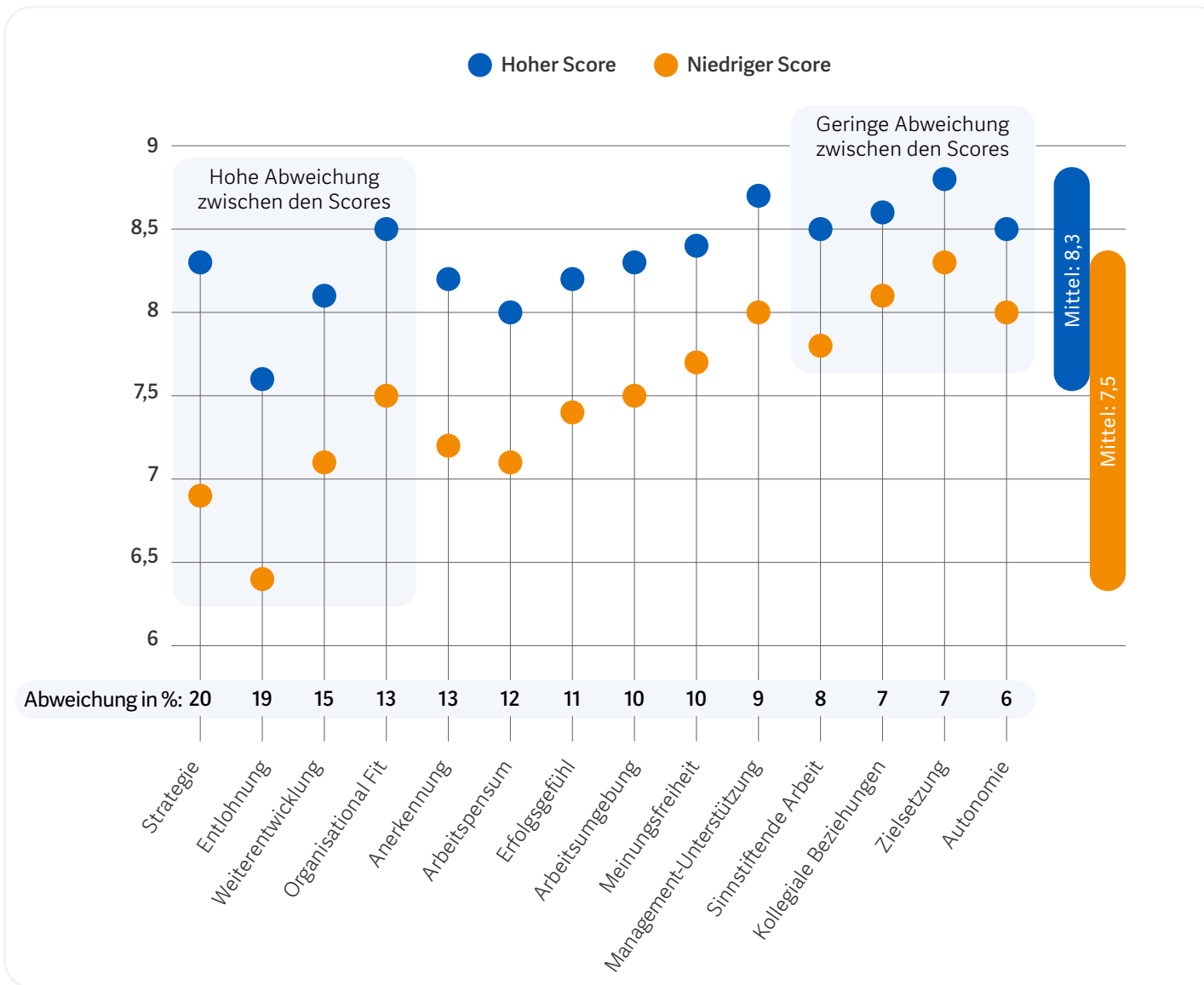


Workday Peakon Employee Voice analysiert und interpretiert die Ergebnisse anhand der NPS-Methodik, wobei 0 Punkte für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 10 Punkte für „Stimme voll zu“ steht. Im Allgemeinen steht das obere Ende der Skala für höhere Zufriedenheit, während der mittlere und untere Bereich auf geringere Zufriedenheit oder gar Unzufriedenheit schließen lassen.

# Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement weisen in drei zentralen Bereichen sehr gute Ergebnisse auf

Um zu verstehen, was ein Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement auszeichnet, muss man zunächst verstehen, wie sich die einzelnen Aspekte der Mitarbeiter-Experience auf das Mitarbeiter-Engagement im Allgemeinen auswirken. [Workday Peakon Employee Voice](#) geht von 14 Engagement-Faktoren aus, die sich jeweils auf einen umfassenden Kanon wissenschaftlicher Forschung von Organisationspsychologen stützen.





Vergleich der Engagement-Faktoren von Unternehmen mit hohem und niedrigem Score

Beim Vergleich der Engagement-Faktoren von Unternehmen mit hohem und niedrigem Score fällt auf, dass jene mit hohem Mitarbeiter-Engagement in drei Bereichen besonders stark abschnitten: Strategie, Weiterentwicklung und Organisational Fit.

Bei diesen Faktoren ist die Diskrepanz zwischen Unternehmen mit hohem bzw. niedrigem Score am größten. Eine Ausnahme bildet der Faktor Entlohnung, der in Unternehmen im oberen und unteren Viertel gleichermaßen am schlechtesten bewertet wird. Je größer die Diskrepanz, desto größer ist die Gelegenheit für Unternehmen mit niedrigem Score, ihre allgemeine Engagement-Rate zu steigern. Bei Engagement-Faktoren wie Autonomie und Arbeitsumgebung, bei denen die Diskrepanz relativ gering ist, sind hingegen nur marginale Steigerungen zu erwarten.

Unsere Analyse ergab außerdem, dass die im Diagramm oben hervorgehobenen Faktoren mit den Fokusbereichen übereinstimmen, die Workday Peakon Employee Voice Unternehmen mit niedrigem Mitarbeiter-Engagement am häufigsten vorschlägt. Workday Peakon zeigt Ihnen neben den Stärken Ihres Teams auch, welche Faktoren Verbesserungsbedarf aufweisen.

Diese Faktoren, auch **Prioritäten** genannt, werden anhand des Einflusses berechnet, den ein bestimmter Faktor auf das allgemeine Mitarbeiter-Engagement hat.

Prozess/Ergebnis	Anteil in Prozent
<b>Strategie</b>	<b>23,5 %</b>
<b>Entlohnung</b>	<b>17,5 %</b>
<b>Organisational Fit</b>	<b>16,4 %</b>
<b>Weiterentwicklung</b>	<b>13,8 %</b>
Arbeitsumgebung	5,0 %
Autonomie	3,7 %
Sinnstiftende Arbeit	3,7 %
Erfolgsgefühl	3,7 %
Meinungsfreiheit	3,2 %
Kollegiale Beziehungen	2,9 %
Anerkennung	2,4 %
Arbeitspensum	2,1 %
Management-Unterstützung	1,6 %
Zielsetzung	0,5 %

Engagement-Faktoren, die Unternehmen mit niedrigem Score in Workday Peakon Employee Voice als Fokusbereiche vorgeschlagen werden

Zusätzlich zu den Überschneidungen zwischen den Stärken der Unternehmen mit hohem Score und den Prioritäten jener mit niedrigem Score werden in Unternehmen mit niedrigerem Mitarbeiter-Engagement auch mehr Kommentare zu den in der Tabelle hervorgehobenen Faktoren abgegeben. Unserer Analyse zufolge gibt es pro Befragtem mehr Kommentare zum Faktor Strategie (21 % mehr), zum Faktor Organisational Fit (16 %), zum Faktor Entlohnung (14 %) sowie zum Faktor Weiterentwicklung (7 %).

Bereiche zu identifizieren, in denen Verbesserungen nötig sind, ist der erste Schritt zur Entwicklung einer effektiven Engagement-Strategie.

Der nächste Schritt besteht darin, konkrete Maßnahmen umzusetzen.

Konversationen mit den Befragten in Workday Peakon Employee Voice zu beginnen, ist eine Möglichkeit, Lösungsansätze zu finden. Alternativ bieten sich Aktionen auf Grundlage organisationspsychologischer Erkenntnisse an, die nachweislich das Mitarbeiter-Engagement steigern.



# Strategie

In einer schnelllebigen Welt voller Komplexität und Ungewissheit wird es in Bezug auf strategische Fragen immer ein gewisses Maß an Ambivalenz geben. Wichtig ist jedoch, dass die Strategie mit dem Auftrag und Zweck des Unternehmens im Einklang steht und dass man die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen regelmäßig über strategische Überlegungen in Kenntnis setzt. Dies versetzt sie in die Lage, Entscheidungen im Interesse des langfristigen Erfolgs des Unternehmens zu treffen, statt sich auf kurzfristige Ziele zu fixieren, die oft von äußeren, sich schnell ändernden Umständen beeinflusst werden.

Laut einer [McKinsey](#)-Studie unter 615 börsennotierten US-Unternehmen verzeichneten Marktteilnehmer, die sich auf eine langfristige Strategie konzentrieren, im Testzeitraum zwischen 2001 und 2015 ein um 47 % höheres kumuliertes Umsatzwachstum als ihre Konkurrenz. Sie erzielten außerdem um 36 % höhere Gewinne sowie eine um 7 Milliarden US-Dollar höhere Marktkapitalisierung und konnten durchschnittlich knapp 12.000 neue Arbeitsplätze mehr schaffen als andere Unternehmen. Sie investieren konsequent in neue Ideen; sind bereit, zugunsten der langfristigen Ziele auf kurzfristige Erfolge zu verzichten, und konzentrieren sich stärker auf Wertschöpfung und Umsatzwachstum als auf den Gewinn je Aktie.

Der zweite wesentliche Aspekt des Faktors Strategie, der zu höherem Mitarbeiter-Engagement führt, ist die Kommunikation. Strategische Fragen sollte bei verschiedenen Gelegenheiten kommuniziert werden, z. B. im Rahmen von Onboarding, Karrieregesprächen, Planungssitzungen in Teams und Betriebsversammlungen, um nur einige zu nennen. Alle Angestellten sollten Zugriff auf Ressourcen haben, die die Unternehmensstrategie erläutern und wichtige Erkenntnisse in Bezug auf Kunden, Mitbewerber und den Markt im weiteren Sinne enthalten.

Wenn Auftrag und Zweck des Unternehmens die Grundlage der Strategie bilden, können die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen den Sinn ihrer Tätigkeit besser nachvollziehen und sich auf die Ergebnisse statt Output konzentrieren. Auf diese Weise steigt das Mitarbeiter-Engagement ebenso wie die Produktivität.



# Weiterentwicklung

Weiterentwicklung bezieht sich auf die Chancen, die die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Hinblick auf ihre persönliche und berufliche Entwicklung im Unternehmen sehen. Sie kommt in fast jeder Theorie zum Thema Motivation und Mitarbeiter-Engagement vor, darunter die Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg, die ERG-Theorie von Alderfer und [William Kahns revolutionäre Engagement-Theorie](#).

Laut einer [Studie von Deloitte](#) verzeichnen Unternehmen mit einer starken Lernkultur nicht nur um bis zu 50 % höhere Engagement- und Bindungsraten, sondern haben auch eine um 92 % höhere Wahrscheinlichkeit, neue Produkte und Prozesse zu entwickeln, als ihre Mitbewerber. Zudem ist ihre Produktivität um 52 % und ihre Rentabilität um 17 % höher.

Unternehmensweit sollte es eindeutige Karrierepfade und Entwicklungspläne geben, über die die Angestellten die Fähigkeiten und Kompetenzen für neue Funktionen erlernen können. Wenn die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Chancen klar vor sich sehen, können sie proaktiv die Fähigkeiten entwickeln, die den geschäftlichen Anforderungen entsprechen und gleichermaßen neue Karrieremöglichkeiten eröffnen. Eine weitere Taktik, insbesondere in unsicheren Zeiten, ist [die Förderung der internen Mobilität](#).

Damit diese Art der Weiterentwicklung ihre Wirkung entfalten kann, muss eine [Kultur des kontinuierlichen Lernens](#) geschaffen werden, die sich durch drei Merkmale auszeichnet:

**Kontextbezogen:** Das Lernen muss in den alltäglichen Arbeitsablauf der Belegschaft eingebunden sein und Ressourcen beinhalten, die den gesamten Qualifikationsbedarf unterstützen, seien es tägliche Aufgaben, Team-Management oder berufsspezifische Kompetenzen und technische Qualifikationen.

**Personalisiert:** Allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sollten je nach Dauer der Betriebszugehörigkeit, Position und Fachgebieten maßgeschneiderte Lernmaterialien zur Verfügung gestellt werden. Diese Lernempfehlungen sollten im Laufe der Zeit je nach Entwicklungspfad der jeweiligen Person angepasst werden.

**Wirkungsvoll:** Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sollten Erkenntnisse in Echtzeit abrufen können, z. B. in Form von Lern-Dashboards, auf denen sie und der Arbeitgeber Lernerfolge dokumentieren und den Fortschritt in Bezug auf die angestrebten Karriereziele messen können.

Der letzte Aspekt zur Förderung der Mitarbeiterentwicklung und Weiterentwicklung besteht darin, sicherzustellen, dass dieser Bereich unternehmensweit Unterstützung erfährt. Ein zentrales Team für Weiterbildung und Entwicklung ist ratsam für die Implementierung der richtigen Technologie und Prozesse. Allerdings können Manager auf allen Ebenen beim Identifizieren und Fördern des Entwicklungsbedarfs der Belegschaft eine aktive Rolle übernehmen.





# Organisational fit

Organisational Fit bezieht sich darauf, inwiefern sich eine Person mit der Kultur und den Werten des Unternehmens identifizieren kann. Studien haben gezeigt, dass eine starke Übereinstimmung zwischen den Werten der einzelnen Person und denen des Unternehmens zu **höherer Einsatzbereitschaft und Zufriedenheit am Arbeitsplatz führt**.

**Der Person-Organisation-Fit** ist der Aspekt des Organisational Fit, der am umfassendsten erforscht ist. Amy L. Kristof spricht in diesem Zusammenhang von der Kompatibilität der Einzelperson mit dem Unternehmen. Diese entsteht, wenn mindestens eine Seite die Bedürfnisse der anderen erfüllt, beide ähnliche Grundeigenschaften aufweisen oder beides zutrifft.

Organisational Fit erreicht man am besten durch **klar definierte Unternehmenswerte**. Dies hilft nicht nur dabei, die richtigen Kandidaten anzuwerben, es eignet sich auch als Thema für Bewerbungsgespräche, sodass dieser Aspekt im Bewerbungsprozess als Auswahlkriterium dienen kann. Durch Fragen auf Grundlage der Unternehmenswerte lassen sich auch **unbewusste Vorurteile reduzieren** – wenn man etwa Kandidaten Vorzug gibt, nur weil sie einem selbst ähnlich sind.

Der Einstellungsprozess ist sicher die beste Gelegenheit zur Gewährleistung eines Organisational Fit, allerdings lässt sich dieser Faktor auch in Mitarbeiterbefragungen messen. So kann man spezifische Bereiche im Unternehmen oder bestimmte Phasen der Beschäftigung identifizieren, in denen es an Übereinstimmung mangelt, etwa beim Onboarding.

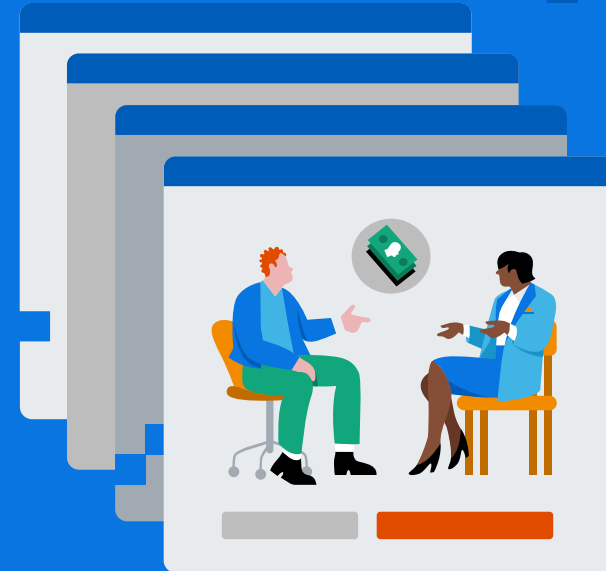
Die Unternehmenswerte müssen ähnlich wie die Strategie in alle Bereiche des Unternehmens eingebettet werden, sei es Einstellung und Onboarding, Performance-Reviews, Betriebsversammlungen, Managerschulungen oder jegliche andere Aktivität, bei der die Möglichkeit besteht, den Organisational Fit zu stärken.

# Entlohnung: eine Herausforderung für alle Unternehmen

Unternehmen mit guten Befragungsergebnissen schneiden zwar auch bei der Entlohnung wesentlich besser ab, allerdings erweist sich dieser Faktor dennoch als Herausforderung für Unternehmen jeder Größe: Er verzeichnet die niedrigste Durchschnittswertung unter allen Faktoren sowohl bei Unternehmen mit hohem als auch mit niedrigem Score. Zum Glück ist die Lösung nuancierter, als lediglich Gehaltserhöhungen, Boni und sonstige Extras zu bieten.

In einer Studie des [Harvard Business Review](#) unter 71.000 Angestellten aus dem Jahr 2015 wurde der Zusammenhang zwischen Vergütung und Mitarbeiter-Engagement untersucht. Dabei zeigte sich, dass die potenziellen negativen Auswirkungen von Gehältern unterhalb der marktüblichen Tarife durch offene Gespräche über das Thema abgemildert werden können.

Diese Ergebnisse stehen in engem Zusammenhang mit [Adams' Theorie zum Gleichheitsprinzip der Gerechtigkeit](#), die zeigt, wie wichtig ein faires Verhältnis zwischen den Leistungen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, z. B. Bemühungen, Kenntnisse, Fähigkeiten und Loyalität, und der Gegenleistung, z. B. Gehalt, Zusatzleistungen, Anerkennung und Arbeitsplatzsicherheit, ist.



Selbst wenn jemand das Gefühl hat, angemessen entlohnt zu werden, wirkt es sich negativ auf sein Mitarbeiter-Engagement aus und **steigert seine Kündigungsabsichten**, wenn er nicht offen mit seinem Vorgesetzten über seine Vergütung sprechen kann.

Gehaltsgespräche ersetzen natürlich keine faire Vergütung auf Basis der aktuellen marktüblichen Tarife, sie können aber dazu beitragen, kurzfristig das Vertrauen zu stärken und langfristig mehr Transparenz darüber zu bieten, wie die individuellen Leistungen als Grundlage für die Berechnung von Gehältern und Zusatzleistungen dienen.

Diese Ergebnisse zeigen auch, wie wichtig es ist, Manager darin zu schulen, Gehaltsgespräche mit ihren Teammitgliedern zu führen, und ihnen die nötigen Hilfsmittel und Ressourcen an die Hand zu geben, um ihren Teammitgliedern zu versichern, dass ihr Gehalt ihren Beitrag zum Unternehmen auf faire Art widerspiegelt.

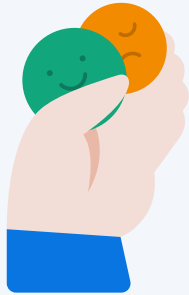
# Was können wir sonst noch von Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement lernen?

Indem die Ergebnisse einzelner Engagement-Faktoren zwischen Unternehmen mit hohem und niedrigem Mitarbeiter-Engagement verglichen werden, lassen sich bestimmte Bereiche der Mitarbeiter-Experience identifizieren, in denen Verbesserungen erzielt werden können. Man kann sich allerdings auch ansehen, welche Verhaltensweisen Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement auszeichnen.

Diese Verhaltensweisen helfen dabei, eine Kultur kontinuierlichen Feedbacks zu schaffen. Diese versetzt die Manager im gesamten Unternehmen in die Lage, datengestützte Entscheidungen zu treffen, die die Mitarbeiter-Experience stückweise verbessern und den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen zu verstehen geben, dass sie ihren Vorgesetzten wichtig sind.



## Häufiger um Feedback bitten



In Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement wird öfter um Feedback gebeten: bei 45 % auf vierteljährlicher, monatlicher oder wöchentlicher Basis – das trifft nur bei 26 % der Unternehmen mit niedrigem Mitarbeiter-Engagement zu. Dies führt dazu, dass Feedback schneller in praktische Maßnahmen umgesetzt und das Mitarbeiter-Engagement zum integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie wird.

”

**45 % der Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement holen quartalsweise, monatlich oder wöchentlich Feedback ein – im Vergleich zu 26 % der Unternehmen mit niedrigem Engagement-Score.**

## Zeigen, dass Sie zuhören



Eine der Schwachstellen konventioneller Mitarbeiterbefragungen ist die Tatsache, dass den Befragten oft unklar ist, ob ihr Feedback ankommt oder gar umgesetzt wird. Wenn von ihnen regelmäßig Feedback erwartet wird, dann brauchen sie auch die Gewissheit, dass es bei den richtigen Personen ankommt. Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement zeigen den Beschäftigten, dass sie zuhören: Das beweist die Verwendung von 1-Klick-Feedback, das um 20 % häufiger verwendet wird als in Unternehmen mit niedrigem Engagement-Score.

Auch sind Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement handlungsorientierter. Diese Organisationen nutzen das 1-Klick-Feedback „Wir arbeiten daran“ in Workday Peakon Employee Voice 11 % häufiger. Gleichmaßen ist der Anteil derjenigen, die lediglich mit „Stimme zu“

”

**In Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement wird 1-Klick-Feedback 20 % häufiger vergeben und Konversation zum Mitarbeiterfeedback finden 16 % häufiger statt.**

antworten, um 19 % niedriger. Damit senden diese Unternehmen die klare Botschaft, dass Feedback umgesetzt wird.

Schließlich werden Konversationen in Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement 16 % häufiger geführt als in solchen mit niedrigen Engagement-Werten. Das unterstreicht, wie wichtig der Dialog mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ist, da er zu einem besseren Verständnis aktueller Probleme führt und mögliche Lösungen aufzeigen kann.

## Unbequeme Gespräche als Chance begreifen



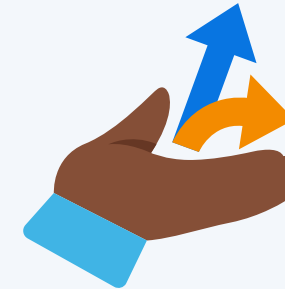
Um die Engagement-Werte zu steigern, ist es wichtig, Bereiche mit Verbesserungsbedarf anzuerkennen und ebenso Erfolge zu feiern. Dies wird dadurch verdeutlicht, dass unter Managern in Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement die Bereitschaft, auf die Kritik unzufriedener Mitarbeiter mit 1-Klick-Feedback zu reagieren, um 18 % höher ist als anderswo.

Im ersten Moment mag es schmerzlich sein, negatives Feedback zu erhalten, doch mit dem richtigen Training und der richtigen Einstellung wird es zu einer wertvollen Ressource für mögliche Lösungen. Dies spiegelt sich auch in der Tatsache wider, dass Manager in Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement 39 % mehr Konversationen in Workday Peakon Employee Voice anstoßen und ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen 61 % häufiger in Konversationen antworten.



**Bei Managern in Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement ist die Bereitschaft, auf die Kritik unzufriedener Mitarbeiter mit 1-Klick-Feedback zu reagieren, 18 % höher als in anderen Unternehmen.**

## Manager in die Lage versetzen zu handeln



Damit eine Mitarbeiter-Engagement-Strategie effektiv ist, muss sie vom oberen und mittleren Management unterstützt werden. Ein übermäßig zentralisierter Ansatz zur Verbesserung der Mitarbeiter-Experience führt zu Engpässen, die es erschweren, rechtzeitig auf Feedback einzugehen oder sinnvolle, nachhaltige Veränderungen zu bewirken.

Wenn Manager die nötige Unterstützung erhalten, um mit dem Feedback ihrer Teammitglieder zu arbeiten und einen entsprechenden Plan zu entwerfen, dann lassen sich Erkenntnisse schneller umsetzen. Dies ermöglicht der HR-Abteilung zudem eine strategisch stärker ausgeprägte Herangehensweise an das Thema Mitarbeiter-Engagement, während sich die Führungskräfte auf das alltagsbezogene Feedback konzentrieren können.



**Manager in Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement schließen Aktionen 31 % häufiger ab als ihre Kollegen in Unternehmen mit niedrigerem Mitarbeiter-Engagement.**

Dieser Fokus auf Eigeninitiative und Handlungsorientierung ist eine weitere Eigenschaft, die Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement auszeichnet: Die Umsetzungsrate von Managern ist um 31 % höher als bei Unternehmen mit niedrigerem Engagement-Score.

# Fazit



Ein Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement zu schaffen, braucht Zeit. Die Strategie mag je nach Branche, Region oder individueller Zusammensetzung der Belegschaft variieren. Wie unsere Analyse jedoch zeigt, gibt es einige spezifische Verhaltensweisen, die Unternehmen mit hohem Mitarbeiter-Engagement vom Rest abheben.

In diesem Sinne bieten Ihnen die Ergebnisse dieser Studie einen guten Ausgangspunkt für Ihre Initiativen zur Förderung des Mitarbeiter-Engagements. Für bedeutende Auswirkungen auf die Geschäftsergebnisse muss das Mitarbeiter-Engagement jedoch zum integralen Bestandteil der Arbeitsweise der Organisation werden und dabei kontinuierliches Feedback zur Verbesserung der Mitarbeiter-Experience nutzen. So kann es Ihnen gelingen, Spitzenkräfte anzuwerben und zu halten, Nachwuchsführungskräfte auszubilden und Ihrer Belegschaft ein Gefühl von Eigenverantwortung und Sinnhaftigkeit zu vermitteln, um neue kreative Ideen und ein bislang unerkanntes Innovationspotenzial im Sinne Ihrer strategischen Ziele freizusetzen.

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Ihnen Workday Peakon Employee Voice dabei helfen kann, [treten Sie noch heute mit uns in Kontakt.](#)



Workday | Telefon: +49 (0) 89 21093215 | [workday.de](https://www.workday.de)

---

© 2023. Workday, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Workday und das Workday-Logo sind eingetragene Marken von Workday, Inc.  
Alle anderen Marken- und Produktnamen sind Marken oder eingetragene Marken ihrer jeweiligen Inhaber.  
20221213-q4-heartbeat-report-DEDE