

Mitarbeiterbindung: Weit mehr als nur Retention

[Tickets bestellen](#)

Arbeitgeber, die ihre Mitarbeitenden fest an sich binden, verschaffen sich in drei höchst relevanten Bereichen entscheidende Wettbewerbsvorteile:

1. Erhalt des Personalpotenzials,
2. Steigerung des wirtschaftlichen Erfolgs und
3. Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität.

Der **erstgenannte Effekt** der Mitarbeiterbindung wird mit dem Begriff "[Retention Management](#)" beschrieben: Durch gezielten Einsatz von Mitarbeiterbindungsmaßnahmen sparen Unternehmen Fluktuationskosten, Vakanzkosten und Wiederbesetzungskosten in enormer Höhe. Zudem beugen sie dem fluktuationsbedingten Verlust von Wissen, Erfahrungen und wertvollen Vernetzungen vor.

Die **zweite Wirkrichtung** der Mitarbeiterverbundenheit zielt auf das Performance Management: Mitarbeiterbindung ist von höchster Bedeutung für Motivation und Leistungsbereitschaft jedes einzelnen Mitarbeiters, von Teams und Abteilungen – sowie in Summe für die Performance des gesamten Betriebs. Unternehmen mit hohem Mitarbeiterbindungsgrad der Belegschaft sind produktiver, innovativer, flexibler und agiler. Sie zeichnen sich durch niedrige Fehlerquoten, durch höhere Termintreue sowie durch bessere Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen aus. So erzielen sie regelmäßig weitaus höhere Gewinne als ihre Marktbegleiter.

Der **dritte Vorteil** der Mitarbeiterbindung liegt in der Steigerung der Arbeitgeberattraktivität. Dies versetzt Unternehmen in die Lage, sich jederzeit mit frischem Personal in der gewünschten Menge und Qualität versorgen zu können.

Erfahren Sie in dem [Vortrag über Mitarbeiterbindung von Gunther Wolf](#) beim LATC2026, wie Sie für hohe Mitarbeiterbindung sorgen können - sei es als Führungskraft, als Personalmanager:in oder als Mitglied der Unternehmensleitung. Und, was Sie selbst davon haben.

„Im Privatleben würden wir nie versuchen, eine Beziehung mit Geld oder einem Obstkorb zu retten. Im Job glauben viele Unternehmen immer noch, dass genau das funktioniert.“, sagt Gunther Wolf im Gespräch mit Alexander Ruderisch in Bezug auf seinen Vortrag beim LATC2026 im März 2026 in Mannheim.

Ein Gespräch mit Gunther Wolf über den hohen Wert von Mitarbeiterbindung

Alexander Ruderisch: Mein Name ist Alexander Ruderisch und ich freue mich, euch als Teil des Programmplanungsteams des Jubiläums-LATC 2026 heute einen spannenden Vortragenden vorstellen zu dürfen.

Ich habe die Freude, mit Gunther Wolf über den hohen Wert von Mitarbeiterbindung – und darüber, wie man sie erreicht – sprechen zu dürfen. Herzlich willkommen, Gunther.

Gunther Wolf: Herzlichen Dank für die Einladung.

Wer ist Gunther Wolf?

Alexander Ruderisch: Bevor wir in das Thema einsteigen und ein bisschen Appetit auf deinen Vortrag beim LATC2026 machen: Was sollten die Menschen über dich wissen, die deinen Vortrag besuchen?

Gunther Wolf: Ich bin von Haus aus sowohl Diplom-Ökonom als auch Diplom-Psychologe – und genau in diesem Spannungsfeld bewege ich mich auch beruflich. Ich arbeite als Management-, Performance- und Strategieberater.

Das Thema Mitarbeiterbindung ist für mich enorm wichtig, vor allem mit Blick auf Performance. Menschen, die sich ihrem Unternehmen verbunden fühlen, gehen einfach anders an ihre Arbeit heran: Sie bringen sich eher ein, achten stärker auf Qualität und Kosten und sind eher bereit, die berühmte Extrameile zu gehen.

Natürlich gehört dazu auch das klassische Retention-Thema – also Kündigungen vermeiden. Aber für mich ist Mitarbeiterbindung viel mehr als „niemand kündigt“, sondern eine Grundlage dafür, wie leistungsfähig eine Organisation insgesamt ist.

Mitarbeiterbindung als Wettbewerbsvorteil – und warum viele scheitern

Alexander Ruderisch: In deinem Teaser beschreibst du Mitarbeiterbindung als klaren Wettbewerbsvorteil – beim Personalpotenzial, beim wirtschaftlichen Erfolg und bei der Arbeitgeberattraktivität. Wenn das so ein strategischer Hebel ist: Warum tun sich dann so viele Unternehmen schwer damit?

Gunther Wolf: Ich glaube, es sind gar nicht so wenige, die sich mit dem Thema beschäftigen. Die meisten Unternehmen machen sich durchaus Gedanken dazu, wie sie Mitarbeitende halten können. Das Problem ist eher, dass viele an den falschen Stellen ansetzen.

Man fokussiert sich dann sehr schnell auf sichtbare Maßnahmen: Boni, Benefits, schicke Büros, Obstkorb, Jobrad und so weiter. Das ist alles nicht per se falsch – aber es trifft selten den Kern dessen, was Menschen wirklich bindet.



Abgangswille, Verbleibsneigung – und die Grenzen des Obstkorb

Alexander Ruderisch: Wenn wir davon ausgehen, dass der Arbeitsmarkt enger wird und alle um dieselben Leute konkurrieren: Welche Strategien helfen, damit Mitarbeitende nicht „abgangswillig“ werden und dem Unternehmen möglichst lange treu bleiben?

Gunther Wolf: „Abgangswillig“ ist ein wunderbarer Ausdruck, genauso wie „verbleibsneigungssteigernd“ – auch wenn wir dafür noch kein gutes deutsches Wort haben. Oft wird zuerst über Recruiting und Employer Branding gesprochen. Das ist wichtig, aber Arbeitgeberattraktivität nach außen muss auf dem beruhen, was innen tatsächlich gelebt wird. Sonst wird es unglaublich unwirksam.

Ich formuliere das gern so: „Tue Gutes – und rede darüber.“ Wenn innen nichts stimmt, hilft das beste Außenbild nichts.

Und da kommen wir zum Lieblingsfehler vieler Unternehmen: Ein Obstkorb, ein paar Benefits, vielleicht ein Fitnessraum – all das bringt wenig, wenn das Verhalten der direkten Führungskraft nicht passt. Wertschätzung ist hier ein zentrales Stichwort. Wenn die Haltung vorherrscht „Nicht geschimpft ist schon genug gelobt“, kann man die Flure mit Obstkörben pflastern, und die Leute gehen trotzdem. Für echte Mitarbeiterbindung ist das Verhalten der Führungskräfte viel bedeutender als Zusatzleistungen. Das ist der eigentliche Hebel.

Warum extrinsische Anreize überschätzt werden

Alexander Ruderisch: Das erklärt auch, warum Unternehmen seit Jahren auf mehr Geld und Benefits setzen – in der stillen Hoffnung, dass die Leute dann motiviert und loyal bleiben. Aber Motivation funktioniert ja so nicht. Warum hält sich dieses Denken so hartnäckig?

Gunther Wolf: Dahinter steckt das Bild der rein rationalen Bindung. Viele denken noch immer im Muster des „Homo oeconomicus“: Der Mensch wägt Kosten und Nutzen ab – mehr Gehalt, mehr Vorteile, weniger Aufwand – und entscheidet dann.

Wir kennen dieses Denken aus der neoklassischen Wirtschaftstheorie. Und es ist bequem, weil man es sehen und messen kann: mehr Geld, mehr Urlaub, mehr Flexibilität.

Aber Bindung im echten Leben funktioniert selten so. Wir alle kennen Bindung aus dem privaten Bereich: langjährige Freundschaften, Partnerschaften, Familienbeziehungen. Diese entstehen nicht, weil jemand uns eine „bessere Kondition“ bietet, sondern weil gemeinsame Erfahrungen, Werte, Loyalität und Vertrauen gewachsen sind.

Ich nutze gern das Bild des Eisbergs: Oben an der Oberfläche liegen die rationalen Faktoren – Gehalt, Benefits, Arbeitsort. Unter der Oberfläche liegen Beziehungsfaktoren wie Wertschätzung, Vertrauen, gemeinsame Werte und das Gefühl, gesehen zu werden.

Viele Unternehmen bearbeiten nur die Spitze des Eisbergs – das, was direkt sichtbar ist. Tragen tut aber vor allem das, was darunter liegt.

Wenn dann noch Sätze ins Spiel kommen wie „Reisende soll man nicht aufhalten“, „Jeder ist ersetzbar“ oder eben „Nicht geschimpft ist schon genug gelobt“, dann senden Führungskräfte genau das Gegenteil von Bindungssignalen. Da wundert es nicht, wenn Menschen sich irgendwann dorthin orientieren, wo sie als Person wahrgenommen und ernstgenommen werden.

Spannend ist: Die Dinge, die wirklich binden – persönliche Zuwendung, echte Wertschätzung, Interesse am Menschen – sind meist viel weniger teuer als die großen Benefit-Pakete, aber gleichzeitig deutlich wirksamer.



Interesse am Menschen – nicht nur an der „Arbeitskraft auf zwei Beinen“

Alexander Ruderisch: Wenn ich dir zuhöre, drängt sich mir ein provokanter Gedanke auf: Viele Unternehmen sollten das Geld, das sie ins Recruiting stecken, lieber in die Entwicklung ihrer Führungskräfte investieren.

Gunther Wolf: Das kann man durchaus so sagen. Es ist viel leichter, mit den guten Leuten, die ich bereits im Unternehmen habe, große Schritte zu gehen, als ständig neue Menschen teuer zu rekrutieren und dann womöglich wieder zu verlieren.

Natürlich gibt es Menschen, die sehr stark rational getrieben sind und immer darauf achten, wo das Gras vermeintlich grüner ist. Aber in der Personalwelt sagt man nicht umsonst: „**Wer wegen Geld kommt, geht auch wegen Geld.**“

Wenn ich Bindung nur über rationale Faktoren steuere, bin ich in einem Dauerrennen, das ich auf Dauer kaum gewinnen kann.

Deshalb ist der Ausbau der Führungskompetenz – insbesondere im Hinblick auf Wertschätzung, Dialog und echtes Interesse – ein wesentlich nachhaltigerer Hebel als noch ein zusätzlicher Bonus.

Ausblick auf den Vortrag

Alexander Ruderisch: Das ist ein starkes Fazit. Vielen Dank für dieses inspirierende Gespräch.

Gunther Wolf: Sehr gern, danke dir für die spannenden Fragen. Ich hoffe, es kommen viele Menschen, die sich nicht nur informieren, sondern wirklich inspirieren lassen wollen, etwas zu verändern.

In meinem Vortrag möchte ich konkret zeigen, wo man ansetzen kann, wie man auf verschiedenen Ebenen denkt – vom Verhalten der Führungskräfte über Strukturen bis hin zu Kultur – und welche Maßnahmen tatsächlich zu mehr Bindung führen.

Alexander Ruderisch: Ich wünsche dir viele Zuhörende – und vor allem viele, die das Thema ernst nehmen. Ich bin überzeugt, dass Mitarbeiterbindung für die Zukunft extrem wichtig sein wird.

Gunther Wolf: Und ich hoffe, dass die Teilnehmenden nicht nur zuhören, sondern mitdenken, mitdiskutieren und anschließend ins Umsetzen kommen.