

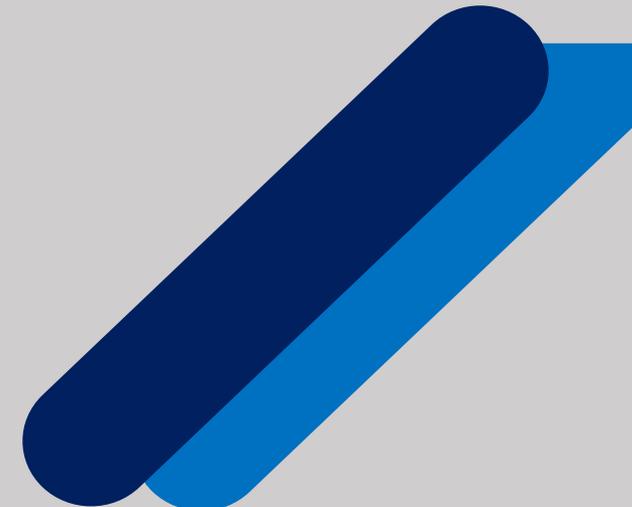
Effektives Onboarding

Der versteckte ROI von
Effektivem Onboarding



Inhaltsverzeichnis

01	Kosteneffekte eines schlechten Onboardings	04
02	Positive Auswirkungen eines guten Onboardings	06
03	Messung des ROI	09
04	Beispielberechnung für den ROI des Onboardings	12
05	Fazit	14
	Impressum	16



— 01

Kosteneffekte eines schlechten
Onboardings



01 Kosteneffekte eines schlechten Onboardings

Neue Mitarbeiter kommen ins Unternehmen, voller Tatendrang und mit dem Wunsch, ihre Expertise einzubringen. Doch dann passiert es: Sie werden ins kalte Wasser geworfen, ohne klare Orientierung, angemessene Unterstützung und effektive Einarbeitung. Die Folge? Langsame Integration, mangelnde Produktivität und im schlimmsten Fall der Abgang des Mitarbeiters schon nach kurzer Zeit. Diese Situation ist keine Seltenheit und die Kosten, die durch schlechtes Onboarding entstehen, sind deutlich höher, als Sie vielleicht denken.

Personalfuktuation

Jede Kündigung eines Mitarbeiters, die durch eine schlechte Onboarding-Erfahrung verursacht wird, bedeutet direkte und indirekte Kosten. Rekrutierungsprozesse, Stellenanzeigen, Einarbeitung, Zeitaufwand der Führungskräfte – die Liste ist lang.

Im Allgemeinen können sich die Gesamtkosten für die Fluktuation eines einzelnen Mitarbeiters auf 90 % bis 150 % des Jahresgehalts dieser Person belaufen, abhängig von der Position, dem Arbeitsmarkt und der Einarbeitungsdauer. Auch die Kundenbeziehungen können betroffen sein, wenn vertraute Ansprechpartner das Unternehmen verlassen, was im Extremfall zu Umsatzeinbußen führen kann.



Niedrige Produktivität

Neue Mitarbeiter brauchen Zeit, um sich in ihre Rolle und in das Team zu integrieren. Ohne eine strukturierte Einarbeitung dauert dieser Prozess länger, was zu einer geringeren **Produktivität** führt. Hinzu kommen die zusätzlichen Ressourcen, die für die Unterstützung durch erfahrene Kollegen erforderlich sind.

Verlust von Zeit und Ressourcen

Müssen Stellen mehrmals im Jahr neu besetzt werden, vervielfachen sich die Kosten. Führungskräfte und Teamkollegen müssen Zeit und Energie für die Einarbeitung neuer Mitarbeiter aufwenden, Zeit, die für andere Aufgaben fehlt.

Mehrbelastung der bestehenden Belegschaft

Zudem führen unbesetzte oder unterbesetzte Stellen zu einer höheren Belastung für die vorhandenen Arbeitnehmer, was deren Arbeitsleistung und die Arbeitsmoral im Team insgesamt beeinträchtigen kann. All diese Kosten können durch gutes Onboarding vermieden werden.

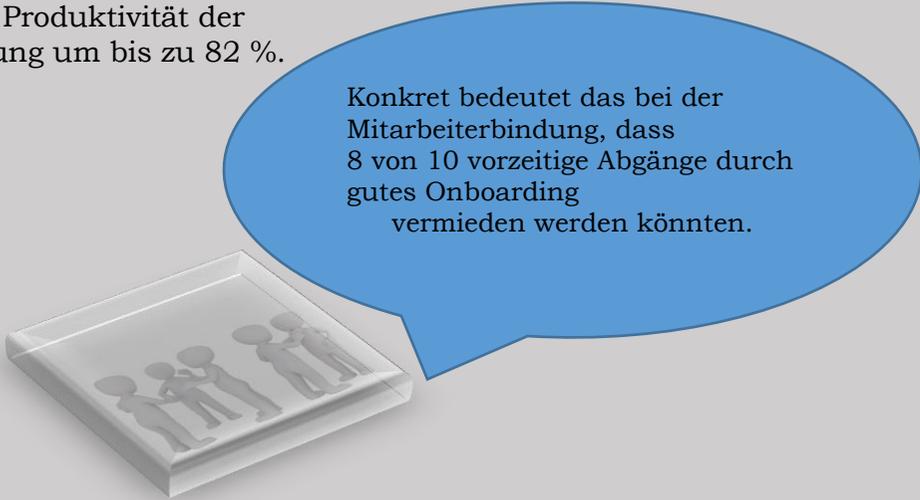
— 02

Positive Auswirkungen
eines guten Onboardings



02 Positive Auswirkungen Eines guten Onboardings

Laut einer Studie des Forschungs- und Zertifizierungsunternehmens Brandon Hall steigert ein hochwertiges Onboarding die Produktivität der Mitarbeiter um mehr als 70 % und die Mitarbeiterbindung um bis zu 82 %.



Konkret bedeutet das bei der Mitarbeiterbindung, dass 8 von 10 vorzeitige Abgänge durch gutes Onboarding vermieden werden könnten.

Ein strukturiertes und durchdachtes Onboarding-Programm ermöglicht es neuen Mitarbeitern demnach, schneller in ihren neuen Job hineinzuwachsen. Sie verstehen frühzeitig die Abläufe, Erwartungen und Ziele des Unternehmens und arbeiten effizienter. Dies trägt zur Wertschöpfung des Unternehmens bei und vermeidet Zusatzkosten – und stellt damit ein Win-Win für die gesamte Organisation dar.

Entscheidend ist, das Onboarding als Prozess zu verstehen und jede Phase überzeugend und wirksam zu gestalten.

Phase 1: Einarbeitung

Die Einarbeitung bezeichnet den Prozess, neue Mitarbeiter an ihre täglichen Aufgaben heranzuführen. Gute Einarbeitung zeichnet sich durch einen strukturierten Ablauf aus, der den neuen Mitarbeitern Zugang zu dem Wissen, den Fähigkeiten und Ansprechpartnern schafft, die für eine effektive Arbeitsleistung erforderlich sind.

Was zeichnet eine gute Einarbeitung aus?

- Klarheit und Struktur: Ein klar strukturierter Ablauf sorgt für Orientierung und Sicherheit bei den neuen Mitarbeitern. Sie wissen, was sie erwartet und fühlen sich gut vorbereitet.
- Praktische Anwendung: Theorie ist wichtig, aber noch wichtiger ist die praktische Anwendung des Wissens im Arbeitsalltag. Der neue Mitarbeiter sollte frühzeitig die Gelegenheit bekommen, seine neuen Fähigkeiten in realen Situationen anzuwenden.
- Individuelle Betreuung: Jedes Unternehmen, jedes Team und jeder Mitarbeiter ist anders. Daher sollte die Einarbeitung individuell auf die Bedürfnisse des neuen Mitarbeiters abgestimmt werden.
- Enge Begleitung: Ein erfahrener Mitarbeiter, der als Mentor fungiert, bietet dem neuen Mitarbeiter Unterstützung und Orientierung in den ersten Wochen. So fühlt sich der neue Mitarbeiter nicht alleine und kann jederzeit Fragen stellen.

Phase 2: Integration ins Team

Ein wichtiger Teil des Onboardings ist die Integration in das Team und die Unternehmenskultur. Gute Onboarding-Programme fördern aktiv die Vernetzung mit Kollegen, Mentoren oder Führungskräften. Dadurch entwickeln neue Mitarbeiter schneller ein Zugehörigkeitsgefühl.

Positive soziale Beziehungen am Arbeitsplatz sind entscheidend für das Wohlbefinden und die langfristige Mitarbeiterbindung.

Gute Onboarding-Maßnahmen vermitteln darüber hinaus, dass die neuen Mitarbeiter an ihrem neuen Arbeitsplatz willkommen sind und dass das Unternehmen in ihren Erfolg investiert. Dieses Gefühl der Wertschätzung steigert das Selbstvertrauen und motiviert sie, von Anfang an ihr Bestes zu geben. Klare Feedbackmechanismen und Unterstützung durch Vorgesetzte sorgen dafür, dass sich Mitarbeiter sicher fühlen, Fragen zu stellen und sich weiterzuentwickeln. Dies steigert die Motivation und damit die Qualität der Arbeitsergebnisse.

Phase 3: Erreichen von Leistungserwartungen

Gute Onboarding-Prozesse integrieren neue Mitarbeiter schnell in das Team und führen sie an ihre Aufgaben effizient heran. Die Mitarbeiter kommen dadurch schneller in eine Routine und erreichen vorzeitig die Erwartungen an ihre Leistung. Dies senkt Anlaufkosten und verkürzt die Zeit, in der ein neuer Mitarbeiter eher Ressourcen verbraucht, als dass er Wert schafft.

Indem neue Mitarbeiter die Erwartungen an ihre Leistung schneller erfüllen, entlastet das auch die bestehenden Kollegen und Vorgesetzten, die weniger Zeit für Unterstützung und Korrekturen aufwenden müssen. Diese Einsparung an Arbeitszeit kann für strategischere oder gewinnbringendere Aufgaben genutzt werden, was die Produktivität des gesamten Teams steigert. Eine höhere Qualität führt außerdem zu höherer Kundenzufriedenheit und stärkerer Kundenbindung, was wiederum den Umsatz des Unternehmens steigert.



— 03

Messung des ROI

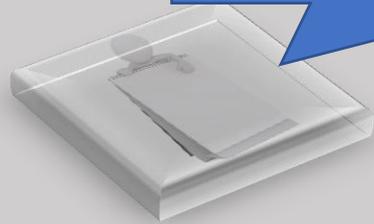


03 Messung des ROI

Fest steht: Gutes Onboarding ist gut für die Kasse. Aber wie konkret lässt sich der finanzielle Vorteil messen?

Die Antwort: durch Metriken des tatsächlichen ROI und des versteckten ROI.

Der tatsächliche ROI berücksichtigt direkte Kostenfaktoren, während der versteckte ROI sich zumeist indirekt bemerkbar macht, aber in allen Kontexten Auswirkungen auf das Endergebnis des Unternehmens hat.



Metriken zur Messung des tatsächlichen ROI Time to Productivity (TtP)

Diese Metrik misst die Zeit, die ein neuer Mitarbeiter benötigt, um ein Niveau der Produktivität zu erreichen, das dem von erfahrenen Mitarbeitern entspricht oder die Erwartungen des Unternehmens erfüllt. Die Berechnung der TtP können Sie wie folgt vornehmen:

Identifizieren Sie den Zeitpunkt, an dem der Mitarbeiter das definierte Zielproduktivitätsniveau erreicht hat. Die TtP entspricht der Dauer zwischen dem Eintrittsdatum und diesem Punkt.

Beispiel: Ein Vertriebsmitarbeiter benötigt 3 Monate, um die erwartete monatliche Verkaufsquote zu erreichen (TtP = 3 Monate).

Fluktuationsrate

Die Fluktuationsrate misst den Anteil neuer Mitarbeiter, die noch in der Onboarding-Phase das Unternehmen verlassen. Sie wird berechnet, indem die Anzahl der Mitarbeiter, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums (z. B. 30, 90 oder 180 Tage) nach ihrem Eintritt das Unternehmen verlassen haben, ins Verhältnis zur Gesamtzahl der neuen Mitarbeiter gesetzt wird. Eine niedrige Fluktuationsrate (< 10 %) ist ein Indikator dafür, dass das Onboarding gut funktioniert und die neuen Mitarbeiter erfolgreich in das Unternehmen eingebunden werden.

Beispiel: Sie haben 50 neue Mitarbeiter eingestellt. 5 davon haben das Unternehmen innerhalb der ersten 90 Tage verlassen. Die Fluktuationsrate ergibt sich anhand folgender Formel:

$$\text{Fluktuationsrate} = (5 \div 50) \times 100 = 10\%$$

Performance Metrics

Die Wahl leistungsbezogener Metriken hängt von den Unternehmenszielen, der Branche und der spezifischen Rolle einzelner Mitarbeiter ab. Beispiele sind Abbruchquoten (Kündigungen) während der Onboarding-Phase, Zielerreichung, also der Prozentsatz der definierten Ziele, die ein neuer Mitarbeiter innerhalb eines festgelegten Zeitraums erreicht (z. B. in den ersten 30, 60 oder 90 Tagen), oder die Kundenzufriedenheit.

Training Completion Rates

Dies ist der Prozentsatz der neuen Mitarbeiter, die an Schulungen zum Onboarding teilnehmen und diese erfolgreich abschließen. Anhand dieser Zahlen zeigt sich, wie gut die Maßnahmen wirken und wo sie optimiert werden könnten.

Metriken zur Messung des versteckten ROI

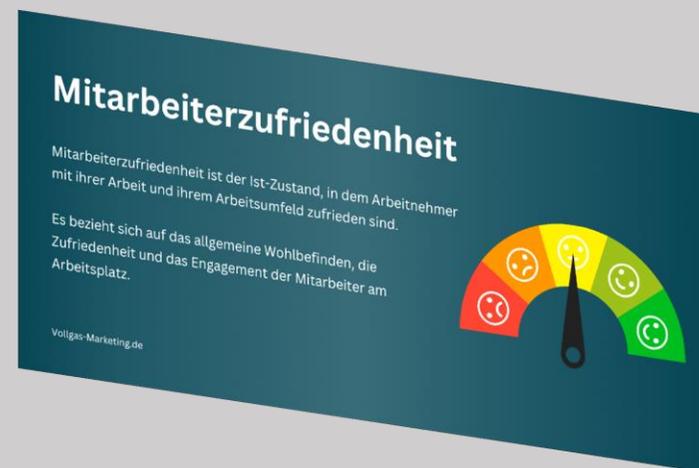
Manche Auswirkungen von gutem Onboarding lassen sich nur indirekt messen, sie sind aber trotzdem da – und entscheidend für die kritische Bewertung bestehender Prozesse im Unternehmen.

Mitarbeiterbindung

Die Mitarbeiterbindung ist sowohl Ziel als auch Ergebnis eines erfolgreichen Onboardings. Sie stärkt die Unternehmenskultur, verringert die Fluktuation und wirkt sich positiv auf die Produktivität aller Beschäftigten aus. Eine typische Metrik für die Messung der Mitarbeiterbindung ist die Verweildauer der Beschäftigten im Unternehmen. Fortschrittliche und digitale HR-Systeme können zum Beispiel analysieren, wie lange Mitarbeiter im Durchschnitt im Unternehmen bleiben. Je höher die Verweildauer, umso höher ist der ROI des Onboardings.

Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit und Feedback- Formulare

Die Durchführung von Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung gibt Aufschluss darüber, wie zufrieden die Arbeitnehmer sind und wie stark sie sich mit der Unternehmenskultur identifizieren. Indirekt lässt sich aus diesen Erkenntnissen der Erfolg des Onboardings ableiten. Je zufriedener die Beschäftigten sind, desto höher spricht das für das bestehende Onboarding im Unternehmen. Mitarbeiter, die gut eingearbeitet werden, fühlen sich zudem wertgeschätzt und engagieren sich stärker für ihre Aufgaben und das Unternehmen. Dieses Phänomen lässt sich im Arbeitsalltag durch die Führungskräfte gut beobachten.



— 04

Beispielberechnung

Für den ROI des Onboardings

(Wann) lohnt sich die Investition?

$$\text{ROI} = \left(\frac{\text{GEWINN}}{\text{UMATZ}} \right) \times \left(\frac{\text{UMSATZ}}{\text{INVESTIERTES KAPITAL}} \right) \times 100\%$$

= UMSATZRENTABILITÄT x KAPITALUMSCHLAG x 100%

ADITO

04 Beispielrechnung

Für den ROI des Onboardings

Ein Unternehmen setzt Onboarding-Mittel (Kosten für Software, Personalzeit und Schulungsmaterialien) in Höhe von 50.000 € ein, um einen neuen Mitarbeiter einzusetzen. Als positiven Effekt dieser Maßnahme erzielt das Unternehmen einen Umsatz von 60.000 €. Das eingesetzte Kapital beträgt also 50.000 €, der generierte Umsatz 60.000 € und der Gewinn somit 10.000 € (Umsatz – Kosten = Gewinn). Die Zahlen werden in folgende Formel eingesetzt:

Return on Investment (ROI)

$$\begin{aligned} &= \text{Umsatzrentabilität} \cdot \text{Kapitalumschlag} \\ &= \left(\frac{\text{Gewinn}}{\text{Umsatz}} \right) \cdot \left(\frac{\text{Umsatz}}{\text{investiertes Kapital}} \right) \\ &= \left(\frac{10.000}{60.000} \cdot 100 \right) \cdot \left(\frac{60.000}{50.000} \right) \end{aligned}$$

→ Return on Investment (ROI) = 2 = 20%

Der errechnete Return on Investment beträgt im vorliegenden Fall 2 bzw. 20%. Dies bedeutet, dass mit jedem investierten Euro 0,20 € Gewinn (und 1,20 € Umsatz) erwirtschaftet wurde. Diese Maßnahmen haben somit einen positiven ROI und sich damit für das Unternehmen gelohnt.

Wichtig

Diese Berechnung setzt nur die Onboarding-Kosten ins Verhältnis zu dem zu erwartenden Umsatz.



Fazit:

Der ROI ist ein wichtiger Maßstab für die Analyse und Optimierung von Onboarding-Prozessen. Unter dem Strich amortisiert sich die Investition in eine gute Einarbeitung langfristig durch Einsparungen bei Fluktuationskosten, erhöhte Produktivität und Effizienz sowie reduzierte Fehlerkosten. HR- und Personalverantwortliche, die mit Hilfe des ROI argumentieren, können Vorstände und Führungskräfte wirksamer vom Wert eines verbesserten Onboardings überzeugen – und somit nachhaltige Verbesserungen für den Einstieg neuer Mitarbeiter erzielen.



Wir sind für Sie da!

Wie steht es um Ihr Onboarding? Wir verstehen die Herausforderungen, denen sich Ihr Unternehmen stellen muss. Vereinbaren Sie einen unverbindlichen Beratungstermin, um über die Lösungen für Ihr Unternehmen zu sprechen.



Impressum

Herausgeber

N.O.C Engineering GmbH

Max-Planck-Straße 11

78052 Villingen-Schwenningen, DE

Fon: +49 7721 40 60 9-0

Fax: +49 7721 40 60 9-29

E-Mail: info@noc-engineering.de

www.noc-engineering.de

