

Warum Unternehmen sich mit den strategischen Auswirkungen des

MITARBEITER- ERLEBNISSES

beschäftigen sollten



Einführung	3
Wo sollte man also beim Mitarbeitererlebnis anfangen?	8
Anerkennen, was wichtig ist, und sich dafür einsetzen	13
Schlussfolgerung	19
Das ist Bob	20

Einführung

Das Mitarbeitererlebnis ist zu einem der wichtigsten Themen im Personalwesen geworden. Vielleicht wunderst du dich, ob wir das [Mitarbeiterengagement](#) vergessen haben. Keine Sorge, das haben wir nicht. Tatsächlich steht das Engagement in direktem Zusammenhang mit dem Mitarbeitererlebnis.

Gallup bietet zwei Definitionen, die dabei helfen, diese Schlüsselbegriffe des Personalwesens zu unterscheiden:

„Das [Mitarbeitererlebnis](#) beinhaltet die gesamte Reise eines Mitarbeitenden im Unternehmen. Dies umfasst alles – von den Interaktionen vor der Einstellung und nach dem Ausscheiden sowie alles dazwischen.“

Von [Mitarbeiterengagement](#) spricht man, wenn die Mitarbeiter „an ihrer Arbeit und am Arbeitsplatz beteiligt werden und sich dafür begeistern und engagieren“.

In vielerlei Hinsicht gibt es das eine nicht ohne das andere. Auch kann man keines von beiden ignorieren, wenn man die Erfolgsstrategie des Unternehmens in die Tat umsetzen möchte.

„CEOs und Führungskräfte konzentrieren sich stark auf Produktivitätssteigerungen, organisatorische Veränderungen und die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle. Ein Erfolg in diesen Bereichen ist nicht möglich, wenn es den Mitarbeitenden schwerfällt, ihre Arbeit zu erledigen“, so [Josh Bersin](#).

Die Daten des [Global Culture Report 2020](#) des O.C. Tanner Institute zeigen, wie sehr sich ein positives Mitarbeitererlebnis auf erfolgreiche Unternehmensstrategien auswirkt.

Das Mitarbeitererlebnis umfasst im Wesentlichen jedes Ereignis während der gesamten Betriebszugehörigkeit eines Teammitglieds in deinem Unternehmen, D. h. alle Momente zwischen der Einstellung bis zur Pensionierung.



Die Bedeutung eines positiven Mitarbeitererlebnisses



Quelle: Global Culture Report 2020 des O.C. Tanner Institute

Das Erlebnis beruht auf jeder einzelnen Tätigkeit, Aufgabe, Interaktion, auf jedem Gespräch und Projekt sowie auf jedem Erfolg und Misserfolg, den Mitarbeitende während ihrer Zugehörigkeit zu deinem Unternehmen erleben. Josh Bersin bildet das gesamte Mitarbeitererlebnis **anhand von sechs Säulen ab**.

Wenn man alle möglichen Berührungspunkte mit einem Teammitglied berücksichtigt, kann sich das „Mitarbeitererlebnis in seiner Gesamtheit“ wie eine gewaltige Herausforderung anfühlen. Hier kann dieser Leitfaden helfen. In diesem Leitfaden wirst du durch alle Schritte geführt, die du unternehmen kannst, um mit der Bewertung des Mitarbeitererlebnisses in deinem Unternehmen zu beginnen.

Im Idealfall sollte dafür gesorgt sein, dass alle notwendigen Berührungspunkte stattfinden, dass diese positiv sind und den Mitarbeitenden helfen, zum strategischen Erfolg des Unternehmens beizutragen.



Das unwiderstehliche Unternehmen: ein vollständiges Mitarbeitererlebnis

Sinnvolle Tätigkeit	Praktisches Management	Produktive Umgebung	Wachstumsmöglichkeiten	Vertrauen in Führungskräfte	Gesundheit und Wohlbefinden
Autonomie	Klare Zielsetzung	Flexible Arbeitsumgebung	Unterstützung der Talentmobilität	Mission und Zweck	Sicherheit
Auswahl nach Eignung	Coaching und Feedback	Kultur der Anerkennung	Berufliches Wachstum auf verschiedenen Wegen	Investition in Mitarbeitende, Vertrauen	Fitness und Gesundheit
Kleine Teams	Entwicklung von Führungskompetenzen	Offene, flexible Arbeitsplätze	Selbstständige und formale Entwicklung	Transparenz und Kommunikation	Finanzielles Wohlergehen
Slack Time	Modernes Leistungsmanagement	Inklusive, vielfältige Kultur	Kultur der Weiterbildung	Inspiration	Psychologisches Wohlbefinden und Unterstützung

Quelle: Mitarbeitererlebnis: The Definitive Guide. (c) Josh Bersin Research. April 2021

Wo sollte man also beim Mitarbeitererlebnis anfangen?

Das Mitarbeitererlebnis erfordert Design Thinking, um sich in die Mitarbeitenden einzufühlen. Hierbei geht es darum, zu verstehen, wie die Mitarbeitenden einzelne Situationen erleben, und dann Lösungen für die erkannten Probleme zu entwickeln.

Lebenszyklusphasen der Mitarbeitenden definieren

Beginne mit einer Definition des Mitarbeiterlebenszyklus bzw. der einzelnen Beschäftigungsphasen in deinem Unternehmen. Jede Phase hat in der Regel einen übergeordneten Zweck, auf den sie ausgerichtet ist. Ein üblicher Lebenszyklus umfasst das Onboarding, Weiterentwickeln, Binden und Ausscheiden von Mitarbeitenden:

Onboarding: Die Begrüßung, Orientierung, Betreuung und Unternehmenserfahrung sollen den Mitarbeitenden den Einstieg in das Unternehmen erleichtern. Während der Phase des **Onboardings** finden die Mitarbeitenden heraus, ob sie die richtige Wahl getroffen haben, sich deinem Team anzuschließen.

Weiterentwicklung: Biete Möglichkeiten für Mentoring, **Leistungsmanagement**, Coaching und berufliche Entwicklung an. Diese Phase beinhaltet auch Beförderungen und Gehaltserhöhungen im Zusammenhang mit Veränderungen bei den Tätigkeitsbereichen und jeweiligen Rollen. Eine positive Entwicklungserfahrung kann die Produktivität steigern und die Mitarbeitenden dazu inspirieren, die Strategie deines Unternehmens umzusetzen.

Bindung: Baue gute Beziehungen zu deinen Spitzenkräften auf und schaffe Vertrauen. Diese Phase ist entscheidend, um sicherzustellen, dass die Mitarbeitenden Erfahrungen machen, die sie dazu ermutigen, so lange wie möglich im Unternehmen zu bleiben.

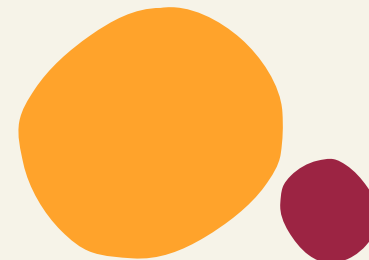
Ausscheiden: Du solltest die Gründe, warum Mitarbeitende das Unternehmen verlassen, nachvollziehen und bewerten. Stelle ihnen im Rahmen des Trennungsprozesses Fragen zu ihren Erfahrungen. Was waren die Höhepunkte und was die Tiefpunkte?

Nachdem du dir einen Überblick über den Mitarbeiterlebenszyklus verschafft hast, ermittle die idealen Berührungspunkte in jeder Phase. Beim Onboarding könnte es beispielsweise folgende Berührungspunkte geben:

- [Willkommensschreiben](#) des Unternehmens
- Anruf oder Nachricht der Führungskraft vor dem ersten Arbeitstag
- Anweisungen dahingehend, was der erste Tag beinhaltet und wo die Mitarbeitenden vorstellig werden müssen
- Aktivitäten am ersten Arbeitstag (Orientierung, Teamvorstellung, Ausrüstung)

- Festlegung der Erwartungen für die ersten 30, 60 und 90 Tage
- Konsistenter Zeitplan für 1:1-Sitzungen mit der Führungskraft
- Terminierung von Meetings mit wichtigen Kolleg*innen und Teammitgliedern

Die Phasen des Mitarbeiterlebenszyklus bilden nur den Anfang dafür, alle wesentlichen Erfahrungen nachzuvollziehen. Der nächste wichtige Schritt besteht darin, deine Mitarbeitenden zu verstehen.



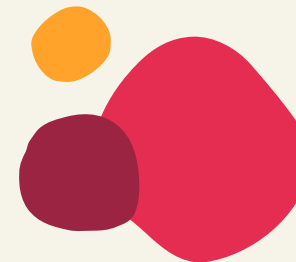
Mitarbeiterprofile ermitteln

Wenn du dich mit dem Mitarbeitererlebnis beschäftigst, solltest du dir deine Teammitglieder genau ansehen. Wer sind sie? Über welche Informationen verfügst du über jede Person in deinem Unternehmen? Das mag einfach klingen, ist es aber nicht. 97 % der Befragten bei der [Deloitte-Umfrage „2020 Global Human Capital Trends“](#) gaben an, mehr Informationen über ihre Beschäftigten zu benötigen.

Nur 11 % der Teilnehmenden gaben an, dass sie Daten über ihre Mitarbeitenden in Echtzeit bereitstellen könnten. Grundsätzlich bedeutet dies, dass die Unternehmen für ein effektives Management des Mitarbeitererlebnisses ein [HRIS](#) benötigen, das die erforderlichen Informationen und Erkenntnisse sammelt und zugänglich macht.

Wenn man diese Daten zur Verfügung hat, lassen sich die Mitarbeiterprofile damit einfacher ermitteln. Mitarbeiterprofile repräsentieren verschiedenen Gruppen von Mitarbeitenden. Du kannst also Profile erstellen, die deren Bedürfnisse, Werte und Verhaltensweisen beschreiben. Dieser Schritt ist unverzichtbar, um Klarheit darüber zu gewinnen, wer was für ein einzigartiges, optimales Mitarbeitererlebnis benötigt.

„Wenn es um die Ausgestaltung des Mitarbeitererlebnisses geht, müssen die Prioritäten strategisch gesetzt werden. Wer zu viel auf einmal will, ist zum Scheitern verurteilt. Jede berufliche Tätigkeit ist anders. Die Erfahrungen von Vertriebsmitarbeitenden unterscheiden sich stark von denen der Kolleg*innen im Kundendienst“, so [Bersin](#).



Auf der Suche nach mehr Produktivität und Zufriedenheit für die Mitarbeitenden identifizierte Cisco beispielsweise fünf Schlüsselpersonen für die Arbeitsplatzgestaltung:

1. Hochgradig mobil: Vertriebsmitarbeitende, Kundenbetreuer*innen, Systemtechniker*innen
2. Mobil innerhalb des Firmengeländes: Geschäftsentwicklungsmanager*innen, Führungskräfte, Mitarbeitende in Produktion und Logistik
3. Remotemitarbeitende: Analyst*innen, Kundendienst und -support, Personalwesen, Rechtsabteilung, Marketing, Schulung sowie Programm- und Produktmanagement
4. Benachbarte Mitarbeitende: Ingenieur*innen, Finanzpersonal, viele Manager*innen
5. Fester Arbeitsplatz: Verwaltungspersonal, Software- und Netzwerktechniker*innen

Nach einer eingehenden Untersuchung der Arbeitsweise der einzelnen Profile entwarf Cisco „verschiedene Arten von Räumen, in denen man sich konzentrieren, zusammenarbeiten, lernen und Kontakte knüpfen kann“.

Nachdem du die Profile deiner Mitarbeitenden identifiziert hast, kannst du analog dazu die Perspektiven für jedes Profil mit verschiedenen Punkten entlang deines üblichen Mitarbeiterlebenszyklus abgleichen. Was sind die wichtigsten Berührungspunkte, Bedürfnisse und

Erwartungen für jedes Profil innerhalb der Belegschaft in jeder Phase?

Beim Onboarding hast du vielleicht festgestellt, dass eine herzliche Begrüßung am ersten Arbeitstag ebenso wichtig ist wie die Festlegung der Erwartungen an die Arbeit in den ersten 30, 60 bzw. 90 Tagen. Anhand dieser Berührungspunkte kannst du ermitteln, was für jedes Profil am besten funktioniert. Bei Anwendung der Cisco-Profile könnte das Onboarding basierend auf Profilen z. B. wie folgt ablaufen:

- Hochgradig mobil: Diese Mitarbeitenden erhalten von ihrer Führungskraft eine virtuelle Karte oder ein Video.
- Mobil innerhalb des Firmengeländes: Die Führungskraft vereinbart mit dem neuen Teammitglied einen Termin und einen Ort für ein Treffen auf dem Firmengelände.
- Remotemitarbeitende: Die Führungskraft richtet ein Web-Meeting mit dem Team ein, damit alle sich vorstellen können und das neue Teammitglied willkommen geheißen werden kann.
- Benachbarte Mitarbeitende: Über eine Nachricht im Intranet werden dieses Teammitglied begrüßt und andere dazu eingeladen, vorbeizuschauen und es willkommen zu heißen.
- Fester Arbeitsplatz: Das Teammitglied wird durch ein Schild an seinem Arbeitsplatz willkommen geheißen.

Es gibt beim Onboarding noch viele andere Berührungspunkte. Dieser Ansatz, wie man Mitarbeitende auf der Grundlage eines Profils willkommen heißt, bietet jedoch auf jeden Fall eine Möglichkeit zur Personalisierung jedes Erlebnisses.

„Mitarbeiterprofile ermöglichen es Unternehmen, Mitarbeitende nicht einfach nur als ‚Talente‘, ‚Humankapital‘ oder ‚Personal‘ zu sehen, sondern als Menschen, die sinnvoll beschäftigt werden wollen und müssen, wenn sie ihre Arbeit gut machen und zum Erfolg des Unternehmens in dieser neuen hybriden Arbeitswelt beitragen sollen“, meint [Forbes](#).

Wenn du den Lebenszyklus durchgehst und dabei die Bedürfnisse jedes Mitarbeiterprofils berücksichtigst, achte auf Elemente, die für außergewöhnliche Erlebnisse sorgen, aber auch auf Momente, die Tiefpunkte sein könnten. Anhand dieser Höhen und Tiefen kannst du herausfinden, was du weiterhin tun oder welche neuen Erfahrungen du schaffen solltest.

Willkommen im Team, Ken



Lerne deine Teammitglieder kennen

Sag deinen neuen Kolleg*innen Hallo!
Sie freuen sich schon auf dich.

Anerkennen, was wichtig ist, und sich dafür einsetzen

Trotz der Neuausrichtung auf dem Mitarbeitererlebnis zeigen Untersuchungen, dass es noch Raum für Verbesserungen gibt. Im Jahr 2020 fand eine [Studie des O.C. Tanner Institute](#) heraus, dass „nur 42 % der Arbeitnehmenden mit ihren täglichen Erfahrungen am Arbeitsplatz zufrieden sind“.

Die Bereiche Unternehmenskultur, Anerkennung und Kommunikation bieten Möglichkeiten, Leistungen anzuerkennen und sich für das einzusetzen, was den Mitarbeitenden wichtig ist. All dies kann die täglichen Arbeitserfahrungen verbessern.



Unternehmenskultur

Es ist von großem Vorteil, sich auf den Sinn zu berufen, wenn es darum geht, Mitarbeitende zu motivieren. Bei einer [McKinsey-Umfrage unter Beschäftigten in den USA](#) kam heraus, dass „Menschen, die sagen, dass sie bei der Arbeit ‚Sinn empfinden‘, sich mit viermal höherer Wahrscheinlichkeit mehr engagieren als diejenigen, die dies nicht tun.“

Wenn du dich mit dem Mitarbeitererlebnis beschäftigst, solltest du in jeder Phase dem Sinn und Zweck deines Unternehmens treu bleiben. Deine Mission und Werte sollten als Grundlage für die von dir geschaffene Kultur und die von dir angebotenen Erfahrungen dienen. Von Führungskräften bis hin zu Mitarbeitenden mit Kundenkontakt sollte jeder verstehen und in der Lage sein zu erklären, warum die geleistete Arbeit wichtig ist und wie diese zu den Zielen des Unternehmens beiträgt. Wenn man sich über seine Arbeit im Klaren ist, ist es wahrscheinlicher, dass das Mitarbeitererlebnis positiv bleibt.

Anerkennung

Laut [O.C. Tanner](#) „bedienen sich viele Führungskräfte des Instruments der Anerkennung, um Mitarbeitende zu motivieren.“ Probleme entstehen dann, wenn Unternehmen die „Anerkennung von Mitarbeitenden als isolierte Initiative und nicht als wichtigen Bestandteil ihrer Kultur“ betrachten.

Um sicherzustellen, dass [Anerkennung](#) das Mitarbeitererlebnis unterstützt und fördert, solltest du Wertschätzung in jedes Element der Arbeit eines Teammitglieds integrieren. Spare dir Anerkennung also nicht nur für große Momente wie Dienstjubiläen oder Projektmeilensteine auf. Du solltest ein Teammitglied auch im betreffenden Moment belohnen und ihm Anerkennung zollen.

Wenn du die Leistungen deiner Mitarbeitenden so oft wie nur möglich würdigst, wirst du wahrscheinlicher von Vorteilen profitieren. Und diese Vorteile sind beeindruckend – Untersuchungen zeigen, dass Unternehmen mit regelmäßiger Anerkennung viermal wahrscheinlicher engagierte Mitarbeitende haben.

Kommunikation

Wenn du das Mitarbeitererlebnis verbessern möchtest, musst du die Kommunikation fördern. Noch wichtiger ist, dafür zu sorgen, dass Kommunikation in beide Richtungen erfolgt. Nicht nur Führungskräfte und Vorgesetzte müssen offen und transparent über Vorgänge informieren, auch den Mitarbeitenden müssen Möglichkeiten geboten werden, zu kommunizieren und dem gesamten Unternehmen Feedback zu geben.

Ob in Form von Mitarbeiterversammlungen oder über eine Onlineplattform, die es ermöglicht, [während des gesamten Mitarbeiterlebenszyklus Feedback einzuholen](#), höre stets auf das, was deine Teammitglieder dir sagen.

Mitarbeitererlebnis bei Weiterentwicklung des Unternehmens anpassen

So wie dein Unternehmen wächst, entwickelt sich auch das Erlebnis der Mitarbeitenden im Unternehmen weiter. Führungswechsel, [Fluktuationen in der Belegschaft](#) und neue Initiativen können sich auf den Arbeitsalltag im Unternehmen auswirken.

Wenn dich am Tag viele Aufgaben mit verschiedenen Prioritäten beschäftigen, kann es leicht passieren, dass du das Mitarbeitererlebnis aus den Augen verlierst – bis es zu spät ist. Anstatt das Mitarbeitererlebnis jedes Jahr zu überarbeiten, könntest du einfach ein paar Instrumente einführen, um den Fortschritt zu verfolgen und zu bewerten.

Leistungsbeurteilungen durchführen

Leistungsbeurteilungen sollte Priorität eingeräumt werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um vierteljährliche Check-ins, jährliche Leistungsgespräche oder wöchentliche persönliche Sitzungen zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden handelt. Sorge dafür, dass alle in Kontakt bleiben. HR-Führungskräfte wissen, wie wichtig es ist, zuzuhören. So sind sich **89 % von ihnen** einig, dass ein kontinuierliches Peer-Feedback sowie regelmäßige Check-ins erfolgsentscheidend sind. Diese Zeit, die man miteinander in Verbindung steht, sollte allerdings sinnvoll genutzt werden. Fast jedes Mitarbeitergespräch bietet die Möglichkeit, nach dem Befinden eines Teammitglieds bei der Arbeit zu fragen und eventuelle Höhen und Tiefen in Erfahrung zu bringen.

Vergleiche zu anderen Unternehmen anstellen

Wenn du in deinem Unternehmen Probleme mit dem Mitarbeitererlebnis hast, geht es Menschen in ähnlicher Position in anderen Unternehmen wahrscheinlich ähnlich. Wenn du dir die Zeit nimmst, Vergleiche mit anderen Firmen anzustellen, erhältst du wertvolle Erkenntnisse darüber, was auch für dein Unternehmen funktionieren könnte.

[Harvard Business Review](#) bietet Benchmarks dahingehend, was die besten Unternehmen in Bezug auf das Mitarbeitererlebnis anders machen:

- Den Menschen an die erste Stelle setzen
- Mitarbeitenden helfen, ihre Leidenschaften zu entdecken und zu leben
- Menschen auf persönlicher Ebene zusammenbringen
- Menschen zur eigenständigen Erledigung ihrer Arbeit befähigen
- Ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem die Menschen sie selbst sein können

Überlege, ob du einige dieser Benchmarks der besten Unternehmen selbst umsetzen könntest. Erkundige dich bei Kolleg*innen in deinem Bereich bzw. deiner Branche nach deren Herausforderungen, biete ihnen selbst Ratschläge an und bitte sie um Vorschläge für ein strategisches Mitarbeitererlebnis.

Den Bedürfnissen der Generationen Rechnung tragen

In unserem Leitfaden zur [Motivation von Mitarbeitenden](#) erklären wir, dass jede Generation am Arbeitsplatz anders zu motivieren ist. In der Goldbeck-Matrix „Generational Values and Personality (2010)“ werden stereotype Werte und Persönlichkeiten skizziert, die in Bezug auf Arbeit, Motivation, Führung usw. den verschiedenen Generationen zugeordnet werden.

Wenn du dir das Erlebnis deiner Mitarbeitenden ansiehst und untersuchst, was sie motiviert, solltest du auch die verschiedenen Bedürfnisse der einzelnen Generationen berücksichtigen.



	Generation Babyboomer (1943-1960)	Generation X (1960-1981)	Generation Y (1982-2001)
Arbeitsethik und Werte	Workaholics, arbeiten effizient, persönliche Erfüllung, wünschen sich Qualität, hinterfragen Autoritäten	Erledigen die Aufgabe, Eigenständigkeit, möchten Struktur und Vorgaben, skeptisch	Was kommt als Nächstes, Multitasking, Beharrlichkeit, Unternehmergeist, tolerant, zielorientiert
Arbeit ist ...	Ein spannendes Abenteuer	Eine große Herausforderung, ein Vertrag	Ein Mittel zum Zweck, Erfüllung
Führungsstil	Einvernehmlich, kollegial	Alle sind gleich, andere hinterfragen, nach dem Warum fragen	Noch nicht entschlossen
Interaktiver Stil	Teamplayer, liebt Meetings	Unternehmer	Partizipatorisch
Kommunikation	Persönlich	Direkt, unmittelbar	E-Mail, Voicemail
Feedback	Das begrüße ich nicht	Ich möchte nicht stören, aber wie schlage ich mich?	Wann immer ich will, auf Knopfdruck
Belohnungen	Geld, Titel, Anerkennung	Freiheit ist die beste Belohnung	Sinnvolle Tätigkeit
Motivierende Botschaften	Du wirst wertgeschätzt, du wirst gebraucht	Geh deinen eigenen Weg, vergiss die Regeln	Du arbeitest mit anderen klugen, kreativen Menschen zusammen
Arbeit und Privatleben	Keine Balance, arbeiten um zu leben	Balance	Balance

Quelle: Motivational Differences between the Generations X, Y, and Baby Boomers. (C) Goldbeck Recruiting, Inc.

Schlussfolgerung

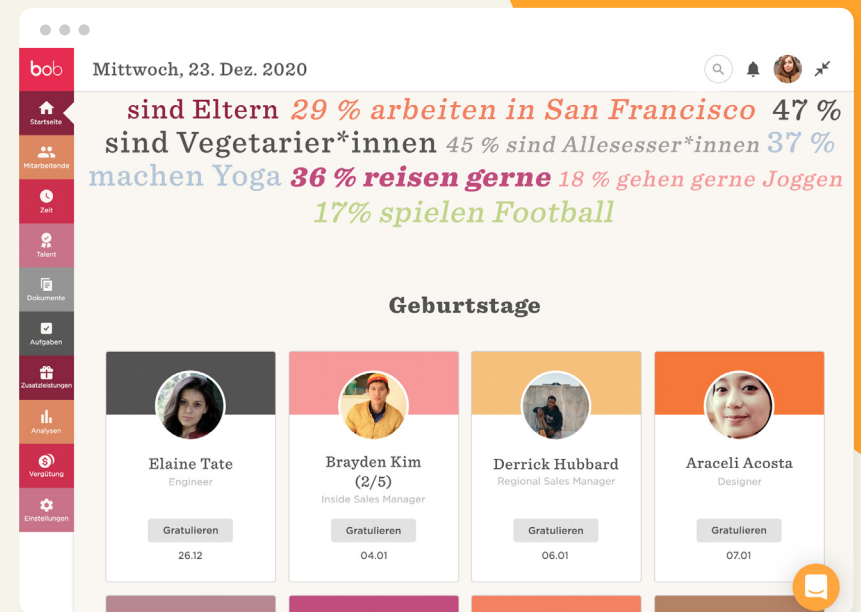
Auch wenn Mitarbeitende keine Kund*innen oder Verbraucher*innen sind, sollten ihre Erfahrungen mit dem gleichen Maß an Sorgfalt behandelt werden. Genauso wie zufriedene Kund*innen nach einem guten Essen wieder in ein Restaurant zurückkehren, bleiben auch Mitarbeitende bei ihrem Arbeitgebendem, wenn ihr Erlebnis positiv ist.

Und die Unternehmen profitieren von den Vorteilen eines positiven Mitarbeitererlebnisses in Form von engagierten Mitarbeitenden, höheren Umsätzen, stärkeren Innovationen und vermehrt hervorragenden Leistungen. Damit sich das Mitarbeitererlebnis positiv auf deine Unternehmensstrategie auswirkt, musst du den Teammitgliedern zuhören und dann entsprechend aktiv werden. Die Gestaltung eines optimalen Mitarbeitererlebnisses mag nicht einfach sein, es ist aber eines der wichtigsten Vorhaben, das ein Unternehmen in Angriff nehmen kann – und eines, das höchstwahrscheinlich die meisten Ergebnisse zeitigen wird.



Das ist Bob

Bob wurde für die moderne Arbeitswelt konzipiert und entwickelt. Egal ob im Büro, bei alternierender Telearbeit oder Fernarbeit – HR-Führungskräfte können die Unternehmenskultur, die wechselseitige Kommunikation, das Engagement, die Performance und die Vergütung optimieren. Die innovative Benutzeroberfläche von Bob, die automatisierten Prozesse und die Integration in führende Drittanbieter-Tools erleichtern die administrativen Aufgaben im gesamten Unternehmen und machen selbst die banalsten Arbeitsaufgaben angenehm, intuitiv und ansprechend – und das nicht nur für Personalverantwortliche. Bob stellt den Menschen in den Mittelpunkt dank Unternehmenskultur-Tools, die Mitarbeitende an verschiedenen Standorten und aus der Ferne mit ihren schnell wachsenden, globalen Unternehmen verbinden.



Es ist an der Zeit, smartere Entscheidungen in Bezug auf deine Mitarbeitenden und dein Unternehmen zu treffen.

Wenn du mehr über HiBob und unsere datengestützten Tools wissen möchtest, melde dich gerne unter

contact@hibob.com

NEW YORK

205 Hudson St.
New York, NY 10013

LONDON

Boundary House
91-93 Charterhouse St.
London EC1M 6HR, UK

AMSTERDAM

Weesperstraat 61-105
1018 VN AMSTERDAM
Niederlande

SYDNEY

Redlich, Level 65
19 Martin Place
Sydney NSW 2000

TEL AVIV

28 Ben Avigdor St.
Tel Aviv 6721848