

Inspiration bringt Mehrwert

Vor allem jüngere Mitarbeitende sind laut einer aktuellen Studie uninspiriert. Business Coach Leonie Gehler ordnet die Ergebnisse für «Wirtschaft regional» ein.

Corina Vogt-Beck

Die Motivation vieler Mitarbeitenden lässt zu wünschen übrig. Das belegt der aktuelle «Inspiring Workplace Index 2025», für den das Zürcher Marktforschungsinstitut Value Quest über 500 Arbeitnehmende in der Schweiz und Liechtenstein befragt hat. Die Erkenntnis ist alarmierend: Nur 36 Prozent der Befragten fühlen sich inspiriert bei der Arbeit. Gleichzeitig geben 38 Prozent an, kaum oder gar keine Quellen der Inspiration im Unternehmen zu finden. Besonders augenfällig ist dabei der Unterschied zwischen den Altersgruppen. Drei von vier über 50-Jährigen geben an, inspiriert zur Arbeit zu kommen. Sie sind auch bereit, Veränderungen mitzutragen – und das deutlich häufiger als jüngere Mitarbeitende.

Fringe Benefits reichen nicht mehr

Die Annahme, kostenloser Kaffee, Yoga-Angebote oder der dritte Apéro im Monat mache den Unterschied, scheint überholt, schreibt das Marktforschungsinstitut in einem Blogbeitrag, denn was viele Unternehmen anbieten, treffe nicht den Kern dessen, was Mitarbeitende heute suchen: Sinn, Inspiration und die Möglichkeit, sich wirksam einzubringen. Die gängige Praxis, Mitarbeitende durch materielle Anreize zu motivieren, greift zu kurz. Die eigentli-



Junge wollen sich sinnvoll bei der Arbeit einbringen.

Bild: Keystone

che Quelle für Motivation und Engagement liegt tiefer – in der erlebten Bedeutung der eigenen Arbeit. Die Ergebnisse des «Inspiring Workplace Index 2025» zeigen: Inspiration am Arbeitsplatz ist einer der wirksamsten Hebel für Produktivität, Innovationskraft und Veränderungsbereitschaft. Inspirierte Mitarbei-

tende erleben ihre Arbeit als sinnstiftend, entwickeln mehr Eigeninitiative und tragen aktiv zur Weiterentwicklung des Unternehmens bei.

19 zusätzliche Arbeitstage pro Jahr

Inspirierte Mitarbeitende leisten rund 38 Minuten Mehrar-

beit pro Tag – das entspricht fast 19 zusätzlichen Arbeitstagen pro Jahr. Sie tragen den Wandel mit, haben mehr Energie und Fokus und wollen das persönliche Wachstum fördern, so die Studie. Und: Inspirierte Menschen erleben häufiger fokussierte, erfüllende Arbeitsphasen.

Decathlon auf Expansionskurs

Zehn neue Filialen sind in der deutschsprachigen Schweiz geplant. Ob eine davon auch im Rheintal entstehen soll, ist nicht bekannt.

Der französische Sportartikel-Discounter Decathlon erweitert sein Filialnetz in der deutschsprachigen Schweiz. Geplant sind zehn neue Standorte östlich des Röstigrabens, wie Fabrice Besch, Geschäftsführer der Schweizer Tochtergesellschaft, kürzlich in einem Interview mit der Westschweizer Zeitung «Le Temps» erklärte.

Im Rahmen dieser Expansion wird Decathlon im Juni in Spreitenbach, Kanton Aargau, seine bisher grösste Schweizer Filiale mit 6000 Quadratmetern Verkaufsfläche eröffnen. Aktuell verfügt Decathlon über 42 Filialen in der Schweiz und erzielt dort als global operierendes Unternehmen rund zwei Prozent seines Umsatzes. Bislang konzentriert sich das Filialnetz des Unternehmens in der Schweiz bis auf ein paar Ausnahmen auf die grossen Agglomerationen. Die Ostschweiz ist dagegen ähnlich wie andere ländliche Regionen noch ein weisser Fleck, wie ein Blick auf die Karte der bestehenden Filialen in der Schweiz zeigt, die auf der Unternehmenswebsite ersichtlich ist.: Die nächstgelegenen Standorte befinden sich in Chur und St. Gallen.



In der Schweiz wird es bald mehr Decathlon-Filialen geben.

Bild: Keystone

Die Filiale in St. Gallen soll Anfang Juni von ihrem bisherigen Standort an der Gaiserwaldstrasse in das Einkaufszentrum Westcenter verlegt werden, wie das Unternehmen über Bernhard Schmid von der Kommunikationsagentur Cometris AG mitteilen lässt.

Die Verlegung bisheriger Standorte ist wie die Eröffnung von neuen Filialen Teil der Strategie, näher an die Schweizer Kundschaft zu rücken. «Unsere Mission ist es, Sport für mög-

lichst viele Menschen zugänglich zu machen», betont das Unternehmen. Für potentielle Kunden soll der Weg zur nächstgelegenen Filiale so kurz wie möglich gehalten werden.

Weitere Expansion wird fortlaufend geprüft

Ob dies künftig auch für die Liechtensteiner Bevölkerung gilt, wird sich zeigen. Jedenfalls gibt es vonseiten des Unternehmens bislang keine genauen Angaben zu allen zehn neuen

Decathlon-Filialen und auch die Frage ob im St. Galler Rheintal oder gar in Liechtenstein selbst ein Shop geplant ist, lässt das Unternehmen offen. Über die Cometris AG teilt Decathlon lediglich mit, dass die Expansion in der deutschsprachigen Schweiz fortlaufend geprüft werde. Dabei spielen verfügbare Flächen und die Nachfrage der Bevölkerung eine entscheidende Rolle.

Tobias Soraperra

Nachgefragt

«Viele erleben ihre Arbeit als sinnlos»

Business Coach **Leonie Gehler** erklärt, was Führungskräfte tun können, die inspirierte Mitarbeitende wollen. Kurz zusammengefasst: Sie müssen umdenken.

Nur 36 Prozent der Befragten fühlen sich inspiriert bei der Arbeit – deckt sich das mit Ihren Beobachtungen?

Leonie Gehler: Absolut. Ich hätte den Anteil sogar noch niedriger geschätzt. Diese fehlende Inspiration betrifft nicht nur Angestellte, sondern auch viele Führungskräfte. Es zeigt sich ein klarer Trend: Viele Menschen arbeiten funktional, aber nicht mit echter Begeisterung oder innerer Überzeugung.

Was brauchen Mitarbeitende, um inspiriert zu sein?

Mitarbeitende brauchen ein Umfeld, das ihnen erlaubt, über den Tellerrand hinauszudenken. Sie brauchen Raum für Eigeninitiative, echte Entwicklungsperspektiven und das Gefühl, dass ihre Meinung zählt. Inspiration entsteht, wenn Menschen das Gefühl haben, dass ihre Ideen willkommen sind – und wenn sie sehen, dass ihre Arbeit Wirkung entfaltet.

Die eigentliche Quelle für Motivation liegt in der erlebten Bedeutung der Arbeit.

Wie kann man diese stärken?

Tatsächlich erleben viele ihre Arbeit als sinnlos – nicht, weil sie das grundsätzlich ist, sondern weil Strukturen veraltet sind, Zuständigkeiten unklar und der Bezug zum «Warum» fehlt. Menschen wollen Teil der Lösung sein. Sie wollen spüren, dass ihre Arbeit jemandem hilft, ein Problem löst oder ein Ziel erreichbar macht. Sinn wird dann erlebbar, wenn Führungskräfte mitdenken: Welche Rolle spielt die einzelne Person im grossen Ganzen? Und wie kann sie den eigenen Beitrag erkennen und gestalten?

«Junge Talente wollen nicht nur arbeiten – sie wollen mitgestalten.»

Wie wichtig ist gute Führung dabei?

Sie ist der zentrale Schlüssel. In vielen Unternehmen fehlt Inspiration, weil auch die Führung nicht inspiriert ist oder inspirierend wirkt. Viele Führungskräfte sind überarbeitet, haben selbst keinen Zugang zu dem «Warum» ihrer Arbeit und agieren in veralteten Strukturen. Gute Führung bedeutet heute:

Vorleben, Fördern, Fordern – und vor allem Zuhören. Es geht nicht um Laissez-faire, sondern um Klarheit, Verbindung und Entwicklung.

Was machen Führungskräfte falsch im Bereich Inspiration?

Sie unterschätzen die Kraft des Vorlebens. Viele delegieren Verantwortung, ohne echte Orientierung zu geben. Andere halten zu sehr an Kontrolle fest und verhindern dadurch Eigenverantwortung. Inspiration braucht echte Begegnung auf Augenhöhe, Zielklarheit – und das ehrliche Interesse, Menschen wachsen zu sehen.

Die Studie zeigt: Die grösste Inspirationskraft geht von der Generation 50+ aus.

Beobachten Sie das auch?

Ja, das beobachte ich ebenfalls. Unsere Arbeitswelt ist stark auf die Bedürfnisse der Babyboomer und der nachfolgenden Generationen zugeschnitten – mit klaren Hierarchien, viel Kontrolle und weniger Flexibilität. Für viele der Jüngeren, insbesondere Gen Z und auch die Millennials, sind das keine inspirierenden Rahmenbedingungen. Sie sehnen sich nach Freiheit, Entwicklung und Sinn.

Was sind die Konsequenzen?

Die Konsequenzen erleben wir bereits: Quiet Quitting, hohe Fluktuation, geringe emotionale Bindung ans Unternehmen. Viele junge Mitarbeitende gehen, sobald es nicht passt – statt sich langfristig zu engagieren. Das kostet Unternehmen massiv – finanziell wie kulturell.

Wie können Unternehmen darauf reagieren?

Indem sie jetzt umdenken. Sie müssen Strukturen schaffen, die Flexibilität und Eigenverantwortung ermöglichen. Dazu gehören Homeoffice-Modelle, individuelle Entwicklungspfade, Lernangebote und echte Beteiligung. Junge Talente wollen nicht nur arbeiten – sie wollen mitgestalten. Sie brauchen Klarheit über das «Warum», Beteiligung am Ergebnis und Entwicklungsperspektiven, die über einen Lohnzettel hinausgehen.

Wie kann man die jüngeren Generationen «abholen»?

Indem wir aufhören, sie zu kritisieren – und anfangen, sie zu verstehen und ihnen echte Verantwortung zu zutrauen. Ihre Bedürfnisse sind keine Schwächen, sondern eine Chance, Unternehmen und Prozesse neu zu denken. Überproportional viele aus der Gen Z und Y machen sich selbstständig und sind sehr erfolgreich damit. Wenn wir ihnen also Sinn geben, Gestaltungsspielraum ermöglichen und zeigen, dass ihr Beitrag zählt, holen wir sie nicht nur ab – wir gewinnen sie auch langfristig für unsere Unternehmen.

