

BB-Serie: »Erfolgstipps von Günter Schmitz«

Die weltweit bekannte Gallup-Studie stellt es Jahr für Jahr unter Beweis. Nach aktuellen Zahlen haben gerade mal 15% der Mitarbeiter eine hohe emotionale Bindung zum Unternehmen. Der große Anteil (70%) deutscher Arbeitnehmer ab 18 Jahren hat nur eine geringe emotionale Bindung und 15% haben gar keine emotionale Bindung zum Unternehmen. Wir nennen die erste Gruppe mit einer hohen emotionalen Bindung die A-Mitarbeiter. Nur mit ihnen kann ein Unternehmen seine Ziele erreichen.

A-, B- oder C-Mitarbeiter – Sie haben die Wahl



Nur mit den richtigen Mitarbeitern gelingt der Erfolg.

Foto: Coplaning

Diese Mitarbeiter sind motiviert, engagiert und setzen sich überdurchschnittlich stark für die Unternehmensziele ein. Die mittlere Gruppe, die B-Mitarbeiter, laufen zwar mit und machen ihren Job nach Vorschrift, bringen aber keine Extraleistungen ein. Und die C-Mitarbeiter boykottieren sogar das Unternehmen. Für ein Unternehmen wäre es wesentlich günstiger, wenn diese C-Mitarbeiter gar nicht mehr im Unternehmen arbeiten. Denn sie bringen nicht nur eine Minderleistung, sie stecken andere Kollegen auch mit ihrer negativen Stimmung an. Von Kunden ganz zu schweigen. A-Mitarbeiter, die sich mit Engagement und eigenen Ideen für das Unternehmen und die Kunden einbringen, befördern das Unternehmen weiter nach vorne. Sie haben selbst keine Lust mit unmotivierten Kollegen zusammen zu arbeiten.

Die meiste Zeit verschwenden Unternehmer jedoch mit den C-Mitarbeitern, sei es durch Gespräche, Ermahnungen oder Ähnliches. Die C-Mitarbeiter drücken sogar die roten Knöpfe des Unternehmers derart, dass dieser seinen Stress ungerechtfertigter Weise zu oft an falscher Stelle auslässt. Nicht nur, dass so wertvolle Zeit für die wichtigen Dinge verloren geht. Es bleibt kaum Zeit, sich um die wirklich guten Mitarbeiter, die A's zu kümmern. Sie bedürfen des Lobs

und der Förderung. Ihnen gebührt volle Aufmerksamkeit. Und bei den B-Mitarbeitern muss man schauen, wer zu einem A-Mitarbeiter weiterentwickelt werden möchte und dazu auch in der Lage ist.

Eine ganz einfache Methode hierzu ist die so genannte Einstellungs-Kompetenz-Matrix. Wir führen diese mindestens einmal pro Jahr durch. Dabei werden alle Mitarbeiter in der Führungsmannschaft unter die Lupe genommen. So ist gewährleistet, dass nicht die Meinung eines einzelnen entscheidet, sondern verschiedene Sichtweisen berücksichtigt werden.

Dazu zeichnet man sich ein Koordinatenkreuz auf. Die Horizontale spiegelt die Einstellung, also die emotionale Bindung zum Unternehmen wider. Rechts ist die Einstellung sehr gut, links schlecht. Analog die Vertikale. Sie spiegelt die Fachkompetenz wider, oben eine sehr hohe Fachkompetenz für seinen Aufgabenbereich, unten eine niedrige. Somit ergeben sich vier Quadranten.

Die A-Mitarbeiter sind nun oben rechts einzuordnen, also mit einer positiven Einstellung und einer hohen Fachkompetenz. Unten rechts sind diejenigen einzuordnen, die zwar topp zum Unternehmen stehen, jedoch noch nicht die

nötige Fachkompetenz besitzen. Dies sind die Bplus-Mitarbeiter. Durch gezielte Trainings oder Schulungen können sie sich in den oberen Quadranten zu A-Mitarbeitern entwickeln.

Vorsicht ist geboten bei den Mitarbeitern mit einer negativen Einstellung, aber einer hohen Fachkompetenz. Dies sind oft die Diven in einem Unterneh-

men. Sie sind überzeugt von sich selbst, dass es ohne sie nicht geht. Dies sind die Bminus-Mitarbeiter. Mit diesen müssen ernsthafte Gespräche geführt werden, wie sie sich die Zukunft im Unternehmen vorstellen und was sie dafür zu tun gedenken. Und letztlich unten links sind die C-Mitarbeiter zu finden. Sie weisen eine negative Einstellung und eine schlechte Fachkompetenz auf. Hier steht eine konsequente Trennung unweigerlich vor der Tür. Im Führungsteam werden so alle Mitarbeiter in eines dieser vier Felder eingruppiert. Somit hat man ganz schnell einen Überblick, wo das eigene Unternehmen steht. Und die entsprechenden Führungskräfte wissen fortan, wie sie sich den einzelnen Mitarbeitern gegenüber zu verhalten haben.

Wie wir es schaffen, A-Mitarbeiter zu fördern sowie weitere Erfolgsrezepte sind authentischer und praktischer Inhalt der Erfolgsseminare und können live bei einer detaillierten Betriebsbesichtigung erlebt werden. Die neuen Seminartermine zum Thema »Kundenbegeisterung im Handwerk« stehen jetzt aktuell auf www.denkhouse.com.

Der Autor

Günter Schmitz ist Inhaber und Geschäftsführer von Coplaning, einem erfolgreichen Bauelemente-Handelsunternehmen in Luxemburg. Der Erfolgstrainer gibt sein Wissen und seine Erfolgsrezepte in seiner Erfolgsakademie an andere Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen weiter. Weitere Informationen unter www.coplaning.lu