



12. Februar 2020



Demotivierte Mitarbeiter als Risiko: Höchste Zeit zu handeln

Demotivierte Mitarbeiter können einen hohen finanziellen Verlust für das Unternehmen bedeuten. Um das zu verhindern, können Führungskräfte an einigen Rädchen drehen.

- » Weiterempfehlen
- » Kommentieren
- » Drucken

Ähnliche News

- » Neue Version der AssCompact Weiterbildungsplattform ist online
- » DONAU sucht 25 Lehrlinge
- » Wiener Städtische: Zukunftsforscher bei Roadshow
- » Continentale: Neujahrs-Aktion bis Ende März
- » CORUM Origin erreicht erneut Jahresziel

von Martin Limbeck

„Wir brauchen mal wieder jemanden, der unseren Verkäufern ordentlich Feuer unter dem Hintern macht!“ Sie werden es vielleicht nicht glauben, doch das ist eines der Hauptargumente von Führungskräften, um mal wieder eine Weiterbildung anzuschieben. Der Haken an der Sache: Das Geld können Sie eigentlich auch direkt verbrennen, wenn Sie keine anschließenden Maßnahmen planen. Kurzfristig anberaumte Seminare sorgen bei den Mitarbeitern zwar für Motivation – doch die guten Vorsätze verpuffen meist schneller als Sie „Spitzenverkäufer“ sagen können.

Manche Führungskräfte nehmen das Thema auch auf die leichte Schulter. Frei nach dem Motto: „Jeder hat doch mal einen schlechten Tag!“ Klar – doch keine schlechte Woche, geschweige denn einen ganzen Monat oder länger. Lustlosigkeit, Nine-to-five-Denken und Dienst nach Vorschrift sind keine Kavaliersdelikte. Nach dem „Gallup Engagement Index“ beliefen sich die volkswirtschaftlichen Kosten aufgrund von Demotivation und innerer Kündigung von Arbeitnehmern 2018 auf eine Summe zwischen 77 und 103 Milliarden. Wollen wir jetzt nochmal über Ihre Mitarbeiter sprechen und was Sie tun können, um die Situation zu verbessern?

Übernehmen Sie Verantwortung für Ihre Leute

Auch wenn es nicht angenehm ist, müssen Sie sich als Führungskraft unter Umständen an die eigene Nase fassen – denn oft sind Vorgesetzte selbst ein wesentlicher Demotivationsfaktor für ihre Mitarbeiter. Was Sie dagegen tun können? Seien Sie für Ihre Leute da, haben Sie ein offenes Ohr – und gehen Sie immer mit gutem Beispiel voran. Dazu gehört auch, dass Sie in Ihrem Handeln fair und transparent sind. Wenn Sie also bei Ihrer Vertriebsmannschaft mit Boni arbeiten, sollte für alle Mitarbeiter ersichtlich sein, welche Belohnung mit welcher Leistung verknüpft ist. Und sicher fänden Sie es doch auch nicht fair, wenn Ihr Wunsch nach einer Gehaltserhöhung mit dem Argument „schwierige finanzielle Lage“ abgelehnt wird – und der nächsthöhere Vorgesetzte dann auf Firmenkosten einen neuen Luxuswagen auf den Parkplatz gestellt bekommt?

Ein Thema, welches ebenfalls oft völlig zu Unrecht unterschätzt wird, ist die Arbeitsplatzausstattung. Klar ist es teuer, alle Mitarbeiter regelmäßig mit der neusten Technik auszustatten. Und solange alles funktioniert ... Rein technisch gesehen kann ich diese Argumentation nachvollziehen. Doch Sie dürfen nicht erwarten, dass Ihre Leute mit Motivation und Spaß bei der Sache sind, wenn sie sich mit langsamen Rechnern, flimmernden Neonröhren und nicht mehr update-fähigen Smartphones rumschlagen müssen. Das ist einfach nicht wertschätzend! Mal abgesehen davon, dass Sie Ihre Verkäufer auch zur Lachnummer machen, wenn sie beim Kunden ein abgegriffenes Notebook auspacken, das erst mal zehn Minuten hochfahren muss.

Wertschätzung ist das A und O

Sie sehen: Um die Motivation Ihrer Mitarbeiter positiv zu beeinflussen, können Sie selbst an einigen Rädchen drehen. Zeigen Sie Ihren Leuten – unabhängig vom Gehalt – dass Sie sie und ihre Arbeit wertschätzen. Mit einem modern ausgestatteten Arbeitsplatz, individuellen Incentives, einem gemütlichen Aufenthaltsraum, kostenfreien Getränken und Obst und so weiter. Natürlich macht frischgemahlener Kaffee aus dem hochglänzenden Vollautomaten noch nicht automatisch bessere Verkäufer. Doch es ist ein Teil, den Sie dazu beitragen können, um die bestmöglichen Grundvoraussetzungen für Ihre Mannschaft zu schaffen.

Der Autor

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck® Group, einer der führenden Experten zum Thema Blended Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen, sowie einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den LOOP-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde Martin Limbeck unter anderem mit dem Großen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung und dem Siegel „Wirtschaftsmagnet“ ausgezeichnet. Darüber hinaus erhielt die Limbeck® Group die Auszeichnung „Beste Arbeitgeber in NRW 2019“ von Great Place to Work®. Mehr Informationen auf www.martinlimbeck.de und www.limbeckgroup.com.

Anzeige

