

Führung – das beste unternehmensinterne Marketing

Die Basis eines jeden Unternehmertums ist das Anbieten von Waren und/ oder Dienstleistungen. Wie oft stellen wir uns selbst dabei die Frage, über welche Kanäle wir unsere Kunden und vor allem potenziellen Kunden bespielen, damit diese bei uns kaufen.

Verschiedenste Marketingformen haben sich dabei entwickelt. Vom Direktmarketing (auch Klinkenputzen genannt), über Content-Marketing bis hin zu unterschwelligem Methoden der Waren- und Dienstleistungspräsentation ist alles dabei.

Auch im Umgang mit potenziellen neuen Kollegen und Angestellten benutzen wir eine Form des Marketings. Schlussendlich wollen wir unsere Ware „Arbeitsplatz“ mit dem am besten geeigneten Bewerber(In) besetzen. Hierfür werden in der Regelnachfolgende Anreize zum Arbeitsvertragsabschluss gesetzt:

- flache Hierarchien
- nette Kollegen
- vielfältige/ individuelle Entwicklungsmöglichkeiten
- spannende und abwechslungsreiche Aufgabenfelder/ Projekte
- das weitere Wachstum des Unternehmens aktiv mitgestalten
- eigenverantwortliches Arbeiten
- usw.

Über die Effektivität dieser Anreize lässt sich bekanntlich streiten, worauf meine entfernte Berufskollegin Sybille Frank bereits einen sehr schönen Artikel verfasst hat:

http://www.heldenstreich.com/files/artikel_ein_textertipp_01.pdf

Deshalb möchte ich an dieser Stelle auch gar nicht weiter darauf eingehen.

Ebenfalls von eminenter Bedeutung ist jedoch die Frage, wie Sie als Unternehmer die somit gewonnenen Fachkräfte nicht wieder nach kurzer Zeit abhandenkommen.

Auch hier bedarf es einer Form des Marketings um Mitarbeiterbindung zu erzeugen. Schließlich wollen Sie ja nicht jeden Allerweltsangestellten mit Allerweltsfähigkeiten in Ihrem Allerweltsunternehmen anstellen. Nein, Sie wollen den Richtigen oder die Richtige auf genau dem richtigen Stuhl, mit genau den richtigen Aufgaben und Ergebnissen in Ihrem Unternehmen! Und das am besten dauerhaft!

Alles andere ist ja auch vertane Zeit und verbranntes Geld. Nach Berechnungen des National Business Research Institute in Texas kann die Neubesetzung einer Stelle sogar bis zu 150% des Jahresgehaltes des kündigenden Mitarbeiters(in) kosten.

Und ein kleiner Gedanke aus meiner Praxiserfahrung: Es kündigen häufig die Guten, denn sie finden schneller etwas (vermeintlich) Besseres!

Was aber tun, damit die Guten in Ihrem Unternehmen bleiben?

Hier bedarf es des Verständnisses, dass Führung eben auch eine nach innen gerichtete Form des Marketings ist.

Marketing in diesem Fall heißt jedoch nicht eine Art „Blendwerk“ erzeugen, um die Belegschaft mit Allerweltsvorteilen und Incentives zu ködern, sondern nachhaltige Strategien zu entwickeln und aufzubauen.

Als hilfreich haben sich hier die Attribute Klarheit, echtes Vertrauen und Sinnstiftung erwiesen.

Klarheit als Form der Führung macht berechenbar! Sie ist eine Offenbarung für jeden Mitarbeiter, denn Aufgabe, Tun und Konsequenz werden transparent und verständlich. Anglizistischer Business-Bullshit-Bingo-Sprech erzeugt leider genau das Gegenteil!

Echtes Vertrauen, ist nicht nur gesagtes Vertrauen. Echtes Vertrauen bedeutet in diesem Fall die fachliche Ausführung auch in die Hände eines Mitarbeiters zu übergeben. Problemstellungen selbstständig bearbeiten zu dürfen, Lösungsvorschläge in Eigenverantwortung zu generieren und hierin Bestätigung durch die Führungskraft zu erfahren, ist Balsam für die Angestelltenseele. Wer diesen Aspekt und seine positiven Effekte in der Realität nutzt, führt clever.

Sinnstiftung ist wichtig! Denn sie beantwortet für jeden von uns die Frage, warum wir tun, was wir tun!

Wenn wir etwas tun, nur weil es immer schon so gemacht wurde, dann tun wir es eben nur so. Freude empfinden wir selten dabei. Wenn wir jedoch in dem guten Gewissen sind, dass wir eine Tätigkeit verrichten, deren Effekt genau XY sein wird und dieser Effekt auch noch dem Gemeinwohl oder uns direkt nützlich ist, so tun wir es gerne und aus Überzeugung.

Nun weiß auch ich, dass diese 3 Worte nicht das Universalheilmittel für diverse spezifische Phänomene sind. Jedoch möchte ich zum Ausdruck bringen, dass wir als Unternehmer nicht nur von Kunden gemessen und bewertet werden. Gleichfalls bewerten uns auch unsere Angestellten und Arbeitnehmer.

Daher meine Empfehlung:

Hinterfragen Sie doch einfach mal aktiv, wie attraktiv Ihr Unternehmen für Ihre Angestellten ist. Welchen Ideen und Visionen werden verfolgt? Welche Bedürfnisse befriedigt?

Das geht Ihnen noch nicht weit genug? Dann erklären Sie die Antwortmöglichkeiten Gehalt/ Lohn, bezahlter Urlaub, Verlässlichkeit, nettes Team (alternativ: nette Kollegen), flache Hierarchien mal für ungültig. Die dann verbleibenden Antworten sind die tatsächlichen Anreize für Ihr Unternehmen zu arbeiten.

Sollte jedoch nur wenig übrigbleiben, dann verstehen Sie dieses als Chance, hier aktiv in Feld gehen zu dürfen, Ideen zu sammeln und vor allem innovativ zu sein.

Ich wünsche Ihnen hierbei viel Erfolg und wunderschöne Erfahrungen.

Herzlichst

Ihr Matthäus Itzighl
www.melon-hat.de

