Motivation ist alles: Was Wahlkämpfer vom Personalmanagement lernen können

Authentische Führung beflügelt die Mitstreiter

Mainz/Düsseldorf, 25. Februar 2011 - Landtagswahlkampf in Rheinland-Pfalz: Hier der seit 16 Jahren regierende Ministerpräsident, dort die Kontrahentin, hier Kurt Beck (SPD), dort Julia Klöckner (CDU). Der Mainzer Dauer-Ministerpräsident und seine Getreuen werden nicht müde, die Verdienste seiner Regentschaft zu würdigen, die blonde Bad Kreuznacherin, die u. a. Friedrich Merz in ihr Beraterteam geholt hat, hält dagegen und macht roten Filz allerorten aus, der den einstigen Retortenstaat im Südwesten blockiere. Der Wechsel im Stammland Helmut Kohls war wohl lange Zeit nicht so greifbar nahe für die Union. "Klöckner oder Beck", so lautet die Frage der Landtagswahl am 27. März zwischen Pfälzer Wald und Westerwald nur auf den ersten Blick. Entscheidender ist in diesen Wochen, wer seine Truppen tatsächlich sammeln und motivieren kann, wer von beiden die eigene Partei und ihre Anhänger nicht nur zur Wahlurne bringt, sondern sie tatsächlich mobil zu machen weiß.

Wie aber hebt man das eigene Potenzial? Wie motiviert man die Bataillone, von denen die Polit-Vorkämpfer so gerne sprechen, in einer Zeit, in der immer mehr Menschen den Rückzug ins Private antreten und kaum mehr bereit sind, sich für die Gesellschaft zu engagieren? Wie schwierig es ist, Mitarbeiter von der Dienst-nach-Vorschrift-Mentalität zu befreien, wissen ungezählte Unternehmenslenker. Für sie ist angesichts des sich verschärfenden Fachkräftemangels sogar wichtiger denn je, die eigene Mannschaft bei Laune zu halten, die besten Mitarbeiter für den eigenen Betrieb zu identifizieren, zu entwickeln, zu motivieren und zu binden. Derjenige, der dabei nur aufs Geld setzt und meint, er könne sich gute Mitarbeiter einfach kaufen, begeht ganz offensichtlich einen Fehler. "Für ein ?Danke' braucht es kein Budget", schrieb die Süddeutsche Zeitung http://www.sueddeutsche.de vor einiger Zeit. Umfragen zufolge vermissen weit mehr als die Hälfte aller Beschäftigten Lob und Anerkennung. Dabei ist dies oft der entscheidende Motivationsfaktor. Es gibt ihn quasi zum Nulltarif, und ein ehrlich gemeintes und ernsthaft ausgesprochenes, nicht gedankenlos verlorenes "Danke" kostet keine Zeit.

Mit Bezug auf eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung Gallup verweist auch die Tageszeitung DIE WELT http://www.welt.de auf derart kommunikative Notwendigkeiten: Demnach "wäre schon viel erreicht, wenn die Führungskräfte einfach das kleine Einmaleins von Managementratgebern beachten würden. Im Zentrum dessen, was Mitarbeiter vermissen, stehen nämlich keine kostspieligen Extramaßnahmen, sondern allem voran eine bessere Kommunikation: So attestiert die Studie den Führungskräften schwere Schwachstellen, wenn es um Feedback oder Lob und Anerkennung von guter Arbeit geht. Nur ein Viertel aller Mitarbeiter fühlt sich zudem bei der Arbeit mit einbezogen und in seinen Ansichten gefragt", heißt es dort.

"Nur wenn sich der Arbeitgeber oder der Vorgesetzte für seine Angestellten als Mensch interessiert, kann er eine emotionale Bindung zu ihnen herstellen. Hieraus wächst Loyalität gegenüber dem Unternehmen. Und treue Mitarbeiter leisten mehr und tragen sich nicht ständig mit dem Gedanken, zur Konkurrenz abzuwandern", bestätigt der Personalexperte Udo Nadolski, Geschäftsführer des auf Technical Recruitment und Outsourcing Services spezialisierten Beratungshauses Harvey Nash http://www.harveynash.de in Düsseldorf. Demnach muss es nicht zwangsläufig das 13. Monatsgehalt sein, das den Mitarbeiter den entscheidenden Leistungsschub versetzt oder ihn zum Jobwechsel motiviert. Letztlich wirke sich ein dadurch geschaffenes positives Betriebsklima durch hohe Identifikation mit dem Unternehmen auch auf die Wertschöpfung aus.

Was das für die Wahlkämpfer an Rhein und Mosel bedeutet? Wichtig ist offensichtlich der Austausch mit der Basis. Bei der Klöckner-Union setzt man diese Kontakte derzeit vor allem interaktiv um. Facebook oder Wer-kennt-wen dienen nach Angaben der CDU-Frontfrau vor allem dazu, mit jungen Leuten zu kommunizieren. Allerdings gelte dabei, authentisch zu bleiben. "Daher verfasse sie beispielsweise auf dem Nachrichtendienst ?Twitter' ihre Beiträge auch selbst", berichtet das Handelsblatt http://www.handelsblatt.de. Wahrhaftig zu erscheinen, keine aufgesetzten Floskeln zu verbreiten, Worte und Taten in Einklang zu bringen, gilt demnach als viel versprechender Weg, ganz so wie es auch der langjährige Macher des FC Bayern München, Uli Hoeneß, sagte: "Du kannst von Deinen Mitarbeitern alles verlangen, musst aber selbst mit der Fahne vorangehen."

Pressekontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Firmenkontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Freie Autoren informieren regelmäßig über aktuelle Geschehnisse und Trends in Wirtschaft und Handel, Industrie, Karriere und IT-Welt.

Anlage: Bild

klartext ONLINE