

W+M-Ratgeber: Wie Mitarbeiterbindung und steigende Preise nicht zum Paradoxon werden



Ein Blick auf die aktuelle wirtschaftliche Lage in Deutschland genügt und die Stimmung vieler Menschen landet schnell auf dem Nullpunkt – ganz im Gegensatz zur immer weiter ansteigenden Inflationsrate, die mittlerweile bereits im zweistelligen Bereich angekommen ist. Sie wirkt sich auf Strom, Gas, Heizöl, Kraftstoffe sowie Lebensmittel und ebenso auf weitere wichtige Bereiche der Gesellschaft aus. Nicht nur das Privatleben betrifft die angespannte Lage, auch auf das Berufsleben wirft die Krise ihren Schatten. Ein Beitrag von Dirk Kreuter.

Mitarbeiterentlassungen und weitere unternehmensinterne Maßnahmen zur Kostenminimierung lassen sich vielerorts bereits beobachten. Für Unternehmer und Belegschaft sind derlei Aktionen natürlich gleichermaßen besorgniserregend. Allerdings sollten sich allen voran die Unternehmer in Führungspositionen eine Frage stellen: Muss das Inflationsgeschehen immer in einem wirtschaftlichen Abschwung und der Entmutigung oder Entlassung der Mitarbeiter enden? Um Entwicklungen in eine derartige Richtung entgegenzuwirken, sollten Arbeitgeber den Mitarbeitern stichhaltige Argumente liefern. So paradox wie es klingt, wer jetzt nachhaltig in das eigene Unternehmen investiert, dessen wirtschaftlicher Erfolg wird nicht lange auf sich warten lassen.

Aktionismus fehl am Platz

Wenn es darum geht, Mitarbeiter langfristig zu halten und auch neues Personal zu gewinnen, um als Unternehmen weiter wachsen zu können, gilt eine Anpassung des Gehalts oftmals als erster Lösungsweg. Allerdings können unüberlegte Gehaltserhöhungen dazu führen, dass die Unternehmensziele ins Wanken geraten und der Betrieb perspektivisch in eine wirtschaftliche Schieflage gerät.

Aktionistisches Verhalten kann also im schlechtestmöglichen Fall gerade in Krisenzeiten schwerwiegende Folgen nach sich ziehen. Mitarbeitern kurzfristig ein gutes Gehalt bieten zu können, dafür jedoch ein wirtschaftlich instabiles Konstrukt aufzubauen, sorgt dafür, dass Angestellte die Zukunftsbeständigkeit ihres Tätigkeitsfeldes in Gefahr sehen. Hier hilft ein strategischer Plan, der unterschiedlichste Aspekte inkludiert. Finanzielle Rahmenbedingungen legen zweifelsohne den Grundstein für ein gutes Verhältnis von Mitarbeiter und Unternehmen, da sich die Wertschätzung hier an Zahlen ablesen lässt. Benefits, Entwicklungs- und Karrierechancen sowie Arbeitsmodelle erweisen sich als zentrale Indikatoren, um die Zufriedenheit der Belegschaft zu sichern. Beachten Unternehmer diese Aspekte und setzen auf einen strategischen Ansatz, wirkt sich dies positiv auf die wirtschaftlichen Interessen aus – denn nur so gewinnen und halten sie die Belegschaft, die sich für den Geschäftserfolg als unabdingbar erweist.

Mehr als ein Händedruck

Angemessene Gehälter sind nur der Anfang. Arbeitnehmer sollten sich im beruflichen Umfeld möglichst wohlfühlen. Dabei geht es nicht um einen Kuschelkurs, platte Attitüden und höfliche Umgangsformen – zweifelsohne die Grundlage für ein professionelles Arbeitsverhältnis – im Miteinander, sondern darum, strategisch wichtige Aufgaben zu übernehmen, die zum Unternehmenserfolg beitragen. Nur so vermitteln Arbeitgeber eine angemessene Wertschätzungskultur, die im gleichen Zug die Identifikation mit dem Unternehmen stärkt. Um Personalstrukturen für die Zukunft abzusichern, sollten Betriebe Mitarbeitern eine Bandbreite an Möglichkeiten zur individuellen Arbeitsgestaltung offerieren. So unterstützen beispielsweise sogenannte Workation-Modelle das Bedürfnis nach mehr Freiheit. In einem Land der Wahl lässt sich dadurch Arbeit mit einer Vielfalt an Freizeitmöglichkeiten kombinieren, was hierzulande nur schwer umsetzbar ist. Sonne statt grauer Himmel und Regen kann sich ebenso positiv auf die Arbeitsleistung auswirken. Arbeitsmodelle wie dieses helfen auch dabei, neues Fachpersonal zu finden und bestehende Teams möglichst lange Zeit beisammenzuhalten. Wer einen strategischen Ansatz im eigenen Unternehmen etabliert, der wirtschaftliche Interessen mit denen der Belegschaft kombiniert, fördert das wirtschaftliche Wachstum trotz Krisen.

Der Autor: Dirk Kreuter



Dirk Kreuter. Foto: Dirk Kreuter

Dirk Kreuter ist Europas bekanntester Verkaufstrainer und gehört zu einer ausgewählten Gruppe an BDVT-zertifizierten Vertriebscoaches. In den letzten 32 Jahren hat er sowohl DAX-Konzernen als auch kleinen und mittelständischen Unternehmen Millionenumsätze beschert sowie als Gastdozent an diversen Universitäten fungiert. 2016 änderte er seinen Fokus und konzentriert sich seitdem auf offene Seminare.