



JOBPROFIL

Immer für seine Kunden da



Walter Weber holt für seine Kunden auch die Autonummer ab, wenn es nötig ist.

Was ist Ihre Berufsbezeichnung?

Walter Weber: Ich bin Kundenberater beziehungsweise Firmenkundenberater. Seit 21 Jahren bin ich bei der Zurich Versicherung angestellt.

Wie sieht Ihr Arbeitstag aus?

Morgens um 7.30 Uhr beginne ich mit der Arbeit. Mein Aufgabenbereich ist vielseitig. Ich kümmere mich um die Planung diverser Besuche und ums Vorbereiten von Aufträgen und Offerten. Auch verarbeite ich Aufträge vom Vortag und leite diese zur weiteren Bearbeitung an meine Kollegen weiter. Die Weiterbearbeitung erfolgt durch unsere Leute in den Aussenstationen in Zürich und Luzern.

Was bedeutet Ihnen Arbeit?

Ich habe Freude am Kontakt mit meinen Kunden. Viele von ihnen darf ich seit vielen Jahren betreuen. Bei meinen Privatkunden ist die zweite Generation bei mir ebenfalls gut aufgehoben. Besonders interessant ist es für mich, die Anliegen meiner Kunden anzuhören und nach passenden Lösungen zu suchen. Der Kundenservice ist für mich das A und O. So kann es auch vorkommen, dass ich für meine Kunden Fahrzeuge vorführe oder dass ich für sie Autokennzeichen abholen gehe. Grundsätzlich gilt in meinem Beruf: Kein Tag ist wie der andere. Das macht das Ganze so spannend.

Was machen Sie in Ihrer Freizeit?

Ich betreibe ein wenig Sport; Laufsport, aber auch Tennis und Fussball. Den FCB verfolge ich als interessierter Zuschauer. Ein grosses Anliegen sind mir meine Zunftbrüder. Ich bin Zunftbruder E.E. Zunft zu Brotbecken in Basel. Hinzugestossen bin ich via Franz Jonas junior von der gleichnamigen Confiserie. Sehr wichtig ist mir auch die Pflege des Familienlebens. Aktivitäten, gemeinsame Essen und Ausflüge gehören da mit dazu.

Was ist Ihr grösstes Problem?

Probleme sind zum Lösen da. Eins unserer Probleme ist, dass wir oft zu wenig Zeit haben.

Was ist Ihr grösster Wunsch?

Beruflich bin ich sehr zufrieden. Ein allgemeiner Wunsch von mir wäre, dass sämtliche kriegerischen Konflikte in der Welt aufgelöst würden. Verhandlungen sind das einzige probate Mittel bei Meinungsverschiedenheiten. Ehrlichkeit wäre eine Qualität, die man bereits jungen Menschen vermitteln müsste. Man sollte aber auch selbst immer danach leben.

Was würden Sie gerne in Ihrem Leben ändern?

Nichts.

Was erwarten Sie von der Zukunft?

Ich bin bezüglich der Zukunft positiv eingestellt – ich erwarte einen Wirtschaftsaufschwung. Ein grosser Wunsch für die Zukunft wäre, dass wir in der ganzen Welt möglichst wenige Arbeitslose verzeichnen müssten. Interview Lukas Müller www.zurich.ch

Unter dem Titel «Jobprofil» stellen sich bekannte und weniger bekannte Arbeitnehmer der Region Basel den (mehr oder weniger) gleichen Fragen der Stellfant-Redaktion.

Mitarbeiter sind auch Menschen

Der Erhalt der Angestellten macht sich in der Praxis bezahlt



Die Rhätische Bahn hat zur Motivation ihrer Mitarbeitenden deren Porträts auf eine Lokomotive montiert. Gute Angestellte zu halten, ist billiger, als neue zu akquirieren. Foto Keystone

Die Wirtschaft boomt und die Auftragsbücher sind voll. Eine Wunschsituation, wenn da nur nicht dieser chronische Mangel an geeigneten Mitarbeitenden wäre, welche die Arbeitsflut bewältigen können. Der Umfang der Stellenanzeigen zeigt ein deutliches Bild vom Fehlen qualifizierter Mitarbeitenden. Insbesondere Firmen mit einer hohen Personalfuktuation leiden unter dieser Situation, denn schnell spricht sich herum, wie die «Halbwertszeit» der Belegschaft ist.

Von Bruno Trost*

Bei den Mitarbeitenden ist es wie im Marketing: Es ist billiger, bestehende Kunden zu halten, als neue zu gewinnen. Insbesondere bei einem ausgetrockneten Arbeitsmarkt muss der Suchende tief, je nach Branche sogar sehr tief, in die Tasche greifen. Für das Abwerben von



*Bruno Trost ist Gründer und geschäftsführender Partner der sclarida GmbH Unternehmensentwicklung. www.sclarida.ch

ganzen Teams, sogenannte Lift-outs, wird oft die Organisation auf den Kopf gestellt, was nicht nur teuer, sondern auch innenpolitisch nicht unproblematisch ist.

Der Arbeitspsychologe Frederick Herzberg erkannte den kurzfristigen Motivationseffekt von Geld. Viele der mit viel Geld geköderten Topshots weisen aber eine geringe Arbeitgeberloyalität auf. Es empfiehlt sich also, bei anderen Motivationsfaktoren anzupacken.

Viele der Unternehmen, die heute unter Mitarbeitermangel leiden, sind sich der Fehler aus der Vergangenheit bewusst. Sie geloben Besserung und stürzen sich in Motivationsprogramme. Sie stampfen eine People-Development-Organisation aus dem Boden, die ein paar Strohfeder legt, in der Hoffnung, die Mitarbeitenden stärker zu binden. Echte Mitarbeiterbindung muss jedoch erarbeitet werden. Es sind zum Teil nur kleine, unbedeutend erscheinende Handlungen, die in der Summe den Kitt zum Arbeitgeber ausmachen.

Ehrliche Rekrutierung

In der Praxis beobachten wir, wie potenzielle Mitarbeitende mit einer übertrieben schönen Darstellung der Tätigkeit und des Arbeitsumfeldes für einen Job begeistert werden. Die Grenze zwischen Übertreibung/Bluff zur Lüge ist fließend. Oft rächt sich dieses kurzfristige Denken. Spätestens wenn der desillusionierte Mitarbeitende dem Arbeitgeber den Rücken kehrt, leidet die Reputation der Firma. Auch hier können wir die Parallele zum Kunden ziehen: Ein zufriedener Kunde spricht durchschnittlich mit drei Personen, ein unzufriedener mit über zehn!

Es empfiehlt sich also, beim Vorstellungsgespräch unbeschönigte Fakten zu liefern. Darauf beruht das Fundament für ein nachhaltiges Vertrauensverhältnis.

Ist der Mitarbeitende im Boot, gilt es, den Versprechungen Taten folgen zu lassen – auf beiden Seiten. Der Arbeitgeber macht alles, um das Offerierte zu halten. Dies ist Grundvoraussetzung und bindet den Mitarbeitenden nicht in erhöhtem Mass – es ist die Erfüllung seiner Erwartungen. Um den Mitarbeitenden näher zur Firma zu bringen, sollte Kreativität ausge-

lebt werden. Dies fängt beim Eintritt an. Hier trägt die Personalabteilung eine grosse Verantwortung, indem sie das Eintrittsprotokoll minutiös plant und mit den involvierten Parteien durchgeht, bis die Zuständigkeiten klar sind. Wie uns Mitarbeitende immer wieder bestätigen, lässt sich bereits im Zuge des Eintritts die Qualität der Mitarbeiterorientierung erkennen.

Nach Eintritt übernimmt der direkte Vorgesetzte die Verantwortung für die Mitarbeiterzufriedenheit. Deshalb ist es äusserst wichtig, dass sich jede Führungsebene ihrer Bedeutung in Bezug auf den Mitarbeitererhalt bewusst ist. Auch wenn es für einige unmöglich erscheint, so sollte unter allen Umständen die Mitarbeiterpflege im Wochen-/Tagesablauf fest eingeplant werden. Vielfach kommen Argumente wegen operativer Überlastung – bei genauerem Hinsehen ist jedoch häufig eine Flucht vor der Führungsverantwortung erkennbar, oder es ist eine Frage der Organisation.

Kreativitätsblockade

Es ist hilfreich, den Mitarbeitenden als vernetztes Individuum zu betrachten. Er hat ein Privatleben mit einem sozialen Umfeld. Auf dieses Umfeld sollte die Betrachtung ausgeweitet werden. Viele Mitarbeitende tragen regelmässig Probleme, Frust und Wut nach Hause. Sie besprechen die Themen in ihrem familiären Umfeld und erwarten eine Stellungnahme. Bei emotionaler Distanz der Partnerin/des Partners zum Unternehmen fällt die Unterstützung oftmals gegen den Arbeitgeber aus. Würde eine Verbundenheit durch aktive Ansprache der Partnerinnen/Partner hergestellt (Aufmerksamkeiten, Einladungen, Informationen), erhielte das familiäre Umfeld auch einen objektiveren Blickwinkel und würde eine vermittelnde Haltung einnehmen.

Das einsetzbare Instrumentarium mit Fokus Mitarbeitende oder deren Umfeld (Kinder!) ist für Vorgesetzte und die Personalabteilung unbeschränkt. Die einzigen Limite sind fehlende Ideen. Auch der Budgetaspekt gilt nur bedingt, sind doch, wie auch bei der Kundenbetreuung, die wirkungsvollen, kleinen aber personifizierten Mittel gratis oder günstig – vom

Zeitaufwand mal abgesehen. Aber auch höhere Kosten lassen sich unter Berücksichtigung der vermiedenen Rekrutierungskosten rechtfertigen.

Leider sind sich viele Führungskräfte der Bedeutung von vermeintlichen Kleinigkeiten im Umgang mit ihren Unterstellten nicht bewusst. So werden vereinbarte Termine – sogar im Nachhinein! – verschoben oder Mitarbeitergespräche ersatzlos gestrichen. Auch chronisches Zuspätkommen oder sich Namen nach wiederholtem Treffen nicht merken können, ist Ausdruck von blanker Geringschätzung. Sehr gut beobachtbar ist die Sozialkompetenz bei einem Rundgang mit dem Chef in der Firma. Die (nonverbalen!) Reaktionen sowohl von Seiten der Mitarbeitenden als auch von Seiten des Chefs sprechen Bände und lassen einen den emotionalen Puls spüren.

Fazit

Um dem Mitarbeitererhalt die notwendige Bedeutung zu geben, tun Unternehmen gut daran

- > die Botschaften im Rahmen der Rekrutierung ehrlich und klar zu formulieren und unter allen involvierten Parteien abzusprechen (interne/externe Stellen)
- > die Führungskräfte in Bezug auf ihre Bedeutung für den Mitarbeitererhalt zu sensibilisieren (evt. Coaching)
- > kreative Ideen zu fördern, wie Mitarbeitende emotional an das Unternehmen gebunden werden können
- > die Führungskräfte beim Entwickeln und Umsetzen von Massnahmen zu unterstützen

Mit der Umsetzung dieser Massnahmen helfen alle Stufen mit

- > bei der Eindämmung der Fluktuation
- > bei der Realisation von Kosteneinsparungen und
- > beim Reputationsaufbau/-erhalt

Letztlich dienen die Mitarbeitererhaltsmassnahmen auch der Kundenloyalität, denn bekanntlich sucht der Kunde Kontinuität und schätzt ständige Berater-/Ansprechpartnerwechsel gar nicht. Erneut ziehe ich den Vergleich zum Marketing mit der Behauptung: Kundenverblüffung fängt mit der Mitarbeiterverblüffung an!

IMPRESSUM

Stellfant – eine Beilage der Basler Zeitung, der Volksstimme und der Neuen Fricktaler Zeitung
 Verantwortlich: Matthias Geering, Chefredaktor, Basler Zeitung
 Harry Zaugg, Leiter Werbemarkt, Basler Zeitung
 Verlag, Druck: Basler Zeitung, CH-4002 Basel
 Inserate Basel: Basler Zeitung Medien Werbe AG
 Hochbergerstrasse 15/Postfach CH-4002 Basel
 Telefon 061 639 10 50
 Telefax 061 631 19 59
stellfant@baz.ch
 Inserate Liestal: Basler Zeitung Medien Werbe AG
 Kasernenstrasse 16/Postfach CH-4410 Liestal
 Telefon 061 927 13 45
 Telefax 061 921 28 48
stellfant@baz.ch
 Inseratepreise:
 Stelleninserate s/w: Fr. 4.84 pro mm
 Stelleninserate farbig: Fr. 5.80 pro mm
 exkl. MWSt.
 Inserateschluss: Mittwoch, 10 Uhr

STELLEN-RUBRIKEN

kader	2 – 6
kaufmännisches	6 – 10
verkauf	10 – 12
marketing/kommunikation	12 – 13
finanzen	13 – 15
informatik	16
technik/gewerbe	16 – 22
pharma/industrie	22 – 25
soziales/medizin	25 – 27
weitere stellen	27 – 28
lehrstellen	28
stellengesuche	28