

Hallo, da bin ich!

Wie Sie gute Mitarbeiter langfristig binden

Neue Angestellte können
Ihr Team bereichern, aber
auch mächtig aufmischen.
Darum sollten Sie sie mit
Bedacht auswählen!

Foto: Fotolia/goodluz



Es ist nicht immer einfach, gute Mitarbeiter zu finden. Sie sollten zur bestehenden Belegschaft passen, möglichst flexibel sein und Erfahrung mitbringen. Bestenfalls kann der oder die „Neue“ für frischen Wind im Team sorgen, schlimmstenfalls für Unfrieden und Ärger. Verfassen Sie darum eine Stellenbeschreibung, die genau auflistet, was der neue Mitarbeiter alles können und welche Ausbildung(en) er vorweisen muss. Berücksichtigen Sie auch die sogenannten Soft Skills. Lassen Sie dabei Erfahrungen mit einfließen, die Sie mit ehemaligen Mitarbeitern gemacht haben. Waren diese z. B. unzuverlässig, dann nehmen Sie in die Stellenbeschreibung Verlässlichkeit mit auf.

Neuzugänge wünschen sich – speziell in der Einarbeitungszeit – eine persönliche Betreuung und möchten nicht „einer unter vielen“ sein. Kommt Ihnen das vielleicht bekannt vor? Richtig, das trifft auch auf Ihre Kunden zu! Fühlt sich der neue Mitarbeiter gut aufgehoben, wird sich seine Zufriedenheit auf seine Arbeit niederschlagen und schließlich beim Kunden „landen“, der womöglich Ihnen gegenüber lobende Worte über den neuen Mitarbeiter äußert. Spätestens dann wissen Sie, dass die Zeit und Mühe, die Sie für die Einarbeitung des/der Neuen aufgewendet haben, sich gelohnt haben.

Lohnende Investitionen

Bevor Ihr neuer Mitarbeiter für Zusatzeinnahmen sorgt, müssen Sie in ihn investieren. Hierbei entstehen Kosten unter anderem für Schulung, Einarbeitung, Weiterbildung, Fahrzeugkosten bei Außenterminen oder Firmenwagen bzw. Kilometer-Pauschale, eventuell spezielle Einheitskleidung im Institut, persönliches Namensschild etc.

Sparen Sie hier nicht am falschen Ende und lassen Sie dem/der Neuen

Qualifikationen und Kompetenzen

Der neue Mitarbeiter sollte sich perfekt in Ihr CI einfügen und Ihre Firmenphilosophie nicht nur verstehen, sondern sich auch mit ihr identifizieren. Außerdem sollte er/sie Folgendes mitbringen:

- gepflegte Erscheinung (Natürlichkeit)
- positive Ausstrahlung (Lächeln ist gar nicht so schwer)
- fachliche Kompetenz (wissen, wovon man spricht, den Markt kennen)
- Identifikation mit dem Unternehmen und dem Produkt bzw. der Dienstleistung
- sicheres Auftreten (Körpersprache)
- exzellente Umgangsformen (Begrüßung, Blickkontakt, Höflichkeit)

- professionelle Freundlichkeit (Bedürfnisse des Kunden erkennen)
- Flexibilität (sich schnell auf neue Situationen einstellen, gerade auch im Zeitmanagement)
- Empathie (Einfühlungsvermögen beweisen)
- Selbstvertrauen (Erkennen des eigenen Werts durch positive Selbsteinstellung)
- Stressresistenz
- in kritischen Situationen einen kühlen Kopf bewahren
- absolute Pünktlichkeit
- Loyalität
- Teamfähigkeit

alle Informationen, gegebenenfalls auch Vergünstigungen, in Verbindung mit dem Job zuteilwerden. Wenn Geben und Nehmen nämlich in Balance sind, wird Ihr Arbeitsverhältnis bald Früchte tragen. Zeigen Sie Verständnis, wenn es zu Beginn mal nicht gleich so klappen sollte, wie Sie es sich vorstellen. Jeder benötigt eine gewisse Anlaufzeit.

Gute Mitarbeiter sind rar. Eine prima Gelegenheit zur persönlichen Akquise bieten z. B. Fachmessen, auf denen Sie erste Kontakte vereinbaren und Menschen mal außerhalb Ihres Unternehmens kennenlernen können. Darüber hinaus können Sie das gewünschte Profil auch an Arbeitsagenturen schicken oder Headhunter beauftragen, geeignete Mitarbeiter zu finden.

Aber vielleicht müssen Sie gar nicht so weit gehen. Setzen Sie sich doch mal mit Ihrem Team zusammen und klären Sie mit diesen Menschen, mit denen Sie schon lange erfolgreich zusammenarbeiten, wie der/die Neue sein muss, damit er oder sie ins Team passt. Denn was hilft ein noch so guter Mitarbeiter, wenn er

vom Team nicht akzeptiert wird? In diesem Gespräch könnte dann herausgearbeitet werden, warum der Vorgänger nicht gepasst hat.

Teamgedanken stärken

Es ist nicht immer einfach, verbindliche Verpflichtungen einzugehen, und Verantwortung zu übernehmen – nicht nur für sich selbst, sondern auch für andere Teammitglieder. Schwierig wird es genau dann, wenn Mitarbeiter sich als Konkurrenten empfinden oder das Gefühl haben, dass einer dem anderen vorgezogen wird. Wo Menschen arbeiten, passieren Fehler. Im Gespräch können sie behoben werden, sofern die Bereitschaft dazu besteht. Gerade wenn neue Mitarbeiter ins Team kommen, ist es wichtig, den Teamgedanken immer wieder neu zu formulieren und dann praktisch umzusetzen.

Innerhalb des Teams ist es außerdem wichtig, dass die Kollegen sich untereinander einheitlich ansprechen. Hierbei haben Sie als Chefin natürlich ein Mitspracherecht. Wenn Sie es z. B. als unpassend

empfinden, dass Kollegen sich duzen, dem Miteinander aber gleichwohl eine gewisse Lockerheit geben wollen, dann schlagen Sie den Mitarbeitern doch vor, sich gegenseitig zu siezen und mit dem Vornamen anzusprechen. Überlegen Sie, ob Sie sich hier auch einbinden möchten, oder als „Head“ doch lieber das Sie in Verbindung mit dem Nachnamen bevorzugen.

Wo Menschen gehört werden, man sich mit ihren Ideen für innovative Kommunikations- und Praxiskon-

zepte auseinandersetzt, wo hin- und nicht weggehört wird, Menschen als Individuen angenommen und respektiert werden, da können sich Ideen entwickeln und zum Wohle aller umgesetzt werden. So kann langfristig ein teamorientiertes Praxiskonzept entstehen, in dem sich der/die Neue wohlfühlt. Und wenn ein Kunde zu Ihnen sagt: „Bei Ihnen fühle ich mich gut beraten, bestens bedient und liebevoll aufgenommen“, und dieses Lob ist dem neuen Mitarbeiter zu verdanken, dann können Sie sicher sein, dass Ihr Konzept „aufgegangen“ ist. „Dafür stehe ich mit meinem Team“ könnte ein schöner Slogan sein. Damit nehmen Sie automatisch alle Mitarbeiter ins Boot.

Lob und Ansporn

Darüber hinaus macht es sich auch immer wieder bezahlt, Angestellte für einen gut gemachten Job zu loben und eventuell auch auszuzeichnen. Dies kann ein großer Ansporn für Mitarbeiter sein. Damit dieses Prinzip auch langfristig funktioniert, müssen Ihre Mitarbeiter aber motiviert sein. Gerade auch für neue Angestellte ist Motivation extrem wichtig, schließlich müssen sie zu Beginn erstmal viele Kenntnisse erwerben und diese auch praktisch umsetzen, sich individuell auf neue Situationen einstellen und sich im Team beweisen.

Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter mit Slogans, die vielleicht auch Teil Ihrer Firmenphilosophie sind. Sofern Sie Ihr Firmenleitbild schriftlich festgehalten haben, können Sie die Sprüche hier einbinden und dem/der Neuen diese im Zusammenhang mit den Arbeitsunterlagen aushändigen. Dann wird dem neuen Mitarbeiter schnell ersichtlich, worauf es Ihnen in den täglichen Arbeitsprozessen ankommt, er kann diese Information aufnehmen und für Ihr

Unternehmen umsetzen. Wäre das nicht klasse? Schöne Motivationsprüche wie „Selbstvertrauen ist die erste Voraussetzung für große Vorhaben“ finden Sie unter www.365motivation.de.

Responsible Care

Immer wieder und leider auch immer häufiger hört man, dass Praxiskonzepte, die zum Wohle aller bis ins kleinste Detail konzipiert wurden, einfach nicht umgesetzt werden können, auch nicht mit neuen Mitarbeitern. Die Konsequenz ist, dass der Teamgedanke als solcher ebenfalls nicht gelebt werden kann. Oftmals werden Konzepte aus der Not heraus geboren, um „schnelle Lösungen“ für Problembereiche zu finden, die eigentlich erstmal genau unter die Lupe genommen werden müssten. Eins steht fest: Der Zeitfaktor darf hier keine Rolle spielen, will man eine Lösung finden, die jedem gerecht wird und alle mit einbezieht. Hier ist „Responsible Care“ – verantwortungsvolle Fürsorge – angesagt. Denn mangelnde Sensibilität und Zeit für Mitarbeiter kann – in Verbindung mit anderen Faktoren – unter Umständen bis hin zum Burnout führen. Und wenn neue Mitarbeiter gleich zu Beginn mit Schwierigkeiten konfrontiert werden, könnte es passieren, dass Sie sie schneller wieder los sind, als Ihnen lieb ist. ■

Eine Frage der Zeit

Zur gegenseitigen Sicherheit, aber auch Verbindlichkeit schließt man mit dem oder der neuen Mitarbeiter(in) bei der Einstellung einen Arbeitsvertrag ab. Legen Sie darin unbedingt eine Probezeit fest. Diese kann bis zu sechs Monate betragen. In dieser Zeit können Sie schauen, ob die Person, für die Sie sich entschieden haben, auch wirklich zu Ihnen und Ihrem Team passt. Während der Probezeit kann das Arbeitsverhältnis von beiden Parteien mit einer Frist von zwei Wochen gekündigt werden. Integrieren Sie diese Formulierung auf alle Fälle auch in den Arbeitsvertrag. Wenn Sie sich nicht langfristig binden möchten, haben Sie außerdem die Möglichkeit ein befristetes Arbeitsverhältnis zu vereinbaren, z. B. für ein oder zwei Jahre, das dann verlängert werden kann oder einfach ausläuft.



Foto: Fotolia/opicobello

Autorin

Ursula Maria Schneider

Die Wellness-Beraterin (IHK) und Entspannungstrainerin beschäftigt sich seit 1996 intensiv mit der professionellen Fußpflege. Die Inhaberin des Drehpunkt Fuß entwickelt Konzepte für gesunde Schritte. Zudem arbeitet sie als Fachautorin.



Kontakt

ursula.maria.schneider@t-online.de