Kolumne
Nachhaltig erfolgreich mit Strategie

1-2019

Wiebke Brüssel
bruessel@das-strategiebuero.de

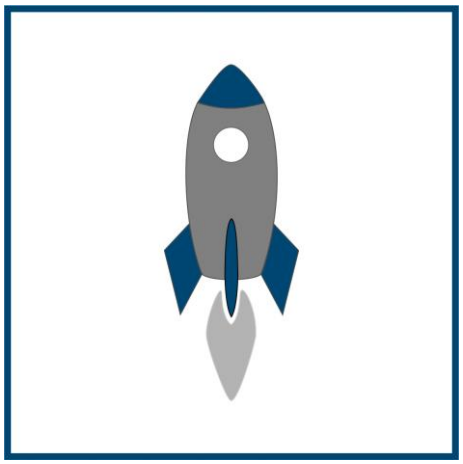
Download:
Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

Januar 2019

Der Beitrag erschien im Januar 2019 auf den Exxtra Seiten Bremen (www.exxtraseiten.de).

Damit Fachkräfte bleiben – Teil 1

Der Mangel an Fachkräften ist ein Thema, das inzwischen überall angekommen ist. Die Suche nach ihnen ist teuer und schwierig. Wenn sie dann gefunden sind, sollen sie natürlich auch bleiben. Je stärker der Kampf um Fachkräfte wird, umso mehr Abwerbeangebote anderer Unternehmen bekommen Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Was also tun, um sie dagegen resistent zu machen?



Zwischen den Feiertagen zum Jahreswechsel fand ich eine interessante Grafik mit Kriterien, die Angestellte zum Bleiben ermutigen. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie bleiben, steigt, wenn sie

- gut bezahlt werden,
- einen Mentor haben,
- gefordert werden,
- befördert werden,
- beteiligt und eingebunden werden,
- wertgeschätzt werden,
- auf einer Mission sind,
- Kompetenz erhalten und
- Ihnen vertraut wird.

Besonders zwei Kriterien fielen mir auf, da sie maßgebliche Bausteine einer guten Strategie sind: die Mission und das Einbinden und Beteiligen. Ich widme ihnen diese und die nächste Kolumne.

Los geht es mit der Mission.

In einer Rede auf dem Campus der Standford-University im Jahr 2005 gab Steve Jobs den Studierenden den Rat, sich einen Job zu suchen, den sie wirklich lieben. Man verbringe viel Zeit bei der Arbeit und könne nur dann damit zufrieden sein, wenn es eine großartige Tätigkeit sei.

Das hat sich bis heute eher verstärkt. Der Wunsch nach einer sinnvollen Arbeit steht bei vielen Menschen ziemlich weit oben auf der Anforderungsliste. Gerade den „Digital Natives“ wird das nachgesagt.

Wer angestellt ist oder mal war, mag sich die Sinnfrage schon oft gestellt haben. In vielen Unternehmen wird (noch) ausschließlich mit Zielen gearbeitet. Auch ich habe das meiner Zeit als Angestellte so erlebt. Die Unternehmensziele waren meistens zahlenorientierte Umschreibungen von *„Wir wollen noch viel mehr Kunden viel häufiger ansprechen, dadurch viel mehr Produkte verkaufen und so viel mehr Geld verdienen“*. Die Zielerreichung beeinflusste einen Bonus. Damit richtete sie sich ausschließlich an den Geldbeutel. Natürlich sind betriebswirtschaftliche Ziele wichtig, denn sie sichern das Überleben und damit die Arbeitsplätze. Doch das reicht nicht, um eine wirkliche Bindung zwischen Unternehmen und Angestellten zu erzeugen.

Eine Mission ist etwas ganz anderes. Sie geht direkt ins Herz und macht jeden Tag klar, warum es so großartig ist, in genau diesem Unternehmen zu arbeiten. Strategisch aufgestellte Unternehmen haben ein *„Mission Statement“*, in dem sie den Sinn der Kernaufgabe des Unternehmens beschreiben. Dabei handelt es sich nicht um eine Werbebotschaft, sondern um gelebte Unternehmenskultur und Wertvorstellungen, formuliert in möglichst wenigen und prägnanten Sätzen.

Stellen Sie sich doch einmal vor, Sie sind auf einer Party und lernen neue Leute kennen. Die „WMSB“-Frage (*„Was machen Sie beruflich?“*) kommt bei uns in Deutschland ziemlich schnell auf den Tisch. Und dann sagen Sie *„Ich sorge dafür, dass immer mehr Produkte an immer mehr Menschen verkauft werden“*. Hört sich das für Sie gut an?

Wie wäre es stattdessen mit *„Ich arbeite am perfekten Morgen“* oder *„Ich schärfe Sinne“*? Klingt schon viel besser, oder? Hinter diesen beiden *„Mission Statements“* verbergen sich BäckerInnen und OptikerInnen, und sie stammen von einer Plakat-Kampagne des Deutschen Handwerks.

Je nach Branche ist es mehr oder weniger leicht, ein gutes *„Mission Statement“* zu entwickeln. Doch es gibt ja Experten, die Sie dabei fachkundig unterstützen. Wenn es um die Identifikation Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Unternehmen geht, ist es keine Frage: Das Thema wird immer wichtiger, je mehr Entscheidungsmöglichkeiten Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt haben.

Wie man zu einem guten Mission Statement kommt und warum es für Fachkräfte wichtig ist, habe ich im Juli 2017 und im April 2018 schon einmal beschrieben (im Blog-Archiv der Exxtraseiten oder auf unserer Website unter der Rubrik „Denkanstöße“ zu finden). Wer sich die Rede von Steve Jobs anhören möchte, findet sie hier: https://www.youtube.com/watch?v=UF8uR6Z6KLc.

Unsere Mission vom Strategiebüro Nord ist übrigens: *„Wir bereiten Unternehmen und Organisationen bestmöglich vor auf das, was kommt.“* Das treibt mich jeden Tag an und wird nie langweilig.

Was ist oder wird Ihre Mission? Viel Spaß beim Nachdenken wünscht

Wiebke Brüssel

Redaktionelle Hinweise

Über die Autorin

Wiebke Brüssel ist Diplom-Betriebswirtin und Geschäftsführende Gesellschafterin des Strategiebüros.

Wir moderieren Planungsprozesse - einschließlich Vorbereitung und Dokumentation. Von einer einzelnen Fragestellung bis zur Strategischen Unternehmensplanung. Unsere Kunden sind Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, Firmen am Anfang ihrer Entwicklung und Gründer.

Hinweis zur verwendeten Sprache

Sprachliche Grundlage für unsere Beiträge ist das amtliche Regelwerk des Rates für deutsche Rechtschreibung. Wir sprechen alle Menschen an.

Lobbyregister

Das Strategiebüro ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Das Strategiebüro GbR.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche (ausschließlich private) Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge, Bilder oder andere Inhalte jedoch außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes ganz oder teilweise für gewerbliche oder hoheitliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.