

Kolumne

Ist ein starker Motor auch ein guter Motivator?

Personaleinsparungen, größere Verantwortungsbereiche und hochgesteckte Ziele fordern Vorgesetzte und Mitarbeiter gleichermaßen. Waren Service und Kundenbedürfnisse vor der Wirtschaftskrise noch großgeschrieben, trifft man immer mehr auf Minimalisten. Mitdenken scheint zur Glückssache zu werden. Es gibt Unternehmen, bei denen bereits die Kunden versuchen die Angestellten zu motivieren. Das Gallup Institut hat zum Thema Mitarbeitermotivation Zahlen ermittelt, wonach ca. zwei Drittel der Mitarbeiter nur mehr Dienst nach Vorschrift machen, was letztendlich im jeweiligen Unternehmen einen riesigen Schaden anrichtet. Denn ein unternehmensgefährdender Teufelskreis hat begonnen: unmotivierte Mitarbeiter – unzufriedene Kunden – überforderte Führungskräfte!

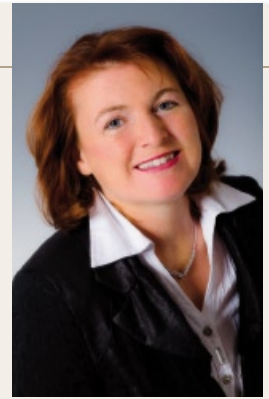
Ein neues, altes Thema gewinnt wieder an Bedeutung: Mitarbeiterincentives. Die Mitarbeiter sollen wieder zu Höchstleistungen angespornt werden. Mittel zum Zweck: der Firmenwagen. In Management- und Vertriebsbereichen wurden solche variablen Motivationsmodelle bereits hoch entwickelt. Häufig mit starren Regelungen, wo unabhängig vom Unternehmenserfolg, je nach Rangstufe ein bestimmtes Fahrzeug zur Verfügung gestellt wird. Oft auch mit variablen Lösungen, bei denen der Mitarbeiter je nach Zielerreichung ein entsprechendes Fahrzeug benützen darf und zwischen VW Polo und Mercedes E-Klasse alles möglich ist. Die Firmenwagenkategorien, die Prozesse rund um das Fahrzeug und Verantwortlichkeiten werden in einer entsprechenden Carpolicy geregelt.

Nachdem das Unternehmensumfeld, der Markt und der automotiv Sektor immer wieder starken Veränderungen unterliegen, macht es Sinn solche Dienstwagenregelungen regelmäßig zu überarbeiten. Neben den fachlichen Inputs wird die Beratung in der Praxis häufig in die Bereiche Unternehmensstruktur und Mitarbeitermotivation ausgeweitet.

Gerade Mitarbeiter, welche seit längerem Dienstfahrzeuge zur Privatnutzung haben, sehen dies nicht mehr als Motivationsinstrument. Fuhrparkleiter können ein Lied davon singen, wenn das Fahrzeug ungepflegt, mit zahlreichen Schäden oder extrem vielen Privatkilometern retourniert wird. Wo geht die Reise hin? Vom Kleinwagen über Mittelklasse bis hin zur Luxuslimousine? Neben dem Budget

geht dann auch einmal die Möglichkeit des „Übertrumpfen“ zu Ende.

Hier landen wir dann wieder bei der Motivationsforschung für „unmotivierte Mitarbeiter“. Zwei Hauptmotive für Demotivation sind Überlastung und geringe Wertschätzung des direkten Vorgesetzten. Nachdem dieser oft selbst überfordert und damit überlastet ist, arbeitet eben jeder vor sich hin. Diese Ignoranz führt nicht nur zu ineffizienter Arbeit, sondern zu Demotivation und Wut. Das Hauptincentive sollte somit Respekt und Wertschätzung des Vorgesetzten sein. Mitarbeitergespräche, in denen sich Führungskräfte Zeit für ein Dankeschön, für Lob und auch konstruktive Kritik nehmen, sind wichtig für ein gesundes und dienstleistungsorientiertes Unternehmen. Nicht nur die Zusammenarbeit, die vergangene und künftige Leistung des Mitarbeiters gehören thematisiert, sondern auch die vergangene und künftige Leistung des Unternehmens (Personalplanung, Gehalt, Weiterbildung, andere Zuschüsse und eben das Firmenauto). Selten ist einem Dienstfahrzeugbenutzer bewusst, wie viel „Geld“ der Dienstgeber für das Fahrzeug ausgibt, mitunter kennt selbst Letzterer nicht die genauen Zahlen. Es lohnt sich gemeinsam mit dem Mitarbeiter „Bilanz“ zu ziehen und in die Zukunft zu blicken. Aus dem Teufelskreis wird ein Erfolgskreis: kompetente Führungskräfte – motivierte Mitarbeiter – zufriedene Kunden!



Dipl.Bw (FH) Anette Mallinger, Beratung Dienstwagen
ZA Partner, anette.mallinger@zafs.at, www.zafs.at

Foto: ZA Finanzservice

ten zu senken und zu kontrollieren: „Eine ganz große Stärke ist, dass wir unsere Dienstleistungen für international agierende Unternehmen über die nationalen Grenzen hinweg erbringen können“, betont Bernhard Kerscher, Sprecher der Geschäftsführung der TÜV SÜD Auto Service GmbH.

Keinen Einfluss hat die strategische Partnerschaft auf den Marktauftritt beider Unternehmen. Die eingeführten Marken Fleet Logistics und FleetCompany bleiben bestehen, die FleetCompany wird aber künftig den Zusatz „Part of Fleet Logistics“ führen. Die Leitung der gemeinsamen Aktivitäten liegt in den Händen von Peter Soliman, der weiterhin als geschäftsführender Gesellschafter der Fleet Logistics fungiert. Die Geschäfte

der FleetCompany werden weiter von Roland Vogt geführt.

„Die globale Infrastruktur von TÜV SÜD ermöglicht es uns, aus einer stabilen und finanzstarken Position heraus das internationale Wachstum weiter zu forcieren. Durch die Partnerschaft mit der FleetCompany können wir Unternehmen, die ihre Fahrzeuge selbst finanzieren anstatt zu leasen, jetzt auch reine Flottenmanagementlösungen anbieten“, unterstreicht Peter Soliman. „Für die Kunden beider Unternehmen bringt die Partnerschaft erhebliche Vorteile. Wir decken jetzt das komplette Spektrum der Dienstleistungen zum Thema Flottenmanagement ab. Das nicht nur national, sondern vor allem auf internationaler Ebene“, sagt Roland Vogt.

GLOBELYST M - EINE GENERATION VORAUSS

»Eine leichte Fahrzeugeinrichtung bedeutet mehr Zuladung. So habe ich immer meine komplette Ausrüstung dabei und spare dazu noch Zeit und Geld.«



Sortimo GesmbH
Wiener Straße 131 · 4020 Linz
Tel. 0810 081045 · Fax 0810 081046
office@sortimo.at · www.sortimo.at

Sortimo[®]
Intelligente Mobilität