



Themenschwerpunkte:

- ➔ **Herausragende Produkte auf DVD und als Boxsets**
- ➔ **Ausführliche Berichterstattung aller Neuerscheinungen**
- ➔ **Aktuelle Analyse des Marktgeschehens**
- ➔ **Gesamtüberblick über den Bereich Comedy & Sitcom**

ANZEIGENSCHLUSS: 23.06.2008

DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS: 30.06.2008

IHR KONTAKT:

Sandra Wulkan (Anzeigenverkaufsleitung)

E-Mail: s.wulkan@e-media.de

Tel.: 0 89/4 51 14-320 · Fax: 0 89/4 51 14-490

Marketingserie: Menschenverstehender (3)

Mitarbeiter richtig loben

Wer von seinen Mitarbeitern kleine Heldentaten erwartet, muss loben können. Denn wer gelobt wird, will Leistung erbringen. Achten Sie also darauf, wen Sie loben, wofür Sie loben und wie Sie Ihr Lob dosieren.

Es gibt immer noch Chefs, die glauben, fehlende Anerkennung führe zu verstärkten Anstrengungen. Dies ist, wenn überhaupt, höchstens im Einzelfall möglich. Es ist auch ein Fehler, von sich selbst auszugehen. Weil die Eigenmotivation vieler Führungskräfte von Natur aus hoch ist oder weil sie selbst nie Lob erhalten, verwehren sie dies nun auch ihrer Umgebung. Doch nicht jeder strotzt vor Selbstvertrauen, und nicht jeder ist so zäh. Viele werden mut- oder lustlos ohne die so lebensnotwendige Anerkennung.

„Wenn ich aber nun meine Mitarbeiter lobe, kriegen sie Oberwasser, werden übermütig und frech – und wollen am Ende mehr Geld“, meinte kürzlich ein Ladenbesitzer. Ja, dieses kleine Fünf-Prozent-Restrisiko besteht. Solche Mitarbeiter gibt es, doch sie sind die Ausnahme. Wollen Sie tatsächlich all Ihren Mitarbeitern das segensreiche Lob verwehren, nur weil Sie ein paar Schmarotzer an Bord haben? Wer auf anerkennende Worte ganz verzichtet, wird eines Tages bemerken, dass es in seinem Bereich kaum mehr anerkennenswerte Leistungen gibt.

Lassen Sie Ihre Mitarbeiter also nicht emotional verhungern. Setzen Sie öfter die Fehlersuch-

brille ab und die Lobsuchbrille auf. Wer Gutes sucht, wird Gutes finden. Die Menschen machen viel mehr richtig als falsch. Ein Lob an der richtigen Stelle kann die Batterie eines ganzen Teams wieder aufladen. Achten Sie insbesondere auch auf die Stillen und Unauffälligen, die ihre Erfolge nicht jedem lautstark auf die Nase binden! Suchen Sie aktiv nach dem Guten und loben Sie mehr!

Das richtige Loben ist allerdings eine kleine Kunst, denn beim Loben kann man vieles richtig und manches falsch machen. Dabei wird die Führungskraft genau beobachtet. Und die, die gelobt werden wollen, richten ihr Verhalten danach aus. Was es also zu beachten gibt, sagt die folgende Checkliste:

- Unter vier Augen: Ein Lob an eine einzelne Person wird immer unter vier Augen ausgesprochen, damit nicht Neid und Missgunst entstehen (Ausnahme: eine offizielle Ehrung). Ein Lob wird auch immer persönlich abge-



Foto: Fotolia

geben, also nie durch eine dritte Person übermittelt.

• **Zeitnah loben:** Lob nicht sammeln wie Rabattmarken, sondern spontan und zeitnah loben. Wer seinen Mitarbeitern keine unmittelbare Rückmeldung über die Qualität ihrer Arbeit gibt, lässt sie im Ungewissen über die Güte ihrer Leistung. Sie verlieren die Orientierung, oder die Lust.

• **Aufrichtig und mit positiven Worten loben:** Drücken Sie sich beim Loben immer positiv aus, also etwa „prima“ anstatt „nicht schlecht“. Ein Lob zeigt nur dann seine volle Wirkung, wenn es ehrlich gemeint und authentisch ist. Vermeiden Sie unbedingt auch ein überdosiertes oder manipulierendes Lob. Dies wird meist durchschaut, als unaufrichtig entlarvt und führt zu Vertrauensschwund.

• **Typgerecht loben:** Die Menschen sind alle verschieden und sprechen deshalb auch unterschiedlich auf Lob an. Gerade die eher ruhigen, beharrlichen Typen brauchen regelmäßiges Lob, denn das gibt ihnen erstens die Sicherheit, auf dem richtigen Weg zu sein, und zweitens das Gefühl, gemocht zu werden, was diesem

die Autorin

Anne M. Schüller ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyaltätsmarketing. Über 20 Jahre lang hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener internationaler Dienstleistungsbranchen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und Buchautorin gehört zu den besten Keynote-Rednern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet auch als Businesstrainerin und lehrt an mehreren Hochschulen.



Kontakt:

www.anneschueler.de

Das Buch zum Thema:

Anne M. Schüller – „Kundennähe in der Chefetage – Wie Sie Mitarbeiter kundenfokussiert führen“; Orell Füssli, Zürich 2008, 26,50 Euro, 255 Seiten, ISBN: 978-3-280-05282-2; www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com

Menschentypus ebenfalls sehr wichtig ist.

• **Nach dem Wie fragen:** Sagen Sie konkret und präzise, was für Sie das Besondere an der Leistung war. Machen Sie deutlich, welchen Wert dies für die Kundenbeziehungen und das Qualitätsniveau hat. Begründen Sie also ihr Lob, das macht es erst richtig glaubwürdig. Fragen Sie schließlich, wie der Mitarbeiter das erreicht hat, und ermutigen Sie ihn, so weiterzumachen.

Mitarbeiter, die von ihren Vorgesetzten regelmäßig gelobt werden, sind erfolgreicher



**Hinreißend,
heiter und herzerwärmend -
ein Publikumsliebling!**

Die Band von Nebenan

EIN FILM VON ERAN KOLIRIN

Ab 02.07.2008 auf DVD



**„... berührender kluger Spaß über
Freundschaft und Liebe allen
kulturellen Unterschieden zum Trotz“** TV14



**„... bezaubernde Komödie über die Tücken
der Völkerverständigung“** Der Spiegel



FSK: o.A. · Best.-Nr.: 2662 · PC: B

KUNDENSERVICE & AUFTRAGS-HOTLINE:
TEL.: +49 89 962 444 29/-13/-33
FAX: +49 89 962 444 44

CONCORDE
HOME ENTERTAINMENT
EIN UNTERNEHMEN DER TELEKOMMUNIKATIONSGRUPPE