



Warum nicht mal Mitarbeiter begeistern? Vom Mitarbeiter zum Fan.

Kürzlich bekam ich eine Urkunde überreicht: „20 Jahre bei Antenne Bayern. Gratulation, Herr Baumgartner!“. Ich war fast ein bisschen gerührt. Jede Stunde begeistert „meine“ Radiostation aktuell rund 1,3 Millionen Hörer und ich bin nach wie vor stolz, als Moderator meinen kleinen Beitrag zu dieser tollen Erfolgsgeschichte leisten zu dürfen. Mit meinen Hörern (Kunden) habe ich eines gemeinsam: Wir sind echte Fans von Antenne Bayern. So kann es auch für Ihr Unternehmen mit der Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterfindung klappen.

Begeisterung statt bloßes Mitarbeiten

Als reiner „Mit-Arbeiter“ hält man kaum 10, 20, 30 Jahre in einer Firma durch. Es braucht schon mehr: **Begeisterung**. Denn Menschen, die Fan des eigenen Unternehmens sind, arbeiten mit mehr Freude und geben ihr Bestes.

20+

Jahre Loyalität

Nur echte Begeisterung hält Mitarbeiter langfristig in einem Unternehmen.

1,3M

Begeisterte Hörer

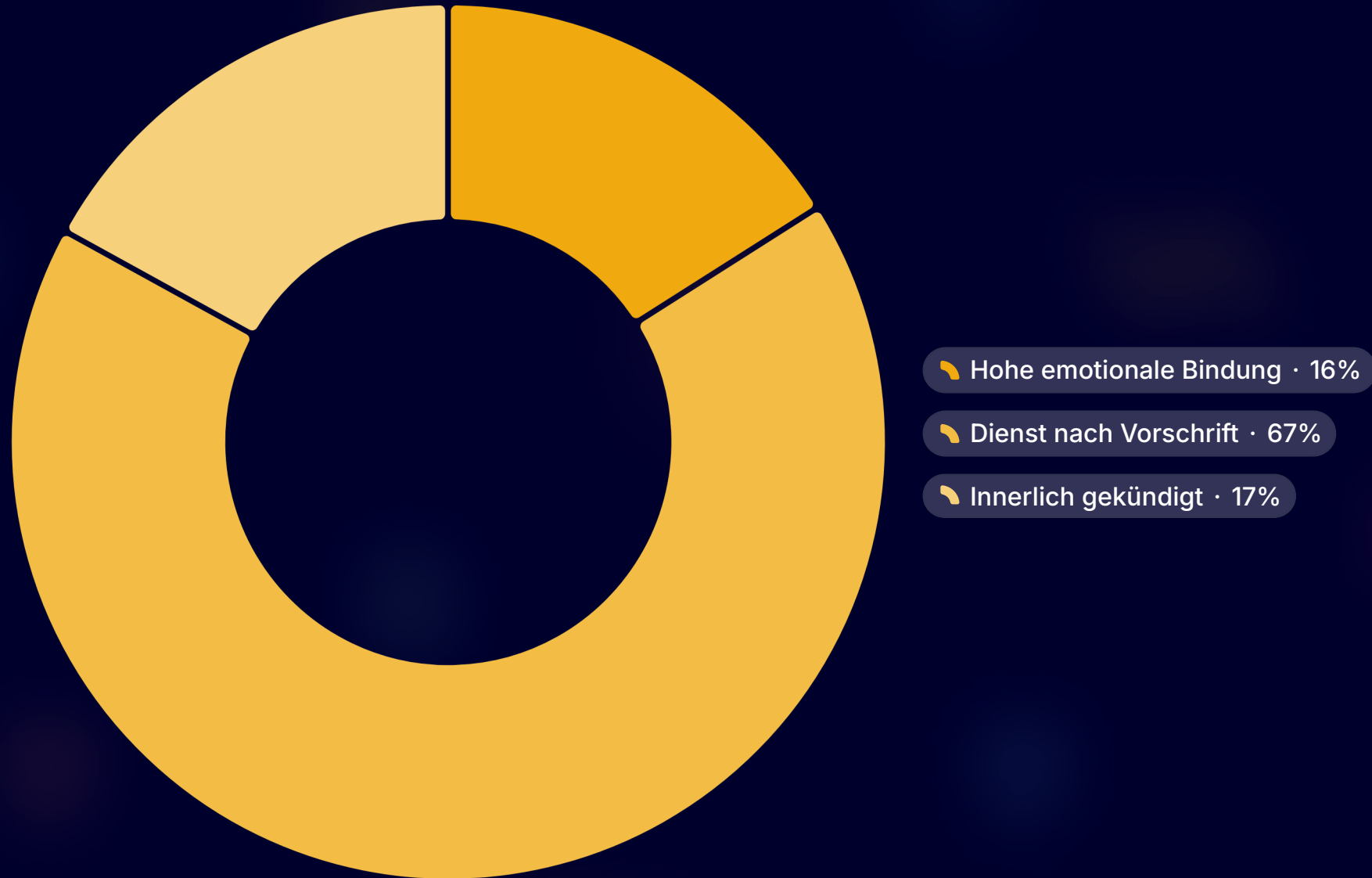
Antenne Bayern begeistert stündlich rund 1,3 Millionen Hörer – ein Beweis für die Kraft der Begeisterung.



Wie sieht es in den meisten Unternehmen mit der Mitarbeiterzufriedenheit aus?

Leider nicht ganz so gut. Das Beratungsunternehmen Gallup ermittelt jedes Jahr einen Engagement-Index. Er zeigt an, wie stark Mitarbeiter emotional an ihr Unternehmen gebunden sind.

Der Gallup Engagement-Index – Aktuelle Werte



Nur **16 Prozent** der deutschen Beschäftigten haben eine hohe emotionale Bindung an ihren Arbeitgeber, **67 Prozent** leisten Dienst nach Vorschrift und **17 Prozent** haben bereits innerlich gekündigt.

Der Kreislauf der Begeisterung

Um die Mitarbeiterzufriedenheit steht es also schlecht. Das wirkt sich nicht nur auf die Arbeitsleistung aus, sondern auch auf die Identifikation mit dem eigenen Unternehmen. Menschen, die einem Unternehmen oder einer Gemeinschaft die Kündigung ausgesprochen haben, eignen sich weder nach innen als Markenbotschafter noch nach außen.

In meinen Seminaren und Vorträgen spreche ich immer vom **Kreislauf der Begeisterung**. Dieser beginnt beim Unternehmer selbst, der seine Führungskräfte begeistert, die dann wiederum ihre Mitarbeiter für das große gemeinsame Ziel gewinnen: die Kunden zu begeistern. Der Kreis schließt sich, denn wenn die Kunden begeistert sind, begeistert dies wiederum den Unternehmer bzw. die Shareholder. Ein nachhaltiger Prozess, der nur Gewinner kennt.



Was können Unternehmer und Führungskräfte tun?

Hier ein paar Tipps für die **Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterfindung**:

Eine gemeinsame Erfolgsstory ist der beste Garant für Mitarbeiterbindung. Es gibt hundertprozentig etwas, worin Ihr Unternehmen spitze ist. Nehmen Sie alle Mitarbeiter auf diese Reise zum Erfolg mit.

Tipps für nachhaltige Mitarbeiterbegeisterung

Positives Feindbild nutzen

Ebenso wie gemeinsamer Firmenstolz spornt Wettbewerb an: Ein positives Feindbild (wenn es konstruktiv eingesetzt wird gemäß dem Motto „Was die können, können wir schon lange – und zwar besser!“) kann enorm motivierend sein.

Etappensiege sichtbar machen

Etappensiege visualisieren und im Unternehmen kommunizieren.

Überraschende Teamaktionen

Überraschende Teamaktionen organisieren.

Handlungsspielräume einräumen

Den Mitarbeitern Handlungsspielräume einräumen und konkret persönliches Engagement einfordern.

Leistung belohnen

Leistung belohnen. Oft reicht ein ehrliches Lob, um den Mitarbeiter neu zu begeistern und motivieren.

Wie hält man sich als Mitarbeiter selbst bei Laune?

An Tagen, an denen man Mühe hat, sich morgens aufzuraffen? Oder wenn man in einem Unternehmen arbeitet, in dem Mitarbeitermotivation generell ein Fremdwort ist?

Keine Erwartungshaltung an die Führungskraft! Holen Sie sich positive Energie von Ihren Kunden oder Lieblingskollegen.
Jede Emotion erzeugt ein Echo.

1 Täglich an der eigenen Erfolgsstory arbeiten

Täglich an der eigenen, persönlichen, Erfolgsstory arbeiten und sich über jeden erreichten Meilenstein freuen. Auch hier hilft ein visueller Plan, auf dem alle Meilensteine eingezeichnet werden.

2 Inspirierende Ziele setzen

Inspirierende Ziele sind wichtig, im Job und auch privat. Natürlich immer schriftlich festhalten und einen Zeitplan machen: Wann soll welches Etappenziel erreicht sein und wie werde ich mich dafür belohnen? Vorfreude motiviert enorm!

3 Zeit für eine Analyse nehmen

Was demotiviert mich, was treibt mich an? Viele Störfaktoren lassen sich ausschalten, wenn man sie offensiv angeht. Zum Beispiel durch ein offenes Gespräch mit dem Chef.

Begeisterung als Unternehmensziel

Immer mehr Unternehmen (Porsche, Audi) schreiben sich **Begeisterung** als komplett neues Unternehmensziel in ihre Strategie- und Firmenleitbilder. Sie haben erkannt, dass Begeisterung ein ziemlich spannender Wirtschaftsfaktor ist.

Porsche

Begeisterung als fester Bestandteil des Firmenleitbildes und der Unternehmensstrategie.

Audi

Begeisterung als komplett neues Unternehmensziel in der Strategie verankert.

Ihr Unternehmen?

Begeisterung ist ein ziemlich spannender Wirtschaftsfaktor – auch für Sie!

Vom Kunden zum Fan – Jetzt Seminar besuchen!

Wenn Sie wissen möchten, wie man nicht nur Mitarbeiter, sondern auch Kunden zu Fans macht, dann besuchen Sie eines der nächsten Seminare „**Vom Kunden zum Fan**“. Alle Termine finden Sie [hier](#). Ich freue mich auf Sie!



Mitarbeiter zu Fans machen

Lernen Sie, wie Begeisterung nachhaltig in Ihrem Unternehmen verankert wird.



Kunden zu Fans machen

Entdecken Sie den Kreislauf der Begeisterung und wie er Ihr Unternehmen voranbringt.



Seminartermine

Alle Termine für das Seminar „Vom Kunden zum Fan“ finden Sie auf der Website von Paul Johannes Baumgartner.



Jetzt anmelden: Besuchen Sie eines der nächsten Seminare „Vom Kunden zum Fan“ und erfahren Sie, wie Begeisterung zum entscheidenden Wirtschaftsfaktor wird. [Alle Termine hier](#).