

Mitarbeitermotivation: Diese Unternehmen wissen, wie man Mitarbeiter motivieren kann!

Begeisterte Mitarbeiter sind die besten Markenbotschafter und damit die authentischste Werbung. Sie möchten als Firmenchef oder Teamleiter das Arbeitsklima verbessern und damit Ihre Mitarbeiter zu Fans machen? Doch Fans kann man nicht kaufen, Mitarbeitermotivation auch nicht. Was es braucht, um Mitarbeiter zu begeistern, sind neben den bekannten „interessanten Tätigkeiten“ und „Karrieremöglichkeiten“ jene Faktoren, die über das Arbeitsklima entscheiden.

Hier einige konkrete Beispiele aus der Praxis mit vielen kreativen und zielführenden Tipps, die Sie auch in Ihrem Unternehmen umsetzen können.

Zeigen Sie Interesse – machen Sie's wie Richard Branson

Wer ist Richard Branson?

Der Brite Richard Branson ist laut dem Wirtschaftsmagazin Forbes mehrfacher Milliardär, Inhaber von 400 Firmen und bekannt für Superlative. Doch berühmt ist der Unternehmer, der mit dem Schallplattenlabel Virgin bekannt wurde, nicht zuletzt dafür, dass er alles über seine Mitarbeiter weiß.

Wie macht er das?

Er fragt die Mitarbeiterin Helen, ob ihr Sohn die Scharlach - Erkrankung gut überstanden hat, fragt den Mitarbeiter Bob, ob er seinen 35. Geburtstag ordentlich gefeiert hat und ob Randys Hündin Beth nach der Fünfllingsgeburt wieder wohlauf ist.

Und alle fragen sich: „Wie macht der das?“

Die Antwort ist simpel: Richard Branson interessiert sich für seine Mitarbeiter. Von ihm ist überliefert, dass er mit einem Notizbuch durch die Gegend läuft und sich immer wieder persönliche Informationen über seine Mitarbeiter notiert. Wenn er sich dann mit ihnen unterhält, gibt ihnen das ein gutes Gefühl, denn sie merken: **„Hey, mein Chef kennt mich!“**. In manch anderen Firmen heißt es stattdessen: „Hey, mein Chef kann mich ...“. Sie allein entscheiden, was Ihnen lieber ist.

Machen Sie Mitarbeiter stolz – wie EDEKA

Plötzlich war er da, der „Supergeil“ - Spot von EDEKA, und alle haben ihn sofort geliebt. Damit stieg auch bei den Mitarbeitern des Lebensmittelhändlers das Zusammengehörigkeitsgefühl. Wie sich diese Kampagne auf das Selbstbewusstsein der Mitarbeiter ausgewirkt hat, beschreibt am besten eine E - Mail, die eine junge Angestellte schickte:

„Der Supergeil - Spot ist doch wirklich der absolute HAMMER!!! Genial! Supergeil halt!:())) Hast du gesehen, wie viele Klicks der mittlerweile hat?! 4 700 000 x angesehen, und es geht immer weiter! Finde ich Wahnsinn ... Und alle lieben EDEKA! Wunderbar! Ich muss sagen, dass ich sooooo stolz bin, ein Teil dieses Unternehmens zu sein.“

- 📌 **Die Lektion:** Eine starke, authentische Markenkampagne wirkt nicht nur nach außen – sie stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl und den Stolz der Mitarbeiter von innen heraus.

Erkennen Sie die Bedürfnisse der Mitarbeiter – wie Adesso

Das Problem im Alltag

Hemden, die gebügelt werden müssen, stapeln sich zu Hause. Kleine Alltagslasten kosten Energie und Konzentration – und belasten das Wohlbefinden der Mitarbeiter außerhalb der Arbeitszeit.

Die kreative Lösung von Adesso

Der Software-Entwickler Adesso hat sich für seine Mitarbeiter einen **Gratis-Bügel-service** einfallen lassen. Für den gibt es beim Bewertungsportal Kununu viel Lob.

Die Kernbotschaft

Es muss nicht immer ein großes Benefit-Paket sein. Manchmal sind es die kleinen, aufmerksamen Gesten, die zeigen: **Wir sehen euch als ganze Menschen – nicht nur als Arbeitskräfte.**

Sagen Sie auf besondere Weise Danke – wie Antenne Bayern

Eine weitere begeisternde Idee kommt von einem Unternehmen, dem ich sehr viel verdanke: „meiner“ Radiostation **Antenne Bayern**. Antenne Bayern fand einen Weg, sich auf stilvolle Art bei den Mitarbeitern für ihre Treue zu bedanken:



Die Idee

Am Rande einer Party bekamen alle Mitarbeiter sogenannte **Champagner - Bezugsscheine** geschenkt.



Das Prinzip

Pro Jahr Zugehörigkeit gab es **eine Flasche** dieses edlen Getränks.



Das Ergebnis

Nach 19 Jahren im Unternehmen stieg die Beliebtheit im Freundeskreis in den darauffolgenden Tagen **erheblich**.



Treue verdient Anerkennung – und zwar auf eine Art, die die Mitarbeiter wirklich berührt und ihnen ein Lächeln ins Gesicht zaubert.

Führen Sie flexible Arbeitszeitmodelle ein – wie die Krones AG

Bei der Krones AG hat man die flexible Arbeitszeit in eine **flexible kommunizierende Arbeitszeit** verändert. Das heißt, die Mitarbeiter sprechen mit ihren Kollegen Arbeitszeiten ab und sagen ihnen, wenn sie den Betrieb verlassen.



Flexible Kommunikation

Mitarbeiter sprechen Arbeitszeiten mit Kollegen ab und melden sich beim Verlassen des Betriebs.



Erfolgszukunftskonto

Arbeiten sie mehr als 35 Stunden pro Woche, fließt das Plus in ein „Erfolgszukunftskonto“ ein.



Auszahlung & Prämie

Das Konto wird zur Hälfte ausbezahlt, zur Hälfte über einen Erfolgsprämien Schlüssel verrechnet.

„Es reicht allein nicht aus, gute Maschinen zu bauen. Das Ganze Drumherum muss stimmen, man muss den Menschen ernst nehmen.“

— Volker Kronseder, Vorstandsvorsitzender der Krones AG

Machen Sie Mitarbeiter zu Mitentscheidern – wie Opel Eisenach

20

Verbesserungsvorschläge

Jeder Mitarbeiter bei Opel Eisenach reicht im Schnitt **20 Verbesserungsvorschläge pro Jahr** ein.

Woher diese Traumquote? Weil sich die Mitarbeiter herausgefordert fühlen und daher kreatives Potenzial zum Nutzen des Unternehmens entwickeln, heißt es im Motivations - Check aus dem Fachverlag für Recht und Führung. Weil ihnen **Entscheidungsspielräume** zugestanden werden.

Das Zwei-Ebenen-Modell bei Opel Eisenach

Untere Ebene: Teams & Manager

Die Manager, die unter Beteiligung der Mitarbeiter ausgewählt wurden, beraten einzelne Teams. Sie erarbeiten die Arbeitspläne für die wöchentlichen Treffen und stellen das Team nach außen hin dar.

Zweite Ebene: Ingenieure & Schichtleiter

Ingenieure beraten mehrere Arbeitsgruppen und berichten den Schichtleitern. Die Gruppen sind motiviert, weil sie selbst ihre Arbeit gestalten und Einfluss nehmen können.

Das Ergebnis: Eigenverantwortung

Das Management mischt sich nicht in die Tagesroutine ein.

Dadurch werden die

Eigenverantwortung der Mitarbeiter und ihre Leistungsbereitschaft gestärkt.

Die 6 Motivationsprinzipien im Überblick

#	Unternehmen	Prinzip
01	Richard Branson / Virgin	Zeigen Sie echtes, persönliches Interesse an Ihren Mitarbeitern
02	EDEKA	Machen Sie Mitarbeiter stolz auf ihr Unternehmen
03	Adesso	Erkennen Sie die alltäglichen Bedürfnisse der Mitarbeiter
04	Antenne Bayern	Sagen Sie auf besondere, stilvolle Weise Danke
05	Krones AG	Führen Sie flexible, kommunizierende Arbeitszeitmodelle ein
06	Opel Eisenach	Machen Sie Mitarbeiter zu echten Mitentscheidern

📌 Diese sechs Beispiele zeigen: **Mitarbeitermotivation ist kein Zufall.** Sie ist das Ergebnis bewusster Entscheidungen und einer Unternehmenskultur, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Fazit: Engagement fördern durch Positive Leadership

Begeisterte Mitarbeiter sind die besten Markenbotschafter und damit die authentischste Werbung. Doch Fans kann man nicht kaufen – Mitarbeitermotivation auch nicht. Was es braucht, sind jene Faktoren, die über das Arbeitsklima entscheiden.



Interesse zeigen

Kennen Sie Ihre Mitarbeiter als Menschen – nicht nur als Ressourcen.



Stolz erzeugen

Schaffen Sie Momente, auf die Mitarbeiter stolz sein können.



Mitentscheiden lassen

Geben Sie Entscheidungsspielräume und stärken Sie die Eigenverantwortung.

Warum Eigenverantwortung, also Engagement, für Mitarbeiter so wichtig ist und was Sie als verantwortungsvolle Führungskraft tun können, um dieses Engagement zu fördern, das können Sie in meinem Blogartikel zum Thema Positive Leadership lesen. Sie finden ihn [hier](#).