

Generationen-Management

Die Generationen Y und Z ticken anders. Deshalb sollte man miteinander reden.

YBBSITZ/NÖ. Eine inklusive Unternehmenskultur und auch die intergenerationelle Kommunikation sind in vielen Unternehmen immer noch nicht genügend verankert. Das ist auch einer der Gründe dafür, warum es seit Jahren eine Herausforderung darstellt, die Generationen Y und Z für Lehrberufe zu begeistern. Diesem Themenfeld widmete sich eine Veranstaltung der Wirtschaftskammer Niederösterreich mit dem Titel „Verstehen wir uns?“.

Macht der Identifikation

„Mitarbeiter sind heute wesentlich flexibler und wir müssen darauf achten, dass jeder Mitarbeiter sich mit dem Arbeitgeber in großem Maße identifiziert. Früher gab es klassische Bindungsinstrumente, heute zählt vielmehr der Sinn der Arbeit neben einem guten Gehalt“, führte WKNÖ-Direktor Johannes Schedlbauer ins Treffen. „Ausschlaggebend ist auch, dass sich Mitarbeiter in der Arbeitsumgebung wohlfühlen.“

Vielfalt der Menschen zählt

Ali Mahlodji, Gründer der Karriereplattform whatcado.com und begehrter Keynote-Speaker, lieferte Denkanstöße: „Es ist wichtig im eigenen Betrieb eine Beziehung mit jenen zu beginnen, die man nicht versteht.“ Und: „Heute ist die Vielfalt der Mitarbeiter in einem Unternehmen das wichtigste Kapital für die Zukunft“, zitiert er Tim Cook, den CEO von Apple. Dazu gehöre es auch, Menschen mit anderen Sichtweisen, kulturellen Back-



Ali Mahlodji „Vielfalt ist das wichtigste Kapital“, meint der whatcado-Gründer.

grounds und Milieus, und Lebensmodellen an einen Tisch zu holen, so Mahlodji.

Miteinander statt top-down

Die tradierte Form des Top-down-Managements – der Chef, der Team- oder Projektleiter trifft Entscheidungen, die dann über eine hierarchische Struktur nach unten weitergegeben werden – hat sich in den vergangenen 15 Jahren komplett verändert.

Mahlodji: „Führungskräfte müssen zu einer Art Mentor, zu einem Coach werden, der die Wertschätzung der Mitarbeiter hebt. Dabei geht es nicht um

Geld, sondern um den Umgang miteinander in einer Organisation. Haben wir das Gefühl, dass wir alle füreinander da sind, aufeinander achten und füreinander arbeiten, damit wir gemeinsam erfolgreich sind?“

Alter hat Vorteile

Zudem sei essentiell, dass ältere Mitarbeiter mit einbezogen werden. Ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind loyaler und wechseln weniger häufig den Arbeitsplatz. Sie sind häufiger bereit, Verantwortung zu übernehmen – und, nicht zu vergessen: Von ihnen könnten Jüngere lernen. (ah)

GASTKOMMENTAR

Verkäufer:innen erfolgreich führen



© VBC/Sabine Klimpt

Niklas Tripolt Gründer VBC

In meinem Gastbeitrag im März habe ich über „Verkaufen kann man lernen“ geschrieben – und was es dazu braucht. Mittlerweile gibt es über 100 Stellhebel, die darüber entscheiden, ob eine Verkäufer:innen-Ausbildung erfolgreich ist oder nicht. Stark vereinfacht kann man sagen: Es braucht ein transferwirksames Trainingsdesign, die Teilnehmer:innen müssen sich von „Betroffenen zu Beteiligten“ entwickeln, und es braucht vor allem Sie, wenn Sie Verkaufsführungskraft sind.

Sie müssen bei Gott nicht der oder die beste Verkäufer:in (gewesen) sein. Auch die erfolgreichsten Fußballtrainer waren oft nicht die besten Spieler. Aber Sie müssen die Spielregeln kennen und erklären können, sonst stehen Ihre Stürmer oft im Abseits.

Hand aufs Herz: Kennen Sie die Spielregeln, die im Vertrieb über den Erfolg entscheiden? Und wenn ja, wie vermitteln Sie sie?

Als vertrauensvolle Führungskraft beherrschen Sie die empathische Kommunikation mit Ihren Mitarbeiter:innen. Sie können erfolgreiche Verkaufsprozesse beschreiben und analysieren. Durch Ihr qualitatives Feedback – wertschätzend und konkret zugleich – entwickeln Sie Ihre Verkäufer:innen am Weg vom Kennen zum Können!

PS: Am 17. Mai lesen Sie: „Warum Werbeagenturen nicht verkaufen können“

PPS: Wir freuen uns auf Ihre Fragen: service@vbc.at