

MITARBEITER MOTIVIEREN

Worauf müssen *Unternehmen* achten, die *wachsen* wollen? Darüber sprach Peter Karg von der PIT Organisationsberatung im B-Max-Club. Offenbar ist den Betrieben vor allem Personalbindung wichtig

GRÖßER WERDEN: Wachstum braucht Regeln.



Es ging ums Größerwerden. Und um die Frage, welche Regeln dafür notwendig sind. Auf einer Veranstaltung des Berlin Maximal-Clubs beschrieb der Organisationsberater Peter W. Karg am 3. November zunächst, welche Veränderungen das Wachstum künftig beeinflussen werden: Etwa das Verlangen nach mehr aktiver Mitgestaltung, die inzwischen fast unbegrenzten Informationsquellen oder das Bedürfnis, nicht mehr nach zentralen, sondern dezentralen Lösungen zu suchen.

Karg ist Geschäftsführer der PIT Organisationsberatung, in der seit 1983 ein Netzwerk von Trainern und Beratern Hilfe in ganz unterschiedlichen Disziplinen anbietet. „Wer im qualitativen Wachstum erfolgreich sein will, hat sieben Stufen zu meistern“, sagte er. Dazu gehöre, sich seiner Grenzen bewusst zu werden und die aktuelle Situation des Unternehmens fundiert zu

analysieren und zu akzeptieren. Es sei außerdem wichtig, die eigene Finanzierung auf den Prüfstand zu stellen und die Unternehmensziele zu überdenken. Und die Ressourcen konsequent zu schonen.

„Unternehmer müssen neue Chancen aufspüren, konkrete Veränderungen anstoßen und ihre Mitarbeiterorientierung verstärken“, sagte Karg. Damit benannte er einen Punkt, der die Gäste in den anschließenden Diskussionen und kurzen Beratungseinheiten besonders interessierte. „Firmen zahlen häufig mehr für einen Mitarbeiter, als er ihnen nutzt.“ Das liege daran, dass sie ihn nicht an der Gestaltung der Zukunft beteiligten. Die Arbeitszufriedenheit sinke seit 1984 kontinuierlich.

Katja Rudat, die bei PIT als Programmleiterin arbeitet, hat anschließend die Coaching- und Diskussionseinheiten verfolgt, in denen immer wieder die Mitarbei-

terbindung Thema war. „In vielen Gesprächen ging es auch darum, gute und zuverlässige Azubis zu finden.“ Die müsse man im Unternehmen halten können. „Die Menschen hat vor allem die Frage bewegt, was sie einem Azubi bieten müssen, damit er eine Loyalität zu seiner Firma entwickelt“, erinnert sich Katja Rudat. In diesem Bereich gebe es offenbar einen großen Beratungsbedarf. Weitere Themen waren Marketingfragen und die Gestaltung von Kundenbeziehungen.

Da Unternehmen sehr unterschiedlich sind, kann es auf diese Fragen keine vorgefertigten Antworten geben. So bemüht sich die PIT darum, die richtigen Fragen zu stellen: „Wir schauen zuerst einmal, ob das, was uns die Menschen beschreiben, tatsächlich das Problem ist“, sagt Rudat. Denn vielleicht gibt es rund um das Problemfeld auch Fragen, die bislang noch niemand gestellt hat.

Rita Nikolow



GAB IMPULSE IM CLUB: Peter W. Karg hielt einen Vortrag und bat zur Diskussion.