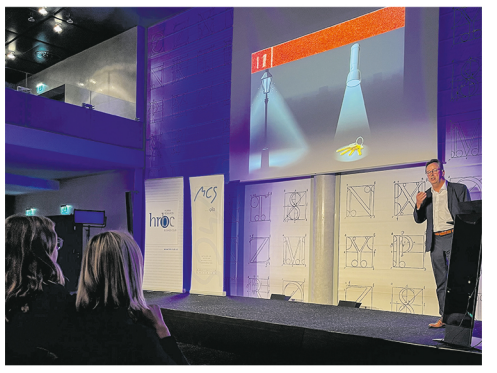
Wertschöpfung durch Wertschätzung

Geld ist bei Weitem nicht alles, wenn es darum geht, Kunden oder Mitarbeiter anzusprechen: Markenexperte Wolfgang Frick plädiert für Verbindlichkeit, Glaubwürdigkeit und Herzlichkeit.



BILDER: SN/BERNHOFER (2)

Marketing Sommelier Wolfgang Frick (l.) beim Vortrag und im Bild rechts (M.) mit dem Organisationsteam Markus Winkelmeier (Raiffeisen), Wolfgang Rehrl (Rehrl + Partner), beide HRBC, sowie MCS-Präsidentin Katharina Rothbucher (Skidata) und Gerhard Drexel (Spar).

Mehr als 30 Jahre Führungserfahrung bringt Wolfgang Frick mit: „Manchmal wurde ich geführt, manchmal habe ich geführt." An diesem Erfahrungsschatz ließ der Vorarlberger vergangenen Dienstag auf humorige Art rund 70 Interessierte aus den Bereichen Marketing und Personalmanagement teilhaben. Für den Vortrag samt lockerem Austausch im Anschluss im SN-Saal hatten sich nämlich der Human Resources Business Club (HRBC) und der Marketing Club Salzburg (MCS) zusammengetan.

Frick, der sich vor drei Jahren als Marketing Sommelier selbstständig gemacht hat, ist überzeugt, dass Beschäftigte oder Kunden nur über den Preis zu motivieren, ein Ablaufdatum habe. Für ihn ist vielmehr Wertschätzung für die Wertschöpfung von Unternehmen unerlässlich. Wichtig dabei: das Warum, den Purpose ins Zentrum stellen. So seien etwa Stellenausschreibungen heute viel zu ähnlich: „Es muss klar werden: Was habe ich wirklich davon, wenn ich dort arbeite?" Der Marken-Experte erklärt: „Wer den Sinn authentisch kommuniziert, hat keine Probleme, Mitarbeiter zu finden und zu halten." Man müsse aber bei der Wahrheit bleiben: „Bei der Wertschätzung geht es um Glaubwürdigkeit." Für eine gelungene Führung empfiehlt Frick die 4M-Methode, also: „Man muss Menschen mögen." – „Weiß ich, wie es meinen Mitarbeitern geht? Da kann man durchaus offen nachfragen, gerade im Offboarding: Sie werden Dinge erfahren, auf die Sie nie gekommen wären."

Wenn es darum geht, mehr Wertschätzung in Unternehmen zu implementieren, empfiehlt Frick als „Mannschaftsaufstellung": „HR als Prozesstreiber, Beschäftigte quer durch alle Hierarchiestufen einbinden, denn jeder empfindet Wertschätzung anders. Die Moderation sollte von außen kommen, damit man nicht ins Jammern verfällt, sondern handelt."

Infos und Kontakt:

HRBC – Human Resources Business Club
WWW.HRB-CLUB.AT

MCS – Marketing Club Salzburg
WWW.MARKETINGCLUB-SALZBURG.AT

ANZEIGE