



## LEADERSHIP IMPULS Nr. 17 im März 2010 „Einen sinnvollen Beitrag leisten“

Liebe Leserinnen und Leser,

was halten Sie von Führungskräften, die gesellschaftliches Engagement bei ihren Mitarbeitern fördern? Verzetteln die sich oder haben sie ein Erfolgsrezept entdeckt?

Seit einiger Zeit beraten wir eine internationale Hotelgruppe bei der Umsetzung ihrer Wachstumsstrategie. Der Aufbau einer effektiven Führungskultur ist dabei ein wesentlicher Baustein – und so haben wir gemeinsam ein breit angelegtes Leadership Development Programm für das Executive Board und die Hoteldirektoren begonnen.

Nach dem 1. Jahr haben wir den CEO der Gruppe danach befragt, ob er das Programm für erfolgreich hält und woran er das festmacht. Er sagte uns, dass der Erfolg des Programms am besten dadurch sichtbar würde, dass die meisten Hoteldirektoren nun gemeinnützige Projekte an ihren Standorten initiiert hätten.

Wie bitte? **Gemeinnützige Projekte als ROI von Leadership Development?** Wo sich Hoteldirektoren doch normalerweise um die hohe Mitarbeiter-Fluktuation, den Preisverfall bei den Zimmerpreisen, die geringe Belegungsrate und die dadurch gefährdeten Margen kümmern sollten? Wo bleibt denn da der Business Sense? Der klare Blick für das Wesentliche?

Nun, gerade wenn in einer Branche starker Wettbewerb herrscht und die Angebote relativ vergleichbar sind, kann ein Unternehmen sich nur aus der Masse herausheben, wenn es etwas Besonderes bietet. Am wirksamsten ist da bei einem Dienstleistungsunternehmen sicher, wenn die Mitarbeiter des Unternehmens **Begeisterung** für ihr „Produkt“ **versprühen**, den Kunden exzellenten Service bieten und das Markenversprechen täglich leben.

Wann tun sie das? Wenn sie zutiefst von ihrem Job überzeugt sind. Wann sind sie überzeugt? Wenn sie spüren, dass das Unternehmen nicht nur auf der Oberfläche schicke Visionen und profitorientierte Nutzenversprechen bietet, sondern sich von Herzen um das Wohlergehen der Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner sorgt.

Wie könnte ein Hoteldirektor das deutlicher signalisieren als durch gemeinnützige Projekte in der Nachbarschaft, für die sich die Belegschaft gemeinsam engagiert und die den Familien der Angestellten und der Zulieferer zugute kommen?

Dahinter steckt ein Führungsverständnis, das den Menschen nicht nur als Produktivfaktor sieht, sondern auch in seinen **Bedürfnissen nach einem ganzheitlichen, sinnerfüllten Leben** wahrnimmt.

Der Nutzen für das Unternehmen und seine Profitabilität liegt in dem Fall klar auf der Hand: Stärkere Mitarbeiterbindung senkt die Fluktuationskosten. Loyalere Mitarbeiter bauen bessere Kundenbindung auf. Zufriedenere Kunden feilschen weniger um die Preise, kommen öfter wieder und empfehlen ein Hotel weiter; die Belegungsraten steigen.



**Und wie sieht das bei Ihnen aus? Haben Sie die Möglichkeit, in Ihrem Umfeld einen sinnvollen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten?** Können Sie sich dadurch im Wettbewerb differenzieren? Kunden und Mitarbeiter besser binden? Und letztlich mehr Spaß an Ihrem Job haben?

Ihre Erfahrungen damit interessieren mich!

(Mehr Information zum Leadership Development Programm bei dieser Hotelgruppe finden Sie übrigens [hier](#).)

Mit herzlichen Grüßen



Alexandra Altmann  
CEO/Geschäftsführerin

**FranklinCovey**  
**Leadership Institut GmbH**  
Deutschland | Schweiz | Österreich

Deutschland:  
Bavariafilmplatz 3  
D-82031 Grünwald  
Telefon: +49 (0)89452148-0  
Telefax: +49 (0)89452148-48  
Internet: [www.franklincovey.de](http://www.franklincovey.de)  
E-Mail: [info@franklincovey.de](mailto:info@franklincovey.de)

Schweiz:  
Bogenstrasse 7 – Postfach  
CH-9001 St. Gallen  
Telefon: +41 (0)71 771933  
Telefax: +41 (0)71 771964  
Internet: [www.franklincovey.ch](http://www.franklincovey.ch)  
E-Mail: [info@franklincovey.ch](mailto:info@franklincovey.ch)

Österreich:  
Parkring 10  
A-1010 Wien  
Telefon: +43 (0)1 3201622  
Telefax: +43 (0)1 3201623  
Internet: [www.franklincovey.at](http://www.franklincovey.at)  
E-Mail: [info@franklincovey.at](mailto:info@franklincovey.at)