

Im Fitness-Studio schießen A-Mitarbeiter die Tore

Erstellt am: 15.06.2018 | Kategorie: Studio-Management, Marketing & Sales,



Begeisterungsfähigkeit ist entscheidend, um Mitglieder zu überzeugen und zu binden

Im Fitness-Studio schießen A-Mitarbeiter die Tore

Wer kennt das nicht? Es möchte sich jemand neu in einem Fitnessstudio anmelden und das Personal ist demotiviert und kümmert sich nicht besonders gut um die potenziellen Kunden. Hier braucht es A-Mitarbeiter, die mit Kompetenz und Engagement beim Interessenten punkten.

Kürzlich kamen zwei Mitglieder in ein Münchener Studio: „Waren Sie schon mal hier? Dann füllen Sie bitte dieses Formular aus. Der zuständige Trainer kommt gleich“, sagt der beschäftigte Mann am Eingang. Mit dem ausgefüllten Zettel kommt das Paar wieder an den Empfang. „Setzen Sie sich doch bitte wieder.“ Als die „Zuständige“ nach wenigen Minuten kommt, erlebt das Paar immerhin nüchterne Zuwendung. Das Angebot ist eigentlich ganz gut, die Atmosphäre allerdings reichlich kühl und der Service alles andere als einladend. Das Paar wird nicht wiederkommen.

Mitarbeiter als Visitenkarte

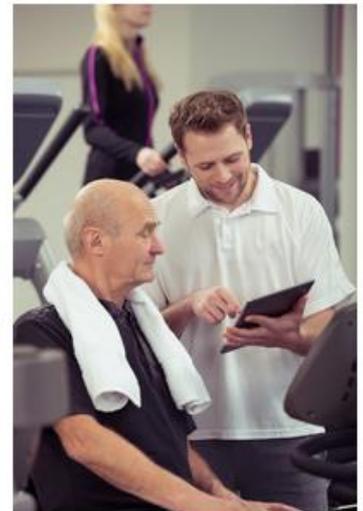
Ein klarer Fall von C-Mitarbeiter: urteilt Personal-Experte Jörg Knoblauch. Geradezu ablehnend verhält sich der Mann am Empfang. Selbst, wenn er formal nicht zuständig ist und etwas anderes zu tun hat, in diesem Moment ist er die Visitenkarte des Unternehmens und damit automatisch zuständig. Und er versagt nach dem Motto: „Vorsicht! Kunde droht mit Auftrag.“ Besser macht es die Trainerin, die sich um die Mitglieder kümmert, Bescheid weiß, sie informiert und am Schluss auch nach der Zufriedenheit fragt. „Das sind Selbstverständlichkeiten und das ist Dienst nach Vorschrift, also bestenfalls eine B-Mitarbeiterin“, fasst es der geschäftsführende Gesellschafter von Tempus-Consulting zusammen. Denn die junge Frau strahlt weder Wärme noch Nähe aus, von Begeisterung ganz zu schweigen. Doch das ist in Fitnessstudios wie in der gesamten Dienstleistungsbranche entscheidend – zumal, wenn Mitglieder das erste Mal kommen. Die Konsequenz des Paares muss jeden Studio-Betreiber alarmieren. Die Gall up-Studie 2016 über das Engagement von Mitarbeitern zeigt, dass 15 Prozent **MUTmacher** und Leistungsträger sind, 70 Prozent machen Dienst nach Vorschrift – eben **MITmacher** – und 15 Prozent haben bereits innerlich gekündigt. Das sind die **MIESmacher**, wie der beschriebene Kollege vom Empfang. Ob Industrie, Handel oder Dienstleistungsbranche: Chefs müssen wissen, dass ihre Firma mit einer derartigen Verteilung in einer dynamischer und komplexer werdenden Arbeitswelt nicht bestehen wird. Schon durchschnittliche B-Mitarbeiter können keine Mitglieder verblüffen. Und das reicht heute einfach nicht mehr zum Überleben im umkämpften Fitnessmarkt.

Studios benötigen MUTmacher

Ziel eines Unternehmens muss die Verteilung 80–20–0 sein. Unternehmer und Geschäftsführer sagen dann oft: Das ist unmöglich. Doch erfolgreiche Firmen arbeiten schon längst nach dieser Formel oder haben sogar 90–10–0 erreicht. Denn die engagierten A-Mitarbeiter ziehen den Karren von Erfolg zu Erfolg. Sie sind die „Ronaldos und Messis“, die die Tore für ihr Unternehmen schießen. Dagegen gelten die C-Mitarbeiter in Deutschland als heißes Eisen. Es sei unmenschlich oder gar unfair, klar mit ihrer Minderleistung umzugehen. Das Gegenteil ist der Fall: C-Mitarbeiter können das Studio zerstören. Nicht nur, dass sie auf dem Karren sitzen und sich von den A- und B-Mitarbeitern ziehen lassen. Sie verderben tatsächlich das Betriebsklima, weil sie einerseits viel „motzen“ und andererseits die engagierten Mitarbeiter für diese „Bremser“ mitarbeiten müssen. Das ist nicht fair, so Knoblauch: Unternehmen und Kollegen werden ausgenutzt.

Schnack oder Hilfestellung

Dagegen kennen Studiobetreiber und ihre Mitarbeiter das positive Gefühl, wenn alle mitziehen. Mitglieder werden freudig begrüßt. Man kennt seine Pappenheimer, mit denen man erst einen kurzen Schnack halten sollte und diejenigen, die schnell zum Training durchgehen. Es gibt auf der Trainingsfläche Hilfestellung, Beratung und Motivation, wo es notwendig scheint. Mitarbeiter sind immer ansprechbar und natürlich wird auch gespaßt. Diese positive Einstellung überträgt sich auf Studiomitglieder und schafft eine angenehme Atmosphäre für beide Seiten. Inhaber und Führungskräfte dürfen aus Angst vor menschelnden Auseinandersetzungen und arbeitsrechtlichen Konsequenzen nicht wegschauen, wenn ein Mitarbeiter eine ruhige Kugel schiebt, sondern müssen sich intensiv mit ihm auseinandersetzen. Diese Klarheit und Transparenz fordert Jörg Knoblauch von Betreibern: „Sagen Sie Ihren Mitarbeitern, wo sie stehen, wie Sie sie einschätzen und dass sie als C-Mitarbeiter gefährdet sind.“ Schlechte Leistung muss auch benannt werden.



Leistungseinschätzung

Im eigenen Unternehmen und in der Beratung verwendet er Leistungsbeurteilungsbögen, in denen zunächst die Mitarbeiter etwa Fachkenntnisse, Einsatzbereitschaft, Arbeitstempo und -qualität, Selbstständigkeit oder Mitgliederbezug selbst einschätzen. Über unterschiedliche Kriterien ergeben sich dann jeweils Noten von 1 bis 5. Dasselbe macht die zuständige Führungskraft. Eigen- und Fremdbild sind so Grundlage für eine intensive Diskussion über die Arbeitsergebnisse. Für den weiteren Umgang miteinander ist das Wichtigste, ob ein Mitarbeiter nicht kann oder nicht will. Im ersten Fall muss der Mitarbeiter über Unterstützung und Fortbildungen eine Chance bekommen. Denn nicht allein die Mitarbeiter sind für ihre Leistung verantwortlich, die Geschäftsführung hat sie eingestellt und auf einen bestimmten Platz gesetzt. Der C-Mitarbeiter bekommt so die Chance, zumindest B zu werden.

Wer nicht will, muss gehen

Im zweiten Fall – jemand will nicht – heißt es Trennung ohne Umschweife. Der amerikanische Personalexperte Dave Ulrich hat bereits Ende des vergangenen Jahrhunderts erwähnt, dass sich das Problem der C-Mitarbeiter beinahe von selbst löst, wenn Führungskräfte mit ihnen klare Personalgespräche führen. Dazu gehört unverblümt und begründet auf Mängel und Misserfolge sowie die Diskrepanz zwischen Erwartung und Leistung hinzuweisen. Chefs sollten in diesen Fällen klar sagen: My way or Highway. Wer nicht will, der gehört nicht in die Firma. Weitere Infos zu dem Thema und den Leistungsbeurteilungsbogen für Mitarbeiter finden Sie unter:

www.abc-personal-strategie.de

Bildquelle: Stefan Schurr - Fotolia.com