

# Einfach sicher machen: Firmenversicherung aus einer Hand.

EIN GRUND MEHR,  
DIE ALLIANZ  
ZU EMPFEHLEN.

## VersicherungsJournal.de

Das Wesentliche im Blick

Startseite Themenbereiche Dossiers Bücher Extrablatt Map-Report Anzeigenmarkt Veranstaltungen Originaltexte Weitere Inhalte Service

Sie lesen in: Startseite > Praxiswissen > Karriere & Mitarbeiter

[vorheriger Artikel](#)

[nächster Artikel](#)

### C-Mitarbeiter müssen gehen

5.3.2018 – Mitarbeiter in einem Unternehmen lassen sich in Mutmacher, Mitmacher und Miesmacher einteilen. So fasst es ein Modell, das zwischen A-, B- und C-Mitarbeitern unterscheidet, zusammen. Es empfiehlt rigoros, sich von Minderleistern zu trennen. Die Strategie und deren Umsetzung erklärt der Journalist Jens Gieseles in einem Gastbeitrag.

WERBUNG  
Insurance Customer Engagement Europe Summit  
19-20 June, 2018 - London

Jörg Knoblauch ist Verfechter der ABC-Personal-Strategie. Diese Strategie ist eine einfache Methode für Inhaber kleiner und mittelständischer Betriebe, um ihre Mitarbeiter zu beurteilen.

A-Mitarbeiter haben Freude an der Arbeit, deshalb denken sie mit und suchen ständig neue Wege, um ihren Job besser zu machen. So begeistern sie natürlich ihren Chef und ihre Kunden, denn in ihrem Umfeld passiert immer etwas Weiterführendes.

Dagegen laufen B-Mitarbeiter unaufällig mit. Sie machen nur ihren Job. Und fertig. Richtig kritisch sind C-Mitarbeiter: Denn sie bremsen den Laden. Sie finden an allem etwas auszusetzen und packen nichts an. ABC heißt daher auch Mutmacher, Mitmacher und Miesmacher.

#### Ein heißer Eisen: Minderleister

Im deutschsprachigen Raum ist eine derartige Einteilung ein heißes Eisen, weiß der schwäbische Unternehmer und Autor. Vor allem, dass Führungskräfte Minderleister überhaupt benennen, gilt als unmenschlich oder gar unfair.

Knoblauch findet: Das Gegenteil ist der Fall, wenn C-Mitarbeiter zerstören die Firma. Je kleiner das Unternehmen, wie bei einem Vermittlerbüro, desto fataler die Wirkung. Diese Miesmacher verderben tatsächlich das Betriebsklima, weil sie einerseits viel motzen und andererseits die engagierten Mitarbeiter für diese Bremsen mitarbeiten müssen.

Zudem: A-Mitarbeiter machen das eine Weile mit, aber irgendwann sind sie frustriert, dass dieses Verhalten keine Konsequenzen nach sich zieht und verlassen schlussendlich das Unternehmen.

WERBUNG  
Smart Home VersicherungsJournal Extraheft  
Jetzt kostenlos anfordern!

#### ABC-Personal-Strategie bedeutet 80-20-

Die Frage ist also, wie viele C-Mitarbeiter kann sich ein Vermittler leisten. Jörg Knoblauch sagt: Keine. Marktanteile und Kunden sind in jeder Branche hart umkämpft, deshalb sollte kein Chef C-Mitarbeiter mitschleppen. Denn die kommen vor allen bei seinen Kunden nicht gut an.

Was hilft es, wenn der Vertrieb neue Kunden gewinnt und C-Mitarbeiter diese in der Auftragsabwicklung wieder vergraulen? Ziel jedes Unternehmens muss sein: 80 Prozent A-Mitarbeiter, 20 Prozent B-Mitarbeiter und keinen C-Mitarbeiter. Wer konsequent dran bleibt, kann das in zwei bis drei Jahren schaffen.

Inhaber und Führungskräfte, so Knoblauch, dürfen aus Angst vor nervenaufreibenden Auseinandersetzungen und arbeitsrechtlichen Konsequenzen nicht wegschauen, wenn ein Mitarbeiter eine ruhige Kugel schiebt, sondern müssen sich intensiv mit ihm auseinandersetzen. Deshalb: Sagen Sie Ihren Mitarbeitern, wo sie stehen, wie Sie sie einschätzen und dass sie als C-Mitarbeiter ihren Job gefährden. Doch: Schlechte Leistung muss zunächst benannt werden.

#### Transparenz schafft durch Leistungsbeurteilung

Hilfestellung dabei, Fachkenntnis, Einsatzbereitschaft, Arbeitstempo und -qualität, Selbstständigkeit oder Kundenbezug eines Mitarbeiters richtig einzuschätzen, bietet ein Leistungsbeurteilung-Bogen. Diesen sollten Mitarbeiter und Führungskraft parallel ausfüllen.

Eigen- und Fremdbild sind so Grundlage für eine intensive Diskussion über die Arbeitsergebnisse. Derartige Strukturierungen sind die Grundlage für Mitarbeitergespräche, die wirklich etwas bewirken können.

#### Eine Chance für die, die wollen und nicht können

Anschließend heißt es, konsequent bleiben: Kann ein Mitarbeiter nicht, dann muss er über Unterstützung und Fortbildungen eine Chance bekommen. Denn nicht allein die Mitarbeiter sind für ihre Leistung verantwortlich. Der Vermittler hat sie eingestellt und auf einen bestimmten Platz gesetzt – vielleicht auf den falschen. Der C-Mitarbeiter hat so die Möglichkeit, zumindest B zu werden oder den für sich richtigen Aufgabenbereich zu finden.

Will ein Mitarbeiter nicht, dann heißt es Trennung ohne Umschweife. Der amerikanische Personalxperte Dave Ulrich hat herausgefunden, dass sich das Problem der C-Mitarbeiter beinahe von selbst löst, wenn Führungskräfte mit ihnen klare Personalgespräche führen.

90 Prozent der Betroffenen gehen von selbst, weil sie sich dieser Transparenz nicht stellen wollen. Welcher Mensch hält schon sichtbaren Misserfolg auf Dauer aus? Chets müssen demnach klar sagen: My way or Highway. Wer nicht will, der gehört nicht in den Vermittlerbetrieb.

Jens Gieseles

Der Autor ist freier Kommunikationsberater und Journalist.

[vorheriger Artikel](#)

[nächster Artikel](#)

#### Wie beurteilen Sie diesen Artikel?

sehr interessant  informativ  unwichtig

Bewerten

#### Artikel-Werkzeuge für Sie

- Artikel drucken
- Kopierfreundliche Version
- Leserbrief schreiben
- Nutzungsrechte erhalten
- Per E-Mail weiterleiten
- Suchagent einrichten

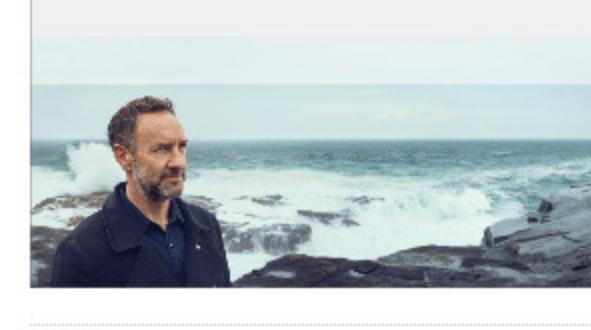
#### Diese Seite empfehlen

Empfehlen Twitter

#### Schlagwörter zu diesem Artikel

Arbeitsrecht · Ausbildung · Mitarbeiter · Strategie · Vermittlerbüro

## Württembergische Maklervertrieb. Der Partner im Mittelstand.

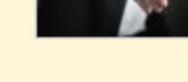


Mehr Infos

Allianz



## Treffen Sie das VersicherungsJournal ...



... auf der MMM-Messe in München an Stand 91.

Redaktion, Herausgeber und Vertrieb freuen sich schon auf Ihren Besuch und zahlreiche interessante Gespräche.

WERBUNG

Für rund vier von zehn Maklern ist das VersicherungsJournal eine wichtige Entscheidungshilfe.

VERSICHERUNGSPOLITIK

Reichweite und Qualität.

Mehr Infos

Allianz

VERSICHERUNGSJOURNAL

Reichweite und Qualität.

Mehr Infos

Allianz