

# SERIE: WEGE ZUM LEISTUNGSGLÜCK TEIL 4/4


## DER DREI-KLANG DES ERFOLGES: BESONDERE FÜHRUNGSKRÄFTE

Als Wirtschaftswissenschaftler interessiere ich mich sehr für Erfolgsbeispiele aus der Ökonomie. Eines Tages hörte ich einen Vortrag von Horst Schulze, dem früheren Chief-Operating-Officer der Luxus-Hotelkette Ritz-Carlton. Dieser Name steht für höchste Service- und Erlebnis-Qualität. Doch das war nicht immer so. Erst durch sein starkes Engagement wuchs die Kette erfolgreich an und bildet heute Führungskräfte aus der ganzen Welt im Bereich Service und Leadership aus. Sein Credo war ein einfaches, zugleich ein starkes: „We are Ladies and Gentlemen, serving Ladies and Gentlemen.“ Mit diesem Satz ist alles gesagt.

Einerseits über die Einstellung zu sich selbst: Wer sind wir? Auch wir sind Damen und Herren, die anderen Damen und Herren dienen dürfen. Ein gesundes Selbstvertrauen ist notwendig, um in der Top-Liga mitzuspielen. Andererseits steht der Aspekt des Dienens in diesem Credo, und das scheint mir zentral. Erst wenn dieses Denken unsere Köpfe und Herzen füllt, wird leidenschaftlicher Service möglich. Service, der so gut wird, dass Menschen diesen immer wieder erleben wollen und bereit sind, dafür viel Geld zu bezahlen. Das ist aber noch nicht alles, sie erzählen ihren Freunden und Bekannten davon und berichten darüber in ihren Social-Media-Kanälen. Das ist einzigartige Werbung, die dem nachhaltigen Reputationsaufbau dient und Ergebnisse bringt, die weit besser sind als jede klassische Werbeeinschaltung in Magazinen, als jedes Direct-Marketing-Instrument und jede Hochglanzbroschüre des Unternehmens.

Diese zwei Tatsachen – das Bewusstsein über sich selbst und den Aspekt des Dienens – wollen und brauchen wir unbedingt in unserem beruflichen Tun, denn nur dann erzählen Menschen über ihre Erfahrungen mit uns, und nur dann auch über die guten und herausragenden Erlebnisse. Deshalb gelang es Horst Schulze, die Ritz-Carlton-Hotels von 4 auf 40 Häuser zu verzehnfachen und weltweit Führungskräfte dazu zu bringen, in seiner Hotelkette zu lernen. Er weiß: So ein Erfolg kann nur mit den besten

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gelingen. Deshalb sagte er in seinem Vortrag damals: „Wir wollen nicht, dass Menschen für uns arbeiten, wir wollen, dass sie sich unseren Träumen und Zielen anschließen.“ Mir gefällt das. Es enthält Freiwilligkeit und einen hohen Anspruch. Ein Teilnehmer brachte in einem Seminar einmal den Einwand, dass man ja nicht von jedem verlangen könne, sich der Vision von Horst Schulze anzuschließen. Genau! Er will auch nicht jeden in seinem Hotel haben. Sondern nur jene, die die gleichen Ziele haben wie er: Gäste begeistern, den besten Service der Welt liefern, und das täglich. Er sagt weiter: „Wenn wir merken, es geht nicht, obwohl wir diesen Mitarbeitern geholfen haben, trennen wir uns von ihnen, es ist besser für alle.“ Durch Feedback die Stärken bestätigen und Veränderungsbedarf aufzeigen. Wenn das nicht fruchtet, gibt es weitere Unterstützung, und dann eventuell die Trennung. Spitzenservice ist nur mit Spitzeneinsatz zu erbringen und dabei zählt jeder Einzelne. Führungskräfte, die ihr Handwerk verstehen, haben loyale Mitarbeiter, auf die sie zählen können. Nur so wird der Dreiklang des Erfolgs ermöglicht. Mitarbeiter verlassen nicht das Unternehmen, sie verlassen ihren Chef. Diese einfache, aber wirkungsvolle Tatsache sollte Motivation genug sein, sich auch mal als Chef in Frage zu stellen und sich zu entwickeln. Menschen mit Größe können auch zugeben, dass sie Fehler machen. Diese Größe führt zu Wertschätzung und Vertrauen.

[www.gendersdialogociety.com](http://www.gendersdialogociety.com) 

Gabriel Schandl, CSP

[www.gabrielschandl.com](http://www.gabrielschandl.com)

Er ist Speaker, Trainer, Dozent und Autor. Er gilt als führender Experte zum Thema „Spitzenleistung“. Seit 20 Jahren ist Schandl europaweit als Referent und Vortragsredner tätig. Seine Trainings zeichnen sich durch ausgeprägten Motivationsfaktor, Humor und hohe Nachhaltigkeit aus. Seine unterhaltsamen und mitreißenden Vorträge zum Thema „Leistungsglück“ überzeugen durch ihre Authentizität und ihren hohen Nutzenfaktor.

