

Status 27.01.2020



KAO  
SALON DIVISION

## THOMAS KEITEL

- VERFASSER DES FOLGENDEN NEWSLETTERS
- GRÜNDER UND GESCHÄFTSFÜHRER VON MODERN COACHING
- [HTTPS://WWW.MODERN-COACHING.COM/](https://www.modern-coaching.com/)
- MITGLIED DES KAO EXPERTEN NETZWERKS

GOLDWELL. KMS ORIBE VARIS

## Leistungslohnsystem vs. Motivationssystem

Früher oder später taucht das Thema in fast allen Beratungsgesprächen auf, die ich mit meinen Kunden führe: Personalkosten versus Leistungslohnsystem. Verwunderlich ist das nicht, da die Personalkosten nun mal die höchsten sind, die ein Friseurunternehmen zu stemmen hat. Jeder Saloninhaber hat daher ein ganz besonderes Augenmerk auf diesen Posten und ist an einer Optimierung interessiert. So gelangt man früher oder später zwangsläufig zum Thema Leistungslohn - und das aus gutem Grund! Doch einfach irgendein Leistungslohnsystem zu übernehmen, das einem empfohlen wurde oder das man soz. „aus einem Seminar mit nach Hause gebracht hat“ – das ist der falsche Ansatz. Denn das System muss passen, und zwar nicht nur zur eigenen Kostenstruktur, sondern auch zum Mitarbeiter, auf den es angewandt werden soll!



Quelle: fotolia©contrastwerkstatt

## Mitarbeitermotivation: eine Frage der Einstellung

Das Leistungslohnsystem ist eng mit dem Thema Motivation verknüpft. Ein Mitarbeiter, der motiviert ist, ist in der Regel auch für ein solches System zu begeistern, weil sein Einsatz und sein Engagement auf ihn in positiver Weise und ganz direkt zurückfallen. Meiner Erfahrung nach wird es jedoch immer schwieriger, Mitarbeiter zu motivieren. Das merkt man auch an den hohen Krankheitsraten, welche dieses und letztes Jahr schon in Friseursalons eingezogen sind – und die vielleicht nicht immer gesundheitliche Gründe haben. Auf die Frage des Friseurinhabers-/in, wie sie denn die Leistung und die Motivation der Mitarbeiter nach oben bekommen ist meine Antwort immer die gleiche: „Wenn die Mitarbeiter nicht selbst Lust auf Leistung und Erfolg haben, werden wir es nicht schaffen“. Die Grundeinstellung des Mitarbeiters zu seiner Arbeit und seine Bereitschaft, sich zu engagieren, ist elementar wichtig.

Im Coaching Gespräch legen wir deshalb heute beim Erarbeiten eines Motivationssystems immer zunächst die Bedürfnisse des Unternehmens zugrunde. Häufig werden Mitarbeiter-Einzelgespräche geführt, um die Wichtigkeit jedes einzelnen Mitarbeiters zu berücksichtigen und um herauszufinden, für welche Art von Anreiz er sich begeistern kann bzw. was sein individueller Motivationsansporn sein könnte. Als Anreiz für einen Leistungslohn stellen wir dabei immer folgende mögliche Leistungen in Aussicht:

- + Geld
- + Zeit
- + Wissen

### Geld:

Früher das Motivationsinstrument Nummer 1, wird es heute nur von jedem zweiten Mitarbeiter genannt. Wichtig bei diesem Instrument ist es, die übrigen Kosten des Unternehmens zu berücksichtigen. Ebenfalls ist in der Kalkulation zu bedenken, wie hoch der Arbeitgeberanteil sein wird, der gegebenenfalls zusätzlich zu entrichten ist. Den Mitarbeitern ist ebenso offen und ehrlich zu sagen, dass die Sozialabgaben leider dazu führen, dass netto weniger übrigbleibt, als es das schriftliche Plus vermuten lässt.

### Zeit:

Leistung in Form von Zeitguthaben zu vergüten, ist das im Moment am meisten in Anspruch genommene Motivationsinstrument. Man kann hier variieren zwischen einem halben Tag oder einem ganzen Tag innerhalb eines bestimmten Zeitraums. Die Entlohnung in Form von Freizeiten ist natürlich eng an ein vorab definiertes Umsatzziel geknüpft. Und so attraktiv diese Art der Motivation für den Unternehmer auch klingen mag, da sie nicht an monetäre Leistungen gebunden ist: Die Schwierigkeit ist hier, das richtige Maß zwischen erhöhtem Umsatz und gleichzeitig dem Umsatzverlust aufgrund der freien Tage des Mitarbeiters zu finden.

### Wissen:

Die Performer unter den Friseuren sind wissbegierig. Sie lernen gerne dazu, möchten ihre Fähigkeiten ausbauen bzw. erweitern und sind am ehesten über neues Wissen, Seminare und Fortbildungsmaßnahmen zu motivieren. Welche Art von Seminaren ist meist egal, es sei

denn, der Mitarbeiter hat bereits ganz genaue Vorstellungen darüber, in welchem Bereich er sich weiterbilden möchte. Erarbeiten Sie hier unterschiedliche Qualifizierungsstufen für den Mitarbeiter. Stellen Sie z.B. den staatlich geprüften Coloristen in Aussicht.



Quelle: fotolia@georgerudy

Mein Tipp: Sprechen Sie mit jedem Mitarbeiter einzeln und besprechen mit ihm, was für ihn ein Anreiz oder eine Belohnung wäre. Vergessen Sie hier aber nicht die betriebswirtschaftliche bzw. steuerliche Seite. Jeder der genannten Motivationsanreize für sich ist interessant. Gleichzeitig kann man es aber nicht jedem Mitarbeiter recht machen, da es für das Unternehmen unter Umständen nicht zum umsetzen ist.