

## DIE GROSSE FREIHEIT

Eine Apotheke in Südhessen zahlt ihrem neuen Mitarbeiter eine »Willkommenszulage« von 500 DM. In Südbaden bietet ein Kollege für die PTA »viel Freizeit« in Form von vier Tagen verlängertem Wochenende, nur einmal pro Woche Dienstzeit bis zur Schließung der Apotheke und natürlich ein deutlich über dem Tarif liegendes Gehalt. Alles Motivationsversuche, um qualifizierte Mitarbeiter zu bekommen oder zu behalten. Wie man die Leistungsbereitschaft fördern kann, hat die Unternehmensberatung McKinsey gerade für den Einzelhandel untersucht. Die Erfolgsfaktoren lauten: Mitarbeiter ernst nehmen, nicht nur finanzielle Anreize betonen und Freiräume schaffen. Apothekenleiter sollten sich nicht nur einmal im Jahr die Frage stellen, wovon der Erfolg ihres Betriebs entscheidend abhängt. Es ist die Qualität der Mitarbeiter - motiviert vom Chef.

## EDITORIAL

## INHALT



**Porträt:** Beziehungs-Management • 4 •  
**Infoline:** Daten - Fakten - Meinungen • 8 •  
**Personalführung:** Leistungsanreize • 9 •  
**Marketing:** Bonbon-Marketing • 11 •  
Marketing-Plan 2001 • 13 •  
**Strategie:** Standort • 15 •  
**Controlling/EDV:** Lagerumschlag • 16 •  
**Weitere Rubriken:**  
Impressum, Vorschau • 18 •

Wenn Sie wollen, dass nicht nur Arbeitsstunden abgeleistet werden, sondern auch ihr Marktversprechen gegenüber den Kunden einlösbar ist, dann brauchen Sie pfiffige, motivierte und fachlich versierte Mitarbeiter. Und die sind bekanntlich rar. PZ MANAGEMENT stellt in dieser und der folgenden Ausgabe erfolgreiche Leistungsanreize vor (Seite 9), mit denen es gelungen ist, sehr gute Mitarbeiter zu binden.

Neben den finanziellen Anreizen stellt sich zunehmend eine Art der Führung heraus, die aber immer noch zu selten anzutreffen ist. Sie besteht in der gelungenen Balance zwischen Vorgabe und Freiheitsgrad. Mitarbeiter bringen mehr, wenn sie mehr dürfen. Also weg mit der Hundeleine. Der Ausbau des Freigeheges und die Beseitigung von Herrschaftswissen sind Maßnahmen zur Stärkung der Motivation. Damit kann sich die erfolgreiche Apotheke von solchen Betrieben abheben, bei denen die Nähe zum Hauptbahnhof die einzig nennenswerte Sozialleistung darstellt.

Klaus Hölzel  
Redaktion PZ MANAGEMENT