Gemeinsam können alle mehr Brötchen verdienen

Versicherungsmitarbeiter steckten sich Umsatzziele selbst und übertrafen sie

Als Anker-Verkaufsleiter ist Othmar Leitzinger nicht für den Vertrieb von Semmeln und Kipferln verantwortlich. Er stillt bei den Kunden auch kein Hungergefühl, sondern erfüllt das Bedürfnis nach Sicherheit: Mit Anker-Versicherungen. Während in der Zentrale die Anker-Uhr tickt, werben seine Verkäufer auf einem hart umkämpften Markt um neue Kunden für Finanzprodukte.

Unter dem Namen "Integriertes Sales Empowerment" setzte er mit der Personalentwicklungsfirma Argo ein Maßnahmenprogramm um. Ziel: 20 Prozent Wachstum. Jetzt bestätigen die Zahlen seinen Erfolg: "Wir haben die Ziele weit übererfüllt, denn wir ha-

ben die Spartenstückzahl um 47 Prozent gesteigert", ist Leitzinger begeistert.

Das Kernstück des Programmes, in das 90 von 270 Verkäufern aus ganz Österreich eingebunden waren: Bonus und Prämien werden nach den Erfolgen der Gruppe berechnet statt nach den Ergebnissen der Einzelpersonen.

Die klassischen Verkäufertrainings wurden dabei in ein Konzept eingebettet, das den Spieltrieb anspricht: "Wir haben einen Wettbewerb unter Teams ausgelobt. Wer gewinnt, bekommt einen Preis. Wer verliert, bekommt ein Budget für ein Sozial-Event. Die Mitarbeiter haben in einem Workshop am Beginn ge-

plant, was sie mit den Geld tun würden", so Argo-Gesellschafter Bernhard Gattermeyer.

gaben ist Leitzinger auch stolz: "Die Mitarbeiter haben ihre Umsatzziele selbst definiert – und diese Zahlen haben sich mit den Erwartungen des Vorstandes gedeckt." Was wäre, wenn die Ziele zu niedrig gesteckt wären? "Dann hätten wir nochmals mit den Kollegen geredet. Aber die können sich gut einschätzen. Wir haben Mitarbeiter ausgesucht, die noch Potenzial haben."

Neben Problemlösungsworkshops mit Vorgesetzten holten sich die Mitarbeiter bei Kamingesprächen Ideen von Top-Verkäufern: Die Erfolge dieser besten zehn Prozent sind für ihre Kollegen "fast unerreichbar" (Leitzinger), aber ein guter Ansporn.

Motivieren könnte sie das Vorbild des neuen, 35-jährigen Vorstandsvorsitzenden: Im April 2005 übernimmt der bisherige Finanzvorstand Stefan Loacker die Position von Tjarko Ullings (60): Der Versicherungs-Senior zieht sich dann aus dem aktiven Berufsleben zurück. –Daniela Davidovits

Die Anker-Uhr in Wien lockt Touristen an. Anker-Mitarbeiter werben jetzt verstärkt um neue Kunden

