

Belegexemplar Interview des Monats

INTERVIEWPARTNER: SAMI SOKKAR
TITEL DES INTERVIEWS: SAMI SOKKAR: SEHR GUTE KARRIERECHANCEN IN MITTELDEUTSCHLAND



ERSCHIENEN IN: RUBRIK **INTERVIEW DES MONATS**
LINK: [HTTP://WWW.KARRIERETRENDS.DE/WISSEN/INTERVIEW-DES-MONATS-NEWS/SAMI-SOKKAR-SEHR-GUTE-KARRIERECHANCEN-IN-MITTELDEUTSCHLAND/](http://www.karrieretrends.de/wissen/interview-des-monats-news/sami-sokkar-sehr-gute-karrierechancen-in-mitteldeutschland/)
ERSCHIENEN AM: 01.11.2009 BIS 30.11.2009

Kontakt

KarriereTrends Mitteldeutschland
Jörg Wiesner
Schleiermacherstraße 45
06114 Halle (Saale)

Mobiltelefon: 0174 32 33 158
E-Mail: presse@karrieretrends.de
Internet: www.karrieretrends.de

Gerade in Zeiten der wirtschaftlichen Krise gilt es für Unternehmen, Mitarbeiter zu motivieren. Sami Sokkar, Coach und Experte auf dem Gebiet Mitarbeiter- und Unternehmensführung berichtet über seine Erfahrungen, welche Faktoren für ihn selbst Antriebsmotor sind und wie Führungskräfte sich den heutigen Herausforderungen stellen. Im Interview mit KarriereTrends am Rande der [Personal | inform](#) erklärt er, welche Faktoren für einen Berufsein- oder -umstieg wichtig sind und warum Mitteldeutschland eine attraktive Region mit sehr guten Karrierechancen ist. Mit Sami Sokkar sprach Jörg Wiesner.



Herr Sokkar, welche Faktoren motivieren Sie am meisten, um im Beruf die volle Leistung geben zu können?

Mich motivieren am meisten Menschen und mit diesen zusammenarbeiten zu können. Als Beziehungstyp brauche und schaffe ich gerne geschäftliche wie persönliche Beziehungen. Außerdem motivieren mich meine Aufgaben und der Freiheitsgrad, welchen ich zur Umsetzung dieser Aufgaben nutzen kann. Gerade im Feld der Trendforschung kann ich mir neue Aufgaben suchen und Ideen zur Strategieentwicklung verfolgen. Ein weiterer Motivationsfaktor für mich ist an Veränderungen teilzuhaben. Ich freue mich immer, wenn ich nach einem Workshop, Coaching oder Vortrag Veränderungen und Erfolge bei mir und Teilnehmern erlebe.

Unternehmer und Entscheider stehen heute unter einem extremen Erfolgsdruck, sei es durch den Aktienmarkt, Anteilseigner und auch die Mitarbeiter. Wie bleibt bei diesem Druck Zeit für die Motivation der Mitarbeiter?

Die Frage ist zunächst, was wir als Erfolg definieren. Wir lassen uns häufig von Themen unter Druck setzen, die weder notwendig noch erfolgskritisch sind. Ergänzend stellt sich die Frage, was Werte schafft für Kunden wie für Unternehmen. Zunehmend werden Prozesse installiert, die keinerlei Wert generieren, weder für Kunden noch in Form einer internen prozessualen Verbesserung. Diese sogenannten Prozessoptimierungen verbrauchen aber oft Kapazitäten, welche benötigt werden um bspw. Kreativität zu fördern oder mit dem Kunden zu arbeiten und direkten Kundenwert zu generieren. Wesentliche Fragen hierbei sind beispielsweise: Was ist ein wertvoller Prozess im Unternehmen? Wie viel Kontrolle brauche ich, wie viel Vertrauen und Entscheidungskompetenz gebe ich den Mitarbeitern? Themen und Aufgaben als Mitarbeiter selbst mitgestalten und entscheiden zu können, sind aus meiner Sicht ganz entscheidende Erfolgsfaktoren. Dies gilt auch insbesondere hinsichtlich der Mitarbeitermotivation, denn erfolgreiche Motivation ist immer die Eigenmotivation.

Eine Führungskraft muss sich also selbst kritisch hinterfragen, was sie sein will: Administrator von Prozessen oder Führungskraft von Menschen. In den letzten Jahren haben sich viele Unternehmen diese Frage nicht konsequent gestellt.

In Sonntagsreden stellen Firmenlenker die Mitarbeiter ins Zentrum des Unternehmens. Zum Beginn der neuen Arbeitswoche am jeweils folgenden Montag fällt der Mitarbeiter Stellenstreichungen zum Opfer. Sind Mitarbeiter und Mitarbeitermotivation Schönwetterthemen?

Wie wichtig ein Mitarbeiter ist, erkennt man bereits daran, wie viel Zeit die Führungskraft investiert. Nach Studien verbringen Führungskräfte nur 10-20 ihrer Zeit pro Woche mit ihren Mitarbeitern.

Der Zielkonflikt zwischen "Mitarbeiter sind das wichtigste Gut" und "Stellenstreichungen auf Grund von steigendem wirtschaftlichem Druck", hat für mich zwei Facetten. Zum einen wird meist versucht, Kosten zu sparen, ohne den Prozess vernünftig zu analysieren. Mit der Verbesserung eines Prozesses kann ein Unternehmen die frei werdenden Kapazitäten zum Beispiel für den Aufbau von neuen Servicedienstleistungen oder für die Entwicklung neuer Produkte einsetzen. Die Abgabe von Mitarbeitern an den Markt ist dabei eine weitere Möglichkeit, aber eben nicht die immer erfolgreichste Möglichkeit.

Es geht also eher darum, Prozesse zu verändern und Mitarbeiter an der optimalen Stelle einzusetzen. Um zu erkennen, ob ein Mitarbeiter optimal eingesetzt ist, muss ich mir als Führungskraft aber wiederum Zeit nehmen.

An der Stelle die Nachfrage: Was sind Mitarbeiter - Humankapital oder Kostenblock?

Aus meiner Sicht und meinen Erfahrungen muss der Mitarbeiter immer Humankapital sein. Einzige Ausnahme sind vollautomatisierte Unternehmen, bei denen der Mitarbeiter wirklich nur notwendiger Kostenblock ist. So gibt es zum Beispiel im Bereich der Lebensmittel-Discounter Anbieter, bei denen der Mitarbeiter die einzige Aufgabe hat, die Regale zu füllen und schnell zu kassieren. An dieser Stelle ist eine Fachkraft, die den Kunden berät und ein vom Unternehmen gemachtes Serviceversprechen gegenüber dem Kunden einlöst, nicht unbedingt notwendig.

Welche Eigenschaften muss eine Führungskraft heute mitbringen, damit Mitarbeiter motiviert sind bzw. nicht demotiviert werden?

Aus meiner Sicht zählen hierzu vor allem die eigene Begeisterungsfähigkeit und Authentizität. Das erreicht eine Führungskraft durch eigenes Vorleben und Vorbild für die Mitarbeiter. Das bedeutet jedoch auch einmal auf Privilegien, bspw. Business Class Flüge ect., verzichten zu können.

In jüngster Vergangenheit sind Themen wie Mitarbeiterüberwachung und Kündigung langjähriger Mitarbeiter auf Grund von Essensverzehr in den Medien präsent. Zeigt sich an dieser Stelle nicht das tiefe Misstrauen gegenüber Mitarbeitern?

Eindeutig ja. Die aktuellen Beispiele zeigen deutlich das grundlegende Misstrauen. Fataler ist meines Erachtens jedoch- trotz der juristischen Legitimität - die Wirkung dieser Maßnahmen auf die gesamte Belegschaft. Das Unternehmen will eine abschreckende Wirkung für die anderen Mitarbeiter schaffen. Aber: Wer will bei einem solchen Unternehmen gerne arbeiten? Ein Unternehmen zeigt mit solchen Reaktionen, dass es wohl eher keinen Spaß macht, hier zu arbeiten. Mich persönlich erschrecken diese Beispiele, denn auf Grund fehlender Weitsicht werden hier Mitarbeiter systematisch demotiviert.

Laut einer Gallup-Studie aus dem Jahr 2008 hat jeder Fünfte in einem Unternehmen innerlich gekündigt. Was mache ich als Unternehmen mit solchen Mitarbeitern?

Einen gewissen Prozentsatz dieser Mitarbeiter kann ich durch besondere Maßnahmen reaktivieren. Einen Teil werde ich allerdings nicht aus der inneren Kündigung herausbewegen. Einem Unternehmen bleibt nichts anderes übrig, diese Mitarbeiter zu identifizieren und freizusetzen. Generell bin ich positiv zu Mitarbeitern eingestellt, aber in einer solchen Situation ist die Beendigung der Zusammenarbeit die einzige sinnvolle und realistische Lösung – im übrigen für beide Seiten.

Auf Dauer ist Geld kein Motivator. Trotzdem schauen Bewerber natürlich auch auf die Verdienstmöglichkeiten in den Regionen und den Unternehmen. Eine aktuelle Untersuchung des manager magazins, der so genannte Gehaltsreport 2009, zeigt eindeutig, dass die Region Mitteldeutschland unter dem deutschen Durchschnitt liegt. Womit sollten mitteldeutsche Unternehmen bei Bewerbern punkten?

Die Positionierung in der Region muss grundsätzlich eine andere als in Hessen, Bayern oder Baden-Württemberg sein. Gehalt hat immer auch etwas mit Lebenshaltungskosten zu tun. In Frankfurt oder München verdiene ich natürlich deutlich mehr, aber die Lebenshaltungskosten sind erheblich höher als in der mitteldeutschen Region. Ein zweiter Punkt ist die Lebensqualität. Wo lässt es sich besser leben, wo ist der Freizeit- und Bindungswert höher: In Frankfurt oder Leipzig? Ich bin der Meinung, dass da Leipzig sehr gut mithalten kann.

Ein Berufseinsteiger hat im Normalfall keine Ahnung, welche Lebenshaltungskosten ihn erwarten. Da ist der Vergleich Gehalt gegen Gehalt natürlich frustrierend. Ein mitteldeutsches Unternehmen muss in der Kommunikation nach außen viel klarer machen, welchen Wert und welche Qualität das Leben in der Region hat. Die Unternehmen in Mitteldeutschland müssen den Bewerbern hier ganz bewusst ihre Attraktivität zeigen.

Aktuell gibt es immer noch eine relativ hohe Abwanderungsrate in Mitteldeutschland. Welchen Tipp haben Sie noch für die Unternehmen der Region?

Die Unternehmen müssen sich mit dem Land bzw. ihrer Region deutlicher nach außen positionieren. Mir fehlt die Transparenz der regionalen Vorzüge und positiven Besonderheiten. Die Menschen bekommen immer noch suggeriert, nur in den Metropolen findet Karriere statt. Das ist einfach nicht so - hier kann man genauso Karriere machen. Vielleicht sogar noch einfacher, weil der Wettbewerb nicht so ausgeprägt ist wie in den großen Städten. Wer Karriere machen will, muss streng genommen wohl hier bleiben.

Unternehmen müssen es also schaffen, ihre regionale Stärke und ihre regionale Wahrnehmung deutlicher hervorzuheben. Wie bei der Kundenbindung ist es auch bei dem Thema Abwanderung einfacher, die Menschen nicht erst weggehen zu lassen und sie dann zurückzuholen. Vielmehr muss schon das Weggehen durch den Aufbau aktiver Bindungen verhindert werden.

Vielen Dank für das Interview!

Zur Person

Sami Sokkar, Jahrgang 1977, studierte Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Versicherung und Dienstleistungsmarketing in Mannheim. Bereits während und nach seinem Studium war er in verschiedenen nationalen und internationalen Projekten für den Gerling Konzern tätig.

Seit 2000 ist Sokkar bei SAP beschäftigt und verantwortet heute nach Abschluss eines berufsbegleitenden MBA-Studienganges ein weltweites Personalentwicklungsprogramm und weitere Themen im Bereich Organisationsentwicklung. Weiterhin ist er Autor und begerter Dozent an namhaften Hochschulen und Bildungseinrichtungen des Landes. Aufgrund seines hohen theoretischen und praxisbezogenen Hintergrunds ist er gefragter Experte, Referent und Moderator auf Kongressen, Seminaren und Bildungsveranstaltungen und seit 2009 auch Mitglied der TOP 100 Speaker von Speakers Excellence.