

GANDAYO NEWS

Checkliste Fotoshooting

SIXEYESMEDIA

UNTERNEHMENSFOTOGRAFIE



Seite 07

CALLIDITA
ANDERS FÜHREN

Seite 38

IPSTER INNOVATION
WIFI UND NACHRICHTEN IM PAUSENRAUM



GANDAYO

Marketingkonzepte und Umsetzung

VORWORT

Endlich
Urlaub!



Endlich Urlaub und jetzt wieder mit dem Unternehmen beschäftigt? Legen Sie ihr Handy zur Seite oder lassen Sie es gleich auf dem Zimmer. Daher ist diese Zeitung ein klassisches Printprodukt mit genug Platz für Randnotizen. Denn auch im Urlaub kann man am Unternehmen arbeiten, ohne Stress und mit der Leidenschaft, die einen einst dazu bewegt hat, Unternehmer zu werden.

Jeden Tag bin ich in Unternehmen und lerne Ihre Produkte, Möglichkeiten, Probleme aber auch Lösungen kennen. In den letzten 7 Jahren konnte ich dadurch viele Regelmäßigkeiten erkennen. Oftmals ist den Unternehmen selbst nicht klar, was ihre Vorteile im Vergleich zu den Marktbegleitern sind und wieso sie diese oftmals gar nicht fürchten müssen. Denn der Preis ist der letzte Faktor, an dem wir uns unterscheiden. Wenn wir uns nur auf diesen konzentrieren, ist unser Unternehmen dem Untergang geweiht.

Neue Kunden braucht das Unternehmen, gesund expandieren, höhere Ziele für die Mitarbeiter, um mehr Umsatz zu machen. Was hierbei oft verloren geht, ist in gleichermaßen aber auch das eigene Handwerkszeug zu verbessern. Oder den Mitarbeitern bewusst zu machen, wieso man bestimmte Entscheidungen getroffen hat.

Ein Unternehmen ist dann gesund, wenn alle an einem Strang ziehen. Das Unternehmen soll den Menschen nutzen, nicht der Mensch dem Unternehmen. Ein schöner Satz, der oftmals falsch interpretiert wird und jeden Betriebswirtschaftler mit der Vorstellung von Humankapital ein Dorn im Auge ist. Dabei unterstützt es ihn eigentlich in seiner Aufgabe.

Im Betriebsalltag ist es oft schwierig einmal einen Blick über den Teller- rand zu werfen.

Und wer nicht gerade ein Marketeer oder Consultant ist, wird auch seltenst in den Genuss kommen, jeden Tag Einblick in ein anderes Unternehmen zu haben. Daher möchte ich in dieser kleinen Urlaubslektüre einmal einen kleinen Überblick über „Best Practise“ Beispiele geben, aber auch über konkrete Produkte, welche die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen stärken.

Denn heutzutage reicht es nicht mehr, einfach nur ein gutes Gehalt zu zahlen für einen 9 to 5 Job. Viel wichtiger sind ausgeglichene Arbeitszeiten, Vorsorge und besondere Anerkennung bei niedrigerem Lohnausgleich. Denn wir haben durch die viele Arbeit ja überhaupt nicht mehr die Zeit, um das Geld auszugeben.

In diesem Sinne wünsche ich frohes Lesen und freue mich auf Ihr Feedback. Und nicht die Sonnencreme vergessen ;-)

Ihr Tim Schätzke

INHALT

SIXEYESMEDIA - Unternehmensfotografie	4
CALLIDITA - Anders führen	7
DIGITALE TRANSFORMATION - Was sind eigentlich digitale Nomaden?	10
CALLIDITA - Teambuilding	12
STADT-PHYSIO FULDA - Bewegt im Büro	14
DIRK SCHMIDT - Der Systemberater	16
WIRBELSÄULENZENTRUM - Warum Arztwahl auch Chefsache ist	18
DIE LETZE MESSE - Interview mit Herrn Mispels	20
HSG KINZIGTAL - Warum einen Verein fördern?	22
BAHNHOF38 - Wissensmanagement mit Podcasts	24
PRC WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT - Zahlen im Cockpit	26
GANDAYO - Infografiken - Sachverhalte einfach malen	30
NATALIE HARAPAT - Unternehmenskommunikation	32
GALLI THEATER FRANKFURT - Schauspiel als Kommunikationserleichterung	34
KULTUR DES SCHEITERNS - Der Köder schmeckte dem Angler, aber nicht dem Fisch	36
IPSTER INNOVATIONS - Wifi & Nachrichten im Pausenraum	38
PGD GMBH - Gold als Bonus für die Mitarbeiter	40
MONTEVO - Virtual Reality Möglichkeit	42
ERREICHBARKEITSHYGIENE und der Faschismus des Telefonats	44
WE LOVE COCKTAILS - Teambuilding – Gemeinsam erfolgreich sein	46

BEGRIFFSERKLÄRUNG „TLDR“

Während des Korrekturlesens dieser Erstausgabe kam es immer wieder zu der Frage „Was heißt eigentlich TLDR“? Es ist ein interessanter Begriff, welcher sich in Internet entwickelte, da Mails sehr lang sind. Meist ließt man sie bis zum Ende und merkt dann, dass man nur zur Information in CC oder in den falschen Verteiler gerutscht ist. Ärgerlich. Hierzu wurde das Kürzel „Too Long Didn't Read“ erfunden, welches längere Texte, ähnlich der Autorenzeile in Zeitungen, zusammenfasst. Es soll Ihnen ermöglichen schon vorher zu wissen, ob es sich lohnt den Artikel zu lesen.





UNTERNEHMENS- FOTOGRAPHIE

FRAGEN:

1. Sie fühlen sich auch wohler, wenn Sie zu einer Stimme ein Gesicht haben?
2. Sie wollen, dass auch andere erfahren, was für ein aufstrebendes Unternehmen Sie sind?

TLDR:

1. Gesichter schaffen Vertrauen, überwinden die erste Barriere beim „richtigen“ Kennenlernen und zeigen Persönlichkeit.
2. Zeigen Sie Flagge und gehen Sie Ihren Mitarbeitern als mutiges Vorbild voran.

Geben Sie Ihrem Unternehmen ein Gesicht – und zwar nicht irgendeins! Verwenden Sie für Ihre Website oder Ihr Firmenmagazin ein aktuelles, professionell aufgenommenes Foto. Oft sieht man alte Aufnahmen, die verwendet werden, weil sich die Unternehmer nicht bewusst darüber sind, dass ein Foto auch wesentlich zum ersten visuellen Eindruck des Unternehmens beiträgt und den potentiellen Kunden stark beeinflusst. Ein professionelles Fotoshooting mit vorher klar festgelegten Kriterien gibt Ihrem Unternehmen im wahrsten Sinne des Wortes ein „klares Bild“.



THERESA KREMER

Fotografin
sixeyesmedia gmbh
Die Werbeagentur

www.sixeyesmedia.de
hallo@sixeyesmedia.de
06661-609860
Gartenstraße 37
36381 Schlüchtern

Checkliste Fotoshooting:

1. In welcher Branche sind Sie tätig?
2. Wie erlebt man Sie im Alltag?
3. Was ist Ihr USP?
4. Worauf sind Sie persönlich stolz?
5. Was sagen Ihre Mitarbeiter?



Jeder von Ihnen kann sich wohl mit dieser Frage identifizieren. Die Menschen sind von Natur aus ein neugieriges Wesen und deshalb stellt sich doch oft die Frage „Wer sitzt am anderen Ende des Telefons und wie sieht diese Person wohl aus?“. Nicht zu wissen, mit wem man spricht löst eine gewisse Unsicherheit in uns aus und beeinflusst in bestimmter Weise auch die Art unseres Auftretens während eines Telefongesprächs. Genau deshalb ist es so wichtig und hilfreich, ein Gesicht zu der Stimme zu kennen.

GESICHTER SCHAFFEN

VERTRAUEN

Sie stehen einem Telefongespräch kurz bevor und recherchieren noch einmal schnell, um eventuell auch ein Gesicht zur Stimme zu finden. Fotos erzählen Geschichten und

schaffen Sympathie. Weiterhin erhält man ein Gefühl von der Person - ein Gesichtsausdruck, ein Lächeln sagt mehr als tausend Worte und auch die Kleidung repräsentiert die Werte der Person und des Unternehmens. Vertrauenswürdigkeit und Kompetenz sind wohl die häufigsten. Dieser Eindruck bietet Ihnen eine gewisse Orientierung im Umgang mit der Person und öffnet Ihnen somit auch Türen. Fotos geben das Gefühl von Nähe und helfen, die erste Hürde des Kennenlernens leichter zu überwinden. Persönlichkeit ist für die meisten immer noch das A und O und somit oft auch entscheidend für die Zusammenarbeit untereinander - wenn auch vielleicht manchmal nur unterbewusst. Das Foto, das sie vor dem ersten Kontakt gesehen haben, beeindruckt Sie direkt und gibt Ihnen das Gefühl, mit der Person auf einer Wellenlänge zu sein? – Alles richtig gemacht, denn die Unterneh-

mensfotografie erfüllte ihren Zweck und diene als repräsentatives Kommunikationswerkzeug.

Wie bereits erwähnt, sind Unternehmensfotos eine repräsentative Kommunikationsart und können somit auch vermitteln, wo Ihr Unternehmen steht bzw. wo es in einiger Zeit stehen soll. Sie als Unternehmer haben also alles in der Hand und müssen Flagge zeigen. Haben sie keine Scheu davor, sich als Marke zu verkaufen. Sie sind das Konterfei Ihrer Firma und sollten sich auch so präsentieren. Ich als Fotografin mache sehr oft die Erfahrung, dass Unternehmer in einem Fotoshooting doch eher unsicher sind. Nicht jeder fühlt sich eben vor der Kamera direkt wohl oder kann seine Vorstellungen sofort umsetzen. Das kommt nicht von ungefähr - man ist sich selbst nun mal der härteste Kritiker und möchte am Ende des Tages auch



ein gutes Ergebnis sehen. Genau aus diesem Grund höre ich oft Aussagen wie „Da photoshopen Sie aber noch die Falten weg, oder?“ Wie verhält man sich als Fotograf in einer solchen Situation richtig? Die Kunst ist es, feinfühlig mit dem Kunden umzugehen und ihm auf der einen Seite deutlich zu machen, dass es gerade bei der Portaitfotografie darauf ankommt, die Eigenschaften der Person im richtigen Licht zum Vorschein zu bringen. Dazu gehören nun manchmal auch kleine Markel oder Falten. Denn ist es nicht genau das, was die Person auf dem Foto ausmacht und sie so sympathisch wirken lässt, da er eben nicht „perfekt“ aussieht?

GEBEN SIE IHREM

UNTERNEHMEN EIN

GESICHT

Bei der professionellen Unternehmensfotografie ist es die Aufgabe des Fotografen, Sie als Unternehmer so darzustellen, wie Sie als Persönlichkeit wirklich sind, denn dies spiegelt sich ja auch in Ihrem Unternehmen in gewisser Weise wider. Vertrauen Sie also auch öfter mal auf den Rat des Fotografen, denn er weiß, was er auf den Fotos aus einer Person rausholen kann und wie diese dann bei dem Betrachter wirken.

Doch nicht nur Ihr Gesicht spiegelt die Werte und den Status Ihrer Firma wider - auch die Mitarbeiter gehören zu einem Unternehmen.

Um die Präsentation Ihres Unternehmens zu vervollständigen, sollten sie auch diese mit ins Boot holen. Einerseits bietet es sich an, Portraitfotos von den Mitarbeitern machen zu lassen, andererseits kann auch bei der Officefotografie, das heißt bei Fotos während der Arbeit im Unternehmen, ein gutes Bild vermittelt werden.

NOCH FRAGEN?

hallo@sixeyesmedia.de

06661-609860

Gernne unterstütze ich Sie.



GANDAYO

Marketingkonzepte und Umsetzung

GANDAYO NEWS
NÄCHSTE AUSGABE IM DEZ. 2017

AB SOFORT KÖNNEN SIE NEUE ARTIKEL EINREICHEN.
ANNAHMESCHLUSS IST DER 01.11.2017.
FÜR WEITERE INFORMATIONEN KONTAKTIEREN SIE UNS UNTER:

GANDAYO UG

(haftungsbeschränkt)
Brüder-Grimm-Straße 23
36396 Steinau an der Straße
Telefon: +49 6663 41 69 110
Email: info@gandayo.de

SEIEN SIE
DABEI!

DER FISCH FÄNGT VOM KOPF AN ZU STINKEN ANDERS FÜHREN

„Erst einmal gilt es mit Fleiß niederzureißen, um freien Raum für Licht und Luft zu gewinnen, welche überall von selbst sich einfinden, wo ein sperrender Gegenstand weggenommen ist.“

Gottfried Keller

CALLIDITA
offen, konkret und direkt



FRAGEN:

1. Kennen Sie Ihre Stärken und Schwächen bei der Führungsarbeit in Ihrem Unternehmen?
2. Haben Sie eine Strategie Ihre individuellen Werte und Überzeugungen mit Ihrer Führungsrolle und der Unternehmenskultur in Einklang zu bringen?

TLDR:

1. Selbsterkenntnis und ein realistisches Selbstbewusstsein sind die Basis guter und gesunder Führung.
2. Die Effizienz einer Führungskraft ist umso höher, je besser es gelingt die persönlichen Werte zum Maßstab unternehmerischen Handelns werden zu lassen.

Aus 30 Jahren Führung und Führungsberatung sei ein kleines Geheimnis verraten: Unternehmer und Führungskräfte, die eine Weiterentwicklung bei der Führungsarbeit anstreben, motiviert eher selten eine strategische Überlegung, sondern sie fühlen sich von den täglichen Auseinandersetzungen mit Mitarbeitern und Geschäftspartnern übermäßig belastet und genervt. Demotivation und Unsicherheit über die eigene Führungsrolle und -fähigkeit sind der Normalfall.

ROLF GÄRTNER

Geschäftsführer
Callidita Ltd.

An der Hütmauer 1
63599 Biebergemünd
0170/4861324
0 60 50 / 3077 598
www.callidita.com
Email: info@callidita.de

DER FISCH FÄNGT VOM KOPF AN ZU STINKEN

ANDERS FÜHREN

Das ist – man glaubt es kaum – eine gute Basis für die Entwicklung einer starken Führungspersönlichkeit und – damit verbunden – einer produktiven Unternehmenskultur. Schließlich verdanken sich nach der weltweit größten in Deutschland durchgeführten Studie zur Unternehmenskultur mehr als 30% des finanziellen Erfolgs eines Unternehmens diesem Faktor, der entscheidend von den Führungskräften – im Guten wie im Schlechten – geprägt wird. Dies wird mittlerweile auch von staatlicher Seite im Förderprogramm „unternehmensWert: Mensch“ als Bestandteil der Wirtschaftsförderung berücksichtigt. Reflektiert die Führungskraft über sich, hat sie schon den Schlüssel zur Lösung in der Hand. Dabei helfen nicht die massenhaften angepriesenen „Patentrezepte“ zum Führungsverhalten, die nur Sprechmaschinen ohne innere Überzeugung produzieren. Ein anderer Weg dauert zwar länger, erzeugt dafür aber auch nachhaltige Ergebnisse.

Aber Punkt für Punkt.

WAS IST EIGENTLICH

UNTERNEHMENSKULTUR?

Es sind die grundlegenden Überzeugungen und die damit verbundenen Werte und Normen, die das Verhalten der Beschäftigten in einem Unternehmen bestimmen. Entscheidende Faktoren sind die Stellung zu und der Umgang mit den Menschen im betrieblichen Umfeld. Eine Unternehmenskultur zeigt sich vor allem in der Mitarbeiter-, der Kunden-, der Qualitäts- und der Leistungsorientierung. Welches dabei die Inhalte der Unternehmenskultur eines Unternehmens sind, lässt sich nicht pauschalisieren.

Der aufwendigere Weg, diese Werte individuell aus dem Unternehmen selbst heraus zu entwickeln, ist nicht zu vermeiden, will man nicht bei plakativen Parolen landen, die in fast jeder Unternehmensbroschüre oder -homepage zu finden sind.

Gelten in einem Maschinenbau eher mathematische Präzision und technische Finesse als Werte, benötigt

ein projektierendes Unternehmen mehr Ruhe und Übersicht oder misst sich ein Sozialunternehmen hauptsächlich am Wohlergehen der ihm anvertrauten Klienten. Unternehmenskultur so zu formulieren, was dies praktisch im betrieblichen Alltag bedeutet, gibt das Programm vor, das die Führungskräfte an die Mitarbeiter zu vermitteln und bei Abweichungen zu korrigieren haben.

Und dann wird es für Führungskräfte spannend, weil hier deren Überzeugungskraft, Glaubwürdigkeit und Unerschütterlichkeit gefordert ist. Das bedeutet mehr als die branchenspezifischen Wettbewerbsfaktoren. Diese persönlichen Faktoren sind der Kitt, der die sachlichen Unternehmenswerte zusammenhält.

Was bedeutet das für die Führungspersönlichkeit? Einfach formuliert: Sie sollte in sich ruhen. Das ist keine esoterische Floskel, sondern gemeint ist ein sachliches Bild über sich selbst, die Schwächen und Stärken, die Ziele und auch das Unerreichbare; Klarheit über die Ansprü-

AUS EINEM HANDBUCH FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE UND UNTERNEHMENSKULTUR?

„Die Erwartungen werden klar und deutlich formuliert.“

„Kritik wird zeitnah, offen, direkt an den Betreffenden und ohne persönliche Abwertung geübt.“

„Die Geschäftspraktiken und der zwischenmenschliche Umgang sind ehrlich und ethisch vertretbar.“

„Dem Mitarbeiter wird gezeigt, dass gute Arbeit und Einsatz registriert und anerkannt werden.“

NEIN; Dies sind laut der o.a. Studie zur Unternehmenskultur die wichtigsten Erwartungen von Mitarbeitern im Bereich der Kommunikation und Werte an die Führungskräfte. Vielleicht überraschend, dass sich hier Interessen von Mitarbeiter und Führung treffen.

che, von denen man sich immer wieder einfangen lässt, obwohl sie einem Schaden; eine Eigensensibilität für die Verletzlichkeiten und die motivierenden Seiten des privaten und beruflichen Lebens. Anzustreben ist ein rationelles Selbstbewusstsein, das kein „Tschakka“ braucht, weil man sich nichts mehr über sich vorzuspielen braucht.

Der unbefangene Blick auf sich bleibt so selbstkritisch, ohne selbstzweifelnd zu werden, weil die Differenz von Schein und Sein vor sich selbst und anderen aufgehoben wird.

Ein solches Auftreten als Führungskraft ist schon der erste Schritt zu Praxis von Unternehmenswerten, die gerne formuliert, aber selten praktiziert werden: Ehrlichkeit, Fähigkeit zur sachlichen Auseinandersetzung, Selbstkritik und Empathie. So können diese Werte glaubwürdig vertreten werden, um den menschlich und betrieblich förderlichen Umgang miteinander im Alltag konsequent voranzubringen. Dazu gehört auch, die Konflikte, die notwendiger Bestandteile der Führungsaufgabe sind, in produktiver, an den Unterneh-

menswerten orientierter Weise zu lösen. Diese menschlichen Unternehmenswerte erleichtern letztendlich die Umsetzung der fachlich-sachlichen Unternehmenswerte und -ziele.

Im Ergebnis: Die gute Führung von sich selbst ist die Voraussetzung für die gute Führung von Mitarbeitern.

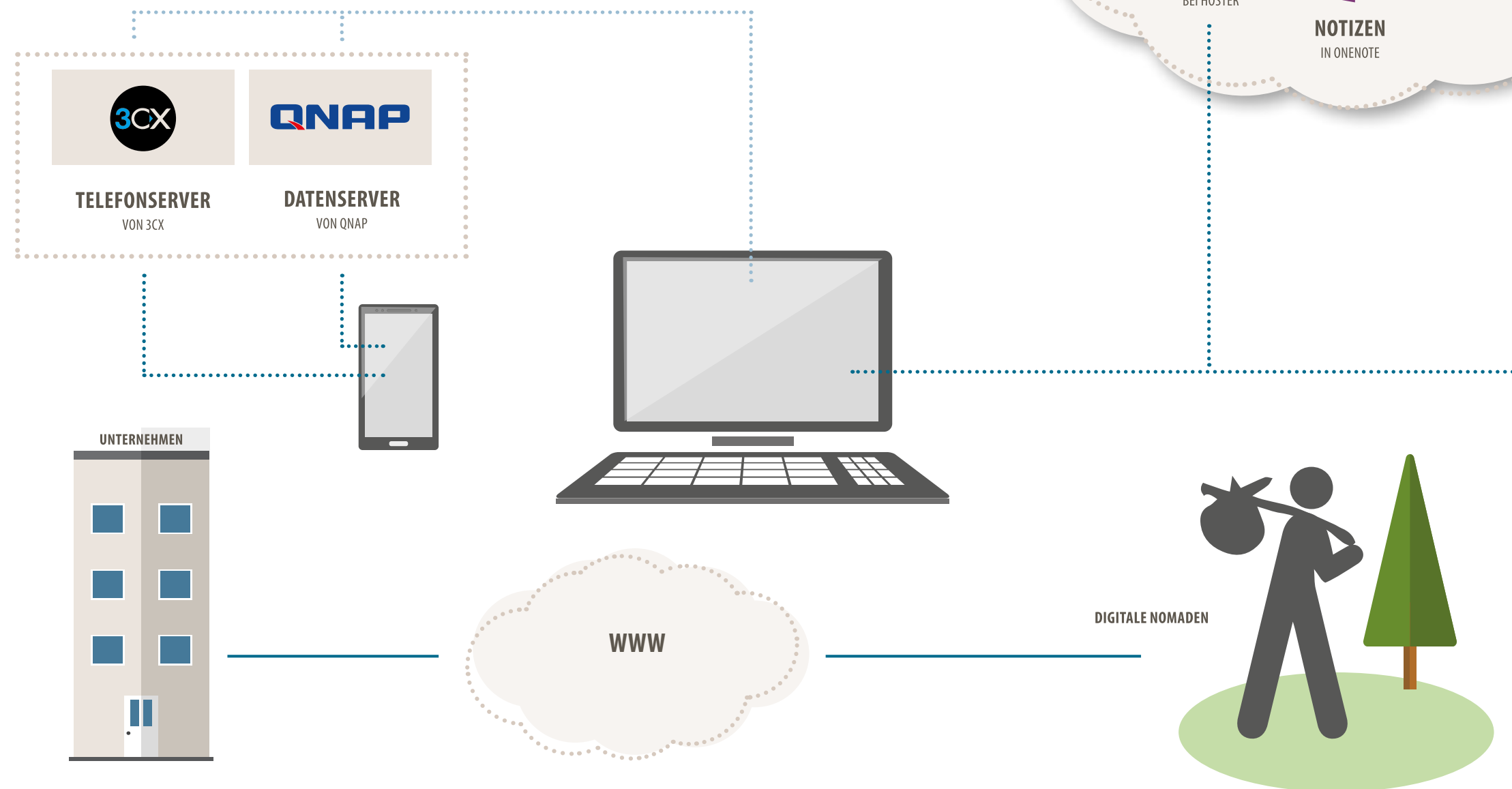
CALLIDITA

WAS SIND EIGENTLICH DIGITALE NOMADEN?

Oft redet man über digitale Nomaden. Es ist eine neue Freiheit von Arbeit, die sich durch das schnelle Internet ergeben hat. Man kann durch Cloud-Lösungen für Telefonanlagen und Datenarchive von überall arbeiten. Handys, Laptops usw. haben höhere Akkulaufzeiten und wir sind einfach frei. Seit einem Jahr lebe auch ich dieses digitale Nomadenleben. Es ist erfrischend, überall arbeiten zu können, wo man möchte und nicht auf sein Büro angewiesen zu sein. Es bringt neue Energie, an Orten

wie mitten in einem Wald oder am See zu arbeiten und die Gedanken neue Wege finden zu lassen. Doch wie geht so etwas? Wir bei Gandayo machen es so:

ENTWEDER IN DER CLOUD ODER LOKAL IM UNTERNEHMEN



DATENSICHERHEIT?

Die größte Datensicherung ist meine Handschrift, sagen viele. Das mag wohl stimmen, wenn es niemand lesen kann. Wenn man aber etwas achtsam mit Verschlüsselungen umgeht, dann kann man hier schon viel erreichen. Wer an Ihre Daten will, kommt an Ihre Daten, so einfach ist das. Selbst PCs, die nicht am Netz sind, sind unsicher durch USB Sticks, wie zahlreiche Viren gezeigt haben. Schränken Sie sich nicht aus Angst ein!

WÄHLEN SIE PASSENDE LÖSUNGEN!

Probieren Sie doch erst einmal mit kleinen Systemen aus, ob es überhaupt Ihr Stil ist, so zu arbeiten.

Dann machen Sie den großen Rollout.

PASSEN SIE PROZESSE AN!

Eine Lösung ist nur dann gut, wenn Sie Ihnen beim Arbeiten hilft und nicht behindert!

UNIFIED COMMUNICATION

Gerade die Telefonie durch Anlagen wie die von 3CX sind sehr günstig und unglaublich flexibel. Telefonieren Sie mit dem Handy, dem Tischtelefon oder der App über die Festnetznummer. Und niemand merkt, dass Sie nicht im Büro sind. Sie sehen all Ihre Kollegen, können Telefonate vermitteln oder Konferenzen starten.

Sie haben Interesse an solchen Lösungen? Dann melden Sie sich bei:



GLOBALCARRIER
we care for communication.

GLOBALCARRIER telecom GmbH
Hauptstraße 22b | 36381 Schlüchtern
+49 6664 55198060 | www.globalcarrier.de

TEAMBUILDING – EIN KINDERSPIEL!?

FRAGEN:

1. Welche Kompetenzen schlummern in Ihren Mitarbeitern, die dringend benötigt und entwickelt werden könnten?
2. Ist Teambuilding für Sie mit einer Weihnachtsfeier und einem Betriebsausflug schon erledigt?
3. Erkennen Sie bei der Einstellung, ob eine Bewerber „teamfähig“ ist?

TLDR:

1. Teambuilding kann ein Spiel sein: Beim Spielen verstellen sich Menschen nur schwer und finden so zu einer ehrlicheren Verhältnis zueinander.
2. Ein Kinderspiel kann unentdeckte Fähigkeiten zum Vorschein bringen.
3. Vergnügen und ernsthafte Arbeit schließen sich nicht aus.

OHNE ZWEIFEL:

*Eine Unternehmensorganisation ist umso schlagkräftiger, je besser die Mitarbeiter zusammenarbeiten.
Der Teamgeist ist der Schmierstoff aller Geschäftsprozesse, an denen mehrere Menschen beteiligt sind.
Und so gibt es kaum eine Stellenausschreibung, ohne die Forderung an den Bewerber nach Teamfähigkeit.*

Stellt man die vielleicht überraschende Frage, was mit Teamfähigkeit eigentlich gemeint ist, bekommt man von den Verantwortlichen zwar noch Antworten, die in etwa da liegen, dass der Mitarbeiter gut mit den anderen zusammenarbeiten soll.

Noch schwieriger wird es, wenn es um Strategien geht, wie man aus einzelnen Mitarbeitern ein Team formt und was dieses Team auszeichnet.

Es sei behauptet: Den Wunsch nach Teamarbeit gibt es, weil sie in den Betrieben keine Selbstverständlichkeit ist. Das ist auch kein Wunder: schließlich ist eine Zusammenarbeit über alle persönliche Aversionen („Den kann ich nicht leiden.“) und formelle Selbstbehauptung („Ich

brauch mir doch von einem anderen nichts sagen zu lassen.“), über Positionskämpfe und betriebsinternen Wettbewerb („Wie kann ich mich darstellen, dass ich den Posten des Abteilungsleiters bekomme und nicht mein Kollege?“) hinweg gefordert. Gegebenenfalls stehen sogar Rationalisierungen an („Wieso soll ich meinen Kollegen unterstützen, wenn bei uns Arbeitsplätze abgebaut werden sollen.“), die die Kooperation beeinträchtigen.

Diese Ausgangssituation stellt an den Teamgeist der Mitarbeiter und die Führung keine geringen Ansprüche.

Was die Mitarbeiter betrifft, so sollen sie sich selbst realistisch einschätzen und einordnen. In der täglichen Arbeit des Teams ist die Fähigkeit zur sachlichen Auseinandersetzung mit dem Kollegen bis zu dem Punkt gefordert, Fehler sich und anderen einzugestehen.

Nur mit einer klaren und selbstbewussten Kommunikation sind die Schnittstellen im Team zu handhaben. Und ohne Empathie, wechselseitigen persönlichen Respekt, fallweise auch berechnete Sympathie lässt sich eine effektive Zusammenarbeit nur schwer realisieren.

Das alles sollte wesentlicher Bestandteil einer Unternehmenskultur sein, zu der die Führungskräfte ihren Beitrag zu leisten haben. Daher ist die Liste der Anforderungen an die Führung, um Teamarbeit zu entwickeln und zu fördern nicht klein. Zusätzlich ist zu beachten,

dass Führungskräfte selbst Bestandteil des Teams sind, für die die gleichen Prinzipien gelten, wie für die Mitarbeiter – mit der Ergänzung, diese Prinzipien vorzuleben.

HINZU KOMMEN WEITERE FÜHRUNGSAUFGABEN:

Wie wird bei der Personalpolitik die Teamfähigkeit überprüft?

Werden Aufgaben im Team den Fähigkeiten der Mitarbeiter entsprechend zugeordnet und wie weit kennt eine Führungskraft diese?

Sind die Aufgaben und der Erfolgsmaßstab des Teams klar formuliert?

Besitzt ein Team den Raum, im Rahmen seiner Aufgabe, eigenständig Entscheidungen zu treffen, um sich zu optimieren?

Wird die Teamleistung anerkannt und auch zählen belohnt oder nur die Individualleistung?

Werden vermeintlich untergeordnete oder gering qualifizierte Tätigkeiten in ihrer Bedeutung für das Gesamtergebnis des Teams erkannt und anerkannt?

Werden bei Fehlleistungen Schuldige oder Fehlerursachen gesucht?

Ohne in die fruchtlose Debatte zu verfallen, ob sich Menschen ändern können oder nicht – das mag sich jeder selber fragen, ob er sich schon mal geändert hat – soll ein Erfahrungswert für interessierte Leser weiter gegeben werden: Teambuilding kann spielerisch vorangebracht werden!

Schon Veranstaltungen wie Weihnachtsfeiern, gemeinsame gesellschaftliche und sportliche Aktivitäten bis hin zu Events, in denen Teamgeist angesagt ist, zielen in die richtige Richtung, auf der zwischenmenschlichen Ebene das Betriebsklima zu verbessern. Der zusätzliche Vorteil eines guten Spiels, das natürlich Spaß machen soll, ist, dass sein Zweck außerhalb betrieb-

licher Interessenkonstellationen liegt. Mit einem Regelwerk versehen, das alle Elemente des Teamworks wie Aufgabenteilung, Kommunikation, Einigung auf Regeln rationeller Zusammenarbeit, Führung, Konfliktlösung, Aufmerksamkeit, Empathie und Perspektivwechsel herausfordert, wird die Eigendynamik eines Teams im Guten wie im Schlechten für jeden Teilnehmer deutlich. Die Freiheit des Spiels wird von den Teilnehmern genutzt und sie geben sich daher auch authentisch.

Dann ist es wirklich ein Kinderspiel, den Teilnehmern zuzutrauen, ihr eigenes Verhalten zu reflektieren und für sich die notwendigen Schlüsse daraus zu ziehen. Es ist allerdings ein haltloses Versprechen,

wenn – wie sich das die eine oder andere Führungskraft wünscht – ein Event allein genügen würde, den Teamgeist langfristig voran zu bringen. Das Commitment, das jeder für sich und gegenüber dem Team trifft, braucht Hege und Pflege durch die Führung, womit wir wieder bei der Liste der Anforderungen an die Führung hinsichtlich der Entwicklung von Teamwork sind.

Also: erst mal das Vergnügen, dann die Arbeit. Zum Beispiel die Büdinger Schnitzeljagd.

*Besuchen Sie unsere Homepage www.callidita.com oder treten Sie gleich mit uns in Kontakt.
Wir freuen uns auf Sie.*

BEWEGT IM BÜRO

MÜDE? ABGESCHLAFFT?

UNKONZENTRIERT? VERSPANNT?



FRAGEN:

1. Sport im Büro? Wie soll das gehen?
2. Stehen Sie auch manchmal auf dem Schlauch?
3. Eine kleine Pause täte Ihnen gut?
4. Wissen Sie für was ein Tennisball alles gut sein kann?

TLDR:

1. Augenaerobic kann alle 2 Stunden wiederholt werden
2. Ein Roller ist ein idealer Motivator für den „kurzen Dienstweg“
3. Kleine Hilfestellungen ermöglichen ein effizientes Arbeiten.

AUGENAEROBIC

Gönnen Sie Ihren Augen eine Bildschirmpause: Bewegen Sie Ihre Augen im rhythmischen Wechsel nach rechts/links, oben/unten, dann lassen Sie sie einmal mit dem Uhrzeigersinn und einmal gegen den Uhrzeigersinn kreisen.

Wiederholen Sie 3- bis 5-mal den gesamten Ablauf und gönnen dann Ihren Augen eine Ruhepause – lassen Sie Ihren Blick ins Leere schweifen – am besten ins Grüne (das könnte auch eine grüne Wand o.ä. sein) – 1 bis 2 Minuten. Zum Abschluss schließen Sie die Augen, 1 Minute. Jetzt sind Ihre Augen wieder fit für die nächsten Stunden. Im Idealfall wiederholen Sie das alle 2 bis 3 Stunden.



HEIKE GRIMME
THERAPEUTISCHE LEITUNG

Stadt-Physio Fulda
Maria-Ward-Str. 3
36037 Fulda
0661 58016620
fulda@stadt-physio.de
www.stadt-physio.de

NACKEN-WORKOUT

a1 Lassen Sie Ihre Schultern in beide Richtungen kreisen, machen Sie die Bewegung so groß wie möglich. Senken Sie den Kopf auf die Brust und bewegen Sie ihn in einem sanften Bogen zur rechten Schulter, dann zur linken.

a2 Halten Sie den Kopf auf der Brust, falten die Hände hinter dem Rücken und ziehen die Schulterblätter so weit wie möglich zusammen. Der Kopf sollte dabei auf der Brust ruhen.

a3 Greifen Sie mit den Händen abwechselnd Richtung Decke und machen Sie dabei Ihre Seite lang.

a4 Falten Sie die Hände vor dem Körper und schieben Sie sie auf Brusthöhe nach vorne. Der obere Rücken wird dabei ganz rund, ziehen Sie die Schulterblätter weit auseinander.

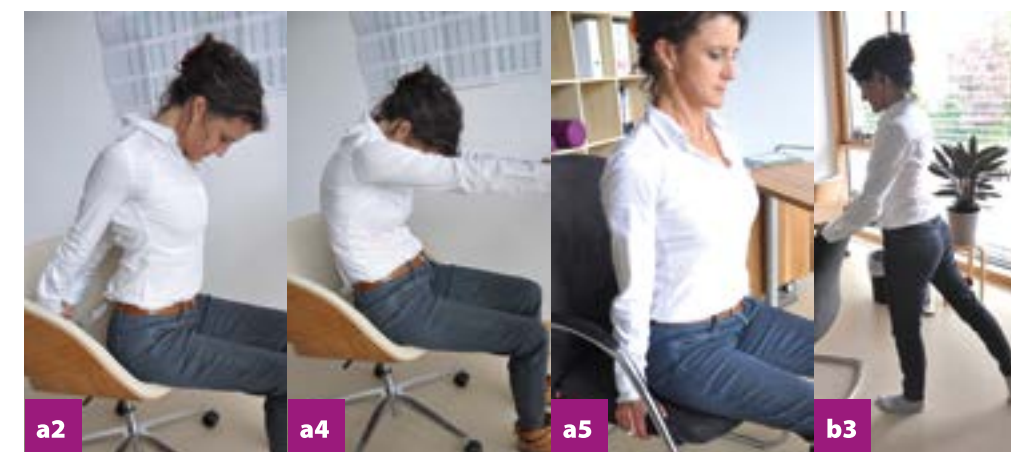
a5 Drücken Sie beide Hände neben dem Körper mit gestreckten Armen in den Stuhl, machen Sie sich lang und schieben den Kopf Richtung Zimmerdecke. Der Nacken sollte ganz lang werden.

GEHEIMWAFFE TENNISBALL:

Spannungspunkte können Sie mit einem Tennisball (in der Schreibtischschublade) effektiv bearbeiten. Stellen Sie sich mit dem Rücken zur Wand, legen Sie den Tennisball an die schmerzhafteste Stelle und lehnen Sie sich mit Druck dagegen. Halten Sie diesen Druck konstant (ohne Bewegung) 20 sec. bis 2 min. Auf diese Weise können Sie Ihre gesamte Schultergürtelmuskulatur bearbeiten.

FOOTLOOSE

b1 Im Sitzen: Heben Sie kraftvoll die Fersen, senken Sie sie wieder und ziehen dann die Fußspitzen hoch. Wiederholen Sie das im rhyth-



mischen Wechsel 10-mal. Strecken und beugen Sie die Kniegelenke.

b2 Stehen Sie auf und wiederholen Sie die erste Übung im Stand.

b3 Gehen Sie hinter Ihren Stuhl, halten Sie sich falls nötig an der Lehne fest. Bringen Sie ein Bein nach hinten, tippen Sie mit der Fußspitze auf, so dass Ihre Hüfte ganz gestreckt ist. Wechseln Sie wieder rhythmisch mit dem anderen Bein ab.

b4 Gehen Sie in die Hocke, Fersen bleiben dabei auf dem Boden, halten dort 5 sec. und kommen wieder nach oben – 10 Wiederholungen.

DIE BESTE HALTUNG?

... IST DIE NÄCHSTE!

DIE richtige Haltung gibt es nicht, verändern Sie so oft wie möglich Ihre Sitzposition! Achten Sie nur darauf, dass Ihr Kopf gerade bleiben kann, d.h. dass Sie das Kinn nicht nach vorne raus schieben.

Stehen Sie so oft wie möglich auf, machen Sie „inhouse“ kurze Wege statt zum Telefon zu greifen, nehmen Sie die Treppe statt des Fahrstuhls oder wie wäre es mit einem Roller für den Gang...? Gehen Sie in der Mittagspause raus! Oder kennen Sie noch die Hüpfbälle aus Kindertagen? Super Pausenbeschäftigung – 30 sec. hüpfen bringt Sauerstoff für 2 Stunden in Ihren Körper (und ins Gehirn)!

ANIMATION?

Wie wäre es mit einem motivierenden Song zur Begleitung? Und schon haben Sie Ihre eigene Büro-Aerobic-Einheit – probieren Sie es aus! Oder tanzen Sie einfach mal zu Ihrem Lieblingssong ab – das macht gute Laune, macht wach und motiviert für den Rest des Tages.

Hier ein paar passende „Animations-Working-Song“ Beispiele:

Donna Summer:
She works hard for the money
Dolly Parton: 9 to 5
Bruce Springsteen:
Working on the highway
Huey Lewis & The News:
Working for a living
Lovarboy:
Working for the weekend
Bachmann & Turner:
Taking care of Business
Bon Jovi: Because we can
Pointer Sisters: I'm so excited

Gerne zeigen wir auch Ihren Mitarbeitern, wie einfach es ist, neue Motivation zu tanken. Die gesetzlichen Krankenkassen Ihrer Mitarbeiter unterstützen dies bis zu 100%!

Viel Spaß wünscht Ihr Experte für betriebliche Gesundheitsförderung:
Ihr Team der Stadt-Physio Fulda

DER SYSTEMBERATER

„Franchising ist ein auf Partnerschaft basierendes Absatzsystem mit dem Ziel der Verkaufsförderung. Der sogenannte Franchisegeber übernimmt die Planung, Durchführung und Kontrolle eines erfolgreichen Betriebstyps. Er erstellt ein unternehmerisches Gesamtkonzept, das von seinen Geschäftspartnern, den Franchisenehmern, selbstständig an ihrem Standort umgesetzt wird.“

DEUTSCHER FRANCHISE VERBUND



FRAGEN:

1. Wie lange dauert Franchise?
2. Was ist ein Pilot?
3. Kennen Sie den Unterschied zwischen Soft und Hard Franchise?

TLDR:

1. Überstürzen Sie keine Expansion
2. 12 bis 18 Monate sind nötig um belastbare Zahlen in einem Benchmark zu ermitteln. Die Branche ist ein entscheidender Faktor

... ES WAR EINMAL,

da ist ein Unternehmer Anfang des Jahres auf mich zugekommen, der aus einem bestehenden Geschäft (Filiale) bis Ende des Jahres noch mindestens 4 weitere Filialen eröffnen will, ohne dabei das sowohl finanzielle und personelle Risiko alleine tragen zu müssen.

Ich habe ihn gefragt, ob er sich schon einmal Gedanken zum Thema Franchise gemacht hat. Selbstverständlich, war die Antwort, aber was kostet das und wie lange ist die Vorlaufzeit? Dies waren nur zwei Fragen bzw. Punkte, die dann in mehreren Gesprächen besprochen worden sind.



DIRK SCHMIDT

Geschäftsleitung
Der Systemberater
Petersweiher 24
35394 Gießen
info@dersistemberater.de
www.derfranchiser.de

Als erstes müssen wir einen Shop haben, den wir als Piloten nehmen können. Was ist ein Pilot, bin ich gefragt worden. In einem Pilotstandort werden alle Prozesse, Kosten, etc. getestet, um dann nach einer Laufzeit von mindestens 12-18 Monaten aussagekräftige Zahlen zu haben, die man dann einem Interessenten vorlegen kann.

Da ist dann das Argument gekommen, ich möchte nicht noch eine zweite Filiale zum Testen nehmen. Ich habe ihm erklärt, dass man wunderbar die bestehende Filiale nehmen kann (inkl. dem vorhandenen Personal) und die Buchhaltung, Strukturen, etc. so ändern muss, als ob die Filiale von einem Franchisenehmer geführt wird.

Nach ca. 14 Monaten standen die Prozesse, der Franchisevertrag war geschrieben, die Regionen der Expansion standen fest, die technische Hardware war gefunden, die buchhalterischen Vorgaben für den Franchisenehmer waren definiert, etc..

Tipp: Bei der Expansion ist zu berücksichtigen, welche Produkte man verkauft (z.B. Lebensmittel oder Textil).

Die Kosten, die der Pilot verursachte, waren nur geringfügig höher als bei der bestehenden Filiale, da man div. Prozesse, etc. auf Machbarkeit testen musste. Als Expansionsziel ist definiert worden, 3 - 5 Filialen pro Jahr. Maximal.

Man hat sich darauf geeinigt, dass man sowohl das Softfranchisesystem wie auch das Hardfranchisesystem anbieten möchte. Dies hat den Vorteil, dass man auch qualitativ sehr gute Interessenten in das System holen kann, die aber nicht über Investitionsmöglichkeiten von z.B. 100.000,00 € oder mehr verfügen.

Möchten Sie Ihre Idee auch duplizieren und suchen Sie noch einen Architekten, der Sie unterstützt, freue ich mich von Ihnen zu hören.

DER SYSTEMBERATER

WARUM DIE RICHTIGE ARZTWAHL AUCH CHEFSACHE IST

 DIE RÜCKENEXPERTEN
WIRBELSÄULENZENTRUM
FULDA | MAIN | KINZIG



DR. EICHLER, DR. HÖLPER
& KOLLEGEN

Wirbelsäulenzentrum
Fulda | Main | Kinzig

Praxis Fulda
Maria-Ward-Straße 3
36037 Fulda
Tel.: 0661 48 04 86 0

Praxis Gelnhausen
Hailerer Straße 16
63571 Gelnhausen
Tel.: 06051 91 67 40

Praxis Hanau
Am Frankfurter Tor 19
63450 Hanau
Tel.: 06181 27 26 74 0

FRAGEN:

- **Ihre Mitarbeiter leiden unter Rückenschmerzen** – was tun Sie als Unternehmer für Ihre Mitarbeiter?
- **Sollte die Sorge** um und für Mitarbeiter Teil einer Unternehmenskultur sein?
- **Wo fängt Fürsorge an**, wo hört sie auf und wird wo wird sie als unerwünschte Einmischung aufgefasst?

TLDR:

- Arbeitgebergesteuerte Kontakte zu Gesundheitsdienstleistern können eine Ökonomisierung im Krankheitsfall erwirken.
- **Betriebliches Gesundheitsmanagement als gelebte Fürsorge vermittelt Glaubhaftigkeit und schafft Vertrauen zwischen Arbeitgeber und -nehmer.**

Betriebliche Gesundheitsförderung kann viel mehr bedeuten als vergünstigte Eintrittspreise beim benachbarten Bowlingbetrieb oder einen Zuschuss zum Tanzkurs. Modernes Unternehmertum sollte gerade in Zeiten der Knappheit qualifizierten Personals die Mitarbeitergesundheit im Blick behalten. Fürsorge schafft Vertrauen und eine nachhaltige Verbindung zum Betrieb. Ein Netzwerk im Gesundheitsdienst kann präventiv wie kurativ Lösungen schaffen, die man ansonsten aufwendig und jedes Mal aufs Neue erarbeiten muss.

„Meine Nackenschmerzen sind ja eine ganz logische Konsequenz meiner Bildschirmtätigkeit“. Diese und ähnliche Zuordnung körperlicher Beschwerden zu täglichen Belastungen am Arbeitsplatz kennt jeder. Dabei wird dem Arbeitsplatz und damit dem eigenen Betrieb ganz selbstverständlich ein gesundheitsschädigendes Moment zugewiesen, das die Beziehung zum Unternehmen nicht positiv beeinflussen kann. Der Arbeitsplatz macht krank.

Logische Folgen, die sich ganz natürlich entwickeln, sind Aspekte wie Motivationsabnahme und ein verändertes Selbstbild. Krankheitsbedingter Ausfall ist ein weiterer Aspekt in diesem Kontext, der die Produktivität reduziert und die Belastung für die „verbliebenen“ Mitarbeiter erhöht.

Arbeit 2.0 ist mehr als „das halbe Leben“. Unser Anforderungsprofil hat sich entscheidend verändert. Wir verbringen häufig mehr Zeit am Arbeitsplatz als bewusst (eben ausgenommen die Schlafenszeit) zuhause. Körperliche Belastungen im Betrieb wurden über die Jahre ersetzt durch neue Anforderungsprofile wie längere Phasen der Erreichbarkeit über den Dienst-

schluss hinaus und höhere Einzelverantwortung. Wenn nun also das Unternehmen Teile der ehemals privaten Tagesbereiche übernimmt und damit an Stellenwert gewinnt, muss oder sollte es dann nicht auch Verpflichtungen aus dieser Rubrik übernehmen? Ein Ansatz dazu sind Kooperationen mit Gesundheitsdienstleistern aus unterschiedlichen Fachbereichen. Gezielte Angebote aus dem Präventivbereich wie die finanzielle Unterstützung bei Mitgliedschaften in Kraft- und Fitnessstudios sind etablierte Instrumente in dieser Frage. Doch wie sieht es aus mit schneller Diagnostik und Therapie bei akuten Erkrankungen und sonstigen medizinischen Fragestellungen? Größere Facharztpraxen bieten bereits heute Kooperationsmodelle an, in deren Rahmen schnelle Termine ganz ähnlich wie im Privatsektor vergeben werden. Die kassenärztliche Versorgung ermöglicht über Kennzahlen wie Leistungsvolumina eine Termingestaltung, die zügige Vorstellungen und Problemlösungen in diesem Rahmen umsetzbar macht. Dadurch können lange Krankheitsphasen in Wartezeit auf einen Facharzttermin vermieden und Produktivität erhöht werden.

Die Gesundheitsdienstleister halten in diesen Komplexen personelle wie infrastrukturelle Ressourcen bereit, die diese Gestaltungsfreiräume ermöglichen.

Natürlich bleiben Grundrechte wie die freie Arztwahl unangetastet. Mitarbeiter, die medizinischen Rat von Kooperationspraxen des Betriebes nicht wünschen, können wie zuvor selbstständig Termine mit Wahlärzten vereinbaren oder Zweitmeinungen einholen. Deren Krankheitsverlauf wird durch ein mögliches betriebliches Management nicht positiv oder negativ beeinflusst. Für Ratsuchende, die den Empfehlungen des Unternehmens folgen können, ergeben sich hingegen entscheidende Vorteile in privatem wie beruflichem Zusammenhang.

Arbeit ist mehr als unser halbes Leben – moderne Unternehmen wie Mitarbeiter haben das verstanden und nutzen Kooperationsmodelle zu medizinischen Dienstleistern gezielt, um Arbeitsklima und Produktivität positiv zu verstärken.

Gerne entwickeln wir für Sie individuelle Konzepte zum Thema Rückengesundheit – Sprechen Sie uns an!

Die große Fachmesse ist vorbei und wir interviewten Herrn Mispels zu seinen Erfahrungen und Vorsätzen. Das zweite Interview folgte kurz vor der Messe in diesem Jahr.

WIE WAR DIE MESSE FÜR SIE?

Ich habe viele interessante Gespräche geführt. Neue Partner kennen gelernt, alte Netzwerkpartner die ich ein Jahr nicht gesehen hatte wieder getroffen. Wir wollen ein paar alte Projekte anstoßen, da es jetzt genau an der richtigen Zeit ist.

SIND SIE MIT DER VORBEREITUNG ZUFRIEDEN?

Ja, für die kurze Zeit, die wir hatten war alles perfekt. Ein paar Rollups und die Flyer die wir sowieso noch hatten. Unsere Agentur hat über Nacht noch schnell ein paar Visitenkarten gedruckt. Mehr braucht man ja nicht als alter Messehase. Nächstes Jahr müssen wir aber trotzdem mal etwas innovatives bringen. Der Stand müsste überholt werden und ein paar Produktflyer wären ganz nett. Die Bilder sind steinalt.

WAS MACHEN SIE JETZT NACH DER MESSE?

Erst einmal die ganze Arbeit, die liegen geblieben ist, aufholen. Es graut mich schon, wenn ich nur auf mein Handy gucke. 120 ungelesene Mails und 20 Anrufe, die ich noch abarbeiten muss. Aber nächste Woche telefoniere ich die neuen Kontakte nach.



Die letzte Messe Interview

Denn wer nicht mit der Zeit geht – Der geht mit der Zeit.

Wir haben uns vor einem Jahr das letzte Mal gesehen.

WIE WAR IHR VERKAUFSERFOLG DER LETZTEN MESSE?

Wissen Sie, eigentlich wollte ich gar nicht wieder herkommen. Aber dann denken die Leute man wäre nicht mehr am Markt. Ich habe kein Geschäft generiert und dafür 10 000 Euro für den Stand bezahlt. Und jetzt schon wieder der ganze Stress. Ich muss Geld verdienen und mir hier nicht die Beine in den Bauch stehen.

WIE VIELE KUNDEN HABEN SIE KONTAKTIERT?

Ich habe doch keine Zeit für so was, wir haben unsere IT umgestellt, das war ein riesen Akt, bis da alles wieder gelaufen ist. Da wären wir fast zugrunde gegangen dran. Die hatten doch alle meine Karte, hätten mich doch mal anrufen können.

WIE SIEHT DIE INNOVATION AUS, DIE SIE UNS LETZTES JAHR VERSPROCHEN HABEN?

Innovation? Warum rede ich überhaupt noch mit Ihnen, haben Sie nicht verstanden, dass wir zu tun hatten? Entschuldigung, das Gespräch ist hier beendet. Zeitverschwendung.

Dieses fiktive Interview soll überspitzt zeigen, dass viele Unternehmer das Problem der berühmten Sägenparabel haben. Wer seine Säge nicht schärft, der schneidet mit mehr Kraft und wird nicht so produktiv sein. Haben Sie Mut, neue Märkte zu betreten, alte Gewohnheiten zu verlassen und sich selbst neu zu erfinden. Denn wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit.

WARUM EINEN VEREIN FÖRDERN?



FRAGEN:

1. Wissen Sie in welchen Vereinen Ihre Mitarbeiter aktiv sind?
2. Haben Sie eine Verbindung zur Vereinsarbeit?
3. Warum sollte man überhaupt Vereine fördern?

TLDR:

1. Vereinsförderung erhöht die Mitarbeiterbindung, weil man das Privatleben honoriert.
2. In Vereinen werden zahlreiche Geschäfte abgeschlossen.
3. Vereine übernehmen Aufgaben, an welchen Institutionen scheitern.

Fördervereine stellen zivilrechtlich keine Sonderform des Vereins dar. Es handelt sich um „gewöhnlich“ eingetragene Vereine im Sinn des BGB. Für Satzung, Mitgliedschaft, Vorstand usf. gelten keine Sonderregelungen.

Die Besonderheit von Fördervereinen ist eine rein steuerliche: Sie stellen eine Ausnahme vom gemeinnützigkeitsrechtlichen Grundsatz der Unmittelbarkeit dar. Statt selbst im Sinne der Satzungszwecke tätig zu werden, beschaffen sie lediglich Mittel für andere gemeinnützige oder öffentlich-rechtliche Körperschaften (Vereine oder Stiftungen), die selbst gemeinnützig (steuerbegünstigt) sind oder Körperschaften des öffentlichen Rechts, die die Mittel für steuerbegünstigte Zwecke einsetzen.



HANS-LUDWIG WALTHER
FÖRDERVEREIN SG SCHLÜCHTERN
Mobil: 0151 15286114
Email: hl.walther@hsg-kinzigtal.de



DIETER GRAUEL
FÖRDERVEREIN ABT.
HANDBALL TV STEINAU
Mobil: 0151 70851842
Email: d.grauel@hsg-kinzigtal.de
www.hsg-kinzigtal.de

In welcher Form die Mittel weitergegeben werden, spielt keine Rolle. Es kann sich dabei um Geldzuwendungen, Sachmittel oder andere wirtschaftliche Vorteile handeln.

BEISPIEL

HANDBALLSPORT:

„HSG Kinzigtal.“ Ein starker Partner. Der Handballsport in Steinau und Schlüchtern hat eine große Popularität und bietet den Zuschauern die Möglichkeit einer Freizeitgestaltung mit einem hohen Unterhaltungswert. Die Sportart Handball bietet ausgezeichnete Möglichkeiten, eine Partnerschaft aufzubauen, die zum

einen dem Partner/Sponsor zahlreiche Chancen bietet, seine Zielgruppe mit hoher Intensität und Effizienz sowie großen Sympathiewerten anzusprechen, zum anderen dem Sport die notwendige Unterstützung gibt. Ohne die tatkräftige Unterstützung von Unternehmen ist Breiten- und Spitzensport heute nicht mehr aufrecht zu erhalten! Im modernen Sponsoring werden Partnerschaften eingegangen. Ziel unserer Arbeit ist es, Leistung und Gegenleistung in einem ausgewogenen Verhältnis zu definieren. Deshalb haben wir Leistungspakete mit klar formulierten Werbe-rechten zusammengestellt. Jedem Unternehmen kann so ein maßgeschneidertes Angebot unterbreitet werden. Als Partner oder Sponsor.

Selbstverständlich entwickeln wir im Dialog mit Ihnen auch ein ganz individuelles Angebot nach Ihren Vorstellungen und stellen Ihnen gerne ein Werbepaket zusammen, das direkt auf Ihr Unternehmen zugeschnitten ist.

Wir können Ihnen Möglichkeiten aufzeigen, wie Sie zur Erreichung Ihrer Ziele noch erfolgreicher agieren können. Wie Sie auf neuen Kommunikationswegen Ihre Unternehmensbotschaft transportieren können. Wie Sie mit einer großen sportlichen Zielgruppe kommunizieren können.

WISSENSMANAGEMENT MIT PODCASTS



FRAGEN:

1. Was sind eigentlich Podcasts?
2. Wie helfen mir Podcasts dabei, Informationen unter meinen Mitarbeitern zu verbreiten?
3. Kann ich Podcasts sinnvoll in meinen Marketingmix integrieren, um mehr Kunden zu erreichen und bestehende Kunden noch enger an mein Unternehmen zu binden?
4. Sind Podcasts ein teures und aufwändiges Medium?

TLDR:

Podcasts sind Audioformate, die regelmäßig neu erscheinen und zu jeder Zeit auf Abruf zur Verfügung stehen. Podcasts basieren auf dem Abonnement-Prinzip, sodass neue Episoden automatisch, aber passwortgeschützt den Abonnenten erreichen.

Podcasts erreichen immer die Richtigen.

Mitarbeiter erhalten flexibel Informationen rund um das Unternehmen. Firmenphilosophie, Neuigkeiten, Kompetenzen und Informationen, beispielsweise zu neuen Produkten, können effektiv kommuniziert werden.

Podcasts können informativ und unterhaltend gestaltet werden.

Spannend aufbereitete Inhalte steigern in der externen Kommunikation die Bindung von Kunden zum Unternehmen.

Podcasts haben eine geringe Vorlaufzeit und sind günstig zu produzieren. Sie sind ein perfektes Medium zur Kommunikation aktueller Neuigkeiten.



DANIEL JOBST

Bahnhof38
Tonstudio | Musikproduktion
Veranstaltungstechnik

Bahnhofstraße 38
36396 Steinau an der Straße
info@bahnhof38.de
daniel.jobst@bahnhof38.de
Telefon: 06663-4169065
Mobil: 0160-5086451
www.bahnhof38.de

Podcasts erreichen täglich Millionen von Menschen auf vielen unterschiedlichen Plattformen weltweit. Beinahe jeder von uns hat schon einmal einen Podcast gehört.

Podcasts können unterhaltend, aber auch informativ, im besten Falle eine Mischung aus beidem, sein. Und auch werben lässt sich hervorragend mit ihnen.

Podcasts sind Audiodateien, die abonnierbar auf bereits bestehenden Plattformen wie iTunes, speziellen Apps wie Podcast Republic, oder im eigenen Intranet für Mitarbeiter und Kunden zur Verfügung gestellt werden können. Ein Podcast umfasst mehrere Episoden, die in regelmäßigen Abständen für die Hörer bereitgestellt werden. Dabei behandelt ein Podcast meist einen bestimmten Themenbereich. Podcasts sind ein sehr interessantes, noch recht junges Medium und bieten gerade für Unternehmen im Bereich Wissensmanagement ganz neue Möglichkeiten. Auch der Einsatz in der externen Kommunikation bietet viele Möglichkeiten und Vorteile. Unternehmensintern können Podcasts den Wissenstransfer erheblich beschleunigen. Einmal produziert und passwortgeschützt veröffentlicht, stehen sie Mitarbeitern dauerhaft und automatisch auf Abruf zur Verfügung. Diese Flexibilität steigert die Effizienz und die Effektivität des Wissensaustausches. Die Kernzielgruppe von Podcasts innerhalb des Unternehmens stellen Vertriebsmitarbeiter und Berater dar, die wenig Zeit im Unternehmen selbst verbringen, sondern im Außendienst unterwegs sind. Diese können die Podcasts dann in ihren Randzeiten – unterwegs im Auto oder mit der Bahn – nutzen.

Mitarbeiter können so ganz individuell auf Schulungsangebote und aktuelle Informationen des Unternehmens zugreifen. Dies steigert sowohl die Unternehmensbindung als auch die Kompetenzen der einzelnen Mitarbeiter. Durch ständige Aktualisierungen bleibt jeder Beschäftigte, unabhängig von Arbeitszeiten, Arbeitsort und Arbeitsbereich, auf dem neuesten Stand. Komplexe Zusammenhänge können mithilfe von Podcasts schnell und einfach, ohne längere Vorlaufzeit, wie etwa bei zentralen Mitarbeiterschulungen, erklärt und vermittelt werden. Hier helfen auch verschiedene Formate: Podcasts müssen nicht immer nur rein informativ und eintönig sein. Auch eine Aufbereitung des Inhalts in Form von Interviewsituationen oder Rollenspielen und regelmäßig wechselnde Themenbereiche, dennoch immer mit sinnvollem Bezug zum Unternehmen, steigern das Interesse und die Motivation. Während die interne Kommunikation mithilfe von Podcasts auf den effizienten und effektiven Austausch von Wissen ausgelegt ist, bringen auch sinnvoll platzierte Podcasts im Marketingmix einige Vorteile für Unternehmen mit sich. Sinnvoll aufbereitet steigern Podcasts die Bindung der Kunden zum Unternehmen. Mit regelmäßigen Aktualisierungen im Hinblick auf Kompetenzen und Produkte erzielen Unternehmen ganz automatisch ein hohes Interesse bei der bestehenden, aber auch der zukünftigen Kundschaft. Hier kommen wieder die Eigenschaften eines Podcasts zur Geltung: Einmal abonniert, kommen neue Podcasts automatisch beim Kunden an.

*Unternehmenskommunikation,
Kundenkommunikation,
Recruiting*

Podcasts sind immer und überall verfügbar, sie können aus dem Internet heruntergeladen und jederzeit abgerufen werden. So können Kunden ganz flexibel über neue Produkte und Innovationen informiert werden. Die Einsatzmöglichkeiten sind intern und extern sehr vielfältig. Gerade im Hinblick auf das Recruiting: Natürlich können auch Stellenausschreibungen durch Podcasts kommuniziert und so verbreitet werden. Gerade bei der Suche nach Auszubildenden trifft das Format Podcast genau die richtige Zielgruppe.

Podcasts können mit geringer Vorlaufzeit schnell produziert und veröffentlicht werden, beispielsweise in einem festen monatlichen Rhythmus. Die technische Umsetzung ist im Vergleich zu anderen Kommunikationsmitteln, wie etwa Print- oder Bewegtbildmedien, unkomplizierter und schneller. Auch finanziell lohnt sich die Kommunikation mithilfe von Podcasts: Eine Episode lässt sich im Vergleich zu traditionellen Medien günstig produzieren. Gleichzeitig ist die Veröffentlichung durch das Abonnement-Prinzip sehr einfach, die Verbreitung der Podcasts funktioniert beinahe automatisch. Podcasts stellen in der heutigen Zeit eine effektive, zukunftsorientierte und lukrative Ergänzung und Alternative zur traditionellen Unternehmenskommunikation und dem internen Wissensmanagement dar.

ZAHLEN IM COCKPIT

PRC

PRILLER, REINHARD & COLL. GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT



STEFAN AMBERG

GESCHÄFTSFÜHRER
PRILLER, REINHARD & COLL.
GMBH WIRTSCHAFTS-
PRÜFUNGSGESELLSCHAFT
Lindenstraße 20-22
36037 Fulda
Tel.: 0661 92881-9161
Fax: 0661 92881-9190
Email: s.amberg@prc-wp.de
www.prc-wp.de

- den Puls (m)eines Unternehmens
erlebbar machen -

FRAGEN:

1. Fokussieren Sie sich auf das Wesentliche?
2. Können Sie die Berichte des Steuerberaters lesen?
Oder sind sie nur notwendiges Übel?
3. Funktioniert Ihre „Planung“ nur mit Bauchgefühl?

TLDR:

1. Unternehmen müssen funktionieren und nicht nur vor dem Finanzamt Bestand haben.
2. Ein gutes Controlling bewahrt Sie vor bösen Überraschungen.
3. Wenn Sie aufgrund Ihrer Ausbildung kein „Zahlenhengst“ sondern Praktiker sind, gibt es Menschen die Ihnen helfen können.

So, es ist mal wieder soweit: Endlich ist der Jahresabschluss meines Unternehmens fertig. Es war wieder mal ein gutes Jahr. Naja, zumindest bis der Steueroptimierer (-berater) noch einmal etwas „erfunden“ hat, was die Steuerlast – zumindest in diesem Jahr mindert. Ich verstehe zwar nicht was er gemacht hat, aber das ist ja auch egal. Jetzt bin ich zufrieden. Naja fast:

*hätte der Steuerberater nicht so
lange herumgetrödel, und
übrigens könnte dessen Rechnung
auch etwas niedriger sein.....*

Kommen die vorherigen Zeilen Ihnen auch bekannt vor? Na dann herzlichen Glückwunsch! Hoffentlich gehören Sie nicht zu den Unternehmenslenkern bzw. Entscheidungsträgern, die sich mit steueroptimierten Jahresabschlüssen zufrieden geben, sondern mit einem Zahlenwerk, was der Leistungsfähigkeit Ihres Unternehmens entspricht – und nicht dem Finanzamt. Wenn Sie zu den glücklichen Unternehmern gehören, welche eigene Controller beschäftigen, werden Sie wohl wissen, wie es um Ihr Unternehmen steht. Viele Unternehmen beschränken sich jedoch auf die (externe) Finanzbuchhaltung. Die betriebswirtschaftlichen Auswertungen macht der Chef oft selbst, wenn er Zeit und – als studierter Techniker – das Wissen und die Muße dazu hat.

WAS MACHT EIN UNTER-

NEHMEN STARK – WORAUF

MUSS MAN ACHTEN?

Reichen die üblichen Bilanzkennzahlen des Steuerberaters aus oder würden Sie gerne wissen, welche Informationen das Zahlenwerk Ihrer Company noch hergibt. Bevor man sich von der schier Menge an Kennzahlen aus dem Jahresabschluss (meist auf den letzten Seiten des Blätterwerks) erschlagen lässt, sollte man sich Gedanken machen, was für mein Unternehmen relevant ist und welche Kennzahlen mein Unternehmen überhaupt benötigt. D. h. Beschränkung auf das Wesentliche, den sog.

*„key-performance-
indicators“.
Also, den Schlüssel-
kennzahlen –*

am Besten individuell und eben auf Ihr Unternehmen zugeschnitten.

Kennzahlen müssen individuell für ein Unternehmen sein. Indikatoren, welche für einen Personaldienstleister immanant wichtig sind, können für einen Produktionsbetrieb eher weniger interessant sein. Ferner werden oft Branchenkennzahlen in den Abschlüssen sträflich vernachlässigt, weil es sich bei den Jahresabschlüssen des Steuerberaters meist um „Standardware“ handelt. Wie wirken sich die Rohstoffpreise auf Ihre Produkte und Dienstleistungen aus, wie entwickeln sich ähnliche Unternehmen in der Branche oder in der näheren Region. Welchen Einfluss haben Ihre größten Kunden und welche Produkte sind die absoluten Werttreiber. Sofern Sie nicht genau wissen, was Ihre Schlüssell Kennzahlen für den Erfolg Ihres Unternehmens sind, werden Sie vielleicht überrascht sein,

*was man noch alles
aus ihrem Geschäft
herauslesen kann.*

Fragen Sie einfach mal nach....

Nun, wie in den vorherigen Zeilen schon deutlich wurde, kann ein Jahresabschluss ja wirklich unverständlich sein – wenn es einem Unternehmer nicht so wichtig ist und er nicht danach fragt. Besonders bei kleinen Unternehmen ist das öfter so. Außerdem führen steuerliche/ betriebswirtschaftliche Defizite dazu, dass jenes Zahlenwerk aufgrund seiner Komplexität schnell langweilig wird. Gerne kapituliert man und vertraut auf die vorgelegten Zahlen und wendet sich anderen Dingen zu. Schließlich handelt es sich ja auch um Zahlen der Vergangenheit.

Natürlich sind die Zahlen alleine – ohne Vergleiche oder Bildung von Zusammenhängen – wenig aussagekräftig. So werden Jahresabschlüsse ruckzuck zum sog.

„Zahlengrab“.

Daher ist es für einen Jahresabschluss wichtig, dass die Daten verständlich und auch vergleichbar sind. Schließlich soll der Abschluss informieren und nicht verschleiern (zumindest für den Unternehmer). Identifizieren Sie wichtige Kennzahlen und stellen Sie Vergleiche im Zeitablauf und Unternehmen ähnlicher Größe auf. So lassen sich wertvolle Schlüsse für die künftigen Jahre ziehen und ggf. Effizienzpotenziale erkennen – gerade im Fremdvergleich.

Während in der Vergangenheit die Zahlen eines Unternehmens ausnahmslos finanzieller Natur waren, werden mehr und mehr soziale Aspekte und Entwicklungen immer wichtiger. Dies können z.B. Daten über die Personalstruktur, ökologische Aspekte oder den Wert des Unternehmens für die Region sein. Vorallem in Lageberichten mittelgroßer Unternehmen kann man zu solchen Themen Stellung beziehen, die positiv bei den Adressaten aufgenommen werden können. Nicht zuletzt der Endkunde fühlt sich bei einem Unternehmen wohl, welches nachhaltig wirtschaftet und die Ökologie beachtet. Ferner kommt die Achtung sozialer Aspekte besonders gut an.

durchaus das Ansehen eines Unternehmens positiv hervorheben. Auch wenn die Berichterstattung in einem Jahresabschluss bei kleinen und mittelgroßen Unternehmen nicht verpflichtend vorgenommen wird, so ist es jedoch zu empfehlen. Lassen Sie Ihr Unternehmen in einem helleren Licht erscheinen!

Die Rechnungslegung eines Jahresabschlusses in der Zukunft wird klar EU-weit immer näher angepasst. Während bei börsennotierten Unternehmen die Internationalität der Rechnungslegung längst Einzug gehalten hat, hat bei kleinen und mittelgroßen Unternehmen diese spätestens seit der Einführung des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) im Jahr 2009 begonnen. Der Trend geht klar weg vom Gläubigerschutz hin zum sog.

„true and fair view“

– also der Darstellung der tatsächlichen Verhältnisse ohne steuerliche Einflüsse. Bis diese Entwicklung kleine und mittelgroße Unternehmen umfassend erreicht, wird es sicherlich noch einige Jahre dauern – aber die ersten Einflüsse sind bereits erkennbar. Das werden Sie daran gemerkt haben, dass die eine oder andere Rückstellung aus Ihrem Jahresabschluss nicht mehr ansatzfähig ist – zumindest im handelsrechtlichen Jahresabschluss. Hier gilt ausnahmsweise: Abwarten und die Entwicklungen im Blick behalten.

So können Umweltzertifikate, Herkunftsnachweise, die Anzahl von Auszubildenden, Beschäftigte aus dem Landkreis, etc.

Wie funktioniert eigentlich dieses Social Media?

Viele Unternehmer sind aus Angst nicht mit der Zeit gegangen und haben den Socialmedia Zug verpasst. Und jetzt? Ist es doch peinlich zu fragen! Ganz im Gegenteil. Nicht zu fragen und Fehler zu machen ist viel peinlicher. Daher einmal der kleine Social Medias Knigge



Facebook liebt Videos. Die Menschen lieben Hintergrundberichte.



Die schönste Beschreibung für „Instagram“ ist – Twitter, für Menschen, die nicht lesen können.



Xing ist die ein deutschsprachiges Arbeitsnetzwerk. Ähnlich wie damals Wer-kennt-wen durch Facebook abgelöst wurde, wird im Moment Xing durch das US Portal Linked in abgelöst.



„Linked In“ ist die Buisness Variante von Facebook.



„Twitter“ ist ein Kurznachrichtenticker. Wenn Sie nicht mehrmals am Tag etwas zu sagen haben, lassen Sie Twitter bleiben.



„Pinterest“ ist ein bedeutendes Netzwerk, die Traffic-Maschine für Blogs schlechthin.



„Whatsapp“ das Kundenkommunikationsmedium – Viele Menschen nutzen diesen kostenlosen Dienst nicht nur privat.



„Google Plus“, hat es leider nicht geschafft. Google Plus ist tot – sagt selbst google!



„Google Mein Geschäft“ ist ein wichtiges kostenloses Listing Portal von Google.

Keine Ahnung, wie man jetzt damit anfangen soll?

Betreuen Sie Ihre Seite auf Facebook. Erstellen Sie Veranstaltungen, teilen Sie Videos und Fotos von thematisch passenden Seiten. Wechseln Sie Ihr Titelbild und Profilbild oder machen Sie sogar ein Video. Ermu-

tigen Sie die Leute, Sie zu bewerten oder „Einzuchecken“. Erstellen Sie auf Xing oder Linked In eine Gruppe, in die Sie fachkundige Menschen zum Diskutieren über ein Thema einladen. Dass in diesem Themenbe-

reich Ihre Produkte meist die Lösung sind, lassen Sie natürlich keinen direkt wissen, sondern verpacken es elegant.

INFOGRAFIKEN - Sachverhalte einfach malen

FRAGEN:

1. Gibt es Dinge, die Sie immer wieder erklären?
2. Gibt es Sachverhalte, die Sie nicht in Worten ausdrücken können, aber gerne würden?
3. Ist Ihr Produkt zu komplex, um es schnell zu erklären?

TLDR:

1. Der Mensch versteht gemalte Dinge besser als Texte.
2. Wenn man einen Zusammenhang verstehen möchte, muss man ihn aufmalen.

Ich selbst habe mich nun jahrelang gegen das papierlose Büro gewehrt. Wieso? Weil ich immer einen Zettel zum Aufzeichnen brauchte, damit ich verstanden habe, was mir die Kunden erklären wollten und dies auch strukturiert wiedergeben konnte. Verschiedenste Mind-Map-Software oder technische Zeichensoftware stellten mich immer wieder vor die Herausforderung, dass sie nicht so frei waren wie mein Stift und mein Zettel. Mittlerweile habe ich dies durch ein Touchpad mit Stift gelöst, aber des Pudels Kern ist ein anderer.

Die komplexesten Zusammenhänge in IT und Industrie oder aber auch bei Dienstleistungen sind meist so verzahnt, dass man sie



TIM SCHÄTZKE

GANDAYO UG
(haftungsbeschränkt)
Brüder-Grimm-Straße 23
36396 Steinau an der Straße
Telefon: +49 6663 41 69 110
Email: info@gandayo.de

WWW.GANDAYO.DE

nur schwer in Worten ausdrücken kann. Worte sind aber auch immer nur ein „Hilfsmittel“ zum Aufzeichnen von Dingen. Wenn Sie beispielsweise den Strand ihres Lieblings-Urlaubsortes in Worten beschreiben sollten, würden Sie sicher eine Seite Text zusammenfassen können. Ein Foto würde die Sache viel einfacher machen, wenn man an diesem entlang erklären könnte. Und gleichzeitig gäbe es viel weniger Missverständnisse. Wieso dies so ist, könnte ich Ihnen jetzt in ewigen Medientheorien zusammenfassen, aber dies würde eher ermüdend als spannend werden.

Was hingegen spannend ist, ist die Tatsache, dass man mit Infografiken sogar Dinge „fotografieren“ kann, welche man eigentlich nicht abbilden kann. Nämlich Dienstleistungen. Wie hängen diese zusammen?

Welche Teile hat die Leistung? Eine ganze Landkarte von Möglichkeiten. Die unbewegte Form dieser Bilder nennt man „Infografiken“. Diese werden mittlerweile oftmals auch in Magazinen genutzt, um Zahlen und Statistiken ansprechend und verständlich zu präsentieren. Wir haben zum Beispiel einmal den Städtischen Haushalt in eine Infografik gepackt, um ihn den Bürgern verständlicher zu machen.

Der nächste Schritt ist dann, dies in einer Präsentation zu verarbeiten. Ein junges tschechisches Unternehmen hat hierfür die Präsentationssoftware „PREZI“ erfunden. Diese vereint alle Vorteile von Youtube und Powerpoint in einem. Der Präsentationsgrundsatz ist einfach. Anstelle der langweiligen Folienpräsentation, welche den Over-head-Projektor digitalisiert hat, fährt bei Prezi eine Kamera über eine Oberfläche,

MARKETING IST UNSERE PASSION



GANDAYO

Marketingkonzepte und Umsetzung

GOOGLEN SIE NACH
„BESTE PREZI 2015“
UND SCHAUEN SIE SICH
DIE PREZI DER CEVA
LOGISTICS MAARSSSEN AN.

auf welcher die einzelnen Präsentationselemente liegen.

Durch Zooms & Fahrten

bleibt die Präsentation

interessant

und gleichzeitig ist der Sachverhalt in einen roten Faden eingebettet. Eine Methode, die wir sonst nur von Gedächtniskünstlern kennen. Welche Präsentation bleibt also wohl besser im Gedächtnis? Die Powerpoint oder die Prezi?

Schauen Sie sich doch einfach einmal ein paar Prezis an. Wir helfen Ihnen gerne bei ihrer ersten eigenen Präsentation der Neuzeit.

UNTERNEHMENS- KOMMUNIKATION

INHALTE ZU PAPIER BRINGEN – SO GELINGT ES

Content wird immer wichtiger: ob nach innen oder außen, ob in Kleinunternehmen, Mittelstand oder Konzern. Ganz klar haben Geschäftsführer, Führungskräfte und Unternehmer sehr viel Erfahrung, Wissen und damit Input. Doch die Zeit zum Schreiben? Nicht wirklich. Wie Sie sich selbst überlisten, lesen Sie hier.

natalie
harapat

FRAGEN:

1. Ihnen fehlt die Zeit für Blogs, Pressemitteilungen, Social Media und Newsletter?
2. Kennen Ihre Kunden bereits all Ihre Innovationen, Neuigkeiten und Produkte?
3. Sie sind so schnell gewachsen, Ihre Mitarbeiter verstehen gar nicht mehr, auf welcher Grundlage Sie Entscheidungen treffen?

TLDR:

1. Unternehmensinterne Kommunikation benötigt eher Disziplin als Zeit.
2. Nutzen Sie Ihr Handy, um Ihre Ideen zu sammeln, in Ihrem Kopf bringen Sie diese nicht weiter.
3. Ein Redaktionsplan mit festen Zielen ist Goldwert.
4. Finden Sie Ihre Zeit zum Schreiben.

Nachts nicht geschlafen, das Unternehmen im Hinterkopf, die Zahlen stimmen nicht, Herr Mayer kommt mit Problem X, wenn Sie sich nicht um die Ausschreibung kümmern, stehen Mitarbeiter bald auf der Straße – Unternehmer, Führungskraft, Geschäftsführer-sein ist ein anspruchsvolles und zeitrauben-

des Beschäftigungsfeld. Im aktuellen Tagesgeschäft verpuffen dann die ganzen Neuigkeiten, die guten Ideen, die neuen Produkte. Aber bei dem allen auch noch Blogartikel schreiben? Sich Inhalte für Social Media überlegen? Newsletter verfassen? So gut wie unmöglich.

CONTENT WIRD IMMER WICHTIGER

Im Wettbewerb ist es wichtig zu zeigen, wer man ist und was man kann. Viele Unternehmen halten aber mit ihren tollen Produkten und Dienstleistungen so hinter dem Berg, dass niemand jemals erfährt, dass es sie gibt oder niemand versteht, worin die Leistung besteht. Auch Mitarbeiter wissen immer seltener, welche Werte die Geschäftsführung hat und können deshalb häufig nicht nachvollziehen, warum bestimmte Entscheidungen getroffen wurden.

ÜBERLISTEN SIE SICH SELBST

„Natürlich nicht, wer soll das denn auch noch schaffen?“, bekomme ich als Ghostwriterin regelmäßig zu hören, wenn ich nach Unternehmenskommunikation frage. Selbstverständlich gibt es immer die Möglichkeit, diese Tätigkeiten abzugeben, doch mit dem ein oder anderen Tipp klappt's auch alleine. Mit den folgenden überlisten Sie Ihren inneren Schweinehund:

WARUM IMMER GLEICH SCHREIBEN?

Vielen Menschen fällt es wesentlich leichter zu sprechen. Wenn ich Sie

nach Neuigkeiten frage oder Themen, die Sie gerade beschäftigen, können Sie mir ganze Bücher erzählen. Nutzen Sie das und nehmen Sie Ihre Ideen für Inhalte mit Ihrem Handy in Form von Sprachnachrichten auf. So haben Sie immer eine Idee zur Hand, über die Sie schreiben können sowie eine Situation, bei der Ihnen die Idee gekommen ist – also einen Storytelling-Ansatz.

STRUKTUR UND PLANUNG

Wenn Sie sich nicht das Ziel setzen, Artikel zu schreiben, werden Sie keine schreiben. Wenn Sie sich zwar das Ziel setzen, aber keine Deadline, werden Sie auch keine schreiben. Fertigen Sie sich einen festen Redaktionsplan an, überlegen Sie sich, wie oft Sie etwas veröffentlichen wollen und wann Sie diese Inhalte erstellen. Ich empfehle Ihnen, den Plan auch bereits mit Themen zu füllen. Wenn Sie im Moment des Schreibens etwas anderes im Sinn haben, umso besser. Aber es gibt nichts Schlimmeres, als ideenlos vorm leeren Blatt zu sitzen – gerade in Ihrer Position ist das reine Zeitverschwendung und wird dazu führen, dass es das erste und letzte Mal war.

WANN HABEN SIE DEN KOPF FREI?

Es gibt zwei ruhigere Phasen am Tag: sehr früh morgens und sehr spät abends. Wer es nicht schafft, das Schreiben in den Alltag zu integrieren, dem empfehle ich mal beide Zeiten für sich auszuprobieren, denn beide haben eines gemeinsam: Ruhe. Um 5 Uhr klingelt noch nicht

das Telefon, kein Mitarbeiter möchte etwas von Ihnen – aber nicht jeder ist ein Morgenmensch, also finden Sie für sich heraus, wann Sie am besten schreiben können.

NUTZEN SIE APPS UND TOOLS

Sie liefern nur Ideen und jemand anderes schreibt? Versenden Sie Ihre Input-Sprachnachrichten per Whatsapp oder arbeiten Sie an Texten gemeinsam mit Evernote oder Dropbox: Beide Softwares bieten die Möglichkeit von jedem Ihrer Geräte per App auf Ihren Content zuzugreifen. Das heißt, wenn Sie vielleicht auf einem Termin sind, schreiben Sie Ihre Notizen kurz runter, vielleicht schießen Sie vor Ort auch das ein oder andere Foto, fügen beides bei Evernote oder Dropbox ein und können es überall und jederzeit wieder abrufen oder mit jemanden teilen, der Ihre Texte verfasst.

Es gibt die unterschiedlichsten Wege, nicht alle werden die richtigen für Sie persönlich sein, trotzdem möchte ich Sie ermutigen, sich heranzuwagen und sich das Leben zu erleichtern. Nutzen Sie die wertvollen Informationen, Ihr Wissen und Ihre Erfahrung – schreiben Sie!

Dazu haben Sie Fragen? Kontaktieren Sie mich gerne.



NATALIE HARAPAT

AUTORIN | MENTORIN | TEXTERIN
Martelgasse 2
35510 Butzbach

Kontakt:
Telefon: +49 177 23 20 808
E-Mail: mail@natalieharapat.de
www.natalieharapat.de

SO EIN THEATER –

SCHAUSPIEL ALS KOMMUNIKATIONS- ERLEICHTERUNG

„Leiterin des Theaters in Frankfurt. Ihre spielerische Leidenschaft gilt allen interaktiven Theaterformen sowie dem Businesstheater. Als Trainerin liegt ihr Schwerpunkt auf Präsentation, Körpersprache und Kommunikation.“

FRAGEN:

1. Gibt es Dinge, die Sie Ihren Mitarbeitern einfach nicht erklären können?
2. Haben sich bei Ihnen Marotten eingeschlichen, die Sie nicht mehr loswerden?

TLDR:

1. Manchmal muss man einen Spiegel vorgehalten bekommen, um etwas zu verstehen.
2. Spielerisches, witziges Darstellen eines Sachverhalts kommt einfacher im Kopf an.
3. Die meisten Menschen lachen, wenn Sie sich ertappt fühlen.



KAROLA DIESTEL

Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt
Tel 069/ 970 971 52
e-Mail frankfurt@galli.de
www.galli-frankfurt.de

GALLI

Galli
THEATER FRANKFURT

Das kann man doch so nicht sagen – das haben wir doch schon immer so gemacht. Diese und viele andere Sätze sind Ausreden, wenn in einem Betrieb langsam Stillstand eintritt. In unserer Wirtschaft jedoch heißt Stillstand Rückschritt. Überlegen Sie sich doch einfach einmal, wie es wäre, wenn Sie noch heute mit alten Maschinen produzieren müssten, nur, weil Sie es schon immer so gemacht haben.

Natürlich ist es sehr bequem an alten Handlungsmustern festzuhalten, aber nicht effizient. Viele Unternehmen stellen zum Beispiel gezielt „faule“ Menschen ein, da diese in der Lage sind, effizient Arbeitsprozesse zu vereinfachen.

Jedoch schlummert das Potenzial oftmals auch in Ihren bereits vorhandenen Mitarbeitern. Diese sind meist aber nicht mehr in der Lage, sich neu

zu finden oder richtig zu projizieren. Es war einfach oftmals die falsche Zeit, als sie ihre Ideen einbringen wollten und diese wurden hart zurückgeschmettert. Hier kommt die Kraft von Theater ins Spiel.

Theater schafft es, die Menschen aus ihrem Schneckenhaus zu locken und ihnen in übertriebener Form ihre eigenen Probleme klar zu machen. Genau darauf hat sich das Galli Theater spezialisiert.

Johannes Galli bezeichnet sich selbst als philosophierenden Clown oder als clownesken Philosophen. Sein Ziel ist: Spielräume schaffen, in denen Menschen ihre Kreativität erforschen und ihr Bewusstsein vergrößern können. Dies stellte er als Trainer für Körpersprache und Kom-

munikation immer wieder unter Beweis. Nutzen Sie diesen Erfahrungsschatz, um Ihren Mitarbeiter auch mal einen Spiegel vorzuhalten und sie zu neuen Ufern zu motivieren.

Denn Wirtschaftstheater ist mehr als nur eine nette Unterhaltung. Sondern ein effizientes Mittel für Führungskräfte. Wir helfen nämlich nicht nur Ihren Mitarbeitern, sondern auch Ihnen selbst einen neuen frischen Blick aufs Unternehmen zu bekommen.

Also wieso nicht ausprobieren?

KULTUR DES SCHEITERNS

*Alle haben immer Erfolg.
Und wenn man mal keinen
hat redet man nicht darüber.*

So gehört es in Deutschland zum guten Ton. Zähne zusammenbeißen und weitermachen bis es klappt oder aufgeben. Aber bitte still und heimlich. Dabei ist eine Kultur des Scheiterns ausgesprochen wichtig. Wir lernen aus Projekten, mit denen wir Scheitern, sehr viel für die Zukunft. Gerade im Marketing scheitert man oft.

Es ist oftmals ein vorsichtiges Herantasten an verschiedene Methoden, validieren und erfolgreiche Methoden wiederholen. Gerade deswegen braucht man, um im Marketing erfolgreich zu sein, viel Mut. Dieser fehlt jedoch leider oft. Diesen Mut möchten wir hier beweisen und einen ersten Schritt machen, mit einem eigenen Projekt.

Vor mittlerweile 4 Jahren haben wir mit dem Projekt IPSTER begonnen. Es trug damals noch den Arbeitstitel IPSE und war schon so etwas wie unser Baby. Wir entwickelten ein Maskottchen, den IPSTER, um der gesichtslosen Technik das Grauen zu nehmen. Der IPSTER erklärte alles, was er konnte und wir gingen mit dem Produkt und unserer Art von modernem Marketing ins Feld. Große Flyer über 3 DIN A4 Seiten, kleine Flyer, Mappen, Postkarten, Visitenkarten, ganzen Konzeptstädten auf Flyern, Prezis, Erklärvideos, Homepages und einfach erklärten Inhalten über unser Produkt. Wir verteilten über 2000 Postkarten mit einer Verlosungsaktion „Schlage uns eine Location vor, die freies WLAN braucht und wir schenken ihr es für ein Jahr“ Diese Kampagne fuhren wir parallel über Facebook.

Und was passierte?

Genau, Nichts!

Gar nichts.

Selbst als wir künstlich die Vorschläge auf Facebook durch Freunde ankurbelten, kamen nur wenig neue Ideen zustande. Niemand war bereit, wenn nicht er selbst, sondern seine Lieblingslocation etwas gewinnen könnte mitzumachen. Wir waren am Egoismus gescheitert.

Wir versuchten die Menschen mit unserer Idee einer digitalisierten Stadt anzustecken. Einem Werbenetzwerk unter Kaufleuten, welches kostenlos ermöglichen sollte Werbeinhalte zu tauschen. Alle modernen Online Marketingprinzipien, endlich nutzbar auch offline im stationären Einzelhandel. Doch viele wollten es nicht einmal geschenkt haben.

Weil Sie es nicht verstanden. Wir waren einfach zu weit. Wir lebten in unserem Produkt seit Jahren und versuchten die potenziellen Kunden auf unseren Stand zu holen. Doch der Gedanke der Aufklärung war fehl am Platz. Es war einfach nicht Ihre Welt, sondern unsere.

Der Köder schmeckte dem Angler, aber nicht dem Fisch.

Was also tun?

Vielleicht ist der Markt einfach noch nicht reif für unser Produkt, dachten wir uns. Vielleicht müssen wir noch warten. Doch in allen Stadtverordnetenversammlungen wurde der Ruf nach freiem WLAN immer lauter. Dennoch tat sich bei uns gar nichts. Der Köder wurde verschmäht. Er war schlichtweg zu groß.

Wer Visionen hat, solle zum Arzt gehen. Wenn ich einer fixen Idee schwanger gegangen bin, setze ich mich meist an den Laptop oder rede mit allen Menschen die ich treffe über das Problem. Frage, untersuche und forsche.

Sehe mir andere Arbeiten an und analysiere.

Am Ende bin ich meist verwirrter als vorher, riesige Mindmaps türmen sich zu undurchschaubaren Ungetümen auf. Aber irgendwann, irgendwann kommt das Puzzleteil das alles einen Sinn ergeben lässt.

„KILL YOUR DARLINGS“

ist ein Satz der mir aus der Zeit im Filmschnitt für immer im Kopf hängen bleiben wird. Lösche alle Szenen die dir wirklich am Herzen liegen, diese kannst du nicht neutral beurteilen. Und dann wird der Film gut. Ob es Erfolg zeigt, werden wir in der nächsten Ausgabe sehen oder ob ich eine weitere Geschichte des Scheiterns für Sie schreibe.



WIFI & NACHRICHTEN IM PAUSENRAUM

FREIES WLAN

IPSTER

FRAGEN:

1. Sind Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter mit Ihren Handys keine Viren ins Firmen-Wlan schleppen?
2. Fühlen sich Ihre Mitarbeiter im Pausenraum wohl?
3. Erhalten Ihre Mitarbeiter, welche keinen PC-Arbeitsplatz haben, auch alle Unternehmensinformationen?

TLDR:

1. Informationen sind bittere Pillen, welche man unter Leckerbissen mischen muss.
2. WIFI ist ein Symbol von „Heimat und Gastfreundschaft“
3. Private Kommunikation wird im Pausenraum und nicht an der Maschine stattfinden.

Spätestens seit dem Wannacry Angriffen auf die Deutsche Bahn ist IT-Sicherheit wieder in das Gedächtnis der Unternehmer gekommen. Viele IT-ler schlagen die Hände über dem Kopf zusammen, wenn Mitarbeiter mit privaten USB-Sticks an Firmenrechner arbeiten oder gar ihr Handy ins WLAN bringen möchten. Geschweige denn werksfremde Gäste.

Hierfür wurden oft komplizierte Voucher-Systeme etabliert, welche die meisten Mitarbeiter dann doch nicht nutzen und versuchen ohne, Internet oder mit einem mobilen Hot-Spot Ihre Arbeit zu erledigen. Aber das muss eigentlich nicht sein. Mit speziellen Technologien – wie zum Beispiel IPSTER.me – free sichern Sie gleichzeitig Ihr Firmennetz, geben aber Gästen und Mitarbeitern kostenfreies WIFI, ganz ohne Vouchers und Accounts. Und das ganze völlig ohne Haftung. Ein netter „Nebeneffekt“ ist eine Bildschirmsoftware – auch Digital Signage genannt – welche viele Anwendungsmöglichkeiten hat.



DER IPSTER

IPSTER INNOVATION UG
(haftungsbeschränkt)
Brüder-Grimm-Str 9
36396 Steinau an der Straße

Tel.: 06663 41 69 110
info@ipster.de
www.ipster.de

Ein Beispiel aus einem großen Unternehmen: Im Empfangsbereich begrüßt ein Monitor die Gäste des Tages und zeigt diesen die neuesten Informationen des Unternehmens und den Imagefilm. Alles vollautomatisiert durch die Anbindung an Exchange, Share-Point oder die Unternehmenswebsite. Gleichzeitig verkürzt sich die subjektive Wartezeit des Gastes durch das freie WLAN, da er so weitere Aufgaben an seinem Laptop erledigen, kurz Mails beantworten oder noch ein Telefonat über die Unified Communication Anlage führen kann.

Ein zweiter Monitor hängt im Pausenraum der Produktion. Diese Mitarbeiter kennen die Informationen aus dem Intranet nicht, da sie keinen PC haben, an welchem sie täglich arbeiten. So bekommen sie die Infos dort automatisiert auf einem Fernseher angezeigt, beim Kaffeetrinken.

Gemeinsam mit regionalen Nachrichten, ein bisschen Sport und ähnlichem ergibt sich ein Mix an Informationen, welche nicht langweilig werden und die Aufmerksamkeit bleibt sehr hoch. Zudem haben die Mitarbeiter dort noch die Möglichkeit frei und sicher zu surfen. Alles in allem also eine Erhöhung des Komforts, der Informationsdichte und Unternehmenskommunikation und -bindung. Teilen Sie

Ihren Mitarbeitern doch einfach mit, wenn neue Stellen frei werden, die Sie besetzen möchten. Jeder kennt jemanden, der vielleicht genau der Richtige ist.

Ein „Best Practise“ – Beispiel, welches ich einst bei einem Unternehmen in Frankfurt gesehen habe, war ein Kartenspiel mit den Gesichtern der Mitarbeiter. Eine nette Erinnerung. Also stellen Sie doch Ihre Mitarbeiter Ihren Kunden beim Warten auch einfach vor.



GOLD ALS BONUS FÜR DIE MITARBEITER



FRAGEN:

1. Fühlen sich ihre Mitarbeiter wertgeschätzt?
2. Nutzen Sie alle Steuervorteile schon aus?
3. Vermissen Sie die Zeiten, in welchen man als Unternehmer noch Handgeld verteilen konnte?
4. Haben Sie schon einmal mit Ihrem Steuerberater über die „Tankgutscheinregelung“ gesprochen?

TLDR:

1. Gold in Barrenform ist Umsatzsteuerfrei nach §25c.
2. Gold in Barrenform zählt in die „Tankgutscheinregelung“ § 8 Abs. 2 Satz 9 EStG.



JULIUS LEINWEBER

GESCHÄFTSFÜHRER
PGD GOLD VERTRIEB
Industriestr. 31A
63150 Heusenstamm
Tel. 06104-802960
www.pgd.ag



PGD- DEUTSCHLANDS BESTER GOLDPREIS.

Wir bieten Gold zum besten Preis an. Egal ob als Sparbuch für Kinder oder Erwachsene. Als Alternative zur Eigentumswohnung oder als Altersvorsorge.

Du bist ein Schatz – dich sollte man vergraben. Dieser kleine scherzhafte Ausdruck zeugt von Wertschätzung. Wertschätzung, die wir in unserem engen gestressten Alltag oftmals nicht mehr zu zeigen schaffen. Mitarbeiter, die für uns Goldwert sind, werden unzufrieden, weil wir ihnen viel zu selten sagen, wie viel sie uns und dem Unternehmen doch wert sind.

„NET GESCHIMP IST GELOBT“

(altes fränkisches Sprichwort).

Und wir können es auch nicht so einfach ohne die Steuerlast mit in Kauf zu nehmen. Uns sind immer mehr die Hände gebunden.

Gleichzeitig steckt in diesem kleinen Satz auch die Lösung. Ein Schatz! Schätze sind schon seit Jahrtausenden meist aus Gold. Und Gold kön-

nen Sie Ihren Mitarbeitern steuerfrei schenken. Wussten Sie noch nicht?

Nach § 8 Abs. 2 Satz 9 EStG dürfen Sie Mitarbeitern jeden Monat 44€ Sachleistungen zukommen lassen und dies ohne lästige Sozialabgaben, welche den Wert signifikant schmälern.

Viele Unternehmen nutzen dies für Tankgutscheine oder andere Einkaufsgutscheine, welche zwar gerne angenommen werden, aber nichts Nachhaltiges bieten. Wie wäre es denn anstelle dessen eine Wertanlage verschenken zu können?

Die PIM Gold und Scheideanstalt produziert Goldbarren ab 0,1 g in zertifizierten Karten eingeschlossen und versiegelt. So können Ihre Mitarbeiter das Gold lagern und jederzeit in Geld umtauschen. Und das ganze steuerfrei, da Gold als Sachbezug gewertet wird, solange es nicht

**WEITERGEHENDE
INFORMATIONEN
ZU PREISEN, GESTALTUNG
UND VORLAUFZEIT
ERHALTEN SIE BEI
GANDAYO**

in Münzenform vorliegt. Diese „Zertifikats-Karten“ können Sie auf Ihr Unternehmen branden lassen. Somit steigt die Bindung Ihrer Mitarbeiter an das Unternehmen und bei jedem Blick in die heimische „Schatztruhe“ in welcher der Schmuck der Großmutter liegt ist ein Stückchen Gold Ihres Unternehmens auch nicht fern.

Fragen Sie doch mal Ihren Steuerberater, ob er das schon gewusst hat.

VIRTUAL REALITY MÖGLICHKEIT – MONTEVEO



MONTEVO

FRAGEN:

1. Kennen Sie die Möglichkeiten, die VR für Unternehmen bietet?
2. Können Sie Ihren Showroom immer mitnehmen?

TLDR:

1. Neue Virtual Reality-Modelle sind auf Unternehmen ausgelegt
2. VR ist keine Spielerei mehr, sondern ein effizientes Werkzeug.

Virtual Reality ist in aller Munde. Aber auch Augmented Reality ist ein großes Thema. Doch wieso? VR-Fotografie ermöglicht es Ihnen, Hotelzimmer oder Showrooms auf dem Laptop oder im Internet den Kunden zu präsentieren. Und zwar aus jedem Blickwinkel.

Im Gegensatz zum klassischen Foto, welches auf einer Perspektive eingefroren ist, ergibt sich durch die auch umgangssprachlich als 360-Grad-Fotografie bezeichnete Technik, die Möglichkeit eines dynamischen Bildes.

Ein Beispiel:

Villeroy und Boch nutzt die VR-Technologie, um Badezimmer beim Kunden vor Ort zu präsentieren. Der Kunde erhält eine VR-Brille durch den Vertrieb und kann sich so durch Kopfbewegungen selbst



BERND SCHOMANN

Geschäftsführer

Brüder-Grimm-Straße 9
36396 Steinau an der Straße

Tel: +49 (0) 6663 21 72 980
bernd.schomann@montevo.de
www.montevo.de

im Raum umsehen und seinen persönlichen Fokus setzen. Es ist wie ein Showroom, welcher in die Aktentasche passt.

Diese Technologie wurde beispielsweise durch Matterport noch verbessert.

**DIESE KAMERA ERMÖGLICHT –
ÄHNLICH WIE BEI STREETVIEW –
SICH AN MEHREREN PUNKTEN IM
RAUM UMZUSEHEN.**

Es hört sich zwar erst einmal trivial an, ist aber in seiner Gesamtheit eine besondere Arbeit, welche zwar am Anfang etwas Geld kostet, jedoch dauerhaft Einsparungen ermöglicht. Zeigen Sie Kunden Ihre Maschinen im Detail oder begeistern Sie mit 360-Grad-Fotos Ihrer Eventlocation. Alles ist möglich. Ohne einen kos-

tenintensiven Showroom und Fahrtkosten. Der nächste Schritt ist die 360-Grad-Videografie. Durch ein speziell aufeinander eingestelltes Kamerasystem können Videos aufgenommen werden, welche den Kunden in eine virtuelle Welt versetzen. Gemeinsam mit der richtigen Tonmischung taucht er in eben diese Virtual Reality, kurz VR, ab und lässt sich begeistern.

Ein Sonnenaufgang auf einem Berg, oder der vollautomatische Einlagerungsprozess Ihres Lagersystems. Alles ist beeindruckend, wenn man mittendrin steht. Zeigen Sie, was Logistik bedeutet, indem der Kunde den Weg seines Pakets aus dessen Perspektive verfolgen kann. Neben diesen Erleichterungen für den Vertrieb bietet VR aber auch Vorteile im Internet. Dadurch,

dass noch nicht so viele Inhalte für diese neue Art im Netz zu finden sind, werden sie von Google und Facebook favorisiert abgespielt und angezeigt. Quasi organische Google-Optimierung durch ein neues Medium.

Lassen Sie sich doch einfach einmal von der neuen VR-Technik begeistern. Schauen Sie sich einfach einmal ein VR-Video auf Youtube mit Ihrem Handy an. In diesen Videos können Sie die Perspektive durch schwenken und Bewegen Ihres Handys verändern.

Vielleicht ist dies genau die Option, die Ihr Vertrieb benötigt, anstelle eines neuen Flyers oder einer Broschüre. Überzeugen Sie Ihre Kunden mit starken Bildern.

MONTEVO

„ICH ERREICHE SIE JA NIE“ –

Ein Satz den ich oft höre.

Sie möchten doch auch nicht, dass ich ans Telefon gehe, wenn ich bei Ihnen im Projekt sitze und mich auf Sie konzentrieren soll – „Ja das schon, aber Sie können ja wenigstens kurz ran gehen und sagen, dass Sie nicht sprechen können“ . – Schreiben Sie mir doch einfach kurz eine Mail – „Ach das ganze Geschreibe, bei wichtigen Sachen rufe ich an“

Ein Dialog den ich schon oft führen musste. Es ist ein Konflikt der Generationen, welche momentan in der Wirtschaft aufeinandertreffen. Daher möchte ich das Thema einmal aus der Perspektive von uns „Jungunternehmern“ beleuchten.

Wir sind immer auf vielen Kanälen erreichbar. Sei es über die Smartwatch, Handy, Laptop, und und und. Wir schreiben Whatsapps, Mails, Telefonieren (wenn auch ungern) oder

schicken Sprachnachrichten. Unsere Kommunikation ist zeitlich dezentralisiert. So sind wir es schon immer gewohnt. Ich schreibe eine SMS oder eine andere Form von Nachricht, damit die Person diese lesen kann, wenn Sie gerade Zeit dafür hat. Dies ermöglicht es uns, nicht andauernd von unserer Arbeit aufzuschauen und uns wieder neu hereindenken zu müssen.

ERREICHBARKEITSHYGIENE UND DER FASCHISMUS DES TELEFONATS

Ich habe den Fehler gemacht beispielsweise meine Produktion über ein Jahr mit allen Telefonaten zu belästigen.

*Bei jedem Anruf gehen
10 Minuten Arbeitszeit
im Projekt verloren,*

bis man wieder am produktiven Arbeiten ist, und das läppert sich. Ich habe meinen Arbeitsrhythmus

auf 6 Uhr Morgens vorverlegt und arbeite oft bis spät in die Nacht, da ich nur dann effizient arbeiten kann, weil nicht ständig das Telefon klingelt und einfachste Dinge ausgetauscht werden.

Vor einigen Jahren hat mir jemand mal erzählt, er habe „E-Mail Zeiten“. Wie seinen Briefkasten leert er sein Mailpostfach einmal oder zwei Mal in der Woche. Wichtige Dinge sollen am Telefon geklärt werden.

Dann, dachte ich mir, aber bitte auch Telefonsprechzeiten. Denn das Telefonat an sich ist der größte Zwang für meine Generation.

*ICH möchte DICH
JETZT sprechen.*

Und wenn ich dich nicht am Festnetz erreiche, rufe ich direkt danach noch mal auf dem Handy an.

*Weil ICH ein RECHT darauf habe
JETZT deine ZEIT zu haben.*

Natürlich stelle ich das ganze sehr überspitzt dar. Aber die meisten Dinge zeigen ihren wahren Kern erst, wenn man sie aufbläst. Heißt es ja so schön.

Wie löst die Jugend das Problem? Wir Generation Chatroom sind das schnelle Tippen gewohnt. Wir konnten mit T9 schneller SMS schreiben als so manche Steno-Sekretärin. Heute fliegen unsere Finger über die Tastatur, weil wir die Nächte in Chatrooms verbracht haben oder uns in Foren unterhalten.

Die Generation nach uns, die Generation „Sprachnachricht“ hat das Telefonat wieder für sich entdeckt. Aber zeitlich entzerrt. Sie schicken Sprachnachrichten, weil sie nicht tippen möchten, lassen ihrem Gegenüber aber die Zeit zum Nachdenken bis es antwortet oder zum „Nicht Erreichbar sein“

*Nicht erreichbar zu sein
ist in unserer schnellen Zeit
eine Todsünde.*

Aber eigentlich ist es genau das was uns kaputt macht. Wir schreiben bis spät abends im Bett noch Mails, weil wir der Letzte sein wollen der antwortet. Und morgens nach dem Aufwachen direkt wieder, weil wir der Erste sein wollen der Antwortet.

*Wir sind leistungsstark.
Wir sind Immer ON.*

Auch ich könnte manchmal an die Decke gehen, wenn sich ein Projekt über Monate oder Jahre hinweg zieht. Aber oftmals hilft „eine Nacht darüber schlafen“ auch, keinen großen Fehler im Affekt zu machen. Keine falsche Investition aus tiefer Kauflust zu tätigen. Keine patzige Antwort zu geben, weil man sich auf den Schlips getreten fühlt. Denken Sie doch einmal über Ihre Kommunikationsgewohnheiten nach. Wie können diese effizienter werden, wenn Sie offen Ihre Erwartungen kommunizieren? Wie könnten diese besser werden, ohne andere zu sehr zu fesseln.

Ich freue mich sehr über Ihre Nachrichten zu diesem Thema. Gerne würde ich in unserer nächsten Ausgabe einige dieser Stellungnahmen veröffentlichen.



TEAMBUILDING – GEMEINSAM ERFOLGREICH SEIN!



FRAGEN:

1. Wann haben Sie zuletzt gemeinsam einen Erfolg mit Ihren Mitarbeitern gefeiert?
2. Ist die Weihnachtsfeier die einzige Gelegenheit, an der sich alle sehen?
3. Kennen Sie die versteckten Fähigkeiten Ihrer Mitarbeiter?

TLDR:

1. Gemeinsam Zeit zu verbringen fördert den Teamgeist
2. Auch mit Spaß kann man viel erreichen
3. Kleine Belohnungen erhöhen die Leistungsbereitschaft



ANDRE CAMACHO

Geschäftsführer
We Love Cocktails
0151 - 29 111 202
we@love-cocktails.de
www.love-cocktails.de

WE LOVE COCKTAILS – MOBILES COCKTAIL- & BARISTA CATERING

Seit mehr als 5 Jahren sind wir für Sie in ganz Deutschland unterwegs und mixen leckere Cocktails, richten Aperitifempfehlungen aus und zaubern handgemachte Caféspezialitäten. Wir bieten ein mobiles Catering mit verschiedenen Cocktailbars und Baristabars an jedem gewünschten Ort. Das komplette Equipment wie Bars, Gläser, Spirituosen, Dekoration, Eis, Gläser bis hin zum Strohhalm bringen wir selbstverständlich mit. Unser Konzept begeistert mehr als 200 Geschäfts- & Privatkunden. Zusätzlich zum Cocktail- & Barista Catering bieten wir eine Vitaminbar mit frisch gepressten Säften, Gin-Tastings, Cocktailkurse und Teambuilding-Workshops an.

TEAMBUILDING – GEMEINSAM ERFOLGREICH SEIN

Die Arbeit im Team steigert die Produktivität, schafft eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und ein positives Arbeitsklima. Ob Mitarbeiter oder Geschäftskunden, Menschen, die miteinander in Kontakt treten, um in arbeitsteiliger Verantwortung ein Ziel zu erreichen, schaffen eine gute Geschäftsbasis für die Zukunft. Es ist wichtig die Teamentwicklung und Kooperationsbereitschaft zu fördern. Mit unserem Workshop „Teambuilding – Gemeinsam erfolgreich sein!“ stärken wir den Teamgeist und brin-

gen jede Menge Spaß in die Gruppe. Die Teilnehmer erarbeiten gemeinsam verschiedene Aufgaben und mixen zusammen leckere Drinks, sie kreieren einen eigenen Unternehmenscocktail, dabei sorgen kleinere Wettkämpfe für den Fun-Faktor.

- Workshop: Teambuilding – Gemeinsam erfolgreich sein.
- Cocktails auf Events, Messen, Geburtstage, Geschäftsfeiern
- Sekt, Prosecco und Aperitif Empfänge
- mobile Cocktailkurse & Gin-Tastings

Kontaktieren Sie uns.

WE LOVE COCKTAILS

Für die nächste Ausgabe:

REICHEN SIE

IHRE TEXTE EIN

Reichen Sie Ihre Texte ein. Das Prinzip hinter unserer kleinen Zeitung ist ganz einfach. Lesen Sie diese im Urlaub und verschenken Sie sie danach, anstatt sie wegzwerfen.

Jeder Autor verschenkt Exemplare an seine Geschäftspartner und so erreichen wir, dass wir uns gegenseitig kennenlernen. Ein gutes Netzwerk ist das A und O in dieser schnellen digitalen Zeit.

Daher machen Sie mit. Rufen Sie uns an, schreiben Sie uns eine Mail und zeigen Sie was Sie können. Auf einfache, interessante Art. Denn einmal Mäuschen in fremden Unternehmen spielen, ist doch toll. Oder nicht?

Schreiben Sie uns gerne Leserbriefe zu den Themen und helfen Sie uns dabei, besser zu werden. In digitaler Form finden Sie die Artikel in den nächsten Wochen nach und nach in unserem BLOG unter www.gandayo.de