

LERNRAUM

Magazin für Training
und Personalentwicklung

exzellente
LERNORTE

Neue Lernkonzepte, neue Räume!

SO VERMITTELN SIE WISSEN
ORIGINELLER, EFFIZIENTER
UND EINPRÄGSAMER.



WISSENSERWERB FÜR INTROS UND EXTROS

Erfolgreiches Lernen bedeutet
persönlichkeitsgerechtes Lernen

ZUSAMMENARBEIT UND FÜHRUNG NEU DENKEN

Weshalb sich Unternehmen einen
„unfairen“ Führungsstil nicht mehr
leisten können

SO FUNKTIONIERT KARRIERE

Drei Regeln für den Weg
zur starken Personenmarke



Gemeinsam bessere Meetings.



REINHARD PETER
Herausgeber

Liebe Leserinnen & Leser

als Kooperation der „Exzellenten Lernorte“ und mit unserem Magazin „LERNRAUM“ erklärt es sich schon fast von selbst: Wir sind davon überzeugt, dass Orte das Lernen maßgeblich beeinflussen und Räume daher eine besondere Lernumgebung erzeugen können. Innovative Seminar- und Coaching-Methoden erfordern besondere, individuelle Raumkonzepte.

Nun wird mancher einwenden, dass zahlreiche neue Seminarformen oder kreative Tagungsformen auch nur „alter Wein in neuen Schläuchen“ sind. Vielleicht mag das im Kern schon richtig sein – und doch haben sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in ihren Ansprüchen und Erleben deutlich geändert. Bereits jetzt, auch wenn Generation Y und Z noch gar nicht so zahlreich im Seminarraum sitzen. Aber deren Gewohnheiten werden selbst von aktuellen Teilnehmergenerationen Ü30 bereits adaptiert und beansprucht.

TEILNEHMERANSPRÜCHE WANDELN SICH

Daher kann ein „Weiter so“ in der Auswahl von Tagungsräumen überhaupt nicht gelten. So wie sich die Form der Seminare verändert – weg von der reinen Wissensvermittlung hin zur Vertiefung – so verändert sich natürlich auch die Anspruchshaltung von Ihren Tagungsgästen. Darauf müssen Personalentwickler in der Konzeption ihrer Weiter-

bildungsangebote, Trainer in der Didaktik ihrer Seminare und ebenso Hotels in ihren Raumangeboten reagieren.

Mit unserem Leitartikel „Raumkonzepte für neues Denken“ machen wir mit Ihnen einen kleinen Ausflug durch einige Exzellente Lernorte und ihre besonderen, neuen Raumkonzeptionen. Seien Sie aber gewiss, dass man sich in sämtlichen 23 Häusern unserer Kooperation dazu seit längerer Zeit Gedanken macht – was man sowohl in der Ausstattung der Häuser wie auch der Beratungskompetenz seitens der Hotel(ier)s passend zu Ihren neueren Veranstaltungskonzepten sehr schnell merken wird.

Ihr

PS: Sie möchten die LERNRAUM dauerhaft gratis zugesandt bekommen?
Dann registrieren Sie sich unter www.exzellente-lernorte.de

Inhalt

2 · 2018

08

Räume für modernes Lernen

Innovative Seminar- und Coaching-Methoden erfordern besondere, individuelle Raumkonzepte – und garantieren im Gegenzug eine effizientere und nachhaltigere Wissensvermittlung.

24

Intros lernen anders als Extros

Nur wenn wir persönlichkeitsgerecht lernen, dann fällt uns Lernen leicht, dann steht uns unsere Kreativität ganz zur Verfügung und dann macht uns Lernen Freude.

34

Unfairness hat ihren Preis

Führungskräfte und Unternehmen tun nicht nur aufgrund neuer rechtlicher Bestimmungen gut daran, einen fairen Führungsstil zu pflegen.

44

Ihre Story zum persönlichen Erfolg

Wer als Arbeitnehmer die Karriereleiter nach oben klettern möchte, sollte sich an einige der klassischen Marketing-Gesetze sowie Methoden erfolgreicher Marken halten.

54

Hurra, ich bin Führungskraft

Der Schritt von der Fach- zur Führungskraft bringt Aufgaben und Herausforderungen mit sich, auf die viele Verantwortliche nicht richtig vorbereitet werden. Das muss nicht sein.



54

Vier Generationen diskutierten beim Hotalents-Kongress über das Thema Führung. Markus Weidner bereitet sie (und auch Sie) auf die Aufgaben der Zukunft vor.

64

Abwechslung erwünscht

Offenheit für Neues ist der erste Schritt zum Lernen. Neues entsteht jedoch nicht auf eingetretenen Pfaden. Wagen Sie Perspektivwechsel und wecken Sie Ihr Hirn aus dem Energiesparmodus.

86

Angst vor dem Nein?

Haben Sie als Verkäufer manchmal Angst vor der Kaltakquise? Wer nicht sofort zum Hörer greift, sondern sich ausgiebig vorbereitet, kommt weiter.

96

Mythos „Coach“

Coaching-Ausbildungen sind DER Hype – Trainer, die etwas auf sich halten, dürfen diesen Trend nicht verpassen... Oder etwa doch nicht? Coaching-Experte Peter Senner über Wahrheiten und Mythen.

106

Wettbewerbsvorteil „Winning Culture“

Große Unternehmenskulturen erfordern Führung auf allen Ebenen, Klarheit über die Ziele und Prioritäten der Organisation sowie Vertrauen und Loyalität innerhalb des Teams.

Rubriken

03 Editorial • 05 Impressum • 06/116 Neuigkeiten aus den „Exzellenten Lernorten“ • 124 ELO-Trainerclub • 130 Qualitätskriterien: Was können Sie von einem „Exzellenten Lernort“ erwarten? • 131 Deutschlandkarte mit den „Exzellenten Lernorten“



Wenn es irgendwie möglich ist, brechen Sie Lernroutinen und verlassen Sie das gewohnte Umfeld. Ralf Schmitt demonstriert, wie Sie für frische Impulse sorgen.

IMPRESSUM

LERNRAUM ist das Magazin der Kooperation „Exzellente Lernorte“, ein Projekt von re|pe|con

re|pe|con

Herausgeber und Projektleiter:
Reinhard Peter
c/o repecon Reinhard Peter Consulting
Fachagentur für Tagungshotels
und Eventlocations
Sedanstraße 23, 97082 Würzburg
Tel.: 0931-4607860
Fax: 0931-46079499
E-Mail: info@exzellente-lernorte.de
www.exzellente-lernorte.de

Redaktion und Anzeigenverkauf:
Raphael Werder
Layout: Hanjo Tews
Grafik und Satz: Hanjo Tews
Druck: Kohlhammer, Stuttgart

Auflage: 8.000
Erscheinungsweise: 2x jährlich
Zielgruppe: Trainer, Coaches
und Personalentwickler

Anfragen zu Neu-Mitgliedschaften,
redaktionellen Beiträgen sowie Anzeigen-
und Porträtpräsentationen richten Sie bitte
an die Projektleitung bei repecon.

Nachdruck und Speicherung in elektronischen
Medien nur mit ausdrücklicher Genehmigung
des Verlages und unter voller Quellenangabe.

Unser Titelbild zeigt den Raum „Kaleidoskop“
in der neuen, exklusiven Tagungsetage des
Hotel Schönbusch (ab Seite 120).

exzellente
LERNORTE

Alle Hotels dieser Ausgabe

LANDGUT STOBER

14641 Nauen

14

BEST WESTERN PLUS PALATIN KONGRESSHOTEL UND TAGUNGSZENTRUM

69168 Wiesloch

17

ANDERS HOTEL WALSRODE

29664 Walsrode

21

ARCADEON HAUS DER WISSENSCHAFT

58093 Hagen

28

HOTEL FRIENDS MITTELHEIN

56170 Bendorf

31

LA VILLA AM STARNBERGER SEE

82343 Niederpöcking

38

MINTROPS LAND HOTEL BURGALTENDORF

45289 Essen

41

TAGUNGS- UND SEMINARZENTRUM SCHLOSS MARBACH

78337 Öhningen

48

GUT GREMMELIN

18279 Gremmelin

51

IHK AKADEMIE WESTERHAM

83620 Feldkirchen-Westerham

58

GÖBEL'S „SCHLOSSHOTEL PRINZ VON HESSEN“

36289 Friedewald

61

KLOSTER HORNBAACH

66500 Hornbach

68

NATURKULTURHOTEL STUMPF

74867 Neunkirchen

71

SCHLOSS HOHENKAMMER

85411 Hohenkammer

76

SEEHOTEL NIEDERNBERG – DAS DORF AM SEE

63843 Niedernberg

80

GUTSHOF-HOTEL WALDKNECHTSHOF

72270 Baiersbronn

83

ROMANTIK HOTEL SCHLOSS RHEINFELS

56329 St. Goar

90

MINTROPS STADT HOTEL MARGARETHENHÖHE

45149 Essen

93

MERCURE TAGUNGS- & LANDHOTEL KREFELD

47802 Krefeld-Traar

100

ROMANTIK JUGENDSTIL- HOTEL BELLEVUE

56841 Traben-Trarbach

103

SCHLOSS HAIGERLOCH

72401 Haigerloch

110

PFALZHOTEL ASSELHEIM

67269 Grünstadt-Asselheim

113

HOTEL SCHÖNBUCH

72124 Pliezhausen

120

Neue Wellness- und Wohlfühloase

Im **Romantik Jugendstilhotel Bellevue** fahren Sie mit dem Lift vom 50 qm großen, beheizten Schwimmbad mit Massageliegen, Gegenstromanlage und Massagedüsen direkt in die zwei neuen Etagen des Wellnessbereichs. Dort erwartet Sie eine Penthouse-Saunalandschaft mit finnischer Panoramasauna (mit Moselblick), Sanarium, Dampfbad, Infrarot-Sitzen sowie einer Dachterrasse mit herrlichem Blick über die Mosel. Richtig aktiv werden können Sie im neu eingerichteten Cardioraum, ebenfalls mit herrlichem Blick über die Mosel und Traben-Trarbach.



Nach einem Workout auf dem Laufband, Crosstrainer, Stepper, oder Fahrrad genau der richtige Ort zum Relaxen.

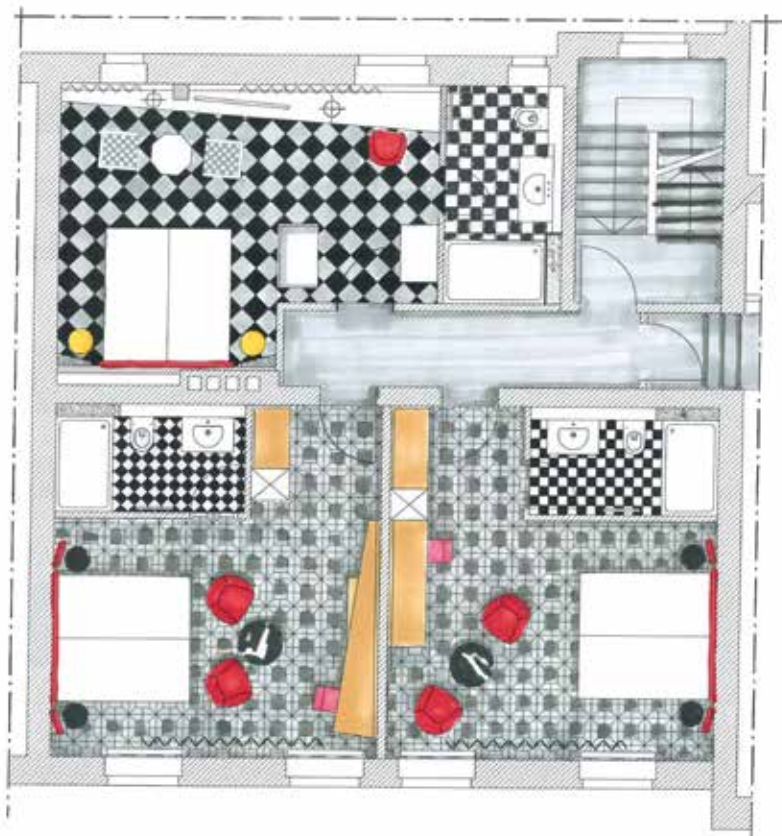


Für die Umwelt aufs Rad

Mitarbeiter des **Mercure Tagungs- & Landhotel Krefeld** lassen im Rahmen des Nachhaltigkeitsprogramms „Planet 21“ ihre Autos zu Hause stehen und leihen sich Fahrräder vom Hotel. So kann sich jeder, der möchte, an einem oder auch an jedem Arbeitstag eines der hauseigenen Fahrräder ausleihen und damit nicht nur seine Fitness steigern, sondern auch einen kleinen, aber wichtigen Beitrag leisten, den CO₂-Ausstoß

zu verringern. „Schon jetzt merkt man deutlich, wer zur Arbeit geradelt ist“, erklärt Walter Sosul mit einem Augenzwinkern. „Mit dem Sauerstoff-Kick am Morgen sind ein fitter Verstand und gute Laune garantiert – ein echter Gewinn für das Arbeitsklima und die Umwelt.“ Die Kernelemente des von der AccorHotels Gruppe 2012 gegründeten Programms „Planet 21“ sind der nachhaltige Umgang

mit Ressourcen sowie Respekt für die Umwelt und die Gemeinschaft. Konkrete Maßnahmen sind beispielsweise das Angebot einer gesunden und nachhaltigen Ernährung, die Reduzierung von Lebensmittelabfällen, die Senkung des Wasser- und Energieverbrauchs sowie der Schutz der Biodiversität bis hin zur Mitarbeitersensibilisierung zum Thema Kinderschutz.



NEUE ZIMMER IN HISTORISCHEM LOOK

Im **Mintrops Stadt Hotel Margarethenhöhe** entstehen 6 wunderschöne neue Zimmer. Das Design verschreibt sich dem Thema „Jugendstil“, dem prägenden Stil zur Gründungszeit der Margarethenhöhe. Auch im Mintrops Land Hotel Burgaltendorf stehen die Uhren, beziehungsweise die Handwerker, nicht still. Hier ist ein neuer Tagungspavillon geplant.



KODEXKONFORMES BUSINESSHOTEL

Wer seinen Marktanteil mit Tagungen und Weiterbildungsveranstaltungen in der Medizinbranche ausbauen will, der sollte die Anforderungen und wichtigsten Neuerungen der Pharma- und Medizin-Kodizes kennen. Dieses Fachwissen ist ein echter Pluspunkt aus Sicht von Veranstaltungsplanern aus Pharma- und Medizintechnikunternehmen.

LA VILLA am Starnberger See erhielt nun – auf die Dauer von 2 Jahren begrenzt – das Zertifikat „Kodexkonformes Businesshotel“. Kodexzertifizierte Veranstaltungsorte zeichnet neben guter Erreichbarkeit und modernster Veranstaltungstechnik vor allem aus, dass keine besonderen Angebote im Wellness- oder SPA-Bereich vorhanden sind, sodass der Freizeitwert des Tagungsortes angesichts der Veranstaltung in den Hintergrund tritt.

DAS „SCHARFE ECK“ ERSTRAHLT IN NEUEM GLANZ

Im **Pfalzhotel Asselheim** an der Deutschen Weinstraße gibt es keinen Stillstand in Sachen Neugestaltung. In regelmäßigen Abständen schwingen regionale Handwerker den Hammer – so auch im aktuellsten, nun abgeschlossenen Projekt, der Renovierung des Restaurants „Scharfes Eck“. Was vor vielen hundert Jahren

den vorbeifahrenden Holzbauern und Einheimischen als kleine Gastwirtschaft diente, ist auch noch heute das Herzstück des Hotels. „Es war uns besonders wichtig, den historischen Charme zu erhalten und ihn mit modernen Elementen zu kombinieren“, sagt Geschäftsführerin Patricia Charlier. So blieben zum Beispiel die originalen Holzdielen erhalten, ebenso die Wandvertäfelungen und der Kachelofen. Entstanden ist ein charmanter Wohlfühlraum mit elegantem Mobiliar und indirekter Beleuchtung.



(Frei-) Raumkonzepte für neues Denken

Erfordern neue Veranstaltungsformate auch neue Raumkonzepte?



Es gibt kein „neues Lernen“ und auch kein „neues Denken“. Lernprozesse werden seit Menschengedenken von verschiedenen Aufnahmefähigkeiten gesteuert. Dabei spielen die fünf Sinne eine wesentliche Rolle. Es lernt sich am besten aus der Kombination von hören, sehen, mitmachen. Und doch gibt es im Zuge der Evolution der vergangenen Jahrzehnte enorme Leistungs- und Speicherexplosionen im Kopf. Wer kleine Kinder hat, wird das bestätigen. Und das ist nur zu normal, denn die menschliche Natur ist auf geniale Art und Weise in der Lage, sich den geschaffenen Dingen im Geiste anzupassen.

Ergo: Es gibt nicht unbedingt ein neues Lernen, es gibt aber Möglichkeiten, Lernen zu optimieren – und das erfordert durchaus neue Formate. Design Thinking ist beispielsweise ein solches Format, ein Prozess, der die fünf Sinne weitaus mehr beansprucht und herausfordert als das profane Abschreiben und Wiederholen vom Trainer vorgetragener Power Point Folien. Aktives mitmachen, praktisches Ausprobieren und jede Menge Dynamik sind da im

Spiel. Und das erfordert die Unterstützung neuer, größerer Flächen und variabler Raumkonzepte! Nur: wie geht das? Reichen mobile Wände aus? Sind es die flexiblen Stühle und Tische, die einen Raum von einer zur anderen Stunde in ein völlig anderes Raumleben verwandeln lassen? Ist es das Waldkonzept, das Wasserkonzept, das Farbenspiel, sind es eher „unförmige“ Räume? Und inwieweit kann hier die Wirtschaftlichkeit noch berücksichtigt werden? Es stellt sich aber auch die Frage: gibt es genügend Trainer, die solche Raum-Wandlungen in ihre Trainingskonzepte integrieren können? Mit Sicherheit kann man sagen, dass standardisierte Trainings und Formate in „neuen“ Räumen nur bedingt sinnvoll sind. Bei modernen Führungskräfte-seminaren nach dem DISG-Persönlichkeitsmodell, wenn dynamisches Prozessdenken vermittelt werden soll, wenn wir von Persönlichkeitsseminaren und intensiven Karriereworkshops oder vom Erfolgsseminarkonzept nach dem Buch FISH sprechen, dann machen neue Formate und damit auch neue Raumkonzepte sehr viel Sinn.



Hotel Schönbuch beeindruckt mit einer neuen, exklusiv buchbaren Seminaretage, die beste Voraussetzungen für moderne Trainingsformen wie Design Thinking bietet.

Nehmen wir noch einmal das Beispiel Design Thinking: Hier wird auf spielerische Art neues Prozessdenken vermittelt. Ein intensives Kennenlernen der einzelnen Teilnehmer ist dabei auf wunderbar „altmodisch neue“ Art gegeben. Dazu benötigt es ein Raumkonzept, dass es den Seminarteilnehmern, aber vor allem auch dem Trainer leicht macht, die einzelnen Schritte durchzuführen. Bekannte Technik wird mit Spielmaterial und intensiven Gruppenarbeiten versehen. Das Hotel Schönbuch beispielsweise setzt dieses Konzept in seinem Räumen um, ja die Raumgestaltung des dort entstandenen Lernraums „Kaleidoskop“ wurde sogar mittels Design Thinking erarbeitet.

Neben modernen Möbeln, Sideboards und mobilen Kleintischen findet man allerlei die Kreativität fördernde Dinge wie Legosteine, Bastelmaterial als Zusatz zum gängigen Moderationsmaterial und andere Spielsachen für den Design Thinking Prozess. Die Farbgebung ist frisch und warm, einladend, gemütlich und wirkt so möglichen anfänglichen Befremdlichkeiten entgegen. Eine wei-

tere, wichtige Gegebenheit ist die „Zonierung“, also das Einteilen eines Raumes in verschiedene Zonen für den DT-Lernprozess in Einzelgruppen. Das gesamte Equipment ist mobil, um viele Gruppenarbeitsflächen in einem Raum zu ermöglichen. Die Sessel sind auf Rollen und alle Möbelstücke sind frei bewegbar. Das Licht ist in den Zonierungen separat schaltbar. Im Hotel Schönbuch ist die gesamte Etage, 14 Zimmer sowie der Tagungsraum Kaleidoskop inklusive Dachterrasse, exklusiv buchbar – beste Voraussetzungen, um frei, ohne Zwänge und ungestört quer zu denken.

Raumpotenzial voll ausschöpfen

Natürlich erfordert solch ein Konzept vom Trainer eine intensive Vorarbeit, denn das Lernkonzept sollte idealerweise direkt auf den Raum und das Hotel angepasst werden. Gut, wenn sie dann auch vor Ort Unterstützung von kompetentem Hotelpersonal erhalten, weil dieses den Entstehungsprozess des Raumes ja selbst mit angeschoben hat. Dass solche Seminarkonzepte andere wirtschaftliche Grundlagen mit sich bringen als die profane Tagespauschale mit zwei Kaffeepausen, sollte jedem bewusst sein. Wer dieses Angebot nutzt, der zählt nicht die einzelnen Kosten, sondern der nutzt die einmalige Chance, Wissen schneller, effizienter, spielerischer und einprägsamer zu vermitteln. Und das gelingt nur, wenn der Trainer und sein Konzept mit dem Raum und dessen Möglichkeiten sowie mit dem unterstützenden Hotelpersonal vor Ort wie in einem Guss harmoniert. »

Ein weiteres Beispiel für neue Raumkonzepte bietet die „Werkstatt für Neues“ im Schloss Hohenkammer. Wenn man diese betritt, ist der Raum zunächst komplett leer. Das mag den einen oder anderen Teilnehmer in der Gruppe erst einmal irritieren, führt aber sofort zu der gewünschten, ersten gemeinsamen Aktion. Der erste konzeptionelle Umsetzungsschritt des Seminars trägt nämlich die Überschrift „Was wollen wir – womit geht es los, wo fangen wir an?“. Erste, noch ganz profane Aufgabe für die Teilnehmer ist also, sich für eine der mehr als 12 Bestuhlungsvariationen zu entscheiden: ein einfacher Sitzkreis mit Klappstühlen für die Begrüßungsrunde, Liegestühle und Sitzsäcke im Park, Stehtische mit Barhockern für eine erste Gruppenarbeit oder doch gleich eine Blocktafel, gebaut aus verschiedenen Brettern und Böcken?

Ideal geeignet ist das beispielsweise für ein Training, in dem ein (vielleicht sogar komplett neu zusammengesetztes) Team auf neue Herausforderungen eingestellt werden soll. Die erste Scheu wird überwunden, die ersten Führungspersönlichkeiten tun sich hervor und der Trainer kann die ersten Minuten nutzen, um einfache Persönlichkeitsprofile seiner Teilnehmer zu zeichnen. Nachdem die Bestuhlungsform gewählt ist, können verschiedene Materialien, die zur Interaktion anregen, aus den drei riesigen Ideenschränken je nach Aufgabenstellung verwendet werden. Hier befindet sich ein Refugium an Ideenreichtum, ob für Basteleien im Design Thinking Prozess aus dem „Atelierschrank“, Handpuppen für das Rollenspiel „was denkt unser Kunde wirklich“, Spielgeräte für die Partie Fußball oder Seilziehen im Park zum Beseitigen von Konfliktsituationen aus dem „Spielerei-Schrank“ oder Material für handwerkliches Arbeiten an der „Werkbank“.

Ein Raum, der befreit statt einzuengen

Alle Wände in der „Werkstatt für Neues“ sind beschreibbar und zum Bekleben. Und wer einmal die vollflächigen Glasfronten mit Glasstiften beschrieben hat, möchte keine andere Arbeitsfläche mehr benutzen. Auch Graffiti-Aktionen lassen sich umsetzen. Spätestens dann, wenn zur ersten Erholungspause der Bollerwagen kommt und die Picknickdecke ausgebreitet wird, merkt auch der letzte Teilnehmer, dass die „Werkstatt für Neues“ nichts anderes ist als ein inspirativer Freiraum für den Geist. Auch hier gilt: Der Trainer ist nahezu verpflichtet, sein Trainingsprofil und die Inhalte ganz eng mit dem Raumkonzept abzustimmen, andernfalls bleibt der Raum und die Idee dahinter fast nur Makulatur.





„Lerne zu spielen“ ist eine der Komponenten des FISH-Seminarkonzepts. Der Schloss Rheinfels-Picknickkorb lädt dazu ein.



In Schloss Hohenkammers „Werkstatt für Neues“ finden Sie einen zunächst völlig leeren Raum vor – und Schränke mit unzähligen Möglichkeiten zur kreativen Gestaltung.

Umgedreht geht es natürlich auch. Ein Seminarkonzept kann sich auch seinen Raum „suchen“. Als Beispiel dient uns das Seminarkonzept FISH aus dem gleichnamigen Buch von Stephen C. Lundin. Hauptbestandteile des motivierenden Führungskräfte-seminars sind vier Komponenten:

- Wähle deine innere Einstellung
- Lerne zu spielen
- Bereite Anderen eine Freude
- Sei immer präsent

Natürlich lässt sich dieses Lernformat auch in modernen, „statischen“ Kreativräumen oder traditionellen Tagungsräumen umsetzen. Allerdings müssen diese nicht immer mit modernster Technik ausgestattet sein, da das Veranstaltungsformat vor allem sehr viel Psychologie, zwischenmenschliche Interaktion erfordert und die teilnehmenden Führungskräfte aktiv lernen sollen, die Philosophie aus dem Buch in ihren eigenen Abteilungen, im Arbeitsalltag pragmatisch umzusetzen.

Ein Seminarkonzept sucht seinen Ort

Als ausgebildeter Kommunikationsreferent, Coach und Führungskräfte-trainer und gleichzeitig stellvertretender Geschäftsführer des Romantik Hotel Schloss Rheinfels, habe ich selbst das Führungskräfte-seminar FISH konzipiert und etliche Male umgesetzt. Die größte Herausforderung dabei war immer, die vier Hauptkomponenten des Konzepts optimal in Raum und Umfeld darzustellen. Letztlich habe ich mir ein außergewöhnliches „Raumkonzept“ einfallen lassen, welches die Seminarphilosophie geradezu optimal verkörpert. Wobei der „Raum“ an sich schon da war – er musste nur noch zur Verkörperung der FISH-Idee umgewandelt werden. Beim erwähnten Lernort handelt es sich um ein Replikat eines Kleinbusses aus dem Jahre 1920. Als Trainer bin ich dabei gleichzeitig der Chauffeur. Eingepackt werden lediglich ein Flipchart und Picknick-Utensilien und schon begeben wir uns auf eine moderierte Fahrt durch das Mittelrheintal. Der Bus bietet Platz für sechs Personen, ist also optimal geeignet für ein Intensivtraining im Führungsbereich. Die vier Komponenten aus dem Buch FISH werden so auf fahrende Weise vermittelt.

Die Komponente „Wähle Deine innere Einstellung“ wird von mir als Trainer in Form von Geschichtenerzählungen rund um den Mythos der Loreley und dem Welterbetal zunächst verbal vermittelt. Da allerdings jeder Teilnehmer auch einmal in den Genuss kommt, den Bus selbst zu fahren und damit die Gruppe zu leiten, erkenne ich im Laufe des Tages, ob die Teilnehmer ihre innere Einstellung wählen und in ihrem Handeln und Tun auch tatsächlich umsetzen. In einem separaten Coachinggespräch ➤



Das „Schnaufert“ von Schloss Rheinfels entpuppte sich als idealer Lernraum für ganz spezielle Führungskräfte-Seminare.

kann ich vom Erlebten ableiten. Das „Spielen lernen“ wird mit allerlei Spielsachen gefördert, die sich im Picknickkorb befinden. Obligatorisch ist eine Partie „Mensch ärgere Dich nicht“ auf der Picknickdecke sowie allerlei „Strandspiele“ am Rhein. „Jemandem eine Freude bereiten“ setzen wir zum einen dadurch um, dass jeder einzelne, wie bereits erwähnt, einmal mit dem Bus fahren darf, was neben der harten Arbeit wahrlich eine Freude darstellt, und zum anderen durch das Aufbereiten des Picknicks, das jeder Teilnehmer einem anderen bereiten darf. Die Komponente „Sei immer präsent“ wird deutlich, indem man verschiedene Außenstellen des Hotels anfährt, bei denen der Teilnehmer die Gastgeberrolle übernehmen darf. Ein Konzept also, das sehr stringent und stimmig mit dem Trainer und den Mitarbeitern des Hauses abgestimmt werden muss.

Meine Erfahrungen als Trainer legen nahe, dass man nicht wirklich von „neuem Lernen“ oder von „neuen Lernräumen“ sprechen kann. Was es aber gibt, ist ein neues Denken in der Umsetzung von Lernprozessen. Dieses neue Denken ist auch enorm wichtig. Genau genommen, holen wir damit nach, was die vielen von Bürokratie diktierten Schulen in unserem Lande immer noch versäumen. Die heutige, schnelllebige und moderne Technik, der Umgang mit massenhaften Informationen und die sich stetig wandelnden Anforderungen an unseren Geist benötigen kreative Wege, traditionelle Lern- und Lehrmethode so zu gestalten, dass pragmatische, schnelle Handlungsmaßnahmen abgeleitet werden können, um schneller aus Visionen Ziele zu formulieren, die es zu erreichen gilt.

Um sich diesen Herausforderungen mit modernen Lernformen zu stellen, sind Raumkonzepte, die solchen unkonventionellen, kreativen Lernkonzepten optimale Rahmenbedingungen liefern – ob nun neu und hochmodern oder traditionell und wiederentdeckt –, unverzichtbar. Diese Raumkonzepte finden Sie nicht nur in den als Beispiele herangezogenen Hotels, sondern in vielen EXZELLENTEN LERNORTEN. Sie schreien förmlich danach, mit individuellen Lernkonzepten auch genutzt zu werden. Probieren Sie es aus! ●

DER AUTOR: Andreas E. Ludwig Ludwig begann seinen Karriereweg als Koch und Hotelfachmann. Nach Tätigkeiten als F&B-Controller im Steigenberger Hotel Maximilian Bad Griesbach, als Verkaufsleiter Süd und Inhouse-Marketingleiter bei der Hotelkette Astron sowie als Direktions-Assistent im Eibsee Hotel Grainau wechselte er 1996 zum IFH® Institut für Hotelmanagement und baute dort das Konzept „Rent a Salesteam“ mit auf und begleitete Unternehmen bis 2006. Heute ist der ausgebildete Trainer und Marketing- sowie Kommunikationsexperte Stellvertretender Geschäftsführer und Direktor im Romantik Hotel Schloss Rheinfels sowie Inhaber der Agentur TradiVision®. Weitere Informationen unter www.tradivision.de.



- Unternehmer
- Führungskräfte
- Personalentwickler
- Projektmanager

www.diegluehbirne.de



- ... wie ein Design Thinking Prozess aufgebaut ist.
- ... weshalb hier Kunden-Orientierung höchste Priorität hat.
- ... wie Ideen entstehen und mit ihnen gearbeitet werden kann.
- ... wie Prototypen zur Lösung der Aufgabe beitragen.
- ... welche interessante und produktive Rolle „Dark Horses“ spielen.
- ... wie Kreativität und Freude Design Thinking Prozesse prägen.

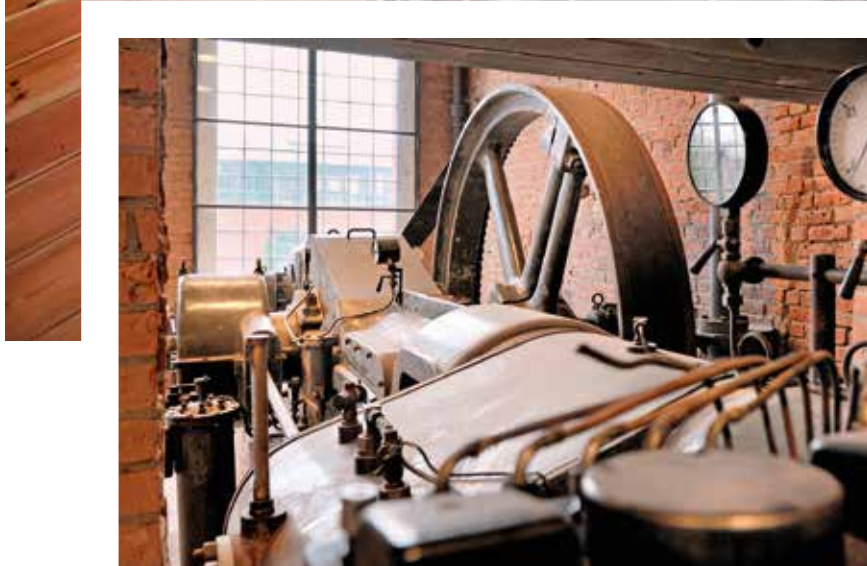
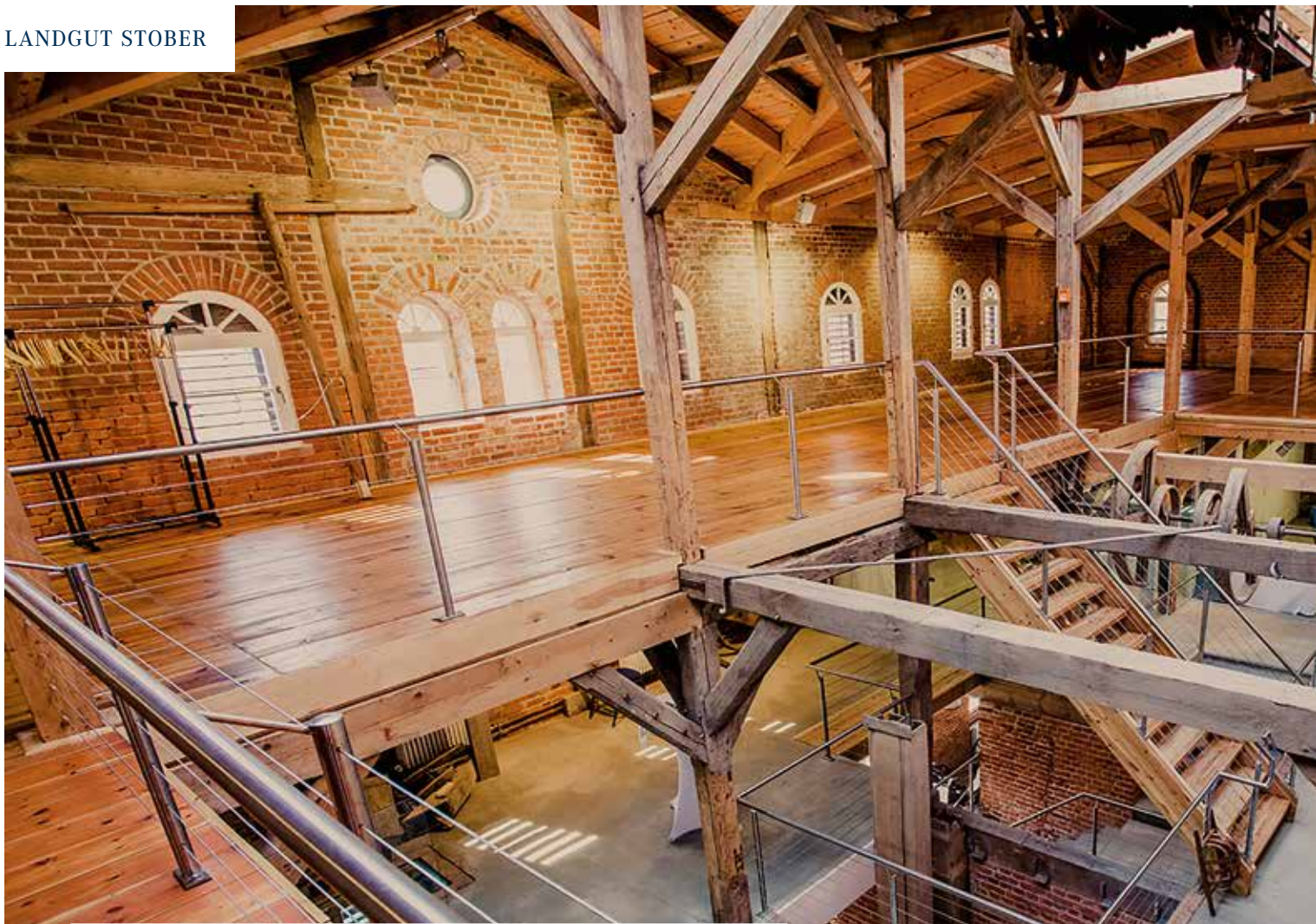
- ... was Design Thinking Ihrem Unternehmen für Nutzen bringen kann.
- ... wie die Entwicklung von Produkten oder Geschäftsfeldern durch Design Thinking initiiert wird.
- ... wie mit Design Thinking an der Verbesserung von Abläufen und der Unternehmensorganisation gearbeitet wird.
- ... wie mit Design Thinking eine positive Kultur des unternehmerischen Denkens in Ihrem Haus befeuert wird.

Teilnahmegebühr: € 85,- zzgl. MwSt.

Weitere Informationen und Anmeldung unter: www.diegluehbirne.de



COACHING CONCEPTS



Die original borsigische Dampfmaschine „Dicke Bertha“ ist Mittelpunkt eines beliebten Rahmenprogramms: Erwerben Sie den Landgut Stober-Dampfmaschinenwartungsschein!

Einfach echt positiv, kein X-Hotel am Y-See. Das Landgut Stober ist ein authentischer Ort, der Geschichte atmet: Er erzählt von August Borsig, Alexander von Humboldt oder Richard von Weizsäcker. Ein Kulminationspunkt der Inspiration, von Energie, Tradition und Moderne – ein Industriedenkmal mitten in der Natur, mit Park und See und nahe Berlin. Ein Ort, der durch soziales Engagement, Gemeinwohlökonomie und familiäre Gastfreundschaft überwältigt. Ein Ort, an dem Tagungen und Meetings exzellent und erfolgreich sind. Es ist ein magischer Ort.

Tanja Getto-Stober und Michael Stober, Inhaber und Geschäftsführer





LANDGUT STOBER

14641 Nauen OT Groß Behnitz
Behnitzer Dorfstraße 27-31
Tel. +49-(0)33239 / 20 80-60
Fax +49-(0)33239 / 20 80-68
info@landgut-stober.de
www.landgut-stober.de



HOTEL

128 Zimmer, 25 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 110 Personen,
Parlamentarisch: 300 Personen,
Reihenbestuhlung: 750 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Original Borsig Dampfmaschine
„Dicke Bertha“
120 Jahre alte
Druckerwerkstatt
Führung über das Landgut mit
dem Inhaber Michael Stober



TRAINER-URTEIL

„Das Landgut STOBER ist ein
Leuchtturm in der europäischen
Tagungswelt. Klimaneutrale Tagungen
mit Zertifikat. Es bietet alles für eine
Tagung oder ein Event der Außer-
gewöhnlichkeit. Eine Rundumbetreuung
von einem überaus zuvorkommenden
Team erfüllt so gut wie alle Wünsche
nach dem Motto: unmöglich gibt
es nicht!“

Holger Leisewitz
Beiersdorf AG



In der Ruhe liegt die Kraft

Wer das Landgut STOBER durch das imposante, rote Backsteinportal mit den alten Sandsteinskulpturen betritt, besucht einen historischen Ort und ein faszinierendes Stück deutscher Geschichte. Das alte Logierhaus, die Ställe, die Brennerei, der Kornspeicher, hohe alte Bäume am Ufer des Groß Behnitzer Sees. Es ist ein Ort voller Atmosphäre und Geist, abseits vom hektischen Großstadttreiben Berlins und doch nur 25 km von den Grenzen der Hauptstadt und 40 Fahrminuten vom Flughafen Tegel entfernt. Innovation, Erfindergeist, soziale Verantwortung und die Liebe zur Natur werden auf dem Landgut STOBER großgeschrieben – ganz in der Tradition der Vorbesitzerfamilie Borsig, deren

bekanntestes Familienoberhaupt, August Borsig, Unternehmer Anfang des 19. Jahrhunderts, Gründer der Borsigwerke und Pionier in der Zeit der ersten Eisenbahnen, die erste betriebsinterne Sozialversicherung schuf. Dessen geistiges Erbe führte sein Sohn Albert Borsig weiter, auch indem er 1866 das Landgut in Groß Behnitz erwarb, um dort einen auf der Basis neuzeitlicher Technologien organisierten agrarischen Musterbetrieb einzurichten – mit einem noch heute architektonisch beeindruckenden Ensemble von Ziegelbauwerken als Zentrum. Ökonomie und Ökologie gehen auch für Michael Stober, den heutigen Inhaber des Guts, Hand in Hand: Das mehrfach als nachhaltigstes >>



Tagungshotel Deutschlands sowie 2017 als grünes Hotel Europas ausgezeichnete Landgut verfügt über eine Photovoltaik-Anlage zur Stromgewinnung, eine Regenwasseranlage für die WCs, eine Holzheizung (mit Holz aus dem eigenen Wald) zur Wärmegewinnung und ist zu 100% klimaneutral. Jeder Veranstalter erhält zur Verabschiedung sein Zertifikat für den klimaneutralen Aufenthalt – natürlich papierlos, elektronisch. Doch in einem nachhaltigen Umfeld zu tagen, bedeutet nicht, sich einschränken zu müssen – das Gegenteil ist der Fall! Kleine Führungskräftecoachings, groß angelegte Tagungen oder Motivations- und Teamevents – alles ist

möglich. Auf dem weitläufigen Gelände und in den unterschiedlichen Gebäudekomplexen mit authentischen Veranstaltungsräumen können verschiedenste Themenwelten inszeniert werden. Professionell geschulte und engagierte Mitarbeiter kümmern sich ausschließlich um die individuelle Beratung und Betreuung. Die exquisit regionale Küche, der persönliche Service, modernste Tagungstechnik und ein auf den Charakter jedes Events abgestimmtes Rahmenprogramm – zum Teil auf historischen Geräten, wie der Dampfmaschine „Dicke Bertha“ – werden auch ausgefallenen Wünschen gerecht.

So aufregend die Vielzahl der Möglichkeiten scheinen mag – hektisch oder ausschweifend geht es im Pharmakodex-zertifizierten Hotel nicht zu. Tagungsteilnehmer, Trainer und Gäste finden einen inspirierenden Ort für einen Entschleunigungsaufenthalt, nachhaltig und doch mit modernstem Komfort. Wer abends im Bio-Hotel auf dem paradiesisch bequemen, ausschließlich aus natürlichen Materialien bestehenden COCO-MAT Bett über das Gelernte und die Erlebnisse des Tages sinniert, der hat sie verinnerlicht, die Devise, mit der hier schon seit Mitte des 19. Jahrhunderts mit Nachhaltigkeit Fortschritte erzielt und Innovationen hervorgebracht werden: In der Ruhe liegt die Kraft.

Raphael Werder

*Ökonomie trifft Ökologie,
Historie trifft Innovations-
kultur – ein „Future Meeting
Place“ mit festen Wurzeln.*



Ein Ort für Erlebnisse



Das Palatin ist, was du draus machst! Sie wollen etwas erreichen. Wir bieten Ihnen die Bühne dafür – von Menschen für Menschen. Weil wir daran glauben, dass Sie ein inspirierendes Umfeld Ihren Zielen näherbringt. Das Unerwartete ist doch die Realität in der Tagungswelt. Dafür inszenieren wir Themenwechsel für Sie. Dafür stellen wir uns auf den Kopf. Und schaffen so eine individuelle Atmosphäre. Unsere Stärke: Formate mit Verblüffungseffekten entwickeln, auf Ihre Wünsche im Handumdrehen reagieren – für in Erinnerung bleibende Erlebnisse und exzellente Ergebnisse. **Klaus Michael Schindlmeier**, Geschäftsführer und Regisseur

Vorhang auf für Ihren Tagungserfolg! Unter diesem Motto öffnen Klaus Michael Schindlmeier und sein Team täglich die Türen des Best Western Plus Palatin Kongresshotel & Kulturzentrum in Wiesloch. Und laden ihre Gäste ein, in einem Lernumfeld, das geprägt ist von Leidenschaft, Innovationsfreude und Zutrauen in die Menschen, selbst kreativ zu werden und ihren Zielen näherzukommen. Die Bühne dafür ist ein Hotel, das aus dem Rahmen fällt, ganz im eigentlichen Sinne des Wortes: Es ist nicht angepasst, ist ungewöhnlich und anders als andere Häuser. Das sieht man ihm nicht von außen an. Das spürt man, sobald der erste Kontakt geknüpft ist.

Verantwortlich dafür ist Direktor Klaus Michael Schindlmeier, seit 52 Jahren in der Hotellerie tätig. Er ist ein echter Überzeugungstäter – Motor für Veränderungen, Menschenfreund und Teamplayer. Mit seiner großen Begeisterung für die Branche hat er in den vergangenen elf Jahren Schritt für Schritt das funktional-nüchterne Kongresshotel auf den Kopf gestellt und zu einer kreativen und inspirierenden Tagungsdestination gemacht. Er ist der Regisseur, seine Mitarbeiter nehmen die Rolle des Gastgebers ein. Dafür werden sie im Palatin konsequent gefördert. Gegenseitiges Vertrauen, die Begegnung auf Augenhöhe zwischen Jung und Alt sowie Zutrau-



Neben klassischen Tagungsräumen erlebt man hier auch einen lebendigen Kauri-Holztisch, sitzt auf Surfbrettern, Fassmöbeln oder unter Gewitterwolken und steht auf den Brettern, die die Welt bedeuten.



en in ihr Können sind wichtige Pfeiler der Zusammenarbeit. Davon profitieren die Tagungsgäste. Weil über die Jahre ein überaus engagiertes und hochmotiviertes Team entstanden ist, das selbstbewusst und mit viel Kompetenz agiert, das mit Begeisterung neue Wege geht und passgenaue Ideen für die Gäste entwickelt.

Zu dieser starken Kundenorientierung gesellt sich auch eine überzeugende Veranstaltungsinfrastruktur. Als Kongresshotel verfügt das Palatin über 16 Veranstaltungsräume und -säle jeder Größenordnung und stellt damit eine große Angebotsvielfalt unter Beweis. Dass die Tagungstechnik innovativ ist, muss nicht erwähnt werden. Wohl aber, dass hier auch die Räumlichkeiten mit ihrer kommunikationsfördernden Atmosphäre aus dem Rahmen fallen. Im Palatin bucht man Erlebnisse, keine Räume, das gehört zur Dramaturgie des Tagungserfolgs. Der Workshop-Raum „Denkwerkstatt“, von den Mitarbeitern entwickelt, mit interaktivem Multitouch-Bildschirm und mobilem Interieur im Industrielook ist geradezu prädestiniert, neue Perspektiven zu entwickeln. Auch der Raum „Geistesblitz“ bricht mit tradierten Vorstellungen vom Tag und bereitet mit spektakulären Licht- und Klangeffekten sowie einem höhenverstellbaren Tisch samt eingelassenem echtem Baum den Weg für neues Denken.

Der Gedanke des persönlichen Austauschs setzt sich auch in der neuen „DenkBar“ fort, in der am Abend das Erlebte vertieft oder in geselliger Runde entspannt werden kann. Über allem steht der Anspruch, gemeinsam etwas zu bewegen – das ist Antrieb für die Mitarbeiter und Aufforderung an die Gäste zugleich. Unterstützt werden Tagungskunden dabei vom Veranstaltungsteam „Palatin Concept“ – Spezialisten für alles, was eine Veranstaltung zu exzellenten Ergebnissen führt. Hier sind Profis am Werk, als Problemlöser für alle organisatorischen Fragen, als Schnittstelle zwischen Hotel, Veranstaltungszentrum und Rahmenprogrammpartnern und als Garant für den Erfolg von Tagungserlebnissen. *Uta Müller*

**Das
Palatin**
IST, WAS DU DRAUS MACHST



BEST WESTERN PLUS PALATIN KONGRESSHOTEL

69168 Wiesloch
Ringstr. 17-19
Tel. +49-(0)6222/582-600
Fax +49-(0)6222/582-666
tagung@palatin.de
www.palatin.de



HOTEL

134 Zimmer, 16 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 50 Personen,
Parlamentarisch: 636 Personen,
Reihenbestuhlung: 1.263 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEIT

Mit Know-how und Herzblut:
von Menschen für Menschen
Hotel, Restaurant, Tagung, Kultur,
Agentur: alles aus einer Hand



TRAINER-URTEIL

„Im Palatin finde ich für meine Seminare und Workshops ideale Rahmenbedingungen: Parkmöglichkeiten, professionelle Betreuung im Vorfeld und am Tag der Veranstaltung, topmoderne Medienausstattung und nicht zuletzt einzigartig gestaltete Seminarräume, die eine unvergleichliche, inspirierende Atmosphäre schaffen. Eine Top-Adresse, wenn es um Veranstaltungen und Lernen geht!“

Dr. Michael Ullmann,
Performance Consulting+Coaching



Unsere neuen Bücher



ISBN 978-3-86936-862-7



ISBN 978-3-86936-866-5



ISBN 978-3-86936-867-2



ISBN 978-3-86936-872-6



ISBN 978-3-86936-869-6



ISBN 978-3-86936-875-7

Motivierende Impulse, bewährtes Praxiswissen und spannende Neuerscheinungen entdecken Sie in der GABAL-Bibliothek in jedem »Exzellenten Lernort«.

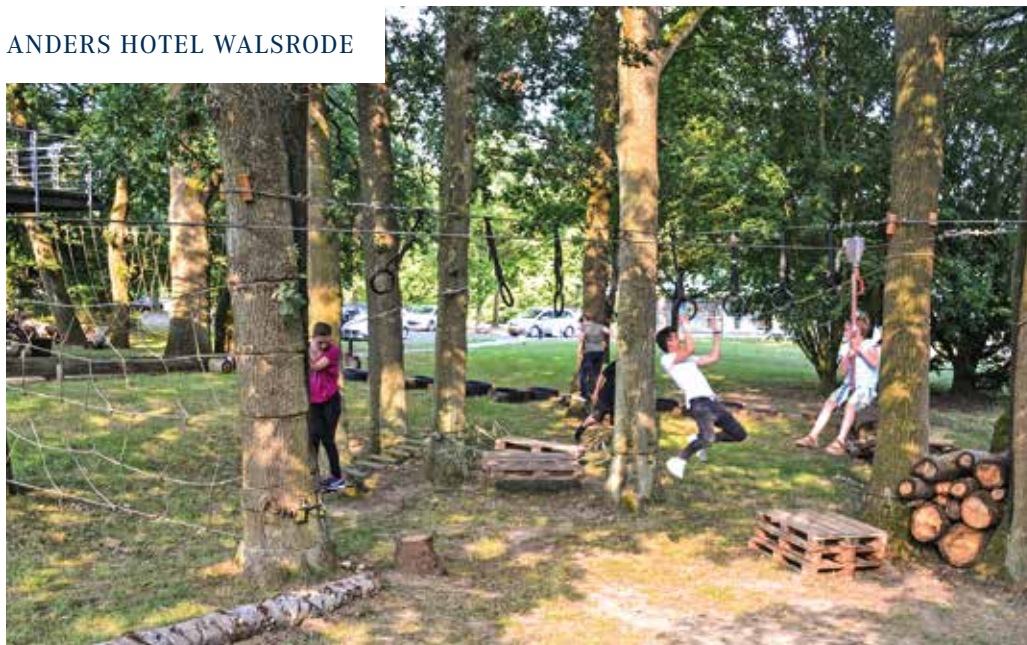


Weil jede Tagung ANDERS ist

Tagungsräume unterschiedlichster Größe und Beschaffenheit lassen die vielfältigsten Veranstaltungsformen zu. Ein Park mit Brunnen, ein grünes Areal rund um das separate Tagungszentrum lädt auch gerne mal zu Tagung und Pausen im Freien ein.

Die Heide-Region in Niedersachsen ist von jeher als Tagungsstandort beliebt, denn es besteht eine gute Erreichbarkeit im Städtedreieck Hamburg-Bremen-Hannover. Unter den hiesigen Gastgebern, die sich auf Lernende als Zielgruppe einstellen, gehört das ANDERS Hotel Walsrode schon seit längerem zu den professionellen Tonangebern. Das mehrfach ausgezeichnete, von Familie Eisenberg geleitete Seminar- und Tagungsquartier „hat etwas“: Vor allem die Originalität der teamunterstützenden Hotel-Atmosphäre macht das Besondere aus. Fortbildungsaktivitäten werden hier aufgelockert

mit eingeflochtenen, immer mal etwas anders akzentuierten „Erlebnis-Episoden“, die den Weg ebnen, sich untereinander wohl zu fühlen und schließlich mit positivem Erinnerungswert und anders zurückzufahren. Dabei wird der Spaß am Tagungsmiteinander kompetent unterstützt durch Servicemitarbeiter, die sich mit Einfühlungsgabe und ansteckender Fröhlichkeit um den wunschgemäßen Ablauf sorgen. Diese Rahmenbedingungen, verbunden mit einem ruhigen Arbeitsumfeld in einer 25.000 m² großen Parkanlage, ergeben wirkungsvolle Voraussetzungen, um ein paar formative Tage mit Lernzu- ➤



Das ANDERS Hotel erlebt man jedes Mal auf neue Weise. Ob im regelmäßig thematisch umgestalteten Erlebnis-Restaurant oder bei immer neuen Teambuilding-Programmen wie dem Heide Ninja Parcours.



Weil jeder Mensch ANDERS ist. Wer besondere, hohe Ansprüche an Tagungen hat, tagt im ANDERS Hotel Walsrode und bekommt nie wieder Kekse zur Kaffeepause. Mitarbeiter, die ANDERS wahrnehmen, damit Sie sich positiv ANDERS wohlfühlen. Unser Name ist bei uns Programm. Ansteckend fröhlich sind wir genau dann für Sie da, wenn Sie uns benötigen. Sie finden uns mitten im Dreieck Hamburg, Hannover, Bremen. Und wer einmal bei uns war, fährt ANDERS zurück und kommt gerne wieder.

Reimer Eisenberg, Direktor



wachs und Erfahrungsaustausch zu verbringen. Die Tagungsräume zeichnen sich durch patente Funktionalität und modernstes Equipment aus, wie z.B. die digitale „WeFrame“-Technologie, mit der alle Meeting-Inhalte per 85“ Multitouch-Screen visualisiert, geteilt und in einer Cloud gespeichert werden können – alle Teilnehmer interagieren aktiv und in Echtzeit mit dem eigenen Smartphone, Tablet oder Laptop über das Online-Tool. Der Parkanschluss vor der Tür ermöglicht es zudem, Gruppenarbeiten im Grünen abzuhalten. Und dann bietet sich noch eine „etwas andere“, in jedem Fall außergewöhnliche Meeting-Alternative: Im „Traumraum“ hat man Gelegenheit, Denkarbeiten in entspannter Wellness-Sphäre anzugehen und nebenher in einer Gruppen-Kota zu saunieren. Solche und andere Gruppenerlebnis-Facetten haben im Hotel einen hohen Stellenwert: Es gibt eine große Palette an Teamaktivitäten für die mentale Erholung zwischendurch – vom Modellbootrennen oder Gummienten-Wettschießen mit Wasserpistolen bis hin zu Ausfahrten auf dem „Conference-Bike“, bei dem mehrere Personen im Kreis sitzen und in die Pedale treten. Einzigartig in der deutschen Hotellandschaft ist der von der erfolgreichen Funsport-TV-Serie „Ninja Warrior“ inspirierte Heide-Ninja-Parkour, bei

dem die Tagungsteilnehmer zwölf Hindernisse zu überwinden haben, welche sowohl Geschicklichkeit und Balance als auch Kraft erfordern. Ein fröhlicher Team-Building-Wettbewerb, der die Teilnehmer zu Höchstleistungen animiert – Gute Laune und der Beifall der Kollegen sind garantiert!

Als Pausen-Event haben die abwechslungsreichen Kaffeepausen unter dem Motto „Nie wieder Kekse“ einen gewissen Kultstatus erlangt: Rund hundert verschiedene kulinarische Stärkungen wurden bisher kreiert – sie tragen Namen wie „Crazy Chicken“, „TexMex“, „Freche Früchtchen“ oder „Don't worry, be happy“. Wenn sich der große Hunger meldet, geht es hinüber ins Erlebnis-Restaurant ANDERS, das eigens als Ort der Begegnung und der Event-Gastronomie konzipiert wurde. Über zwei Etagen und begleitet von Live-Cooking treffen sich Tagungsgruppen in immer mal anderen Erlebnisbereichen – zum Beispiel in der „Jägerei“, bei den „Bagaluten“ oder im „Weinkeller im ersten Stock“. Auch Teamcooking ist hier ein Thema: Dabei wirken professionelle Köche als Mentoren und „coachen“ die Teilnehmer mit verteilten Aufgaben zu einem gelungenen Menü, das an einer geschmückten Tafel genossen wird.

Norbert Völkner



ANDERS HOTEL WALSRÖDE

29664 Walsrode
Gottlieb-Daimler-Straße 6-11
Tel. +49-(0)5161 / 607-550
Fax +49-(0)5161 / 607-555
tagung@anderswalsrode.de
www.anderswalsrode.de



HOTEL

75 Zimmer, 14 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten Raum bei U-Form: 60 Personen
Parlamentarisch: 140 Personen
Reihenbestuhlung: 199 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEIT

Innovative Raumideen für Gruppenerlebnisse, Design-Thinking-Ausstattung

Freuen Sie sich auf unsere saisonalen Veranstaltungen und Erlebnis-Bufferfs

Spaß und Fröhlichkeit – für unser Team normal



TRAINER-URTEIL

„Immer wieder begeistern uns die hervorragende und genau auf uns abgestimmte Qualität der Serviceleistungen sowie eine sehr gute Gastronomie. Ohne die tollen Menschen, die diese Veranstaltungen ermöglichen, würde uns eine wichtige Tagungs-Location in Deutschlands Norden fehlen.“

Christoph Müller,
Hilti Deutschland AG



Lernen ist Wie Intros und Extros am leichtesten Wissen erwerben Persönlichkeitssache

Zum Weiterlesen



Sylvia Löhken
INTROS UND EXTROS
Wie sie miteinander umgehen und voneinander profitieren
 360 Seiten, Buch (E-Book inside)
 ISBN 978-3-86936-549-7
 € 24,90 (D) | € 25,60 (A)
 GABAL Verlag, Offenbach 2014



Sylvia Löhken
30 MINUTEN. INTRO, EXTRO ODER ZENTRO?
 96 Seiten, Kartoniert
 ISBN 978-3-86936-707-1
 € 8,90 (D) | € 9,20 (A)
 GABAL Verlag, Offenbach 2016

Sylvia Löhken zeigt Intro- und Extrovertierten ihre Stärken und Hürden. Die Ziele: persönlicher Erfolg und gute Zusammenarbeit.

Auch für uns Kommunikationsbegleiter ist regelmäßiges Lernen eine Selbstverständlichkeit. Eine meiner letzten Weiterbildungen begann direkt mit einem Schubser ins kalte Wasser: Als neu zusammengekommene Gruppe bekamen wir die Aufgabe, in Teamarbeit ein Regal zusammenzubauen. Die Bretter des StackMan, eines der METALOG Training Tools, die mit ihren unregelmäßigen Einkerbungen schön ungeordnet vor uns herumlagen, wurden genau zu diesem Zweck entworfen: Sie sollten uns durch eine gemeinsame Arbeit zusammenbringen. Dieses Tun erforderte Absprachen, garniert mit den üblichen Klärungen: Auf wen wird gehört? Und auf wen eher nicht? Wer sagt an, wer macht mit, wer zieht nach?

Meine eher extrovertierten Mitlernenden waren begeistert und stürzten sich mit Freude in die Arbeit. Doch meine Motivation sank sehr, sehr tief. Mit völlig Fremden etwas tun, ohne dass ich die Gelegenheit habe, in Ruhe über die beste Lösung und über die Aufteilung der Arbeit nachzudenken: Nein, ich lerne lieber anders. Ich habe nichts gegen Teams – aber ich trage anders zu ihrem Gelingen bei. Und überhaupt: Ich wollte etwas ganz anderes lernen; das Team selbst war mir, ehrlich gesagt, erst einmal egal. Ein Wir-Gefühl stand schlicht nicht auf meiner Prioritätenliste.

Damit sind wir beim Thema. Ich bin selbst introvertiert. Das heißt wörtlich: nach innen gewandt. Ein Regal zusammenbasteln zum Seminarbeginn passt allerbestens zu extrovertierten, nach außen gewandten Persönlichkeiten – also zu Menschen, die ganz andere Vorstellungen vom Lernen haben als ich. Und für mich passt es nicht. Lebenslanges Lernen ist heute eine Selbstverständlichkeit. Während wir uns jedoch



„BEI HÜHNERN FRAGEN
WIR NACH ARTGERECHTER
HALTUNG. FRAGEN WIR BEI
MENSCHEN NACH PER-
SÖNLICHKEITSGERECHTEM
LEBEN UND LERNEN!“

bei Hühnern inzwischen viele Gedanken über artgerechte Haltung machen, scheint für den persönlichen Wissenserwerb eine Person wie die andere zu sein. Der Preis ist hoch: Wenn wir nicht mögen, was uns beim Lernen angeboten wird, wenn wir beim Wissenserwerb unmotiviert sind und die Lust verlieren, dann lernen wir auch nicht so gut, wie wir eigentlich können. Kein Wunder, dass so viele Menschen von all den Orten, an denen Wissen vermittelt wird – von den Schulen, Hochschulen und Tagungshäusern, aus den Aus- und Weiterbildungen – viel weniger mitnehmen als eigentlich möglich wäre.

Wenn wir erfolgreich lernen wollen, wenn wir uns qualifizieren, weiterbilden und unseren Interessen nachgehen, ist es deshalb wichtig, direkt zu Beginn die richtigen Fragen zu stellen: Was brauche ich beim Lernen? Und was nimmt mir die Lust?

Wenn wir persönlichkeitsgerecht lernen,

- dann fällt uns Lernen leicht,
- dann steht uns unsere Kreativität ganz zur Verfügung und
- dann macht uns das Lernen Freude.

Intro- und Extroversion eignen sich als „Nord und Süd der Persönlichkeit“ sehr gut zur Orientierung. Mit Blick auf diesen Unterschied können Sie viel tun, um Ihr eigenes Lernen passend zu gestalten. Als „Intro“ helfen Ihnen dabei ganz andere Dinge als den „Extros“.



Der andere „kleine Unterschied“

Intro- und Extrovertierte unterscheiden sich vor allem in zwei Bereichen.



Intros

... sind von vielen Eindrücken leicht überwältigt und mögen deshalb Überschaubares und Kalkulierbares. Sie sind aufs Reflektieren ausgerichtet und denken und planen entsprechend am liebsten, bevor sie aktiv handeln.
... schätzen Sicherheit und Berechenbarkeit.



Extros

... mögen viele unterschiedliche Eindrücke und deshalb auch den Wechsel zwischen verschiedenen Informationen und Medien. Sie sind sinnesorientiert und schätzen tatkräftiges Zupacken.
... schätzen Belohnungen und reizvolle Ziele.

Diese beiden Unterschiede sind Ausdruck einer physischen Tatsache in jedem und jeder von uns. Sie lassen sich mit Botenstoffen, in Aktivitätszentren und elektrischen Strömen im Hirn nachmessen. Und sie haben große Auswirkungen auf die Art und Weise, in der wir als Intro oder Extro neues Wissen erwerben.

Artgerechtes Lernen für Intros und Extros

Lassen Sie uns an dieser Stelle die Perspektive wechseln. Worauf sollten Sie achten, wenn Sie andere beim Lernen begleiten, also als Lehrer, Trainerin oder Coach unterwegs sind? Die folgenden Hinweise beruhen auf den Erfahrungen von Lernbegleitern, die auf den Intro-Extro-Unterschied achten und mit ihren Strategien gute Ergebnisse erzielen.

Intro-Lernen

Bieten Sie den leisen Teilnehmenden zumindest zeitweilig eine reizarme Umgebung und Gelegenheit zum Alleinsein. So können Intros das Neue aufnehmen und mental gut verarbeiten.
Ermöglichen Sie ein Lernen von innen nach außen: erst denken, dann anwenden.
Viele Intros hilft beim Aufnehmen das Schreiben: eine tief introspektive Art zu kommunizieren, auch mit sich selbst.
Vermeiden Sie Zeitdruck, ermöglichen Sie Lernen in Ruhe.
Als Formate für die Informationsübermittlung eignen sich in Seminaren Vorträge, Einzelarbeit oder die Arbeit in Tandems.
Viele Intros lernen am liebsten aus Büchern oder auch online. Das Gelernte teilen sie dann auch gern mit anderen in ihrer Gruppe.
Intros sind eher vorsichtig und tasten sich gern nach und nach an ein Thema heran. Beim Lernen hilft ihnen ein Gefühl von Kalkulierbarkeit – Gruppenzwang dagegen weniger. Bieten Sie deshalb eine klare Orientierung und die Freiheit, unter verschiedenen Möglichkeiten auszuwählen, wenn es um case studies oder Teamaktivitäten geht (z.B. Beobachtungsaufgaben!).

Extro-Lernen

Extro-Hirne mögen beim Lernen verschiedene Sinneseindrücke, gern auch simultan. Meiden Sie also Routinen, suchen Sie originelle Zugänge zum Wissen (z.B. Requisiten!) und nutzen Sie verschiedene Kanäle im Wechsel.
Nutzen Sie Storytelling zur Veranschaulichung komplexer Inhalte.
Ermöglichen Sie ein Lernen von außen nach innen: Lassen Sie etwas ausprobieren, bieten Sie den Teilnehmenden Raum, um etwas zu tun. Schaffen Sie Möglichkeiten, etwas mit anderen Teilnehmenden zu besprechen, z.B. in Murmelgruppen, und lassen Sie die Beteiligten daraus die Lernerfahrungen herausfiltern.
Langeweile wirkt auf Extros besonders demotivierend. Dafür darf es gern etwas schneller im Ablauf werden, gern mit vielen Wechseln auch innerhalb einer Lerneinheit. Extros mögen Gruppenarbeiten und Diskussionen mit allen. Alex Osborn, der Erfinder des Brainstorming, war ganz sicher ein Extro...
Extros mögen Anreize und Belohnungen. Also lernen sie besonders gut, wenn sie davon überzeugt sind, dass das Gelernte in einer bestimmten Weise nützlich ist.



*Aus dem Tun
lernen – für Extros
eine gute Idee!*



Intros profitieren von klar strukturierten Lerneinheiten und einer entspannten Atmosphäre. Vermitteln Sie, dass Fehler nicht nur ok, sondern wichtige Erfahrungen auf dem Lernweg sind. Fairness, Planbarkeit und eine gute Moderation sind für sie im Dialog mit anderen Lernenden hilfreich und ermöglichen kreatives Mitwirken.



Noch besser läuft es, wenn Spaß dabei ist: Im Wettkampf oder Quiz laufen Extros zu Höchstform auf und genießen das Miteinander im Team. Schaffen Sie Räume für informelle Begegnungen in den Pausen, vor und nach der Veranstaltung – auch zwischenmenschliche Kontakte sind für Extros besonders positiv besetzt.

Die große Aufgabe in Seminaren, Workshops und Trainings besteht darin, sowohl Intros als auch Extros gerecht zu werden. Mischen Sie daher immer Strategien aus beiden Spalten!

Last but not least: Gestalten Sie Ihre eigene Lernerfahrung mit!

Inzwischen ahnen Sie sicher, was mich als Intro beim Regalbauen so gestört hat: Wir Teilnehmenden wurden bewusst in einen völlig ungesteuerten Prozess geworfen, sollten uns und den Prozess „irgendwie“ organisieren. Die Devise lautete: einfach tun, dann daraus lernen. Für den extrovertierten Trainer war das positiv besetzt. Bei mir als Intro ist es aber umgekehrt: Ich mache mir lieber zuerst Gedanken und gehe dann in einen geplanten Prozess, den ich dann beim Tun anpassen kann.

In der Seminarsituation war ich sehr froh, diese Unterschiede zu kennen. Außerdem kam mir eine wichtige Tatsache in den Sinn: Für die Gelegenheit zum Lernen hatte ich ja bezahlt. Ich nahm mir die Freiheit, diese Gelegenheit auf meine eigene Weise zu nutzen: Ich trat drei Schritte vom Regalbrettstapel zurück, holte tief Luft und informierte die Seminarleiterin in einem 1:1-Gespräch darüber, dass ich den Teamentwicklungsprozess genau beobachten und hinterher im Plenum darüber berichten würde. Der Anfang eines guten Tages!

DIE AUTORIN: Dr. Sylvia Löhken ist Expertin für intro- und extrovertierte Kommunikation. In ihren Vorträgen, Coachings und Workshops zeigt sie, was „Intros“ und „Extros“ unterscheidet – und welche Stärken beide Persönlichkeitstypen bei der Verwirklichung ihrer beruflichen und privaten Ziele nutzen können. Zu ihren Auszeichnungen gehören der Titel Vortragsrednerin des Jahres 2012 sowie der Best Business Book Award 2017. Ihre Bücher über intro- und extrovertierte Kommunikation wurden über 500.000 Mal verkauft und in 23 Sprachen übersetzt. Weitere Informationen und Termine unter: intros-extros.com sowie www.youtube.com/user/LeiseMenschenTV.





Kaum fertiggestellt, schon zum „Coolsten Tagungsraum Deutschlands“ gewählt: der „Waldraum“ – dem Teilnehmer suggerierend, dass er in einer sonnigen Waldlichtung sitzt.

„Wer Neues will,

Lust auf innovative Raumschöpfungen, die kreativ beflügeln und ungehinderte Bewegungsfreiheit gewähren? Dann wäre Hagen im südlichen Westfalen das passende Tagungsziel. 2017 wurde dort das Projekt „ARCADEON recreated“ vollendet. Vier Jahre dauerte die „Neuerfindung“ der seit fast zwei Jahrzehnten bestehenden Weiterbildungsstätte, die mittlerweile Vier-Sterne-Hotel ist. Jörg und Claudia Bachmann, die das Anwesen gemeinsam führen, haben sich dabei mit Konsequenz und Qualität das Motto „Wer Neues will, muss es ganz wollen“ zum Vorbild genommen – es stammt vom Hagener Kunstpionier Karl Ernst Osthaus (1874–1921), der sich einst mit der Gründung des Folkwang Museums für neue Ausdrucksformen und gegen Stil-Verkrustungen engagierte.

Jetzt ist das ARCADEON ein Lernort, in dem Lifestyle großgeschrieben wird – mit ganz eigener Wohlfühl-Szenographie in sämtlichen Hotelbereichen, vermittelt durch eine Designsprache, die vor allem durch Mut überzeugt. Es gibt





„muss es ganz wollen“



keine wesentlichen Einrichtungskomponenten, die nicht auf exklusiven Entwürfen beruhen. In vielen kleinen Schritten entstand schließlich ein durchgängig entspanntes Kreativ-Ambiente, das als wirkungsvoller „Resonanzboden“ Gästen entgegenkommt, die ihrerseits kreative Denkarbeiten und das Trainieren neuer Entwicklungsschritte angehen wollen.

Dazu wurde in den Meetingarealen eine neuartige räumliche Struktur entwickelt, die in Nachbarschaft zu den Tagungsräumen sogenannte Co-Working-Spaces einschließt – in diese ist die genutzte Arbeitsfläche je nach Bedarf flexibel erweiterbar. Rollbare Seminarmöbel, die zur Bewegung animieren, ermöglichen es dabei unkompliziert, beispielsweise von der Großgruppen-Situation zur Aufteilung in Kleingruppen und wieder zurück zu wechseln. So kommt ein dynamisches Tagungserlebnis zustande, das in wohnlich akzentuierten Räumlichkeiten, begleitet von grünen Parkblicken und smarter Technik, abläuft. Wer zwischenzeitlich besonders abgeschirmte Plätze für Kleinstgruppen oder Einzelcoachings benötigt, findet dazu perfekte Rückzugsangebote in insgesamt 14 „Transforming Rooms“. Dies sind Hotelzimmer, die sich ruckzuck in Arbeitssphären verwandeln lassen, wobei das Bett sich in einer Schrankwand unsichtbar macht und aus dem Zimmer-TV ein professionelles Multimedia-Display wird. >>



ARCADEON

**Haus der Wissenschaft
und Weiterbildung**

58093 Hagen

Lennestraße 91

Tel. +49-(0)2331/35 75-0

Fax +49-(0)2331/35 75-200

info@arcadeon.de

www.arcadeon.de



HOTEL

98 Zimmer, 17 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 52 Personen
Parlamentarisch: 123 Personen
Reihenbestuhlung: 230 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Innovative Lernräume,
die Trends setzen

Außergewöhnliche Architektur –
inspiriert durch die Bauweise alter Klöster

Zimmer mit stilvollem Design, komfortabler und moderner Ausstattung



TRAINER-URTEIL

„Das ARCADEON kann ich nur weiterempfehlen! Es trägt zum Wohl der Teilnehmer und des Trainers bei, da alles so unkompliziert und von einem hohen Standard geprägt ist – besonders auch toll an heißen Tagen, da wir den wunderschönen Park nutzen können.“

Nicole Bittner

DM – Drogerie Markt



Hier tagt die Zukunft! Unserer Idee folgend „Neues Denken braucht neue Räume“ haben wir konträre Lernräume geschaffen und setzen Trends. Atmen Sie die Freiheit und Inspiration der Natur im Erlebnisraum Wald. Sprengen Sie starre Denkmuster im Hexagon. Konsequenter setzen wir diese innovativen Raumkonzepte in unseren Transforming Rooms um. Im ARCADEON spüren Sie die Magie der Räume. Ein ganzheitliches Konzept aus Duft, Musik und eigenständigem Design weckt Emotionen und lässt neu denken. Ein Haus, in dem wir alle dafür sorgen wollen, dass Sie sich eingeladen fühlen, für sich die magischen Momente zu erleben.

Claudia und Jörg Bachmann, Marketing- und Verkaufsleiterin und Geschäftsführer



Eine Designsprache vermittelt im ganzen Haus Wohlfühl-atmosphäre. Dabei ist nichts Standard, sondern jede einzelne Komponente exklusiv entworfen.



Besonders eindrücklich präsentiert sich die im ARCADEON bewusst praktizierte Abkehr von konventionellen Meetingbahnen in zwei als Denkwerkstätten konzipierten Erlebnisräumen. Da wäre einmal das „Hexagon“: Hier lösen klar-gegliederte, sechseckige Tische, Lampen und Sitzflächen starre Tagungsanordnungen auf und verleiten somit gleichsam zum Verlassen gewohnter Denkmuster und zur Fokussierung auf unorthodoxe Ideen. Als atmosphärischer Gegenpol dazu präsentiert sich der „Waldraum“: Auch hier erfolgt eine Einladung zum Querdenken, aber auf eine Weise, bei der unter anderem durch hinterleuchtete Wandbespannungen ein Waldgefühl wie auf einer romantischen Lichtung entsteht – es dominiert eine freundlich-harmonische Grundstimmung, die beispielsweise einen guten Background für Konfliktseminare hergibt. Im Jahr 2017 erhielt diese einmalige Raum-Idee sogar die Auszeichnung zum „Coolsten Tagungsraum Deutschlands“.

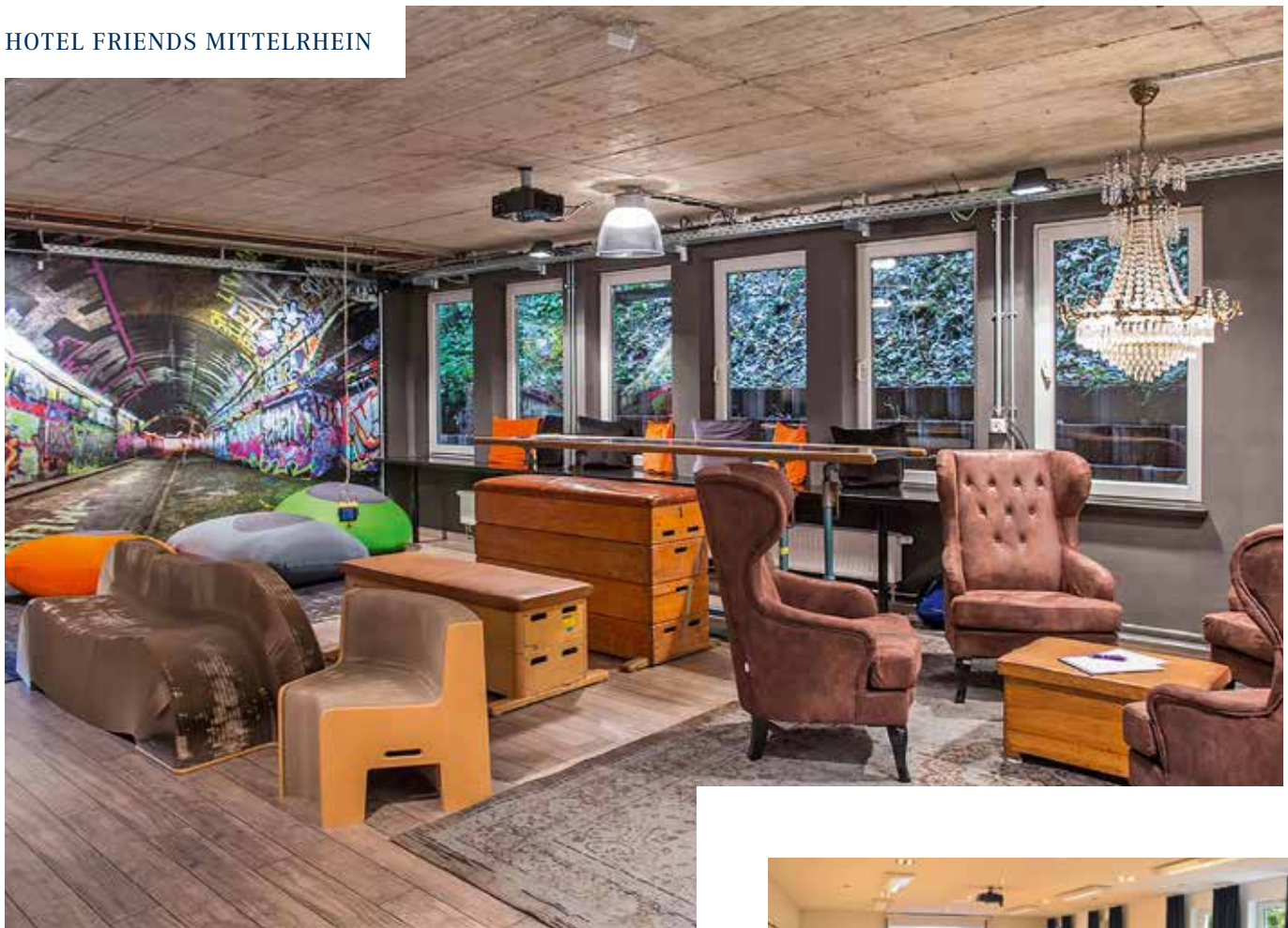
Norbert Völkner



Zuhause bei Freunden. Das hotel friends ist der ideale Veranstaltungsort für Unternehmen, für die echte, ehrliche Werte über allem stehen, für die Vertrauen, Loyalität und Verlässlichkeit die Grundvoraussetzung ihres Handelns darstellen. Wer in dieser Wertewelt aktiven und dynamischen Spaß erleben möchte und voller Leidenschaft an seinen Veränderungs- und Teambildungsprozessen arbeiten will, findet in uns seinen leidenschaftlichen und unermüdlichen Freund und Partner.

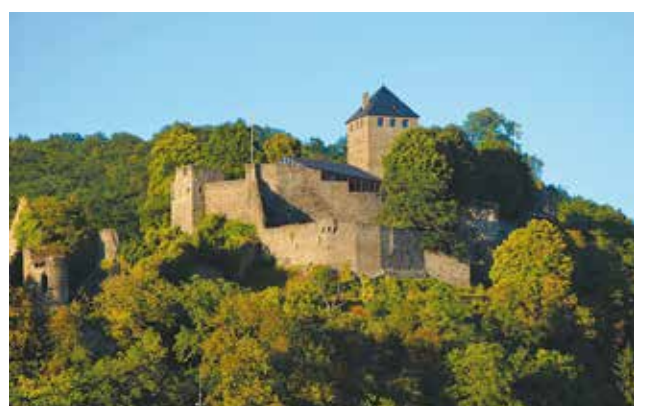
Haakon Herbst, chief experience officer





Es gibt Orte, die sind prädestiniert dafür, Veränderungsprozesse zu begleiten. Orte mitten in der Natur, die sowohl intensives Arbeiten in der Gruppe zulassen als auch notwendigen Freiraum für den Einzelnen bieten. Die Kreativität mit Action verbinden, ein produktives Miteinander gestalten und didaktische Zielsetzungen partnerschaftlich zum Erfolg begleiten. Ein solcher Ort ist das hotel friends Mittelrhein – auf den ersten Blick ein Gebäudeensemble in romantischer Klausurlage am Rande des Westerwaldes, das ein ganzes Hoteltal als exzellentes Lernumfeld zur Verfügung stellt.

Das hatte vor 160 Jahren zwar noch einem ganz anderen Zweck gedient, machte sich aber die gleichen Erfolgsfaktoren zunutze wie heute: Der bekannte Psychiater Dr. Caspar Max Brosius baute 1857 im Wenigerbachtal eine Klinik, weil er dort vor allem eines fand: unbelassene Natur, Wald, Wasser, Sonne, Ruhe und viel Platz. Was damals galt, faszinierte vor einigen Jahren auch den MICE-Experten Haakon Herbst und veranlasste ihn zum Kauf des ganzen Tales. Und





Das hotel friends als perfekter Partner für Teambuildings und Tagungen mit hohen individuellen Anforderungen – dank der Unterstützung des Teams der Wander-, Bike- und Segwayführer.

inspirierte ihn zu dem, was auf den zweiten Blick besticht und zum nachhaltigen Erfolg geführt hat: zur Entwicklung seiner „friends-Philosophie“. Ein Freund und Partner zu sein an der Seite seiner Tagungskunden, um ganzheitlich an der Umsetzung des Gesamtkonzepts mitzuwirken. Herbst bietet heute in diesem Tal Erlebnis und Spaß, unkonventionelle Veranstaltungen und ein Zuhause auf Zeit – „Willkommen bei Freunden“ wird gelebt und ist die Basis für erfolgreiche berufliche und persönliche Veränderungsprozesse, ein besseres Miteinander im Team und erfolgreiche Trainingseinheiten.

In Verbindung mit höchster Kompetenz ist es dem Team gelungen, das Hotel zu einem perfekten Partner für Tagungen mit hohen individuellen Anforderungen zu etablieren. Hier werden innovative Tagungsformen wie Barcamps mit großer Leidenschaft vorangetrieben. Hier trägt eine ausgeprägte „Kümmererphilosophie“ dazu bei, den Kunden zum Erfolg zu führen: Im hotel friends stehen Inhalte im Mittelpunkt, die Erreichung des gewünschten Trainingsziels hat für das Hotel-Team stets oberste Priorität. „No limits“ gilt nicht nur, wenn die Tagungsgruppen bis in den Morgen

feiern können, weil es in dem Tal keine Nachbarn gibt. Schier grenzenlos sind auch die Möglichkeiten, die den Tagenden zur Verfügung stehen. Da ist die Wahl zwischen elf modernen und mit neuester Technik ausgestatteten Tagungsräumen, die sich auf drei Gebäude im Tal verteilen. Da ist auch der Einsatz zahlreicher Locations und Rahmenprogramme, die das Hotel-Team mit äußerster Flexibilität handhabt, um als integrativer Bestandteil am Trainingserfolg mitzuwirken. Erfahrene Veranstaltungsleiter organisieren Events, sturmerprobte Frontleute begleiten auf langen Wanderungen und engagierte Mitarbeiter sorgen dafür, dass die bar & lounge 24/7 Tag und Nacht geöffnet hat, damit Tagungsgäste auch für nächtliche kreative Ideen eine gemütliche Ecke im Anwesen finden.

Es ist diese Summe aus vielen Einzelteilen, die dem Gast das Gefühl vermittelt, hier bei Freunden zu sein – so, wie es Name und Philosophie des Hauses versprechen. Und wie unter Freunden geht es im Wenigerbachtal ehrlich, echt und verlässlich zu. Wer das schätzt, findet im hotel friends für seine Weiterbildungs- und Trainingsziele den perfekten Partner.

Uta Müller

#hotelfriends
MITTELREIN



HOTEL FRIENDS MITTELREIN

56170 Bendorf
Im Wenigerbachtal 8-25
Tel. +49-(0)2622/884-0
Fax +49-(0)2622/884-444
mittelrhein@hotelfriends.de
www.hotelfriends.de/mittelrhein



HOTEL

76 Zimmer, 11 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 40 Personen
Parlamentarisch: 70 Personen
Reihenbestuhlung: 120 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEERT

Ein ganzes „Hoteltal“ für unkonventionelle
Veranstaltungen und Lernprozesse
Große Auswahl an abwechslungsreichen
Locations indoor und outdoor
Spezialisiert auf die Ausrichtung
besonders innovativer Tagungsformen



TRAINER-URTEIL

„Das Team und das Ambiente des
hotel friends bieten mir in sehr
inspirierender Art und Weise die
Möglichkeiten, verschiedene Tagungs-
formate durchzuführen. Es ist oft ein
Highlight für mein Vertriebsteam in
ungewöhnlicher Umgebung zu unge-
wöhnlichen Ergebnissen zu kommen.“

Uwe Fleck,
SIGNAL IDUNA Gruppe



**„Nur
die Harten
kommen
in den
Garten“?**

**Wie weit
bringen dich
deine Ellen-
bogen?**

**Welchen
Preis zahlen
wir für
Unfairness?**



Fairness lohnt sich, Unfairness kostet

Führung und Zusammenarbeit neu denken

Wenn ich in Trainings oder Workshops die These vertrete, dass wir mit Fairness letztlich mehr erreichen als mit unfairen Tricks und Attacken, schaut mich in der Regel ein Teil der Teilnehmenden zustimmend nickend an, während ich in den Gesichtern anderer die Skepsis ablesen kann, manchmal sogar ein mitleidiges Lächeln ... „schon wieder so ein naiver Gutmensch“.

Was sind Ihre Gedanken zu dieser These?

Lassen Sie uns gemeinsam etwas genauer hinschauen. Die Aussage „Fairness lohnt sich, Unfairness kostet“ mag überraschen und auch zunächst Zweifel wecken. Wir haben häufig eine zwiespältige Einstellung Fairness gegenüber: Wir wünschen uns auf der einen Seite einen fairen Umgang miteinander und setzen auch voraus, selbst fair behandelt zu werden. Fairness ist vielen von uns wichtig, entspricht unserer Natur und tut uns gesundheitlich gut. Gleichzeitig sind wir aber auch skeptisch, ob uns das bewusste Bemühen um Fairness – gerade als Führungskraft und als Unternehmen mit klaren wirtschaftlichen Zielen – nicht schwächt und behindert.

Insofern stellen sich meines Erachtens Fragen wie diese:

- Können wir uns Fairness im beruflichen Umfeld, insbesondere im heutigen Wettbewerb überhaupt leisten?

- Welche Folgen haben Fairness und Unfairness im Berufsalltag? Was lohnt sich? Was kostet?
- Ist der „Ehrliche der Dumme“ ... oder „haben Lügen kurze Beine“?

Ein genauerer Blick auf die Auswirkungen zeigt, dass Fairness enorme Chancen und Unfairness große Risiken mit sich bringen. Dabei macht es uns das Thema Fairness nicht leicht, denn wir haben es hier mit sehr viel subjektiver Wahrnehmung und Interpretationen zu tun. Jeder Mensch hat seine eigene Sichtweise; selbst in der Wissenschaft gibt es keine einheitliche, allgemein anerkannte Definition von Fairness.

Es lohnt sich für einen Moment anzuhalten und sich die Frage zu stellen: Was verstehen Sie unter Fairness? Wie lautet Ihre „Definition“?

In der täglichen Praxis hilft übrigens genau diese Frage häufig schon ein Stück weiter. Wenn wir bewusst miteinander abklären, was wir als fair und unfair empfinden, ist ein erster wichtiger Schritt meistens schon getan. Die Empfehlung lautet: Reden Sie miteinander über Fairness, tauschen Sie Ihre Ansichten und Wahrnehmungen miteinander aus. Nur weil wir im beruflichen Alltag vielleicht nicht so häufig das Wort Fairness in den Mund >>

nehmen, heißt das noch lange nicht, dass sie für uns keine Rolle spielt – ganz im Gegenteil.

Deshalb werfen wir nun einen Blick auf die Folgen von Fairness.

Die Wahrnehmung von echter Fairness ...

- führt zu einem positiven Arbeitsklima, das durch Vertrauen, Loyalität, Motivation, Leistungsbereitschaft und Zufriedenheit geprägt ist,
- erhöht die Identifikation mit dem Unternehmen und dem Team. Die Bereitschaft wächst, das Unternehmen und die Führungskräfte aktiv zu unterstützen,
- stärkt die Innovationskraft und Innovationsbereitschaft der MitarbeiterInnen,
- vergrößert die Legitimation der Führung und der Führungskräfte in einer Organisation. Entscheidungen und Regeln werden schneller und besser akzeptiert, persönliche Interessen und Bedürfnisse eher untergeordnet,
- erhöht die Bereitschaft, gerade auch unerwünschte bzw. nachteilige Ergebnisse zu unterstützen (dies gilt z.B. bei negativen Entscheidungen, Ablehnungen, Versetzungen, Kündigungen).
- Last, but not least: Sich fair zu verhalten, tut uns selbst gut. Wir fühlen uns wohler und zufriedener.

Fairness ist somit eine große Chance, wenn wir sie als Ressource und Erfolgsfaktor sehen und ihre positiven Kräfte auszunutzen verstehen.

Schauen wir uns im Vergleich dazu die andere Seite an: Welche Folgen hat Unfairness?

Es ist unrealistisch zu behaupten, dass Unfairness nichts bringt. Die Frage ist: was, wann, wem und wie lange?

Der Glaube, sich mit unfaiem Verhalten Vorteile verschaffen zu können, ist durchaus weit verbreitet; er speist sich aus realen Erfahrungen. Wir haben wahrscheinlich alle schon Fälle beobachtet, in denen sich dreistes, rücksichtsloses Verhalten „durchgesetzt“ hat, sei es auch nur das Vordrängeln an der Supermarktkasse oder

das „Einschmeicheln“ beim Chef oder bei der Chefin, bis hin zum betrügerischen Einsatz von „Abgas-Schummel-Software“ in Millionen Autos.

Es lohnt sich jedoch, genauer hinzuschauen: Was bringt es auf lange Sicht? Um welchen Preis hat er oder sie sich unfair durchgesetzt?

Unfairness hat ihren Preis

Auch wenn wir mit Unfairness unter Umständen (zunächst) einen „Gewinn“ erzielen, wir zahlen dafür aber auch einen „Preis“. Ich plädiere hier für eine ehrliche „doppelte Buchführung“; denn „jede Buchung braucht eine Gegenbuchung“. Jeder „Gewinn“ durch unfaires Verhalten produziert „Kosten“ an anderer Stelle.

Fairness ist ansteckend, Unfairness aber auch. Menschen nehmen unfaires Verhalten sehr genau wahr, behalten es in Erinnerung und sind anschließend häufig bereit, diese Unfairness mit gleicher Münze heimzuzahlen. Es entsteht in der Folge schnell eine Spirale der Unfairness, im Volksmund nennen wir das: „Wie du mir, so ich dir.“

Dabei bleibt es jedoch nicht, sondern es wird noch schlimmer. Ein Forscherteam der Universitäten Bonn und Lübeck um Prof. Dr. Bernd Weber hat herausgefunden, dass sich „Ungerechtigkeit fortpflanzt“, sie wird häufig auch an unbeteiligte Dritte „weitergereicht“. Fühlen wir uns ungerecht behandelt, laufen wir Gefahr, uns (unbewusst) an anderen zu „rächen“. Wir multiplizieren also Unfairness und damit auch die negativen Folgen. Der Volksmund müsste deshalb eigentlich sagen: „Wie Du mir, so ich dir ... und vielen anderen auch noch.“

Wer sich unfair verhält, sollte darüber hinaus in seine Kalkulation in jedem Fall mit einberechnen, dass er oder sie künftig nur eingeschränkt mit Fairness sich selbst gegenüber rechnen kann. Im Berufsalltag zeigt sich dies z. B. in Form von Vertrauensverlust und Misstrauen, weniger Unterstützung und geringerer Kooperationsbereitschaft. Es kommt häufig zu Demotivation bis hin zu



DER AUTOR: Dr. Ulrich Wiek ist zertifizierter Fairnesscoach und Experte für Fairness und Werte in Kommunikation und Führung mit Projekterfahrungen in Deutschland und weltweit. Er hat BWL und Sozialwissenschaften studiert, verfügt über 20 Jahre Berufserfahrung in verschiedenen Branchen und unterstützt seit 1999 Unternehmen, Führungskräfte und MitarbeiterInnen als Trainer, Coach, Berater und Fachbuchautor. Weitere Infos unter www.ulrichwiek.de.

Service Literatur & Termine



Ulrich Wiek
FAIRNESS ALS FÜHRUNGSKOMPETENZ

345 Seiten, Buch
ISBN: 978-3-662-57516-1
€ 44,99 (D), Gabler Verlag,
Berlin Heidelberg 2018



Ulrich Wiek
ZUSAMMENARBEIT FÖRDERN

46 Seiten, Softcover
ISBN: 978-3-662-45274-5,
€ 14,99 (D), Gabler Verlag,
Berlin Heidelberg 2015

SEMINARE

fair.führen ...

Fairness als Führungskompetenz

16.11.2018 in Heidelberg

Fairness.Macht.Sinn

Mit Fairness zum sinnvollen Umgang mit Macht

17.11.2018 in Heidelberg

Wirkung durch Kommunikation

Wie stärken Sie Ihre Wirkung auf andere?
26.10.2018 in Heidelberg

Wertekompass

Ihr Wertekompass als Orientierungshilfe
27.10.2018 in Heidelberg

Zusammenarbeit fördern

Kooperation im Team
15.11.2018 in Heidelberg

Mehr Infos unter: www.ulrichwiek.de

innerer Kündigung oder sogar Verweigerung, Sabotage und Diebstahl durch MitarbeiterInnen.

Im Zeitalter des Fachkräftemangels sind diese „imageschädigenden“ Risiken von großer Bedeutung. Unternehmen können viel Geld in das „Arbeitgeber-Branding“ investieren ... es wird wirkungslos sein, wenn der eigene Ruf durch den Vorwurf von unfairen Strukturen und Verhaltensweisen beschädigt wird.

Die Folgen unfairen Verhaltens tun auch im wahrsten Sinne des Wortes richtig weh und sind extrem ungesund. Empirische Forschungen zeigen dies immer wieder. Die Arbeiten von Christine Pearson und Christine Porath („The Cost of Bad Behavior“) seien hier exemplarisch genannt. Aus Sicht der Führungskräfte sind z. B. die Kosten für Fehlzeiten relevant, die in den letzten Jahren kontinuierlich in den Fehlzeiten-Reports der Krankenkassen dokumentiert sind. Psychische Leiden, z.B. durch unfaire Attacken und Mobbing hervorgerufen, sind eine Hauptursache für den in jedem Einzelfall menschlich belastenden und wirtschaftlich insgesamt teuren Ausfall von MitarbeiterInnen durch Erkrankung.

Als Führungskraft sollte Ihnen noch ein weiterer Faktor zu denken geben: Sowohl verschiedene Gesetze als auch entsprechende Gerichtsurteile nehmen Arbeitgeber und die sie vertretenden Führungskräfte zunehmend in die Pflicht, nicht nur persönlich unfaires Verhalten zu unterlassen, sondern vielmehr aktiv und bewusst gegen Unfairness vorzugehen. Weder das Unternehmen noch die Führungskraft können sich zukünftig darauf berufen, die Unfairness nicht selbst herbeigeführt zu haben oder die Mobbing-Attacke nicht mitbekommen zu haben. Mir scheint, dass dies noch nicht

allen Führungskräften bewusst ist: Sie haben u.a. aufgrund neuer Bestimmungen des Arbeitsschutzgesetzes (§4, 5, 13) die rechtliche Verpflichtung, z.B. im Rahmen von „psychologischen Gefährdungsbeurteilungen“ proaktiv unfaires Verhalten und unfaire Strukturen zu bekämpfen – und sie müssen im Zweifel vor Gericht beweisen können, dass sie hier ausreichend tätig waren. Es gibt mittlerweile erste Fälle, in denen Führungskräfte persönlich in Haftung (Ordnungsgelder, Schadensersatz etc.) genommen wurden.

Unfairness kostet also! Den „Preis“ zahlen nicht nur MitarbeiterInnen, sondern auch Führungskräfte und Unternehmen. Es gibt mittlerweile umfangreiche Belege für die Bedeutung und die Auswirkungen von Fairness und Unfairness. Wenn Sie hier tiefer einsteigen wollen, helfen Ihnen die Tipps zum Weiterlesen auf dieser Seite.

Welche Schlussfolgerungen und Empfehlungen ergeben sich aus diesen Erkenntnissen?

Sowohl Unternehmensleitungen und Führungskräfte als auch die MitarbeiterInnen sind gut beraten, ihr Führungsverhalten und die Zusammenarbeit im Alltag bewusst an dem Kriterium Fairness auszurichten. Hier ist eine realistische Umsetzungsstrategie hilfreich, konkrete Anregungen und Praxishilfen finden Sie in den Lektüreempfehlungen.

Es spricht viel dafür, Führung und Zusammenarbeit neu zu denken; denn: **Fairness ist eine Ressource und ein Erfolgsfaktor.**
Fairness.Macht.Sinn

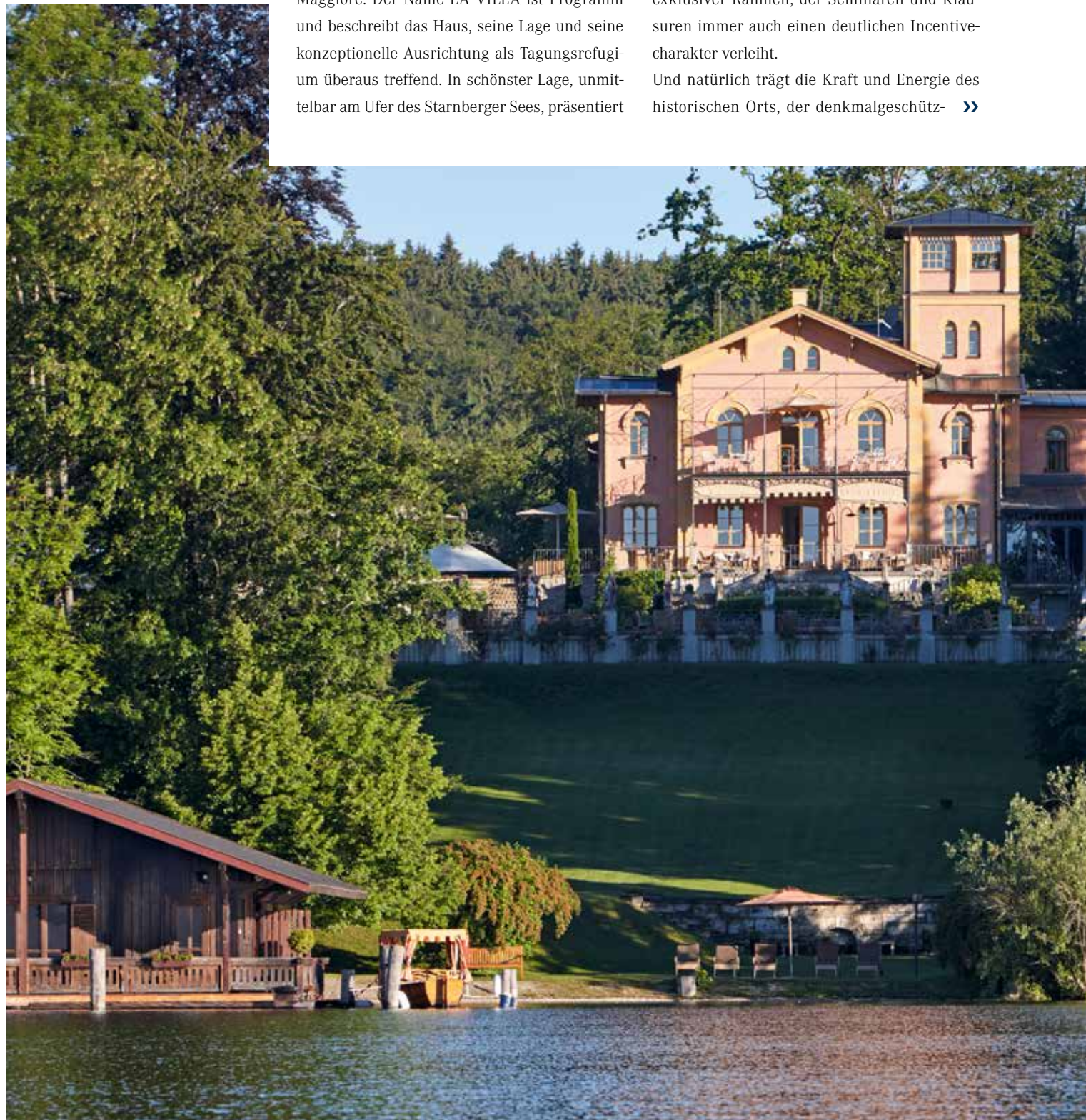


Ein Blick vom Wasser auf das Anwesen von LA VILLA am Starnberger See lässt schnell erkennen, warum es sich um einen „geSEEgneten“ Ort handelt ...

Es ist eine atemberaubende Situation, die ankommende Tagungsgruppen empfängt und umfängt, die insbesondere aus der Schönheit der Natur und der Ästhetik der Architektur schöpft. Die Szenerie erinnert sehnsuchtsvoll an den Liebreiz italienischer Landschaften, an einsame toskanische Villen inmitten sanfter Hügel oder an die pittoresken malerischen Ufer des Lago Maggiore. Der Name LA VILLA ist Programm und beschreibt das Haus, seine Lage und seine konzeptionelle Ausrichtung als Tagungsrefugium überaus treffend. In schönster Lage, unmittelbar am Ufer des Starnberger Sees, präsentiert

sich das Anwesen als ein in sich geschlossenes Ensemble, dessen historische Architektur eine wunderbare Symbiose mit Modernem eingeht. Veranstalter wissen um die Wirkung dieser Exklusivität, wissen um die assoziative Kraft, die dieser Lernort entfaltet, und setzen bewusst auf den Zauber und die Einzigartigkeit dieses geschützten und privilegierten Ortes. Es ist ein exklusiver Rahmen, der Seminaren und Klausuren immer auch einen deutlichen Incentivecharakter verleiht.

Und natürlich trägt die Kraft und Energie des historischen Orts, der denkmalgeschütz-





LAVILLA

TAGUNGEN · FESTLICHKEITEN · HOTEL



LA VILLA AM STARNBERGER SEE

82343 Niederpöcking
Ferdinand-von-Miller-Str. 39-41
Tel. +49-(0)8151 / 77 06-0
Fax +49-(0)8151 / 77 06-99
info@lavilla.de
www.lavilla.de



HOTEL

30 Zimmer, 5 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 35 Personen
Parlamentarisch: 70 Personen
Reihenbestuhlung: 130 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Ein exklusives Refugium direkt
am Ufer des Starnberger Sees
Parklandschaft wird zum Lern- und
Erholungsort gleichermaßen
Historische Villa und modernes Tagungs-
zentrum inspirieren gegenseitig



TRAINER-URTEIL

„Seit 17 Jahren darf ich diesen höchst
kompetenten Service mit ganz viel Herz
genießen. Unvergleichbar und einzigar-
tig werden mir meine Trainerwünsche
von den Lippen abgelesen wie kaum in
einem anderen Hotel in Deutschland.
Zuvorkommend, professionell und vor
allem natürlich und herzlich echt. Großes
Kompliment! Da kann ein Trainerherz nur
Luftsprünge machen ...“

Nicola Hammerschmidt, WorkART
swishcompany coaching gmbh



Historisch,
naturnah und
inspirierend

ten Villa, zur faszinierenden Anmutung bei. Die Geschichte der Villa Knorr begann in der Mitte des 19. Jahrhunderts, als die Ufer des Starnberger Sees lediglich von einigen Fischern besiedelt waren, die bayerischen Könige ihre Schlösser im Hinterland errichtet hatten und die bessere Münchner Gesellschaft den Landstrich für sich entdeckte. Erste repräsentative Villen entstanden, eine davon war die Villa Knorr. Deren Architekt, der Münchner Baurat Arnold Zenetti, hatte sich zu diesem Zeitpunkt bereits seine Meriten mit dem einen oder anderen Bauwerk in der Münchner Maximilianstraße verdient. Und so ist es nicht verwunderlich, dass es zwischen der Architektur der mondänen Einkaufsstraße und der Villa vielfache Parallelen gibt. LA VILLA knüpft an seine Traditionen an: Bereits seine Erbauer nutzten die Villa als Ort des Dialogs und der Kommunikation, als Tagungsort eben, in der damaligen Zeit zunächst für Künstler. Später haben auch Wissenschaftler und Intellektuelle am Ufer des Starnberger Sees ihren geistigen Horizont erweitert, haben Verbindungen geknüpft

und sich der Schönheit des Ortes hingegeben. Nach umfassender Sanierung präsentiert sich die einstige Villa Knorr als LA VILLA mit einem faszinierenden Konzept naturnahen Lernens – die umgebende Parklandschaft ist gleichermaßen Erholungs- und Lernort – etwa wenn Pausen oder kreative Denkphasen bei schönem Wetter im Freien stattfinden können und der See genutzt wird oder für die Umsetzung naturnaher Rahmenprogramme. Die Tagungsräume präsentieren sich wahlweise historisch oder modern, immer aber genießen Tagungsgruppen einen aufmerksamen und liebevollen Service sowie eine erlesene Kulinarik.

LA VILLA ist in erster Linie ein mediterran anmutender Lernort, der Lebens- und Arbeitsfreude gibt. LA VILLA ist aber auch ein Kraftquell und ein Ort der Inspiration für Menschen, die schöpferisch und kreativ miteinander arbeiten, gemeinsam Konzepte erstellen und Probleme bewältigen wollen. Inspiration, Exklusivität und Liebesswürdigkeit machen das Haus zu einem zauberhaften Ort.

Thomas Kühn



In vielen Details kommt die Exklusivität des Hauses zum Ausdruck.



Zauberhaft: Leben & Tagen. Unser privates Refugium, direkt am Starnberger See gelegen, bietet Ihnen an diesem geSEEgneten Ort das Vergnügen des naturnahen Lernens und Arbeitens. Rund um unsere denkmalgeschützte Villa warten Lernräume in historischen wie auch modernen Mauern auf Sie – ergänzt durch erlesene Kulinarik und liebevollen Service. Die Liebe zum Detail wird bei uns gelebt und spürbar – willkommen an einem lebendigen Ort echter Inspiration.

Andrea Roever, Geschäftsführerin, und Margarete Schultes, Direktorin

Nachhaltigkeit ist die Lösung



*Küchenchef Sven Heinroth
steht wie alle andere aus
dem Team für die Kern-
ausrichtung des Hotels:
Mensch und Natur!*

Lust auf einen Natur-Bummel zur Seminarpause? In Mintrops Land Hotel ist das schon fast unausweichlich: Gleich vor der Tür vernimmt das Ohr Blätterrauschen und Vogelzwitschern, erblickt das Auge Ländlichkeit für Landschaftsmaler. Deshalb kommen Gäste hierher, die sich vorübergehend „ausklinken“ wollen, sei es, um gedankliches Neuland in Konzepte zu schmieden, oder, um einfach eine sichere Konzentrati-

onschance zu nutzen. Das Hotel hat sich in einer grünen Lunge des Ruhrgebietes angesiedelt, auf einer weitblickspendenden Anhöhe. Es ist aus einem Bauernhof hervorgegangen und heute noch nahtlos mit einem hoteleigenen Bioland-Betrieb verbunden – mitsamt Gemüse-, Blumen- und Kräutergarten sowie weiteren Ländereien. Zur außergewöhnlichen Lernsphäre dieses Ortes tragen daher – je nach Wetter und Neigung – »



eingestreute Umgebungswechsel zwischen den Tagungsräumen und attraktiven Arbeits- und Pausenplätzen im weiten Gartengrün erheblich bei. Die Natur wird hier zum beflügelnden „Resonanzboden“ – und somit auch zum Medium, um die gewohnte Betriebsamkeit des Alltags abzuschütteln und Schwung zu holen für anstehende Kommunikations- und Entwicklungsprozesse. In diesem Sinne hat Familie Mintrop ein Hotel-Refugium für „natürliche“ Begegnungen von Mensch zu Mensch geschaffen.

Dazu gehört im Übrigen auch die eigene Offenheit, mit Gästen in einen Austausch über die hier praktizierte Wirtschaftsweise nach umwelt- und gesellschaftsverträglichen Grundsätzen zu kommen. Auf diesem Gebiet gehört das Hotel zu den Vorreitern, wie beispielsweise die Auszeichnung mit dem „Effizienzpreis NRW“ zeigt. Eine Tagung in Mintrops Land Hotel ist insofern prädestiniert für alle, die sich gerne von einem nachhaltigen und ressourceneffizienten Gesamtkonzept inspirieren lassen, um eigene Herausfor-



Der natürliche Ort für Begegnungen von Mensch zu Mensch. Wer davon fasziniert ist, dass uns die Natur beim Finden von Lösungen zu unseren Fragen unterstützen kann, der ist bei uns genau am richtigen Ort. Mitten in einer grünen Lunge des Ruhrgebiets werden unsere Gäste zu neuen Fragen und dem Finden eigener Antworten angeregt. Dazu tragen wir mit einem modernen Lernumfeld und exzellenter Veranstaltungskoordination bei. Aber auch durch die Einbindung unseres weitläufigen Naturareals mit biozertifiziertem Kräuter- und Gemüsegarten in den Tagungsablauf. Wenn sich Menschen bei uns begegnen, finden sie hier „natürliche“ Lösungen.

Moritz Mintrop, Geschäftsführer





derungen anzunehmen. In jedem Fall hat man es mit ganzheitlichen Arbeitsbedingungen zu tun, die ihrerseits „nachhaltig“ auf tragfähige Lernergebnisse ausgerichtet sind. Die Tagungsräume etwa verfügen neben hübschen Landschafts- und Gartenansichten über Top-Equipment – auch digitale Präsentationen auf LED-Touchscreen-Bildschirmen sind machbar. Zudem wird das trainingsmethodische Inventar mit einem Outdoor-parcours namens „Merlins Pfad“ optional ergänzt: Dort können gruppenspezifische Kompetenzen unter freiem Himmel spielerisch eingeübt werden, zum Beispiel gegenseitige Wahrnehmung, Kooperation, Toleranz und Vertrauen.

Bei all dem erleben die Teilnehmer nicht nur auf dem Außengelände, sondern auch im Hotel-Innenbereich einen „Ort für die Sinne“: Auf den Fluren und in den Zimmern bewirken Originalbilder, viel fantasievolles Design und grüne Gartenperspektiven einen lebendigen Wechsel an „Hinguckern“. Und im Restaurant kommt wunderbar „sinnliches“ und gesundes Essen aus bio-zertifizierten Kulinarien auf den Tisch, die ganz nebenbei geistig aufnahmebereit halten. Hotelgäste sind übrigens eingeladen, die nach herrlichen Aromen duftenden Gewächshäuser, aus denen die servierten Gemüse stammen, zu besichtigen. Natürlich darf man bei dieser Gelegenheit die knackig frischen Anbauprodukte auch selbst pflücken und probieren – und sich beispielsweise die Zucchini aussuchen, die abends zubereitet werden soll.

Norbert Völkner

Angesichts der traumhaften Gartenanlage, aber auch der perfekt ausgestatteten Seminarräume mit Naturblick fällt einem die Entscheidung, ob man lieber indoor oder outdoor tagt, wahrlich manchmal schwer.



Mintrops Land Hotel
Burgaltendorf



MINTROPS LAND HOTEL BURGALTENDORF

45289 Essen

Schwarzensteinweg 81

Tel. +49-(0)201 / 57 171-0

Fax +49-(0)201 / 57 171-47

info@land.mm-hotels.de

www.mintrops-landhotel.de



HOTEL

52 Zimmer, 9 Tagungsräume

Max. Tagungskapazität im größten

Raum bei U-Form: 24 Personen

Parlamentarisch: 32 Personen

Reihenbestuhlung: 40 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEIT

Besonders nachhaltiges
Gesamtkonzept des Hauses

Große Gartenanlage in den Seminar-
ablauf vielfältig integrierbar

Kreatives Klausurdomizil
mitten im Ruhrpott



TRAINER-URTEIL

„In den zahlreichen Feedbacks zu meinen Seminaren loben meine Teilnehmer immer wieder die individuelle Betreuung, das kreative Lernambiente und die hervorragende Gastronomie. Als Trainer weiß ich es zu schätzen, dass spontan auf meine Sonderwünsche eingegangen wird. Die Zusammenarbeit mit dem M-Team ist professionell und herzlich.“

Lutz Meier

www.lutzmeier.de





*Alles ist Marketing!
Siegfried Haider plädiert für
bedingungsloses Marketing-
denken bei jedem Mitarbeiter.*

3. Netzwerken

So funktioniert Karriere!

2. Points of Touch

1. Wer bin ich – und
wenn ja wie viele?

Marketing für Mitarbeiter

Das Unternehmen, in dem Sie angestellt sind, ist ein kleiner Arbeitsmarkt. Unabhängig, ob Sie in einer Firma mit 50, 500 oder mehr Mitarbeitern arbeiten: In diesem Kosmos finden ähnliche Prozesse statt wie draußen in den Märkten, in denen Ihr Unternehmen Produkte und Dienstleistungen verkauft. Je größer Ihr interner Markt ist, desto mehr Marktgesetze finden Sie auch in Ihrem Unternehmen vor und können diese für Ihrer Karriere nutzen. Aber für Sie als Mitarbeiter gibt es über Ihre Firma hinaus noch einen weitaus wichtigeren Markt, für den das Gleiche gilt: Der Markt von Menschen, in dem sich Ihre Kolleginnen und Kollegen im jeweiligen Segment Ihres Arbeitsmarktes um die offenen Stellen bewerben. Egal ob Sie Berater, Computer-Experte, Rezeptionist im Hotel oder Koch sind: Für jedes dieser Berufsbilder existiert ein Arbeitsmarkt, in dem Unternehmen Arbeitskräfte und Mitarbeiter neue Job-Herausforderungen suchen. Unternehmen haben das längst für sich adaptiert und setzen vielfach umfangreiche Employer Branding Projekte um, um als attraktive Arbeitgebermarke mehr Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu haben. Sie nutzen dafür viele übliche Methoden aus dem klassischen Marketing. Wer sich als Arbeitnehmer in ausreichend großen Märkten bewegt und erfolgreich sein will, sollte sich ebenso einige der klassischen Marketing-Gesetze und Methoden erfolgreicher Marken für den eigenen Erfolg zu eigen machen: Um als attraktive Personenmarke eingestellt und befördert zu werden.

1. Wer bin ich – und wenn ja wie viele?

Dieser Buchtitel von Richard David Precht zeigt das Dilemma vieler Personenmarken: Große, professionell aufgestellte Firmenmarken haben eine klar definierte Story, die sie konsequent in ihren Märkten kommunizieren, um bekannt, gefunden und gekauft zu werden. Die meisten Personenmarken von Menschen bzw. Mitarbeitern sind gerade mal Name und Funktion: Max Mustermann, Buchhalter. Sie haben die Antwort auf die „Wer bin ich“- und „Warum“-Frage nie aktiv gestaltet, so dass beim Empfänger beim Kennenlernen und immer wieder auch danach ein „Wow“, ein „Aha“, ein „Cool“ entsteht. Oder diese Mitarbeiter antworten mal so, mal anders und pflegen so viele „Personenmarken“, dass kein klares Profil im Umfeld und den Märkten des Mitarbeiters entstehen kann. >>

„KARRIERE-MARKETING
IST KÜNDIGUNGSSCHUTZ,
ABER VOR ALLEM ERFOLGS-
BESCHLEUNIGER. JEDER
VERDIENT SICH KARRIERE
SELBST!“

Was ist denn eigentlich eine Marke? Die schönste Definition, die ich kenne, ist: Marke ist das, was andere über Sie erzählen, wenn Sie selbst nicht dabei sind. Das ist natürlich etwas vereinfacht, aber im Wesentlichen geht es doch beim Wert einer Marke darum, was andere damit verbinden: Emotionen, Erlebnisse, Informationen uvm. Denn das erzählen sie üblicherweise, wenn Sie gefragt werden: Kennst Du den Mustermann? Wenn das, was andere über Sie sagen, wenn Sie selbst nicht dabei sind, auch die Attraktivität Ihrer Personenmarke darstellt, dann ist es Ihre Aufgabe, durch konsequentes Vorerzählen und Vorleben vorzugeben, was andere über Sie erzählen. Dass wir das nicht zu hundert Prozent schaffen, ist klar. Aber Ziel sollte es sein.

Einer meiner Coachingkunden war Empfangschefin im Hotel. Nach unserer Coachingarbeit sagte sie auf die „Wer bin ich“-Frage nicht mehr Name und Funktion, sondern: „Ich gestalte Erlebnisse für die wichtigsten zwei Momente unserer Hotelgäste: Die Anreise und Abreise!“. Das klingt doch ganz

anders, das merken wir uns, mit so einer Person arbeiten wir gern. Und diese Empfangschefin hatte damit auch einen anderen, höheren Auftrag für ihr Verantwortungsbewusstsein, weil ihre Story ein Versprechen an Mitarbeiter und Gäste ist, das durch ständige Innovation übererfüllt werden darf.

Vor einiger Zeit saß ich in einem Marketing-Strategie-Meeting eines meiner Kunden. Da partizipieren natürlich auch Controller, die über Budgets und Kostenstellen wachen. In der letzten Pause des Meetings kam der Leiter Controlling etwas aufgeregt zu mir und sagte sinngemäß: „Die Marketiers denken immer nur in Maßnahmen und Umsätzen. Die wenigsten können eine Bilanz, GuV, BWA oder Kostenrechnung richtig lesen und würden ohne mich ständig über die Stränge schlagen.“ Und dann sagte er den Satz der Sätze: „Eigentlich bin ich

hier der Ermöglicher: Ich zeige den Kolleginnen und Kollegen, wie sie das Zahlenwerk so lesen, damit sie die besseren Entscheidungen treffen!“. Das und seine Person hab ich mir gemerkt. Wow – was für ein sich selbst verordneter, motivierender Auftrag.

Wer sind Sie, was treibt Sie an, warum machen Sie Ihren Job, wovon sind Sie dabei überzeugt, was möchten Sie zum Guten verändern, woran glauben Sie...? Das einmal attraktiv zu designen, in eine coole Story zu texten und konsequent zu erzählen und zu leben ist die Basis für Karriereerfolg. Auch weil Sie den Spaß- und Motivationsfaktor für sich erhöhen und täglich gern an Ihrem Arbeitsplatz das gestalten, wofür Sie stehen. Und nur Mut zur für Sie richtigen Formulierungs-Dosis dazu, selbst wenn Kollegen mal neidisch lächeln.

2. Points of Touch

Ihre Chefs, Kolleginnen und Kollegen sowie Ihre Kunden (wenn Sie Kundenkontakt haben) definieren also Ihre Marke durch das, was sie mit Ihnen wahrnehmen und erleben. Große Marken designen die wichtigsten Berührungspunkte mit den Kunden. Was erlebt jemand, wenn er mit Ihnen Berührung hat? Haben Sie diese Berührungspunkte für jede interne Zielgruppe (Abteilung) schon mal definiert und gestaltet? Wie melden Sie sich am Telefon, wie beginnt oder endet Ihre E-Mail, wie begrüßen oder verabschieden Sie Kolleginnen und Kollegen an Ihrem Schreibtisch, wie gestalten, eröffnen, beenden und nachverfolgen Sie Meetings...? Erst wenn Sie die für Sie wichtigsten Berührungspunkte einmal aufgeschrieben und priorisiert haben, können Sie sich für jeden ein oder mehrere Überraschungen überlegen, die daraus Punkte der Berührung machen. Einer meiner Chefs hatte eine Schublade im Schreibtisch mit edelster Schokolade. Sein Schreibtisch war immer Treffpunkt für Mitarbeiter, er wusste über alles und jeden Bescheid. Ein Kollege machte aus Meetings kleine Erlebnisse über die besondere Formulierung der Einladung, die lockere, humorvolle Durchführung, die Merci auf den

Plätzen, die Zusammenfassung mit Zitatekarten uvm. Was sind Ihre Points of Touch, um erinnert zu werden? Ideal haben einige/viele davon etwas mit Ihrem „Wer bin ich“ zu tun, Ihrer Story und wofür Sie stehen. Das ist Ihre Position als Voraussetzung für erfolgreiche Positionierung in Ihrem Markt.

3. Netzwerken

Karriereorientierte Menschen pflegen – wie große Marken auch – aktiv hochkarätige Netzwerke. Sie überlegen sich, wohin sie möchten und bauen sich dafür eine Erfolgs-Strategie. Um diese zu realisieren, braucht es Menschen, die ihnen helfen: a) Die, die Ihre Beförderungen auf dem Weg zum Ziel entscheiden oder die Entscheidung beeinflussen können. b) Multiplikatoren, die den Flurfunk im Unternehmen mit bestimmen. c) Innovatoren, die einem bei Projekten wertvolle Tipps geben können. d) Externe Entscheider, die einem Zugänge zu Messebühnen, Blogs, Online-Portalen usw. für Beiträge ermöglichen, die Sie sichtbar machen und als Expertenpersönlichkeit mit Ihren Botschaften positionieren. Und egal ob Sie Kellner oder Ingenieur sind: Sie sind Experte in Ihrem Bereich und wollen diese Expertise hoffentlich ausbauen. Darüber hinaus sollten Sie ein Netzwerk pflegen, das eigentlich keine aktiven Kontakte sind, sondern eher ein Beobachtungsnetzwerk darstellt: Ihre Wettbewerber oder Gefährder, also die Menschen, die mit Ihnen um die nächste Stelle konkurrieren bzw. auch Menschen, die Sie nicht mögen und ggf. „gefährlich“ werden können. Überlegen Sie sich für die Netzwerke gute Maßnahmen, Einladungen, Treffen – auch außerhalb der Dienstzeit. Menschen, die Karriere gemacht haben, sagten mir alle: Ab einer mittleren Managerposition steigt der Anteil an Zeit für Kontakt- und Netzwerkpflege im Unternehmen und im jeweiligen eigenen Arbeitsmarkt außerhalb des Unternehmens auf über 50 % der Arbeitszeit. Je weiter oben, desto mehr und intensiver wird dieses teils operative, teils strategische To-do.

Wenn Sie sich regelmäßig um diese drei Punkte als Voraussetzung für Karriere kümmern, steht Ihrem Aufstieg im eigenen Unternehmen nichts im Wege. Sie beschleunigen ihn mit strategisch wohl durchdachten Job- und manchmal auch Unternehmenswechseln. Und Sie beschleunigen ihn mit der Intensität und Qualität Ihrer Kommunikation in Ihren Märkten, was über bloßes Netzwerken weit hinausgehen kann. Beispielsweise indem Sie über Erfolge schreiben, Vorträge dazu halten, sich in Themen- und Expertengruppen einmischen, Bloggen uvm. Immer abgestimmt mit Ihrem Unternehmen, aber durchaus auch mit einer gesunden Tendenz zur Eigendarstellung, die fast alle Karrieremenschen, die ich kennengelernt habe, auch vorzuweisen hatten.

Am Ende entscheidet für Karriere neben Ihrer Positionierung und Kommunikation immer noch eins am meisten: Ihre Kompetenz und Ihre exzellenten Arbeitsergebnisse. Hören Sie daher bitte nie damit auf, besser als gestern zu werden, zu lernen, zu lesen und als Experte bzw. als Persönlichkeit zu wachsen. Ziele sind wichtig, aber ein amerikanischer Rennfahrer sagte einmal so schön: Es ist viel wichtiger, stets die jeweils nächste Kurve im Auge zu haben und perfekt zu nehmen als ständig nur an das finale Ziel zu denken.



siegfried!haider
attract your clients

DER AUTOR: Siegfried Haider zählt zu den bekanntesten und erfolgreichsten Marketing- und Positionierungsexperten im deutschsprachigen Raum. Er ist Gründer und Ehrenpräsident des Deutschen Rednerverbandes (GSA e.V.) und gefragter Experte in Medien bis hin zu TV-Auftritten bei „Hart aber Fair“. Das Magazin TRAiNiNG kürte ihn zum „Trainer des Jahres 2015“. Seine beiden Studiengänge zum Diplom-Betriebswirt und Hochschulfachökonom sowie eine Unternehmerkarriere seit 1998 liefern die theoretische und praktische Substanz seiner Vorträge und Trainings. Wer ihn und seine Inhalte live erlebt, ist hoch motiviert, sich so aufzustellen, dass Kunden von sich aus kommen, immer wieder gerne kaufen und begeistern weitere empfehlen. So werden Erfolg und Karriere einfach, da es immer weniger notwendig ist, sich aktiv zu verkaufen.

www.siegfried-haider.com





Elemente vereinen. Sinne schärfen. Großes bewegen! Wenn drei Elemente – Wasser, Luft, Erde – in einer einmaligen Kombination wie auf Schloss Marbach direkt am Ufer des Bodensees zusammentreffen, kommt das vierte Element von ganz allein: Feuer und der Funke der Begeisterung! Teilnehmer entwickeln in traumhafter Klausur ihre Ideen. Einzelkämpfer verschmelzen zu Teams. Ein spektakuläres Ambiente lässt Emotionen entfachen. Ein leidenschaftliches Hotelteam erfüllt individuellste Wünsche. Im Bewusstsein, dass hier einst ein Weltmarktführer für Schokolade und Kakao entstanden ist, wird jedem klar: An diesem Ort lässt sich mit allen Sinnen Großes gestalten. **Gerald Nowak, Geschäftsführer**



Majestätisch thront das Anwesen hoch über dem Bodensee an der Stelle, an der der Rhein Richtung Norden den See verlässt, kurz vor der Schweizer Grenze. 17 Hektar wildromantische Parklandschaft rahmen das historische Schlossgebäude; drei „Logistürme“ ergänzen das Ensemble organisch und werden von der nahe gelegenen Tagungsvilla „Bella Vista“ vervollständigt. Schloss Marbach haftet der Nimbus des Besonderen an!

Was auf Schloss Marbach erarbeitet wird, birgt den Erfolg in sich. Einer der Schlossbesitzer der jüngeren Zeit, Klaus J. Jacobs, hat das in der Nachkriegszeit des 20. Jahrhunderts mit dem Aufbau seines weltumspannenden Kakao- und Schokoladenkonzerns eindeutig unter Beweis gestellt. Das Anwesen steht auch externen Veranstaltern für die Durchführung von Tagungen zur Verfügung. Die können auf ein störungsfreies

Tagungsumfeld vertrauen, denn das Haus wird ausschließlich von Arbeitsgruppen genutzt, die zudem häufig – aufgrund der zur Verfügung stehenden Kapazitäten – gewisse Exklusivität genießen. Das ist eine der Ursachen dafür, dass die Arbeits- und Lebensbedingungen von Personalentwicklern, Trainern und Tagungsteilnehmern unisono als „bestehend“ bezeichnet werden. Und es sind die beeindruckenden Wahlmöglichkeiten, die Veranstalter in die Lage versetzen, aus einem 11 Räume umfassenden Portfolio den für die Tagungsthematik passenden zu wählen; unter anderem stehen ein stimmungsvoll wirkendes Dachgeschoss und eine Bibliothek zur Verfügung. Die Räume in der Tagungsvilla „Bella Vista“ präsentieren sich als einzigartige Refugien, das Plenum, das so genannte „Forum“, gilt als eines der schönsten seiner Art in Süddeutschland. Alle entfalten ihre Wirkung durch akzentuierte >>

Es gibt nahezu keinen Fleck in dem 17 Hektar großen Gelände von Schloss Marbach, der nicht besondere Kommunikations- und Teamprozesse schon alleine durch seine Umgebung und die Blickmöglichkeiten zulässt.



Auch innen weiß Schloss Marbach durch eine außergewöhnliche Ausstattung zu bestechen, höchsten Ansprüchen gerecht werdend.

Farbgebung sowie die Hochwertigkeit ihrer Ausstattung. Ergänzende Serviceleistungen werden routiniert, freundlich, flexibel und professionell vorgetragen.

Die Inszenierung informeller Breaks und kommunikativer Tagungspausen erfolgt wahlweise im Schloss, im Park am Ufer des Sees mit seinen grandiosen Ausblicken oder im großzügig bemessenen Foyer der Tagungsvilla vor dem Hintergrund des „Kakao-Freskos“; auch die Terrasse mit dem faszinierenden Seeblick und der urige Gewölbekeller sind einzigartige Kommunikationsräume. Und immer schwingt ein Hauch von Exklusivität mit, allem haftet Außergewöhnliches an, Wertigkeiten werden sinnlich erfahren. In diesen Rahmen fügt sich, dass speziell entwickelte Impulsprogramme

tagungsbegleitend eingesetzt werden können. Und es ist natürlich der „Geist des Ortes“, das Zusammentreffen der Elemente, die das Anwesen zu einem archaisch-spirituellen Ort machen: Das Wasser des Bodensees breitet sich vor der Silhouette der Alpen aus, still liegt der Park, der sich zum See hin öffnet, und über all dem liegt eine atmosphärische Leichtigkeit in der Luft.

Es ist die Summe der Einzelpositionen, die sich zu einem „Spirit“ verdichten, der als außergewöhnliches Erlebnis erfahren wird und der bewirkt, dass aus dem Zusammentreffen dieser Elemente der Funke der Begeisterung entsteht, der Teilnehmer an ihre kreativen Grenzen führt, der Neues entstehen lässt und der der Gemeinschaft kraftvollen Erfolg garantiert.

Thomas Kühn



TAGUNGS- UND SEMINARZENTRUM SCHLOSS MARBACH

78337 Öhningen
Marbach 1

Tel. +49-(0)6262/92 29-100

Fax +49-(0)7735/813-100

info@schlossmarbach.de

www.schlossmarbach.de



HOTEL

61 Zimmer, 11 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten Raum bei U-Form: 61 Personen
Parlamentarisch: 110 Personen
Reihenbestuhlung: 120 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Ein abgeschottetes Tagungsareal, verteilt auf 17 ha Parklandschaft

Ausschließliche Nutzung für Tagungen und Lernprozesse

Installationen für über 20 Teamübungen



TRAINER-URTEIL

„Schloss Marbach kombiniert einzigartig für das Coaching von Top-Führungskräften eine magische Umgebung, höchstprofessionelle Tagungseinrichtungen und herausragende Gastfreundschaft. Der „Marbach-Geist“ ist eine außergewöhnliche „Klausur-Atmosphäre“, die zu tiefer Reflexion, nachhaltiger Belegung und ausgezeichneten Resultaten führt.“

Dr. Kai Dierke,
Dierke Houben Associates





Einladung, Erfahrungen zu machen

Zeigt sich im Alltag das Alte mal wieder robuster als die Veränderung, muss man gelegentlich „raus“ – denn ein Perspektivwechsel kann helfen, um von der Stelle zu kommen. In diesem Sinne ließe sich Gut Gremmelin als ein „Fluchtpunkt“ bezeichnen. Das Tagungshotel mit seiner 18 Hektar großen Outdoorarena ist sozusagen ein Spezialist in der Handelsware „ausgetretene Wege verlassen“. Vor allem wenn es um Teamprozesse geht. Genau genommen liegt eine der Stärken von Gut Gremmelin darin, ein Bereitsteller ungewohnter Erfahrungen mit emotionaler Wirkkraft zu sein – Ziel ist es, auf diese Weise Teams zu aktivieren und mit neuen Standbeinen zu versehen. »



GUT GREMMELIN



GUT GREMMELIN

18279 Gremmelin
Am Hofsee 33
Tel. +49-(0)38452/51-10
Fax +49-(0)38452/51-28
info@gutgremmelin.de
www.gutgremmelin.de



HOTEL

53 Zimmer, 4 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 32 Personen,
Parlamentarisch: 45 Personen,
Reihenbestuhlung: 60 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEIT

Weitläufigkeit des Parks mit See und
Wald und Feld = SlowMotionGefühl

Sie werden in GastFREUNDschaft
empfangen

Sie erleben ungewohnte Erfahrungen
mit emotionaler Wirkkraft



TRAINER-URTEIL

„Ich inszeniere zugeschnittene
Teamprozesse, die alle Sinne an-
sprechen. Im Gut Gremmelin finde ich
eine einzigartige Begeisterung der
Gastgeber, diese mit zu gestalten sowie
die räumlichen und technischen
Gegebenheiten, die ich dafür brauche.

Ein Muss.“

Herbert Rudzinski,
Dipl.-Psych., Business Coach | PP



*Ob im Haus oder im
Grünen, Sommer oder
Winter, auf Land oder
Wasser – Gut Gremme-
lin bietet nahezu unbe-
grenzte Möglichkeiten.*





Gremmelin liegt ungefähr in der Mitte des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern, etwa gleich weit entfernt von Hamburg und Berlin. Die Distanz zur nächsten Ausfahrt der A 19 beträgt drei Kilometer. Das Ankommen ist einfach schön: Die Weitläufigkeit des Gutsparks mit seinen jahrhundertealten Bäumen und den vielen Sichtachsen auf einen See, auf Wälder, Wiesen und Felder hat ganz das Gegenteil eines Tempo-Ortes. Im Gutshaus trifft man auf ein qualitativ-entspanntes Ambiente ohne Chichi – es gibt keine Antiquitäten oder Geweihe an den Wänden, dafür hie und da raffinierte Farbleckse und Kunstaktionen. Die Mitarbeiter freuen sich über neugierige Fragen, sie tragen keine Dienstkleidung und sehen den Teilnehmer vor allem als Gast, nicht als „Kunde“.

Besonders im Fokus der Aufmerksamkeit stehen Traineranliegen – Gutsbetreiber Stefan Leue ist selbst Trainer und gibt gerne konzeptionelle Anregungen, wie sich die Herangehensweise an Lernthemen variieren lässt. Die Spannweite des Möglichen ist groß: Sie reicht von kleinen eingestreuten Teaminterventionen oder auch „Provokationen“ bis hin zu umfänglichen Bauprojekten (Bambustürme, Flöße, Brücken etc.) oder Orientierungstouren, welche den Gruppenmitgliedern eine thematische Sinnhaftigkeit, jenseits des Abstrakten, eröffnen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, individuell entworfene Settings einzusetzen. Dies können zum Beispiel „Echtwelt-Erfahrungen“ sein wie das Ausmisten eines Pferdestalles oder der mit Erdarbeiten verbundene Bau eines Zaunes – es sind Situationen, bei denen

die Mitwirkenden sich und ihre Kollegen anders wahrnehmen. Oder wie wäre es mit einer Teamerfahrung im Rahmen eines Kunstprozesses? Dabei stellt zunächst jeder seinen eigenen Blick dar – aus den einzelnen Facetten, die zusammengelegt werden, entsteht ein emotionales Gesamtbild, dessen Wirkung auf das Team reflektiert wird. Generell birgt der vorhandene Ideenpool, der aus einem weitgefächerten Trainernetzwerk schöpft, viele methodische Empfehlungen zu ganz unterschiedlichen Lernzielen.

Bei all dem stellt das atmosphärische Element des naturgeprägten Hotelumfelds einen Wert für sich dar: Aus den modern und professionell ausgestatteten Tagungsräumen ist je nach Neigung und Wetterlage der Weg in ein einladendes „Grünes Klassenzimmer“, das Ruhe und Harmonie ausstrahlt, immer geebnet. Viel draußen zu sein, liegt in Gremmelin buchstäblich nah – sei es unter dem Blätterdach eines knorrigen Baumes oder mit Blick auf den See. Auf diesem kann übrigens auch ein „Lernfloß“ zum Einsatz kommen: Die Teilnehmer erhalten dabei Gelegenheit, sich treiben und ihren Gedanken freien Lauf zu lassen.

Norbert Völkner



Gut Gremmelin – echt! anregend! Rauskommen zum Gut Gremmelin bedeutet echtes Ankommen. Unser Park – unser See – unser Team... Ihre Möglichkeiten! Wenn Sie möchten, sind wir Ihr konzeptioneller Partner. Nutzen Sie unsere Flexibilität und die Weite unseres Lernraums für den Erfolg Ihrer Tagung. Gut Gremmelin – gut getagt!

Stefan Leue, Gutsbetreiber

Führung im Wandel

Zwischen klassischen Tugenden und Zukunfts-Mindset

Führungsexperte Markus F. Weidner weist Unternehmen sowie jungen Führungskräften den Weg in die Arbeitswelt von morgen.

Im Februar 2018 veranstaltete der Exzellente Lernort „Best Western Plus Palatin“ den ersten jungen Hotelkongress mit dem Titel „HOTALENTS“. Über 250 Fach- und Führungskräfte diskutierten mit dem Hotel-Nachwuchs über den Generationenwechsel, Arbeitgeber-Attraktivität und auch über Führung. Im Workshop Fit4Leadership sprachen 50 Menschen darüber, wie sie Führung erleben, wie sie Führung gerne erfahren würden, wie sie selbst führen und gerne geführt werden möchten.

Wer nun annimmt, die Generation Y und Z wünsche sich von ihren Vorgesetzten vor allem freie Hand, der liegt falsch. Eine DER Erkenntnisse war: Junge Menschen wünschen sich Führung – und beklagen sich eher über Führungskräfte, die zu wenig führen, zu wenig präsent sind. Infolge der Erfahrungen des Kongresses schuf Markus Weidner, Gründer und Inhaber der Onigge® Akademie, einen 3-moduligen Führungs-Workshop, der nicht nur für den Branchennachwuchs der Hotellerie und Gastronomie unverzichtbar ist, sondern jungen Führungskräften aller Fachgebiete grundlegendes Handwerkszeug sowie wertvolle Sozialkompetenzen vermittelt.

LERNRAUM sprach mit Markus Weidner über das Führungsverständnis heute, die Herausforderungen der Zukunft und über das Schwerpunktthema des ersten Führungskräfte-Workshop-Moduls: Wie gelingt der Wandel vom Mitarbeiter zur Führungskraft?



LERNRAUM: Beim Hotalents-Kongress trafen Welten aufeinander – vier Generationen sprachen über das Thema Führung. Welches sind die größten Unterschiede in der Bedeutung von Führungsqualität gestern, heute und in Zukunft?

Markus F. Weidner: Wir kommen aus einer Phase, in der die Generation der Baby-Boomer gelernt hat, durch Befehl und Gehorsam dem Weg zu folgen, der von einer Führungskraft vorgegeben wurde. Das ist allerdings eine Führungskultur, die nicht dem entspricht, wie sich eine Generation Y oder Z die Zusammenarbeit mit einem Vorgesetzten wünscht. Führung wird definitiv gewünscht – nur muss diese als Dienstleistung verstanden werden. Ziel einer Führungskraft muss sein, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Mitarbeiter produktiv sein können: Beteiligung, Transparenz, Verständnis schaffen für Entscheidungen – auch für unpopuläre Entscheidungen.

Moderne Führung heißt ganz klar auch, Verantwortung zu übertragen – und dann den Raum zu geben, diese Verantwortung auch wahrzunehmen. Das bedeutet aber nicht, unbeobachtet machen zu lassen. Denn wenn Führungskräfte für ihre Mitarbeiter nicht verfügbar sind, wenn sich Führungskräfte in ihrer Facharbeit verstricken oder in Meetings zu Tode meeten, dann gelingt Führung nicht. Führungskräfte müssen mehr Zeit damit verbringen, ihrer Führungsarbeit nachzukommen.

Erfordert das neben einem hervorragenden Zeitmanagement etwa auch Kenntnisse im Bereich der Psychologie? Sie sagten einmal „Führung anderer erfordert die Fähigkeit zur Selbstführung“.

Weidner: Ja, wer sich selbst nicht führen kann – wer keine Klarheit über sich als Persönlichkeit hat – wird sich als Führungskraft künftig schwerer tun. Eine wesentliche Führungsanforderung ist mehr denn je, sicherzustellen, dass ich auf der menschlichen Ebene mit meiner Belegschaft in einer guten Verbindung bin. Dass ich für Anforderungen, die ein Mitarbeiter an den Arbeitgeber stellt – wie beispielsweise flexible Arbeitszeiten, Wahrnehmung von Familienzeiten, Sabbaticals etc. – Modelle finde, die meine Mitarbeiter sagen lassen: „Mein Arbeitgeber ist toll, denn er ermöglicht das.“ Sich darauf einzustellen, erfordert den permanenten Dialog mit der Belegschaft.

Wenn ich diesen Dialog nicht führe, haben die Menschen heute überhaupt keine Hemmungen und Not, den Arbeitgeber zu wechseln. In Zeiten, in denen Personalabteilungen der Anforderung, Fachkräfte immer aufs Neue herzuschaffen, aufgrund des leergefegten Marktes nicht mehr gerecht werden können, kann ich nur durch eine tragfähige, glaubwürdige, aufrichtig gelebte Unternehmenskultur sicher-

stellen, dass ich als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werde. Auch da wird die Führungsarbeit der Zukunft ansetzen. Das heißt nicht, dass Führungskräfte fehlerfrei sein müssen – es heißt, im offenen Dialog und Austausch mit den Mitarbeitern zu sein, ihre Wünsche ernst zu nehmen und ihnen entsprechende Perspektiven aufzuzeigen – nicht unbedingt die nächsten Stufen der Karriereleiter, sondern auch auf inhaltlicher Ebene.

Oftmals ist es so, dass Führungsrollen langjährigen Mitarbeitern oder verheißungsvollen jungen Talenten übertragen werden. Wie gelingt der Schritt vom Kollegen zur Führungskraft?

Weidner: Die wichtigste Frage ist: Gelingt es mir, mich aus der Facharbeit mehr und mehr abzukoppeln und die Menschen um mich herum weiterzuentwickeln? In der Perspektive brauchen wir mehr denn je die Entwicklung von Sozialkompetenz, also der Fähig-

„SERVICEQUALITÄT IST DAS ERGEBNIS
VON FÜHRUNGSQUALITÄT.“

keit, mit Menschen umzugehen, sie anzuleiten, sie zu fordern und zu fördern. Ihnen Räume zu geben, in denen sie Fehler machen dürfen, ohne daraus eine Repressalie erfahren zu müssen.

Wenn ich von der Fachkraft zur Führungskraft „befördert“ werde, dann muss ich erst einmal mein eigenes Rollenverständnis finden. Anerkennen, dass sich meine Arbeit verändert. Ein Fallstrick dabei ist die falsche Annahme, ich müsste als Vorbild auf der Fachseite genau das gleiche leisten wie vorher – und mache meine Führungsarbeit in der 11. und 12. Tagesstunde. Führungskräfte neigen dazu, sehr schnell dort in die Facharbeit einzusteigen, wo sie gute Fachmänner sind. Im schlimmsten Fall wird sie für die Mitarbeiter dadurch zu einer schwer zu ertragenden Führungskraft, weil sie permanent dazwischen pfuscht.

Lernen, los zu lassen, zu delegieren, ist eine hoch anspruchsvolle Aufgabe. Dabei muss beachtet werden, dass der Kernzweck der Delegation ist, Menschen auszubilden – nicht, mir selbst Freiräume zu verschaffen. Delegation, konsequent durchgeführt, spart keine Zeit, sondern braucht Zeit. Als Führungskraft-Neuling muss ich in meinem persönlichen Rollenverständnis verankern, wie ich mich künftig als Führungskraft abgrenzen möchte von den Mitarbeitern. Da ist es wurscht, ob man per Du oder per Sie ist. Entscheidend ist, Klarheit darüber zu haben, wie ich führen möchte – und das auch deutlich zu kommunizieren. >>

Welche Führungsinstrumente legen Sie jungen Führungskräften ans Herz? Haben klassische Führungsinstrumente ausgedient?

Weidner: Nein, klassische Führungsinstrumente finden immer noch Anwendung, doch sie müssen ergänzt werden. Beispielsweise braucht ein Unternehmen, das Produkte herstellt, Normen, Baupläne, Dokumentation, verlässliche Strukturen in der Produktion. In der Weiterentwicklung von Dienstleistungen brauchen wir allerdings neue „agile“ Arbeitsweisen, die es Menschen ermöglichen, wesentlich schneller Neuerungen in Unternehmen einzuführen und zu realisieren. Wir müssen viel mehr ausprobieren können. Wegen der ungleich höheren Geschwindigkeit, in der wir mit neuen Geräten, Technologien und Softwareprodukten konfrontiert werden, die wir in unsere Arbeitswelt integrieren müssen, ist Aufgabe der Führungskraft, Arbeitsprozesse zu verschlanken, zu digitalisieren, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Die klassischen Führungstugenden sind mitnichten veraltet. Wir benötigen diese mehr denn je – gepaart mit einem Zukunfts-Mindset, mit einem Entwicklungs-Willen. Alles entwickelt sich heute um ein Vielfaches schneller weiter, sodass wir die Bereitschaft, uns zu entwickeln und zu lernen als Kontinuum in jeder Alterskategorie aufweisen müssen. Wer heute 55 ist, ist zu jung, um zu sagen: Die nächsten Jahre krieg ich auch mit meinem bisherigen Wissen rum. Führungsaufgabe ist deshalb auch, dafür zu werben und die Mitarbeiter darauf vorzubereiten, dass sie diesen ständigen Veränderungsprozess bereit sind mitzutragen.

Als Führungskraft befinde ich mich also in einem nicht endenden Lern- und Anpassungsprozess, was die fachliche Arbeit betrifft. Und dann auch noch Koordinator der Befindlichkeiten meiner Mitarbeiter? Weshalb sollten Unternehmen denn künftig mehr Wert darauf legen, sich an den Bedürfnissen der Mitarbeiter zu orientieren?

Weidner: Die Orientierung an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden wird zukünftig darüber entscheiden, wer noch mitspielen wird. Wer das ignoriert und seine Führungskräfte und den Betriebsablauf nicht darauf einstellt, der wird mehr und mehr Probleme bekommen, weil die Mitarbeiter zu anderen Betrieben oder in andere Branchen abwandern. Ich bin überzeugt, dass Menschen künftig mehr Selbstbestimmung haben wollen. Wir brauchen zwar immer noch Arbeitsplätze, in denen Menschen 9-to-5-Arbeit machen können. Zeitgleich wird jedoch derjenige, der in einem Ausbeutungsmodus oder emotionalen Defizit-Modus unterwegs ist, künftig schneller die Entscheidung treffen, den Arbeitgeber zu wechseln. Warum? Weil er es kann! Früher gab es auf wenige Stellen sehr viele Bewerber. Heute ist das Gegenteil der Fall: viele Stellen, wenige Fachkräfte.

Unternehmen müssen ihren Mitarbeitern deshalb Angebote auf emotionaler und finanzieller Ebene machen, die diese daran hindern, sich über den Tellerrand hinaus umzuschauen. Oder sie müssen Ausbildungsmöglichkeiten fördern, um die Personen emotional ans Unternehmen zu binden und nachher als Experten wieder



*Eine DER Erkenntnisse
des Führungs-Kongresses:
Mitarbeiter wünschen sich
mehr Führung und bemän-
geln, wenn Chefs zu wenig
präsent sind.*

zurückzuholen. Natürlich bedeutet all dies nicht, dass das Arbeitsleben ein Wunschkonzert ist. Wir haben Kundenanforderungen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt geleistet werden müssen. In der Hotellerie ist das beispielsweise die Zimmerreinigung, Kochen, Tische decken und Servieren. Das Entscheidende ist: Wie ist die Haltung meines Arbeitgebers zu mir als Mensch, habe ich das Gefühl, dass meine Arbeit wertgeschätzt wird und in einen sinnvollen Rahmen eingebunden ist.

Betrachtet man all diese Punkte, ist die Führungskraft der Zukunft ein wahres Allround-Genie mit fachlicher Expertise, emotionaler Intelligenz und strategischem Weitblick. Eine gute Führungskraft zu sein erfordert mehr als man sich „mal schnell“ nach der Beförderung aneignen kann... allerdings wird man in seiner vorhergehenden Ausbildung auch nicht darauf vorbereitet.

Weidner: Bei der Hotalents-Podiumsdiskussion im Plenum wurde zu Recht gesagt, dass unsere duale Ausbildung von der Grundidee nach wie vor hervorragend ist. Allerdings steht die fachliche Ausbildung im Vordergrund, die menschliche und führungstechnische Ebene wird vernachlässigt. Das hat zur Folge, dass schlecht ausgebildete Führungskräfte mit dafür verantwortlich sind, wenn Fachkräfte das Unternehmen verlassen und noch schlechter ausgebildeter Führungsnachwuchs folgt. Ein Teufelskreis, den es zu durchbrechen gilt. Denn woher sollen

die Fach- und Führungskräfte kommen, die all die ehrgeizigen Projekte bewirtschaften, die heute in der Pipeline stecken? Ganz zu schweigen von den vielen Betrieben, die heute am Netz sind. Betriebsschließungen sind keine Hirngespinnste von Schwarzmalern, sondern bereits heute Realität.

Die nötigen sozialen Kompetenzen zu erwerben ist ein Prozess, der über längere Zeit stattfindet. Menschen müssen Schritt für Schritt vorbereitet werden, von der Fachkraft zur Führungskraft heranzuwachsen. „Aus der Not heraus“ befördert, wird eine wichtige, sehr gute Fachkraft mit hoher Wahrscheinlichkeit nur verheizt.

Wer ohne gezielte Vorbereitung, im schlimmsten Falle noch ohne Vorankündigung, in die Führungsrolle „hineingeschubst“ wird, sieht sich mit unbekannten, völlig neuen Aufgaben konfrontiert und findet sich nicht zurecht – darunter leiden das Wohlbefinden, die Motivation und möglicherweise auch die Loyalität zum Arbeitgeber. Da die Entwicklung zur Führungskraft nur durch eine mittel- bis langfristige Vorbereitung gelingen kann, muss ich als Chef genau wissen, wer welches Potenzial hat und wen ich in welcher Zeitspanne in welche Position bringen möchte.

Gerade, weil alles um das Unternehmen herum so schnelllebig ist – der Markt, Kundenanforderungen, Technologien –, braucht es die Stabilität im Team. Nur dann muss ich mich nicht mehr um die Basics kümmern, sondern kann alle verfügbaren Ressourcen und Kräfte auf die Unternehmensentwicklung ausrichten. ●

Zum Weiterlernen

FÜHRUNGSTRAININGS DER QNIGGE® AKADEMIE FÜR FÜHRUNGSQUALITÄT UND SERVICE

3 Module für die Entwicklung der Persönlichen Führungskompetenzen:

Modul 1: Hurra, ich bin jetzt Führungskraft

Modul 2: Motivorientierte Führung

Modul 3: Mitarbeitergespräche führen

Kontakt:

Qnigge® Akademie für Führungsqualität und Service
Hannelore Weidner
Leiterin Vertrieb & Marketing
Am Hellenberg 15b
61184 Karben
+49 (0) 6039 48611-0
info@qnigge.de

MARKUS F. WEIDNER

ist Experte für Führungsqualität und Service. Er ist Autor, Trainer, Keynote Speaker und Gründer der Qnigge® Akademie – der Akademie für Führungsqualität und Service. Der gelernte Restaurantfachmann ist ausgewiesener Branchen-Experte für die Hotellerie und das Veranstaltungswesen. Er arbeitet für namhafte Häuser/Hotelketten, Veranstaltungszentren und für zahlreiche Dienstleistungsunternehmen anderer Branchen. So schafft er einen Wissenstransfer, der wertvolle Impulse für Zukunftslösungen bereithält.

Weitere Informationen unter:

www.qnigge.de sowie

www.markus-weidner.com/blogseite.



Ein Tagungs- und Teamtrainings-Paradies im Grünen – zwischen Himmel und Erde entwickeln und entfalten sich Ideen auf natürliche Weise.

Alte Häuser haben Geschichte erfahren und erzählen davon – von Erfolgen und Misserfolgen, von Menschen, die in ihnen gelebt und gearbeitet haben, von Liebe und Freundschaft, vom Wohnen, Feiern und von Bräuchen in vergangenen Zeiten. So stellen sich Beziehungen her, so entstehen Emotionen. Und daraus erwachsen Möglichkeiten und Chancen. Etwa: Vergangenes fortzuschreiben oder bewusst mit Altem zu brechen – um Neues zu beginnen.

Die IHK Akademie Westerham ist ein solches „Geschichten-Haus“. Seine Ursprünge liegen in den Zwanzigerjahren des 20. Jahrhunderts, den so genannten „Goldenen Zwanzigern“, als Dix, Klinger und Beckmann Einzigartiges schufen, in den Bars und Clubs nach wilden Jazzklängen getanzt wurde, Motorengedröhn die Berliner AVUS erzittern ließ, Max Schmeling boxte und Hesses Steppenwolf erschien.

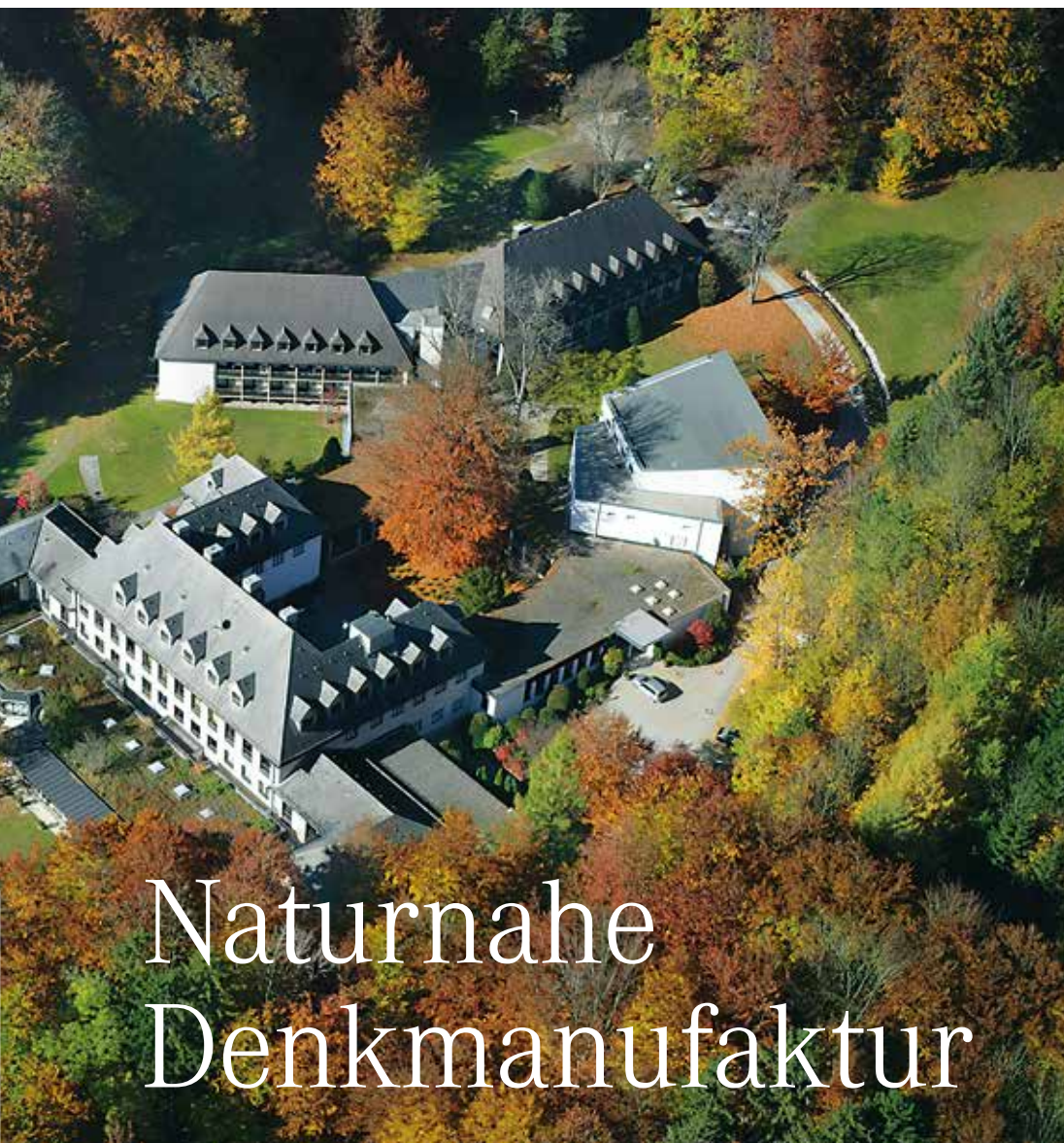
Soziales Verantwortungsbewusstsein formte sich. So sorgte sich die Deutsche Reichsbahn um das Wohl der Familien ihrer Angestellten, besonders um das der Kinder. Deshalb plante man die Errichtung eines Kindererholungsheims – abgelegen und in natürlicher Umgebung sollte es von

München aus gut erreichbar sein sowie Ruhe und Erholung bieten. Westerham, südlich von München, erfüllte alle Bedingungen. Die ersten Kinder zogen 1927 ein, das Erinnern daran ist noch heute erlebbar.

50 Jahre später erfuhr das Anwesen seine wichtigste Zäsur: Auf der Suche nach einem Standort für eine Aus- und Weiterbildungseinrichtung wurde die IHK München und Oberbayern auf das inzwischen nicht mehr genutzte Anwesen in Westerham aufmerksam und erwarb es. Historische Strukturen wurden architektonisch durch Ergänzungs- und Erweiterungsbauten aufgewertet, 1977 erfolgte schließlich die Eröffnung der Akademie Westerham. Präsentiert werden seit dem anspruchsvolle Tagungsbedingungen in einem absolut störungsfreien Umfeld in Verbindung mit einzigartigen Möglichkeiten – idyllisch ruhig gelegen, von hohen Bäumen umgeben und nur einen Steinwurf von München entfernt.

Es ist „Ihr Haus“, das die 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Akademie, auch internationalen Gruppen, präsentieren und für dessen beeindruckenden Service sie verantwortlich zeichnen. Sie sind stolz auf seine Leistungsfähigkeit ➤





IHK AKADEMIE WESTERHAM

83620 Feldkirchen-Westerham

Von-Andrian-Straße 5

Tel. +49-(0)8063/91-0

Fax +49-(0)8063/91-288

westerham@ihk-akademie-muenchen.de

www.ihk-akademie-muenchen.de/westerham



HOTEL

96 Zimmer, 25 Tagungsräume

Max.Tagungskapazität im größten

Raum bei U-Form: 60 Personen,

Parlamentarisch: 130 Personen,

Reihenbestuhlung: 210 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEIT

Westerhamer Teamplattform in 8m

Höhe mit Traumpanoramablick

Niederseilgarten und hoher Teamparcour
für nachhaltige Teamtrainings

100% auf Tagungen und Trainings
konzentriert – das merkt man!



TRAINER-URTEIL

„Sieben gute Gründe für Westerham:
Hochfunktionale Trainingsmöglichkeiten
in- und outdoor. Wieselinker Haus-
techniker. Service mit Herz und Hirn.
Gekocht wird mit Leidenschaft und
Zutaten aus der Region. Die Terrasse
mit Blick auf die Berge. Das Team
herzlicher Überzeugungstäter.
Das macht Gastlichkeit zum Gesamter-
lebnis für Teilnehmer und Trainer.“

Peter-Christian Patzelt,
patzelt. executive partners



100% Tagungen, Trainings und Workshops. Gelernt und gelehrt wird bei uns überall: In Seminarräumen genauso wie im großen Saal, im gemütlichen Foyer wie auch in acht Metern Höhe auf der spektakulären Teamplattform oder im Teamtraining in den eigenen Outdooranlagen. Wenn jemand weiß, wie Training im Business nachhaltig funktioniert, dann wir – wir machen nichts anderes! Seit über 40 Jahren und immer up to date sind wir voll konzentriert auf die wesentlichen Erfolgsfaktoren für Ihre Veranstaltung und Ihr zuverlässiger Partner für Weiterbildungskonzepte. Unser Team kümmert sich um jede Veranstaltung ganz individuell und wird auch Ihre Teilnehmer von der Westerhamer Gastlichkeit mit Engagement und viel Herzlichkeit begeistern. **Jan Ströter, Hotelleiter**



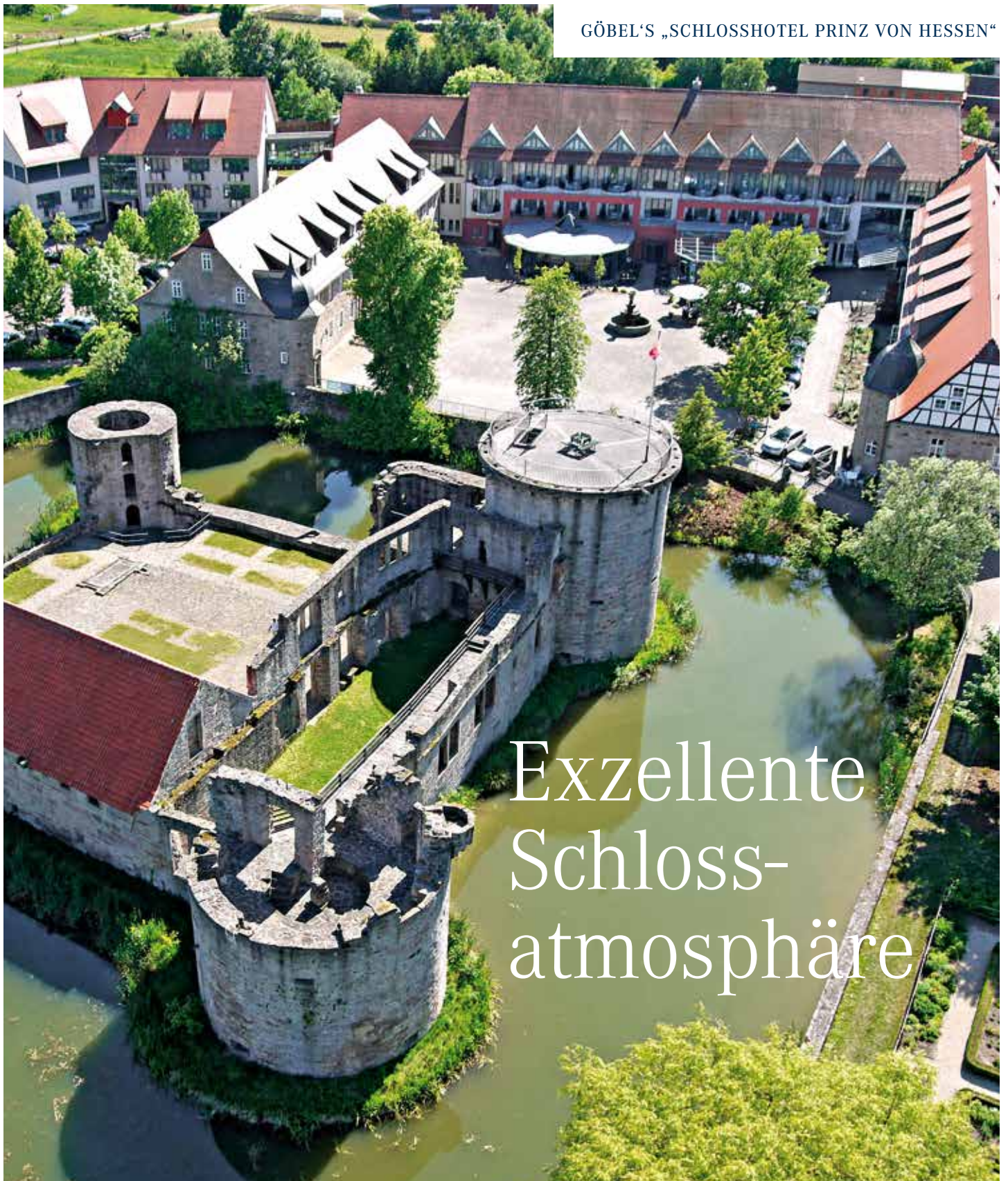
Sauna und Schwimmbad mit Alpenpanorama, die komfortablen, modern eingerichteten Zimmer und die idyllische Umgebung sorgen für ein Rundum-Wohlfühl-Erlebnis.



und stolz auf den Namen, den es sich als „Natur-nahe Denkmanufaktur“ in der externen Veranstalter-szene erarbeitet hat.

Insgesamt 24 Seminarräume stehen zur Verfügung – es sind lichtvolle Kommunikationsrefugien, die mit komplettem Trainings-Know-how sowie komfortabler ergonomischer Möblierung ausgestattet sind. Sie stehen einzelnen Lern- und Trainingsgruppen zur Verfügung, können aber auch von Arbeitsgruppen für Gesprächssequenzen genutzt werden. Besonders beeindruckend ist der Saal „Open Space“, dessen komplett verglaste Seitenfront den Eindruck vermittelt, sich inmitten des umgebenen Waldes zu befinden – ein Naturschauspiel zu jeder Jahreszeit. Und selbstverständlich können Veranstalter auf die Qualität und den Bedienkomfort von high-end-Technik vertrauen.

Outdoor-Trainingsmöglichkeiten, beispielsweise ein Niedrigseilgarten, sind für die Erreichung von Trainingszielen nutzbar. Einzigartig dürfte die in luftigen 8 Metern Höhe schwebende Tagungsplattform sein: Weil Gedanken und Ideen Raum haben und sich entfalten können, sind Brainstormings, Ideensammlungen und kreativen Diskussionsprozessen Erfolge garantiert. Die Arbeitsatmosphäre zwischen Himmel und Erde dürfte bei Teilnehmerinnen und Teilnehmern zudem besondere Nachhaltigkeitseffekte erzielen. Freizeiteinrichtungen, Sauna und ein sehr schönes Hallenbad ergänzen und gewährleisten effiziente Regenerationsphasen. In summa: Trainern, Veranstaltern und Tagungsgästen steht mit der IHK Akademie Westerham ein Haus zur Verfügung, das mit seiner komplexen und qualitativ hochwertigen Ausstattung und Einrichtung, der garantierten Arbeitsruhe und den hochwertigen Serviceparametern prädestiniert ist für die Durchführung konzentrierter und ablenkungsfreier Arbeitsprozesse im Großraum München. **Thomas Kühn**



Exzellente Schloss- atmosphäre



Mit gesundem Geist Zukunft gestalten. Eine gesunde Entwicklung in jeder Hinsicht – das steht bei uns im Haus im Vordergrund. Ob es um Lernerfolge oder auch Trends im Tagungsmarkt geht, bei uns sind Fortschritte erlebbar. Ein erstklassiges Wellnessangebot und eine Gourmetküche sorgen dafür, dass sich Körper und Geist wohlfühlen. Unser außergewöhnliches Schlossambiente, zentral in Deutschland gelegen, begeistert ebenso wie unser sympathisches familiengeführtes Team. Wir legen Wert auf eine exzellente persönliche Beziehung zum Tagungskunden – nur so können wir seine Bedürfnisse übererfüllen.

Markus Göbel, Direktor



Vor hundert Jahren trafen sich Handelsleute und Handwerker, fahrendes Volk, sicherlich auch Bewaffnete und einfache Reisende in der Nähe von Friedewald – schließlich bezeichnet der Ort den Kreuzpunkt der Geleitstraße von Frankfurt am Main nach Leipzig einerseits und der Handelsstraße zwischen Bremen und Nürnberg andererseits. Traditionell also ein Ort sich kreuzender Straßen und Wege, der zur wirtschaftlichen Dynamik der Region und des Landes, ein mittelalterlicher „Info-Point“, der zum Austausch von Neuigkeiten oder einfach zum gesellschaftlichen Miteinander beigetragen hat. Heute markiert er in etwa die Schnittstelle der Bundesautobahnen 4 und 7, das Kirchheimer Dreieck.

Und was vor mehr als 500 Jahren als Schloss entstand, präsentiert sich heute als hochmodernes Tagungshotel, das seine Faszination aus Tradition-Bewahrt und Innovativ-Neuem schöpft. Die Kontinuität der Historie bedingt, dass der Ort und die Region auch heute von allergrößtem Interesse sind.

Lage, Interieur und „soft facts“ haben dem Haus eine kontinuierliche Nachfrage beschert, insbesondere seit im Jahr 2002 die nordhessische Hoteliersfamilie Göbel das Anwesen als 5-Sterne-Hotel führt. Sie inszeniert eine gelungene Performance von Tagungs-, Event-, Familien- und Wellnesshotel und tritt nachhaltig den





Einen Rundum-Wohlfühlcharakter erleben Tagungsteilnehmer in Göbel's Schlosshotel – egal ob im Tagungsraum, beim abendlichen Wellnesserlebnis oder in den Zimmern und Suiten.

Beweis an, dass der Aufenthalt unterschiedlicher Gästegruppen durchaus harmonisch verlaufen kann. Für Veranstalter bedeutet das, dass Tagungsgruppen zum einen in einem einzigartigen, historisch geprägten Umfeld arbeiten, ohne auf die Annehmlichkeiten eines modernen Tagungshotels verzichten zu müssen: Sämtliches technisches Equipment, Kommunikations- und Präsentationstechnik sind neuester Generation. Ergänzende und begleitende lernzielfördernde Aktivitäten sind ebenso umsetzbar wie attraktive Rahmenprogramme und Themenabende. Bis zu zehn unterschiedliche Raumvarianten sind darstellbar, der Innenhof kann für Präsentationen genutzt werden.

Zum anderen kommen Tagungsgruppen in den Genuss der Vielfalt. Inhouse im exquisiten Kristall-Spa, der auf 2.000 m² Entspannung und Ruhe bietet und die ideale Ergänzung zu einem angestrengten Arbeitstag ist. Veranstaltern, die auf die Wirkung inszenierter Events setzen, stehen die historische Wasserburg und die rustikal

eingerichtete Festscheune zur Verfügung. Und natürlich können all die historischen Facetten der näheren Umgebung in Tagungskonzeptionen eingebunden werden – die von der UNESCO zum Weltkulturerbe erhobene Wartburg ebenso wie das nahe Bad Hersfeld. Und in Kooperation mit einem Outdoorpartner können schließlich, tagungsbegleitend oder -ergänzend, Lernziele mittels qualifizierter Aktivprogramme erreicht werden.

Göbels Schloss-Programmatik hat Akzente in der deutschen Tagungslandschaft gesetzt – der inszenierte Kontrast zwischen rustikal-edlem Interieur und moderner ergonomischer Möblierung, der gelungene Spagat zwischen erlebbarer Schlosshistorie und der Präsentation eines hochmodernen Arbeitsumfeldes in Kombination mit einer anerkannten und zertifizierten Bio-Hotelküche ist beispielhaft und in Mitteldeutschland ein erlebbarer Fortschritt, der sich durch alle Hotelbereiche wie der sprichwörtliche „rote Faden“ zieht!

Thomas Kühn



GÖBEL'S „SCHLOSSHOTEL PRINZ VON HESSEN“

36289 Friedewald
Schlossplatz 1
Tel. +49-(0)6674/92 24-0
Fax +49-(0)6674/92 24-250
info@goebels-schlosshotel.de
www.goebels-schlosshotel.de



HOTEL

90 Zimmer, 9 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten Raum bei: U-Form: 70 Personen
Parlamentarisch: 100 Personen
Reihenbestuhlung: 150 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

2 ha großer Schlosspark
Wellnesslandschaft auf 2.000 m²
zum Tagesausklang
Verschiedene Eventlocations
für Abendveranstaltungen



TRAINER-URTEIL

„Göbel's Schlosshotel bietet mir seit vielen Jahren ein ausgezeichnetes Umfeld für Coachings, Trainings und Workshops. Die freundliche, entspannte Atmosphäre überträgt sich auf die Menschen und schafft den Raum für kreative, konzentrierte Arbeit und nachhaltige Ergebnisse.“

**Markus Gressmann,
Strategie & Beratung**





Flexibles Lernen in flexiblen Räumen

Vor kurzem stand ich an einem heißen Sommernachmittag vor 40 Teilnehmern, die mich zwar aus interessierten, aber müden Gesichtern ansahen. Das Seminarhotel war schick, die Stuhlreihen akkurat, der Beamer lief – eigentlich alles gut. So richtig wohl fühlte sich bei der Hitze mit Aussicht auf 90 Minuten Stillsitzen jedoch keiner von uns. Mein Vortrag hieß: „Flexibel im Kopf“ – und kurz nach der Begrüßung fand die Veranstaltung im Hotelpark unter einem schattigen Baum auf dem Rasen statt. Jeder nahm sich ein Sitzkissen und ein Getränk mit nach draußen und mein Publikum war plötzlich erstaunlich aufgekratzt und voll dabei.

Flexibles Lernen versus alte Welt Denken

Was war passiert? Ich habe mich mit meinen Teilnehmer in einer klassischen Vortragssituation befunden, um über Flexibilität zu sprechen. Auch wenn ich dabei einige unkonventionelle Überraschungen für das Publikum bereithalte, war der Moment so günstig, den Teilnehmenden in dieser Situation ganz praktisch zu vermitteln, was es heißt, flexibel und offen zu sein für Neues. Dass es Spaß macht, etwas zu wagen und wie es aussieht, wenn man bewusst den Moment und den Raum für sich nutzt.

Denn das ist für mich der erste Schritt zum Lernen: Offenheit für Neues. Die Fähigkeit zur kontinuierlichen Weiterentwicklung ist in unserer



„WENN ES IRGENDWIE
MÖGLICH IST, BRECHEN
SIE ALTE LERNROUTINEN.
NUTZEN SIE UNTERSCHIED-
LICHE METHODEN ZUR
INFORMATIONSMITT-
LUNG UND VERLASSEN
SIE DAZU DAS GEWOHNTE
UMFELD, UM FÜR FRISCHE
IMPULSE ZU SORGEN.“

schnellen, digitalen und agilen Welt so wichtig wie nie zuvor. Neues entsteht jedoch nicht auf eingetretenen Pfaden. Was unsere Köpfe öffnet, sind Perspektivwechsel, Inspiration und der Mut, sich auf das Unbekannte einzulassen. Doch allem, was wir nicht kennen, begegnen wir evolutionsbedingt häufig mit Skepsis oder sogar Angst.

Die Angst vor dem Neuen

Historisch betrachtet ist das eigentlich ein guter Reflex, denn Unbekanntes, Neues konnte für uns als Höhlenmenschen Gefahr für Leib und Leben bedeuten und musste mit einem hohen Aufwand und großer Vorsicht erst geprüft werden. Was wir hingegen bereits kennen, nimmt unser Gehirn mehr oder weniger kommentarlos auf. Es wirft diese Information in die Gewohnheits-Schublade mit all den anderen Dingen, die wir bereits früher schon einmal für gut befunden haben. Damit sind Routinen und Altbekanntes – sozusagen biologisch gesehen – energieeffizienter als neuer Input.

Bekannte Informationen machen in unserem Geist kein großes Aufheben, bringen uns aber leider auch keinen frischen Input. Oder anders gesagt: Wer heute noch an Routinen hängt, tritt auf der Stelle und wird über kurz oder lang abgehängt.

Das urzeitliche Sicherheitsdenken wird nur in der kurzen Phase unserer Kindheit von unserer Neugier überwunden. Doch was für den Höhlenmenschen sinnvoll war – denn nur wer vorsichtig handelte, hatte eine Chance zu überleben – macht uns heute in der modernen Welt zum verängstigten Kaninchen, das in Schreckstarre verharrt. Doch Stillstand wird unserem Leben nicht mehr gerecht. Standardlösungen, die uns gestern noch nützten, sind heute schon überholt. Alles ist in Bewegung und auch wir müssen flexibel agieren.

Perspektivwechsel macht wach

Innovationen, Weiterentwicklungen, schnelle Kommunikation und eine Flut von Informationen gehören zu unserem Alltag. Angst vor dem Unbekannten ist dabei fehl am Platz und bremst uns nur aus. Um dieser Geschwindigkeit gewachsen zu sein, müssen wir permanent Neues lernen und dazu bewusst immer wieder alte Routinen und Denkmuster durchbrechen. Das hat zum »

Zum Weiterlesen



Mona Schnell, Ralf Schmitt
KILL DEIN KANINCHEN!
 Wie du irrationale Ängste kaltstellst

192 Seiten, Kartoniert
 ISBN 978-3-86936-832-0
 € 19,90 (D) | € 20,50 (A)
 GABAL Verlag, Offenbach 2018



Ralf Schmitt
30 MINUTEN.
SPONTANEITÄT

96 Seiten, Kartoniert
 ISBN 978-3-86936-767-5
 € 8,90 (D) | € 9,20 (A)
 GABAL Verlag, Offenbach 2017

einen den Vorteil, dass wir unser auf Energiesparmodus gepoltes Gehirn auf Zack halten. Zum anderen lernen wir, je öfter wir uns auf neues Terrain begeben, weniger Angst davor zu haben. Doch woher nehmen und nicht stehlen, wenn unser immer noch auf Steinzeit programmierter Kopf aus Reflex nach Routinen und Standards sucht?

Mein Rat: Wechseln Sie bewusst die Perspektive! Werden Sie nach innen flexibel im Kopf, aber auch nach außen in dem Raum, in dem Sie sich aufhalten. Damit ermöglichen Sie sich Inspiration, die Ihr Gehirn mit frischen Reizen füttert, die dann zu innovativen Ideen heranwachsen können.

Flexibel im Kopf

Die eigene Perspektive zu verändern ist eigentlich nicht schwierig. Bereits mit kleinen Änderungen in unserer Wahrnehmung und in unserem Handeln können wir eine große Wirkung erzielen. Nutzen Sie dazu drei einfache Regeln, um dem Unbekannten den Schrecken zu nehmen und sogar in etwas Positives zu verwandeln:

#1: Ja sagen

Diese Regel kommt am unscheinbarsten daher, kostet in der Praxis aber meist die größte Überwindung. Beobachten Sie einmal im Alltag und im Beruf, wie oft Sie aus Reflex einfach „nein“ sagen. Entwickeln Sie ein Bewusstsein für diese Situationen und probieren Sie es stattdessen mit einem „Ja“: Ja zu Neuem, ja zu Herausforderungen, ja zum Unbekannten. Schauen Sie, was mit Ihnen passiert: Ein „Ja“ hält sie in Bewegung. Ein „Nein“ erstickt jede neue Möglichkeit sofort im Keim. Kann es auch schief gehen? Ja, das kann es – und das wird es auch ab und zu. Sie begeben sich damit nämlich aus Ihrer Komfortzone heraus und werden mit Sicherheit den einen oder anderen Fehler machen. Das ist jedoch kein Grund zum Rückzug, denn hier greift Regel #2!

#2: Fehler zulassen

Scheitern gehört dazu. Rechnen Sie damit, Fehler zu machen – wenn sie dann passieren, nimmt

Ihnen das den Schrecken. Das ist zwar oft leichter gesagt als akzeptiert, aber Sie werden daraus lernen und es beim nächsten Mal besser machen. Winston Churchill war der Meinung: „Success is going from failure to failure without losing enthusiasm.“ Diese Einstellung hatten wir vor langer Zeit schon einmal verinnerlicht, als wir in der Kindheit Laufen gelernt haben. In dieser Phase sind wir 100 Mal am Tag hingefallen und wieder aufgestanden. Das heißt, wir wurden alle drei Minuten mit einem Misserfolg konfrontiert und haben uns trotzdem nicht aufhalten lassen, sondern sind wieder aufgestanden und haben es besser gemacht.

#3: Im Moment sein

Keine Situation ist zu 100 Prozent planbar, denn: Sie können bei keiner Entscheidung alle Fakten im Voraus kennen. Jede Wahl beinhaltet immer auch ein Restrisiko. Behalten Sie also Ihr Ziel zwar im Auge, aber reagieren Sie flexibel auf die Dinge, die Ihnen auf dem Weg dorthin begegnen. Wenn Sie feststellen, dass sich die ursprünglichen Bedingungen geändert haben, ist es wichtig, den Weg zum Ziel flexibel zu halten. Wer blind an einem starren Plan festhält, produziert am Ende ein Ergebnis, das schon wieder überholt ist. Sehen Sie Veränderungen nicht per se negativ. Manchmal ist ein Schritt zur Seite auch der entscheidende Schritt nach vorne.





Nicht nur bei hochsommerlicher Hitze ist ein vorübergehender Wechsel des Lernortes vom Seminarraum in den schattigen Grünbereich des Hotels empfehlenswert.

Flexibel im Raum

Neben unserer inneren Einstellung bietet auch unsere Umwelt viele Impulse, die einen wichtigen Einfluss auf unser Denken, unsere Inspiration und damit auch auf unsere Bereitschaft zum Lernen haben. Viel zu selten jedoch nutzen wir diesen Aspekt bei der Arbeit oder dem Lernen in der praktischen Raumnutzung.

In-House-Seminare mögen eine kostengünstige und schnell zu organisierende Möglichkeit sein, seine Mitarbeiter zu schulen. Inspiration entsteht jedoch nicht, indem wir immer wieder im vertrauten Stuhlkreis vor einem Flipchart sitzen.

Lernroutinen brechen

Wenn es irgendwie möglich ist, brechen Sie alte Lernroutinen. Nutzen Sie unterschiedliche Methoden zur Informationsvermittlung und verlassen Sie dazu das gewohnte Umfeld, um für frische Impulse zu sorgen. Wählen Sie dabei die Räumlichkeit entsprechend dem, was Sie

vermitteln wollen. Das kann ein Seminarhotel sein, aber auch einmal ein Theater, ein Beachvolleyball-Feld, die Lagerhalle oder die Kantine. Überraschen Sie die Teilnehmer und bringen Sie sie bewusst in neue Situationen, um Aufmerksamkeit zu wecken.

Wenn es sich nicht vermeiden lässt, sich an einem uninteressanten Lernort zu treffen, brechen Sie die alten Muster immer wieder ganz bewusst auf:

- Schicken Sie Teilnehmer in Kleingruppen für etwa 15 Minuten zu einem Walk & Talk um das Hotel herum, mit dem Auftrag, die wichtigsten Themen wieder mit ins Plenum zu bringen,
- nutzen Sie die Lobby, den Garten oder die Bar für Gruppenarbeiten oder
- machen Sie einen Elevator-Pitch tatsächlich im Aufzug.

Es gibt unzählige Möglichkeiten, Räume flexibel zu nutzen – schaffen Sie ein Bewusstsein dafür und die Gelegenheiten.

Natürlich kann es sein, dass ich bei meinem sommerlichen Vortrag spontan im Freien den einen oder anderen Punkt vergessen habe zu erwähnen. Vielleicht war auch der ein oder andere Teilnehmer irritiert, auf dem Rasen zu sitzen. Das Ziel jedoch, Aufmerksamkeit zu wecken, neugierig zu machen für das, was kommt und den Spaß am Brechen von Routinen zu wecken, hat mein Publikum an diesem Tag ganz aktiv und positiv mit nach Hause genommen.

Schauen Sie für sich, welches Umfeld zu Ihrem Thema passt und wie Sie es für sich und Ihre Inhalte nutzen können. Entdecken Sie dabei neue Räume und lassen sich inspirieren! ●

DER AUTOR: Ralf Schmitt steht seit über 17 Jahren als Moderator und Speaker auf der Bühne. Er ist Vorstandsmitglied der German Speakers Association (GSA) und Vizepräsident des Deutschen Moderatorenverbandes. Als Geschäftsführer der Impulspiloten GmbH nutzt er diese Erfahrung, um Firmenveranstaltungen zu verändern. Sein Ziel: Das Publikum zu überraschen und Inhalte nachhaltig vermitteln. Flexibilität und Spontaneität sind dabei sein Motor. Dazu hält er als Experte Vorträge, Trainings und hat bereits mehrere Bücher veröffentlicht. Weitere Infos unter www.Impulspiloten.de und www.schmitttralf.de.



Magischer Ort mit historischen Dimensionen



Schon der Klostergarten allein ist Klausurort genug. Doch hinter den dicken Mauern von Hotel Kloster Hornbach verbergen sich auch noch perfekt eingerichtete Tagungsräume.



Unverkennbar hat die Geschichte diesen Ort geprägt. Kelten haben hier gesiedelt und Römer haben Spuren hinterlassen, bis schließlich im 8. Jahrhundert die Benediktiner Kloster Hornbach gründeten. Die Frage nach der Magie des Ortes drängt sich geradezu auf: Was hat Menschen unterschiedlicher Kulturen bewegt, diesen Ort zu wählen, ihn aufzusuchen, ihn nutzbar zu machen, an ihm zu leben, zu arbeiten?

Unstrittig ist, dass Hornbach der Nimbus des Besonderen anhaftet. Die Gastgeber Christiane und Edelbert Lösch haben das erfahren, als sie Mitte der 90er Jahre das erste Mal nach Hornbach kamen und den Plan entwickelten, aus der Ruine einen Lernort zu machen, Tagungsgruppen die Möglichkeit zu geben, der Faszination des Klosters zu unterliegen und von seiner Magie zu profitieren. Kloster Hornbach ist einzigartig – in vielerlei Hinsicht: Historisch, geographisch, kulinarisch und ästhetisch kann das Refugium für sich in Anspruch nehmen, Lerngruppen und Veranstaltern den Rahmen für unverwechselbare

und deshalb besonders nachhaltig wirkende Erfahrungsprozesse bieten zu können.

Auch Veranstalter haben diese Magie erkannt und setzen bewusst auf deren Wirkung – weil sie aus der Tradition schöpft und als Kraftquell wirkt – für die Inszenierung schöpferischer Prozesse, für die Organisation kreativer Dispute oder einfach nur kontemplative Arbeitssequenzen. Denn auch das macht Hornbach so einzigartig: Die Ruhe der dörflichen Umgebung, die Stille strahlt aus und überträgt sich; Lerngruppen empfinden das deutlich und interpretieren ihren Arbeitsaufenthalt auf moderne Art als gegenwärtigen Klosteraufenthalt – ganz in der Tradition der Benediktiner stehend und anknüpfend an jahrhundertealte Erfahrungen. Auch der Gestus des Lösch-Teams lebt den Klostergedanken; mit Natürlichkeit und Professionalität, in allen Hotelbereichen.

Und natürlich besticht das Haus durch seine Architektur: Freilich erfolgte die Sanierung erhaltener Gebäudeteile unter denkmalpflegerischen Gesichtspunkten und natürlich sind histo- ➤



HOTEL KLOSTER HORNbach

66500 Hornbach
Im Klosterbezirk
Tel. +49-(0)6338/910 10-0
Fax +49-(0)6338/910 10-99
hotel@kloster-hornbach.de
www.kloster-hornbach.de



HOTEL

48 Zimmer, 6 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 48 Personen
Parlamentarisch: 70 Personen
Reihenbestuhlung: 130 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEHT

Ein perfektes Refugium
für Klausuren

Konzentriertes Arbeiten in
geschichtsträchtigen Mauern

„Lösch für Freunde“ – ein innova-
tives Konzept auch für Tagungen



TRAINER-URTEIL

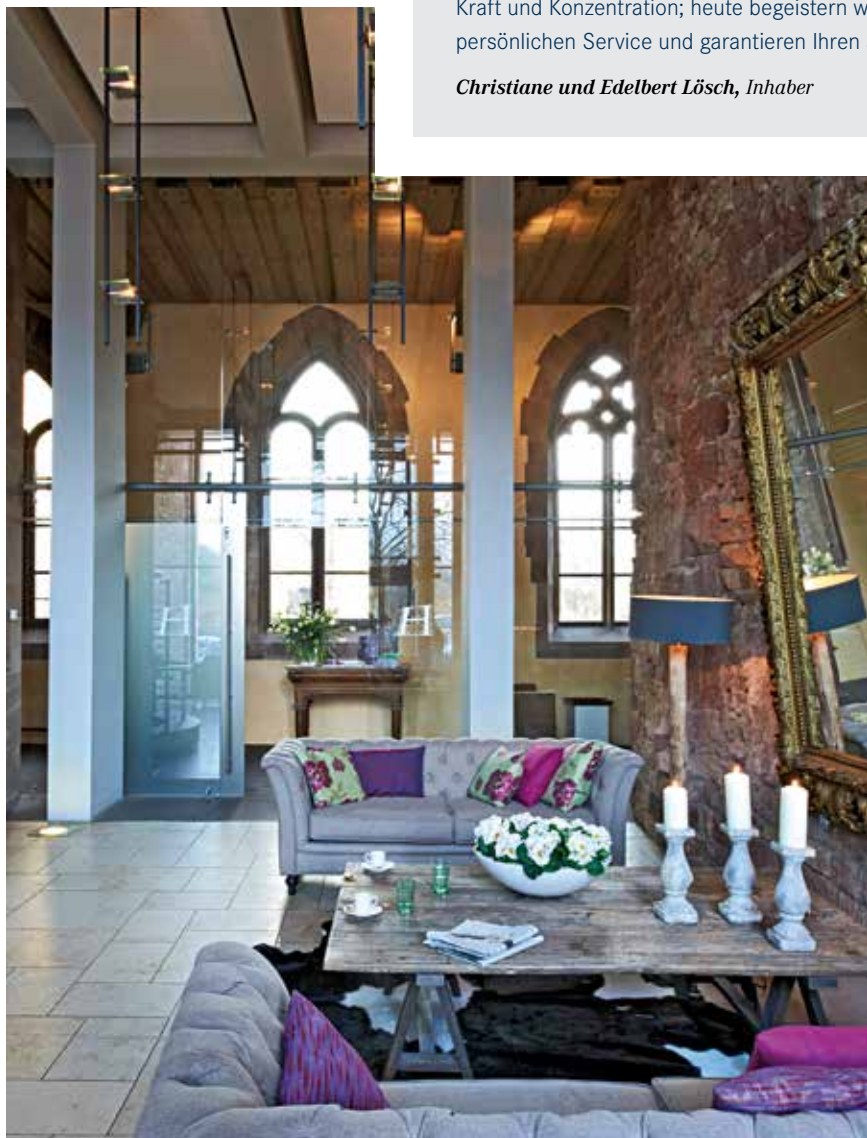
„Unsere Workshops im Kloster Hornbach sind immer ein Erfolg. Seit Jahren nutzen wir diesen besonderen Ort. Die Teilnehmer sind begeistert von der außergewöhnlichen Atmosphäre. Durch die enorme Ruhe und den professionellen Service fühlen sich alle wohl, sind hochmotiviert und maximal kreativ.“

Andrea Keller,
Vorstand DSC Software AG



Klausur. Kraft. Konzentration. Ob Klausur, Breakout oder Kick-off – Hotel Kloster Hornbach ist ein magischer Ort. Unsere Klostermauern bieten eine Atmosphäre, die den Geist beflügelt, Kräfte freisetzt und Ziele leicht erreichen lässt! Seit alters her ist dies ein Ort der Klarheit, Kraft und Konzentration; heute begeistern wir durch Individualität und persönlichen Service und garantieren Ihren spürbaren Tagungserfolg.

Christiane und Edelbert Lösch, Inhaber



rische Architekturspuren zu besichtigen. Aber: Modernes Interieur, Glas und Stahlkonstruktionen kontrastieren wunderbar mit alten Strukturen und setzen sie gleichermaßen in Szene. Schwere, edle Stoffe, Accessoires, die die Klosterthematik – auch historisch – aufgreifen, machen das Erlebnis Hornbach komplett.

Und Kloster Hornbach ist auch ein kosmopolitischer Ort! Von der einst nahen Grenze zu Frankreich ist heute zwar nichts mehr spürbar, aber die Lebensart, das „Genießenkönnen“, das „Savoir-vivre“, der französische Exportschlager schlechthin, der ist in Kloster Hornbach deutlich erlebbar und geht auf wundersame Weise eine gekonnte Verbindung mit der Pfälzer Lebensart ein. Klosterküche und -keller stellen das nachhaltig und liebenswürdig unter Beweis.

Hotel Kloster Hornbach ist – bei aller Historie – auch ein dynamischer Ort. Unmittelbar neben der Klosteranlage, in einem viele hundert Jahre alten Haus, wurde ein besonders innovatives Konzept umgesetzt: „Lösch für Freunde“ bietet Tagungsgruppen die Möglichkeit, ein gesamtes Haus mit öffentlichen Bereichen, Kaminzimmer, Gewölbe, Küche und Fitnessareal als Tagungsrefugium zu nutzen – leger, lässig und kreativ.

Thomas Kühn



Glas- und Stahlkonstruktionen und viele Kloster-Accessoires machen das Klostererlebnis perfekt.



Auf Natur umschalten



Durchatmen und Denken. Der Odenwald – der „Wald des Atems“ – ist in jedem Winkel unseres Areals spürbar und lässt dem Geist Raum zur Entfaltung. Die um unser Haus prächtige Natur, gepaart mit dem Lernumfeld eines modernen Tagungshotels, binden Sie als Spielwiese in Ihre Trainings ein. Vitalität finden unsere Gäste nicht nur im modernen SPA, sondern auch in den natürlich-köstlichen Kreationen unserer Landküche. Bei uns entwickeln sich Menschen und Unternehmen!

Albert Stumpf, Inhaber





NATURKULTURHOTEL STUMPF

74867 Neunkirchen

Zeilweg 16

Tel. +49-(0)6262/92 29-0

Fax +49-(0)6262/92 29-100

info@hotel-stumpf.de

www.hotel-stumpf.de



HOTEL

47 Zimmer, 6 Tagungsräume

Max. Tagungskapazität im größten

Raum bei U-Form: 42 Personen

Parlamentarisch: 66 Personen

Reihenbestuhlung: 80 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Natur um das Haus lässt sich vielfach in Lernprozesse einbinden

Ideale Klausurbedingungen – große Fensterfronten mit Blick ins Grüne

Perfekte Abrundung des Seminartages mit Landküche und SPA



TRAINER-URTEIL

„Für meine Coachingausbildung und Führungstrainings der ideale Lernort.“

Ein kreativer Raum, umsorgt von engagierten Mitarbeitern und einer erstklassigen Küche in ruhiger Umgebung.“

Wolfgang Schmidt,
management forum wiesbaden



Mit zwei Burgen in der Nähe, zahlreichen Wanderwegen, Hütten und einem See im Wald ist diese Tagungsdestination geradezu prädestiniert als ultimativer Standort für die ungestörte persönliche Weiterentwicklung, quasi als Basisstation für die Entfaltung unternehmerischer Vorreiterpositionen. Hier kann man die Natur noch mit den Händen greifen, der Odenwald – der „Wald des Atems“ – reicht direkt bis an den großen Gartenpark des Hotels heran und ist in jedem Winkel des Areals spürbar. Gestresste Stadtmenschen werden es lieben: das NaturKulturHotel Stumpf, hoch oben in Neunkirchen am Waldrand gelegen. Der ideale Rückzugsort, um sich auf das konzentrieren zu können, was den Menschen nach vorne bringt.

Alles, was man dazu braucht, ist reichlich vorhanden: Eine Kombination aus herrlicher Kulisse für entspanntes Arbeiten, einem perfekten, absolut störungsfreien Lernumfeld im modernen Seminarbereich und der Möglichkeit, jederzeit spannende Erlebnisse in der Natur umsetzen zu können. Genau darin liegt eine der Stärken des NaturKulturHotel Stumpf: Das Hotel ver-

steht sich als Outdoor-Spezialist und schreibt dem „Arbeiten“ im Grünen einen ebenso hohen Stellenwert zu wie der modernen Ausstattung der Seminarräume. Und so hält das NaturKulturHotel für seine Seminargäste mit den zahlreichen Outdoor-Paketen nicht nur einen entspannenden Gegenpol zum anstrengenden Arbeiten im Seminarraum bereit, sondern fungiert mit seinem großen und ansprechenden Außengelände gleich selbst als Spielwiese für neue, innovative Ideen. Die Outdoor-Aktivitäten dienen stets dem Ziel, die Gäste zu inspirieren und den Geist zu wecken und reichen vom gemütlichen Hüttenabend über Tipi bauen bis hin zum Abseilen von der Minneburg oder Kanutouren auf dem nahen Neckar. Zum Leben und Arbeiten in der Natur passt auch das großzügige Ambiente des schmucken Landhotels. Große Fensterflächen holen die Natur ins Haus, verschiedene Terrassen stellen die Verbindung zwischen dem Drinnen und dem Draußen her. Eine eigene Seminarebene mit moderner Pausenlounge und direktem Zugang zum Garten lässt viel Raum zur Entfaltung und trägt mit seiner einzigartigen Lern- und Arbeitsatmo-



Regelrecht als Spielwiese mitten in der Natur versteht sich das NaturKulturHotel Stumpf mit vielen Trainingsmöglichkeiten outdoor, aber auch vielen Blickmöglichkeiten von innen nach außen, die die Gedanken frei schweifen lassen.



sphäre dazu bei, die gesteckten Ziele intensiv und nachhaltig zu erreichen. Diese Kombination aus Naturverbundenheit und Professionalität bringt perfekt die urbane Dienstleistungskultur des Hauses zum Ausdruck: Das Bekenntnis zum Landhotel mit seiner ganz eigenen Kultur. Die abgeschiedene Lage im Grünen, aber stets gepaart mit dem Komfort und den Möglichkeiten eines modernen 4-Sterne-Hotels. Das zeigt sich in vielen Dingen, findet seine Vollendung auch in der Verpflegung der Gäste: Die vitale Landküche verwendet überwiegend heimische Zutaten, genießt aber den Ruf anspruchsvoll zu sein und interpretiert Regionales völlig neu.

Damit ist ein Aufenthalt im NaturKulturHotel immer auch ein Wechselspiel zwischen Aktivität, Wohlbefinden und Ruhe, zwischen loslassen, genießen und durchstarten. Ruhesuchende wie umtriebige Gäste wissen es zu schätzen, dass neben der natürlichen Entspannungsumgebung auch ein modernes SPA die Möglichkeit bietet, Vitalität und Erholung optimal zu verbinden. Ganz getreu dem Motto des Hauses: „Durchatmen und Denken“ für Körper und Seele.

Uta Müller



GABAL-Bibliothek in jedem „Exzellenten Lernort“

Exzellente Lernorte zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie für Trainer, Tagungsleiter und Teilnehmer die aktuellsten Bucherscheinungen des GABAL-Verlags als Leseexemplare zentral in der Lobby, dem Seminarbereich oder einer möglichen Hotelbibliothek bereithalten. Der GABAL-Verlag als zukunftsorientierter Anbieter von Büchern und Medien rund um die berufliche und private Aus- und Weiterbildung ist sicherlich aktuell „der“ Verlag im Trainingsbereich. Ergänzt wird das Kennenlern-Sortiment durch Medien aus dem JÜNGER-Verlag, der mit professionell gestalteten Trainingsmaterialien, Coachingtools und Medien Trainer bei der Planung, Durchführung und Nachbereitung von Seminarveranstaltungen unterstützt. Entdecken Sie auf dieser Doppelseite eine Auswahl der Bücher und Medien, die zum Test(les)en in den Exzellenten Lernorten ausliegen.



Mehr Infos und Bestellmöglichkeit unter www.gabal-verlag.de



Diese Titel sind in
den letzten Monaten
in den GABAL-
Bibliotheken der
Exzellenten Lernorte
neu eingetroffen!



Moderner Campus im historischen Gewand



Wenn Großzügigkeit, beeindruckende Geschichte, nachhaltig betriebene Ressourcenverwaltung und perfekt organisierte und abgestimmte Tagungsbedingungen aufeinandertreffen und zudem die Erreichbarkeit per Auto oder Flugzeug passgenau die Intentionen von Veranstaltern trifft, dann kann mit Fug und Recht von Einzigartigkeit und Passgenauigkeit gesprochen werden. Schloss Hohenkammer punktet mit diesen Eigenschaften und präsentiert sich seit Jahren erfolgreich als Campus im historischen

Gewand. Zudem verfügt es deshalb über ansehnliche Reputationen, weil sich die Servicemannschaft in die Vorgaben der Erfolgsplanung von Veranstaltern einfügt und unterstützend sowie assistierend Prozesse begleitet.

Die ursprünglich aus dem 15. Jahrhundert stammende Anlage zieht Gäste unmittelbar in ihren Bann – das mag in erster Linie an der Geschlossenheit und an der besonderen Architektur des Ensembles liegen: Typisch Oberbayerisches ist mit beeindruckend Modernem konfrontiert,



Den fantastischen Spannungsbogen von Historie und Moderne lässt schon der erste Blick auf das Schloss sowie den Übernachtungstrakt erahnen.

Gebäude stehen in deutlichem Kontrast zueinander, um sich schlussendlich zu einem harmonischen Ganzen zu vereinen. Diese Passgenauigkeit findet ihre Entsprechung in den Arbeitsbedingungen. 33 Räume unterschiedlicher Größe, Anmutung und Atmosphäre bietet das Schloss inklusive spezieller Konzepträume wie die Werkstatt für Neues, die auf moderne Trainingsmethoden ausgerichtet sind. Veranstalter wählen aus diesem reichhaltigen Portfolio den passgenauen Rahmen – für Kamingespräche mit historischer

Anmutung ebenso wie für klassische Konferenzen in zeitlos-klassischem Raumdesign. Wie auch immer die Veranstalterentscheidung ausfällt: Immer und in jedem Fall werden Tagungsgäste der Faszination des Campus erliegen, denn dieser ist „public working space“, der einbezogen werden kann in komplexe Veranstaltungsszenarien. Die Parklandschaft mit ihrem üppigen Grün; der raumgreifende Innenhof, der für Präsentationen vor der historischen Kulisse so wunderbar geeignet ist; die Eventhalle, ➤

Schloss Hohenkammer



SCHLOSS HOHENKAMMER

85411 Hohenkammer
Schlossstraße 18-25
Tel. +49-(0)8137/934-0
Fax +49-(0)8137/934-390
mail@schlossshohenkammer.de
www.schlossshohenkammer.de



HOTEL

168 Zimmer, 33 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten Raum bei U-Form: 50 Personen
Parlamentarisch: 130 Personen
Reihenbestuhlung: 180 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEHT

Ein nachhaltiger Lernort mit eigener Land- und Forstwirtschaft

Besondere Symbiose von
Historie und Moderne

33 Veranstaltungs- und verschiedenste Eventräume zur Auswahl



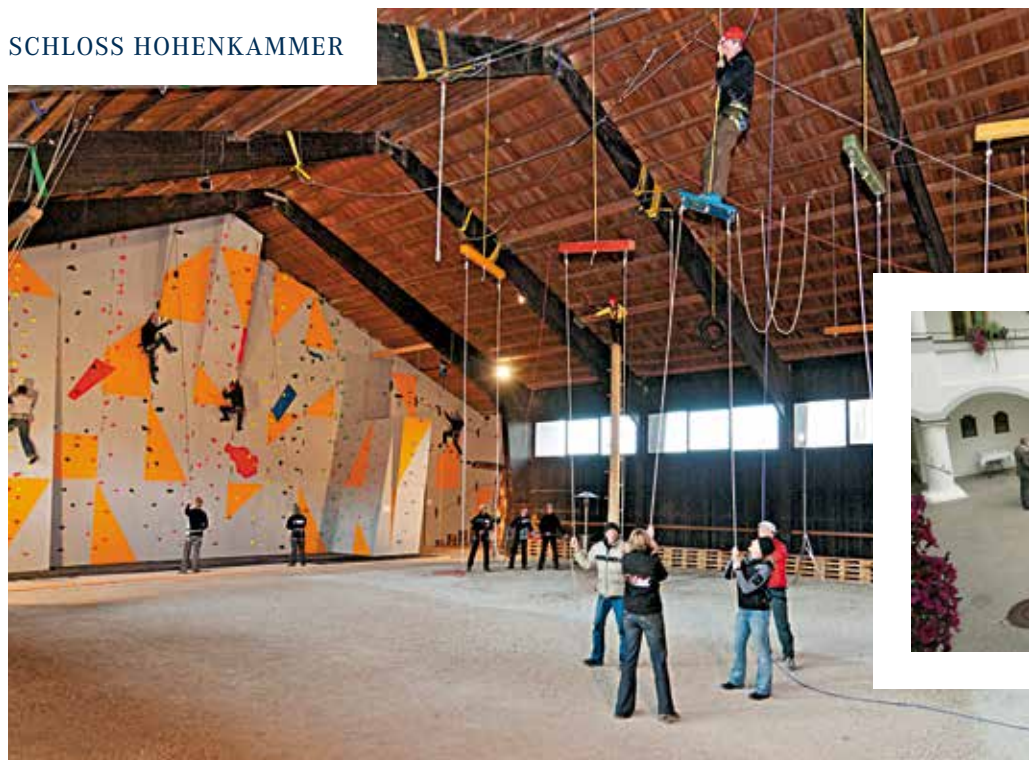
TRAINER-URTEIL

„Seit Jahren schätzen wir die professionelle Zusammenarbeit mit dem Schloss Hohenkammer.

Besonders wertvoll für uns ist hierbei das flexible Miteinander bei unseren Intensivseminaren!“

Jörg Löhr, Management- und Persönlichkeitstrainer





Überaus vielfältig sind die Trainings- wie auch Aufenthaltsmöglichkeiten auf Schloss Hohenkammer.



Das Schloss, das Türen öffnet! Unser beeindruckendes Wasserschloss mit über 900-jähriger Geschichte, kombiniert mit modernster Architektur und Ausstattung, inspiriert neue Wege zu gehen. Nachhaltigkeit ist einer unserer zentralen Werte, der im ganzen Haus erlebbar und in unserer eigenen Land- und Forstwirtschaft spürbar wird. Verbunden mit der lebendigen Professionalität unserer Mitarbeiter motiviert sie unsere Gäste, neu zu denken, langfristige Visionen zu entwickeln und das Richtige zu entscheiden und zu tun. Nicht umsonst sprechen manche Tagungsgruppen noch jahrelang von den „Hohenkammer-Beschlüssen“.

Martin Kirsch, Geschäftsführer



die auch für die Entwicklung gruppendynamischer Prozesse nutzbar ist; oder die zahlreichen naturnahen Freizeitmöglichkeiten. Und für Veranstalter, die die scheinbar unverzichtbare „bayerische Gastronomie-Karte“ spielen wollen, steht auf dem Hotelgelände eine Eventlocation im Stil eines alten bayerischen Wirtshauses – für zünftige Abende, bei denen der informelle

Gedankenaustausch im Mittelpunkt steht. Zur modernen und zeitgemäßen Seite von Hohenkammer gehört, dass „Nachhaltigkeit“ als hohes Gut große Wertschätzung erfährt. Die Küchen der drei Restaurants (von gutbürgerlich bis zum Sternerestaurant Camers) verarbeiten fast ausschließlich ökologisch erzeugte Produkte, zum überwiegenden Teil liefert die eigene Landwirtschaft von Gut Eichethof. Dieser bewirtschaftet 340 Hektar nach den strengen Naturland-Richtlinien, produziert ausschließlich für die Gastronomie des Schlosses rund 30 Gemüsesorten und stellt einen Großteil des Rinder-, Schweine- und Hühnerfleisches. Über die eigene Biogasanlage wird die Wärmeversorgung des gesamten Campus sichergestellt.

Schloss Hohenkammer ist eine Empfehlung für Veranstalter, denen ein ganzheitlicher Tagungsansatz wichtig ist, die auf die Kraft von Geschichte bauen und denen die Entwicklung und Praktizierung des Nachhaltigkeitsgedankens am Herzen liegt.

Thomas Kühn



Dauerhaft hohe Umsätze und Umsatzrenditen ...

... primär keine Frage des Vertriebs,
sondern Ihrer Positionierung!

Mit der bewährten
„Ausverkauft!“-Methode:

- So werden Sie zur Marke,
die der Markt kennt.
- So erzeugen Sie Sog,
damit Sie gekauft/gebucht
werden und immer
weniger verkaufen müssen.

Bei höheren Umsätzen!

siegfried!haider
attract your clients

Siegfried Haider,
seit über 15 Jahren
Marketing-Coach,
-Trainer & -Speaker!

Buchen Sie jetzt Ihr unverbindliches
Erstgespräch mit Siegfried Haider:
mailto@siegfried-haider.com

Trainer des Jahres 2015:



Ehrenpräsident:



Erlebnistagen in der



Was für eine Idylle! Schon auf den ersten Blick wirkt das Seehotel, als wäre es für ein Bilderbuch gemacht: Der See liegt magisch und glänzend da, beruhigend und schöpferisch zugleich in seiner Wirkung. Er ist die Seele des Anwesens, das sich als kleines fränkisches Dorf um seine Ufer gruppiert, im Laufe der Zeit natürlich gewachsen, pittoresk und mit der Ausstrahlung eines charmanten Urlaubsdomizils. Tagungsgäste spüren es vom ersten Moment an – hier bleibt der Alltag draußen, hier ist ein Ort entstanden, an dem man loslassen kann und zugleich die besten Möglichkeiten vorfindet, leis-

Dorfgemeinschaft



Der See prägt das Seehotel Niedernberg. Um ihn herum ist das Hotel als fränkisches Dorf angelegt. Gleichzeitig bietet das Gewässer viele ergänzende Tagungs- und Eventmöglichkeiten.

tungsfähig und kreativ zu sein. Und das nur 30 Kilometer vom Ballungszentrum Frankfurt entfernt.

Das Gefühl, angekommen zu sein, entspringt nicht allein der zauberhaften Umgebung und Architektur. Eine der tragenden Säulen des Tagungserfolgs ist, dass in diesem „Dorf am See“ der Charakter einer Dorfgemeinschaft gelebt wird. Hier tauscht man sich aus, ist ganz nah dran am Gast, es „menschelt“ zwischen den Bewohnern auf Zeit und denen, die hier arbeiten. Das engagierte Team nennt sich „Dorfbewohner“, ist bodenständig, authentisch und sorgt kompetent

und mit viel Leidenschaft dafür, dass Veranstaltungen nach Wunsch ablaufen – spontane Sonderwünsche stets mit eingeschlossen. In dieser einzigartigen Atmosphäre, gepaart mit einem äußerst umfangreichen Tagungsangebot, werden nachhaltiges Lernen, kreative Ideenentwicklung und wirksame Teambildungsmaßnahmen zum reinen Vergnügen.

Für die Erreichung dieser Lernziele stehen auf dem 56.000 Quadratmeter großen Areal ganz besondere Plätze zur Verfügung, die den Erfolg des Hauses mitbegründen: Veranstalter schätzen nämlich nicht nur die Vielzahl an >>

DAS DORF AM SEE ...



SEEHOTEL NIEDERBERG

Das Dorf am See

63843 Niedernberg

Leerweg

Tel. +49-(0)6028/999-0

Fax +49-(0)6028/999-22 22

info@seehotel-niedernberg.de

www.seehotel-niedernberg.de



HOTEL

80 Zimmer, 13 Tagungsräume,
Max.Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 35 Personen
Parlamentarisch: 100 Personen
Reihenbestuhlung: 150 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Die komplette Hotelanlage ist als
fränkisches Dorf am See angelegt

Große Vielfalt an Tagungs-
und Eventmöglichkeiten

Hubertushof als besonderes Klausur-
Refugium mitten im Spessart



TRAINER-URTEIL

„In den letzten 20 Jahren war ich in vielen Seminarhotels. Das Seehotel Niedernberg ist ein wahres Juwel. Das einzigartige Dorf-Ambiente mit Liebe zum Detail wird durch eine hervorragende Küche und eine überdurchschnittliche Freundlichkeit der Mitarbeiter ergänzt.“

Ralf G. Nemecek

Seminarleiter, Vortragsredner, Autor





Egal ob klassisches Seminar, Teamevent auf dem See oder Klausuratmosphäre auf dem Hubertushof – es findet sich der passende „Lernraum“!

Tagungsräumen, sondern vor allem deren Vielfalt. Mittelpunkt ist das neue Tagungszentrum am Dorfplatz, mit offener Architektur, warmen Hölzern und Farben ein inspirierender Ort der Kommunikation. Phantastische Ausblicke in die Natur gehören hier ebenso zum Konzept wie innovative Tagungstechnik und äußerst kreative Pausenverpflegung.

Ebenso erfolgreich lässt es sich aber auch im rustikalen Blockhaus am Wasser arbeiten, im Bootshaus auf der Insel im See, in der Scheune, einem Klausurgebäude mit zwei Etagen, oder – ganz neu – in der Insellaube. Spontan kommen die Teilnehmer am Sandstrand zum Sun-Downer zusammen, feiern im Beach-Club, schießen sich auf der Event-Wiese beim Curling den Kopf frei oder buchen eine der unzähligen Outdoor-Möglichkeiten im und ums Wasser herum. Wenn ein Veranstalter Wert auf Erlebnistagen legt, hier

findet er alle Voraussetzungen dafür erfüllt. Ein Aufenthalt im Dorf am See hat also immer auch einen hohen Erholungswert, ja fast den Charakter eines Urlaubsaufenthaltes bei Freunden.

Das wird noch durch die hervorragende Gastronomie unterstützt: Im stilvollen Restaurant „Rivage“ werden mediterrane Küchen-Köstlichkeiten mit regionaler Finesse serviert. Gutes Essen hat einen hohen Stellenwert, Veranstalter können Küchenpartys feiern, sommers wie winters Grillkurse durchführen oder „Gute-Laune-Picknicks“ buchen. Bei aller Lebendigkeit und Dynamik bietet das Seehotel Niedernberg jedoch auch einen stillen Rückzugsort mitten in der Natur an – den Hubertushof. In diesem urigen Hofanwesen im Spessart können Tagungsgäste in legerer Atmosphäre ganz unter sich sein und Gemeinschaft noch intensiver erleben – einfach, echt und nur gut.

Uta Müller

Menschen inspirieren Menschen. Diesen lebendigen Charakter der Dorfgemeinschaft erleben Sie als Tagungsgast bei uns von der ersten Minute an. Hier herrscht ein ehrliches Miteinander, hier darf jeder so sein, wie er ist – authentisch und leger. Der glänzende See verstärkt das Gefühl, richtig angekommen zu sein. Als Seele des Dorfes spendet er gleichzeitig Ruhe, ermöglicht aber auch vielfältige Programme zu Wasser und Land. Immer präsent sind die Dorfbewohner, wie sich die herzlichen Mitarbeiter nennen. Mit Kompetenz und Engagement schaffen sie zahllose Momente, die Ihre Trainingserwartungen übertreffen. Hier werden Tagungswünsche wahr – oft spontan und immer mit dem Ziel, Ihren Kopf frei zu machen für Neues. **Karina Kull, Stv. Direktorin**



Eine Komposition in Natürlichkeit



Wo sich die Kraft der Natur und des Geistes entfalten. Entdecken Sie, wofür einst der Waldknecht und heute der Förster steht: Beständiges Wachstum aufgrund tiefer Wurzeln. Lassen Sie aus dieser nachhaltigen Kraft neue Ideen entstehen. Unser 250 Jahre alter Schwarzwald-Gutshof ist im wahrsten Sinne ein DENKmal, ein einmaliges Gehöft mit exzellenter Gastronomie und inspirierendem Tagungsraum zum ganzheitlichen Wohlfühlen. Erfahren Sie durch unser Lernumfeld, was wirklich wichtig ist für Sie und Ihr Unternehmen.

Geschwister Christine und Dr. Gernot Marquardt, Inhaber



Um die Dimensionen des Waldknechtshofs erfassen zu können, muss man in seine Geschichte eintauchen – in die ältere sowieso, aber auch in die jüngere. Der Name ist erklärungsbedürftig: Den Gutshof, in der Mitte des 18. Jahrhunderts als Teil der nahen Klosteranlagen errichtet, bewohnte der Waldknecht mit seiner Familie. Funktional dem Kloster zugeordnet, erstreckte sich seine Kompetenz auf dessen forstwirtschaftliche Ländereien. Sein Renommee muss groß gewesen sein, die Dimensionen des Hofes waren für damalige Zeiten enorm und sprechen eine beredte Sprache, denn der Bau von Zwei- und Mehrgeschossern war eigentlich Standespersonen vorbehalten.

Den heutigen Eigentümern, den Geschwistern Christine und Gernot Marquardt, ist es zu verdanken, dass das Anwesen vor dem Verfall gerettet wurde und sich heute als einzigartige und denkmalgeschützte Tagungslocation präsentiert.

Sein Ansehen schöpft das Haus zum einen aus der Faszination unverstellter historischer Architektur und der Hochwertigkeit der Kulinarik – ein überaus reizvoller und Erfolg versprechender Dualismus. Zudem genießt das Anwesen den Ruf, eine anspruchsvolle und einzigartige Lern- und Arbeitsatmosphäre zu bieten und sich gleichermaßen gekonnt der Pflege des „Savoir-vivre“, der Lebenskunst wie auch der leiblichen Genüsse, verschrieben zu haben.

Ein Arbeitsaufenthalt im Waldknechtshof ist daher immer auch ein ausgewogenes Wechselspiel von Arbeit und Genuss, von Anstrengung und Loslassen, von Konzentration und Gelassenheit. Die Atmosphäre des Hauses bewirkt etwas bei seinen „Bewohnern auf Zeit“. Den routinierten Alltag hinter sich lassend, werden die Basics wichtig, die Authentizität, das Unverstellte. Die Wärme des Holzes, das besondere Flair der zur Verfügung stehenden Räume, deren hohe Decken

Natur und Natürlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Waldknechtshof – ein wahrlich authentischer Ort. Die von Holz dominierten Seminarräume sind die perfekte Umgebung für Klausurtagungen oder kreative Design-Thinking-Workshops.



und die unaufdringlich präsentierten Kunstobjekte schaffen ein besonders hohes Maß an Aufenthaltsqualität, verführen dazu, unnötigen Ballast abzuwerfen, und geben den Gedanken freien Raum. Die Kategorie der „geistigen Wellness“ hat im Waldknechtshof ein Zuhause. Kreativ Tätige, Tagungsgäste, die Strategien besprechen, die planen und in kommunikativen Prozessen stehen, wissen diese Vorzüge zu schätzen, wissen um den Wert großer, raumgreifender Arbeitsmöglichkeiten, wissen um die geistigen Freiräume, die diese Lernumgebung entstehen lässt. Natur und Natürlichkeit spielen eine gewichtige Rolle im Waldknechtshof – auch in der Küche, die sich den regionalen Traditionen verpflichtet fühlt und sich bodenständig präsentiert – mehrfache Auszeichnungen dokumentieren das. Wechselwirkungen, die den Arbeitsstil beeinflussen, werden offenbar, etwa wenn Tagungsgruppen in den Kräutergarten ziehen, um sich in den

Tagungspausen von Thymian-, Kresse- und Lavendeldüften inspirieren zu lassen. Wo auch immer die Waldknechtsabende ausklingen – im uralten Weinkeller, in der Meierei oder in der Hofscheuer – immer werden sie stimmungsvoll sein, dem Leben mit seinen Genüssen und der Arbeit mit ihren Anstrengungen verbunden. Der Waldknechtshof präsentiert sich als gekonnte Komposition von bewahrter und gepflegter Tradition sowie modernen und kreativen Arbeitsmöglichkeiten.

Thomas Kühn



Gutshof-Hotel WALDKNECHTS

72270 Baiersbronn
Baiersbronner Straße 4
Tel. +49-(0)7442/84 84-400
Fax +49-(0)7442/84 84-410
info@waldknechtshof.de
www.waldknechtshof.de



HOTEL

12 Zimmer, 2 Veranstaltungsräume
(50 zus. Zimmer im Partnerhotel)
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 25 Personen
Parlamentarisch: 40 Personen
Reihenbestuhlung: 60 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Ein individuelles Lerndomizil mit großen
Räumen, das man exklusiv nutzt
Wohnen und Arbeiten unter biologisch-
natürlichen Balkenkonstruktionen
Exzellente Gastronomie,
von der Region inspiriert



TRAINER-URTEIL

„Wenn ich meine Lieblingskunden einen besonderen Workshop erleben lassen möchte, empfehle ich immer den Waldknechtshof. Hier stimmt einfach alles: Die Betreuung während der Tagung ist sehr aufmerksam, die Küche lecker und die Seminarräume sind Champions-League!“

Dr. Martin Emrich,
Trainer und Geschäftsführer von
EMRICH Consulting



Akquirier mal eben ...

Die wichtigsten Regeln für eine erfolgreiche Kaltakquise

Haben Sie als Verkäufer Angst vor der Kaltakquise? Nein, haben Sie natürlich nicht. Oder etwa doch? Aus meiner Erfahrung nehmen viele, auch gestandene und erfahrene Verkäufer die Kaltakquise noch immer als Schreckgespenst wahr und scheuen davor zurück.

Dabei kann es so einfach sein, auch gleich am Telefon zu einem Abschluss zu kommen, wenn gewisse Regeln beachtet werden. Auch für mich war diese Disziplin als Neo-Verkäuferin zu Beginn meiner Karriere eine gewaltige Barriere. Heute, nach über 25 Jahren Erfahrung in Verkauf und Positionierung, ist die Kaltakquise mein Lieblingsbereich im Vertrieb. Zu Beginn meiner Tätigkeit sagte mein Chef nonchalant zu mir: „Da ist die Liste, telefonier sie bis zum Ende der Woche durch und akquirier mal eben ...“ Damals noch unerfahren, rief ich einfach an und holte mir logischerweise Abfuhr nach Abfuhr. Einige Dinge hatten mich sehenden Auges ins verkäuferische Desaster laufen lassen.

Keine Angst vor dem Nein

Ich hatte, so wie viele Verkäufer, Angst vor dem Nein. Diese diffuse Angst, die über vielen Verkäufern hängt, hindert sie daran, beherzt zum Hörer zu greifen und die Anrufe zu tätigen. Wer diese Angst überwinden kann, hat das Zeug zum Großmeister der Kaltakquise mit sofortigem Abschluss! Mir hat damals geholfen, diese Angst anzunehmen und sie nicht zu verdrängen. Diese Angst hat verschiedene Ursachen: Da ist die Sorge, abgelehnt und nicht gemocht

zu werden, die Befürchtung, zu draufgängerisch oder reißerisch zu wirken ... Wichtig dabei ist, eine Absage niemals persönlich zu nehmen, sie cool wegzustecken und mit neuer, positiver Gesinnung den nächsten Anruf zu tätigen. Das geht, wenn man als Verkäufer mental entsprechend an sich arbeitet.

Nur wer sich vorbereitet, kommt weiter

Nicht nur die Angst hatte meine ersten Versuche im Karussell der Kaltakquise scheitern lassen, sondern auch die Unterlassung einer extrem wichtigen Sache. Ich hatte mich kaum auf die Anrufe vorbereitet. Ich wusste fast nichts über die anzurufenden Unternehmen. Das konnte nicht funktionieren. Wer bei der „cheflichen“ Aufforderung „nimm die Liste und ruf durch“ sofort sein Telefon ergreift, kann nur verlieren. Es gibt dann ja kein Ziel, keine Info über das Unternehmen, nur einen allgemeinen Spruch, den man meist auch noch viel zu schnell herunterrattert. Die Gesprächspartner am Telefon haben da ja gar keine andere Wahl – als so rasch als möglich aufzulegen. Was Verkäufer hier brauchen – ist ein Fokus und ein präzises Ziel, das sie mit diesem Anruf erreichen wollen. Dieses Ziel und der Weg müssen klar in Ihrem Kopf sein, bevor auch nur eine Nummer gewählt wird! Ihr Ziel ist es nicht, „irgendjemanden“ zu sprechen, sondern etwas ganz Bestimmtes zu erreichen. Sie wollen entweder einen Termin bekommen oder – noch besser – gleich am Telefon die Erlaubnis erhalten, ein Angebot zu senden. Hier gibt es kein entweder – oder.

Wo wollen Sie hin?

Sie sollten also im Vorfeld entscheiden, ob Sie am Telefon etwas verkaufen oder einen Termin vereinbaren wollen, um Ihr Portfolio zu präsentieren. Sobald dies feststeht, legen Sie ein Minimal- und ein Maximalziel fest. So kann es zum Beispiel das minimale Ziel eines Verkäufers sein, anlässlich dieses Anrufs den genauen – auch zeitlichen – Bedarf des Unternehmens festzustellen und sich diese Info auf Wiedervorlage für einen nächsten Anruf zu legen. Das Maximalziel wäre dann, an diesem Tag direkt am Telefon so exzellent zu verkaufen, dass das Angebot nur noch zur Unterschrift hingesendet werden muss, da alle Details bereits in dem Gespräch geklärt wurden. Wer in der Vorbereitung auf das Telefonat für sich diese genauen Ziele formuliert, hat automatisch einen roten Faden für das Gespräch an der Hand und ist dem Gesprächsverlauf nicht als Spielball der Aussagen anderer ausgeliefert. Und falls es mit dem Termin oder der Erlaubnis, ein Angebot zu senden, doch nicht klappt, nehmen Sie zumindest das gute Gefühl mit, nicht ganz erfolglos gewesen zu sein, weil Sie ja Ihr Minimalziel erreicht haben. Durch diesen positiven psychologischen Effekt gehen Sie gestärkt in Ihr nächstes Gespräch. Ich habe die eindeutige Erfahrung gemacht, dass direkte Terminvereinbarungen oder sogar ein fixer Abschluss am Telefon dann zustande kommen, wenn man als Verkäufer während des Telefonats einen klaren Bedarf oder ein

Bedürfnis aufdeckt und adressiert. Um das Gespräch aber entsprechend lenken zu können, müssen Sie als Verkäufer im Vorfeld auf jeden Fall eine umfangreiche und präzise Recherche zum Zielunternehmen vornehmen.

Unternehmen und Entscheider – wer sind sie genau?

Bevor Sie anrufen, nehmen Sie das Unternehmen analytisch auseinander. Das geht natürlich nicht bei jedem ganz kleinen Unternehmen – aber bei Ihren A+ Prospects ist das ein MUSS. Sie sollten die Geschichte des Unternehmens kennen, Gründungsdaten, Gründer, die Philosophie und Mission des Unternehmens. Ganz wichtig ist es in diesem Zusammenhang zu erfahren, wer die Entscheidungen treffen wird, wenn es um eine bestimmte Bestellmenge geht. Sie werden am Telefon nur dann weiterkommen, entweder in Richtung Termin oder Auftrag, wenn Sie den Entscheider selbst am Telefon haben. Sprechen Sie nämlich nicht sofort zu dem finalen Entscheidungsträger, versprühen Sie Ihr gesamtes Feuerwerk an Überzeugungskraft bei einer „falschen“ Person und können diese Performance nicht in derselben energetischen Power wiederholen, sobald die richtige Person eruiert ist. Es bietet sich also an, den Namen des Hauptentscheiders vorher zu erfahren und ➤



ICH HATTE, SO WIE VIELE
VERKÄUFER, ANGST VOR
DEM NEIN. WER DIESE
ANGST ÜBERWINDEN
KANN, HAT DAS ZEUG
ZUM GROSSMEISTER DER
KALTAKQUISE MIT SOFOR-
TIGEM ABSCHLUSS!

dann so viel wie möglich über diese Person zu recherchieren. In meinen Trainings und Seminaren höre ich dann immer „Das ist so schwer“. Finde ich gar nicht. In unserer digitalen Welt ist fast jeder irgendwo auf sozialen Netzen unterwegs oder auf sonstige Weise online sichtbar. Eine simple Google Recherche kann da nützlichen Input bringen.

Nutzen, Nutzen, Nutzen

Sobald Sie nun endlich mit Ihrem gewünschten Ansprechpartner – dem Entscheider, den Sie mühevoll und aufwendig recherchiert haben – verbunden sind, dürfen Sie keinen strategischen Fehler machen. Sie verfügen jetzt nur über eine sehr kurze Zeitspanne, um sein Interesse zu wecken und seinem ersten Impuls, Sie abzuwimmeln, entgegenzuwirken.

Ihr Elevator-Pitch ist hier ausschlaggebend. Er muss so einfach sein, dass man ihn beim ersten Zuhören sofort leicht verstehen kann. Außerdem sollte er den Entscheider auf der emotionalen Ebene packen und ihn aufhorchen lassen. Damit das passiert, muss Ihr Elevator Pitch gewisse Schlüsselwörter enthalten, die dem potentiellen Verkäufer sofortigen Nutzen oder sogar die Lösung seiner dringlichsten Probleme in Aussicht stellt! Es liegt an Ihnen, diesen Pitch begeistert und überzeugend, aber bitte nicht übertrieben vorzutragen!

Was enthält Ihr Kaltakquise-Elevator-Pitch?

Vergessen Sie einschlägige Phrasen und alles, was „man“ als Entscheider schon hundertmal gehört hat. Wenn Sie Ihrem Gesprächspartner nicht gleich am Anfang des Telefonats ein stichhaltiges Argument dafür liefern, dass es interessant ist, Ihnen länger zu lauschen, ist Ihr Elevator Pitch noch nicht auf den Punkt. Aus Ihrer Formulierung muss sofort der hohe Nutzen des Gesprächs für Ihren Gesprächspartner erkennbar sein. Reduzieren Sie dazu Ihre Kommunikation. Es geht nicht direkt um das Angebot, sondern darum, was das Ergebnis des Gesprächs für den Kunden bedeuten würde – dazu muss das Produkt noch nicht einmal erwähnt werden. Ich kann es nicht oft genug wiederholen: Sprechen Sie so emotional und bildhaft wie möglich und verlieren Sie bei all dem nie Ihr großes Ziel aus den Augen: Den Verkauf direkt am Telefon. ●

DIE AUTORIN: Ulrike Knauer, Vortragsrednerin, Trainerin und Autorin, ist Expertin für das Thema „Werteorientierter Spitzenverkauf“. Knauer war lange Jahre erfolgreich im Bereich „Internationaler Marktaufbau“ tätig, unter anderem für die englische Post „Royal Mail“ als Geschäftsführerin in sieben Ländern. Weitere beruflich weichenstellende Stationen waren ihr Engagement als Direktorin bei der Berlitz Sprachschulen GmbH und ihre Tätigkeit als Key Account Managerin bei Sixt. Die mehrfache Autorin (u. a. „Was Top Verkäufer auszeichnet – Vertriebserfolg mit Ethik statt Abzocke“, „Mit den Augen hören – Mit allen Sinnen die Sprache des Körpers verstehen“) lebt heute in Österreich. Weitere Informationen unter: www.ulrikeknauer.com.



SO FUNKTIONIEREN GELUNGENE EINSTIEGE IN IHR KALTAKQUISETELEFONAT



Sofort Aufmerksamkeit erregen!

Alles entscheidend sind die ersten Momente. In diesen können Sie mit einer Frage beginnen, eventuell auch eine kontroverse, aufrüttelnde Bemerkung machen, Fakten präsentieren, die Ihr Gesprächspartner brauchen kann oder eine außergewöhnliche Story erzählen. Hier sind Innovationsgabe und Kreativität gefragt. Schießen Sie dabei aber nie über das Ziel hinaus, bleiben Sie professionell und gelassen!

Interesse erzeugen durch hohen Fokus auf den Nutzen!

Sehen Sie von Übertreibungen oder zu techniklastiger Rede ab und sprechen Sie so, dass auch ein 10-jähriges Kind Ihre Botschaften verstehen könnte. Keep it short and simple und vor allem nützlich! Natürlich sollen Sie alle wichtigen Daten und Fakten darlegen, aber machen Sie diese durch sprachliche Bilder, Vergleiche und Beispiele lebendig. Es empfiehlt sich auch, mit einigen klaren Worten zu erläutern, wie Sie oder Ihre Ideen sich grundsätzlich von anderen unterscheiden und welches spezifische Problem durch Ihr Angebot gelöst wird.

Begehrlichkeit auslösen!

Formulieren Sie Ihren Einstieg so, dass er bei Ihrem Gesprächspartner sofort ein sehnächtiges Verlangen nach Ihrem Produkt auslöst. Nur wenn Ihr Vorschlag unglaublich attraktiv scheint, wird der Entscheider dazu neigen, im Verlauf dieses Gesprächs zu kaufen. Geben Sie ihm einen klaren und triftigen Grund, sich an Sie zu erinnern.

Auf den Punkt kommen!

Reden Sie nicht um den heißen Brei herum. Sagen Sie direkt, was Sie sich vorstellen und schließen Sie mit einer klaren Handlungsaufforderung.

Diese Herangehensweise kostet Zeit und viele Ressourcen. Aber es lohnt sich! Ein wirkungsvoller Elevator Pitch bringt Ihnen viele Vorteile im Verkaufsaltag und macht Sie noch erfolgreicher. Durch Ihren Elevator Pitch schaffen Sie von Anfang an Klarheit und wirken dadurch sofort überzeugend. Außerdem erkennen Sie rasch, ob Ihr Gesprächspartner für weitere Gespräche bereit ist und für Sie interessant sein kann. Wenn nicht, können Sie von diesem „toten“ Pferd sofort absteigen und sich Kunden widmen, die mehr Erfolg versprechen. Haben Sie die hier beschriebenen Tipps verinnerlicht und den Pitch richtig vorbereitet, dann ist der Entscheider nun am Telefon und neugierig darauf, Ihnen zuzuhören. Jetzt liegt es an Ihnen, sein Interesse zu wecken und aufrechtzuerhalten – und ihn schon im Laufe des Gesprächs zu einer Kaufzusage zu motivieren.



DAS 30 MINUTEN IDEENFRÜHSTÜCK



GUTE IDEEN SCHON ZUM FRÜHSTÜCK Ihr individuelles Firmenevent

Mit guter Laune in den Arbeitstag starten, und ein paar richtig gute Tipps für Job und Karriere mitnehmen – so beschreiben wir dieses Veranstaltungs-Format. Die Themen sind so vielfältig wie die 30-Minuten-Reihe des GABAL Verlags. Die Autoren gehören zu den top Business Experten in Deutschland und Bernhard Wolff ist der perfekte Moderator.

Die Teilnehmenden haben Gelegenheit bei Toast und Kaffee zu Netzwerken, bevor im Plenum das 30-minütige Business Infotainment startet. Im Anschluss darf weiter gefrühstückt und geplaudert werden. Die Themen stimmen wir gern gemeinsam mit Ihnen ab. Von Business Qigong über Mimik lesen, Kreativität im Job bis Improvisation und Storytelling, lassen Sie sich von der 30 Minuten Reihe des GABAL Verlages für Ihr Event inspirieren.

- Veranstaltungsgröße ab 70 Personen
- Zeitraum von zwei Stunden
- halbstündiger Vortrag und Moderation
- ein 30-Minuten-Buch für alle Teilnehmenden
- Raummiete, Frühstück, Getränke
- Personal, Technik, Garderobe, Mobiliar

**Gerne unterbreiten wir
Ihnen ein Angebot.**

Telefon +49 69 830066-43
event@gabal-verlag.de
www.gabal-verlag.de



**ROMANTIK HOTEL
SCHLOSS RHEINFELS**

56329 St. Goar
Schlossberg 47
Tel. +49-(0)6741 / 802-730
Fax +49-(0)6741 / 802-802
verkauf@schloss-rheinfels.de
www.schloss-rheinfels.de



HOTEL

64 Zimmer, 6 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 46 Personen
Parlamentarisch: 68 Personen
Reihenbestuhlung: 120 Personen



**BESONDERS
ERLEBENSWERT**

Das Haus wird durch
ausgebildete Trainer geführt

Eigene Tagungsvilla und
Open-Air-Tagungsraum – mit
atemberaubender Aussicht

Schlossanlage und Waldchalet
Maria Ruh lassen sich in
viele Rahmenprogramme einbinden



TRAINER-URTEIL

„Die traumhaft gelegene Anlage hilft,
in eine andere Welt einzutauchen
und sich voll auf die spezifischen
Themen und Fragestellungen einer
Tagung zu konzentrieren. Wegen
des einzigartigen Ambientes und der
familiären Mannschaft kommen
wir seit Jahren immer wieder.“

Michael Meinecke,
P3 OSTO GmbH, Aachen



„TradiVision[®]“ mit



Stolz, stilvoll und einzigartig: Wie im Märchenbuch steht das Schloss hoch oben über dem Rhein, gegenüber erhebt sich der sagenhafte Felsen der Loreley, die mit ihrem lieblichen Gesang unzählige Schiffer betörte und ihre Boote an den Riffen zerschellen ließ. Es ist ein Ort mit magischen Kräften, ein Ort, an dem man sich von den Fenstern und Terrassen aus nicht sattsehen kann an den Spuren der historischen Kulturlandschaft. Väterchen Rhein schlängelt sich als pulsierende Lebensader durch das UNESCO-Welterbe „Tal der Loreley“, schwin-

deleregende Steillagen an seinen Seiten bringen beste Weine hervor, beeindruckende Burgen aus Raubritterzeiten säumen seinen Weg von Bingen bis Koblenz.

Vor dieser grandiosen Kulisse ist es ein Leichtes, die hektischen und geradezu atemlosen Zeiten auszublenden und einzutauchen in das „Lebensgefühl Schloss Rheinfels“. Das Lebensgefühl eines familiär geführten Hotels mit angeschlossener Tagungsvilla, offen und locker, historisch gewachsen und stark an traditioneller Dienstleistung orientiert, doch gleichzeitig innovativ

besten Aussichten



Schon allein der Ausblick von Schloss Rheinfels auf Flusstal und Loreley lässt Gedanken schweifen und macht den Kopf frei, die Dinge aus anderen Perspektiven zu betrachten. Verschiedenste Inszenierungen helfen dabei, Events auf vielfältigste Weise zu erleben.



und modern, damit Tagungsgäste an diesem Ort kreative Ergebnisse erzielen können.

Das wird nicht dem Zufall überlassen. Dass das Romantik Hotel Schloss Rheinfels seit Jahren zu den ersten Tagungsadressen in Deutschland zählt, ist nicht nur der Lage und dem romantischen historischen Ambiente zuzuschreiben. Hinter dem Erfolg für Lernwillige steht ein Konzept, das Inhaber Gerd Ripp und sein Direktor Andreas E. Ludwig – beides ausgebildete Trainer – für ihre Kunden entwickelt haben und das maßgeschneidert zur einzigartigen Atmosphäre ➤➤





Egal wo man sich auf Schloss Rheinfels aufhält – der Blick auf das Rheintal dominiert nahezu jede Situation, bis hin zur Freilichttagung im Amphitrium.

auf dem historischen Areal passt: TradiVision® – aus der Tradition für die Zukunft lernen, damit aus Visionen ideenreiche Ziele und Maßnahmen werden können. Traditionelle Vorgehensweisen werden mit modernster Technik verknüpft, exzellenter Service mit außergewöhnlichen Überraschungsmomenten. All dies, kombiniert mit ausreichend Freiräumen für schöpferisches Handeln, macht aus dem Schloss nicht nur ein Tagungshotel, sondern einen Erlebnisort voller kleiner Geheimnisse und Überraschungen, der perfekt in Teile der historischen Burg Rheinfels integriert ist.

Selbstverständlich und überhaupt nicht störend ist deshalb das Miteinander von Tagungsgästen und privatreisenden „Romantikern“, die sich eine kleine „Auszeit“ auch im gleichnamigen Wellnessbereich gönnen. Authentisch und stilschön sind die magischen Rahmenprogramme und die

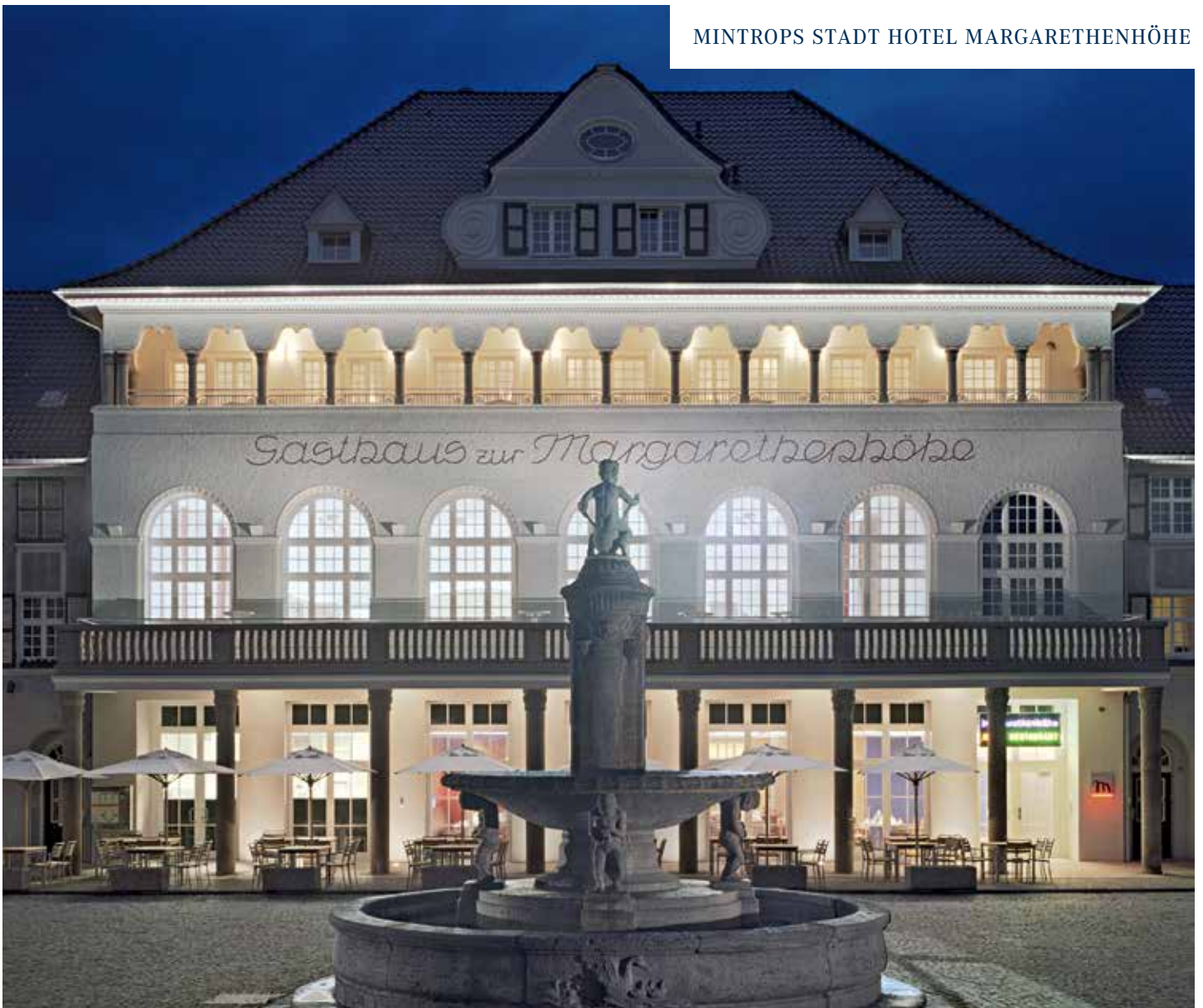
außergewöhnlichen Inszenierungen in Europas größtem freitragenden Gewölbekeller. Ein innovativer Ideenpool ist das „Meetnick®“, bei dem Meetings, Workshops oder Mitarbeitergespräche im rollenden Schnauferlbus mit Picknick am Rhein abgehalten werden. Sagenhaft das „Amphitrium“ als Tagungsraum unter freiem Himmel mit einer Akustik, wie sie nur die alten Römer erfinden konnten.

Das alles wird rund durch das stimmige Interieur: Feine Antiquitäten, weiche Stoffe, kunstvolle Gemälde sowie edle Details unterstreichen den exklusiven Schlosscharakter des Hotels. Veranstalter können sicher sein: Hier finden sie nicht nur Rheinromantik pur, sondern hier fügen Profis die exponierte Lage, die historischen baulichen Gegebenheiten und einen perfekten Dienstleistungsgedanken zu einem guten Ganzen zusammen.

Uta Müller



Sagenhafte (Rh)Einblicke. TradiVision® als lebendiges Lernkonzept mit besten Aussichten – nicht nur auf das UNESCO Welterbetal der Loreley, sondern vor allem auf kreative Ergebnisse und messbare Erfolge. So zauberhaft der Ort, so außergewöhnlich die Ideen und Möglichkeiten. Angefangen von magischen Lernprogrammen bis hin zu stilvollen Inszenierungen in Europas größtem freitragenden Gewölbekeller. Sagenhaft ebenso das AMPHITRIUM als Kreativraum im Freien – und der liebenswerte, persönliche und individuelle Service, getragen von unserem langjährigen Team und der Inhabergefamilie Ripp. Der Erfolg Ihrer Veranstaltung ist keine Zauberei, er ist mit uns planbar. **Andreas E. Ludwig, Welterbegastgeber**



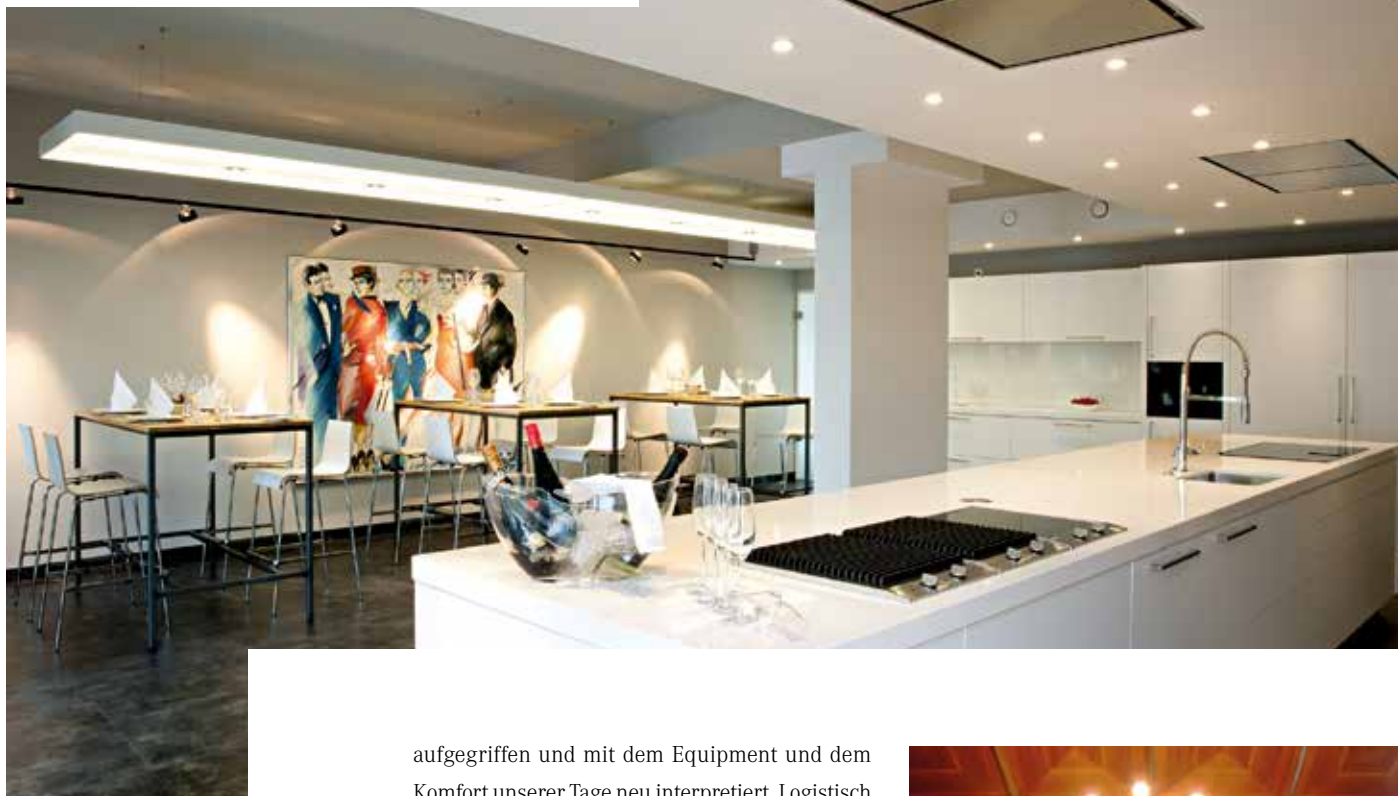
Kreative Ruhrpott-Romantik

Wer bei einer Fahrt durchs Ruhrgebiet den Essener Stadtteil Margarethenhöhe erreicht, sieht auf einmal ein gänzlich verändertes Stadtbild. Man taucht ein in ein Meer von possierlichen Häuschen mit romantischen Giebeln, Rundbögen und Erkern. Überall sind bunter Blumenschmuck und wilder Wein, der sich an Häuserwänden rankt, in den verwinkelten Gassen stehen Laternen von anno dazumal. Die Margarethenhöhe ist Deutschlands erste Gartenstadt, gestiftet wurde sie 1906 von der Groß-

industriellen Margarethe Krupp. Nur wenige Zufahrtsstraßen führen in die von einem bewaldeten Grüngürtel eingebundene Siedlung, so dass sich eine spürbare Abschnürung von urbanen Lebensnerven ergibt.

Inmitten dieser Kolonie des Charmes ist mit Mintrops Stadt Hotel ein charaktervoller und versiert betreuter Lern-Stützpunkt entstanden. Die ursprünglichen Attribute der Gartenstadt-Bewegung wie „Fortschrittlichkeit“ und „behütetes Wohnen“ werden hier tagungsbegleitend »

Eine dominante Fassade direkt am Marktplatz der Margarethenhöhe, die förmlich die geschichtsträchtige Bedeutung schon erahnen lässt.



*Im Inneren besticht
Mintrops Stadt Hotel
durch eine gelungene
Kombination aus
historischem Gemäuer
und modernen Erfor-
dernissen.*

aufgegriffen und mit dem Equipment und dem Komfort unserer Tage neu interpretiert. Logistisch gibt es keinen schwachen Punkt: Angefangen von perfekt ausgestatteten Räumen für „operativen“ Lerntransfer über einen Tagungsadministrator, der sich um das reibungslose Eigenleben jeder Veranstaltung kümmert, bis hin zu einer ernährungswissenschaftlich fundierten Kulinarik aus Bioprodukten für eine konstante geistige Teilnehmerfrische.

Das Hotel befindet sich am kaiserzeitlich-beschaulichen Markt mit dem „Schatzgräberbrunnen“ – und zwar im traditionellen, mit Arkaden verzierten „Gasthaus zur Margarethenhöhe“. Dessen repräsentative, denkmalgeschützte Bausubstanz bietet hohe Räumlichkeiten mit lichtvollen Arbeitsbedingungen, die Großzügigkeit ebenso erlebbar machen wie das Gefühl, ungestört und konzentriert durchstarten zu können. Eng verbunden mit ihren Schlafphasen erhalten Tagungsgäste eine Menge



Marktplatz für Menschen und Ideen. Unser historisch bedeutendes Gebäude lässt Gäste wahre Ruhrpott-Romantik erleben, die seit Jahrhunderten gleichermaßen für Wohlfühlen und wirtschaftlichen Erfolg steht. Unser denkmalgeschütztes Hotel am Marktplatz der Essener Margarethenhöhe, der ersten deutschen Gartenstadt, bietet ein historisches Ambiente aus Multikultur und tatkräftigem Anpacken, das auch zur Lösung Ihrer Herausforderungen anregt. Durch die innovative Unternehmenskultur des Mintrop-Teams, die persönliche Tagungsbetreuung sowie ausgewogene Vitalküche unterstützen wir Ihre Lernerfolge erstklassig. Industriekultur und Innovation – lassen auch Sie vorwärtstreiben!

Moritz Mintrop, Geschäftsführer



anregender Impulse durch die besondere Hotel-Atmosphäre. So begegnet man beim Durchstreifen des Hauses vielen Originalkunstwerken, die – mal als Verbeugung, mal in kecker Interpretation – auf die Industriegeschichte des „Reviere“ sowie die ruhrtypische Kultur des tatkräftigen Anpackens Bezug nehmen. Diese Kunstschöpfungen sowie eine zugehörige Mischung aus historischem Industrie- und innovativem Wohndesign erzeugen eine kreative Innenarchitektur, die immer mal kleine Gesprächsbrücken stiftet und Anlass zum Gedankenaustausch bietet.

Überhaupt kommt dem zwischenmenschlichen Miteinander eine tragende Rolle in Mintrops Stadt Hotel zu – auch und gerade, wenn es darum geht, tagsüber initiierte Gruppenprozesse im Rahmen einer ansprechenden After-Work-Gestaltung fortzusetzen. Wie wäre es etwa mit einem Besuch in der hoteleigenen, mit modernsten Registern ausgestatteten Kochschule, wo gemeinsam unter Anleitung zubereitet und gespeist wird? Oder mit einem exklusiven Beisammensein mit Selbstzapfanlage in einem Weinkeller, der wie ein gemütlicher Grubenstollen anmutet? Dem großbürgerlichen „wehenden Unternehmertegeist“ der Krupp-Ära wiederum ließe sich bei einem gemeinsamen Verwöhnmenü im denkmalgeschützten „Margarethenzimmer“ nachspüren – so wie in den Gassen der Gartenstadt herrscht auch dort noch das authentische Flair von vor hundert Jahren!

Norbert Völkner

Mintrops Stadt Hotel
Margarethenhöhe



MINTROPS STADT HOTEL MARGARETHENHÖHE

45149 Essen

Steile Straße 46

Tel. +49-(0)201 / 43 86-0

Fax +49-(0)201 / 43 86-100

info@stadt.mm-hotels.de

www.mintrops-stadthotel.de



HOTEL

34 Zimmer, 8 Veranstaltungsräume

Max. Tagungskapazität im größten

Raum bei U-Form: 45 Personen

Parlamentarisch: 80 Personen

Reihenbestuhlung: 100 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEIT

Tagen mitten in der denkmalgeschützten Krupp-Siedlung

Innovative Unternehmenskultur strahlt auf Gäste aus

Hoteleigene Kochschule für Teamprozesse



TRAINER-URTEIL

„Beim Mintrops Stadt Hotel habe ich jedes Mal das Gefühl, nach Hause zu kommen. Es ist für mich eine Oase, ein Ort wohlthuender Entschleunigung mitten im Trubel der Stadt – mit Menschen, die lieben, was sie tun. Für mich gehört das Mintrops Stadt Hotel zu den TOP-5-Tagungshotels Deutschlands. Einfach MERK-würdig!“

Hans-Jürgen Walter,
Führungskräfte-Coach
und NLP-Trainer
www.hjw.de



Wandel in Qualifizierung und Beratung

Mythen und Wahrheiten beim Coaching

Als vor einigen Jahren in einem sehr negativ-kritischen Artikel in der Tageszeitung DIE WELT eine Zahl zu in Deutschland angebotenen Coaching-Ausbildungen genannt wurde, staunte ich ziemlich ungläubig. Vielleicht schätzen Sie an dieser Stelle erst einmal. Ich jedenfalls hätte damals auf eine entsprechende Frage „um die 50“ getippt. Dies als ‚gefühlte‘ Zahl, keineswegs aus Zählungen hergeleitet. Nun, laut Zeitungsartikel sollten es zu diesem Zeitpunkt über 200 gewesen sein, angeblich mit stetig steigender Tendenz. Da der Autor seinerzeit keine Quelle zur Zahl nannte, hielt ich die genannte Größenordnung für den eher zweifelhaften Versuch, den im Artikel ziemlich kritisierten angeblichen Hype um Coaching mit einer spektakulären Zahl zu untermauern. Das hielt mich allerdings nicht davon ab, mir in der Folgezeit die Lage bei den Coach-Ausbildungen etwas genauer zu betrachten. Und tatsächlich: Durch Google-Suchen und das Zählen geschalteter Anzeigen konnte ich meine 50 zumindest schnell hinter mir lassen.

Mythos Coaching-Hype

Als ich meine Selbständigkeit als Trainer 1993 begann, spielte Coaching bei meinem Angebot und meinen Dienstleistungen eine wichtige Rolle. Wenn man sich aus einer Welt von „Matrix-Führungssituationen“ heraus selbständig macht, hat man zwangsläufig die Wirkung und den Nutzen

des Coaching schon aus eigener Führungserfahrung kennengelernt. Fünf Jahre später wanderte der Begriff sogar in die Namensgebung meines Unternehmens, als ich begann, die Positionierung des Einzelkämpfers in der Selbständigkeit zu verlassen. Schon in dieser Zeit wurde von Coaching als einem Modebegriff gesprochen. Das hat sich die ganze Zeit nicht geändert, ob nun das Wort „Modebegriff“ verwendet wurde oder ob Autoren auf der Suche nach Profilierung einen Hype rund um Coaching zu identifizieren versuchten.

Wenn es gilt, Mythen und Wahrheiten im Coaching zu benennen, sind wir hier an der richtigen Stelle: Der erste Mythos ist schlichtweg, dass es sich bei Coaching um eine Mode oder um einen Hype handeln solle. Der einem Mythos innewohnende Anspruch auf Geltung für eine behauptete Wahrheit erweist sich nämlich dann klar als unberechtigt, wenn über 25 Jahre hinweg der Umfang der Coaching-Dienstleistungen im Weiterbildungsmarkt anerkanntermaßen immer breiteren Raum einnimmt. Gleichzeitig wird heute kaum mehr ernsthaft bezweifelt, dass Qualifizierungsmaßnahmen umso mehr ihren Wirkungsgrad steigern, je mehr es den Beteiligten gelingt, die Durchführung einer Maßnahme auf die einzelnen beteiligten Personen hin zu individualisieren. Und das lässt sich nunmal mit den verschiedenen Formen von Coaching



Coaching gewährleistet in der Weiterbildung die geforderte Individualisierung auf den Menschen und hat damit seinen wichtigen Platz in sehr vielen Projektformaten.



am besten bewerkstelligen. Eine Wahrheit ist also, dass professionelles Coaching tatsächlich und dauerhaft seinen berechtigten Platz zum Beispiel in der Weiterbildung hat.

Trainer, Coach und Alleskönner

Das bedeutet allerdings noch lange nicht, dass jeder so genannte „Coach“ erfolgreich ist als Selbständiger. Sie bemerken sicherlich sofort die bewusste Ironie, die hier die Ergänzung „so genannt“ erzeugt. Auch eine Wahrheit ist nämlich meiner Meinung nach leider, dass man nicht mehr besonders viele Visitenkarten von selbständigen Trainern findet, die sich nicht gleichzeitig mit dem Berufstitel „Coach“ schmücken. Die

Zielsetzung dahinter ist verständlich: nur ja kein Auftragspotenzial durch Selbstbeschränkung von vorneherein ausschließen. Aber schauen wir uns doch die Bandbreite der Tätigkeit eines Trainers oder der eines Coachs heutzutage an. Unterstellen wir gleichzeitig, dass jemand, der sich so bezeichnet, auch Professionalität in den von ihm ausgeübten Professionen beweisen sollte. Schnell wird klar, dass die (Selbst-)Betitelung auf einer Visitenkarte dem nach Unterstützung suchenden Unternehmen oder Manager keine Sicherheit mehr liefert. Wünschenswert wäre, wenn sich nur diejenigen als Trainer und/oder Coach bezeichnen würden, die eine entsprechende Ausbildung absolviert haben. >>

Na ja, bei über 200 Coach-Ausbildungen kommen im Laufe der Jahre eine ganze Menge Personen zusammen, könnte man sagen. Dies führt zwangsläufig zur Qualitätsfrage bei den angebotenen Ausbildungsgängen und -instituten. Ich darf mir nicht anmaßen, einzelne Ausbildungen, deren jeweiliges Curriculum und deren Ausbilder ich nicht kenne, zu beurteilen. Aus eigener Erfahrung bestens bekannt sind mir jedoch die hohen Qualitätsanforderungen, die der aus meiner Sicht in puncto Qualitätsanspruch maßgebliche Berufsverband BDVT an die durch ihn zertifizierten Ausbildungen und deren Institute stellt. Da ist es gleichzeitig schwer vorstellbar, dass über 200 Anbieter solche Qualitätsausbildungen bieten könnten. Folglich ist meines Erachtens ein Mythos, dass jeder, der irgendeine Coach-Ausbildung durchlaufen hat, auch wirklich Coachen kann. So weit, so gut. Es ist ja keine besondere Erkenntnis, dass es Qualitätsunterschiede zwischen den Coaches geben muss.

An dieser Stelle kommt allerdings eine Wahrheit ins Spiel, die auch die bei einem zertifizierten Top-Institut ausgebildeten Coaches betrifft: Niemand ist „für jeden“ ein geeigneter Coach. Selbst bei bester Ausbildung und kontinuierlicher Weiterbildung in Interventionsmethoden und Coa-

ching-Tools kann niemand für jeden Coachee in deren unterschiedlichsten Situationen und Bedarfslagen immer der richtige Partner sein. Natürlich möchte man durch die Selbsterkennung zum „TOP-Coach“ den Honorarsatz nach oben schieben und sich interessanter machen. Nur: Ein wirklich guter und verantwortlicher Coach kann und muss seine Einsatzprofile klar hinsichtlich der Aufgabenstellungen und Persönlichkeiten, bei denen er wirken will, abgrenzen. Selbsterkenntnis ist hier gefordert – und die passt allzu oft nicht zur möglicherweise dürftigen Auftragslage eines „reinen Coaches“. Zu dieser Wahrheit der problematischen Wirklichkeit des „reinen Coaches“ als Selbständigem nachfolgend mehr.

Profession ohne Profil und Profit?

Erfreulicherweise professionalisieren immer mehr Firmen, vor allem Konzerne und andere Großunternehmen, die Auswahl der richtigen Coaches für ihre Führungskräfte und Mitarbeiter. Die dort gewählte sorgfältige Vorgehensweise, die nicht zuletzt auch der Person Mitwirkung bei der Auswahl und Beauftragung gewährt, der man das Coaching angedeihen lassen will oder die darum gebeten hat, bedeutet allerdings auf Anbieterseite einen enormen Aufwand – und das bevor überhaupt die erste fakturierbare Coaching-Stunde bei einem Klienten beginnt. Erstgespräch in der Personalentwicklung, zusätzlich ein Kennenlerngespräch mit einer Bereichsführungskraft. Meist sind zumindest zwei Akquisitionsgespräche notwendig, bevor man in den sogenannten Pool der Coaches eines Unternehmens wandert. Tritt dann der konkrete Bedarfsfall ein, steht erst einmal das Kennenlerngespräch mit der zu coachenden Person an. Ist auch diese Hürde überwunden, können die ersten Coaching-Einsätze angegangen und fakturiert werden. Aber zu welchen Sätzen? Der BDVT verortet die erzielten Durchschnittssätze von Coaches im Bereich von etwa € 150,- pro Stunde. Leider ist es aber so, dass es meist keinen Sinn macht, pro Sitzung mehr als 2-3 Stunden zu veranschlagen. Und wer kann schon immer den Rest des Tages produktiv oder gar umsatzwirksam verwenden? Viel Aufwand – bei welchem wirtschaftlichen Ergebnis? Was deshalb aus meiner Sicht zu einer unverzichtbaren Anforderung

Je nach Situation, Persönlichkeit und Aufgabenstellung steht Coaching laut Peter Senner nicht immer nur unter dem Anspruch „Hilfe zur Selbsthilfe“.



derung einer seriösen Coach-Ausbildung gehört, ist, den Teilnehmern reinen Wein einzuschenken, was die späteren Marktmechanismen und Erfolgsaussichten in einer möglichen oder schon klar angepeilten Selbständigkeit betrifft. Diese Wahrheit ist schlicht und einfach: Eine erfolgreiche Selbständigkeit rein als Coach ist nur für wenige wahrscheinlich! Und wenn, dann auch nur, wenn man sich mittels klarer Profilierung und guter Referenzen einen Namen gemacht hat und dadurch Stundensätze von mindestens € 300,- erzielt. Wie viele Coachs können das von sich behaupten?!

Wahre Chancen für Coachs

Ein weiterer Mythos bringt uns aber auf den Ausweg aus diesem beklagenswerten Szenario: Es ist die bei vielen verankerte Behauptung, dass Coaching grundsätzlich immer „Hilfe zur Selbsthilfe“ sein muss und sich sämtliche Kommunikations- und Interventionsmechanismen diesem Diktat unterordnen müssen. Frappierend, was manche Verfechter dieser angeblich reinen Coaching-Lehre in der Diskussion für ein Sendungsbewusstsein entwickeln. Meine ganz klare Meinung hier: Coaching ist eben NICHT immer diese verklärte „Hilfe zur Selbsthilfe“. Dazu sind die verschiedensten Formen des Coachings und deren Einbindung in unterschiedlichste, hoch wirksame Qualifizierungsprozesse zu vielfältig. Diese unterschiedlichen Coaching-Formate unterscheiden sich zu sehr in Zielsetzung, Ausführung und Auswirkung, als dass immer „Hilfe zur Selbsthilfe“ die Arbeitsanleitung sein kann. Aus meiner Sicht gibt es dazu auch die passende Wahrheit für alle, die sich als Selbständige im Weiterbildungsmarkt etablieren und halten wollen: Eine fundierte Trainer-Ausbildung, die neben den Trainer-Basics auch das Design von Weiterbildungsmaßnahmen lehrt, die zum Bei-

spiel Elemente des „Performance Development Coaching“ integriert, steht in der Anforderungsliste für den selbständigen Weiterbildner deutlich vor dem Nutzen einer Coach-Ausbildung. Das nimmt guten Coach-Ausbildungen nichts von ihrer Bedeutung und Wirkung. Wohl gemerkt: Ich beziehe mich ausdrücklich auf den Selbständigen, der als Unternehmer gleichermaßen in Akquisition und Ausführung erfolgreich sein will und muss. Wer sich hier öffnet für die Mechanismen von Prozess-Designs, deren Trainingsparts adressieren kann und gleichzeitig die richtigen Formen von Coaching in entsprechende Projekte integriert, entkommt der kritischen Aufwand-Nutzen-Relation reiner Coaching-Aufträge. Weiter öffnet er sich so viel leichter den vielfältigen Coaching-Formaten. Dort angesiedelte Aus- und Weiterbildungen ergänzen sich dann sinnvoll. Auch teure und aufwändige große Coach-Ausbildungen. Aber auch erst dann. Und die in der Weiterbildungsbranche längst in Gang gekommene und notwendige Personalisierung und Individualisierung auf den Menschen kommt für alle Beteiligten sinnvoll zum Tragen.

Dieses Plädoyer meinerseits bezieht sich eindeutig auf Selbständige oder angehende Selbständige im Weiterbildungsmarkt: Stellen Sie sich in der eigenen Aus- und Weiterbildung und auch in der Positionierung deutlich breiter auf als es der spitze Zuschnitt auf Coaching ermöglicht. Zu viele (fast) arbeitslose „Coachs“ haben in der Not ein Ausbildungsangebot zum Coach im Markt plziert. Nicht anders ist die seinerzeit in der Tageszeitung DIE WELT genannte Zahl zu erklären.

Coaching ist keine Modeerscheinung – und es gibt auch keinen Hype. Es gibt aber in jedem Fall immensen und stetig zunehmenden Bedarf für zur individuellen Aufgabenstellung und zum Menschen passendes Coaching. ●

DER AUTOR: Josef Senner ist Gründer und Geschäftsführer der Coaching Concepts GmbH + Co. KG in Türkheim, einem Beratungs- und Weiterbildungsunternehmen mit über 40 Trainern, Coachs und Beratern. Coaching in unterschiedlichsten Aufgabenstellungen und Formaten hat in den Projekten des Unternehmens im Laufe der 20jährigen Firmenhistorie immer breiteren Raum eingenommen. Coaching Concepts führt vom Berufsverband BDVT als Qualitätsausbildungen zertifizierte Lehrgänge zum Business-Trainer und Business-Coach durch und bietet mit dem ‚Performance Development Lehrgang‘ zusätzlich ein selbst konzipiertes Weiterbildungsprogramm an, in dem Coaching in modernen prozessorientierten Projektformaten Schlüsselfunktionen erfüllt. www.coaching-concepts.de





**TAGUNGS- &
LANDHOTEL
KREFELD**



**MERCURE TAGUNGS- &
LANDHOTEL KREFELD**

47802 Krefeld-Traar
Elfrather Weg 5
Tel. +49-(0)2151/956-0
Fax +49-(0)2151/956-100
h5402-sb@accor.com
www.mercure-tagungs-und-
landhotel-krefeld.de



HOTEL

155 Zimmer, 20 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 60 Personen
Parlamentarisch: 210 Personen
Reihenbestuhlung: 280 Personen



**BESONDERS
ERLEBENSWERT**

Ein ganzheitliches Lernresort
– indoor und outdoor
LERN- & DENKER werkStadt als
„Tagungsbereich der Zukunft“
K4 Akademie – Erlebnistagungen
Kartoffelscheune und -keller



TRAINER-URTEIL

„Die perfekte Kombination von Lage,
Raum, Essen und Service für meine
Arbeit finde ich hier in Krefeld – und
das seit fast 20 Jahren. Mein Dank dem
Team und eine herzliche Empfehlung.“

Dr. Axel Effey,
prismacom – Effey & Wolf GbR



Leistungsverstärker für den

Alexa, schalte auf Meeresanimation!
– im Nu erscheint auf der Videowall eine ent-
spannte 3-D-Meeresstimmung. Alexa kümmert
sich – sie ist die sprachgesteuerte Tagungs-Con-
cierge im jüngsten Meetingraum des Mercure
Tagungs- und Landhotels Krefeld. Alexa kann
einiges: Etwa aufmerksamkeitsunterstützende
Gerüche erzeugen, die Beleuchtungsstärke
dem Biorythmus anpassen oder den Raum in

Lichtfarben tauchen – je nachdem, ob Szenarien
zum Lesen, Konzentrieren oder Energie tanken
gewünscht sind. Der anregende 100-m²-Raum
wurde für Workshopgruppen kreiert, die inter-
aktiv und ohne Kabel onlinebasiert arbeiten und
sich dabei Gedankenspielen öffnen wollen – zum
Beispiel im Rahmen der Design Thinking Metho-
de. Zugleich besteht viel Arbeitsplatz: Man trifft
sich an einer acht Meter langen Tafel – daran



Ideenfluss

können bis zu 36 mitgebrachte Geräte bequem an integrierte Steckdosen angeschlossen werden. Der Raum Alexa ist eine Erweiterung der vor drei Jahren eingeweihten „LERN&DENKERwerkStadt“ des Hotels. Diese hat sich seither für Arbeitsgruppen bewährt, die - abgeschildert von der Außenwelt - einen offenen Austausch und die Entwicklung neuer Sichtweisen anstreben. In dem autarken Areal herrscht eine loungeige

Raumstimmung in warmen und peppigen Farben. Praktisch: Auf beschreibbaren Tischen können Einfälle unmittelbar notiert und digital ediert werden - das Sitzmobiliar lässt sich flexibel zu immer mal anderen Settings anordnen. Zum Konzept gehört auch der „Verrückte Raum“: Hier erhalten Einzel-, Team- und Projekt-Coachings ein extraabgesondertes Reich, in dem Gedanken neu und anders fließen können. Durch eine ➤

Die „LERN&DENKERwerkStadt“ ist ein Zeichen für den trendsetzenden Pioniergeist des Hotels, der sich in vielen Bereichen fortsetzt – z.B. auch dem lichtdurchfluteten Atrium als zentrale Pausenzone für Tagungen.

Areal für Lernerfolge. Eingebettet in niederrheinischer Landschaft inmitten eines Golfplatzes entdecken Sie eine ganzheitliche Tagungswelt zum Wohlfühlen auf 20 Hektar Privatareal, dennoch zentral an alle Verkehrsmöglichkeiten angebunden. Das Mercure Tagungs- und Landhotel Krefeld hat sich seit 25 Jahren kontinuierlich durch Verbesserungsprozesse auf die Bedürfnisse von Kunden und Trainern weiterentwickelt. Es ist ein Lern-Ort, wo Platz und Raum für Gedanken sind, wo Essenszeiten keine Rolle spielen, marktfrische Küche und guter Wein schon, wo Pausen zum Lernerfolg dazugehören, wo kreative Erlebnisaktivitäten ebenso selbstverständlich sind wie taghelle Lernräume, aus denen Sie jederzeit in die Natur kommen – eine perfekte Bühne für Ihr Tagungsthema. Hier sind Menschen mit Leidenschaft und Professionalität für den Erfolg von Menschen da. Den Lernerfolg bestimmt jeder für sich selbst – alle Möglichkeiten dazu sind gegeben! **Walter Sosul, Direktor**



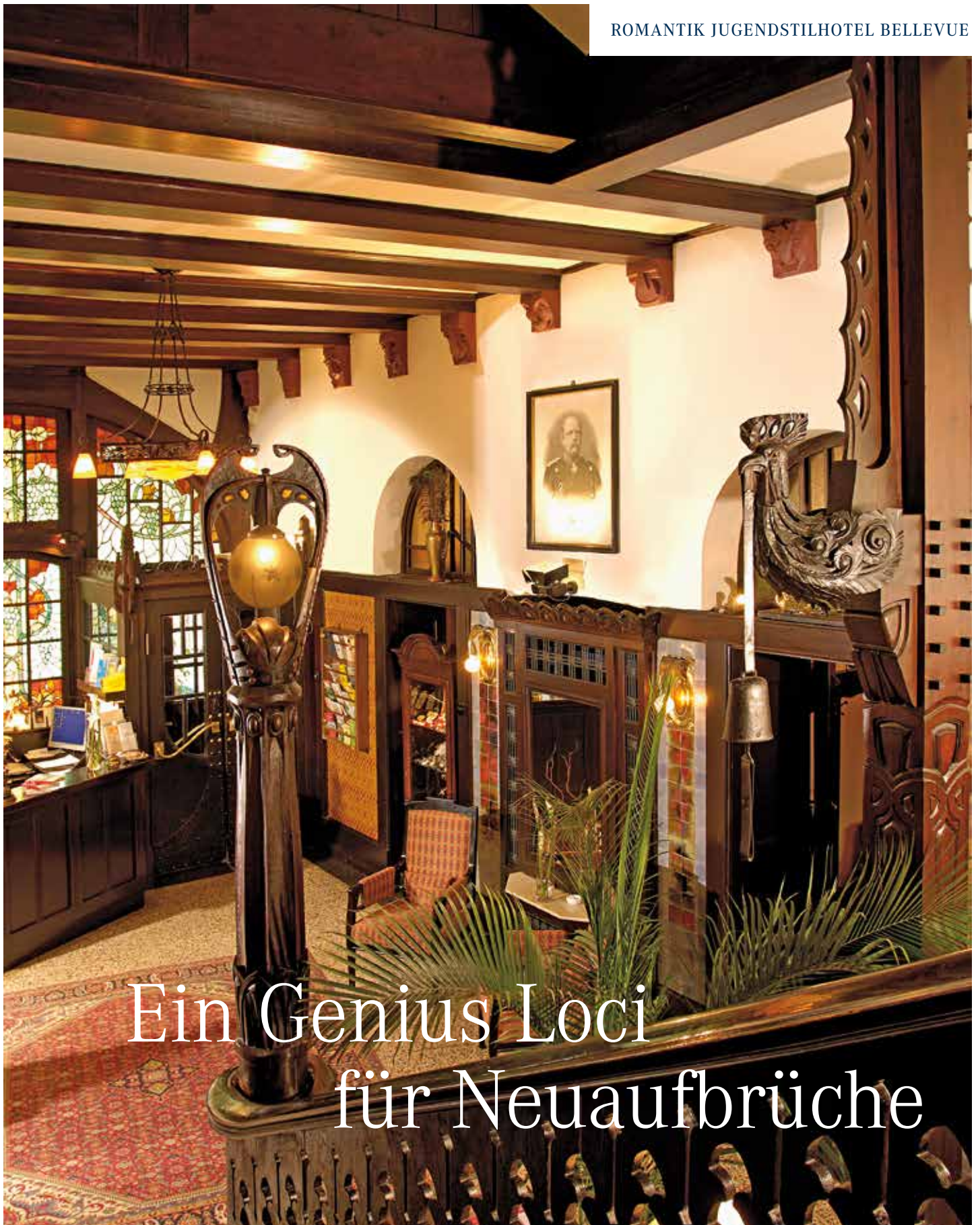
Innovative Tagungs-, Event- und Erlebnisräume begeistern Gäste gleichermaßen – und das seit über 25 Jahren.

zusätzliche Tür geschützt, treffen Teilnehmer auf zwei tageslichtdurchflutete Raumeinheiten mit viel Entfaltungsrahmen und einem „nicht herkömmlichen“ Ambiente – zum Beispiel mit Kamin, farbigem Sichtholz und einem mächtigen LED-Kristalllüster.

Die „LERN&DENKERwerkStadt“ ist nur ein Beispiel einer trendsetzenden Pionier-Tradition, die dem Krefelder Vier-Sterne-Logis einen hohen Status im Tagungsmarkt eingetragen haben – viele Preise und Auszeichnungen der Branche unterstreichen das. Durch den Direktanschluss an einen landschaftlichen Golfplatz (96 Hektar) mit alten Bäumen und Teichen bietet das Hotel-Anwesen seinen Gästen unabgelenkte Resort-Bedingungen. Drinnen sind Meetingaktivitäten in anpassungsfähigen Raumgrößen von 24 – 300 m² ausführbar – zur Grundausstattung gehören unter anderem ergonomische Freischwinger und ein Parkanschluss für jeden Raum.

Apropos Parkanschluss: Das ausgedehnte Outdoorgelände des Hotels birgt ergänzend weitgefächerte Teamerfahrungs- und Erlebnismodule, die für sich genommen einen Appell an die Lernlust darstellen. Es gilt das Motto: „Gibt es nicht, gibt's nicht“. Neuerdings können viele gruppenbezogene Aktivitäten, wie etwa Bogenschießen oder Motivationsspiele, auch wetterunabhängig in einer großen Eventscheune durchgeführt werden. Hier finden zudem rustikale After-Work-Kulinarik-Events für bis zu 40 Personen in einem gemütlichen „Kartoffelkeller“ statt. Für das abendliche Miteinander wäre aber auch die Lounge-Bar „Treffpunkt“ in Betracht zu ziehen: Sie bietet viel niederrheinisch inspiriertes Flair und eine großzügige Bepflanzung mit Moos für ein besonders angenehmes Raumklima.

Norbert Völkner



Ein Genius Loci für Neuaufbrüche



Bewährtes fortführen. Neues anpacken. Wo einst der Jugendstil eine Brücke von der alten zur neuen Welt geschaffen hat, laden wir Sie ein, auch Neues zu wagen – an einem inspirierenden Ort. Entwerfen und Gestalten – diese Grundpfeiler der Architektur stehen für unseren Tagungsbereich. Die vor dem Haus entlangschlängelnde Mosel mit ihrer energetischen Natur bietet mit unserem Haus ein aktivierendes Umfeld, den Fluss der eigenen Entwicklung nachhaltig zu gestalten und Ihre Tagungsziele zu erreichen. Werden Sie zum Reformator Ihrer Zeit. *Matthias Ganter, Gastgeber*

Seit über hundert Jahren zeigt sich ein markanter Turm mit den Konturen einer Sektflasche in voller Figur an der Moselpromenade in Traben-Trarbach. Es handelt sich sozusagen um das Wahrzeichen des Hotels „Bellevue“, das 1903 nach Plänen von Bruno Möhring, einem der bedeutendsten deutschen Jugendstil-Architekten, erbaut wurde. Im Inneren blieb das Gebäude bis heute von Modernisierungen seines großbürgerlichen Ursprungsinterieurs verschont und gilt daher als wohl schönstes Jugendstilhotel Deutschlands.

Tagungsgruppen sind hier von einem Genius Loci ohnegleichen umgeben, der sich unmittelbar überträgt und inspiriert. Denn als Kunstrichtung war der Jugendstil eine Reformbewegung auf der Suche nach neuen Gestaltungsmöglichkeiten. Er verkörpert die Leichtigkeit des Seins, ohne ins Kitschige zu verfallen, in ihm ist ein optimistischer Mut zu Innovationen enthalten, der zum Neuaufbruch einlädt. Diese fühlbare Grundstimmung macht aus dem Hotel einen idealen Ort für die Inangriffnahme von Change-Prozessen und die Ausarbeitung strategischer Entwicklungsschritte.

Schon das Ankommen ist schön: Die von Bruno Möhring entworfene Lobby empfängt mit einem Szenarium beeindruckender Schmuckelemente wie Leuchten, Spiegel und Masken mit jeweils eigener Symbolik. Im historischen Teil des Hotels entdeckt man weitere Antiquitäten in großer Varietät – darunter Uhren, Gemälde und farbige Bleifenster. Vielfach wird das Verweilambiente der Gästezimmer ebenfalls vom Jugendstil mitgeprägt. Aber auch namhafte Designer unserer Tage haben ihre Handschrift hinterlassen und zu einer durchgehend anspruchsvollen und geräumigen Wohnkultur beigetragen – generell ist kein Zimmer wie das andere. Hinzu kommt die spektakuläre Hotellage direkt am Ufer der Mosel: Man hat einen prachtvollen Blick auf die gegenüberliegende Seite des Flusses, wo sich steile Hänge erheben, auf denen Wald, Weinberge und eine Burgruine thronen. All dies verleiht dem Hiersein nachgerade einen Incentivecharakter.

Das zielgerichtete Arbeiten gerät dennoch nicht aus dem Fokus: Dafür sind im Hotel verschiedene, separate Meeting-Bereiche eingerichtet, so dass jeweils ein klausurgemäßer Background entsteht, in dem jede Tagungsgruppe ihren eigenen Wirkungskreis entfalten kann. In diesen abgeschirmten Räumlichkeiten stört nichts die Konzentration, bis „weißer Rauch“ aufsteigt. Zugleich ist die Lernausstattung hochprofessionell, unter anderem gibt es ein „Rhetorikstudio“ mit der Möglichkeit ferngesteuerter Bild- und Tonaufzeichnungen. Zum Pausieren oder auch für Breakout-Sessions und Coaching-Gespräche finden sich direkte Zugänge zu weiteren Rückzugswinkeln, darunter zwei ruhige Dachgärten und ein kleiner Atrium-Innenhof.

Die Option, die Kapitel „Arbeit“ und „Verwöhnung“ gerecht zu verteilen, bleibt während des Aufenthaltes immer bestehen. Die mehrfach ausgezeichnete gehobene Küche des Hauses trägt dazu ebenso bei wie ein großzügiger Wellnessbereich mit Penthouse-Saunalandschaft, Poolbereich, Beauty-Lounge und schönem Mosel-Panorama. Überlegenswert: Abends kann der Tagungstag in ungezwungener Runde in der im prickelnden Pariser Jugendstil entworfenen Hotelbar bei sehenswertem Moulin-Rouge-Dekor ausklingen.

Norbert Völkner



Ein Rhetorikstudio im Jugendstil-Gemäuer – augenscheinlich erkennt man noch heute, wie der Spannungsbogen zwischen Historie und Moderne geschlagen werden kann.





ROMANTIK **JUGENDSTILHOTEL BELLEVUE**

56841 Traben-Trarbach
An der Mosel 11
Tel: +49-(0)6541 / 703-0
Fax: +49-(0)6541 / 703-400
info@bellevue-hotel.de
www.bellevue-hotel.de



HOTEL

45 Zimmer, 3 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 26 Personen
Parlamentarisch: 35 Personen
Reihenbestuhlung: 40 Personen



BESONDERS **ERLEBENSWERT**

Tagungsbereich inspiriert
besonders für kreative Prozesse
Rhetorikstudio mit Möglichkeit zu fern-
gesteuerten Bild- und Tonaufzeichnungen
Spektakuläre Lage direkt an
der Mosel



TRAINER-URTEIL

„Der Aufenthalt ist stets ein besonderes
Erlebnis. Inspirierend die Atmosphäre,
echte Herzlichkeit und professionelle
Tagungsräume mit bester Technik. Ich
habe das unkomplizierte und schnelle
Eingehen auf meine Wünsche in all den
Jahren schätzen gelernt. Es ist immer ein
Stück nach Hause kommen.“

Wolfgang A. Kopf, aheadsolutions



Aufbau einer ,Winning Culture‘

Oberste Priorität für Führungskräfte

Ü

ber 30 Jahre globale Erfahrung haben uns bei Franklin-Covey gelehrt, dass eine erfolgreiche Unternehmenskultur mindestens vier entscheidende Ergebnisse hervorbringt:

- Erstens erzielen Organisationen mit einer ‚winning culture‘ nachhaltige, führende Ergebnisse – heute, morgen, im nächsten Quartal, im nächsten Jahr.
- Zweitens bauen sie treue Kunden auf, die immer wieder zurückkehren und Geschichten weitererzählen, warum sie das tun.
- Ihre Mitarbeiter sind drittens hoch motiviert und geben ihr Bestes für das Unternehmen.
- Viertens entwickeln die Stakeholder des Unternehmens das Gefühl, dass sie einen unverwechselbaren Beitrag leisten, dass es von Bedeutung ist, was die Organisation tut und welche Rolle sie dabei spielen.

Betrachten Sie in der heutigen Welt, mit all den damit verbundenen Herausforderungen und der Flut an Informationen, das allgemeine Mitarbeiterengagement für einen Moment. Der entscheidende Unterschied zwischen Unternehmen, die den Erfolg aufrechterhalten und denen, die es nicht tun, ist heute die Fähigkeit, die eigenen Leute zu motivieren, ihr Bestes zu geben. Es ist der ultimative Wettbewerbsvorteil.

Betrachten wir zwei Beispiele für diesen ultimativen Wettbewerbsvorteil in der Anwendung. Es ist immer wieder faszinierend, den Ausbildungsprozess bei IBM zu beobachten. Schon mehrfach konnten wir erleben, wie die IBM Geschäftsleitung in eine Gruppe kam und sagte, IBM stünde für drei Dinge: Achtung vor dem Mitarbeiter, Spitzenleistungen und Dienst am Kunden.

Diese Dinge bilden das Glaubenssystem von IBM. Alles andere wird sich ändern, aber diese drei Dinge nicht. Fast wie durch Osmose

hat sich dieses Glaubenssystem in der gesamten Organisation verbreitet und gibt allen, die dort arbeiten, eine feste Grundlage von gemeinsamen Werten und persönlicher Sicherheit.

Stephen R. Covey trainierte einmal in New York eine Gruppe von IBM-Mitarbeitern. Es war eine kleine Gruppe, etwa zwanzig Personen. Einer der Teilnehmer wurde krank. Er rief seine Frau in Kalifornien an, die machte sich Sorgen, da seine Krankheit einer speziellen Behandlung bedurfte. Die für das Training verantwortlichen IBM-Leute sorgten für einen Platz in einer hervorragenden Klinik mit einem Spezialisten für diese Krankheit. Aber sie konnten spüren, dass seine Frau unsicher war und ihn gern zu Hause gehabt hätte, wo es einen mit der Sache vertrauten Hausarzt gab. Also beschlossen sie, ihn nach Kalifornien zu bringen. Da sie meinten, es könne zu lange dauern, ihn zum Flughafen zu fahren und auf einen Linienflug zu warten, besorgten sie einen Hubschrauber, flogen ihn zum Flughafen und mieteten eine Privatmaschine, um den Mann nach Hause zu bringen.

Der Transport hat vermutlich etliche tausend Dollar gekostet. Aber IBM glaubt an die Würde des einzelnen Mitarbeiters. Das ist Firmengrundsatz. Für die anderen Anwesenden spiegelte dieses Erlebnis den IBM-Geist und sie waren nicht sonderlich überrascht. Stephen R. Covey war beeindruckt.

„NUR DANN SIND MENSCHEN BEREIT,
IM BERUF IHR BESTES ZU GEBEN, WENN
SIE ERNSTHAFT UND IN SINNVOLLER
WEISE BETEILIGT WERDEN.“

Stephen R. Covey



Eine ‚winning culture‘ schaffen

Bei FranklinCovey definieren wir Kultur als das kollektive Verhalten unserer Mitarbeiter. Es ist das, was die Mehrheit unserer Mitarbeiter die meiste Zeit macht, die Art der Sprache und der Beziehungen innerhalb der Organisation und die gesprochenen und unausgesprochenen Werte, Normen und Systeme, die bei der Arbeit funktionieren.

Kultur ist der Grund, warum eine Honda-Mitarbeiterin den Workflow stoppt, wenn sie ein Qualitätsproblem entdeckt. Kultur ist der Grund dafür, dass die Bodencrews von Southwest Airlines auf ein ankommendes Flugzeug zulaufen, um es zu begrüßen. Kultur ist der Grund, warum Amazon Ihnen im Falle eines Diebstahls sofort und kostenlos ihren Einkauf von Neuem schickt.

‚Winning cultures‘ sind voll von großartigen Menschen, die immer wieder wie versprochen liefern. Sie geben dir jemanden und etwas, dem du vertrauen kannst. ‚Winning cultures‘ sind einzigartig, bewusst gestaltet und selten.

Eine ‚winning culture in der Anwendung

Betrachten wir eine zweite ‚winning culture‘, die wir in den letzten Jahren begleiten durften: Western Digital, einer der größten Festplattenhersteller der Welt. Unsere Arbeit mit Western Digital begann damit, dass FranklinCovey Thailand das Führungsteam von Western Digital in den Prinzipien der 7 Wege zur Effektivität ausbildete. Die Führungskräfte von Western Digital arbeiteten daran, eine Erfolgskultur mit den 7 Wegen als Grundbetriebssystem zu schaffen.

FranklinCovey begleitete Western Digital auf ihrem Weg und half dem Unternehmen, die Prinzipien der 7 Wege auf allen Ebenen der Organisation zu implementieren. So wie der Charakter eines

Individuums unter Druck geprüft wird, wird die Kultur einer Organisation in Krisenzeiten sichtbar. Western Digitals Unternehmenskultur wurde 2011 während Thailands schwerster Regenzeit seit fünfzig Jahren auf eine harte Probe gestellt. Durch die gewaltigen Überschwemmungen mussten dreizehn Millionen Menschen in Thailand ihre Häuser verlassen und mehr als achthundert Menschen starben.

Die Produktionsstätte von Western Digital stand unter Wasser, ein Unglück für einen Betrieb, der eine staubfreie Umgebung erforderte. Es war eine Katastrophe von epischem Ausmaß. Mit Ende der Naturkatastrophe schätzten Experten, dass eine Milliarde Dollar und mindestens sieben Monate Sanierung benötigt würden, um einen Teil der Western Digital-Fabrik wieder in Betrieb zu nehmen, während es vermutlich Jahre dauern würde, um einen Großteil der hochwertigen Geräte zu ersetzen. Einige Experten prognostizierten sogar das Ende des Unternehmens, das fast 35.000 Menschen beschäftigte. Die Auswirkungen waren unmittelbar und global, da die Hightech-Fertigung überall ohne die Schlüsselkomponenten aus Thailand zum Erliegen kam.

Die Führungskräfte von Western Digital wollten nicht Jahre benötigen, um wieder an die Arbeit zu gehen, also nahmen sie, aufbauend auf eine gesunde Unternehmenskultur, die Dinge selbst in die Hand. Sie verbreiteten sofort die Nachricht, dass es keine Entlassungen geben würde – sie waren ein Team und wollten gemeinsam wieder auf die Beine kommen. Die Sicherheit ihrer Leute stand an erster Stelle; Mannschaften wurden organisiert, um den am stärksten betroffenen Mitarbeitern bei der Renovierung ihrer Häuser zu helfen. Am zweiten Tag kamen sie auf die Idee, thailändische Marinecrews anzuheuern, um unersetzbare Ausrüstung zu bergen und an Land zu bringen.



Zur gleichen Zeit rosteten die Fabriken anderer großer Unternehmen in ihren Industrieparks im Schlamm. Aber bei Western Digital ging die Arbeit ununterbrochen weiter. Die Tatsache, dass jeder auf der Gehaltsliste blieb, machte sicherlich einen Unterschied, aber der Wiederaufbau des Unternehmens selbst schien für diese bemerkenswerten Arbeiter eine Selbstverständlichkeit zu sein. Zehntausende, von denen viele noch immer versuchten, den Wiederaufbau ihrer Häuser zu bewältigen, kamen, um ihren Unternehmensstandort wiederaufzubauen. Einige reisten jeden Tag kilometerweit oft in kleinen Booten an, entschlossen, zur Arbeit zu kommen.

„IN UNS ALLEN BRENNT EINE TIEFE INNERE SEHNSUCHT DANACH, EIN LEBEN VOLLER GRÖSSE ZU FÜHREN – WAHRHAFT VON BEDEUTUNG ZU SEIN, ETWAS WICHTIGES ZU BEWIRKEN. WIR ALLE KÖNNEN UNS BEWUSST DAFÜR ENTSCHEIDEN, DAS LEBEN DER MITTELMÄSSIGKEIT HINTER UNS ZU LASSEN UND EIN LEBEN DER WAHREN GRÖSSE ZU FÜHREN – ZU HAUSE, BEI DER ARBEIT UND IN DER GEMEINDE.“

Stephen R. Covey



Viele verrichteten Arbeiten, mit denen sie vorher nicht in Kontakt gekommen waren. Firmenchefs krepelten die Ärmel hoch und arbeiteten Seite an Seite mit ihren Mitarbeitern. Arbeiter, die sich noch nie zuvor getroffen hatten, bildeten Teams und lösten Probleme vor Ort.

Infolgedessen öffnete Western Digital das Werk nur fünfzehn Tage nach dem Ende der Naturkatastrophe. Innerhalb eines Jahres hatte Western Digital die Marktführerschaft zurückerobert. Das Unternehmen blieb profitabel und konnte sogar einen seiner Top-Konkurrenten akquirieren. Beobachter waren erstaunt, dass es nicht Milliarden von Dollar und viele Jahre gedauert hatte, um sich von diesem Unglück zu erholen. Alles, was es brauchte, war ein großartiges Team, das bereit war, miteinander durch den Schlamm zu waten. Das ist die Kraft einer ‚winning culture‘. Western Digital überstand nicht nur eine Naturkatastrophe, sondern steigerte auch seine Bruttomargen.

Höchste Priorität – und Herausforderung – für Führungskräfte

Aus unserer Erfahrung wissen wir, dass sich Führungskräfte auf der ganzen Welt darüber einig sind, dass die Motivation ihrer Talente oberste Priorität hat. Sie kennen den dramatischen Unterschied, den ein Team wie im Fall von Western Digital machen kann. Sie wissen, dass der ultimative Wettbewerbsvorteil den Organisationen gehört, die den bestmöglichen Beitrag von den besten Leuten erhalten, die sie finden können. Dies bedeutet, Menschen zu inspirieren und zu begeistern, damit sie sich entscheiden, konsequent ihr Bestes zu geben.

Wenn also so viele Führungskräfte sich der Chancen bewusst sind, die mit einer ‚winning culture‘ verbunden sind – warum werden diese großen Unternehmenskulturen dann nicht auch in großer Zahl nachgeahmt? Jedes Team, jede Organisation hat eine Kultur. Nur sehr wenige haben eine ‚winning culture‘. Tatsächlich berichtet die Mehrheit der Mitarbeiter, dass sie unmotiviert und gleichgültig gegenüber ihrer Arbeit sind. Die Führungskräfte haben es versäumt, die überwiegende Mehrheit ihrer Belegschaft zu begeistern – und damit das verloren, was Millionen von Menschen beitragen könnten.

„OHNE BETEILIGUNG GIBT ES KEINE BINDUNG. SCHREIBEN SIE'S HIN, KREUZEN SIE'S AN, UNTERSTREICHEN SIE'S. KEINE BETEILIGUNG, KEINE VERBINDLICHKEIT.“

Stephen R. Covey

Eine Epidemie der Gleichgültigkeit

Eine der Hauptursachen für diese weit verbreitete Gleichgültigkeit ist, dass zu viele Führungskräfte einfach nicht wissen, wie sie ihre Mitarbeiter motivieren sollen. Ein Kunde berichtete uns: „Als ich mein Jurastudium abgeschlossen habe, verließ ich die Universität mit besten akademischen Rechtskenntnissen. Aber ich war nicht darauf trainiert und vorbereitet, wie man Mitarbeiter coacht und begeistert. Alles, was ich tue, muss ich in der Zusammenarbeit mit anderen Menschen erreichen. Alles hängt von etwas ab, das man mir nie beigebracht hat.“

Bei FranklinCovey wissen wir, dass eine ‚winning culture‘ den Unterschied macht, aber zu viele Organisationen und Führungskräfte überlassen den Aufbau ihrer Kultur dem Zufall. Wir werden an das Zitat des renommierten Management-Experten Peter Drucker erinnert: „Kultur verspeist Strategie zum Frühstück, und nur wenn man versteht, was das bedeutet, wird man ein erfolgreiches Unternehmen führen“.

Bewusst eine ‚winning culture‘ aufbauen

Große Unternehmenskulturen – solche, die zu einem Wettbewerbsvorteil werden – entstehen nicht einfach so. Sie sind eine bewusste Schöpfung. Sie erfordern einen Rahmen für die Umsetzung einer gemeinsamen Sprache und eines gemeinsamen Ansatzes. Sie erfordern eine hohe persönliche Effektivität in jeder Rolle. Sie erfordern Führung auf allen Ebenen, Klarheit über die wichtigsten Ziele und Prioritäten der Organisation und einen Prozess zur Umsetzung dieser Prioritäten. Sie erfordern Vertrauen und Loyalität innerhalb (und außerhalb) des Teams.

„DER EINZIGE NACHHALTIGE WETTBEWERBSVORTEIL, DER LANGE BESTAND HABEN WIRD, IST DIE KERN-KOMPETENZ EINER VERTRAUENSVOLLEN, PRINZIPIENZENTRIERTEN ORGANISATIONSKULTUR ENGAGIERTER MENSCHEN, DIE AUF EINE GEMEINSAME VISION AUSGERICHTET IST. IHRE KONKURRENTEN WERDEN IHR MARKETING, IHR PRODUKT, IHRE SYSTEME, IHRE STRUKTUR, IHRE STRATEGIE KOPIEREN, ABER SIE KÖNNEN NICHT DEN EINZIGARTIGEN VORTEIL DES VERTRAUENS, DES ESPRIT DE CORPS UND DER LEISTUNG IHRER LEUTE KOPIEREN.“

Stephen R. Covey

Die Hauptaufgabe einer Führungskraft ist es, diese Art von Kultur aufzubauen. Wie der Autor Ram Charan sagte: „Die Kultur jeder Organisation ist einfach das kollektive Verhalten ihrer Leader. Wenn du deine Kultur ändern willst, ändere das kollektive Verhalten deiner Führungskräfte.“

Die IBM-Verantwortlichen aus dem obigen Beispiel wie auch das ganze Team von Western Digital haben bemerkenswerten Einsatz demonstriert, der sich aus der Etablierung einer bewussten Erfolgskultur ergibt. Die Schaffung einer Kultur und eines Rahmens, in dem die Mitarbeiter gedeihen, ihren Beitrag leisten und ihre Leistungen erbringen können, ist für jede Führungskraft möglich. ●

Zum Weiterlesen



Stephen R. Covey
**DIE 12 GRÜNDE
DES GELINGENS**
Oder das Geheimnis
wahrer Grösse
216 Seiten, gebunden
ISBN: 978-3-86936-722-4
€ 24,90 (D) | € 25,60 (A)
GABAL Verlag, ET 28.09.2018



Stephen R. Covey
**DIE 7 WEGE ZUR
EFFEKTIVITÄT**
Prinzipien für persönlichen
und beruflichen Erfolg
400 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86936-894-8
€ 24,90 (D) | € 25,60 (A)
GABAL Verlag, ET 10.10.2018

DR. STEPHEN R. COVEY (1932–2012) war Mitbegründer von FranklinCovey, einem international führenden Beratungs- und Trainingsunternehmen und wurde seinerzeit vom Time Magazine auf der Liste der 25 einflussreichsten Amerikaner geführt. Er ist Autor des internationalen Bestsellers „Die 7 Wege zur Effektivität“, den das Magazin Chief Executive zu den einflussreichsten Wirtschaftsbüchern der letzten 100 Jahre zählt. In über 40 Jahren hat Stephen R. Covey Millionen von Menschen – darunter Staatsoberhäupter und Konzernchefs – vermittelt, wie groß die Kraft der Prinzipien ist, von denen die Effektivität von Einzelpersonen und Organisationen abhängt.

Der Artikel basiert auf einem Text von FranklinCovey. Übersetzt, bearbeitet und ergänzt von Kerstin Schlosser, GABAL Verlag.
Infos unter www.franklincovey.de und www.gabal-verlag.de.

SCHLOSS HAIGERLOCH



SCHLOSS HAIGERLOCH

72401 Haigerloch

Tel. +49-(0)7474/693 -0

Fax +49-(0)7474/693-82

gastschloss@schloss-haigerloch.de

www.schloss-haigerloch.de



HOTEL

30 Zimmer, 18 Veranstaltungsräume

Max. Tagungskapazität im größten

Raum bei U-Form: 40 Personen

Parlamentarisch: 60 Personen

Reihenbestuhlung: 100 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Zeitgenössische Kunst
im ganzen Schloss

Eine riesige Auswahl an
individuellen Raumgrößen

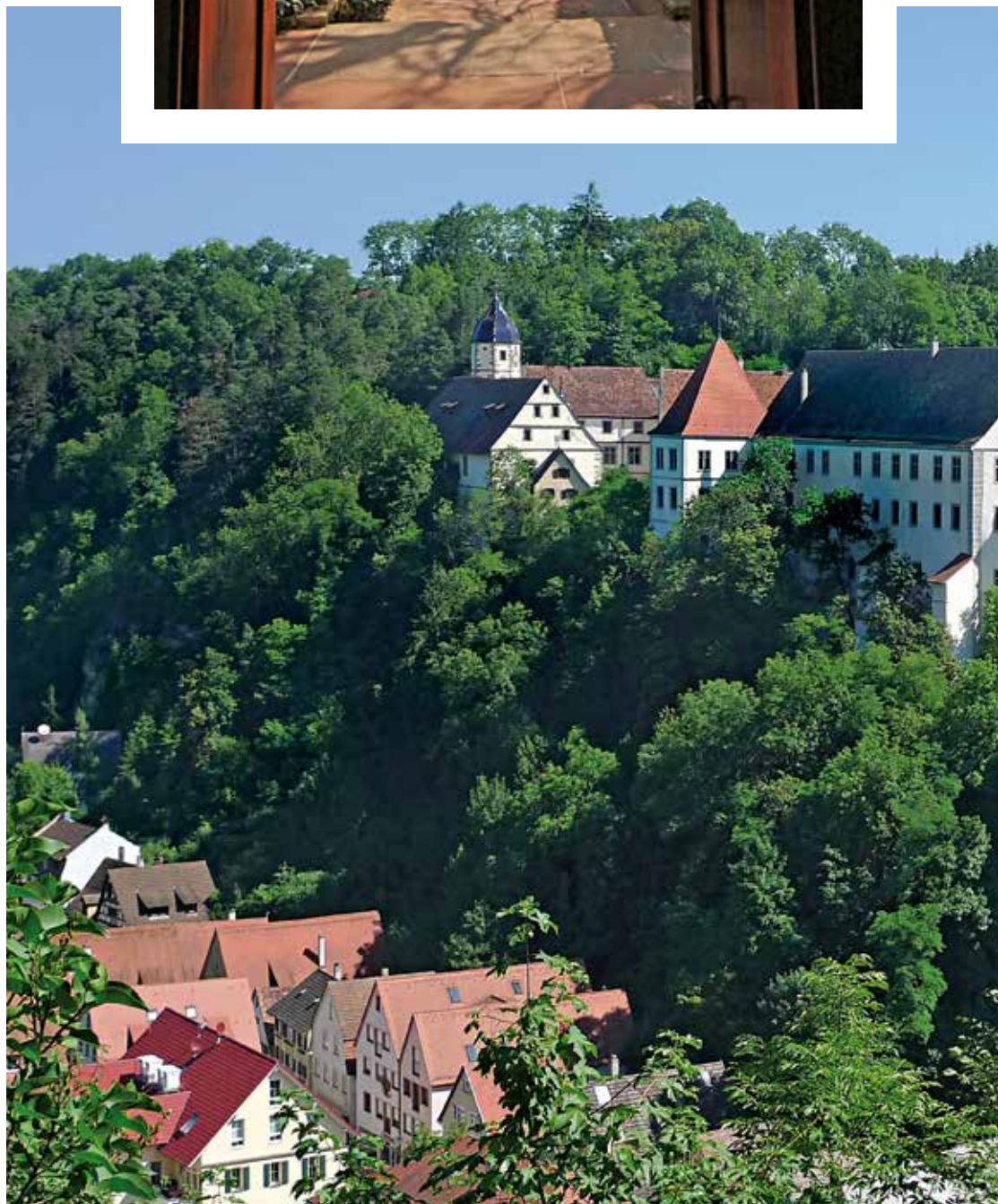
Abgeschottetes
Schlossfeeling



TRAINER-URTEIL

„Als Berater, der weiß, wie stark sich eine positive Umgebung auf das Gelingen eines Programms und das Zusammenspiel einer Gruppe auswirkt, schätze ich das Ambiente, die persönliche Betreuung und das Erscheinungsbild des Schlosses in allen Details.“

Friedrich Holz,
Holz Consulting in Tübingen



Von der Faszination moderner Schlosskultur

Aus vielen Blickwinkeln beeindruckt Schloss Haigerloch schon von außen. Dem stehen die Räumlichkeiten in nichts nach.



Die Frage, wie es gelingen kann, ein mehr als 800 Jahre altes Schloss so zu präsentieren, dass es allerhöchsten Ansprüchen an ein modernes und zeitgemäßes Tagungshotel erfüllt, haben die Betreiber und Besitzer von Schloss Haigerloch beeindruckend beantwortet. Das Anwesen besticht auf den ersten Blick durch unverstellte Historie: Hoch über dem Tal, welches das Flüsschen Eyach in langen Jahrhunderten geformt hat, erheben sich mächtige Burgmauern, weit unten liegt der kleine Ort Haigerloch und um den Innenhof gruppiert sich ein Ensemble unterschiedlichster Gebäude und Gemäuer, entstanden in 800 Jahren wechselhafter Geschichte. Es ist ein romantisch wirkender Platz, eine Postkartenidylle, ein Kindertraum; allerdings: Seit Anfang der 80er Jahre, nach umfassenden Sanierungs- und Renovierungsarbeiten, haben die Schlossherren ein eigenes Kapitel aufgeschlagen und das Haus als Tagungshotel mit überregionalem Bekanntheitsgrad positioniert. Bewusst gesetzte Kontraste, die Kombination von Alt-Bewahrtem mit Neu-Designitem, ein bodenständig-raffiniertes Küchenkonzept sowie

allgegenwärtig präsente zeitgenössische Kunst und Kunstobjekte verdichten sich zu einem faszinierenden Gesamtkunstwerk, dessen Raffinesse und Einzigartigkeit eindrucksvoll Einfluss auf Lehren und Lernen sowie auf Präsentation und Vermittlung nimmt und den Schlossaufenthalt zum unvergesslichen, nachhaltigen Erlebnis werden lässt. Wundervoll und sorgsam restaurierte Arbeitsräume stehen zur Verfügung: Stuckdecken, jahrhundertealtes Holz, ausgetretene Steintreppen vermitteln den historischen Kontext, Kunstwerke sind allgegenwärtig. Diese Refugien unterstreichen die Wertig- und Wichtigkeit jeder Veranstaltung, geben ihr gleichsam einen repräsentativen Rahmen. Vornehmlich Seminar- und Klausurgruppen finden exzellente Tagungsbedingungen – Ruhe, Ungestörtheit und die Möglichkeit, in der warmen Jahreszeit einen Tagungsgarten zu nutzen. Zudem bietet das Anwesen zahlreiche Freiräume und „Arbeits-ecken“, um Breaks und informellen Pausen einen stilvollen Rahmen zu geben, originelle Rahmenprogramme können Tagungsordnungen ergänzen. >>



Kunstvoll. Kreativ. Tagungserfolg entsteht im Schloss Haigerloch durch eine Lernkultur inmitten von Kunst und Kreativität. Großzügige Flächen und höfische Räume in fürstlichem Ambiente bieten zusammen mit der herrlichen Natur eine ganz besondere Energie für Trainer und Teilnehmer. Die Unternehmer-Familie Schwenk garantiert ihren Gästen auf Schloss Haigerloch sympathische Servicemitarbeiter, erfahrene Tagungskompetenz und feinste Kulinarik. Die Summe daraus ermöglicht kunstvoll-kreatives und konzentriertes Arbeiten. Das Gast-schloss-Team ist dem Erbe seiner Vorfahren verpflichtet: Alles bereitzustellen, um besten unternehmerischen Erfolg zu ermöglichen und Gäste zu begeistern. **Martin M. Schropp**, General Manager, Schloss Haigerloch



Das Konzept moderner Schlosskultur setzt sich in dem 30 Zimmer umfassenden Logisbereich fort: Kunst und modernes Accessoire dominieren die Optik und machen das Schlosserlebnis komplett. Die Schlossküche präsentiert sich in mehreren Restaurantbereichen. Veranstalter können darauf bauen, dass das Serviceteam professionell und umsichtig agiert, die Maßstäbe an das eigene Handeln sind enorm hoch: „Ein ausgezeichnetes Arbeitsklima und eine Atmosphäre von Teamwork und Zusammenhalt garantiert unsere überdurchschnittliche Servicequalität“ – ist unter anderem in einer verpflichtenden Erklärung festgeschrieben. Das erfolgreiche Handeln aller Servicebereiche des Hotels ist erleb- und erspürbar und trägt zum ganzheitlichen Schlosserlebnis bei. Schloss Haigerloch kann für sich in Anspruch nehmen, Tagungshotelkultur auf allerhöchstem Niveau zu präsentieren – das wissen insbesondere Veranstalter zu schätzen, denen Service sowie Kunst und Ästhetik wichtig sind und die die Wichtigkeit und Wertigkeit gelebter Schlosskultur anerkennen. **Thomas Kühn**

Egal ob Zimmer, Seminarräume, Restaurant oder Park: das Schlosserlebnis ist immer garantiert.





Verwöhhnhotel mit Work-Pfalz- Balance

Der Ort hat Tradition – als Treffpunkt, als Ort des Gesprächs und des Dialogs, auch als Scheideweg, als Ort der Erholung, des Genusses und auch der Beherbergung. Die Geschichte ist wichtig am und um das Pfalzhotel Asselheim, dessen Ursprünge – man ahnt es, wenn man davorsteht – weit in die Geschichte zurückreichen.

Der Straßenname der Adresse nimmt Bezug darauf: Auf dem am Haus vorbeiführenden Holzweg transportierten die Holzbauern vor vielen hundert Jahren Stämme aus dem Pfälzer Wald und hatten eine Entscheidung zu treffen. Links führte der Weg nach Kaiserslautern, rechts nach Worms. Es könnte sein, dass die Wahl nicht einfach war und dass die Fuhrleute gut nach- »

Gemütlichkeit und Heimatverbundenheit strahlen im Pfalzhotel Asselheim sowohl die Seminar- wie auch Wohnräume aus. Die neugestaltete Bar ist zudem ein lichtdurchfluteter zentraler Treffpunkt geworden.



Lernen spüren. Das Pfalzhotel Asselheim ist das ideale Tagungshotel für individuelle Entschleunigung: Beim gemütlichen Genießen der Pfälzer Küche und Weine als auch beim erfolgreichen Tagen in diesem Exzellenten Lernort. Die herrliche Natur an der Deutschen Weinstraße bietet ein besonderes, mediterranes Flair, wo ausgeglichenes Leben und optimales Arbeiten durch unsere einzigartige Work-Pfalz-Balance möglich ist. Auch auf der hauseigenen Schneckenfarm. Jeder Gast spürt dieses Zuhause aus Tradition und Moderne, ermöglicht durch das professionelle Pfalzhotel-Team.

Patricia und Thomas Charlier, Geschäftsführung



denken und überlegen mussten, vielleicht sogar bei einem Tropfen Pfälzer Weins. Jedenfalls ist überliefert, dass in dieser Zeit eine Gastwirtschaft entstand, das „Scharfe Eck“. Und weil Patricia und Thomas Charlier, die das Haus bereits in 4. Generation führen, um die Wichtigkeit von Traditionen wissen, prankt der Restaurantschriftzug heute gleichberechtigt neben dem Hotelnamen an der erdbraunen Fassade.

Die Zeiten haben sich geändert, Holzbauern kommen wohl keine mehr vorbei, das Haus weckt jedoch seit Jahren großes Interesse bei den Tagungsveranstaltern, denen exzellente Tagungsbedingungen und die Authentizität eines Pfälzer Originals wichtig sind. Das Wissen darum, dass die Verbindung von beidem Potential bei Lerngruppen entfaltet und Kräfte für die Gestaltung effizienter Lernprozesse bietet, macht die Faszination dieses Hauses aus.

Im Gästeinteresse haben sich Charliers eines Kunstgriffes bedient: Zu den gepflegten Pfälzer Traditionen haben sie Mediterranes kombiniert – eine gelungene Mischung, die sich wie ein „Roter Faden“ durch das gesamte Haus spinnt. Die Tagungsräume heißen programmatisch „Olive“, „Nussbaum“ oder auch „Oleander“, „Lavendel“ und „Heuschöber“. Sie greifen gestalterisch Far-

ben und Stimmungen der Wärme des Mittelmeerraumes auf und nehmen Bezug zur Pfälzer Region – ohne Kompromisse hinsichtlich Arbeitskomfort und Ergonomie machen zu müssen. Jeder Raum ist ein Unikat, bodentiefe Fenster gewähren einen Blick in den Sinnesgarten, alternativ in den mediterranen Lernhof, und weiter bis über das Dorf und die umgebenden Weingärten.

Die Sichtachse leitet zur zweiten großen Thematik über: Das Hotel macht sich um die Pflege der Pfälzer Lebensart verdient. Tagungsgäste kommen zum Genießen; stimmungsvoll-urig im Restaurant „Scharfes Eck“ werden Traditionsgerichte gereicht, die Winzereibetriebe der Umgebung liefern den begleitenden Asselheimer Spätburgunder oder die Cuvée Charlier dazu. Eine Spezialität hat dem Haus den Ruf des „Schneckenhotels“ beschert: Familie Charlier betreibt seit 2007 eine Schneckenfarm! Und auch wenn einige Tierchen in Töpfen und Pfannen landen, können Tagungsgäste bei einer Führung auf der Schneckenfarm Wichtiges über „Entschleunigung“ als Teil der Pfälzer Lebensart lernen. Das Pfalzhotel Asselheim präsentiert Lerngruppen ein Leben in Work-Pfalz-Balance – sie schöpft aus dem besonderen Flair des Hauses und der vielseitigen Natur entlang der Deutschen Weinstraße. *Thomas Kühn*



PFALZHOTEL ASSELHEIM

67269 Grünstadt-Asselheim
Holzweg 6-8
Tel. +49-(0)6359/80 03-0
Fax +49-(0)6359/80 03-99
tagung@pfalzhotel.de
www.pfalzhotel.de



HOTEL

88 Zimmer, 16 Veranstaltungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 50 Personen
Parlamentarisch: 110 Personen
Reihenbestuhlung: 170 Personen



BESONDERS ERLEBENSWEERT

Hoteleigene Weinbergschnecken-
farm, einzigartig in Deutschland
Symbiose aus Pfälzer Gemütlichkeit
und mediterranem Ambiente
Incentives rund um Pfälzer Gastronomie
und die Pfalzschnecke



TRAINER-URTEIL

„Als Managementberaterin bin ich fast jede Woche 2-3 Tage in einem Tagungshotel. Hier im Haus erhalte ich seit über 10 Jahren ein Rundumsorglos-Paket, mit einer Wohlfühl-atmosphäre für mich selbst. Die Professionalität und Warmherzigkeit der Menschen, die hier arbeiten, macht dieses Hotel zu meinem Favoriten.“

Petra Stahl

PS Managementberatung



Im elften Jahr des internationalen Designpreises (IDA), der führenden Design-Auszeichnungen in Amerika, erhielt die Jury über 3.100 Entwürfe von Unternehmen und Designern aus 95 Ländern. Hochkarätige Designs und innovative Produkte aus aller Welt wetteiferten um die Spitzenpreise.



ARCADEON beim IDA-International Design Award ausgezeichnet

Leuchten, Sitzmöbel und Deckenmuster wurden von Designerin Emell Gök Che entworfen.

Bewertet wurden die Beiträge nicht nur auf der aktuellen Basis von Designstandards und Trends, sondern auch hinsichtlich visionärem Design. Das **ARCADEON** in Hagen gewann drei Preise in der Kategorie „Professional Interior Design“: Für das Restaurant „Karls“, für die Herren WC-Anlage sowie zusätzlich für das „Karls“ eine Auszeichnung für die beste Renovierung.

Eine einmalige Kombination aus Musik, Duft, Licht und Design – auch im Toilettenbereich.



SCHNITZEN, UM ZU SITZEN

Im **Hotel Kloster Hornbach** sägen Teams gemeinsam am Stuhl. Mit der Unterstützung von Buhl Outdoor & Sport Events GmbH bietet das Hotel das Programm „Klosterstuhl“ an. Ziel des mindestens dreistündigen Teambuilding-Events ist es, in Absprache mit der Gruppe aus 2.20 Meter langen Dielen individuelle Klosterstühle zu bauen und diese durch Details wie Rückenlehnen, Fellpolster, Nägel und Bleche zu veredeln.

So ein Stuhl bedarf guter Planung. Nachdem das Naturmaterial angezeichnet ist, werden Dielen aus- und zugeschnitten. In der „Bauphase“ folgt die Detailarbeit: Jeder Teilnehmer kann seinen Stuhl frei gestalten, Felle zuschneiden, Polster Nägel anbringen. Nachdem alles perfekt geschliffen und verschraubt ist, legen die Hobby-Handwerker Schnitzschutz, Helme und Handschuhe wieder ab und lassen den Tag in geselliger Runde beim Barbecue am Feuerkorb ausklingen.



Eine neue Dimension des Tagens

Beamer auf Leinwand war gestern: Präsentationen haben im **Best Western Plus Palatin Hotel** das Laufen gelernt und begeistern im neu ausgestatteten „Sickingentreff“ mit lebensechten Verblüffungseffekten im dreidimensionalen Raum.

Im Tagungsraum für 10 bis 150 Personen befinden sich Effektprojektoren mit 8.500 ANSI-Lumen – derzeit eine absolute Neuheit auf dem Weltmarkt. Diese ermöglichen 3D-Panoramaprojektionen nach Kundenwunsch, die für nachhaltige Begeisterung beim Publikum sorgen. Kleine Effekte wie umherflatternde Schmetterlinge, wandernde Logos, sich bewegende Figuren sind genauso programmierbar wie große Szenarien auf bis zu 10 Meter Breite, die den Raum in eine andere Landschaft versetzen.

Damit diese Projektionen besonders gut sichtbar sind, wurde der Raum „Sickingentreff“ mit weißen Papiervorhängen ausgestattet, die an traditionelle japanische Raumteiler angelehnt sind und für eine optische Ruhe im Raum als Spielfläche für die digitalen Effekte sorgen. Zusätzlich kann der Raum für eine Intensivierung noch auf Knopfdruck abgedunkelt werden. Palatin-Kunden haben damit ein Werkzeug zur Verfügung, mit dem sie Informationen revolutionär anders aufbereiten können, um Präsentationen zum Event werden zu lassen.

Westerhamer Erinnerungen festgehalten

Viele Häuser können Geschichten erzählen – die **IHK Akademie Westerham** hat sie aufgeschrieben. Herausgekommen ist ein kleines Buch mit vielen

Originalfotos, Geschichten und Informationen aus über 90 Jahren Historie des Gebäudes. 1926 als Kindererholungsheim gegründet und 50 Jahre ununterbrochen zum Wohle tausender Kinder genutzt, ist dieses Haus voller Zeugnisse vergangener Zeiten. Diese aufzuzeigen und die Vergangenheit zu bewahren, war das Anliegen von Jan Ströter, Hotelleiter der Akademie Westerham. So hat er unter Mithilfe alteingesessener Familien im Ort und zusammen mit dem Bayrischen Wirtschaftsarchiv als Herausgeber ein wunderbares Büchlein erschaffen. Westerham – ein exzellenter Tagungsort mit Geschichte und Zukunft!



Es grünt so grün ...

... im **NaturKultur Hotel Stumpf**. Durch frische, belebende Farben sowie warme Holztöne und Strukturen setzt der Pausenbereich der Seminarebene neue Akzente. Nach lang ersehntem Warten wurden Ende Juni die neuen Möbel im Pausenbereich eingeweiht. Somit bietet das Hotel auch in den Pausen Ihres Events, Seminars, Meetings eine frische Wohlfühl-Atmosphäre. Eine optimale Kombination aus herrlicher Kulisse und einem störungsfreien Umfeld sind nun der Garant für entspanntes und erfolgreiches Arbeiten.



GRILLHÜTTEN-RÄTSELRATEN MIT WICKIE

Große Vorfreude auf die neue Grillkota im **Hotel Schönbuch**! Tagsüber nutzen Tagungsgruppen von 6 bis 12 Personen den Raum für Design-Thinking-Workshops oder Barcamps, später verbringen sie einen gemütlichen Abend am Grill. Natürlich erst nachdem sie auf einer 1–3 stündigen GPS-Rätsel-Exkursion viele Knobeleyen gelöst und das sagenumwobene Armband Thors gefunden haben, mit dem sich wiederum der legendäre Hammer heben lässt, der benötigt wird, um an den Schlüssel zu „Walhalla“ zu kommen. Oder schicken Sie Ihre Gruppe auf Mountainbikes, Quads und Segways auf Tour, um das Grillgut und die Getränke sowie den Schlüssel zur Kota zu finden. Ein Riesenspaß und tolles Teambuilding nebenbei!

Erster deutscher Hotel-Ninja-Parkour eröffnet

Neuen Funsport-Kult für Ihre Tagung bietet jetzt das **ANDERS Hotel Walsrode**. Dabei steht nicht – wie in der TV-Vorlage „Ninja Warrior Germany“ – die sportliche Höchstleistung im Vordergrund. Es ist vielmehr ein fröhlicher Team-Building-Wettbewerb, der die Teilnehmer dazu animiert, über sich hinauszuwachsen – Gute

Laune und der Beifall der Kollegen sind garantiert! Viel Holz wurde verarbeitet, leichtere und schwere Hindernisse eingeplant, sogar ein „Flying Fox“ mit eingebaut. Am Schluss geht es in einem Spinnennetz hoch zur Abschlussglocke in der alten Eiche. Haben Sie das Zeug zu Germany's Next Heide-Ninja-Warrior?





*Der sprachgesteuerte Tagungs-Concierge
Alexa verändert nach Aufforderung
Licht und Farbe im Raum, ruft Düfte,
Geräusche und Bilder auf.*

Die Coolsten Deutschlands

Die Leser des Magazins „Top hotel“ haben abgestimmt, welcher Tagungsraum zum Coolsten Tagungsraum 2018 gekrönt werden soll. Erwartungsgemäß landeten viele **EXZELLENT** **LERNORTE** auf den vorderen Plätzen. Unter den TOP 10 befinden sich die „DenkBar“ des Best Western Plus Palatin Kongresshotel, die „Teampattform“ der IHK Akademie Westerland, die „Camp Lounge“ des hotel friends Mittelrhein sowie – auf einem herausragenden 2. Platz – der Raum „Alexa“ des Mercure Tagungs- & Landhotel Krefeld.

EXZELLENT LERNORTE AUF MESSEN

Auch auf den großen Personalmessen 2018 konnten die Exzellenten Lernorte wieder auf sich aufmerksam machen und viele Fachbesucher von der Besonderheit der Kooperation sowie den individuellen Konzepten der Mitgliedshäuser überzeugen. Am 24. und 25. April war in Stuttgart das „Who is who“ der süddeutschen Firmenlandschaft zu Gast, die Exzellenten Lernorte präsentierten sich erstmals gemeinsam mit dem ELO-Trainerclub. Deutschlands Norden kam am 15. und 16. Mai nach Hamburg, um sich über die Neuerungen der Trainings- sowie der HR-Branche zu informieren. Die mit erwarteten 20.000

Fachbesuchern größte Personalmesse, die „Zukunft Personal Europe“ findet von 11. bis 13. September in Köln statt.

Auch im kommenden Jahr haben Sie wieder die Gelegenheit, unsere Häuser sowie einige der Hoteliers, die dahinter stecken, persönlich kennen zu lernen. Ob Trainer, Personalentwickler, Veranstaltungsplaner oder einfach „nur“ interessierter Gast – wir freuen uns auf Ihren Besuch.





Erlebnishotel



Jahrzehntelang träumte Hotel Schönbuch Pliezhausen vor sich hin: Es gab eine gute und geschätzte Küche, die großen Panoramafenster öffneten den Blick über das Neckartal bis zur Schwäbischen Alb und der nahe Naturpark Schönbuch lockte mit gut ausgeschilderten Wanderwegen zu besinnlichen Spaziergängen - eine endliche Hotelkonzeption.

Mit dieser Idylle war es in dem Moment vorbei, als Maik Hörz den Familienbetrieb im Jahr 2002 übernahm. Er stellte die ursprüngliche Positionierung grundsätzlich in Frage und entwickelte in einem Jahre dauernden Prozess das Hotel zu einem der erfolgreichsten Eventhotels in Deutschland - in unmittelbarer Nähe zur baden - württembergischen Landeshauptstadt,



Schönbuch

In der Teamschmiede unter Anleitung von Prof. Heiner Zimmermann haben bereits viele Weltkonzerne wie auch mittelständische Unternehmen Teamskulpturen mit Aussagekraft für die gemeinsamen Ziele entstehen lassen. Aber auch mit vielen anderen Rahmenprogramm-Ideen begeistert das Hotel Schönbuch seit Jahren seine Gäste.

dem sechstgrößten Flugplatz Deutschlands und der Stuttgarter Messe. Der Hotelier kann auf eine Mannschaft bauen, die in den Jahren eine immense Erfahrung mit Veränderungs- und Entwicklungsprozessen gesammelt hat, die dem Unternehmen loyal verbunden sind und die alle Prozesse mitträgt.

Das Hotel hat sein Gesicht in den Jahren gewandelt: Immer wurde aus-, um- und neugebaut, immer wurden Trends auf ihre Sinnhaftigkeit, auf ihre Brauchbarkeit hin geprüft und gegebenenfalls umgesetzt. Neues entstand in den Jahren, das größte Projekt war wohl der Cookroom, in dem Gruppen ungestört arbeiten können, ihre Agenda im Rahmen von Tagungen abarbeiten, alternativ und gruppendynamisch gemeinsam

auch Speisenfolgen zubereiten und gemeinsam genießen können. Mit der Einrichtung einer in sich abgeschlossenen Seminaretage, die insbesondere Kreative stimuliert, überraschte Hörz jüngst: Den 14 Zimmern mit Superior-Qualitäten ist ein farbenfroher, flexibel möblierter und technisch besonders hochwertiger 82 m² großer Tagungsraum „Kaleidoskop“ nebst eigener Dachterrasse zugeordnet; Kreative Formate, beispielsweise Design Thinking Seminare, finden hier beste Voraussetzungen und sind spielerisch – exklusiv und ungestört – durchführbar. Das Zuhören ist dem Schönbuch - Team wichtig, das Erfahrung von Veranstalter- und Teilnehmerwünschen - die Pliezhausener wollen begeistern und verblüffen; sie wissen, dass sie dafür ➤



HOTEL SCHÖNBUCH

72124 Pliezhausen
Lichtensteinstr. 45
Tel. +49-(0)7127/56 07-0
Fax +49-(0)7127/56 07-100
tagung@Hotel-Schoenbuch.de
www.Hotel-Schoenbuch.de



HOTEL

59 Zimmer, 6 Tagungsräume
Max. Tagungskapazität im größten
Raum bei U-Form: 60 Personen
Parlamentarisch: 130 Personen
Reihenbestuhlung: 180 Personen



BESONDERS ERLEBENSWERT

Riesige Auswahl an Eventangeboten, die genau dem Lernziel angepasst werden

Die Teamschmiede® – der Original-
Workshop für Teams und Firmen
Besonders familiäres Hotelteam



TRAINER-URTEIL

„Die ruhige Lage und der traumhafte Blick auf die Schwäbische Alb sind perfekt, um sich auf ein Seminar einzulassen. Der hilfsbereite Service, die hervorragende Küche und die vielfältigen Eventmöglichkeiten lassen uns diesem Haus auch in Zukunft treu bleiben.“

Anja Beck-Volpp,
resource PEOPLE e.K.





Aber nicht nur Rahmenprogramme, sondern auch innovative Raumkonzepte und der tolle Blick auf die Schwäbische Alb begeistern Trainer und Tagungsteilnehmer gleichermaßen.



auf die Individualität aller Gäste eingehen müssen. Und sie wissen um die Wichtigkeit innovativ - konzeptioneller Arbeit, um den Alltag mit Genauigkeit, Verlässlichkeit und Berechenbarkeit bewältigen zu können.

Die Mannschaft hat gelernt, dass es insbesondere organisierte Emotionen sind, die den Veranstaltungserfolg garantieren. Deshalb werden Empfehlungen gezielt ausgesprochen, deshalb versteht sich das Team als Organisator des emotionalen Erfolgs, als „Erlebnispartner“. Und deshalb sind in den Jahren mehr als 180 Eventpakete entstanden, innovativ, jenseits des Mainstreams. Eine Kategorie hat dem Haus den überregionalen Bekanntheitsgrad, mithin den Erfolg mitbeschert: Hörz ist Partner des Kunstschmiedes Professor Heiner Zimmermann, der in Pliezhausen sein Atelier als Teamschmiede führt und ein besonderes Teambuilding offeriert: Tagungsgruppen arbeiten unter seiner Führung und Leitung mit Feuer, Stahl und Werkzeugen an ihrem Teamgeist, entwickeln gemeinsam Konzeptionen und konzeptionieren Problemlösungen, deren sichtbarer Ausdruck ein Schmiedeergebnis ist, das die Teilnehmer in ihrem Arbeits- und Lebensalltag nachhaltig begleitet. Es ist ein prozessualer Arbeitsvorgang, emotional geprägt, der Gedanken und Empfindungen freisetzt, der gemeinsames Handeln in den Mittelpunkt stellt und der Kreativität vermittelt und lehrt.

Das Hotel Schönbuch führt deshalb den Namenszusatz „Erlebnishotel“, weil es neben grenzenlosen Aussichten auch verblüffende Erlebnisse organisiert und vermittelt.

Thomas Kühn

Grenzenlose Aussichten – verblüffende Erlebnisse. Unzählige kreative Konzeptideen unseres Erlebnishotels mit herrlichem Alblick unterstützen Ihre Seminarziele. Adrenalinkick, spaßhaltige Aktionen oder eher ruhigere und kommunikative Abende – wir hören genau hin, welche Veranstaltungsziele Sie planen, und richten unsere Empfehlungen exakt darauf aus. Für die Planung und Durchführung gilt immer ein Motto: „Emotion sorgt für begeisterte Gäste!“ Die familiäre Atmosphäre, eine ausgezeichnete Lage, motivierte Gästebetreuer sowie eine gelebte Kulinarik runden unser Angebot als „Ihre Erlebnispartner“ für Tagungen ab!

Maik Hörz, Inhaber



»ÜBERNEHMEN SIE VERANTWORTUNG FÜR IHR LEBEN.« STEPHEN R. COVEY

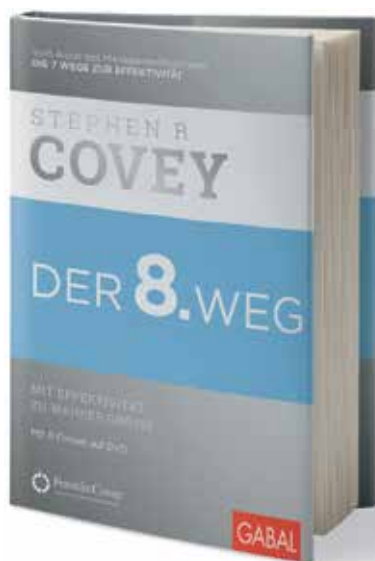
Stephen R. Covey hat mit seinen ZEITLOSEN PRINZIPIEN
UND GEDANKEN neue Maßstäbe gesetzt

.....
Internationaler BESTSELLERAUTOR und
MANAGEMENTVORDENKER

.....
DIE WICHTIGSTEN BÜCHER von Stephen R. Covey
IN NEUEM LOOK

**INTERNATIONALER
BESTSELLER**

ÜBER
30 MIO. VERKAUFTE
EXEMPLARE
WELTWEIT



ISBN 978-3-86936-895-5
€ 29,90 (D) / € 30,80 (A)
ET: 10. Oktober 2018



ISBN 978-3-86936-722-4
€ 24,90 (D) / € 25,60 (A)
ET: 10. Oktober 2018



ISBN 978-3-86936-894-8
€ 24,90 (D) / € 25,60 (A)
ET: 10. Oktober 2018

Exzellente Lernorte ziehen exzellente Trainer an – und exzellente Trainer wählen exzellente Lernorte!

Mit unserem neuen ELO-Trainerclub wollen wir das gemeinsame Streben von professionellen Trainern und ausgezeichneten Tagungshotels unterstützen, perfekte Lernbedingungen für Trainingserfolge zu schaffen. Mitglieder des ELO-Trainerclubs profitieren u.a. von

- der medialen Präsenz in unserem Magazin LERNRAUM
- zusätzlichen Leistungsbausteinen, die sie in Verbindung mit den Exzellenten Lernorten buchen können, u.a. bei Messeauftritten
- Einkaufsvorteile bei „Train-the-Trainer“-Produkten des JÜNGER-Verlages
- Kooperationsvorzüge und -veranstaltungen in Exzellenten Lernorten

**ELO
TRAINER CLUB**
exzellente LERNORTE | exzellente TRAINER

Nutzen Sie eine Jahresmitgliedschaft zu € 99,- zzgl. Mwst, die Ihnen alle genannten Vorteile als Grundbausteine sichert und die Möglichkeit gewährt, aus weiteren Aktionsangeboten ab Sommer 2018 auszuwählen.

Weitere Informationen und Anmeldungen bei:

Exzellente Lernorte, Raphael Werder,
raphael.werder@repecon.de
Tel: +49 (0)931 460 78 60



THOMAS LORENZ A-M-T Management Performance AG

D-42477 Radevormwald
Südstr. 7
Tel. 0049-(0)2195 926900
Tel. 0049-(0)2195 926901
E-Mail: thomaslorenz@a-m-t.de
www.a-m-t.de



Ihr Partner für Persönlichkeit & Professionalität

Der Diplom Ökonom ist über 25 Jahre Vorstand der A-M-T AG. Er lizenziert für die Anwendung des MBTI-Instruments, bietet Führungsprogramme und eine eigenen Ausbildung zum Performance-Coach an. In seinem Performance-Ansatz finden persönliche und unternehmerische Eigenarten Berücksichtigung. Dazu nutzt er seine Erfahrungen, die Kultur im Unternehmen und die Präferenzen in der Persönlichkeit der Teilnehmer zu analysieren. Wer mit ihm spricht, erkennt schnell klare Ecken und Kanten aber auch eine an Werten ausgerichtete, authentische Persönlichkeit. So schätzen ihn Kunden als Krisen- und Konfliktberater, Coach, Ausbilder und Redner.

Experte für: Werte -Wirkung -Wissen - Worte - Wachstum;
individuelle Potentiale entfalten; wert(e)-orientiert durch Sprache führen
Referenzen: Internationale ASTD Auszeichnung, deutscher Trainerpreis,
Bestsellerautor, Rupert Lay Schüler



Barbara
Messer
**DAS NEUE IST
EIN SPIEL.**

BARBARA MESSER

D-30890 Barsinghausen
Gänsefußweg 17
Tel. 0049-(0)774139627
E-Mail: info@barbara-messer.de
www.barbaramesser.com

Auf zu neuen Ufern

Wachsen. Klarheit gewinnen, Erkenntnis und neues Wissen. Weiterkommen in dem, was wir bewirken und erreichen. Darum geht es. Machen wir ein Spiel daraus. Nehmen wir uns die Freiheit, selbst das Verrückte dafür zu wagen. Und die Türen zu einer neuen Welt öffnen sich. Barbara Messer ist Speakerin, Trainerin, Coach, Autorin und Künstlerin des Lebens. Vorbild aus Überzeugung. Sie lädt Führungskräfte, Trainer und alle die ein, die bereit sind, den nächsten Entwicklungsschritt zu gehen und über den eigenen Horizont hinaus zu schauen. Dabei öffnet Barbara Messer die Schatzkiste einer Berufs- und Lebenserfahrung, die berührt, begeistert & bereichert.

Experte für: Führung & Selbstführung, Resilienz, Innovation. Kreativität. Minimalismus & pures Leben. Trainerausbildungen. Präsentationen.

Referenzen: Edeka, Bank Austria, Wella, Montavit, Raytheon Professionel, Ernst & Young, DB Fernverkehr, QuickSchuh ...



Qnigge®
Freude an Qualität

MARKUS F. WEIDNER Qnigge GmbH – Freude an Qualität

D-61184 Karben
Am Hellenberg 15b
Tel. 0049-(0)6039/48611-0
Fax 0049-(0)6039/48611-10
E-Mail: info@qnigge.de
www.qnigge.de

Experte für Führungsqualität und Service

Servicequalität wird von Kunden und Mitarbeitern gleichermaßen wahrgenommen und hat direkten Einfluss, sowohl auf Kaufentscheidungen der Kunden, als auch auf das persönliche Wohlfühlen und die Loyalität der Mitarbeiter. Damit zahlt Führungs- und Servicequalität unmittelbar auf ein gutes Betriebsklima ein, reduziert Wissensverlust und Fluktuation, steigert langfristig Umsatz und Gewinn. Markus F. Weidner hat Service von der Pike auf gelernt und in seiner internationalen Hotelkarriere als Führungskraft mit Hingabe gelebt. Heute begeistert der Trainer, Redner, Autor und Gründer der Qnigge Akademie seine Kunden in internen Unternehmensprojekten.

Experte für: Führungsqualität und Service, Qualitäts- und Wissensmanagement im Hotel und in Dienstleistungsunternehmen. Vorträge. Training. Beratung. Coaching.

Referenzen: Aus führenden Top-Hotels, Hotelgesellschaften, Kliniken, Veranstaltungszentren, Messen und Verbänden



PROF. DR. JUTTA HELLER
Resilienz für Unternehmen

D-90547 Stein
 Neuwerk 4
 Tel. 0049-(0)911 / 2786 1770
 Fax 0049-(0)911 / 2786 1771
 E-Mail: kontakt@juttaheller.de
 www.juttaheller.de

prof.dr.jutta heller
 Resilienz für Unternehmen

Mit Resilienz fit für Veränderungen

Prof. Dr. Jutta Heller ist Ihre ideale Partnerin in allen Fragen rund um Resilienz für Führungskräfte und Teams sowie zur Entwicklung von Unternehmens-Resilienz. Sie erhalten stets Input, mit dem Sie sofort aktiv werden können. Ihr ressourcenorientierter Ansatz macht fit für Veränderungen, sowohl reaktiv als auch proaktiv, denn „dank unserer eigenen und eigentlichen Ressourcen ist alles Mögliche möglich.“ Ihr fundiertes Wissen aus über 25 Jahren selbstständiger Beratungstätigkeit sowie über 10 Jahren an der Hochschule für angewandtes Management setzt sie in Trainings, Vorträgen und Coachings um. Mehr zu Prof. Dr. Jutta Heller: www.juttaheller.de

Experte für: Keynote-Vorträge zu Resilienz, Resilienz-Training, Beratung + Workshops zu Unternehmens-Resilienz, Zertifikats-Ausbildung Resilienzberatung

Referenzen: Polizei Köln, Krisendienst Würzburg, Unfallkasse Nordrhein-Westfalen, AOK NordWest, DVA, ORF Wien, ...



SIEGFRIED HAIDER
siegfried!haider

82223 Eichenau
 Schillerstr. 15
 Tel. 0049(0)8141 / 317732-0
 Fax 0049(0)8141 / 317732-9
 E-Mail: mailto@siegfried-haider.com
 www.siegfried-haider.com

siegfried!haider
 attract your clients

Experte für Marketing und Positionierung

Siegfried Haider zählt zu den bekanntesten und erfolgreichsten Marketing- und Positionierungsexperten im deutschsprachigen Raum, ist Gründer sowie Ehrenpräsident des Deutschen Rednerverbandes (GSA e.V.) und gefragter Experte in Medien bis hin zu TV-Auftritten bei „hart aber fair“ und Frank Plasberg. Wer ihn und seine Inhalte live erlebt, ist hoch motiviert, sich endlich so aufzustellen, dass Kunden von sich aus kommen, immer wieder gerne kaufen und begeistert weiter empfehlen. So wird Erfolg und Karriere einfach, da es immer weniger notwendig ist, sich aktiv zu verkaufen, denn Sie werden immer öfter automatisch gekauft: Bei höheren Umsätzen.

Experte für: Steigerung der Attraktivität von Personen und Unternehmen, Erhöhung der Sichtbarkeit am Markt und Maximierung der Sogwirkung auf Zielgruppen

Referenzen: IT-Unternehmen, Banken/Versicherungen, Hotellerie, KMUs und Einzelunternehmen/Experten-Persönlichkeiten.



DR. ULRICH WIEK
Training & Coaching

D-69121 Heidelberg
Furtwängler Str. 31
Tel. 0049-(0)6221/136974
Fax 0049-(0)6221/136962
E-Mail: info@ulrichwiek.de
www.ulrichwiek.de

Führung neu denken: fair.führen und fair.ändern

Fairness ... ein Führungsthema der Zukunft!

Für 83% der Mitarbeiter ist ein fairer Umgang im Unternehmen sehr wichtig!
(Quelle: Fairness Stiftung Frankfurt). Fairness ist daher kein „nice-to-have“ sondern ein wichtiger Erfolgsfaktor. Er entscheidet mit, ob Mitarbeiter ihre Führungskraft und die Unternehmensziele unterstützen oder – im schlimmsten Fall – in den Widerstand gehen. Nutzen Sie Fairness als Verhaltensmaxime und Organisationsprinzip! Als zertifizierter Fairness-Trainer und Coach unterstütze ich Sie wissenschaftlich fundiert und zielorientiert.

Experte für: Fairness und Werte in Kommunikation und Führung: Training, Beratung, Coaching, Vorträge ... praxisorientiert, interaktiv, zielgerichtet

Referenzen: Zeiss AG, Voith, Bilfinger ... über 60 Unternehmen und Organisationen vom Mittelstand bis zum Konzern

WOLFGANG BÖNISCH
Der Verhandlungsretter:
Ein WIN in jeder Verhandlung

D-99091 Erfurt
August-Röbling-Straße 11
Tel. 0049-(0)361 21892152
E-Mail: office@wolfgangboenisch.de
www.wolfgangboenisch.de

Verhandlungsretter®

Der Verhandlungs- retter: Ein WIN in jeder Verhandlung



Wolfgang Bönisch ist der Experte für schwierige Verhandlungen. Mit der Präzision eines Chirurgen und dem Überblick eines Kapitäns legt er die Nervenstränge von Misserfolgen in Verhandlungen frei. Wolfgang Bönisch hat in mehr als 40 Jahren Berufstätigkeit so ziemlich alles verhandelt. Als „Verhandlungsretter“ sorgt er für bessere Verhandlungsergebnisse bei seinen Kunden.

Experte für: Bessere Verhandlungsergebnisse in kompetitiven Verhandlungen; Training, Beratung, Vorträge

Referenzen: Die Hidden Champions kompetitiver Branchen in ganz Europa.

DR. REINHARD EMATINGER
Reinhard Ematinger®

D-69124 Heidelberg
Pleikartsförster Hof 4/1
Tel. 0049-(0) 6221/7500996
Fax 0049-(0) 6221/6720681
E-Mail: reinhard@ematinger.com
www.ematinger.com



New Business: wieder ‚vom Kunden aus‘ denken.



Dr. Reinhard Ematinger setzt auf die sinnvolle Verbindung erprobter Werkzeuge aus Business Model Generation, Value Proposition Design, LEGO SERIOUS PLAY®, Service Design Thinking und Lean Startup, um seinen Kunden Impulse zu Gestaltung, Test und Umsetzung funktionierender Geschäftsmodelle und begeisternden Kundennutzens anzubieten.

Experte für: Geschäftsmodellinnovation und Kundennutzen

Referenzen: Airbus, Allianz, Bilfinger, Daimler, DHL, Fraport, Infineon, Magna, Merck, SAP, Volkswagen

THORSTEN JEKEL**jekel & team**

D-10405 Berlin
Immanuelkirchstr. 37
Tel. 0049-(0)30/44017299
Mobil: 0049-(0)170/9317093
E-Mail: t.jekel@jekelteam.de
www.jekelteam.de



Der Digital Transformer

Als IT-Unternehmer, Autor und Speaker ist der Betriebswirt und MBA Thorsten Jekel DER Experte für Digital Working. Mit seiner 30-jährigen Berufserfahrung im Vertrieb sowie in Service- und IT-Projektverantwortung entwickelt er innovative Geschäftsmodelle im Umfeld des iPads und anderer Tablet-Systeme. Er zeigt, wie Sie Digital Working Technologien für sich optimal nutzen.

Experte für: Digitale Transformation, Digital Working, iPad-Beratung und -Trainings

Referenzen: Bechtle, BMW, Coca-Cola, DATEV, EWE

**MICHAEL KÜNZL –
Der Sales Gentleman
Michael Künzl**

D-80803 München
Herzogstraße 28
Tel. 0049-(0)89/67971350
Fax 0049-(0)89/67971353
E-Mail: info@sales-gentleman.de
www.sales-gentleman.de



Der Sales-Gentleman

Michael Künzl ist Experte für Verkauf auf höchstem Niveau, wo Stil und Charisma Menschen beeindrucken und gewinnen – weit abseits platter Verkaufstricks. Als langjähriger erfolgreicher Verkäufer bei Mercedes Benz und als Unternehmer in der Finanzdienstleistung ist er Praxisprofi im Gewinnen anspruchsvoller Kunden.

Experte für: Verkauf auf höchstem Niveau; Vorträge, Trainings und Coaching zum Thema Verkauf

Referenzen: Microsoft, Deutsche Bank, Mercedes, Allianz, AXA, HDI, Mannheimer, Sparkassen Akademie etc.

**AXEL LIEBETRAU
ENTREPRENEUR I
INNOVATOR I FUTURIST**

D-69168 Wiesloch
Haydnstraße 5
Tel. 0049-(0)174/3999555
E-Mail: kontakt@axel-liebetrau.de
www.axel-liebetrau.de



Die (digitalen) Spielregeln der Zukunft – Future Business, Sales & Leadership“

Axel Liebetrau ist ein international gefragter Referent zu aktuellen Zukunftstrends und Managementthemen. In seinen Vorträgen bringt er die aktuellen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Themen auf den Punkt. Er ist Co-Founder einer europaweit führenden Innovationsberatung mit 25plus Jahren Praxiserfahrung als Managementberater und Bestseller-Autor.

Experte für: Innovationen, Trends, Technologien und Zukunft

Referenzen: über 300 internationale Kunden aus Mittelstand, Konzernen und Verbänden

**MAG. GABRIEL SCHANDL,
CSP, CMC
Speaker GmbH –**

Vorträge, die bewegen
A-5110 Oberndorf; Brückenstr. 13
Tel. 0043-(0)6272/40628
Mobil 0043-(0)664/8547987
E-Mail: office@gabrielschandl.com
www.gabrielschandl.com



Endlich Montag! Vom Leistungsdruck zum Leistungsglück

Gabriel Schandl ist Wirtschaftswissenschaftler und Leistungsforscher. Als neugieriger Erfolgs-Scout, leidenschaftlicher Keynote-Speaker und engagierter Wirtschafts-Coach ist er Sammler und Umsetzer von Best-Practice Beispielen. Der Constantinus Preisträger ist Buchautor und lehrt an der Fachhochschule Puch-Urstein Social Skills.

Experte für: Leistungsglück, Spitzenleistungen, Motivation und begeisternder Service, Train-the-Trainer

Referenzen: Microsoft, IBM, Team7, voestalpine, Sparkassen, VDI, XXXLutz, Hapag Lloyd, AbbVie, BMW

ULRIKE AICHHORN , MAS, MTD, CSP – die AICHHORN®

A-5061 Elsbethen bei Salzburg • www.die-aichhorn.com
E-Mail: info@die-aichhorn.com

HENRY BAASE – Baase-Consulting für Vertrieb

D-10117 Berlin • www.henry-baase.de
E-Mail: info@henry-baase.de

ROLAND BUSS – Kriminalist und Führungsexperte

D-46397 Bocholt • www.rolandbuss.com
E-Mail: info@tatort-leben.de

ANGELA DIETZ – Gesundes kommunizieren & führen

D-91077 Neunkirchen am Brand • www.angela-dietz.de
E-Mail: post@menschlich-erfolgreich.de

CORDULA GOJ – Internationale Brückenbauerin

D-53179 Bonn • www.goj-connecting.com
E-Mail: c.goj@goj-online.de

ANTJE HEIMSOETH – Motivation und mentale Stärke

D-83026 Rosenheim • www.heimsoethacademy.com
E-Mail: info@antje-heimsoeth.de

MARGIT HERTLEIN – Raus aus dem Jammersumpf

D-91781 Weißenburg • www.margit-hertlein.de
E-Mail: margit@margit-hertlein.de

HEIKO J. JANSSEN – Coach. Trainer. Berater.

D-80801 München • www.heikojjanssen.com
E-Mail: hjj@heikojjanssen.com

KARSTEN KLEPPER – Markenentwicklung/Employer Branding

D-28755 Bremen • www.klepper-markenberatung.de
E-Mail: office@klepper.biz

ULRIKE KNAUER – Verkaufstraining, Consulting

A-6122 Fritzens • www.ulrikeknauer.com
E-Mail: trainer@ulrikeknauer.com

SABINE KRUEGER – Business-Gedächtnistraining

D-45359 Essen • www.sabine-krueger.info
E-Mail: mail@sabine-krueger.info

DIPL.-PAED. PETER MOHR – INSTATIK

D-69168 Wiesloch • www.peter-mohr-trainer.de
E-Mail: peter.mohr@instatik.de

DR. KLAUS SCHIRMER – Menschen führen

A-9500 Villach • www.klausschirmer.com
E-Mail: info@klausschirmer.com

MAG. HERBERT SCHREIB – 3U Leaders

A-5441 Abtenau • www.3uleaders.com
E-Mail: herbert.schreib@3uleaders.com

WINFRIED SCHRÖTER – dyn-a-mind

D-73434 Aalen • www.winfried-schroeter.de
E-Mail: email@winfried-schroeter.de

RAINER SKAZEL – Dt. Institut für Vertriebskompetenz

D-78315 Radolfzell • www.div-institut.de
E-Mail: rainer.skazel@div-institut.de

ROBERT SPENGLER – Kommunikations-Regie

D-85435 Erding • www.robert-spengler.de
E-Mail: welcome@robert-spengler.de

WULF-HINNERK VAUK – business diplomatie

D-40789 Monheim am Rhein • www.vaukbusiness.com
E-Mail: WHV@vaukbusiness.com

PROF. DR. LEIF ERIK WOLLENWEBER

D-52525 Heinsberg • www.hwmc.de
E-Mail: erik.wollenweber@hwmc.de

THOMAS WUTTKE – Projekt- und Risikomanagement

D-82211 Herrsching • www.wuttke.team
E-Mail: info@wuttke.team

JÜRGEN ZWICKEL – Motivation und Selbstführung

D-91161 Hilpoltstein • www.juergenzwickel.com
E-Mail: info@juergen-zwickel.de

ELO
TRAINER
exzellente
LERNORTE

CLUB
exzellente
TRAINER

Kriterienkatalog

Wenn Sie eine Tagung in einem Exzellenten Lernort planen,
können Sie sich auf folgende Grundkriterien als Mindeststandards verlassen:

GUTE ERREICHBARKEIT

- **Per Auto**
 - Gute Parkplatzsituation
(ausreichend, kostenlos)
 - Bequemes Entladen aus dem Auto
- **Per öffentlichem Verkehrsmittel**
(in Verbindung z.B. auch mit Taxi)
 - Nähe zum Bahnhof, Straßenbahn/Bus,
Entfernung für Taxifahrt
 - Problemlose Taxibestellung oder
Shuttleangebote

ANSPRECHENDES AMBIENTE

- **Im Eingangsbereich**
 - Professionelles Arbeitsumfeld der Rezeption
- **Im Zimmer**
 - Genügend Platz für Ablage von Koffer/Tasche
 - Ausreichend großer Schreibtisch
 - Ausreichende Anzahl von Steckdosen
 - WLAN-Qualität

RAHMENPROGRAMME UND FREIZEITWERT

- **Möglichkeit bei Mehrtagesveranstaltungen
das Abendprogramm sowie das Abendessen
variabel zu gestalten**
- **Rahmenprogrammangebote passend
zu Gruppenzielen**
- **Erholungsmöglichkeiten für die Teilnehmer**
 - Indoor
 - Outdoor

PROFESSIONELLER TAGUNGSBEREICH

- **Tagungsbereich allgemein**
 - Gesonderte Pausenzone
 - Rückzugsmöglichkeiten für
Pausengespräche unter vier Augen
- **Tagungsraum**
 - Ausreichend Tageslicht und
ansprechender Blick nach draußen
 - Ausstattung mit Flipchart, Pinnwänden und
funktionierendem Moderationsmaterial
 - Technische Ausstattung mit Beamer
und verschiedenen Anschlusskabeln
 - Verständliches und ausreichendes Licht-
und Lüftungssystem
 - Ergonomisches Mobiliar
 - Genügend Steckdosen in Relation zur
Teilnehmerzahl
 - Erstklassige WLAN-Versorgung
 - Variable Bestuhlungsmöglichkeiten
 - Boden und Wände in ansprechender
Qualität und Farbe
 - Ausreichende Schallisolierung zum
Gang und Nachbarraum

TAGUNGS-EXTRAS

- **Tagungsmöglichkeit im Freien**
- **Outdoor-Trainingsmöglichkeiten**
insbesondere unter dem Aspekt der
Teambildung
- **Ausrichtung auf neue Trainingsformen**
wie Barcamps, Design Thinking etc.
- **Abwechslungsreiche Tagungspausen**

Kontaktorientierung

Der persönliche Kontakt zum Tagungshotel von der Angebotserstellung bis zur Nachbereitung einer Tagung ermöglicht Kunden, das Lernziel der Gruppe frühzeitig und nachhaltig zu sichern. Die Mitglieder der „Exzellenten Lernorte“ verpflichten sich deshalb insbesondere zu diesen Prozessschritten:

DER KUNDE ERHÄLT IN DER ANGEBOTS- UND VORPHASE DES SEMINARS

- innerhalb von 24 Stunden ein finales Angebot zur Tagungsanfrage
- die Möglichkeit, über Inhalt und Ziele eines Seminars Auskunft zu geben, damit das Hotel bestmögliche Beratung zur Erreichung des Lernziels geben kann
- einige Tage vor der Veranstaltung eine Kontaktaufnahme durch das Hotel zur Klärung möglicher veränderter Anforderungen oder weiterer Detailfragen

DER TRAINER ODER TAGUNGSLEITER

- bekommt das Angebot, bereits beim Check-In im Rahmen eines Begrüßungsinterviews selbst die Gegebenheiten des Hotels auf seine Anforderungen hin zu prüfen
- lernt bereits im Vorfeld der Veranstaltung seinen persönlichen Ansprechpartner für den Tagesablauf kennen
- kann im Hotel in einer GABAL-Bibliothek Neuerscheinungen und Trainermaterialien des Verlages kennen lernen und testen

Der Exzellente Lernort bemüht sich am Ende oder nach der Veranstaltung um ein Feedback von Tagungsbucher, Trainer und Teilnehmern, auf die jeweiligen Bedürfnisse und Anforderungen dieser drei verschiedenen Zielgruppen abgestimmt. Dieses Feedback wird entweder online, per Fragebogen oder Feedbackgespräch eingeholt.

DAS SELBSTVERSTÄNDNIS DER KOOPERATION „EXZELLENT LERNORTE“

Unter der Marke „Exzellente Lernorte“ vereinen sich herausragend spezialisierte Tagungshotels. Sie verfolgen das Ziel, durch ein optimales räumliches Umfeld Lernerfolge zu verstärken. Alle Häuser orientieren sich im permanenten Dialog mit ihrer Zielgruppe an Trends und Erkenntnissen der Weiterbildung, um perfekte Lernbedingungen zu bieten. Jedes Hotel pflegt dabei seine ganz besonderen Spezifikationen. Deshalb finden Trainer, Tagungsleiter und Personalentwickler für viele Trainingsformen passende Angebote. Alle Hotels eint zudem die Überzeugung, dass permanenter Austausch und gemeinsames Lernen die besten Voraussetzungen für innovative Dienstleistungen und moderne Mitarbeiterführung sind.

DOPPELT AUSGEZEICHNET ...

...wurde die Kooperation „Exzellente Lernorte“ (ELO) im September 2017 vom Berufsverband für Training, Beratung und Coaching (BDVT e.V., Köln) für das zusammen mit dem renommierten Weiterbildungsanbieter „Coaching Concepts“ in einem Design-Thinking-Prozess erarbeitete „ELO-Innovationsführerprogramm“. Sowohl ein Preis in Silber in der Kategorie der Unternehmen bis 1000 Mitarbeiter als auch der „Sonderpreis der Jury“ sind Lohn und Ansporn zugleich, das Wettbewerbsdenken zugunsten von Verbesserungen und Innovationen für den Tagungsmarkt hinter sich zu lassen und sich als Trendsetter in der Tagungshotellerie zu positionieren.



IHRE TAGUNGSANFRAGE ...

... richten Sie gerne direkt an die Häuser. Die Kontaktdaten finden Sie auf den jeweiligen Portraitseiten. Wenn Sie eine „hausübergreifende“ Beratung zur Auswahl der zu Ihren Anforderungen und Zielen passenden Lernumgebung wünschen, wenden Sie sich bitte an Marion Kaufmann unter zentrale@exzellente-lernorte.de.

1



**LANDGUT
STOBER**
14641 Nauen

SEITE
14

2



**BEST WESTERN PLUS PALATIN KON-
GRESSHOTEL UND TAGUNGS-
ZENTRUM** 69168 Wiesloch

17

3



**ANDERS HOTEL
WALSRODE**
29664 Walsrode

21

5



**HOTEL FRIENDS
MITTEL RheIN**
56170 Bendorf

31

6



**LA VILLA
AM STARNBERGER SEE**
82343 Niederpöcking

38

7



**MINTROPS LAND HOTEL
BURGALTENDORF**
45289 Essen

41

9



GUT GREMMELIN
18279 Gremmelin

51

10



**IHK AKADEMIE
WESTERHAM**
83620 Feldkirchen-Westerham

58

11



**GÖBEL'S „SCHLOSSHOTEL
PRINZ VON HESSEN“**
36289 Friedewald

61

13



**NATURKULTURHOTEL
STUMPF**
74867 Neunkirchen

71

14



**SCHLOSS
HOHENKAMMER**
85411 Hohenkammer

76

15



**SEEHOTEL NIEDERNBERG –
DAS DORF AM SEE**
63843 Niedernberg

80

17



**ROMANTIK HOTEL
SCHLOSS RHEINFELS**
56329 St. Goar

90

18



**MINTROPS STADT HOTEL
MARGARETHENHÖHE**
45149 Essen

93

19



**MERCURE TAGUNGS- &
LANDHOTEL KREFELD**
47802 Krefeld-Traar

100

21



SCHLOSS HAIGERLOCH
72401 Haigerloch

110

22



PFALZHOTEL ASSELHEIM
67269 Grünstadt-Asselheim

113

23



HOTEL SCHÖNBUCH
72124 Pliezhausen

120

4



**ARCADEON HAUS
DER WISSENSCHAFT**
58093 Hagen

28

8



**TAGUNGS- UND SEMINARZEN-
TRUM SCHLOSS MARBACH**
78337 Öhningen

48

12



KLOSTER HORNBACH
66500 Hornbach

68

16



**GUTSHOF-HOTEL
WALDKNECHTSHOF**
72270 Baiersbronn

83

20



**ROMANTIK JUGENDSTIL-
HOTEL BELLEVUE**
56841 Traben-Trarbach

103

Alle Hotels auf einen Blick



DIE EXZELLENTEN LERNORTE

Derzeit 23 Häuser haben sich in der Kooperation der Exzellenten Lernorte zusammengeschlossen, um gemeinsam Trendsetter in der Tagungshotellerie zu sein. Jedes Hotel hat jedoch seine ganz besonderen Spezifikationen, die Ihnen helfen, Ihre individuellen Seminar- und Lernziele zu erreichen. Die Hotelportraits in diesem Magazin werden Sie davon überzeugen, dass es sich lohnt, auch mal einen weiteren Weg zum Training auf sich zu nehmen, weil Sie dort genau die Umgebung erwartet, die Sie für Ihr Lernziel suchen.



EXPOFESTIVAL

**für Learning & Development
Professionals**

*Inspiring L&D
Professionals!*

www.LnD-pro.de

9. Mai 2019 | MVG Museum München

We  our partners:

Stiddeutsche Zeitung

HRm.de



facebook.com/LnDproExpo
@LnDproExpo



twitter.com/LnDproExpo
@LnDproExpo



instagram.com/Lndproexpo
@LnDproExpo