

Praxisvarieté erster Akt – Bühne frei für enorme Zeitpotenziale

2

Schreibstil und E-Mail-(un)Kultur

Wir haben eine seltsame Art, Zeit zu sparen. Kommt Ihnen folgende Situation bekannt vor? Sie kehren nach einem Termin an Ihren Arbeitsplatz zurück und dieser ist umzingelt von kreativen Kurznachrichten, geschrieben als Hieroglyphen auf kleinen Zetteln oder gelben Post-its.

„BR Mayer“ steht da auf einem dieser „Zeitspar-Post-its“. Stimmt, da hat sich einer bestimmt 20 s Schreibzeit gespart, indem er wirklich wichtige Informationen einfach zurückhält. Ihre Businesskreativität sagt Ihnen letztlich, dass BR „Bitte Rücksprache“ bedeutet. Doch Moment mal, welcher Herr Mayer? Einer von den drei hausinternen oder einer von den 17 Mayer-Kunden? Um was geht es eigentlich, wann ist denn derjenige, von dem Sie nicht einmal wissen, wer er ist, überhaupt erreichbar? Vielleicht ist es ein Kunde mit einem wichtigen Problem und eine seiner wichtigen Produktionsmaschinen steht still?

Wirklich clever, hier tauscht einer im Unternehmen 20 s Schreibsparerzeit gegen Ihre zweieinhalb Stunden Recherchezeit. Frei nach dem Floriansprinzip „Herr verschon mein Haus und zünde das des Nachbarn an“! Sie fangen hochmotiviert an, in diesen zwei kurzen Worten mögliche Schriftbilder von Kollegen und Kolleginnen herauszufiltern, und begeben sich mit dieser „Miniaturkarte“ in der Hand auf Schatzsuche – als hätten Sie nichts Besseres zu tun. Effektives Arbeiten könnte so schön sein. Frustriert finden Sie schließlich den Abkürzungshektiker und dieser ist sich keiner Schuld bewusst: „Jetzt reg’ Dich doch wegen einem kleinen Zettel nicht so auf, ich hab’ hier ganz andere Probleme!“ Selbstverständlich ist mir klar, dass dieser unorganisierte Schreibtischchaot ganz andere Probleme hat. Doch Besserung ist erst in Sicht, wenn ihm jemand klarmacht, dass er selbst mit seiner mangelnden Speed Control das Problem ist!

Langsam Schreiben und dadurch Zeit sparen

Manch einer mag denken: „Kommen Sie, was macht das schon aus, eine nicht lesbare Nachricht im Monat.“ Stopp, ich spreche hier von Mitarbeitern, die täglich mit dieser „Zettel-Krankheit“ konfrontiert werden und das noch von verschiedenen Seiten.

Bei der Daimler AG hatten wir diesbezüglich einen besonders schweren Fall in einer Schulung ausgemacht. Der gemeinschaftliche Deal war abschließend Folgender: Alles, was nicht lesbar und bzw. oder in kleinen Zetteln ankommt, wird an diesen speziellen Kollegen postwendend zurückgegeben. Angenommen werden nur noch Blätter ab DIN A 5 in leserlicher Schrift und mit den vereinbarten Mindestinformationen.

An das „gibt’s nicht“ glaube ich schon lange nicht mehr ...

So manches Unternehmen würde mehr Geld mit der Installation einer Web-Cam verdienen, die über Privatfernsehen überträgt, als durch die Vermarktung ihrer Produkte oder Dienstleistungen. Vom absoluten Wahnsinn bis zur schenkelklatschenden Comedy wird hier alles geboten.

Einer meiner Teilnehmer berichtete mir von einem Erlebnis der besonderen Art, am zweiten Tag seiner Diensttätigkeit als Sachbearbeiter wohlgermerkt. Sein Kollege hatte ihm zur Weiterbearbeitung folgende Kurzmitteilung auf einem kleinen Zettel hinterlassen:

„Das BRK WWOG W’SEE braucht einen neuen MTW für ihre SEG“

Ist das nicht schön, wie viel Kreativpotenzial muss in diesen Menschen brach liegen? Hier die Übersetzung:

„Das Bayerische Rote Kreuz Wasserwacht Ortsgruppe Weißensee braucht einen neuen Mannschaftstransportwagen für ihre Schnelleinsatzgruppe!“

Nichts für ungut an den schönen Weißensee und danke noch einmal für das wunderbare Praxisbeispiel.

Der erste Tag muss für diesen Abkürzungsfetischisten und obendrein Schmierpragmatiker der blanke Horror gewesen sein. Hatte er doch so darauf gehofft, dass wie von vielen anderen Schulungen gewohnt, diese Maßnahme im Sande verlaufen würde. Ich hatte aber zwei persönliche Controller für diese Zielerreichung im Team. So konnte auch der „Jo-Jo-Effekt“ nach etwa sechs Wochen abgedefert werden.

Und, was haben wir diesem Mitarbeiter angetan? Das Team hat ihn wettbewerbsfähig gemacht und damit auch die ganze Abteilung. Ich halte es für eine soziale Verantwortung, solche und andere Missstände im Sinne aller zu optimieren. Ein Mitarbeiter und sein Team, das nicht wettbewerbsfähig ist, läuft heute mehr denn je Gefahr, entlassen zu werden, und das geht heute bekannterweise sehr schnell. Wichtig ist mir dabei, dass eine Optimierung im richtigen Kontext passiert. Der betreffende Mitarbeiter muss die Maßnahme vorher verstehen und unmissverständlich wissen, dass diese nichts mit ihm persönlich zu tun hat, sonst kreieren wir eine Mobbing-Situation. So haben ihm seine Kollegen zum „Projekt-Start“ als Dankeschön vorweg einen besonderen Kugelschreiber zum Schönschreiben geschenkt. Es geht eben auch mit einem Schmunzeln.

Potenziale im eigenen Schriftbild?

Seien wir doch mal ehrlich. Die Abkürzer und Schnell-Unleserlich-Schreiber sind doch nicht nur um uns herum. Mit großer Wahrscheinlichkeit gehören Sie selbst auch schon zu dieser gehetzten Spezies?

- **Der ProLa-Tipp** Kaufen Sie sich einen besonderen Füllfederhalter. Allein die Symbolkraft an Aufmerksamkeit wird schon neue Schreibpotenziale eröffnen. Ganz nebenbei profitieren Sie von einigem weiteren Füller-Nutzen. Doch dazu später mehr ...

E-Mail kommt, Aufmerksamkeit geht ...?

Natürlich höre ich immer wieder die Generalstabs-Ausrede: „Aber Herr Kellner, wir schreiben uns doch keine handschriftlichen Notizen mehr, das passiert doch heute alles per E-Mail.“ Ich frage mich immer, wenn wir heute alles per E-Mail schreiben, wo kommen dann die vielen Zettelwüsten rund um die Schreibtische her?

Trotzdem ist der E-Mail-Einwand, natürlich auf die explosionsartige digitale Entwicklung bezogen, durchaus berechtigt. Immer mehr Botschaften erreichen uns jetzt wenigstens vom Schriftbild her dechiffrierbar über die Datenleitung. Doch Lesbarkeit allein macht leider noch keine umfassende Information aus. Gerade weil es per E-Mail schnell gehen soll, wird gnadenlos gekürzt, weggelassen, und genau dadurch sind wir im Nachhinein wiederum langsamer.

Urlaub von den E-Mails

Eine Seminarteilnehmerin schilderte mir folgenden Vorfall: Sie kommt aus dem Urlaub an ihren Schreibtisch zurück. Erste Amtshandlung, E-Mails abrufen. 14 Tage Urlaub bedeuten rund 150 E-Mails. Dann die Katastrophe, ein Computerabsturz. Alle Nachrichten wurden gelöscht.

Da sie nahezu ausschließlich mit internen Stellen korrespondiert, schickt sie daraufhin eine „Entschuldigungs-Mail“ an alle ihre Kontaktstellen im eigenen Unternehmen mit dem Hinweis auf diesen Vorfall. Sie bittet darin um erneute Zusendung der Anfragen und Wünsche der letzten 14 Tage. Erstaunliches Ergebnis: Es ging von den rund 150 E-Mails nicht eine Rückfrage ein!

Im Nachhinein fragte sie sich mit einem Schmunzeln, ob man einen Computerabsturz nicht auch geplant herbeiführen könne. Das war seit Langem mal wieder ein Urlaub, von dem sie nicht schon am ersten Arbeitstag überholt wurde.

Zu diesem „schnellen“ E-Mail-Zeitalter gesellen sich munter die einst von Zetteln verbannten Abkürzungen, ebenso wie fragliche Fremdworte, unzählige englische Begriffe und ein legendäres Fachchinesisch. All diese Kommunikationsbremsen haben gleichermaßen überproportional zugenommen. Bekomme ich doch kürzlich folgende Information zum besonderen Nutzen eines neuen Produkts: „Neben einer verbesserten Usability und Nutzerführung (Attribute an Versionen) wurde auch die Komponente Process Integrated Communication (PIC) überarbeitet und auf eine beschleunigte Arbeitsteilung entlang des PLC optimiert.“

Entschuldigung, was habe ich als Kunde jetzt davon? Ach ja, fast hätte ich das Deutsche überlesen – eine verbesserte Usability. Der Comedian Rüdiger Hoffmann hat es einmal schön in einer Untertreibung formuliert: „Mein Freund sagt, ich habe Charisma.“ Ich zu ihm: „Charisma? Wo soll ich mir das denn geholt haben?“

Die „Fremdwort-Abkürzungs-Anglizismen-Krankheit“

Wir im Berufsleben leiden alle mehr oder weniger daran, an der „Fremdwort-Abkürzungs-Anglizismen-Krankheit“. Meine Frau hat mir neulich erst wieder den Spiegel vorgehalten: „Du sprichst gerade so, wie Du schreibst, dass man nicht sprechen sollte.“ Aua, das tut weh. Also noch einmal zu meiner Verteidigung – ich unterliege ebenso so mancher Abkürzung oder englischen Wortübersetzung. Sorry,

nur zur persönlichen Absicherung noch einmal – ein ProLa ist ein Professioneller Langsamer, der sein eigenes Handeln ebenso konstruktiv infrage stellt. Und das fand ich fast schon gut, wäre da nicht schon wieder das englische „Sorry“. Also Entschuldigung noch einmal.

Natürlich brauchen wir im Unternehmertum auch ein gewisses englisches Grundvokabular. Ebenso hätte ich natürlich Business mit Geschäft, die PIN-Nummer mit Persönlicher-Identifikations-Nummer, das Telesales-Team mit Telefon-Verkaufs-Gruppe übersetzen können. Nachzulesen sind auch auf den vorausgegangenen Seiten Worte wie Marketing, Coaching und Win-Back-Aktion. Wie viele Abkürzungen und Anglizismen in der Berufswelt heute ein „Muss“ sind und wie viele bereits „Verdruss“ bringen, sollte letztlich jeder für sich entscheiden. Die Frage ist, ob wir noch die nötige Speed Control (... wie schön ... ein englischer Begriff ... aber bewusst gewählt) besitzen, um uns selbst hin und wieder diesbezüglich infrage zu stellen. In so manchen Präsentationen oder Fachvorträgen versteht man heute leider nur noch Bahnhof. Ich habe für mich diesbezüglich einen Kompromiss gefunden. Es sind im Beruf durchaus ausgewählte englische Begriffe erlaubt, da sie heute internationales Denken ebenso wie unterbewusst Fortschritt und Fachkompetenz vermitteln. Die Kerninhalte sollten hingegen unbedingt deutsch, einfach und nachvollziehbar gestaltet sein. Je einfacher Sie Ihre Botschaft auf den Punkt bringen, je besser Sie diese in einem einzigen Bild mit einer besonderen Emotion transportieren können, desto nachhaltiger und wirkungsvoller!

Schnellwirksame Sprache in Präsentationen

In dieser schnelllebigen Zeit heißt es immer öfter auf sich selbst aufpassen, sonst wird man plötzlich vom eigenen Tempo überholt. Natürlich brauchen wir auch englischsprachige Begriffe im Beruf, ebenso wie einige Abkürzungen. Diese sollten unsere Kommunikationsempfänger aber auch wirklich verstehen.

- **Der ProLa-Tipp** Wenn Sie beispielsweise in einer Präsentation mit Ihrer Rhetorik besonders wirken wollen, dann erreichen Sie das vor allem durch eine einfache und bildhafte Sprache. Folgende Spielregel: Formulieren Sie Ihre wichtigsten Punkten so, dass Sie ein Zwölfjähriger versteht, ohne dass es naiv klingt!

Was mit dem begleitenden Krankheitsbild, der übertriebenen „E-Maileritis“ gleichermaßen abgenommen hat, ist die Tiefe und Wirkung der einzelnen Botschaft.

Frei nach dem Motto: „Hast Du meine E-Mail gelesen? Nein, wenn es etwas Wichtiges gewesen wäre, hättest Du mich ja angerufen!“ 70 E-Mails pro Tag, Entschuldigung, wie soll das funktionieren? Vielerorts ist der E-Mailverkehr zur defensiven Absicherungskampagne verkommen. So kann ich wenigstens über meinen Versand nachweisen, dass der Empfänger die Nachricht bekommen hat, und bin damit bei Problemen auf der sicheren Seite. Das ist Teamarbeit in deutschen Unternehmen (TEAM = Toll Ein Anderer Macht's!). Und wenn auch erst nach Jahren ein Fehler zutage tritt, kann ich immer noch dank Datensicherung beweisen, dass ich unschuldig bin. Genau darin liegt wieder eines unserer enormen Zeitprobleme. Gerade in großen Unternehmen sind Führungskräfte und Mitarbeiter zu einem enormen Anteil ihrer produktiven Zeit ausschließlich damit beschäftigt, Sägeangriffe auf den eigenen Stuhl abzuwehren. Die Frage bei einem Fehler ist nicht, wer war es, sondern was können wir tun, dass so etwas nie wieder passiert? Vielen Firmen genügt in der Praxis die Antwort auf die erste Frage leider vollkommen.

„cc“ eine der gefährlichsten Kopfzeilen

Gemessen wird die Persönlichkeit heute offensichtlich nicht mehr an ihren Taten, sondern anhand des „cc-Status“ – der Zeile für den Empfang der Nachricht in Kopie. Frei nach dem Motto: „Je öfter ich bei wichtigen Unternehmensinformationen als Hauptempfänger oder zumindest im ‚cc‘ genannt werde, desto wichtiger bin ich.“ Ist es nicht spannend, dass gerade diejenigen, die sich über eine zu große Arbeitsflut beklagen, empört reagieren, wenn sie auch nur einmal im „cc“ nicht genannt werden? Sie können ja mal im größeren Unternehmen den Versuch machen und eine vermeintlich wichtige Botschaft in Kopie statt über den cc-Verteiler über den unsichtbaren bcc-Verteiler versenden. Allein die Tatsache, dass gewisse Namen hier nicht offen erwähnt sind, kann ganze Abteilungen in Alarmbereitschaft versetzen. Es ist immer wieder erstaunlich, mit wie viel Geschwindigkeit wir uns um Dinge kümmern, die uns nur bremsen!

Die „Plings“ und Fähnchen ausschalten

Wir Menschen brauchen circa zehn Minuten, um gerade bei komplexen Aufgaben ein entsprechend benötigtes Konzentrationsniveau zu erreichen. Wie soll das in der Praxis funktionieren, wenn Sie im Durchschnitt alle fünf Minuten von einem E-Mail-Info-Ton herausgerissen werden? „Pling, Sie haben Post!“ – welch eine lebenswichtige Nachricht!

- **Der ProLa-Tipp** Schalten Sie die Tonsignale einfach ab. Wie oft erledigen Sie Ihre Tagespost? Einmal pro Tag? Das Gleiche machen Sie künftig mit Ihren E-Mails. Wer es gar nicht lassen kann, lässt sich eben auf zwei Mal pro Tag ein. Aber bitte als Ritual zu festen Zeiten – allein dadurch nehmen Sie richtig an Tempo auf!

Zusammenfassend hat der E-Mailverkehr in Sachen Quantität erschreckende Ausmaße angenommen und leider gleichermaßen an Kommunikationsqualität verloren. Wer wirklich Wichtiges mitzuteilen hat, greift deshalb immer öfter wieder auf ein Telefonat oder ein persönliches Gespräch zurück. In diesem Sinne erlebt sogar der handgeschriebene Brief eine Renaissance. Der Brief, von Computerfreaks als „snail-mail“ (Schnecken-Post) verspottet, kann in vielen Fällen in puncto Aufmerksamkeit und Wirkung letztendlich deutlich schneller sein als sein digitaler Konkurrent. Ich spreche hier nicht von augenfälligen Massenmailings, sondern vom individuell gestalteten Informationsbringer. Wer noch deutlicher werden will, greift zum Füller. Überlegen Sie selbst, wann Sie einem anderen Menschen so viel wert waren, dass er Ihnen seine persönliche Handschrift widmete?

Dennoch werden heute im Alltag gerade wichtige Botschaften lieber „zeitsparend“ per E-Mail verschickt, statt das persönliche Gespräch zu suchen. Die Zeitersparnis liegt dann darin, dass der Empfänger oft nur mit Teilinformationen versorgt wird und diese obendrein nur kurz überfliegt. Allein aufgrund der einseitigen Art der Kommunikation fehlt es natürlich an Rückkopplung und der Möglichkeit zu Verständnisfragen. Diese werden aus Zeitgründen gar nicht erst gestellt und ebenso gibt man sich nicht die Blöße, etwas nicht verstanden zu haben, was im Nachhinein wiederum zeitintensive Besprechungen nach sich zieht.

Dechiffrierung von Smileys in E-Mails:

- :-) = lustig, fröhlich
- :-(= traurig, deprimiert
- :?-(= weinender Smiley
- :. = kein Kommentar, flüstern
- :<<< = wirklich sehr traurig
- :-() = schmerzhaft
- :-) = = bärtiger Smiley
- :-{) = schnauzbärtiger Smiley
- :~| = erkältet, verschnupft
- :0 = bitte nicht schreien
- :D = Plappermaul-Smiley
- :P = streckt die Zunge raus
- :X = trägt Fliege, Lippen versiegelt

:o)> = überrascht
;-) = zwinkernd, ironisch
:-I = gleichgültig
:'-) = weinen vor Freude
:-< = sehr traurig
:-(*) = Übelkeit
:---) = verlogener Smiley
:-/ = skeptisch
:-{} = Lippenstift tragender Smiley
:-=) = Smiley hat Hunger
:-O = gährender Smiley
:-z = wütend, Unlust
:o) = Knollnase

Hätten wir nicht unser tägliches „Businesstheater“, wüssten wir vor lauter Freizeit vermutlich manchmal nicht wohin?

Da eine E-Mail zudem aufgrund der Geschwindigkeit oft Emotionsentzug bedeutet, stillen viele diesen Durst in Form von Smileys am Ende ihrer Nachricht. Dieser kleine „Lächler“ kann die Botschaft in Kurzform jedoch nicht nur unterstreichen, sondern ebenso ironisch komplett infrage stellen. Bei der Vielzahl dieser grinsenden Strichgesichter ist heute schon eine Dechiffrierliste erforderlich. Die nebenstehende Entschlüsselungsliste hilft Ihnen im Alltag. Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Übersetzung Ihrer künftigen digitalen Eingangspost.

Wirkungsvolle Botschaften

Allem, dem wir in unserem Leben mehr Bewusstsein schenken, wird in irgendeiner Form qualitativ hochwertiger. Für den einen ist es die gesunde Ernährung, für den anderen die Leidenschaft eines Musikinstruments und für einen weiteren sein Sammeln von Bonsai-Bäumen. Wer jetzt bezüglich schriftlicher Kommunikation deutlich an Wirkung und damit an persönlichem Entwicklungs-Tempo aufnehmen möchte, sollte die Initiative ergreifen. Kaufen Sie sich wie bereits im ProLa-Tipp beschrieben einen richtig guten Füller. Und wenn Sie dies schon nicht wegen Ihres verbesserten Schriftbildes tun, dann können Sie diesmal Ihrem Ego etwas gönnen. Interessanterweise unterschreiben alle großen Persönlichkeiten wichtige Dokumente mit einem Füllfederhalter. Ganz automatisch katapultieren Sie damit nicht nur Ihren Status, sondern auch die Wertigkeit Ihrer Botschaften nach oben.

Schon Goethe drückte diese Erhabenheit in einem mit Tinte und Federkiel geschriebenen Satz aus: „Ich bin ein Weltenbürger, der keinem Fürsten dient.“ Eine mit Füller geschriebene Botschaft zeugt automatisch von entsprechendem Niveau, oder wie es der renommierte Hersteller von Füllfederhaltern Mont Blanc ausdrückt:

Schreiben ist ein Ausdruck von Individualität. Die Schrift hält unsere Gedanken fest, durch die wir Einfluss ausüben, Erfolge ernten, Gefühle ausdrücken. Schreiben ist ein Ausdruck der Kultur einer Gesellschaft. Alte Kulturen sind durch Handschrift überliefert worden. Schriften sind das Vermächtnis einer Gesellschaft an künftige Generationen. Womit jemand schreibt, ist Ausdruck seiner Persönlichkeit.

[Auszug aus: „The Art of Writing“, MONT BLANC]

Alles, was Sie nicht mit Füller schreiben, kann dann mittels E-Mail erfolgen. Bitte beachten Sie jedoch dabei:

1. Schreiben Sie *professionell langsamer* und achten Sie auf eine wertschätzende Formulierung.
2. Weniger Abkürzungen und nur gezielt eingesetzte Anglizismen.
3. Kommunizieren Sie *bewusst kindlicher* und somit öfter in einer Sprache, die ein Zwölfjähriger versteht, ohne dass es naiv klingt! Und gleichermaßen ist hier auch wieder die spielerische Kreativität erlaubt. Es gibt noch andere Formulierungen als „Mit freundlichen Grüßen“. Entfliehen Sie endlich dem mausgrauen Alltagsbrei und senden Sie individuelle Botschaften. Einige Beispiele: mit sonnigen Grüßen für das Solarunternehmen, mit musikalischen Grüßen für den Klavierbauer, mit erlesenen Grüßen für den Buchhändler etc.
4. Handeln Sie *erschreckend konsequenter* und überlegen Sie je nach Situation, ob ein persönlicher Kontakt im Einzelfall nicht viel schneller ist?

Sind Computer männlich oder weiblich?

Ein Spanischlehrer erklärte seiner Klasse, dass im Spanischen die Nomen entweder männlich oder weiblich sind. Das Haus „la casa“ ist weiblich, wobei der Bleistift „el lapiz“ männlich ist.

Als Schmunzel-Hausaufgabe gab der Lehrer den Studenten auf, nach Gründen zu suchen, warum der Computer männlich oder weiblich sein könnte.

Die Männergruppe entschied, dass dieser definitiv weiblichen Geschlechts sei, „la computadora“, weil:

1. niemand die wirkliche, innere Logik begreift;
2. die Sprache, die Computer benutzen, um untereinander zu kommunizieren, sonst keiner versteht;

3. auch der kleinste Fehler im Langzeitgedächtnis für den späteren „Gebrauch“ gespeichert wird;
4. wer einen Computer hat, mindestens die Hälfte seines Gehalts für Zubehör ausgeben muss.

Die Frauengruppe dagegen war sich sicher, dass der Computer männlich ist, „el computador“, weil:

1. um überhaupt was mit dem Ding anfangen zu können, muss man den Computer „anmachen“;
2. er hat eine Menge „auf dem Kasten“, aber kann trotzdem nicht selbstständig denken;
3. er sollte eigentlich bei der Lösung von Problemen helfen, die meiste Zeit ist ER aber das Problem;
4. sobald du dich für einen entschieden hast, wirst du feststellen, dass du schon einen Tag später ein besseres Modell hättest bekommen können.

Zeitpersönlichkeit

Der Speed-Control-Impuls von Felix Bank



Wann immer ich spannenden Menschen begegne, die nicht laut sind, aber etwas zu sagen haben, dann lausche ich auf. Ähnlich ging es mir bei Felix Bank, einem kreativen Unternehmer aus dem Raum Frankfurt. Er ist Inhaber des Unternehmens holzpost. Sein Slogan: „Alle ander’n kannst Du knicken!“ Und ich finde, das passt perfekt zu diesem Kapitel. Denn sicher erhalten Sie unzählige E-Mails, aber wann haben Sie schon einmal eine echte Holzpostkarte bekommen? Eine solche handgeschriebene Botschaft auf echtem Holz hat eine völlig andere Wirkung.

Doch wie entstand die Idee, eine holzpost-Firma zu gründen?

„Man kann alles als Postkarte verschicken, solange es frankiert ist.“ Das hatten wir vor etlichen Jahren zum ersten Mal gehört.

In einer langen skandinavischen Sommernacht, an einem einsamen See inmitten der Wälder Schwedens, beschlossen wir, dieses Gerücht auf die Probe zu stellen: Wir verschickten unsere Grüße auf gefundenen Brettchen aus Kiefernholz, ungewiss, ob sie ihre Ziele erreichen würden. Sie kamen an. Was uns aber noch mehr überraschte, war die Begeisterung, die diese ersten Holzpostkarten bei unseren Freunden und Verwandten auslösten. Die Idee für holzpost war geboren!

Heute ist aus der holzpost nicht nur ein erfolgreiches Unternehmen gewachsen, sondern auch die Beziehung zur Natur blieb als wichtiger Bestandteil erhalten. Seit Gründung der holzpost konnte diese eine Aufforstung von 11.000 qm Wald in Zusammenarbeit mit der Organisation PrimaKlima veranlassen.

Hier der Zeit-VIP-Impuls von holzpost-Unternehmer Felix Bank:

„Das bewusste Managen meiner zeitlichen Ressourcen stellt einen entscheidenden Erfolgsfaktor für mich und für das gesamte Unternehmen dar. Nicht ‚etwas richtig tun‘ sichert unseren Erfolg, sondern ‚das Richtige zur richtigen Zeit tun‘ verleiht unseren Entscheidungen Wirksamkeit. Die Basis unserer Kreativität ist die Methodik des Zeitmanagements!“

Und da ist es – das tägliche Prioritätenmanagement. Später gerne mehr dazu mit einem besonderen Werkzeug, genannt „Apfel-Liste“. Ein Dank an Felix Bank und in diesem Sinne weiterhin „gut Holz“!

Zeitpotentiale in den Besprechungswelten

Mit der Größe der Unternehmen und entsprechender Führungsverantwortung steigt heute der Besprechungsbedarf überproportional an. Solange es sich um „Bedarf“ handelt, ist die Welt noch in Ordnung. Dass sie dies in der Praxis oft leider nicht mehr ist, belegen heute Untersuchungen, wonach deutsche Führungskräfte rund 50 % ihrer Produktivzeit in Meetings verbringen (Abb. 2.1).

Kein Wunder, dass die Rufe der Mitarbeiter immer lauter werden: „Wir brauchen weniger Häuptlinge, mehr Indianer!“ Irgendwann einmal sollte das, was dort in all diesen Marathonsitzungen angesprochen wurde, eigentlich auch umgesetzt werden. Also ist es wenig überraschend, dass die nachfolgende Situation von Ralf M. (Produktionsleiter in einem Konzern zur Herstellung von Bearbeitungsstraßen) aus einer Besprechung stammt. Er beschreibt sein damaliges Erlebnis folgendermaßen:

Abb. 2.1 Besprechungen lassen immer öfter die Frage offen: Wo wollen wir eigentlich hin? In Sachen Quantität sind wir in der Meeting-Disziplin sicher Weltmeister. Nach der bekannten deutschen Qualität wird so mancher vergeblich suchen ...



„Ich bin wieder einmal auf dem Weg zu einer Besprechung. Die Einladung in der Hand haltend laufe ich zum Konferenzzimmer. Auf dem Weg überfliege ich noch einmal grob dieses Schreiben. Beim Betreten des Raumes grüße ich mit einem ‚Rundum-Guten-Morgen‘ die bereits eingetroffenen Mitstreiter. Ein schneller Blick gleicht den Verteiler ab – zwei aus dem Vertrieb, eine Person vom Marketing, ein Mitarbeiter aus dem Einkauf und eine Kollegin aus der Beschaffung, drei kann ich gar nicht zuordnen. Das Meeting beginnt. Gut, zur Eröffnung musste ich noch kurz ein Telefonat abweisen, doch dann war ich relativ aufmerksam. Ich warte auf mein Thema. Nach etwa zwanzig Minuten Besprechungszeit kommt mir das Ganze doch etwas seltsam vor. Ich ziehe noch einmal die Einladung heraus. Ich kann es kaum glauben, ich bin völlig blamiert, ich sitze schon die ganze Zeit in der falschen Besprechung. Es war mir damals extrem peinlich. Ich konnte es seinerzeit nicht offen zugeben. Schließlich tat ich so, als würde mich jemand per Handy aus der Besprechung rufen. Mit einem Schulterzucken ‚Tut mir leid, ich muss dringend zum Kunden‘ verlasse ich mit erhöhtem Pulsschlag den Ort des Geschehens.“

Die wichtigste Besprechungsfrage

Es gibt über das klassische Zeitmanagement vermittelt, zahlreiche hervorragende und wichtige Besprechungsregeln. Leider werden in der Praxis viel zu wenige davon umgesetzt. Noch schlimmer – die wichtigste, nachstehende Frage wird erst gar nicht gestellt.

- **Der ProLa-Tipp** Bei der heutigen Besprechungsflut sollte die erste Frage stets sein: Ist diese Besprechung irgendwie zu verhindern? Klingt vielleicht erschreckend konsequent, ist aber auch genau so gemeint. Bei dem heute kultivierten Besprechungswahn ist nahezu jede alternative Kommunikationsmöglichkeit ein zeitsparender Ansatz mit höheren Umsetzungschancen. Prüfen Sie Ihre Besprechungsfrequenz und handeln Sie!

Was lernen wir daraus? Interessanterweise bereiten sich die Teilnehmer auf Meetings sehr genau vor ... indem sie, während sie über den Flur gehen, noch einmal einen Blick auf das Thema werfen. Wichtige Spielregeln, wie ein störungsfreier Rahmen, sind selten gegeben. Der Erste telefoniert, der Zweite tippt noch am Laptop, der Dritte gibt noch eine Information über das Smartphone weiter. Wo sind wir denn – im Zoo? Ein Affentheater sondergleichen. Einige kommen zu spät, dafür wird gnadenlos das Zeitlimit überzogen, munter ins Wort gefallen, agendalos und völlig unstrukturiert kommuniziert. Hauptsache, am Schluss kann jeder eine neue Verwirrung bzw. ein neues Gerücht mit in die Abteilung nehmen. Da es keine wirklich konkrete Ziel- und Maßnahmenliste gibt, bleibt auch für das nächste Meeting ausreichend Spielraum für Ausreden rund um das Thema Umsetzung. (Abb. 2.2.)

Noch einmal: Für mich steht aus Sicht der Speed Control folgende Frage an erster Stelle: „Ist die Besprechung irgendwie zu verhindern?“

Das mag hart klingen, bestätigt aber Regel 3 der Speed Control – erschreckende Konsequenz. Wenn wir etwas quantitativ und qualitativ nicht in den Griff kriegen, müssen wir uns doch fragen, ob weniger nicht mehr ist? Der aufmerksame Leser mag jetzt denken: Wie soll das alles funktionieren?

Fragen Sie sich vor jedem Meeting: Gibt es wirklich keine Alternative dafür? Denken Sie beispielsweise an eine Telefon- oder Videokonferenz. Scype und Co. lassen grüßen, die technischen Möglichkeiten werden immer besser und gleichzeitig einfacher in der Anwendung. Sollten Sie dennoch ein Meeting einberufen müssen, dann denken Sie bitte daran: je kleiner die Gruppe, desto effektiver. Meiner Erfahrung nach könnten wir in den meisten Unternehmen 50 % der Meetings streichen. Und dies obendrein mit besseren Ergebnissen durch alternative Kommunikation bzw. speed-control-bewusste Planung im Vorfeld.



Abb. 2.2 Besprechungen sind in Unternehmen des Öfteren ein tierisches Erlebnis

Die gute, alte „SIZUKO-CD“

Wenn Sie sich selbst über das Meetingverhalten in Ihrem Unternehmen ärgern, empfehle ich Ihnen hiermit nachstehende, besonders direkte „Medizin“. Ich hatte diese schon in meinem ersten Vertriebsbuch zum Titel: „SIM-SALAWIN – mit Zauberei, verkaufen, begeistern und gewinnen“ beschrieben und möchte auch Ihnen dieses Werkzeug ans Herz legen.

- **Der ProLa-Tipp** Was Sie brauchen, ist ein Laptop und eine SIZUKO-CD. Diese CD beinhaltet eine preiswerte Software, die so manche Augen öffnet. Es geht darum, dass eine besondere Uhr vollflächig auf dem Bildschirm Ihres Laptops erscheint. Das Einzige, was Sie tun müssen, ist, die geschätzten Durchschnittgehälter aller Anwesenden beim Eintreffen eingeben. Diese Uhr läuft nun für alle sichtbar in EURO mit. So sehen Sie schwarz auf weiß, was jene Besprechung für Kosten verursacht. Schnell wird klar: „Bei uns gibt es keine 800-Euro-Entscheidung mehr mit einer 2.000-Euro-Personalanwesenheit!“

Ergänzend noch zum Thema Abkürzungen: SIZUKO steht für Sitzungskostenerfassung. Die CD wird zunächst als Demoversion installiert und kann so erst mal getestet werden. Weitere Informationen finden Sie im Anhang des Buches.

Die Ersatzfamilie in Besprechungen?

Ich habe mir immer wieder die Frage gestellt: Woher kommt eigentlich diese Flutwelle an Meetings, die unsere Unternehmen nicht nur in Deutschland, sondern ebenso in Österreich, Italien und der Schweiz überschwemmt? Natürlich gibt es hier verschiedene Gründe, die gut klingen, wie der erhöhte Informationsbedarf durch komplexer werdende Prozesse und Produkte. Doch sollte auch erlaubt sein danach zu fragen, wer die Meetings einberuft. Es handelt sich überwiegend um Fachkräfte, die in Führungspositionen befördert wurden. Leider bekamen diese oft gar nicht die Chance, zu wirklichen Führungspersonlichkeiten heranzuwachsen. So wird heute zudem immer seltener nach sozialer Kompetenz oder Effektivität befördert, sondern nach Anwesenheit. Sprich, derjenige, bei dem am Abend am längsten die Schreibtischlampe brennt, ist ein potenzieller Aufsteiger.

Die Meeting-Krankheit stillt später dann den Durst nach Ersatzfamilie, Zugehörigkeit und Selbstwert. Zu Hause wird man vielleicht schon lange nicht mehr mit wahrer Herzlichkeit und Freude erwartet. Doch hier in der Besprechung kann man dann sympathische Menschen treffen, hübsche Sekretärinnen einladen und zeigen, was man anscheinend alles drauf hat. Am liebsten auch gegen Ende des Arbeitstages, da sonst nur das triste Zuhause wartet. Wo soll bei diesen Dauerschichtarbeitern das Gefühl für den wahren Markt herkommen? Woraus sollen alle die inspirierenden Ideen aus Gesprächen mit anderen Denkweisen außerhalb der Firma folgen? Woher kommt die Fitness für wirklich wichtige Businessprints? Wo bleibt der Sinn für Familie, für soziale Verantwortung, für persönliche Weiterentwicklung? Es reicht heute anscheinend vollkommen aus, wenn solche Botschaften mit schönen emotionalen Bildern bestückt in der Imagebroschüre des Unternehmens abgehandelt werden.

Die Geschichten namhafter Unternehmen zeigen stets, dass besondere Erfolge nicht allein daraus erwachsen, dass Mitarbeiter immer brav den Mund halten und sich jeder gängigen Führungsmeinung anpassen. Erinnern Sie sich an die Aussage von Rey More, dem Senior Vice President von Motorola, in dem vorausgegangenen Kapitel. Dieses Zitat stammt aus dem Buch von Förster & Kreuz mit dem Titel „Alles außer gewöhnlich“, die diese Art von Menschen als Jasager, Kofferträger und Höflinge mit nur mittelmäßigen Ideen beschreiben. Die beiden haben Recht – wer zu schnell zu allem „Ja“ sagt, kann kaum den Kopf wirklich eingeschaltet haben. Speed Control empfiehlt wieder einmal: zuerst „professionell langsam“ denken, dann kindlich-kreativ angehen, aber auch erschreckend konsequent umsetzen.

Die Seminarlüge: „Ich ändere alles, auch die Besprechungen!“

Speziell zu Beginn meiner Führungsseminare schenke ich gerne „reinen Wein“ ein.

Eine Führungskraft kommt vom Seminarwochenende zurück. Die Botschaft zu den Mitarbeitern am Montagmorgen: „Künftig melden wir uns anders am Telefon, wir müssen unsere Besprechungsregeln optimieren, der Prozess im Bereich Verkauf wird komplett umstrukturiert, ab sofort gibt es ein effektives „Zehn-Minuten-Steh-Teammeeting“ und nicht zu vergessen, es kommt eine Bonbonschale für unsere Kunden an den Empfang.“

Die Mitarbeiter haben natürlich spontan folgenden Gedanken: „Aha, war er bzw. sie wieder auf einem Seminar? Das wird wieder besser, das sitzen wir aus ...“

So wird vieles im Sturm angekündigt, unbedacht und als Einzelkämpfer begonnen und verläuft später wieder im Sande. Das Einzige, was bleibt, ist die Bonbonschale, weil das die Empfangsdame in die Hand nahm und ihr selbst die Bonbons lecker schmecken.

Die Mitarbeiter haben intuitiv leider Recht, es ist teilweise über Jahre in der Praxis erlebtes Verhalten zu Workshops und Seminaren. Das Problem ist wiederum die Speed Control. Aus der eigenen Begeisterung heraus, gepaart mit heilvoller Seminargruppendynamik, versucht die Führungskraft, nun alles möglichst schnell umzusetzen. Ihr komplettes Umfeld war aber leider bei dieser Motivationswelle nicht dabei und kann deshalb wenig nachvollziehen, was dieser Mensch denn plötzlich alles will.

- **Der ProLa-Tipp:** Speed Control verlangt auch in puncto Seminar-Wissens-Transfer professionelle Langsamkeit, damit die ganze Abteilung später mit Tempo durchstarten kann. Das heißt, wir setzen zuerst ein wichtiges Ziel (... damit meine ich nicht die Bonbonschale) in die Tat um. Dieses sollte oben-drin nicht vorgegeben sein. Stellen Sie dem Team das Thema (nach Punkt 1 – professionell langsamer) vor und erzeugen Sie Betroffenheit (Was hat das mit uns zu tun? Warum ist das für uns so wichtig? Was haben wir davon?). Anschließend „zapfen“ Sie das Potenzial der Mitarbeiter an (nach Punkt 2

– gerne auch bewusst kreativer/kindlicher ...). Lassen Sie sich positiv überraschen, jetzt kommen nicht nur zahlreiche individuelle Umsetzungsideen, sondern auch der Umsetzungswille, da es nun langsam zum Projekt der Mitarbeiter bzw. Kollegen wird. Eines der stärksten Führungswerkzeuge lautet: Fragen statt sagen!

Anschließend vereinbaren Sie gemeinsame Maßnahmen und setzen diese wirklich in die Tat um (nach Punkt 3 – erschreckend konsequent). Nichts verläuft hier im Sande, es wird nachgehalten, kontrollt, hinterfragt, optimiert. Und erst wenn dieses Projekt selbsttätig läuft, folgt der zweite Punkt von der Umsetzungsliste aus dem Seminar. Auch dieses Dranbleiben an der eigenen Liste braucht natürlich „erschreckende Konsequenz“. Doch genau dies zählt zu den Dingen, die eine echte Führungspersönlichkeit auszeichnen.

Anruf von der Liege?

Modernes Management kennt heute anscheinend weder Uhr- noch Schutzzeit. Ich stehe im Kontakt mit einer Führungskraft eines internationalen Konzerns. Wir haben vor einer gemeinsamen Veranstaltung noch einige Details telefonisch zu besprechen. Da ich gerade auf Seminartour bin, biete ich der Dame an, dass sie mich nach der Maßnahme um 18.00 Uhr auf meinem Handy erreichen kann. Sie bittet daraufhin um einen Telefontermin gegen 20.00 Uhr, weil um 18.00 Uhr bereits ein Arzttermin ihrerseits ansteht. Gut, da ich sowieso den Abend im Hotel verbringen werde, stimme ich gerne dem 20-Uhr-Kontakt zu.

Um 18.00 Uhr klingelt mein Telefon, es ist die besagte Dame. Nach meiner Frage, ob ihr Arzttermin verschoben wäre, verneint sie dieses. Sie wäre bereits im Behandlungszimmer, jedoch sei der Arzt noch nicht bei ihr und sie dachte, in der Zeit könnten wir noch kurz unsere offenen Punkte besprechen!?

Hallo? Ich weiß, dass ich selbst manchmal mit Zeitherausforderungen kämpfe, aber hier scheint mir jemand deutlich erkrankt? Anrufe ausgehend von Arztliegen, direkt aus Meetings oder sogar von „Stillen Örtchen“ stehe ich mit einer natürlichen Ablehnungshaltung gegenüber. Das ist weder normal noch natürlich. Bitte rufen Sie mich von keinem der genannten Orte aus an. Erledigen Sie zuerst Ihr Vorhaben oder „Geschäft“! Danach können wir gerne über alles reden.

Zeitpersönlichkeit**Der Speed-Control-Impuls von Dr. Franz Alt**

17 Mio. Zuschauer sahen bereits Ende der 70er-Jahre regelmäßig sein politisches Magazin „Report“. Dr. Franz Alt ist Journalist, Reporter, Buchautor und das ökologische Gewissen der Deutschen. Schon zur Hoch-Zeit der Macht von Deutschlands Atomkonzernen forcierte er den Einstieg in eine „solare Weltrevolution“ und treibt die Energiewende bis heute wie kaum ein Zweiter in der Öffentlichkeit voran.

Zahlreiche Auszeichnungen, angefangen beim Menschenrechtspreis bis hin zum Europäischen Solar Award, zeugen von seiner Leistung. Weitere Infos: www.sonnenseite.com.

Natürlich freue ich mich sehr über seine persönliche Speed-Control-Botschaft zum Thema „Lernen aus Fehlern“ für dieses Buch:

„Es ist kein Fehler, wenn wir Fehler machen. Dafür sind wir Menschen. Aber es ist ein ganz großer Fehler, wenn wir aus Fehlern nichts lernen.“ Sonnige Grüße, Ihr Franz Alt.

Wie so oft kommen große Worte auf leisen Sohlen daher. Sie können also in der Geschwindigkeit des Alltags leicht überhört werden. Die Frage ist, ob wir aus unseren „energietechnischen Fehlern“ der Vergangenheit lernen. Das heißt: Was kann ich persönlich ab morgen zum ressourcenschonenden Umgang mit dem Thema Energie beitragen? Wen kann ich in meiner Firma bzw. in meinem Umfeld positiv dafür gewinnen? Wer einmal langsam darüber nachdenkt, kann danach gerne schnell handeln ;-). In diesem Sinne ein sonniger Dank an Dr. Franz Alt.

Zeitspar-Rasenmähen und andere private Tempofehler

Die Geschwindigkeitsfalle lauert überall, natürlich auch im Alltag, ganz privat. Nach der Rückkehr von Vortrags- oder Seminartouren hat meine Familie gerne „bodenständige“ Arbeiten für mich vorbereitet. Vielleicht sogar aus unbewusst guten psychologischen Gründen, damit ich nicht abhebe oder denke, ich müsste zu Hause noch die ganze Familie coachen. Ich glaube immer öfter, dass es hier gerade umgekehrt ist ...

Heute habe ich Glück gehabt: Es steht Rasenmähen an. Inzwischen mit einem männlichem Lieblingsspielzeug in Form eines kleinen Aufsitzmähers. Auch hier macht die Technik nicht halt. Immerhin verfügt das kleine, fahrbare Schneidgerät über drei elektronische Schaltstellen, von denen ich jede einzelne bereits erwünscht habe. Doch diesmal ist alles in Ordnung, eine Schlüsseldrehung und der Rasenmäher läuft. So kann Arbeit richtig Spaß machen. Ich mähe und mähe: „Komm, die Strecke um das Beet geht auch noch und das Grün vor der Terrasse muss doch ebenso noch in den Fangkorb passen.“ „Muss“ überhaupt nicht, „könnte theoretisch“ bzw. „praktisch niemals“, so später meine Erkenntnis. Denn auch in diesem Fall gilt das Gesetz der Speed Control.

Dieser Mäher kann sehr hilfreich sein, wenn er läuft und man ihn auch als echter ProLa bedient. Rumpelnd über die Rasenflächen, rechtzeitig rückwärts an die Grassammelstelle fahren, gemütlich im Sitzen mit dem rechten Hebel mechanisch den Fangkorb entleeren und weiter geht es. Von wegen: Das Grün vor der Terrasse hat noch Platz. Die Strecke um das Beet war schon gewagt. Was bleibt, sind der verstopfte Auswurfkanal und der überfüllte Fangkorb. Jetzt fahre ich natürlich zurück zu meiner Sammelstelle im Garten, verliere unterwegs so manches Grün, das ich später extra von Hand aufsammeln werde. Natürlich muss ich nun absteigen und kann aufgrund der Überfüllung samt Gewicht kaum den Fangkorb abmontieren. Da der Auswurfkanal bis in die Tiefe verstopft ist, mache ich mich auf die Suche nach einer Holzlatte. Irgendwann werde ich fündig und befreie damit den Kanal. Anschließend montiere ich wieder den Fangkorb, muss die Schutzvorrichtung umständlich aktivieren, die Latte wegräumen und einen Rechen samt Transportsack suchen. Jetzt kann ich endlich das auf dem Fahrweg durch die Überladung des Fangkorbes verlorene Gras aufsammeln. Es ist doch so schön, wenn man durch die eigene Geschwindigkeit auch privat so richtig viel Zeit „sparen“ kann (Abb. 2.3).

Sicherlich kommen Ihnen die folgenden Beispiele irgendwie bekannt vor: Wir kaufen wieder einmal einen Billigschraubendreher aus dem 99-Cent-Paradies und ärgern uns dann darüber, dass er bereits nach zehn massiven Schrauben seinen Geist aufgibt. Jetzt fahren wir extra in die Stadt zum Fachhandel, weil wir heute den Schraubendreher brauchen. Wir haben wieder einmal ein Papiertaschentuch



Abb. 2.3 Augen auf, es lohnt sich, auch im Privatbereich genau hinzusehen. Speed Control endet nicht an der Bürotür. Es gibt keinen geteilten Menschen – Zeit ist immer ein ganzheitliches Thema

mitgewaschen und zupfen jetzt in aufwändiger Handarbeit die einzelnen Flusen von der Wäsche. Ach, hätten wir doch nur kurz vorher die Taschen genau durchgesehen. Ein kleines Hautstückchen hängt dort am Finger zum Rand des Nagelbettes. Nein, ich hole jetzt keine Schere und zupfe es lieber schnell weg. Natürlich hat es sich dabei in die Länge gezogen und wir „genießen“ eine Woche lang die Miniaturentzündung. Den Zahnarzttermin haben wir gut und gerne zwei Jahre aufgeschoben, dafür gönnen wir uns jetzt zusätzlich zwei Folgetermine zur langwierigen Zahnfleischbehandlung. Für das Aufräumen des Kellers fanden wir in den letzten vier Jahren keine Minute Zeit, dafür suchen wir seit zwei Stunden dort genervt unsere Skistiefel. Weihnachten kommt dieses Jahr ganz überraschend am 24. Dezember. Natürlich haben wir die vielen Wünsche unserer Freunde über das Jahr

hinweg nicht notiert und irren jetzt zeitintensiv und gestresst durch die Einkaufspassagen ...

Lernbereitschaft, auch privat umzudenken?

Bei den auszugsweise dargestellten, privaten Bremsscheiben drängt sich mir schon wieder die Frage auf: „Sind wir denn wirklich so viel intelligenter als unsere tierischen Mitbewohner dieser Erde? Warum tun wir uns so schwer dabei, aus Erfahrungen der Vergangenheit zu lernen? Selbst eine Kuh, die einmal einen Stromstoß über das Weidezaungerät bekommen hat, wird diesen Effekt doch nicht täglich auf das Neue ausprobieren?“

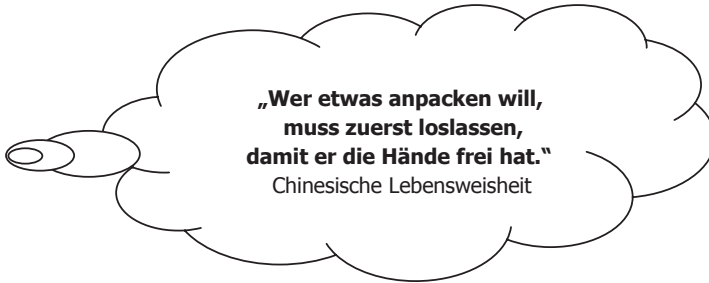
- **Der ProLa-Tipp** Machen Sie sich einen Spaß daraus, auch im Privatbereich Ihre persönlichen Tempoüberschreitungen zu entdecken. Wann waren Sie wieder einmal zu schnell und mussten dies dann anschließend mit deutlich mehr Zeit kompensieren? Ärgern Sie sich nicht, ändern Sie es künftig. Absolute Perfektion ist hier nicht das Ziel, sondern die Freude am Verbessern. Dazu gehört selbstverständlich das Kopfschütteln und Schmunzeln über die Entdeckung der eigenen paradoxen Verhaltensweisen. Immer wenn Sie schnell noch etwas erledigen wollen, sollte Ihnen das Wort „langsam“ zuerst in den Sinn kommen. Wie Sie dies im Alltag nicht vergessen, lesen Sie in Kap. 6 „Der Jo-Jo-Effekt und die Macht der Symbolik“.

Konsequente Entscheidungen

Dieses Buch soll einerseits bewusst wachrütteln, aber dennoch fair einige meiner Meinung nach wichtige Hintergründe aufzeigen. Etwas in unserem Leben besser, langsamer, bewusster zu tun, braucht ebenso den Mut zur Entscheidung, Dinge auch loszulassen.

Wenn ich heute in der Freizeit aktiv fünf verschiedene Sportarten betreibe, Mitglied in vier weiteren Vereinen bin, jede Woche mindestens drei gesellschaftlichen Verpflichtungen nachgehe, leidenschaftlich gerne zwei Musikinstrumente spiele und dabei noch der Familie ausreichend Zeit widmen will ... dann bleibt nur eins: den Job an den Nagel zu hängen.

Natürlich, dies wäre vermutlich die unsinnigste aller Entscheidungen, soll jedoch den heutigen „Privat-Stress-Wahnsinn“ deutlich machen.



Punkt 3 der Speed Control wird immer öfter zur Herausforderung auch im privaten Bereich. Es geht um Konsequenz, eben um konsequente Entscheidungen. Keiner entkommt der Tatsache, dass Zeit das am demokratischsten verteilte „Kapital“ auf Erden ist. Wir haben alle 24 h pro Tag zur Verfügung. Damit bleiben uns stets zwei Entscheidungswege offen. Nummer eins: Will ich das, was ich tue, bewusster, besser und erfolgreicher tun? Dann muss ich zwangsläufig andere Dinge auch loslassen können. Oder Nummer zwei: Will ich alle Dinge weiterhin tun, dann muss ich ein gewisses Maß an Oberflächlichkeit und Unvollkommenheit akzeptieren. *Das Problem von negativem Stress ist, dass die meisten Menschen diese Entscheidungswege nicht akzeptieren wollen und ihre Entscheidung nicht bewusst fällen.*

Vielleicht tut es Ihnen gut zu wissen, dass wir alle in einem gewissen Mix aus beiden Entscheidungswegen leben. Speed Control soll hier das Gedankengut des ersten Entscheidungsweges vor allem im Alltag hochhalten, ohne dabei jedoch den zweiten Weg komplett zu verdammen. Beide gehören zu unserem Leben, so auch der Kompromiss. Genauso stehen Unternehmen heute vor der Entscheidung, bei welchem Preis sie dem Kunden noch welche Qualität und welche damit verbundene Dienstleistung bieten können.

Im Zweifelsfall Qualität

Kann ich mir das leisten? Keine Qualität kann richtig teuer werden. Ich weiß, dieser Qualitätskaufempfehlung steht nicht selten der eigene Geldbeutel im Wege. Natürlich kann ich mir nicht alles in der besten Qualität leisten. Bestimmt aber viel mehr davon, ohne dass es mich tatsächlich mehr kosten wird, und obendrein mit viel mehr Freude.

- **Der ProLa-Tipp** Entscheiden Sie sich im Zweifelsfall für die Qualität. Hochwertige Lebensmittel beispielsweise zahlen sich ebenso aus wie hochwertiges Werkzeug. Automatisch wird hier der Spareffekt mitgeliefert. Mittels hochwertiger Lebensmittel, ernähre ich mich meist bewusster und brauche obendrein durch die Qualität eine geringere Menge. Dadurch spare ich über diese Qualität an Quantität, führe meinem Körper die besseren Energien zu, die wiederum in Leistungs- und Gesundheitsrendite an uns zurückfließen. Die Frage bleibt, ob diese Lebensmittel nun wirklich teurer sind? Egal, was Sie in Zukunft kaufen, sagen Sie sich viel öfter: „Ich habe weder Geld noch Zeit für schlechte Qualität.“ Wenn Sie sich dadurch beim Einkaufen zumindest nur bei jedem zweiten Produktkauf für echte Qualität entscheiden, wird sich nicht nur Ihre Speed Control maßgeblich verbessern.

Ein ProLa tut weit mehr Gutes, als „nur“ seine eigene Lebensqualität zu verbessern

Es ist meiner Meinung nach durchaus fair, einen günstigeren Preis zu bieten, wenn der Kunde dafür ein Weniger an Qualität oder Dienstleistung bewusst in Kauf nimmt. Das Problem ist heutzutage, dass der Verbraucher hier oft durch die Illusion manipuliert wird, dass billigster Preis gepaart mit bester Qualität und einzigartiger Dienstleistung funktioniert. Und es funktioniert eben nicht, kann es gar nicht! Mit einer Ausnahme, auf Kosten anderer! Illegal abgeholzte Tropenhölzer aus Laos oder Arbeiten aus Straflagern in Fernost sind nur zwei Beispiele für die Grundlage dieser Illusion. Doch es ist und bleibt eine Illusion, wenn wir denken, dass diese kurzfristige „Schnelligkeit“ nicht langfristig zu uns zurückkommt. Die ersten Auswirkungen in Form von zunehmender Verarmung, Lebensmittelknappheit und Klimawandel spüren wir längst schon. Dieser Gedanken zu Ende gedacht bedeutet, dass ein ganzheitlicher ProLa weit mehr Gutes tut, als nur seine eigene Lebensqualität zu verbessern.

Glorifizierung der Vergangenheit

Je länger Erfahrungen zurückliegen, desto eher besteht die Tendenz, dass wir Menschen sie positiver sehen, als sie tatsächlich erlebt wurden. Daher auch die Auffassung häufig älterer Menschen: „Damals war alles besser.“ Das Problem dabei ist, wenn das Vergangene glorifiziert wird, dann hat das Der-

zeitige kaum eine faire Chance zur positiven Wahrnehmung. Damit kann allein durch diesen Filter das „Ist“ und das „Kommt“ nur schlechter werden.

Die positive Botschaft: Niemals zuvor hatten wir Menschen so viel Wissen und damit verbunden so viele Umsetzungschancen in Sachen Umdenken und Handeln. Das, woran wir Scheitern, ist das bereits angeführte, wichtigste Zauberwort unserer Zeit: „TUN!“

Zeitpersönlichkeit

Der Speed-Control-Impuls von Joey Kelly

Alles begann mit einer Wette. Es ging um Ausdauersport als Ausgleich zu seiner Arbeit mit der legendären „Kelly Family“, die in den neunziger Jahren große musikalische Erfolge feierte. Dort fungierte Joey Kelly nicht nur als Musiker, sondern auch als Geschäftsführer der Familie. Dies lehrte ihn, mit absoluter Disziplin und viel Ehrgeiz seine Ziele zu erreichen und sich zukunftsorientiert neue Ziele zu setzen.



Er absolvierte über 40 Marathons, über 30 Ultramarathons, neun Wüstenläufe, drei Mal das Radrennen „Race Across America“ von der West- zur Ostküste der USA und viele andere Herausforderungen mehr. Bis heute hält er mit acht Ironman-Triathlons innerhalb eines Jahres den Rekord. Einzigartig ebenso das Projekt „Der Wettlauf zum Südpol“ (100 Jahre nach dem legendären Wettkampf zwischen Scott und Amundsen), den Joey Kelly zusammen mit ZDF-Moderator Markus Lanz in der Antarktis absolvierte. 500 km bei minus 30 Grad und

starkem Wind auf 3.000 m Höhe – eine unglaubliche Leistung. Der bekannte Ausdauersportler und Unternehmer ist regelmäßiger Gast in Fernsehshows und sorgt immer wieder für neue, hochspannende Ziele.

Der Speed-Control-Impuls von Joey Kelly:

„Für mich ist die richtige Zielsetzung wichtig im Leben. Nicht nur beruflich, sondern auch sportlich sollte man ein Ziel vor Augen haben. Dies muss nicht direkt ein Marathon sein, im Bereich des Laufens können auch kürzere Distanzen wie beispielsweise ein Halbmarathon ein Ziel darstellen, um seinen Körper fit zu halten. Mir hat die richtige Zielsetzung zu einer höheren Lebensqualität verholfen.“

Und exakt darum geht es. Ziele als Motor, Zwischenziele als Treibstoff. Schön, dies aus dem Mund eines unserer Prominenten zu hören. Zeitgewinn in Form von höherer Lebensqualität kommt nicht aus dem luftleeren Raum, sondern aus dem Wissen von Ursache und Wirkung. Vielen Dank für diesen wegweisenden Impuls von Joey Kelly.

Präsentationen mit langsamem Speed

Ich wurde vor Jahren als Coach für das Marketingteam eines namhaften Brillenglaserherstellers engagiert. Die ersten Präsentationen dieses Teams waren für mich seinerzeit eher mäßig. Ich traue mich das hier so offen anzusprechen, da selbige Mannschaft (und natürlich Frauschaft) heute deutlich professioneller ist und die Ausgangslage für mich beispielhaft auf zahlreiche andere Branchen zutrifft. Die Aufgabe dieses Marketingteams ist es unter anderem, einmal im Jahr bei der Saisonauftaktveranstaltung den rund 80 Außendienstmitarbeitern samt anderen Kollegen die Neuheiten des Unternehmens vorzustellen. Und allein in diesem einen Satz sind schon zahlreiche Herausforderungen versteckt eingebaut.

Die Kollegen sieht das Marketing in dieser Vollzähligkeit wirklich nur einmal im Jahr. In der restlichen Zeit sind sie in alle Winde verstreut, und es bleiben nach der Veranstaltung als alternative Kommunikationswerkzeuge nur E-Mail und Telefon. Die zweite Herausforderung ist für mich in den Worten „Neuheiten vorstellen“ enthalten. Vorstellen könnte man auch mit „zeigen“ übersetzen – alles in allem schon im Wort kaum mit der Verpflichtung zur Qualität, noch wichtiger ohne Verpflichtung zur Emotion. Ersetzen Sie das Wort „vorstellen“ doch einmal durch „begeistern“ oder „faszinieren“.

Was aus beiden Herausforderungen zusammen bleibt, ist für mich folgende Essenz: „Wir müssen unsere Kollegen an diesem Tag für die Neuheiten faszinieren!“ Warum? Ganz einfach, wenn uns dies nicht gelingt, müssen nachträglich andere Maßnahmen folgen, die allesamt deutlich zeit- und kraftaufwändiger sind.

Der Vertrieb ist der Kunde des Marketings!

Dieser Satz ist nicht gleichbedeutend mit der Vorstellung, dass das Marketing dem Verkauf hörig ist. Dennoch entsteht hier eine deutliche Verpflichtung, den eigenen Job auf den Begeisterungsfaktor seinen internen Kunden gegenüber zu prüfen.

Meiner Meinung nach ein weiterer, sehr wichtiger Leitsatz dazu: *„Ein Mensch übertrifft nicht seine eigenen Erwartungen.“*

Solange also das Marketingteam in der Denkwelt lebt, Produkte „nur“ vorzustellen, wird die Präsentation voraussichtlich auch genauso aussehen. Was dann bleibt, ist die Hoffnung, dass der Vertrieb von sich aus die Energie aufbringt, diese Produkte wiederum beim Kunden begeistert zu präsentieren. Schafft er dies nicht, werden eben langfristig auch Mitarbeiter im Marketing eingespart. Komprimiert könnte man ebenso sagen: „Das Marketing entscheidet an diesem Tag indirekt über die eigenen und die vielen Arbeitsplätze von unmittelbaren Kollegen!“ Alles in allem eine enorme Verantwortung und Verpflichtung sich selbst und den Kollegen gegenüber. Mit diesem Wechsel auf den Standstreifen oder auch die Denkspur (Punkt 1 – *professionell langsamer*) erhält diese Veranstaltung eine völlig neue Wertigkeit.

Vervielfachen Sie Ihre Wirkung

Einer der häufigsten Fehler, der mir in meinen Präsentations- und Rhetorikseminaren begegnet, ist neben mangelnder Begeisterungsfähigkeit die Tatsache, dass die Teilnehmer zu früh, zu schnell und zu viel sprechen. Nachstehend ein ProLa-Tipp, wie Sie Ihre Wirkung künftig vervielfachen:

- ▶ **ProLa-Tipp** Wenn Sie vor Ihr Publikum treten, gehen Sie langsam zur Mitte, stellen sich schulterbreit hin und ... sagen nichts. Sie lesen richtig, Sie sagen erst einmal gar nichts. Stattdessen sehen Sie Ihrem Publikum einmal bewusst von links nach rechts tief in die Augen. Warten Sie eine weitere Sekunde, und dann erst beginnen Sie zu sprechen. Ich verspreche Ihnen, dass Sie diesen Vorsprung an Aufmerksamkeit genießen werden. Es ist unglaublich, welche Spannung sich allein dadurch zu Ihrem Thema aufbaut. Langsamkeit ist hier nicht nur schneller für den Transfer Ihrer Botschaft, sondern auch noch wirkungsvoller! Viele, die diese Anweisung nur lesen, können den Effekt kaum glauben. Wer jedoch seine Wirkungssteigerung per Video in der Praxis gesehen hat, wird nie mehr anders auftreten¹.

¹ Mehr dazu auch im Buch „Showtime – Standing Ovationen für Ihre Präsentation. Menschen überzeugen, begeistern und bewegen!“

Wie lief die ganze Präsentation früher bei dem Brillenglashersteller ab? Wenige Tage vorher wurde von jedem Mitglied der Marketingabteilung isoliert für seinen Bereich eine Power-Point-Schlacht vorbereitet. Aufgrund von Zeitmangel natürlich textlich möglichst viel vom Vorjahr übernommen. Dazu die schönen Bildchen neuer Produkte, samt technischer Details, die kein Endkunde der Welt je verstehen würde. Fertig war die Präsentation und so ging man „hochmotiviert“ an den Start. Natürlich erstickte die eigene Motivation schon allein am schlechten Gewissen aufgrund der unzulänglichen Vorbereitung. Ebenso an den Zweifeln, ob sie überhaupt ankommt, getragen von einer ganzheitlichen Präsentationsunsicherheit. Gefolgt von dem Ziel, die eigene Präsentation möglichst schnell durchzuziehen, damit das „Feindbild Verkauf“ (Entschuldigung) nicht noch dumme Zwischenfragen oder Einwände anbringen kann. Leider sieht so das unausgesprochene Schnittstellen-denken in 80 % aller Unternehmen aus.

Sie erinnern sich an den Satz: „Wer A sagt, muss nicht B sagen, er kann auch erkennen, dass A falsch war.“ Hierin steckt auch für die Situation des Brillenglasherstellers enorm viel Wahrheit. Wir sind gemeinsam Schritt für Schritt dieses Thema angegangen. Und so war es mir eine persönliche Freude, wie dieses Marketingteam stetig besser wurde. Es denkt immer öfter in Nutzenargumentationen für den Endverbraucher, in emotionalen Bildern, in der Vereinfachung komplexer Sachverhalte und in Lust samt Freude der Zuhörer an den neuen Produkten.

Kreativität und Wirkung – ein unzertrennliches Team

Der Impuls, dieses Marketingteam des Brillenglasherstellers zu trainieren, ging vom Vertrieb aus, mit dem ich schon einige Jahre vorher zusammenarbeiten durfte. Je besser deren eigene Kundenpräsentationen wurden, desto weniger waren sie wiederum bereit, intern wenig begeisternde Power-Point-Präsentationen zu ertragen. Es fehlte dort an der richtigen Dosis aus Punkt 2 „*bewusst kindlicher denken*“ bzw. der Faszination. Vor allem die Kreativität erstickte in unübersichtlichen Power-Point-Charts. Emotionalität und Transfermöglichkeiten waren laut deren Aussage kaum zu entdecken. Ich spreche von diesen Verkaufsteams durchaus mit etwas Stolz. Diese sind über die Jahre trotz zunehmenden Konkurrenzdrucks zu besonderen Vertriebspersönlichkeiten, jeder auf seine Art, gewachsen. Dass dies auch der Erfolg am Markt belegt, ist nur eine Seite der Medaille.

Ausgezeichnet sind heute insbesondere die Kreativität und Wirkung der einzelnen Verkäufer beim Kunden. Hier wird beispielsweise nicht einfach von einer neuen Glasbeschichtung gesprochen. Nein, diesen selbstreinigenden „Lotus-Effekt“ darf der Augenoptiker vor Ort erleben. Dabei zieht der Kunde mit einem dicken

Textmarker zwei Striche über ein Brillenglas, die sich wie durch Zauberei sofort wieder selbstreinigend in Luft auflösen. Natürlich staunt der Optiker über diesen Effekt und natürlich wird er dies auch wiederum seinen Kunden aktiv erleben lassen und selbstverständlich ist auch dieser davon viel mehr beeindruckt als von einem sachlichen Satz in der Produktbeschreibung.

Erlaubt ist, was zur Situation und Persönlichkeit passt. Bei einer Abendschulung hatte einer dieser Verkäufer die Aufgabe, die Mitarbeiter eines Augenoptikers für die Vielzahl der Brillenglasmöglichkeiten zu begeistern. Und er erklärte dies nicht anhand von komplizierten Sphären, Eyemover-Quotienten und Astigmatismus-Formen.

Sondern anhand von Pudding! Er machte sich im Vorfeld intensiv Gedanken zu seiner Präsentation und staunte in einem Supermarkt selbst nicht schlecht, wie viele Puddingsorten für wie viele Bedürfnisse es heute gibt. Dann kaufte er sich diese enorme Auswahl und brachte später jede Puddingsorte (auf der Rückseite beschriftet) mit einem der Brillenglasprodukte kreativ in Verbindung. Kein Wunder, dass diese „Berliner Puddingschulung“ bei den Kunden nicht nur im Gedächtnis bleibt, sondern auch begeistert aufgenommen wurde. Die zahlreichen Weiterempfehlungen an andere Optiker brachten diesem Verkäufer Pudding-freudige Umsätze! Glückwunsch, so arbeitet ein echter ProLa! Dadurch, dass er sich intensiv vorbereitet hatte, spart er sehr viel Zeit. Bei einem Kunden, der seine Präsentation erlebt hat, braucht er nicht täglich vor der Tür zu stehen. Diese Zeit kann er sich jetzt sparen, da er durch seine einzigartige Präsentation zumindest die nächsten Monate im Kopf seiner Kunden positiv präsent ist.

Körpersprachewissen spart Zeit

Wer die Körpersprache von Menschen lesen kann, ist nicht nur in Sachen Tempo auf der Überholspur. Sie wissen mit höchster Wahrscheinlichkeit frühzeitig, ob der Kunde kaufen möchte oder eben nicht. Sie wissen, ob Sie Mitarbeiter wirklich überzeugt haben oder eben nicht. Sie wissen, ob Ihr Gegenüber tatsächlich handeln wird oder eben nicht!

- ▶ **Der ProLa-Tipp** Wenn Ihr Gegenüber sich im Gespräch plötzlich verschließt, weil ihm beispielsweise eine Aussage nicht „geschmeckt“ hat (zum Beispiel: Arme werden verschränkt, zusätzlich bestätigt durch Mimik), dann müssen Sie enorm viel Zeit und Energie investieren, um diesen kommunikativ wieder zu öffnen. Anders geht es viel einfacher. Öffnen Sie zuerst wieder dessen Körpersprache, dann kann auch Ihre Argumentation viel direkter öffnen. Wie

das geht? Stehen Sie mit dem Gesprächspartner auf, zeigen Sie ihm etwas im Raum. Geben Sie dem Kunden einen Flyer in die Hand, reichen Sie ihm einen Kaffee oder Tee. Fast alles, was jetzt die verschränkten Arme wieder öffnet, ist erlaubt. Freuen Sie sich darüber, dass die Gegenargumente „plötzlich“ gar nicht mehr so groß sind. Sie haben sie/ihn über das Unterbewusstsein „geöffnet“, letztendlich viel Zeit gespart und das wieder durch professionell langsames Lesen der Körpersprache samt entsprechendem Handlungswissen.

Zeitpersönlichkeit

Der Speed-Control-Impuls von Mario Adorf

Mario Adorf gilt mit über 120 Filmen und Fernsehrollen als einer der bekanntesten und beliebtesten Schauspieler Deutschlands. Wer die Liste seiner Regisseure in den Händen hält, liest die Hitliste des Weltkinos: Sam Peckinpah, Franco Rossi, Wolfgang Staudte, Edgar Reitz, Billy Wilder, Volker Schlöndorff, Helmut Dietl, Rainer Werner Fassbinder, Claude Chabrol und Sergio Corbucci, einer der Väter des Italo-Western.

Mario Adorf wählt seine Fernsehrollen stets bewusst aus: von Brechts „Herr Puntila und sein Knecht Matti“ über „Via Mala“, „Kir Royal“, „Allein gegen die Mafia“, „Der große Bellheim“ und „Der Schattenmann“ bis hin zu „Die Affäre Semmeling“. Alle Auszeichnungen Adorfs aufzuführen würde den Rahmen sprengen, doch nachstehend einige Besonderheiten: Diva – Hall of Fame (Lifetime Achievement Award), Kultur-Bambi, Cine-Merit-Award (zum ersten Mal erhält ein Deutscher den Hauptpreis des Münchner Filmfests), Deutscher Bundesfilmpreis, Großes Bundesverdienstkreuz, Bayerischer Fernsehpreis, Adolf-Grimme-Preis, Deutscher Filmpreis, Goldene Kamera, Bambi u.v.m.



Karl Lagerfeld, einer der Gratulanten zu seinem „runden“ Geburtstag, drückte es seinerzeit so aus: „Mario wird nicht 80, sondern 2 mal 40, das passt viel besser zu ihm.“ Dass dieser Satz stimmt, zeigt sein aktueller Terminkalender.

Der Speed-Control-Impuls von Mario Adorf:

„Ich halte mich für einen grundsätzlich großzügigen Menschen. Aber schon seit einem guten Jahrzehnt stelle ich fest, dass ich mehr und mehr mit der mir verbleibenden Zeit sparsam umgehe, und nenne dies meinen ZEITGEIZ.“ Mario Adorf

Vielen Dank für diese prominente Botschaft mit geballter Lebenserfahrung. Dies ist sicher eine der wenigen Situationen, in denen Geiz zur Tugend wird. Also halten Sie es wie Mario Adorf – werden Sie bewusst zeitGEIZIG und bleiben Sie ansonsten großzügig! Foto: Widex Hörgeräte

Noch einmal: „Geht nicht, gibt's nicht!“

Manche zweifeln immer noch: Diese spielerische Kreativität nimmt mir doch im harten Berufsleben die Seriosität und Glaubwürdigkeit? Meine Gegenfrage: Denken Sie, dass eine langweilige 54-Charts-Umfassende-Powerpoint-Präsentation mit unleserlichen Zehn-Punktschriften ein gutes Bild von Ihnen hinterlässt? Kreativität, Wirkungssteigerung, Faszination – dies alles sind Faktoren, die gleichermaßen für einen ProLa wichtig sind und keineswegs laut oder übertrieben aufgetischt werden sollten. Denn nach wie vor gilt der Satz von Hippokrates: „Ob etwas Gift oder Heilmittel ist, bestimmt allein die Dosis!“ Wobei mir die Praxis zeigt, dass diese im Alltag fast immer zu niedrig und nicht zu hoch angesetzt wird.

Richtig platziert, ist das Werkzeug der kreativen Emotionen ein enormes Zeitsparinstrument, da es bei den Menschen beides, Geist und Herz, wirklich berührt und damit direkte Handlungswege eröffnet. Dass dies nicht nur überaus erfolgreich, sondern ebenso seriös sein kann, belegt das 75. Jubiläumsjahr der LBS (Landesbausparkasse) in Bayern. Durch ein gemeinsames Konzept wurde hier das gesamte Jahr zum „Zauberhaften Jahr“ ausgelobt. Wohlgemerkt eines der besonders erfolgreichen Bausparjahre in der Geschichte der LBS. Überall in den LBS-Geschäftsstellen und bei den Partnern der Sparkassen wurde nun mit kleinen Bauspar-Kunststücken gezaubert. Dem Kunden konnte hier als Vorhersage seine gewünschte Bausparsumme genannt werden, ohne dass er diese ausgesprochen hätte. Die Wertigkeit seiner Investition und der Nutzen daraus wurden dem Kunden durch eine kleine optische Illusion verdeutlicht. Ein 50-Cent-Stück symbolisch als Einlage des Kunden, verwandelte sich plötzlich in den 1-Euro-Gewinn. Die künftigen Bausparer waren emotional und als Menschen berührt. Das Bild des

sterilen und zugeknöpften Finanzberaters verflog wie durch Magie. Die Tür zum Verkäufer als Mensch und zum Vertrauen in das Unternehmen wurde damit geöffnet. Da ist es wieder, das Kind von Punkt 2 – kindlicher zu denken, Mut zur Kreativität, gewohnte Denkbahnen aktiv zu hinterfragen, auch einmal Regeln zu brechen. Kaum ein Berater der LBS hatte wohl gedacht, dass er im Jubiläumsjahr mit seinen Kunden zaubern würde.

Natürlich war die Zauberei nur ein Transfermittel zu noch mehr Kundenemotionalität und engerer Kundenbeziehung. Vielleicht auch das Sprungbrett zum Mut, gemeinsamen völlig neue Wege zu gehen. Intern schienen nicht nur zahlreiche Mitarbeiter, sondern ebenso die Führungskräfte daran zu wachsen. So findet schließlich folgende unvergessliche Präsentation des Vorstandes der LBS Bayern statt:

Rund 100 Mitarbeiter haben sich im Vortragssaal versammelt. Es geht um aktuelle Leistungszahlen, Marktanalysen, Zukunftsprognosen und neue Projekte. Der Vorstand begrüßt in freundlicher Art und Weise die Mitarbeiter und steigt direkt in die thematisch bedingt zahlenlastigen Informationen ein. Er ist seinem Status entsprechend korrekt gekleidet. Schwarzer Anzug, dunkles Business-Hemd, LBS-Krawatte und Weste mit Sakko. Während seiner Präsentation beginnt er plötzlich, sein Sakko aufzuknöpfen. Gut, mögen viele denken, da oben auf dieser Bühne ist es doch deutlich wärmer, außerdem hat er damit mehr Bewegungsfreiheit. Weit gefehlt, das wird den meisten im Saal deutlich, als der Chef das komplette Sakko leger über den Stuhl hängt. So hatten die Mitarbeiter ihren Vorgesetzten bei solch einer wichtiger Veranstaltung noch nie erlebt! Neugierde gepaart mit Unsicherheit beginnt sich auszubreiten. Dem ein oder anderem im Saal dürfte es deutlich wärmer als dem Vorstand geworden sein, als dieser, nebenbei die Zahlen referierend, auch noch seine Weste auszieht und diese sauber über den Stuhl hängt. Spätestens jetzt, als er zudem den Krawattenknoten öffnet, hätte wohl keiner mehr den Saal verlassen, ohne das Ende der Veranstaltung mitzuerleben. Spannung liegt in der Luft. Nachdem die Krawatte abgelegt ist und der erste obere Hemdknopf zudem geöffnet ist, verlieren natürlich die gleichzeitig präsentierten Zahlen deutlich an Bedeutung. Die Zahlen waren dem Insider sowieso schon bekannt und konnten für diese Sequenz obendrein im Handout nachgelesen werden.

Die Darbietung nähert sich dem Höhepunkt, als der Vorstand schließlich auch die restlichen Hemdknöpfe öffnet. Dann ist es soweit. Er legt auch noch sein Hemd ab. Darunter trägt er ein schwarzes T-Shirt.

Darauf ist in großen Buchstaben zu lesen: „Spießer“ Ein Raunen geht durch den Saal. Er dreht sich langsam um. Auf seinem Rücken steht: „Nein, Bausparer!“ Die aufgebaute Spannung entlädt sich in begeisterndem Applaus.

Das war die sicher einzigartige Ankündigung eines ProLa der seinerzeit sehr erfolgreichen „Spießer-Werbekampagne“. Die Botschaft, die dahintersteckt, ist, dass

ein konventioneller Bausparer, der vielleicht von sehr risikobereiten Anlegern als „Spießer“ belächelt wird, hinterher der Gewinner ist und sogar stolz darauf sein kann, später als solcher bezeichnet zu werden.

Die Herausforderung der LBS ist es stets, diese Botschaft zu allen Mitarbeitern und den weitverzweigten Sparkassenpartnern zu transportieren. Doch dies schien hier schon weitestgehend gelöst. Das Erlebnis der besonderen Auftaktveranstaltung sprach sich blitzschnell herum. Zumindest im eigenen Hause gab es wohl schon am nächsten Tag kaum mehr jemanden, der nicht von der besonderen „Spießer-Kampagne“ wusste. Und natürlich musste diese Welle weitergetragen werden (Punkt 2 weiterführend *kindliches Denken*, Punkt 3 *konsequente Umsetzung*). So gab es natürlich auch Spießer-Tassen, Spießer-T-Shirts, es gab sogar Spießer-Flip-Flops. Diese Strandschlappen zeichneten sich wiederum durch eine Besonderheit aus. In deren Sohle war in negativer Schrift „Spießer“ eingeprägt. Lief man damit also durch den Sand, hinterließ das eine deutliche Spießer-Spur. Es folgten über einen Fotowettbewerb zahlreiche Strandbilder von Spießern am Pool samt Sandspuren und es wurde sogar ein Spießer Fanclub von begeisterten Freaks gegründet, der auch aktiv über die Internetforen agierte. Welche eine „kindliche“ Erfolgswelle!

Fünf Drucker für vier Mitarbeiter

Ich bin bei einem mittelständischen Unternehmen in der Medizintechnik zu einem Analysegespräch. Auf dem Weg ins Chefbüro fallen mir rechter Hand fünf Drucker ins Auge. Es stellt sich die Frage, warum braucht diese Firma bei vier Mitarbeiter an diesem Standort fünf Drucker. Das ähnelt ja fast einer Drucker-Warteschlange vor dem Chefbüro. Oder gibt es hier einen internen HP-Sponsor? Natürlich frage ich später den Geschäftsführer persönlich. Dieser beschreibt mir seine Situation, dass zu den verschiedenen Briefdokumenten der Medizintechnik auch noch die Briefvordrucke vom internen Medienservice etc. hinzukommen. Neben dem weißen Papier sei so in jedem Drucker ein anderer Briefbogen. Er könne es sich einfach nicht leisten, dass die Mitarbeiter den ganzen Tag umständlich mit Papierwechsel beschäftigt sind. Jetzt kann jeder Mitarbeiter von jedem Arbeitsplatz praktischerweise den benötigten Drucker direkt ansteuern. Das ist effektives Zeitsparen. Diese Führungskraft hat bewusst, mit etwas Zeitinvestition nachgedacht und dann schnell gehandelt. Die fünf Drucker haben sich seiner Aussage nach in kürzester Zeit amortisiert und für die Mitarbeiter entfällt zudem die nervige Papierumfüllerei.

- ▶ **Der ProLa-Tipp** Überprüfen Sie auch Ihre Arbeitsgeräte. Ein Drucker mehr könnte sich schon in kürzester Zeit gerechnet haben. Das Gleiche trifft auf einen schnelleren Arbeitsspeicher oder ein optimiertes Ablagesystem zu. Gehen Sie schon morgen an Ihren Arbeitsplatz, suchen Sie gezielt nach „ineffektiven Bremsscheiben“ und handeln Sie.

Speed Control

Die neue Dimension im Zeitmanagement

Kellner, O.A.

2014, XIV, 191 S. 67 Abb. Book + eBook., Hardcover

ISBN: 978-3-658-03337-8