

# Fachkongress für Business Frauen 2010

## Zusammenfassungen der Vorträge und Workshops vom 23. Oktober 2010

	Vortragsraum I	Vortragsraum II	Vortragsraum III
9:30-11:00	<b>Work smarter – not harder!</b> Impulsvorträge von Isabel Nitzsche und Bettina Sanner-Holzmaier S. 2-3	<b>Executing - Dinge einfach tun.</b> Vortrag von Prof. Dr. Thomas Vogler S. 10-11	<b>ePositionierung – Wie Businessfrauen heute online punkten.</b> Vortrag von Monika Thoma S. 16-17
11:30-13:00	<b>Entdecke die Diva in Dir – Teil 2</b> Vortrag von Monika Scheddin S. 4-5	<b>Wild@work – Arbeite wild und gefährlich!</b> Workshop von Anke Meyer-Grashorn und Sabine Kistler S. 12-13	<b>Führung 2.0 – 7 Schritte zum Erfolg</b> Workshop von Manuela Bernard S. 18-19
14:30-16:00	<b>Die Zukunft der Arbeit</b> Podiumsdiskussion S. 6-7	<b>Selbstständigkeit: Last oder Leidenschaft?</b> Impulsvorträge von Orhidea Briegel und Christian Bussler S. 14-15	<b>Selbstbewusstsein.</b> Praxislehrgang von Eva-Maria Popp S. 20-21
16:30-18:00	<b>Simplify your life</b> Vortrag von Tiki Küstenmacher S. 8-9		

Rückfragen an:

WOMAN´s Business Akademie GmbH

Sonja Lorenz, [info@womans.de](mailto:info@womans.de), 089/44 71 72 75

Impulsvorträge

**WORK SMARTER – NOT HARDER!**

**Isabel Nitzsche,**  
Business-Coach und  
Journalistin  
/ [www.printtv.de](http://www.printtv.de)



**Bettina Sanner-  
Holzmaier,** Grafikerin,  
Coach und Systemische  
Beraterin /  
[www.4smove.de](http://www.4smove.de)

Moderation: **Tanja Lemann**, Erfolgreiche Teams

Von Irrtümern und Problemen, denen viele Frauen im Berufsalltag unterliegen, berichtet Isabel Nitzsche im ersten Impulsvortrag zu „work smarter – not harder“. Denn viele Frauen machen genau das Gegenteil. Bei ihrer Karriereplanung setzen sie ausschließlich auf Leistung, die sie darüber hinaus aber nicht einmal kommunizieren. „Mein Chef wird schon merken, was ich kann“ so die Einstellung vieler Businessfrauen. Da gute Leistung für den beruflichen Aufstieg jedoch selbstverständlich ist, müssen sich Frauen intensiver mit der Frage auseinandersetzen, wer sie eigentlich sind und was sie zu bieten haben. Isabel Nitzsche ermutigt Frauen daher, sich zu überlegen, was sie besonders gut können. Bin ich vielleicht besonders sorgfältig; kann ich mich gut auf meine Kunden einstellen? Bin ich besonders empathisch? Was unterscheidet mich von den Kollegen? Welchen Nutzen habe ich für das Unternehmen? Hierbei machen Frauen erneut einen großen Fehler. Viele Eigenschaften bewerten sie selbst als Schwäche, obwohl diese sehr wohl auch als Stärke interpretiert werden können. Probleme bei Honorarverhandlungen sind beispielsweise auf eine erhöhte Empathiefähigkeit zurückzuführen, da man sich in die Sichtweise des Gegenübers hineinversetzt und einem daher das Verhandeln schwer fällt. Einen weiteren Fehler begehen Frauen, indem sie zu viele Fähigkeiten und Fertigkeiten für selbstverständlich halten und sie aus diesem Grund nicht nach außen kommunizieren.

Außerdem fühlen sich viele Frauen durch das eher traditionell männlich geprägte Wertesystem vieler großer Unternehmen gehemmt. Doch Nitzsche ist der Ansicht, dass sich dies mit dem Einzug der Frauen in den Führungspositionen (insbesondere aufgrund des demographischen Wandels) aktuell ändert. Frauen sind eher demokratisch orientiert, ihnen sind persönliche Beziehungen wichtiger und sie denken weniger strategisch im Gegensatz zu Männern, bei denen hierarchisches Denken dominiert. Hinzu kommt bei vielen Frauen das „Fleißige Lieschen“-Syndrom. Auch wenn diese Rolle Vorteile hat (jeder mag mich, man macht sich nicht angreifbar, etc.), so behindert sie doch eher die berufliche Karriere. Frau Nitzsche ermutigt daher Businessfrauen, aus den alten Gewohnheitsmustern auszubrechen. Beispielsweise eine innere „Stoppfunktion“ zu installieren, damit man nicht immer sofort jede Aufgabe bereitwillig übernimmt, sondern erst fragt: passt diese Arbeit überhaupt zu meinem Profil? Bringt sie mich weiter oder nimmt sie nur knappe Ressourcen in Anspruch? Frauen müssen lernen, häufiger von ihren Erfolgen zu sprechen, sich öffentlich darzustellen. „Zeigen Sie sich“, so ihr Fazit, „denn der beste Moment ist: Jetzt!“

Smarter zu arbeiten hat für Bettina Sanner-Holzmaier mit der Bedeutung von Grenzen zu tun. Wer seine Grenzen erkennt, hat die Dinge selbst in der Hand, denn Grenzen schaffen Klarheit. Man schützt seinen eigenen Raum, man kann seine Ziele selbst bestimmen. Außerdem verhindern Grenzen Streit, beispielsweise in der Teamarbeit. Wer seine Grenzen bewusst nutzt und mit ihnen konstruktiv umgeht, hat auch Erfolg. „Spüren Sie ihre Grenzen auf – bevor es andere tun“, so ihr Ratschlag. Doch Grenzen sind im beruflichen Kontext häufig durch äußere Faktoren festgesetzt und nur begrenzt individuell gestaltbar. Sanner-Holzmaier animiert Businessfrauen daher, nach kreativen Lösungen zu suchen, damit umzugehen und nachzudenken, ob es weitere Möglichkeiten bzw. Alternativen für bestimmte Vorgaben gibt.

In Verbindung von Beruf, Familie und der eigenen Person ist das Erkennen von Grenzen ebenfalls hilfreich. Dabei hilft es, sich mit folgenden Fragen auseinanderzusetzen: Wo sind Grenzstreitigkeiten? Wo werden Grenzen verletzt? Wie nah sind für mich Wunsch und Wirklichkeit zusammen? Wo stoße ich in welchen Situationen an Grenzen? Und wie kann ich in bestimmten Situationen meinen Handlungsspielraum erhöhen?

Hat man seine Grenzen erkannt, so geht es im nächsten Schritt nun darum sie eindeutig zu kommunizieren, um für Klarheit zu sorgen. Damit gibt man seinem Umfeld Orientierung und Sicherheit. Bettina Sanner-Holzmaier ermutigt die Teilnehmerinnen selbstbewusster aufzutreten. Ein verändertes Auftreten habe sofort Auswirkungen: „Machen Sie Ihre innere Haltung Ihrer Umwelt bewusst“, so die Beraterin. Hier gibt Sie den Ratschlag, sich für Kommentare oder für den Fall, dass jemand die Grenze überschreitet, ganz konkrete Antworten zurechtzulegen, die zu einem passen. Denn jeder kennt das: spontan fällt einem dann häufig keine schlagfertige Antwort ein. Einen weiteren Schritt zum Erfolg sieht Bettina Sanner-Holzmaier im Streben nach Souveränität. Sie entsteht durch Unabhängigkeit, Überlegenheit, Selbstbestimmtheit, Selbstorganisation und Verantwortung – vor allem für sich selbst.

Um dies nun alles in der Praxis umzusetzen, gibt Bettina Sanner-Holzmaier den Teilnehmerinnen drei Ratschläge mit auf den Weg: „Visieren Sie als erstes ein wünschenswertes Ziel an. Werden Sie sich dann Ihrer Ressourcen und Grenzen bewusst und machen Sie diese anderen klar. Und dann legen Sie ganz smart los!“

von Nayla Fawzi

Vortrag

## ENTDECKE DIE DIVA IN DIR – TEIL 2



© Orhidea Briegel

**Monika Scheddin**, Passionierter Coach und Qualitätsnetzwerkerin der ersten Stunde [www.scheddin.com](http://www.scheddin.com) / [www.diva-in-dir.de](http://www.diva-in-dir.de)

Monika Scheddin startet ihren Vortrag mit einem Zitat von Regisseurin und Oscarpreisträgerin Caroline Link: „Wenn ich mich vor Störungen abschotte, gelte ich als zickig. Macht mein Mann das gleiche, wird er als zielbewusst bewundert.“ Stehen die Business-Frauen von heute also vor der Wahl, entweder als Kumpel wahrgenommen zu werden, als liebes, nettes fleißiges Bienchen, das man mit Arbeit zuschütten kann – oder aber als „Zicke“, ein gefürchtetes und gehasstes Wesen, das aber auch seine eigenen Ziele durchsetzen kann?

Mit diesen beiden Stereotypen wollte sich Monika Scheddin nie zufrieden geben, also hat sie in den letzten 15 Jahren bei ihrer Arbeit in der WOMAN's Business Akademie nach Vorbildern gesucht, die sich nicht in das Korsett solcher Stereotypen pressen lassen: lässige, lebensfrohe Frauen, die gerne arbeiten und alles andere als nachgemachte Kerle sind. Die emanzipiert sind, aber keine Emanzen, die selbstbewusst sind, aber auch zu ihren Schwächen stehen, die aber auch großzügig, emotional und vor allem humorvoll sind. „Wenn schon anders, dann besser!“ Dieses Credo sollte auch für diese göttliche Art von Frau gelten: Die „Diva“ war geboren.

Doch auf die richtige und situationsspezifische Mischung kommt es an. Monika Scheddin empfiehlt eine Kombination aus 30 Prozent Kumpel, 10 Prozent Zicke und 60 Prozent Diva für den weiblichen Weg zum Erfolg. Die Diva weiß genau was sie will und sie bekommt es auch. Doch die Diva beherrscht gleichwohl die Kunst, einen Wunsch mit ganz viel Wertschätzung zu äußern. Wie das gehen kann? Monika Scheddin veranschaulicht es mit einer Anekdote aus dem vergangenen Februar, als sie selbst mit ein paar Kundinnen den warmen sonnigen Nachmittag bei einem Prosecco auf einer Terrasse am Starnberger See verbringen wollte, die um diese Jahreszeit noch nicht für Gäste vorbereitet war. Also fragte sie die Bedienung: „Meinen Sie, wir könnten vielleicht...“ und merkt schon, wie die Frau ablehnen möchte, formuliert aber in derselben Sekunde den Satz noch einmal neu: „Wir würden an so einem schönen Tag wie heute so gerne draußen sitzen. Meinen Sie, Sie bekommen das hin?“ „Na klar“, meint die Bedienung daraufhin, „das bekomme ich hin!“

Für die Diva ist das Leben ein Wunschkonzert, denn sie will das Konto „Verpasste Chancen und Möglichkeiten“ nicht überziehen. Dabei sollte die Diva ein „Nein“ nicht persönlich nehmen und sich gut überlegen, was sie haben möchte: Recht oder Erfolg? Auch diesen Punkt illustriert Monika Scheddin mit einem Beispiel aus ihrer Karriere: Als sie sich für Investitionen in ihr Unternehmen einmal 30.000 Euro von ihrer Firmenbank leihen wollte, lehnte diese prompt ab. Wenige Tage später ruft bei ihr jedoch zufällig ein Vertreter ihrer privaten Hausbank an mit der Frage „Möchten Sie sich nicht mal wieder etwas gönnen? Zum Beispiel eine neue Küche?“ – Der wortgewandten Monika Scheddin hatte es nur kurz die Sprache verschlagen und sie entgegnete : „Warum nicht?! Wie viel Geld könnte ich denn dafür bekommen?“ – Die Antwort: „48.000 Euro.“ Monika Scheddin ergriff

sofort die Chance, nahm das Angebot an – und baute statt der Küche das Unternehmen aus.

Bei all dem ist die Diva immer stilsicher – und zögert dennoch nicht, ihrer Umwelt „ihre volle Größe zuzumuten“. Denn, so Monika Scheddin: „Was Sie an der Diva sehen, sind keine Fettpölsterchen, sondern schlicht und ergreifend ihre inneren Werte, die in ihrem zierlichen Körper einfach keinen Platz haben!“

Im Privatleben weiß die Diva ganz genau, dass die Partnersuche Zeit braucht, wie alles Gute im Leben. Den richtigen Partner sucht die Diva im Töpfer- oder Malkurs vergebens, ein Hund hilft dagegen sehr. Je höher das Divenpotential, desto weniger braucht eine Frau den Partner für ein Statusupgrade, sondern für die schönen Dinge im Leben: Inspiration, gute Gespräche, Sex... Bei der Frage „Kinder oder Karriere?“ entscheidet sich die Diva einfach für beides. Dabei zögert sie nicht, sich alle Unterstützung zu holen, die sie braucht und handelt nach dem Prinzip der schnellen Strenge: „Das ist jetzt so, basta!“ Dabei ist sie aber liebevoll, ohne eine Glücke zu sein.

Der Diva ist auch immer klar, dass die Zahl der Probleme begrenzt ist: Fünf ist Trümpf! Mehr als fünf Probleme am Tag hat die Diva noch nie gehabt – und so ist es höchstwahrscheinlich auch weiterhin! Mit diesem Ausblick übersteht die Diva etwaige Probleme, lässt dann den Ärger hinter sich, indem sie sich für den Abend verabredet – oder sich schon auch mal sündhaft teure Dessous kauft.

Und wie sieht die Diva aus? Sie trägt den „Diva-Duell-Stil“: Zu 80 Prozent kleidet sie sich dem Anlass angemessen, aber 20 Prozent ihres Outfits gibt sie mit tollen Accessoires oder Farben den besonderen Twist. Jeden Morgen verneigt sich die Diva vor dem Spiegel vor dem wichtigsten Menschen in ihrem Leben: sich selbst. Dann sprüht sie sich wie zur Anerkennung Parfüm auf beide Schultern – und der Tag kann kommen! Die Diva ist außerdem eine Königin der Inszenierung. Dabei macht sie es wie Prof. Dr. Bernd Sucher von „Suchers Leidenschaften“. Als dessen Professorentitel ganz neu war, ging er in der Maximilianstraße groß einkaufen und ließ sich alle Waren nach Hause schicken – so waren alle informiert. Ein gutes Vorbild für die Diva ist auch Bill Clinton. Auf Events schaut er Gesprächspartnern immer tief in die Augen und gibt ihnen für diesen Moment das Gefühl, der wichtigste Mensch im Raum zu sein. Bei aller Selbstpräsentation und Inszenierung sollten aber die Werte im Leben der Diva nicht zu kurz kommen. Die Diva gibt beispielsweise im Hotel Trinkgeld, auch wenn sie das nicht als Spesen abrechnen kann.

Warum es sich lohnt, eine Diva zu sein, ist den Zuhörerinnen im Laufe des Vortrags bereits klar geworden: Die Diva wird ernst genommen und nicht mit Peanuts abgespeist – sie zieht ihr Ding mit Leidenschaft durch und entwickelt so eine faszinierende Anziehungskraft. Allerdings muss sie sich die Frage stellen, was sie will: Nur gefallen oder ihr Ding durchziehen? Monika Scheddin nennt als Leitzatz für das „Diventraining“: „Machen Sie doch einfach, was Sie wollen – und werden Sie unverschämt erfolgreich!“ Streichen Sie die „Muss“ und „Solltes“ aus Ihrem Leben und behandeln Sie sich selbst wie eine Königin. Nutzen Sie die Zeit, aber auch, um sie dann einmal wieder ungeniert zu verschwenden. Monika Scheddin schließt ihren Vortrag mit folgendem Rat an ihre Zuhörerinnen: Es geht im Business nicht um Leben und Tod, sondern um ein Spiel mit Freude und Leidenschaft. Monika Scheddins Schluss im O-Ton: „Hau’ auffe Kacke!“

von Sabine Pflieger

Podiumsdiskussion

## DIE ZUKUNFT DER ARBEIT



mit (von links nach rechts): **Barbara Vollert**, Porsche / **Christina Krämer**, Lufthansa / **Monika Eifert**,

Bristol-Myers Squibb / **Regina Mehler**, Adobe Systems / **Andrea Stellwag**, ConSol

Moderation: **Christiane Wolff**, S&L MediaNetworx

Wie sieht die Zukunft der Arbeit aus? Welche Chancen und Probleme eröffnet die steigende Mobilität durch Videokonferenzen und Smartphones, mit deren Hilfe frau ihr Büro überall und zu jeder Tageszeit dabei hat? Diesen und weiteren Fragen widmeten sich fünf hochkarätige Businessfrauen in der Podiumsdiskussion zur Zukunft der Arbeit. Alle fünf leben die Zukunft der Arbeit in ihren Unternehmen schon heute und suchen permanent nach Lösungen, die besten Fachkräfte in ihren Branchen zu rekrutieren, zu motivieren und zu halten.

Adobe Systems ist **Regina Mehlers** Arbeitgeber, die dort als Marketing Director für Zentraleuropa beschäftigt ist. Ihr geht es vor allem darum, effizientes Marketing durch Querdenken möglich zu machen und ihre Mitarbeiter durch vorgelebte Passion zu motivieren.

**Andrea Stellwag** ist Geschäftsführerin Finanzen beim Münchner IT-Unternehmen ConSol Software und reitet auf der Bugwelle der Technologie, wo Innovationen immer früher ankommen als anderswo. Dabei geht es der dreifachen Mutter auch und besonders darum, Frauen gute Möglichkeiten zu bieten, eine *andere* und damit individuellere Art der Karriere zu gestalten.

**Monika Eifert** ist Director Learning & Development beim Pharmakonzern Bristol-Myers Squibb, wo sehr viel Arbeit in virtuellen Teams stattfindet und sich Mitarbeiter häufig gar nicht mehr persönlich kennen. Hier stellt sich vor allem die Frage, wie man die guten und qualifizierten Mitarbeiter bei den vielen anstehenden Veränderungen in der Branche mitnehmen kann.

**Christine Krämer** war maßgeblich an der Einführung einer konzernweiten Web 2.0-Kommunikations- und Kollaborationsplattform bei Lufthansa beteiligt.

**Barbara Vollert** ist als General Manager Global Training für die weltweite Schulung der Mitarbeiter in den Porsche-Zentren zuständig. Sie steht vor der Herausforderung, nicht täglich in persönlichem Kontakt mit den Mitarbeitern zu stehen, ihnen aber dennoch Change-Prozesse vermitteln zu müssen.

Bei einem Punkt sind sich Barbara Vollert, Regina Mehler und Andrea Stellwag vollkommen einig: der wesentliche Faktor, um Mitarbeiter auf dem angestrebten Weg mitzunehmen, ist die Kommunikation. Und trotz allen Fortschritts: Webkonferenzen können dabei das persönliche Gespräch letztendlich nicht ersetzen – der direkte Kontakt steht im Mittelpunkt: Anstatt immer eine Mail zu schicken, gibt man die Info lieber persönlich weiter; bei ConSol dienen Kaffeeküchen auf jedem Stockwerk genauso der Kommunikation wie große Feste für alle Mitarbeiter und deren Familien.

Monika Eifert nimmt aber auch die Mitarbeiter in die Pflicht, lernen zu lernen, sich das benötigte Wissen selbst zu holen und dafür die neuesten Technologien zu nutzen. Genau zu diesem Zweck hat Christine Krämer mit ihren Kollegen bei Lufthansa eine inzwischen preisgekrönte Web 2.0-Plattform initiiert, die im Konzern verstreutes Wissen auffindbar macht und den Mitarbeitern die Möglichkeit bietet, sich als Experten für bestimmte Themen zu positionieren und ihr Wissen zu teilen.

Die perfekten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen beschreiben die Diskutantinnen als flexible Querdenker in überfachlichen Teams, die das reine Abteilungsdenken längst hinter sich gelassen haben und die lebenslanges Lernen als Bereicherung, nicht als Belastung empfinden. Andrea Stellwag betont hier, dass Mitarbeiter auch immer Mitunternehmer sein sollten. Nur so können sie Augen und Ohren für neue Angebote und Chancen für das Unternehmen offen halten. Dafür muss der Arbeitgeber den Mitarbeitern aber auch gewisse Freiheiten einräumen. Nur so können diese z.B. in Fragen der Familienorganisation und -planung offen und ehrlich mit ihrem Arbeitgeber umgehen.

An dieser Stelle entbrennt eine lebhafte Diskussion auch mit dem Publikum, ob die Freiheiten der Mitarbeiter bei der Wahl von Arbeitsort und Arbeitszeit schon Realität sind oder ob die Arbeitgeber ihre Mitarbeiter nicht doch noch traditionell möglichst oft und möglichst lange im Büro sehen möchten. Doch am Ende sind sich die Diskutantinnen in dieser Frage einig: Der kommende Fachkräftemangel wird dieses Problem bald lösen, denn dann wird sich ausschließlich mit Geld kaum noch ein Arbeitnehmer hinter dem Ofen hervorlocken lassen.

von Sabine Pflieger

Vortrag

**SIMPLIFY YOUR LIFE****Tiki Küstenmacher**, Erfolgsautor und Karikaturist / [www.simplifyyourlife.de](http://www.simplifyyourlife.de)

Kaum einer kennt ihn nicht – spätestens seit Tiki Küstenmacher 2001 seinen Bestseller „Simplify your life“ veröffentlichte, räumen Millionen Leser nach seinen Vorgaben den Schreibtisch auf. Dabei ist das Werk nur eines von vielen: Insgesamt hat Küstenmacher, zum Teil gemeinsam mit seiner Ehefrau, über 90 Bücher veröffentlicht, die in 38 Sprachen übersetzt wurden.

Dabei fasziniert seine Leser vor allem eines: Der unumstößliche Optimismus in seinen Werken. Jeder kann vom Leiden zum Handeln finden, vom Klagen zum Kämpfen, vom Erdulden zum Genießen, und sei die Krise noch so schlimm – das ist Küstenmachers Mission und seine Strategien zur Veränderung sind verblüffend einfach. Diese Strategien vermittelt er jedes Jahr auf unzähligen Vorträgen und Konferenzen. Das Besondere dabei ist, dass Küstenmacher nicht nur spricht, er zeichnet gleichzeitig und illustriert seine Tricks und Ideen durch einzigartige Karikaturen.

Mit einer Karikatur illustriert Küstenmacher dann auch, mit wie viel ‚Zeug‘ wir leben. „Unser Leben besteht auch aus Zeug, mit dem wir viel Zeit verbringen.“ In einem seiner Bücher schätzt Küstenmacher, dass jeder Deutsche rund 10.000 Gegenstände besitzt. Auf Anregung seiner Frau hat er bei sich daheim nachgezählt und resümiert: „Glauben Sie mir, 10.000 Dinge sind eine sehr vorsichtige Schätzung! Ich staune immer, dass wir mit so viel Zeug zurechtkommen. Wenn die Menschen früher so viele Dinge besaßen, dann hatten sie Personal, das sich um die ganzen Sachen gekümmert hat.“

Diese ganzen Dinge erfordern also Organisation und hier stößt man auf Küstenmachers Lieblingsthema: Das Aufräumen. „Aufräumen erfolgt nach ganz allgemeinen Grundregeln. Die gelten auch für ganze viele andere Bereiche, zum Beispiel die Familie oder ein Unternehmen.“ Diese Grundregeln des Aufräumens sind tatsächlich ganz einfach: „Nehmen Sie sich nicht zu viel vor. Wenn Sie gleich den ganzen Keller entrümpeln wollen, dann sind Sie schnell frustriert. Fangen Sie doch erst mal mit einer Schublade an.“ Hat man sich dann für eine Schublade entschieden, empfiehlt Küstenmacher ein radikales Vorgehen: „Kippen Sie das Ding aus. Auch den Dreck.“ Der nächste Schritt ist gleichzeitig der schwerste: Das Entrümpeln. „Wir beschäftigen uns viel zu viel mit den Dingen, die wir nicht mehr brauchen. Konzentrieren Sie sich auf die Gegenstände, die Sie noch benötigen – die müssen einen festen Platz bekommen“ rät Küstenmacher. Für diejenigen, die sich schwer tun, Dinge wegzwerfen, hat er noch einen ganz besonderen Tipp: „Versuchen Sie es doch erst mal mit ‚Wegwerfen auf Probe‘. Alles was Sie vielleicht und unter Umständen wegwerfen möchten, packen Sie in einen Karton. Datum drauf und alles, was Sie innerhalb eines Jahres nicht mehr aus diesem Karton holen, landet dann im Müll.“ Mit Augenmerk auf das fast ausschließlich weibliche Publikum nennt Küstenmacher bei dieser Gelegenheit einige interessante Zahlen zum Thema Kleiderschrank: „Nur 30 Prozent der Kleider, die wir im Schrank haben, werden regelmäßig getragen und gewaschen. Der Rest wartet auf ein Wunder.“



Besondere Aufmerksamkeit widmet Küstenmacher dem Phänomen des Stapels. „Stapel sind nicht getroffene Entscheidungen.“ Um die Stapelbildung zu kontrollieren, empfiehlt sich eine räumliche Begrenzung, wie etwa ein Regalfach. Grundsätzlich sollten Stapel aber vermieden werden, zum Beispiel durch die ‚One Touch‘-Regel: „Wenn Sie ein Dokument in die Hand nehmen, dann erledigen Sie das sofort und räumen es danach weg. Legen Sie es auf keinen Fall auf einen Stapel!“ Hat sich dann doch einmal ein solcher unerwünschter Haufen gebildet, sieht Küstenmacher nur eine Lösung: „Wenn der schon länger da rumliegt, dann werfen Sie ihn weg. Sie haben sich vorher ja auch nicht damit befasst.“

Der technologische Fortschritt konfrontiert uns aber vor allem im Arbeitsalltag mit einer ganz neuen, virtuellen Art der Stapelbildung: der E-Mail-Flut. Küstenmacher zieht hier das Bild eines Kajaks heran, um den Umgang mit der täglich auf uns einströmenden Informationsflut zu illustrieren. „Lassen Sie sich einfach erstmal treiben. So eine E-Mail schwimmt häufig ein zweites Mal vorbei.“ Sollte die Flut einmal zu stark werden, bietet das Kajak die Möglichkeit der Eskimorolle, des kontrollierten Kenterns. „Dabei kommen Sie sogar noch vorwärts. Löschen Sie doch einfach mal ein paar hundert Mails, warten Sie ab, was passiert. Natürlich müssen Sie das unbedingt verschweigen!“ Abgesehen davon rät Küstenmacher dringend davon ab, den Tag mit dem Lesen von E-Mails zu beginnen: „Da kommen lauter kleine Aufgaben auf Sie zu, Sie agieren nicht – Sie reagieren. Unsere Tagesabläufe bestehen ohnehin hauptsächlich aus Unterbrechungen. Fangen Sie den Tag mit einer großen, unangenehmen Aufgabe an. Dann haben Sie gleich etwas geschafft und können sich dann den kleinen Dingen widmen.“ Um große Ziele nicht aus dem Auge zu verlieren, kann man sich auch ein Symbol auf dem Schreibtisch platzieren. Zwischenschritte als Teilziele in den Kalender einzutragen erleichtert es außerdem, das große Ziel nicht aus den Augen zu verlieren.

Abschließend rät Küstenmacher zu Optimismus in allen Lebenslagen: „Blicken Sie nicht auf die Hindernisse, die sich Ihnen in den Weg stellen. Man lernt das beim Fahrtraining: Immer auf die Lücke gucken. Die erste Lücke, die Sie sehen, ist Ihre.“ An dieser Stelle verrät Küstenmacher auch sein Lieblingstier: Die Raupe. „Die Raupe hat einen tollen Plan. Um ihr Ziel zu erreichen, muss sie sich zwischendurch komplett auflösen. Das fühlt sich sicher nicht toll an – so fühlen Sie sich in einer Krise. Aber am Ende steht der Schmetterling.“

Eine essentielle Frage konnte im Laufe des Vortrags übrigens auch geklärt werden: „Beim Comic-Zeichnen habe ich dann auch endlich gelernt, was der entscheidende Unterschied zwischen Frauen und Männern ist: Frauen haben Wimpern, Männer nicht.“

von Clarissa Schöller

Vortrag

**EXECUTING – DINGE EINFACH TUN****Prof. Dr. Thomas Vogler**, Hochschule Ingolstadt und Inhaber von MercatorConsulting / [www.mercator-consulting.eu](http://www.mercator-consulting.eu)

Prof. Dr. Thomas Vogler weiß, wovon er spricht – er lehrt internationales Handelsmanagement an der Hochschule in Ingolstadt und kann auf langjährige Erfahrung als Unternehmensberater zurückblicken. Sein Erfolgsrezept für Unternehmer: Ziele klar definieren und dann konsequent durchsetzen. Doch worauf muss man bei der Zieldefinition und -umsetzung konkret achten?

„Ich habe es als Unternehmensberater immer wieder erlebt: Häufig verfolgen die Führungskräfte in einem Unternehmen ganz unterschiedliche Ziele. Die Mitarbeiter wissen häufig gar nicht so genau, welche Ziele überhaupt definiert wurden“, erklärt Vogler. „Stellen Sie sich vor, im Mannschaftssport weiß nur die Hälfte, was das Ziel des Spiels ist. Das kann nicht funktionieren!“ Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich durch qualitativ hochwertige Strategie, Führung und Umsetzung aus. Gleichzeitig müssen die Strukturen stimmen: „Strukturen müssen aufeinander abgestimmt sein. Wenn einzelne Bereiche des Unternehmens Ziele vorgegeben bekommen, die nicht aufeinander abgestimmt sind, kommt es unweigerlich zu Konflikten.“ Besonders die Führungskräfte sieht Vogler in der Verantwortung: „Als gute Führungskraft müssen Sie nicht nur Ihre eigene Arbeit strukturieren. Sie müssen auch die Ziele an Ihre Mitarbeiter kommunizieren und diese motivieren und begeistern.“ Vogler empfiehlt, Ziele emotional ansprechend zu verkaufen. In seiner persönlichen Vorstellung ist dies zum Beispiel anhand der Messinstrumente in einem Flugzeug-Cockpit gut möglich – hier muss jeder für sich den geeigneten Weg finden. Dabei darf die Zieldefinition nicht zu komplex geraten. Drei Top-Ziele hält Vogler für eine geeignete Anzahl: „Stellen Sie sich vor, Sie jonglieren. Mit zwei oder drei Bällen zu jonglieren kann jeder lernen. Für fünf Bälle müssen Sie schon richtig üben und ab sieben können Sie dann im Circus auftreten. Wenn Sie aber im Unternehmen mit so vielen Zielen jonglieren, dann fallen einige zwangsläufig zu Boden und im schlechtesten Fall hält am Ende jeder ein anderes Ziel in der Hand.“ Zusätzlich ist es wichtig, dass jeder Mitarbeiter in einem Unternehmen versteht, welchen Beitrag er oder sie zu den Unternehmenszielen leisten kann. „Selbst die Putzfrau ist wichtig – sie sorgt dafür, dass die Räume für Kunden und Geschäftspartner repräsentativ aussehen. Stellen Sie sich vor, wie motiviert diese Putzfrau arbeitet, wenn Sie diesen Zusammenhang versteht.“

Sind die Ziele definiert, geht es an die Umsetzung. Vogler nennt sechs Erfolgsfaktoren für eine effektive Umsetzung. Der erste Faktor heißt: Klarheit. Ziele müssen sich gegenseitig unterstützen und nicht gegeneinander arbeiten. Dabei gibt es eine wichtige Unterscheidung: Dringende und wichtige Ziele. „Manche Ziele sind wichtig, das sind unsere Top-Ziele. Andere sind dringend und wir neigen dazu, die dringenden zuerst zu erledigen. Führungskräfte müssen ihren Mitarbeitern zu verstehen geben, dass wichtige Ziele immer mit einer höheren Priorität zu behandeln sind als dringende, auch wenn das auf den ersten Blick schwierig erscheint.“

Als zweiten Erfolgsfaktor nennt Vogler Engagement und Verpflichtung: „Als Führungskraft müssen Sie wissen, welche Talente und Potentiale in Ihrem Team stecken. Nutzen Sie diese Potentiale und richten Sie das Engagement der Mitarbeiter auf Ihre Ziele aus.“ Zwischen Beteiligung und Motivation sieht Vogler einen starken Zusammenhang. Führungskräfte sollten daher ihre Mitarbeiter in die Zieldefinition einbinden: „Wir als Führungskräfte müssen entscheiden, ob wir unsere Mitarbeiter einbinden, das ist unsere Verantwortung. Wenn Sie das nicht machen, können Sie niemand anderem die Schuld daran geben.“ Der dritte Erfolgsfaktor lautet: Aktion. Hier betont Vogler, dass Ziele immer gemessen werden müssen, so dass alle Beteiligten ein Gefühl dafür haben, wie weit sie in der Zielerreichung bereits vorangeschritten sind. Aus dieser Anforderung ergibt sich der vierte Erfolgsfaktor: Kompetenz und Befähigung. Mitarbeiter müssen über das nötige Wissen verfügen, um Ziele überhaupt erreichen zu können. „Sie müssen das als Führungskraft gewährleisten. Aber geben Sie Ihren Mitarbeitern auch die Möglichkeit, Dinge einfach umzusetzen. Wenn sie dann als Performance-Insel im Meer der Mittelmäßigkeit schwimmen, haben sie ein tolles Erfolgserlebnis und ziehen das ganze Team mit.“ Als unerlässlichen Punkt nennt Vogler eine lebendige Feedbackkultur, die sich über das eigene Team hinaus auch auf andere Abteilungen, Kunden und Dienstleister bezieht. Diese Empfehlung leitet direkt zum fünften Erfolgsfaktor über: Synergien. „Mitarbeiter und Teams müssen zusammenarbeiten und sich gegenseitig helfen. Da ist es wieder ganz wichtig, dass Ihre Ziele kongruent laufen.“ Als letzten Erfolgsfaktor nennt Vogler Verantwortung: „Definieren Sie klare Messkriterien. Jedes Team und jeder einzelne Mitarbeiter muss wissen, was zu tun ist. Berichten Sie regelmäßig über den Fortschritt, das motiviert!“

Abschließend nennt Vogler noch vier Dimensionen, die eine erfolgreiche Umsetzung der Ziele gewährleisten. Führungskräfte sollten sich immer auf das absolut wichtigste fokussieren: „Definieren Sie absolut wichtige Ziele und entwickeln Sie für diese Ergebniskennzahlen. Nur was gemessen wird, wird auch erledigt. So verlieren Sie ihr strategisches Ziel nicht aus den Augen.“ Ziele sollten ‚smart‘ definiert werden: spezifisch, messbar, aktiv beeinflussbar, realistisch und terminiert. Die zweite Dimension nennt Vogler ‚An Frühindikatoren für Erfolg arbeiten‘. „Ein Frühindikator für Umsatz ist die Kundenzufriedenheit. Sie können für alles einen Frühindikator finden und wenn Sie diese beobachten, dann können Sie Ihre Ziele genau ansteuern.“ Die dritte Dimension erfolgreicher Umsetzung spielt wiederum auf die Messbarkeit von Zielen an: „Entwerfen Sie ein attraktives Scoreboard und pflegen Sie es regelmäßig. Lassen Sie die Mitarbeiter teilhaben – das motiviert ungemein.“ Den vierten und letzten Erfolgsfaktor bezeichnet Vogler als ‚Regelmäßig Verantwortung einfordern‘: „Regelmäßige Treffen sind essentiell, damit alle mit im Boot sind.“ Vogler schließt mit einer klaren Handlungsempfehlung ab: „Letztendlich müssen Sie als Führungskraft dann nur noch dafür sorgen, dass einfach etwas getan wird.“

von Clarissa Schöller

Workshop

**WILD@WORK – ARBEITE WILD UND GEFÄHRlich**



**Anke Meyer-Grashorn,**  
Autorin und  
Expertin für  
systematische  
Ideenproduktion  
/ [www.freiheit.de](http://www.freiheit.de)



**Sabine Kistler,**  
Schauspielerin und  
Psychotherapeutin

Warum wild@work erfolgsversprechender ist als brav@büro konnten die Teilnehmerinnen im Workshop von Innovationsberaterin Anke Meyer-Grashorn und Schauspielerin und Psychotherapeutin Sabine Kistler erfahren. Beide beobachten aktuell, dass die Arbeitswelt in Bewegung ist. Unternehmen wollen authentische und auch mal freche Mitarbeiter. Aktuelle Bücher und Zeitungsartikel zu dem Thema bestätigen sie: „Wild@work ist der absolute Trend“.

Sozialforscherin Prof. Jutta Allmendinger beobachtet beispielsweise in ihren Studien, dass die Einstellung „Anwesenheit am Arbeitsplatz = Leistung“ immer mehr abnimmt, Hierarchien flacher werden und „self-Managing-Teams“ zu besseren Ergebnissen führen. „Ohne Plan geht es besser“ betonen Anke Meyer-Grashorn und Sabine Kistler. Mitarbeiter von Google stehen zum Beispiel 15 bis 20 Prozent ihrer Arbeitszeit für Planlosigkeiten zur Verfügung. Sie betonen, dass die Situation auf dem Arbeitsmarkt für Frauen aktuell immer besser wird, denn die zunehmende Flexibilität kommt gerade Frauen entgegen und erleichtert die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Sie berichten vom Schweizer René Mägli, Chef der MSC-Reederei, der seit mehreren Jahren ausschließlich Frauen einstellt und seitdem mit seinen 80 Mitarbeiterinnen pro Jahr 25 Prozent Umsatzsteigerung erzielt. Die zwei Referentinnen fordern die Teilnehmerinnen daher auf zu „relaxen, denn die Zeit arbeitet für die Frauen!“

Dass Kreativität immer wichtiger wird – die Global CEO Studie von IBM hat herausgefunden, dass heute Kreativität zur wichtigsten Führungsqualität geworden ist – kommt Frauen ebenfalls entgegen. Heute tauchen plötzlich Begriffe wie Kommunikationsfähigkeit, Kreativität, Teamarbeit in Stellenausschreibungen auf. Persönlichkeit, Authentizität und Individualität werden gefragt, nicht angepasste und konventionelle Mitarbeiter. Unternehmen haben erkannt, dass Innovationen und Ideen betriebswirtschaftliches Gut und damit Motor der Wirtschaft sind. Anke Meyer-Grashorn und Sabine Kistler raten daher, bei der Arbeit auch mal unkonventionelle Gedanken und Ansichten zu äußern, eigene Ideen einzubringen. „Muten Sie Ihrem beruflichen Umfeld Ihre volle Persönlichkeit zu und seien Sie auch mal schwach und faul. Das ist gesund.“ Denn obwohl wir eigentlich einer der glücklichsten Generation Europas angehören sind Burnout und Depressionen doch die Volkskrankheiten Nr. 1.

Auch Widersprüche sollen die Teilnehmerinnen zulassen und auf ihren Bauch hören. Denn es ist wissenschaftlich erwiesen, dass Intuition relevant ist und man sich auf sie verlassen kann. Wer Regeln in Frage stellt und sagt, was er will, wer mutig ist und seinen Ideen freien Lauf lässt, kurz gesagt: wer wild@work ist, wird auch Erfolg haben.

Um die Anregungen gleich umzusetzen, haben die beiden Referentinnen auf einem Tisch verschiedene Gegenstände aufgereiht und beschriftet. Eigenschaften von „Perfektion“ und „Fleiß“ über „die anderen sind besser und wissen, was sie tun“ und „Ziele“ bis „vornehme Zurückhaltung“ konnten sich die Teilnehmer aussuchen, um diese von nun an „wegzuwerfen“.

von Nayla Fawzi

Impulsvorträge

## SELBSTSTÄNDIGKEIT – LAST ODER LEIDENSCHAFT?



**Orhidea Briegel,**  
selbständig als Image-,  
Design- und Foto-Coach /  
[www.orhideal-image.com](http://www.orhideal-image.com)



**Christian Bussler,**  
Gesellschafter bei  
[www.gruendungszuschluss.de](http://www.gruendungszuschluss.de)

Moderation: **Kirstin Wolf**, PURPLE Consulting

Wovon hängt es ab, ob man etwas als Last oder Leidenschaft empfindet? Für einige ist ein Vortrag vor vielen Menschen eine riesige Last, andere freuen sich darüber und kommen auf der Bühne erst richtig in Fahrt. Einige gehen leidenschaftlich gerne Bungeejumping, andere würden das nicht einmal für viel Geld tun. Das gleich gilt für die Arbeit als Selbständiger: Es hängt von der eigenen Persönlichkeit ab. Als Selbständiger kann man sich beispielsweise seine Zeit selbst einteilen. Das ist für einige Personen ein Vorteil, andere haben damit eher Probleme.

Wodurch zeichnet sich Selbständigkeit noch aus?

Der Erfolg wirkt sich direkt auf das persönliche Einkommen aus, Kunden werden selbst akquiriert, Strategie und Positionierung können eigenständig festgelegt werden. Man erhält jedoch keine Lohnfortzahlung im Krankheitsfall. Dafür ist das Renteneintrittsalter flexibel. Christian Bussler von [gruendungszuschluss.de](http://www.gruendungszuschluss.de) – hier beraten Selbständige Selbstständige – arbeitet beispielsweise 4 Tage die Woche und plant dafür, erst mit 70 Jahren in Rente zu gehen.

Damit der Einstieg in die Selbständigkeit erfolgreich abläuft und nicht zur Last wird, gibt Christian Bussler einige Tipps. Zunächst ist der richtige Zeitpunkt entscheidend: „Gründen Sie nicht parallel zu anderen persönlichen Herausforderungen.“ Kurz vor der Geburt des ersten Kindes beispielsweise ist mit Sicherheit kein geeigneter Zeitpunkt. Prinzipiell sieht er aber Selbständigkeit gerade für Mütter als vorteilhaft an, da sich dies tendenziell besser mit Familie vereinbaren lässt.

Entscheidend ist auch, dass man Fördermöglichkeiten kennt und in Anspruch nimmt: Vom Gründungszuschluss der Arbeitsagentur, über Förderung für Beratung und Förderkredite: „50 Prozent Förderung ist immer drin“, betont Bussler. Schon in einem frühen Stadium rät er außerdem einen Businessplan zu erstellen, sowohl für Banken und Investoren als auch für sich selbst. Besonders betont er auf Marktnähe zu achten. Was wird gerade gefragt? Ein Problem, gerade von Frauen ist, dass sie zu sehr ihr Ideal verfolgen und dabei am Markt vorbei produzieren. „Lösen Sie mit Ihrem Angebot bestehende Probleme und tun Sie dies besser als ihre Wettbewerber“, rät er daher. Wichtig ist dabei auch, potenzielle Kunden zu beobachten. Und schließlich: „Holen Sie sich Unterstützung! Beziehen Sie Freunde und Familie mit ein.“ Wer das alles berücksichtigt, ist schon mal einen Schritt näher daran, die Selbständigkeit nicht zur Last werden zu lassen, sondern mit Leidenschaft dabei zu sein.

Anschließend berichtete Orhidea Briegel, die seit knapp 20 Jahren erfolgreich als Fotocoach selbständig ist, von Herausforderungen und Vorteilen der Selbstständigkeit. Moderiert wurde die Diskussion von Kirstin Wolf, die als Selbstständige ebenfalls viele Anregungen einbringen konnte.

Die vielen interessanten Gespräche und Begegnungen und die hohe Anerkennung der beruflichen Tätigkeit sind für Frau Briegel die wichtigsten Gründe, nach so vielen Jahren immer noch leidenschaftlich selbständig zu sein. Was sie denjenigen, die sich selbständig machen wollen, mit auf den Weg gibt? Hat man die Nachfrage erkannt, dann ist es wichtig, sich von seinen Konkurrenten zu differenzieren. „Finden Sie ein neues Label für das, was Sie machen.“ Um bekannt zu werden, rät sie gerade zu Beginn viel zu Netzwerken und in Clubs zu gehen. „Nur eine Homepage zu erstellen und Flyer zu verteilen reicht nicht aus.“ Außerdem beruhigt Sie: „Verzagen Sie nicht, wenn die Realität und Ihr Businessplan nicht übereinstimmen, das kommt vor.“ Hat man sich dann etabliert, so ist besonders wichtig, dass man sich darauf nicht ausruht, sondern Veränderungen auf dem Markt ständig beobachtet. Denn wer sein Business stets korrigiert und mit der Zeit geht, der behält auch seine Leidenschaft und wird erfolgreich bleiben.

von Nayla Fawzi

Vortrag

## ePOSITIONIERUNG – WIE BUSINESSFRAUEN HEUTE ONLINE PUNKTEN



**Monika Thoma**, Unternehmerin und Expertin für Online-Marketing /  
[www.webkoenigin.de](http://www.webkoenigin.de)

Kernbotschaft des Vortrags von Monika Thoma ist „Simplify your web“ – das Internet ist eigentlich ganz einfach und für jede Businessfrau ein wichtiges Instrument zum Markenaufbau und zur Kundenakquise im Internet. Wie neue Jobs und Kunden über das Netz kommen, demonstriert die „Webkönigin“ Monika Thomas an sieben einfachen Schritten, die sie auch für Web-Neulinge anschaulich präsentiert. Bei der Veranschaulichung hilft ihr das Beispiel einer Dame, die das Internet derzeit wohl besser als jede andere für sich nutzt: Lady Gaga.

Bevor es mit den Aktivitäten im Web tatsächlich losgehen kann, rät Monika Thoma dazu, sich erst einmal klar zu machen, wofür man steht und wer man ist. Und so wie Lady Gaga über sich sagt „There’s nobody like me and there never was“, sollte man feststellen, was man selbst liebt, was man hasst, worin man besonders gut ist und mit wem und für wen man am liebsten arbeitet. Gerade eigene Schwierigkeiten kennen mit Sicherheit auch andere, hier verbergen sich also sogar potenzielle Umsatzchancen. „Trauen Sie sich, sich zu positionieren!“ sagt Monika Thomas, denn: „Wer sich nicht positioniert, hat sich schon positioniert!“

Wenn man die Basics für sich geklärt hat, sollte man anfangen, Soziale Netzwerke für sich zu nutzen. „Social Media ist Networking auf Speed!“ stellt Monika Thoma fest. Das Internet bietet mit seinen Communities eine Vielzahl an Multiplikatoren. An Social Media mit Facebook als klarer Nummer 1 in diesem Bereich kommt also niemand mehr vorbei bei der Markenbildung im Internet. Doch Social Media ist mehr als Facebook. Bereits 20 bis 25 Prozent der Nutzer von Monika Thomas eigener Webseite kommen über Twitter. Unternehmen mit hohem Marktanteil haben in der Regel auch viele Twitter-Follower, sind aber nicht automatisch auch gut bei YouTube und Facebook positioniert. Hier ergeben sich also auch Potenziale für kleinere Unternehmen mit geringerem Marktanteil. Monika Thoma rät aber dazu, nicht auf allen Kanälen zugleich zu starten, sondern einen Kanal zu wählen, der einem selbst liegt. Ist man selbst eher auditiv veranlagt, könnte zum Beispiel ein Podcast das Instrument der Wahl sein. An dieser Stelle unterbricht Monika Thoma ihren Vortrag, um live zu demonstrieren, was ein RSS-Feed ist und wie man diese Art Nachrichtenticker für Webseiten oder Blogs abonnieren kann. Die so erhaltenen Infos kann man auch wieder als Inhalte für den eigenen Blog oder die eigene Webseite verwenden.

Der dritte Schritt ist die Liebe zum Kunden. Lady Gaga hat für ihre Twitter-Follower sogar einen eigenen scherzhaft-liebevollen Namen gefunden: „Little Monsters“. So weit müssen die Zuhörerinnen zwar nicht gehen, aber sie sollten sich durchaus fragen, wann sie ihren Kunden zuletzt etwas Gutes getan haben, z.B. durch ein persönliches Telefonat. Die Zufriedenheit der Kunden ist nämlich die Grundlage für eine Weiterempfehlung, die mit 20 bis 25 Prozent des Umsatzes im Web eine der wichtigsten Stellschrauben darstellt.



Im Internet sollte man sich zudem ein dickes Fell gegen Kritik zulegen. Monika Thoma hat dies am eigenen Leib erfahren, als sie sich mit der Marke „Die Webkönigin“ positioniert hat. Von den meisten Kunden hat sie zwar ein positives Echo für den Markennamen erhalten, einige fanden ihn aber viel zu arrogant (sind aber heute dennoch Kunden bei ihr). Eine weitere wichtige Regel für den Erfolg im Web lautet „You need team“. Monika Thoma empfiehlt Portale wie „fiverr“, wo man bereits für 5 Dollar Leistungen buchen kann wie beispielsweise die Einrichtung einer Fanpage bei Facebook – oft gibt man im Coffee-Shop mehr Geld aus.

Die sechste Regel „Sei verdammt gut!“ gilt im Internet mehr denn je. Man sollte hier z.B. auf beste Fotoqualität achten, Kundenstimmen als Social Proof verwenden und Wert auf eine einwandfreie Programmierung legen. Nur dann erhält man auch bei Suchmaschinen einen der vorderen Ergebnisplätze. Dabei hilft auch immer, im Internet bekannt zu sein: Sehr gute Webseiten sollten auf die eigene Seite verlinken und auch ein Wikipedia-Artikel zur eigenen Marke hilft hier weiter. Außerdem sollte man das Suchverhalten der eigenen Zielgruppe genau zu kennen. Hier bringt einen häufig die Präsenz in einem branchenspezifischen Newsletter viel weiter als das Auslegen breiter Infoteppiche im Web.

Auch eine außergewöhnliche Formulierung wie „Die sieben Todsünden im Internet“ erzeugt viel mehr Aufmerksamkeit als die abgedroschenen „10 Goldenen Regeln“. Monika Thoma rät ihren Zuhörerinnen, vom Web 1.0, wo die eigene Webseite schon ausreichte, zum Web 2.0 überzugehen und mit einer cleveren Kombination aus Social Media, Newsletter-Marketing und Suchmaschinenoptimierung zum Erfolg zu kommen. Mehr Besucher auf der eigenen Webseite bedeutet nämlich auch immer mehr potenzielle Interessenten. Dabei sollte man sich auch immer fragen, was die Leser und Kunden besonders interessiert und sich so vom bloßen Anpreisen der eigenen Leistung lösen. Vor allem wöchentliche News sind interessant für die Leser, dienen aber auch der besseren Platzierung in den Suchmaschinenergebnissen. Ganz wichtig für jede Homepage ist auch immer ein „Call to action“. Oft ist den Besuchern nämlich gar nicht klar, was von ihnen als nächstes erwartet wird.

Zum Abschluss ihres Vortrags legt Monika Thoma ihren Zuhörerinnen auch noch das Bloggen als preiswerte Alternative ans Herz. In einem Blog sollten auf acht redaktionelle Inhalte nur zwei werbliche Inhalte kommen. Blogleser suchen jedoch nicht nur Neuigkeiten, sondern vor allem auch die Bewertung und Einordnung von Informationen. Im Blog hat jede Businessfrau die Möglichkeit, sich dreifach zu präsentieren: Als Persönlichkeit, als Fachfrau und als Unternehmerin.

von Sabine Pfleger

Workshop

## FÜHRUNG 2.0 – 7 SCHRITTE ZUM ERFOLG



**Manuela Bernard**, Business-Coach und Trainerin / [www.sprachmuster.com](http://www.sprachmuster.com)

Filofax meets iPhone – so umschreibt Manuela Bernard die Business-Welt in Zeiten des Web 2.0. In einer Umgebung ständig fortschreitender technischer Entwicklungen erhöht sich nicht nur die Geschwindigkeit der Kommunikation, auch Arbeitsprozesse und der Umgang mit Kollegen sind einem Wandel unterworfen. Besonders herausfordernd stellt sich diese Situation für Führungskräfte dar – sie müssen einerseits selbst Schritt halten, andererseits Orientierung bieten und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiterneine klare Richtung vorgeben.

Manuela Bernard hat selbst als Angestellte in verschiedenen Unternehmen gute und schlechte Führung erlebt und sich dann später als Führungskraft der Herausforderung „Führung 2.0“ gestellt. Einen Tag vor dem 2. Fachkongress für Businessfrauen hatte sie ihren letzten Arbeitstag bei ihrem Arbeitgeber – seitdem ist sie als Coach selbstständig und gibt ihre Erfahrungen an andere Führungskräfte weiter.

Was ist eigentlich eine Führungskraft? Mit dieser Frage steigt Bernard in ihren Workshop ein. Ihre Antwort: Eine Führungskraft übernimmt Verantwortung für andere Personen. Damit sind nicht nur jene Personen Führungskräfte, die tatsächlich eine offizielle Führungsposition in einem Unternehmen einnehmen. „Auch ein Moderator oder ein Coach ist in gewisser Weise Führungskraft. Viele von uns kommen immer wieder in Situationen, in denen Führungskompetenzen gefragt sind.“ Fast jeder hat eine ungefähre Vorstellung davon, was gute Führung ausmacht. In der Literatur wurden seit den 50er Jahren unterschiedliche Formen der Führung idealtypisch beschrieben, wie zum Beispiel der ‚charismatische Führungsstil‘, der ‚laissez faire-Stil‘, der ‚kooperative‘ oder der ‚delegative‘ Führungsstil. „Wenn man das alles so liest, dann stellt man sich früher oder später die Frage: Wo bin eigentlich ich?“

„Führung 2.0 – das ist das nächste Level der Führung“, erklärt Bernard ihr Konzept, das zugleich eine Antwort liefern soll auf die oben gestellte Frage. Das Konzept umfasst sieben Schritte zu erfolgreicher Führung: Die Basic-Schritte ‚Authentizität‘ und ‚Flow‘, auf die der Advanced-Schritt ‚Resilienz und Konfliktfähigkeit‘ folgt. Für sogenannte ‚Experts‘ folgen dann die Schritte ‚Diversifikation‘, ‚Kommunikation‘, ‚Strategic Networking‘ und ‚Coaching‘.

Gerade der erste Schritt ist von großer Bedeutung: „Gute Führung motiviert Mitarbeiter und orientiert sich an den Menschen. Viele Mitarbeiter fühlen sich als Mensch nicht wahrgenommen. Dabei ist das an sich einfach zu erreichen, auch in Zeiten neuer Technologien. Inzwischen denken auch große Unternehmen über neue Modelle nach. Gerade in kleinen Unternehmen ist der Bezug zu den einzelnen Mitarbeitern aber einfach herzustellen.“ Was aber kann eine Führungskraft konkret tun, um diesen Mitarbeiterbezug herzustellen und das Menschliche nicht aus den Augen zu verlieren?

Hier sieht Bernard gerade Frauen im Vorteil: „Frauen können ihre Ecken und Kanten nutzen und in Projekten als Führungskraft überzeugen. Letztendlich geht es vor allem darum, eine Balance zu finden, in der man sich wohl fühlt und sich gleichzeitig Grenzen setzt.“

Dazu gehört für Bernard auch: Zeit für sich selbst finden, regelmäßig Sport treiben oder Yoga machen, um so nicht zu viel Energie im Beruf zu verlieren. Nur wer seine eigene Mitte kennt, kann im Job als Führungskraft authentisch bleiben. Der nächste Schritt erreicht sich dann quasi fast schon von selbst: Um ‚im Flow‘ zu sein, muss die eigene Balance stimmen. „Führungskräfte investieren Herzblut in ihre Führungsaufgabe. Am besten ist es, wenn eine Führungskraft frei ist von Arbeit und vor allem eine Aufgabe übernimmt: Dem Team vertrauen, unterstützen und da sein!“

Das zweite Level des Bernardschen Führungsmodells erreicht Frau, indem sie eine gewisse Widerstandskraft entwickelt – im Fachjargon ‚Resilienz‘ genannt. Auch hier spielt die innere Mitte wieder eine wichtige Rolle. Um Widerstandskraft zu entwickeln, ist gerade die Bereitschaft zur Selbstreflexion und Veränderung von Bedeutung: „Man darf Veränderungen nicht nur ankündigen, man muss dann tatsächlich zur eigenen Entscheidung stehen. Je mehr Optionen ich habe, desto freier bin ich.“ Level drei, das Expert-Level, beginnt mit dem wichtigen Aspekt ‚Diversifikation‘. Bernard erklärt, dass vor allem heterogene Teams besonders hohe Leistungen erbringen. Als Führungskraft gilt es also zu überlegen, wer noch gut in das Team passen würde und so zielgerichtet eine möglichst leistungsfähige Gruppe zusammenzustellen. Gleichzeitig steigt die Anforderung an die Führungskraft mit dieser Diversifikation: Nicht immer sind alle Interessen unter einen Hut zu bringen. Gerade bei der Zusammenarbeit der Generation X mit der Generation Y entstehen häufig Probleme – dies ist weniger durch die Tatsache bedingt, dass laut Bernard die Generation Y keine Armbanduhr mehr trägt. Häufig erwarten Mitarbeiter unterschiedlichen Alters einfach verschiedene Dinge von ihrem Beruf, ihrer Führungskraft und ihren Arbeitskollegen. Hier setzt der nächste Schritt des Führungsmodells an: ‚Kommunikation‘. „Seien Sie als Führungskraft offen und ehrlich, beziehen Sie Ihre Mitarbeiter ein und treffen Sie mutige Entscheidungen. Bleiben Sie dabei in Ihrer persönlichen Balance“, so der Appell Bernards an die Workshop-TeilnehmerInnen. Die nächsten beiden Schritte bilden dann das i-Tüpfelchen auf der Sahnetorte der Führungskompetenz: durch ‚Strategic Networking‘ lässt sich die Führungsposition festigen, ‚Coaching‘ ist laut Bernard unerlässlich für die persönliche Weiterentwicklung.

von Clarissa Schöller

Praxislehrgang

## SELBSTBEWUSSTSEIN



**Eva-Maria Popp**, Diplom-Pädagogin, Coach und Unternehmerin / [www.basic-erfolgsmanagement.de](http://www.basic-erfolgsmanagement.de)

„Selbstbewusstsein ist halt ein Frauenthema – die Männer haben viel, wir hätten es verdient.“ Dabei ist doch gerade Selbstbewusstsein ein Schlüssel zum Erfolg. Glücklicherweise weiß Eva-Maria Popp, die spätestens nach oben genanntem Einleitungssatz die Sympathien ihres Workshop-Publikums auf ihrer Seite hatte, den einen oder anderen Trick, wie frau an ihrem Selbstbewusstsein arbeiten kann.

Erfolg ist die Symbiose aus Glück, Gesundheit und Erfüllung im Beruf. Erfolg anzustreben heißt deshalb immer auch, ein glückliches und erfülltes Leben zu führen. Das wiederum erreicht man nur, wenn „Ich“ ganz „Ich“ sein darf. Aber wer bin „Ich“ eigentlich? „Fragt man Frauen, wer sie sind, dann sagen sie: ‚Da müssen Sie meinen Mann fragen‘“, überspitzt Popp das Problem. „Wenn Sie nicht wissen, wer Sie sind und was Sie wollen – wer soll es dann bitte wissen?“ Selbstbewusste Frauen, so Popp, orientieren sich nicht nur an dem, was andere wollen. Denn wenn sie immer nur geben und nichts zurückbekommen, dann ist ihre Energie irgendwann verbrannt. „Eine selbstbewusste Frau achtet auf sich und sorgt für sich – dann kann sie auch geben und gut sein im Job und in der Familie“ erklärt Popp. Dabei muss man sich nicht verstellen, im Gegenteil – Frauen die wissen, wer sie sind, können ihr „Ich“ ganz ausleben: „Eine selbstbewusste Frau ist natürlich, authentisch und weiß, was sie will.“

Nachdem nun geklärt war, was eine selbstbewusste Frau ausmacht, ging Eva-Maria Popp ohne Umschweife an die Umsetzung: „Ich nenne die Dinge gerne beim Namen. Wir möchten ein sinnvolles Leben führen – das bedeutet für mich, meine fünf Sinne im Leben bewusst zu nutzen und zu pflegen. Dann entsteht vielleicht auch noch ein sechster oder siebter Sinn, der Ihnen im Alltag und im Beruf weiterhilft.“ Eva-Maria Popp erklärt: „Ihre Psyche und Ihre Seele, die können Sie ja nicht sehen. Aber was Sie und alle anderen sehen können, das ist Ihr Körper. Also kümmern Sie sich um Ihren Körper und Ihre Sinne, das tut auch der Seele gut. Gönnen Sie jedem Ihrer Sinne jeden Tag eine Minute!“

Wie genau so ein Fünf-Minuten-Sinnes-Trainingsprogramm konkret aussehen könnte, schlägt Popp dann auch direkt vor: Dem Tastsinn kommt man entgegen, indem man sich selbst jeden Tag eine Minute lang ‚betastet‘ – das muss nichts ‚Unanständiges‘ sein, beruhigt Popp, man kann sich zum Beispiel einfach mal eine Minute lang intensiv mit den eigenen Händen auseinandersetzen. „Spüren Sie sich gerne! Wir haben oft ganz seltsame Vorstellungen von Sexualität – machen Sie sich davon frei. ‚Sich spüren‘ bedeutet, aus sich selbst heraus Kraft zu tanken. Das ist Mini-Wellness!“ Eine besondere Bedeutung kommt dabei unserer Haut zu: „Die Haut ist unsere Barriere von innen nach außen, sie schützt uns und gibt uns Form. Seien Sie sich dieser Barriere voll bewusst und tun Sie ihr Gutes!“ Nach dem Tastsinn geht das ‚Mini-Wellness-Programm‘ weiter, diesmal mit dem Geschmackssinn. Popp empfiehlt, jeden Tag eine Minute lang bewusst etwas Gutes zu schmecken. „Das ständige Nebenher-Essen befriedigt unseren Geschmackssinn einfach nicht. Dabei erzeugt ein guter Geschmack so ein positives Gefühl.“ Ähnlich sollte man es mit dem Geruchssinn halten, der aber im Gegensatz zum Schmecken nur selten bewusst genutzt wird: „Riechen ist ganz

basisorientiert. Man erinnert sich oft, wenn man etwas Bestimmtes riecht – aber wir nutzen unseren Geruchssinn nur ganz selten.“ Popp regt dazu an, jeden Tag einmal bewusst etwas Gutes zu riechen. „Das kann auch einfach mal nur Luft sein. Das Riechen hilft uns auch, uns in der Umwelt zu orientieren, das sollten wir nicht vernachlässigen.“ Den nächsten Schritt im Wellness-Programm stellt das Hören dar. „Unser Hörsinn ist wehrlos – wir können ihn nicht einfach ausmachen. Und wir hören ständig irgendetwas. Daher möchte ich Ihnen empfehlen, eine Minute am Tag nichts zu hören. Setzen Sie sich Kopfhörer auf und genießen Sie die Stille.“ Im Gegensatz dazu kann jeder seine Augen für eine Weile verschließen. Allerdings ist der Sehsinn ähnlich aktiv wie der Hörsinn. Er passt sich der Umgebung an – wenn wir mit hundertachtzig über die Autobahn fahren, dann reagiert der Sehsinn entsprechend. „Sehen Sie einfach jeden Tag für eine Minute etwas Schönes an“ legt Popp den Teilnehmerinnen nahe. „Wenn Sie dann nach ein paar Wochen jemand fragt, wer Sie eigentlich sind, dann sollten Sie die Antwort kennen: ‚Sehen Sie doch. Ich stehe doch vor Ihnen.‘ Wenn Sie sich und Ihren Körper kennen, dann wissen Sie auch, wer Sie sind“, fasst Popp Sinn und Zweck der Mini-Wellness zusammen.

Wie kann das neu gewonnene Selbstbewusstsein nun genutzt werden? „Nennen wir es doch wieder beim Namen: Der Erfolg folgt Ihnen, der ist eigentlich ganz brav. Sie müssen ihm aber auch Leine lassen und akzeptieren, dass es manchmal etwas dauert, bis er wieder nah bei Ihnen ist. Frauen haben oft das Problem, dass sie Erfolg im letzten Moment ablehnen, obwohl Sie ihn doch eigentlich wollen.“ Jeder Mensch muss für sich selbst definieren, was Erfolg für ihn oder sie persönlich bedeutet, erklärt Popp. „Erfüllung im Beruf gehört für viele dazu. Wirklich erfolgreiche Menschen haben ihre Erfüllung gefunden. Es ist nie zu spät, um nach der eigenen Erfüllung zu fragen – aber darüber denken nur selbstbewusste Menschen nach.“ Um den Erfolg zu steuern und ‚an der Leine zu führen‘ muss man wissen, was er bedeutet. In unserer Kultur ist das oft nicht ganz einfach: „Wir haben hier in Deutschland eine unmenschliche Fehlerkultur. Ständig wird gezählt, was wir falsch machen und nicht, was wir gut und richtig gemacht haben. Das Resultat ist unser mangelhaftes Selbstbewusstsein. Denken Sie einmal über Ihre eigenen Erfahrungen mit Fehlern nach und darüber, wie Sie mit Fehlern umgehen! Eigentlich ist ein Fehler etwas Gutes, aus dem Sie etwas lernen können.“ Allerdings, so Popp, muss man nicht immer sofort auf Kritik reagieren – oft genügt es erst einmal, zu signalisieren, dass man die Kritik wahrgenommen hat. Erst nach reiflicher Überlegung kann man sich dann zu dieser Kritik äußern und vielleicht auch darauf reagieren. „Viele Männer nehmen Kritik nicht an und ändern sich daher auch nicht. Seien Sie Kritik gegenüber offen, aber gehen Sie sorgsam damit um.“

Abschließend empfiehlt Popp, sich durchaus hohe Ziele zu stecken, die Zielerreichung aber sorgfältig zu planen. „Sie können ruhig ein wenig höher planen!“ Bevor man dann loslegt in Richtung Ziel, sollten alle Informationen, die zur Zielerreichung benötigt werden, gesammelt sein. „Sie brauchen eine Strategie und die richtige Ausrüstung. Pausen müssen auch sein. Wenn Sie auf die Zugspitze möchten, dann rennen Sie auch nicht unvorbereitet los zum Gipfel.“ Kleine Etappen helfen, die Zielerreichung zu planen und Teilerfolge zu würdigen. Dazu darf es auch mal eine kleine Belohnung sein. „Sie sind es sich wert! Das gilt nicht nur für Belohnungen. Sie sollten immer überdenken, was Sie sich antun – zum Beispiel, mit wem Sie zusammenarbeiten. Möchten Sie Klassenkampf oder Wertschätzung? Schenken Sie dummen Kollegen keine Aufmerksamkeit. Widmen Sie sich die Aufmerksamkeit lieber selbst. Und denken Sie immer daran: Ich verdiene statt zu dienen!“

von Clarissa Schöller