

# GABAL impulse

Ausgabe 1/2010

## inhalt

<b>Editorial</b>	2
<b>Aktuelles</b>	
News aus den Regionalgruppen	2
Symposium 2010: mega memory® Gedächtnistraining	3
<b>Praxis</b>	
Kreditvergabe: So entscheidet die Bank	4
Hat Ihre Homepage die Besucher, die Sie verdienen?	6
<b>Kooperationen</b>	
Kooperationen	10
Die ersten DVWO-Qualitäts- Siegel sind überreicht	10
STUFEN mit DVWO Qualitäts- Siegel ausgezeichnet	10
GABAL-Verlag: Change Cycle	11
<b>Aktivitäten</b>	
Veranstaltungen	11
Kompetenzteams	12
Mitglieder aktiv	12
<b>RG Aktivitäten</b>	
RG Hannover	12
RG Mitteldeutschland	13
RG Rhein-Rhur	14
<b>Literatur</b>	
Berufskodex	14
Rezensionen	14
<b>Service</b>	
Adressenliste	15
Service	15
Impressum	15

# GABAL erfolgreich auf der didacta



Schauen Sie immer nach News:  
[www.gabal.de](http://www.gabal.de)

Dr. Thomas Probol, Zamyat M. Klein, Hanspeter Reiter v.l.n.r.

Gesellschaft zur Förderung Anwendungsorientierter Betriebswirtschaft  
und Aktiver Lehrmethoden in Hochschule und Praxis e.V.



## Schönen guten Tag,

waren Sie auf der didacta? Die „Bildungsmesse“ entwickelt sich mehr und mehr zum Dreh- und Angelpunkt auch für Weiterbildner, zwischenzeitlich mit eigener Halle, stark gewachsen rund um den DVWO-Gemeinschaftsbereich inkl. Trainercafé, dazu kamen dieses Jahr erneut Trainings-Center und neu der Trainer-Tag, organisiert von Helga Scholz. Dass der Slogan für die diesjährige didacta von GABAL entlehnt worden ist, ehrt uns sehr: „Bildung macht zukunftsfähig“... Denn auch GABAL e.V. war dabei, volle fünf Tage, mit wechselnder Mann- und Frauschaft: Dank an alle, die aktiv mitgemacht haben! So entsteht – neben Symposium und Regionaltreffen – ein weiterer realer Austausch zwischen Mitgliedern und mit Neugierigen, die wir hoffentlich zum Da-  
 beisein motivieren können. Für einen Bericht in dieser Ausgabe war die Messe dieses Jahr schlicht zu spät: Mitte März, weswegen wir auch den Redaktionsschluss für die erste GABAL-impulse 2010 haben vorziehen müssen.

„Trotzdem“ waren für die Umstellung des Corporate Design zunächst nur die ersten Schritte getan – jetzt halten Sie erstmals eine impulse-Ausgabe im neuen „Look & Feel“ in Händen: neues Logo, andere Farben – und vierfarbig gedruckt! Wie gefällt sie Ihnen, Ihre Mitglieder-Zeitschrift? Mailen Sie Meinung und Gefühle, wir sind neugierig... Bereits am Jahresanfang hatten wir den E-Letter umstellen können, es folgte die Website. Apropos, natürlich wollen wir mit GABAL auch immer stärker in Web 2.0 vertreten sein, siehe Twitter & Co. Hierzu interessieren uns Ihre Erfahrungen, damit wir im Vorstands-Team entscheiden können, wohin wir Aktivitäten lenken sollen.

Über den erweiterten Vorstand halten wir Sie auf dem Laufenden: Für den Bereich „Hochschul-Kontakt“ halten wir genau so Ausschau wie für Zertifizierung, ein zentrales Thema, siehe „Kooperationen“. Voraussichtlich in der zweiten impulse-Ausgabe 2010 werden sich Ihnen neue KollegInnen vorstellen, die wir satzungsgemäß zunächst kooptieren, bevor sie sich im Herbst bei der Mitglieder-Versammlung zur Wahl stellen werden...

Sie sehen, „die tun was“ – und es tut sich was. Orientieren Sie sich auf diesen 16 Seiten über das, was war – und über das, was kommt, siehe Symposium (S. 3). Auf ein Treffen mit Ihnen dort, auf einer Messe oder einer Regionalveranstaltung freue ich mich und grüße herzlich, auch im Namen meiner KollegInnen

Hanspeter Reiter  
 Vorstandssprecher GABAL e.V.  
 hanspeter.reiter@gabal.de

PS: Sie haben Beiträge, die andere GABAListen interessieren könnten? Denken Sie gerne an die vielfältigen Möglichkeiten, diese zu verbreiten: Via E-Letter (Link), in GABAL-impulse (ggf. in Auszügen mit Überleitung aufs Web), als White-paper auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de). Fragen Sie Erna Schäfer, [info@gabal.de](mailto:info@gabal.de)!

## News aus den Regionalgruppen

Als GABAL-RepräsentantInnen vor Ort kommt unseren Regionalgruppen-LeiterInnen eine außerordentlich wichtige Rolle zu. So möchten wir uns an dieser Stelle ganz besonders bei Christel Freyer und Bettina Walker sowie den zahlreichen Helfern aus den Regionalgruppen Rheinland und Rhein-Ruhr für das außerordentliche Engagement und Einsatzfreude rund um die didacta bedanken. Lesen Sie den Bericht zur didacta auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de).

Claus-Dieter Hildenbrand hat die Leitung der **RG Südwest** niedergelegt, was wir sehr bedauern. Wir bedanken uns bei ihm für sein langjähriges Engagement, das aufgrund der besonderen geografischen Bedingungen der Region eine besondere Herausforderung darstellt. Welches GABAL-Mitglied aus der Region fühlt sich berufen, ggf. gerne als regionaler AnprechpartnerIn? Interessenten melden sich bitte bei Erna Schäfer, [info@gabal.de](mailto:info@gabal.de). Auch für die **RG Rhein-Main** suchen wir eine Unterstützung des RG-Teams zur Entlastung von Matthias Böhme. Über weitere Aktivitäten aus den Regionen berichten wir ab S. 12, ausführlichst wie immer via [www.gabal.de](http://www.gabal.de).

André Jünger  
[andre.juenger@gabal.de](mailto:andre.juenger@gabal.de)



Für jedes neue ordentliche Mitglied erhalten Sie einen Büchergutschein in Höhe von € 40,00 auf alle Medien des GABAL Verlages.



## GABAL Symposium 2010



**Gesundheit und Weiterbildung –  
für Körper, Seele und Geist**

**am 30. /31.10.2010**

**Akademie Mont-Cenis in Herne**

Freuen Sie sich schon heute auf ein besonderes Highlight zum Abschluss am Sonntagmittag: Die „final key-note“ kommt vom bekannten Gedächtnistrainer Gregor Staub. Wir freuen uns sehr, ihn für unser Jahresereignis gewonnen zu haben... Ihr Gehirn kann mehr als sie glauben. Lesen Sie hier den Beitrag von Gregor Staub.

**Immer auf neuestem Stand sind Sie via:  
[www.symposium@gabal.de](mailto:www.symposium@gabal.de)**

### Lerntechniken für Beruf & Alltag: mega memory® Gedächtnistraining



Gregor Staub

**Ihr Gehirn kann viel  
mehr als Sie glauben!**

Kennen Sie das auch? Gerade aus dem Urlaub zurück, steht man vor dem Geldautomaten – und plötzlich ist die Geheimnummer weg. Oder Sie begegnen einer ehemaligen Kollegin, wollen sie begrüßen, und ... haben im selben Moment den Namen vergessen. Der Schweizer Gregor Staub gehört zu den erfolgreichsten Gedächtnistrainern Europas. Erfahren Sie in diesem Artikel, wie Sie Ihr Gedächtnis mit viel Spaß nachhaltig verbessern können – damit Ihnen so etwas nie (mehr) passiert!

Fakt ist: Wer fit sein will für Schule, Studium, Alltag und Beruf, braucht ein Gedächtnis in Topform. Die gute Nachricht: Mit außergewöhnlichen Begabungen hat ein hervorragendes Gedächtnis zum Glück nichts zu tun: Die Methode mega memory® Gedächtnistraining, [www.gregorstaub.com](http://www.gregorstaub.com), von Gregor Staub funktioniert bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen.

### Schon die alten Griechen wussten, wie...

Bereits in der Antike haben griechische Gelehrte mit einem sehr effektiven Lernsystem gearbeitet – mit den so genannten MNEMO-Techniken. Schon damals hatten sie herausgefunden was noch heute gilt: Wenn Sie beim Lernen Verstand und Gefühl im Kopf zusammenkoppeln, werden Sie feststellen, dass Sie sich die Informationen sehr einfach, schnell und nachhaltig merken können.

Wie das in der Praxis funktioniert? Ob Zahlen, Namen, Vokabeln, schwierige Formeln oder das Manuskript für Ihren nächsten Vortrag – entscheidend ist, dass Sie das zu Lernende mit Bildern verbinden. Je phantasievoller und verrückter diese Geschichten und Bilder sind, umso besser.

### Der Nikolaus mit dem Joghurtbecher: Dr. Freiherr von und zu Guttenberg

Wer Lust dazu hat, kann sein Namensgedächtnis unglaublich verbessern – das erleben die Teilnehmer in meinem Seminaren nach wenigen Minuten! Lesen Sie sich die folgende Geschichte ein paar Mal durch und stellen Sie sich bildhaft vor. Sie werden sehen, dass Sie damit die zehn Vornamen des deutschen Bundesverteidigungsministers Dr. Freiherr von und zu Guttenberg nach wenigen Minuten parat haben werden:

Sie sehen einen großen (Karl) Theologen (Theodor). Neben ihm steht Maria mit dem Nikolaus. Der Nikolaus hat in seiner Hand einen Joghurtbecher. Darauf ist ein Hahn (Johann) abgebildet. Jetzt legt eine Jacke (Jacob) drüber. In der Jackentasche ist eine Glühbirne von Philips (Philipp). Daran hängen Fransen (Franz). An den Fransen hat es Jogurt mit Senfgeschmack (Joseph). Bei diesem Geschmack bekommt man das Gefühl, als gäbe es im Kopf ein Silvesterfeuerwerk (Sylvester). Da kommt ein großer Bulle. Auf dem Rücken trägt der Bulle einen Freiherrn. Er reitet zu seinem Gut auf dem Berg.

Voilà: Dr. Karl-Theodor Maria Nikolaus Johann Jacob Philipp Franz Joseph Sylvester Freiherr von und zu Guttenberg! Das ist schon alles! Lesen Sie sich die kleine Geschichte noch zwei, drei Mal durch und stellen Sie sich sie sich möglichst bildhaft vor: Sie werden sehen, dass Sie alle zehn Namen nach wenigen Minuten problemlos abrufen und auf der nächsten Party damit glänzen können.

### Wenn der Zwerg mit dem Zwerg würfelt

Mit Zahlen funktioniert die Methode ganz ähnlich. Wenn Sie Zahlen mit Bildern verknüpfen, können Sie sich diese viel leichter lernen: Schon meine damals sechsjährige Tochter hat die Zahl 767, den Anfang einer Telefonnummer, mit Hilfe der so genannten Baumliste eingepägt: Ein Zwerg würfelt mit einem anderen Zwerg. Der Zwerg steht dabei für die 7 (wegen der „sieben Zwerge“); die 6 steht für einen Würfel mit seinen sechs Seiten. Mit Schülern einer dritten Klasse habe ich erlebt, dass sie innerhalb von drei bis vier Minuten eine 40-stellige Zahl lernen konnten.

**Mein Tipp: Lachen Sie viel!**

Immer wieder fragen mich Teilnehmer nach meinem ganz persönlichen Tipp. Er lautet: Haben Sie Spaß beim Lernen und lachen Sie viel! Inzwischen bestätigt auch die Hirnforschung, dass Lachen und Vergnügen beim Lernen enorm helfen.

**Pressestimmen**

**Seit der Entwicklung seiner Lerntechniken 1990 hat Gregor Staub in den Medien für ein positives Echo gesorgt:**

„Eigentlich müsste sich jeder Lehrer eine dicke Scheibe von Gregor Staubs Talenten abschneiden können. Er hat nicht nur ein ausgezeichnetes Gedächtnis – er ist auch ein glänzender Unterhalter. Und: Es gelingt ihm, sein Wissen auf eine spielerische, witzige Art weiterzugeben, sodass man gar nicht anders kann, als bei seinem „Unterricht“ voll dabei zu sein und mitzumachen.“


(Solothurner Tagblatt, 21.10.2008)

„Gedächtnistrainer Gregor Staub, ein anerkannter Superstar in seinem Geschäft, wiederholt (...) die Grundvoraussetzung für seine Lernmethode so oft, dass sie garantiert im Hirn haften bleibt. Am Ende der über zwei Stunden dauernden „Lektion“ glauben ihm die Zuhörer seine Botschaft gerne. Staub hat sie erleben lassen, wie leicht Lernen sein kann, wenn man weiß, wie's geht.“

(Reutlinger Generalanzeiger, 20.11.2008)

**Vita**

Gregor Staub, \*3. Juni 1954, Betriebsökonom HWV, ist Autor vieler Bücher zum Thema Gedächtnistraining. Im Dezember 2003 wurde er vom Magazin TRAiNiNG zum Trainer des Jahres gewählt. Er ist creative member des Club of Budapest, Mitglied im Club 55 und Vorstandsmitglied der German Speaker Association. Gregor Staub ist verheiratet und hat zwei Töchter. Sein Selbstlernkurs **mega memory® Gedächtnistraining**, [www.gregorstaub.com](http://www.gregorstaub.com), ist bereits 1990 erschienen. Seit Mai 2008 gibt es mit der 8. Auflage auch eine Audio- & eLearning-Edition.

Nach mehr als 2500 Vorträgen und Seminaren ist das Konzept mega memory® außergewöhnlich ausgereift, – und sofort umsetzbar. Gregor Staub wird von Seminar-Teilnehmern wie Journalisten als mitreißender Redner beschrieben, der mit seiner positiven Lebenshaltung und Überzeugungskraft die Menschen zum Handeln bringt und langfristig motivieren kann, seine Lernstrategien umzusetzen. Seit knapp 20 Jahre berät er namhafte Firmen und Organisationen und vermittelt seine Methoden und Erfahrungen (honorarfrei) an Schulen und Universitäten. 

mega memory® Gedächtnistraining  
Gregor Staub  
[info@regorstaub.com](mailto:info@regorstaub.com)  
[schulen@regorstaub.com](mailto:schulen@regorstaub.com)  
[www.gregorstaub.com](http://www.gregorstaub.com)

**Kreditvergabe:  
So entscheidet die Bank**



Willi Kreh

Finanzierungslücke, Kapitalbedarf? Ein Anruf bei der Bank genügt. So war das einmal, heute ist weit mehr gefordert. Auch die einfache Präsentation der wirtschaftlichen Kennzahlen reicht nicht mehr, dagegen spielen andere, weiche Faktoren für die Bank eine wichtige Rolle. Wie aber fällt die Entscheidung und was ist maßgeblich dafür?

Ein Kreditantrag ist ein bisschen wie die Frage nach mehr Taschengeld. Einfach zu sagen: „Ich brauche jetzt aber mehr!“ reicht nicht, etwas mehr muss man meistens schon dafür tun. Letztlich ist die Kreditvergabe jedoch eine ganz einfache Sache: Man stellt einen Antrag, die Bank verschafft sich ein Bild und entscheidet dann.

**Dieser Prozess lässt sich durch einige wichtige Maßnahmen positiv beeinflussen.**

Die Präsentation wirtschaftlicher Kennzahlen ist zwar notwendig, sie allein reicht aber nicht. Und das sollte keine Überraschung sein: Wer würde sich nur aufgrund von Zahlen für ein Geschäft begeistern? Genauso geht es auch dem Banker. Er muss und will die Zusammenhänge verstehen, das Marktsegment und die Wettbewerbssituation einschätzen. Ihm das zu vermitteln, sollte der Unternehmer schon aus eigenem Interesse selbst in die Hand nehmen, sonst verlässt er sich ja auf das Urteil eines Laien. Denn das ist der Banker nämlich und will es letztlich auch bleiben. Er möchte von seinem Kunden informiert werden ohne langes Bitten! Und zwar anschaulich, ansprechend und auf den Punkt.

Entscheidend für die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens ist dabei seine realistische Selbsteinschätzung. Wer immer besser als die anderen ist und keine Schwächen hat, wirkt unglaublich und mindert die Erfolgsaussichten bei der Bank. Zumal der Unternehmer durchaus davon ausgehen darf: Der Banker wird versuchen, die Informationen zu überprüfen. Ähnlich verhält es sich bei Problemen. Wer seine Bank hier frühzeitig informiert, kann sich eher auf ihre Hilfe verlassen als derjenige, der erst dann offen spricht, wenn ihm das Wasser bereits bis zum Halse steht.

Eine intakte Beziehung zur Bank ist demnach der beste Beschleuniger bei der Kreditvergabe. Eben die gilt es langfristig zu pflegen und dafür die Bank über alle wesentlichen Entwicklungen im Unternehmen auf dem Laufenden zu halten. Der Banker seinerseits erwartet fast schon einen proaktiv agierenden Unternehmer und wird dessen Initiative mit Wohlwollen quittieren. Denn, wer wenn nicht der Un-



ternehmer selbst, kann die eigenen Stärken, die Strategie oder die Personalpolitik am besten darstellen und in einem ausformulierten Strategiekonzept aufzeigen. Der Unternehmer schafft damit natürlich abseits der Beziehung zur Bank auch ein wichtiges betriebliches Steuerungsinstrument, das bei der Führung des Unternehmens von immenser Wichtigkeit ist. Die Existenz eben solcher Werkzeuge beeinflusst wiederum die Entscheidung des Bankers positiv. Denn wer jemandem Geld geben soll, will schließlich wissen, wie es um dessen Gegenwart und Zukunft bestellt ist und wie er seinen wirtschaftlichen Erfolg sichern will.

Eine der wichtigsten Entscheidungsgrößen für den Banker ist das Rating eines Unternehmens. Es bestimmt die grundsätzliche Entscheidung und ist darüber hinaus natürlich die Basis für die Rahmenbedingungen des Kredits. Für den Kreditnehmer lautet die Devise also: Das eigene Rating zu kennen, ist die erste Bürgerpflicht. Aber dabei sollte man es nicht belassen.

Das gezielte Nachfragen sollte immer mit einem Gespräch verbunden sein, in dem man mit dem Bankberater nach Wegen sucht, das eigene Rating zu verbessern. Im Grunde ist das nichts Anderes als die Frage: Was muss ich tun, damit du mir dein Geld gibst? Der Banker wird diese Frage nicht nur gerne beantworten, er wird sich sogar darüber freuen.

### Vier entscheidende Fragen für den Banker:

#### Wofür ist das Geld?

Präsentieren Sie Ihr Anliegen anschaulich, ansprechend und verständlich! Nehmen Sie sich die Zeit, eine solche Präsentation mit Sorgfalt zu erstellen.


#### Wer ist der Kunde?

Am besten, der Banker muss Ihnen diese Frage gar nicht stellen, weil er Sie langfristig kennt und Sie ihn immer auf dem Laufenden halten. Und zwar auch bei Problemen.

#### Wie ist es um sein Geschäft bestellt?

Mit einem ausformulierten Strategiekonzept, das sich mit Ihrem Marktumfeld auseinandersetzt, beweisen Sie, dass Sie Ihr Unternehmen planvoll leiten. Die letzten Abschlüsse, aktuelle Geschäftszahlen und natürlich auch eine aktualisierte Voraussprognose sollten Sie immer für Ihren Bankberater zur Hand haben.

#### Welches Risiko besteht?

Die wichtigste Größe dafür ist Ihr Rating. Ihr Banker freut sich, wenn er weiß, dass Sie es kennen und ihm zeigen, wie Sie seine Vorschläge zur Verbesserung beherzigen. Natürlich schaut Ihr Bankberater dabei auch immer, ob Sie ein zuverlässiger Kreditnehmer sind, der sich um eine kontinuierliche Tilgung gewählter Kredite bemüht. 

Willi Kreh – Steuerberater und BankStrategieBerater

Aktuelle Steuerinformationen unter [www.kreh.de](http://www.kreh.de)  
Auf Augenhöhe mit Ihrer Bank [www.DieRatingChance.de](http://www.DieRatingChance.de)



Für jedes neue ordentliche Mitglied erhalten Sie einen Büchergutschein in Höhe von € 40,00 auf alle Medien des GABAL Verlages.

### ANZEIGE

#### Mallorca-Premium-Training für Trainer- und Führungskräfte

4-Sterne-Hotel und 5-Sterne-Training:  
Akademie für Geschäftserfolg Tübingen  
29. September bis 3. Oktober 2010  
Jetzt Frühbucher-Preis sichern!

[www.Mallorca-Premium-Training.de](http://www.Mallorca-Premium-Training.de)

### Anzeigen-Preisliste

**1/1 Seite**  
€ 495,00  
210x280mm  
175x230mm  
(Satzspiegel)



**1/2 Seite**  
€ 270,00  
210x140mm  
175x115mm  
(Satzspiegel)



**1/3 Seite**  
€ 185,00  
115x115mm  
175x73mm  
55x230mm



**1/6 Seite**  
€ 95,00  
55x115mm  
115x55mm



#### Kleinanzeige

(3 Zeilen) 55 x 22 mm € 10,00  
Jede weitere Zeile (max. 10 Zeilen) € 4,00

#### Beilagen

Höchstformat  
205 mm breit x 270 mm hoch bis 20g,  
versandfertig angeliefert  
(max. 10 Zeilen) € 210,00

#### Mitgliederrabatte

(Kleinanzeigen und Beilagen ausgenommen)  
ordentliche Mitglieder 50%  
korrespondierende Mitglieder/  
Studenten 25%

#### Wiederholungsrabatte

Bei Mehrfachanzeigen bzw. Mehrfachbeilagen innerhalb eines Jahres gewähren wir folgende Rabatte:  
Bei 2 Anzeigen/Beilagen 5%  
Bei 4 Anzeigen/Beilagen 10%

#### Kontakt

GABAL Bundesgeschäftsstelle  
Erna Theresia Schäfer (Leitung)  
Budenheimer Weg 67  
D-55262 Heidesheim  
Fon 06132 - 50 95 0-90  
Fax 06132 - 50 95 0-99

[info@gabal.de](mailto:info@gabal.de) | [www.gabal.de](http://www.gabal.de)

## Hat Ihre Homepage die Besucher, die Sie verdienen?

Sie haben eine attraktive Homepage. Entweder selbst erstellt, unter viel Schweiß und Tränen (ja, ich weiß, wieviel Arbeit das ist!). Oder vom Webdesigner, und dann haben Sie dessen Aufwand bezahlt (zurecht, der möchte ja auch von etwas leben). Jetzt wollen Sie natürlich, dass sich die Mühe auch auszahlt und möglichst viele Leute Ihre Webseiten besuchen. Zuerst müssen Sie deshalb wissen, wie Sie die Anzahl der Besucher messen können. Denn ohne solche Zugriffszahlen können Sie auch nicht sehen, ob Ihre Marketingbemühungen nützen oder ob sie Zeitverschwendung sind. Also:

### Woher wissen Sie, wieviele Personen Ihre Webseiten besuchen?

**Um herauszufinden, wieviele Besucher Ihre Homepage hat, benutzen Sie ein sogenanntes Tracking- und Analysetool. Das ist eine Software, die die Anzahl Ihrer Besucher und andere Daten „tracken“, also verfolgen, und auswerten kann.**

Die meisten Webhoster stellen auch Besucherstatistiken zur Verfügung, die aus den Log-Dateien des Webserver erstellt werden. (Die Log-Dateien sind die Dateien, in denen der Webserver festhält, wer wo wann was auf dem Webserver gemacht hat. Ihr Webhoster oder „Provider“ ist die Firma, auf deren Webservern Ihre Homepage anderen zugänglich gemacht wird. Ihr Besucherverkehr wird auch als „Traffic“ bezeichnet.)

Zur Analyse der Besucherzahlen haben Sie folgende Möglichkeiten:

### Statistiken Ihres Webhosters

**Wenn Sie nur einen ungefähren Überblick erhalten wollen, wie sich Ihre Besucherzahlen entwickeln, reichen die Besucherstatistiken Ihres Webhosters meist aus.**

Falls Ihr Webhoster keine oder nur sehr unzureichende Daten zur Verfügung stellt, sollten Sie darüber nachdenken, ob dies der richtige Webhoster für eine geschäftliche Homepage ist. Und ob Sie den richtigen Tarif für Ihre Homepage gewählt haben – der Urlaubsfotos-Billig-Tarif für weniger als 2 Euro bietet eben nicht so viele Möglichkeiten wie ein etwas besserer Tarif für ein paar Euro mehr... :-

Wie Sie diese Statistiken aufrufen können, ist von Webhoster zu Webhoster unterschiedlich. Beim Webhoster Domainfactory beispielsweise können Sie einfach Ihre Domain mit dem Zusatz „/statistik“ aufrufen, also „http://www.MEINE-DOMAIN.de/statistik“ im Browser eingeben (natürlich mit Ihrem Domainnamen...). Melden Sie sich dann mit Ihrer Auftragsnummer und Ihrem Kundenmenü-Passwort an, um die Statistiken zu sehen. Einige Basiseinstellungen für die Besucherstatistiken können Sie im Kundenmenü von Domainfactory einstellen. Wählen Sie hierfür die gewünschte Domain aus (wenn Sie mehrere haben), und klicken Sie auf den Menü-Eintrag „(SUB)DOMAIN-EINSTELLUNGEN – Vermischtes – Stati-

stiken anpassen“. Bei anderen Webhostern lesen Sie am besten in der Hilfe bzw. den „Häufig gestellten Fragen“ (FAQ) nach, wenn Sie die Besucherstatistiken nicht finden können, oder fragen Sie beim zuständigen Kunden-Support nach.

### Google Analytics

**Das wahrscheinlich bekannteste Tracking- und Analysetool ist Google Analytics. Wenn Sie Google Analytics benutzen, erhalten Sie kostenlos detaillierte Statistiken über den Besucherverkehr auf Ihren Webseiten.**

Sie müssen hierzu einen Account bei Google anlegen und Ihre Domain für Google Analytics anmelden. Google stellt Ihnen dann einen sogenannten Tracking-Code zur Verfügung. Das sind mehrere Zeilen mit JavaScript-Code, die Sie auf allen Webseiten einbinden müssen, die analysiert werden sollen. (Achtung: das bedeutet auch auf allen Unterseiten, nicht nur auf der jeweiligen Hauptseite!) Der Tracking-Code muss ganz am Ende jeder Webseite direkt vor „</body>“ stehen, d.h. nach allen HTML-Anweisungen. Am einfachsten erreichen Sie das, wenn Sie einen sogenannten Footer (z.B. eine Datei footer.html oder footer.php) haben, der unten auf allen Webseiten eingebunden wird. Fügen Sie den Trackingcode dann einfach im Footer an der passenden Stelle ein.

In einem Wordpress-Blog hängt es vom Theme ab, wo der Tracking-Code einzufügen ist. Manche aufwendigeren Themes halten dafür in den Theme-Einstellungen ein spezielles Feld für Trackingcode vor, in das Sie den Trackingcode einfach hinein kopieren können. Bei anderen Themes müssen Sie ihn in das Footer-Template einfügen. Klicken Sie hierfür im Menü auf „Design – Editor“ und wählen Sie dann das passende Template aus (der Standard ist footer.php).

Google Analytics hat viele Vorteile. Es stellt auf relativ bequeme Art viele Statistiken und Daten zur Verfügung. Zudem bietet es Ihnen eine große Fülle an Informationen, vielleicht mehr, als Sie jemals brauchen werden, wenn Sie den Besucherverkehr auf Ihrer Homepage nicht zu Ihrem Lebensinhalt machen...

Auf der anderen Seite ist zu bedenken, dass diese Daten von Google verarbeitet und gespeichert werden. Selbst wenn Sie persönlich diesbezüglich keine Bedenken haben, sollten Sie die aktuelle Diskussion über die Zulässigkeit von Google Analytics nach den deutschen Datenschutzrichtlinien im Auge behalten. Je nachdem, wie sich diese Diskussion weiter entwickelt bzw. was hier gerichtlich Bestand hat, kann es unter Umständen für einen Webseiten-Betreiber zukünftig kritisch sein, Google Analytics zu benutzen. Erkundigen Sie sich deshalb vorsichtshalber immer mal wieder nach dem aktuellen Stand der Rechtslage! (und bedenken Sie, dass weder ich noch ein anderer Laie Ihnen eine rechtssichere Auskunft geben kann – die erhalten Sie am besten von einem kompetenten Rechtsanwalt...) Wenn Sie Google Analytics auf Ihren Webseiten benutzen, müssen Sie in der Datenschutzerklärung einen entsprechenden Hinweis darauf anbringen. Google stellt Ihnen hierfür einen Beispieltext zur Verfügung.

### Andere Tracking- und Analysetools und Dienstleister

Außer Google Analytics sind noch sehr viele andere Tracking- und Analysetools erhältlich. Insbesondere wenn Sie etwas Englisch sprechen, haben Sie hier eine große Auswahl.

Manche davon sind Dienste wie Google Analytics, bei denen ein Anbieter Ihre Daten bei sich speichert und analysiert und Ihnen dann die Auswertung zur Verfügung stellt. Die kostenpflichtigen dieser Dienste erheben eine monatliche oder jährliche Gebühr, oft abhängig von der Zahl der Webseiten und der Zahl der gesamten Pageviews, d.h. davon wieviele einzelne Webseiten insgesamt innerhalb eines bestimmten Zeitraums aufgerufen wurden. Bekannte Tracking- und Analysedienstleister sind Statcounter, Clicky und Woopra. Bei diesen Services werden die Trafficdaten von Webseiten ähnlich wie bei Google Analytics verarbeitet, allerdings in Echtzeit. Das heißt dass Ihre Statistiken sofort angepasst werden, wenn ein Besucher Ihre Homepage aufruft. Alle drei Dienste bieten eine kostenlose Grundversion an.

Es gibt aber auch Tracking- und Analyseskripte, die Sie bei sich auf Ihrer Domain installieren. Diese Skripte laufen direkt auf Ihrer Domain, so dass die Daten auch bei Ihnen bleiben. Achten Sie darauf, ob ein Skript bestimmte technische Voraussetzungen verlangt, beispielsweise eine bestimmte php-Version oder eine MySQL-Datenbank, und ob dies in Ihrem Hosting-Paket enthalten ist bzw. ob Sie extra dafür bezahlen müssen. Das vielleicht bekannteste Tracking- und Analysetool dieser Art ist Piwik. Piwik ist eine kostenlose Open Source-Software, die Sie bei sich auf dem Webserver installieren. Für Piwik ist ein deutsches Interface verfügbar. Da bei Piwik sowohl die Software als auch die Trackingdaten auf Ihrem eigenen Server liegen, müssen Sie nicht darüber nachdenken, was Dritte vielleicht mit Ihren Daten anstellen können. Dafür sind Sie natürlich selbst für die Installation und Wartung verantwortlich, und benötigen Speicherplatz für die Trackingdaten.

Auch diese anderen Tracking-Tools und -Dienstleister benötigen auf irgendeine Art Zugriff auf Ihre Webseiten. Die meisten verwenden wie Google Analytics auch ein paar Zeilen JavaScript-Code, die Sie auf alle Webseiten (also auch alle Unterseiten) einbinden müssen. Wie das geht, habe ich oben bei Google Analytics kurz erklärt. Falls der von Ihnen gewählte Dienst oder Ihre Software einen anderen Weg nutzt, lesen Sie bitte in der Anleitung nach, wie Sie vorgehen müssen.

### Gibt es das optimale Tracking- und Analysetool?

Bevor Sie Zeit und/oder Geld in die Auswahl und Einrichtung eines Tracking- und Analysetools verwenden, rate ich Ihnen, sich zuerst einmal über Ihre Bedürfnisse im Klaren zu werden. Benutzen Sie die Besucherstatistiken Ihres Webhosters und überlegen Sie in Ruhe, welche Zahlen Sie überhaupt benötigen und regelmäßig auswerten. Sie werden vielleicht feststellen, dass Ihnen die Zahlen Ihres Webhosters vollauf genügen... :-)

Falls nicht wählen Sie dann gezielt eine Software oder einen Dienstleister aus, der die Dinge messen kann, die Ihnen wichtig sind. Achten Sie nicht nur auf den Preis und den Funktionsumfang, sondern auch darauf, ob Sie mit der Bedienung und gegebenenfalls mit der Installation zurechtkommen.

Das sollten Sie vor der Entscheidung wissen:

- Unterschiedliche Tracking- und Analysetools zählen auf unterschiedliche Weise. So werden z.B. zwei Besuche von der gleichen IP-Adresse aus (d.h. vom gleichen Internetzugang) als ein oder als zwei Besuche gezählt, je nachdem wieviel Zeit dazwischen vergangen ist. Auch zählen manche Tools sogenannte „Bots“ mit und andere nicht. Bots sind Programme, die z.B. für Suchmaschinen unterwegs sind und Ihre Seiten erfassen. Wundern Sie sich also nicht, wenn Sie zwei verschiedene Tools verwenden und leicht unterschiedliche Ergebnisse erhalten.

## Projektmannschaft

### Skipper und Mannschaft halten Projekte auf Kurs



Zur Überwindung der Wirtschaftskrise starten viele Firmen neue Projekte: Themen sind Neu-Positionierung, Aktualisierung der Produktpalette und Gewinnung neuer Kundenaufträge. Perfekt ausgebildete Projektleitungen sind gefragt; ausgewählte Projektbeschäftigte brauchen Methodenkompetenz und Teamfähigkeit. Prolog ist seit 30 Jahren am Markt und trainiert Projektmanagement mit umfassender Berufserfahrung. Viele Firmen arbeiten seit Jahren nach der Prolog-Methodik: ein eingeführter PM-Standard in Deutschland.

Prolog GmbH • Georgstraße 76 • 26349 Jaderberg  
 Telefon 0 44 54-82 21 • Fax 0 44 54-5 32 • E-Mail: info@prolog.de • www.prolog.de



**PROLOG: Der Lotse für Ihre Projekte**



- Manche Besucherstatistiken stehen erst am nächsten Tag oder nach einer gewissen Zeit zur Verfügung. Mein Webhoster Domainfactory zum Beispiel stellt immer nachts die Statistiken für den vergangenen Tag zur Verfügung. Auch bei Google Analytics kann es zu Verzögerungen kommen. Andere haben nur eine geringe Verzögerung oder arbeiten in Echtzeit.
- Für den „Hausgebrauch“ macht es keinen großen Unterschied, ob die Statistiken gleich zur Verfügung stehen oder etwas zeitverzögert, und ob ein paar Besucher mehr oder weniger gezählt werden. Die Zeitverzögerung stört höchstens am Anfang, wenn Sie noch sehr begeistert sind und Ihre Besucherzahlen mehrmals täglich kontrollieren wollen... ;-)
- Wichtiger ist daher, ob Sie mit dem ausgewählten Tool gut zurechtkommen, ob die Werte verständlich dargestellt sind, die Bedienung übersichtlich ist und die Einbindung auf Ihrer Webseite problemlos möglich.
- Wenn Sie es möglichst einfach haben wollen, nutzen Sie die Statistiken Ihres Webhosters. Jetzt sitzen Sie vielleicht vor Ihrer Homepage, betrachten die Zugriffszahlen, die Ihnen Ihr Webhoster anzeigt, und wundern sich, warum sich höchstens eine Handvoll Besucher am Tag auf Ihre Seite verirren. Dabei haben Sie doch eine attraktive und interessante Seite, und Sie haben sich viel Mühe gegeben mit den Inhalten und dem Design.

#### Was nun?

Zuerst einmal sollten Sie wissen, auf welchen Wegen Besucher überhaupt auf Ihre Webseiten gelangen können...



Quelle:  
<http://www.webcontempo.com/images/internet-marketing.jpg>

#### Wie werden Webseiten überhaupt gefunden?

Im realen Leben können Sie Adressen auf unterschiedliche Weisen finden. Stellen Sie sich vor, Sie sind beruflich in einer anderen Stadt unterwegs und stellen fest, dass die Batterie Ihrer Uhr ausgetauscht werden muss. Jetzt suchen Sie in der Fußgängerzone einen Juwelier oder Uhrmacher.

**Variante 1:** Sie waren früher schon einmal in dieser Stadt und wissen noch, dass am nächsten Eck ein Kaufhaus ist, in dem Sie eine neue Batterie erhalten. Zielstrebig gehen Sie dorthin, ohne sich noch weiter umzusehen.

**Variante 2:** Sie denken „Irgendwo muss es das ja in einer Fußgängerzone geben.“ und laufen die Straße entlang. Nach wenigen Metern sehen Sie zu Ihrer Rechten einen Uhrmacher, der Ihnen hoffentlich weiterhelfen kann.

**Variante 3:** Sie kennen sich überhaupt nicht aus und haben keine Lust oder keine Zeit zum Suchen. Deshalb fragen Sie eine Passantin, wo Sie am schnellsten eine neue Uhrenbatterie erhalten. Sie erklärt Ihnen den Weg zu einem netten Juwelier, der das prompt und zuverlässig für einen vernünftigen Preis erledigt.

Alle drei Varianten führen Sie schlussendlich zu einer funktionsfähigen Uhr. Trotzdem unterscheidet sich die Art, wie Sie zu der jeweiligen Adresse finden, ganz grundlegend.

In **Variante 1** kennen Sie bereits ein passendes Geschäft und gehen direkt zu dieser Adresse. In **Variante 2** schauen Sie sich dort um, wo Sie am ehesten ein passendes Geschäft vermuten, und gelangen so zu einer Adresse. In **Variante 3** schließlich lassen Sie sich von jemand anderem zu einer Adresse verweisen.

Im Internet funktioniert das ähnlich. Ihre Homepage hat eine Webadresse, die von Besuchern auf drei Arten gefunden werden kann:

1. Die Adresse der Homepage ist dem Besucher bereits bekannt (z.B. von Ihrer Visitenkarte oder einem früheren Besuch). Sie wird direkt in das Adressfeld des Browsers eingegeben.
2. Der Besucher sucht nach einem Trainer für Zeitmanagement in Hannover, und Sie bieten genau das an und haben auch eine Homepage mit der Webadresse [www.zeitmanagementhannover.de](http://www.zeitmanagementhannover.de). Weil der Besucher nicht so recht weiß, wie er am besten einen Zeitmanagement-Trainer in Hannover findet, gibt er einfach auf gut Glück [www.zeitmanagement-hannover.de](http://www.zeitmanagement-hannover.de) in das Adressfeld ein und landet zufällig bei Ihnen.
3. Der Besucher wird durch einen Link eines Dritten auf Ihre Seite verwiesen. Das kann ein Suchergebnis in einer Suchmaschine sein, oder ein Web-Artikel, in dem über Sie berichtet wird, oder eines Ihrer Werbebanner, das in einem Forum eingeblendet wird.

Für den **ersten Fall** (Besucher kennt Adresse bereits und gibt sie direkt ins Adressfeld ein) können Sie selbst einiges tun – ein paar Anregungen hierzu finden Sie im zweiten Teil dieses Berichts.

Im **zweiten Fall** (Besucher gibt Webadresse auf gut Glück ein) hilft es Ihnen, wenn Ihr Domainnamen aus besonders gesuchten Begriffen besteht. Bei den meisten Webseiten machen solche zufälligen Besucher aber nur einen sehr kleinen Teil des Traffics aus. Verschenden Sie also nicht zu viel Zeit darauf, den optimalen Domainnamen für zufällige Besucher zu finden...

Zudem sind viele Domainnamen mit gefragten Begriffen längst vergeben. Bessere Chancen haben Sie bei einer spezielleren Begriffskombination, z.B. wenn Sie eine Region oder Stadt mit angeben, oder wenn Sie Ihre Tätigkeit sehr spezifisch beschreiben. Dann haben Sie naturgemäß auch weniger zufällige Webseitenbesucher, diese sind aber dafür eher an Ihrem speziellen Angebot interessiert.

Im Rest dieses Berichts geht es vorrangig um den **dritten Fall**, d.h. um neue Besucher, die Ihre Webseiten über irgendeine Art von Link betreten. Vorstellen werde ich Ihnen Methoden zur Linkbildung,

- die auch Einsteiger selbst durchführen können,
- die mit vertretbarem Zeitaufwand machbar sind (schließlich ist Online-Marketing nicht Ihr Hauptberuf, oder?)
- und die auch mit einem kleinen Budget realisierbar sind.
- Ach ja, und die Besucherzahl auf Ihrer Homepage erhöhen sie natürlich auch noch... ;-)

### Was Sie vorher wissen sollten...

#### Was ist ein „KEYWORD“, und warum ist das WICHTIG?


„Keyword“ ist der neudeutsche Ausdruck für Schlüsselwörter oder Schlagwörter. Ein Keyword ist z.B. ein Begriff oder eine Begriffskombination, nach denen Sie in einer Suchmaschine suchen. Damit sind Keywords automatisch für Sie relevant, wenn Sie sich Gedanken über die Besucherzahl Ihrer Homepage machen:

- Keywords sind die Suchbegriffe, durch die Besucher Sie über Suchmaschinen finden.
- Keywords sind die Schlagwörter, nach denen Suchmaschinen entscheiden, worum

es auf Ihren Webseiten geht.

- Keywords sind auch die Schlagwörter, die im Inhalt einer bestimmten Webseite besonders wichtig sind und deshalb idealerweise auch besonders prominent vorkommen, z.B. durch eine Hervorhebung, in einer Überschrift oder indem Sie mehrfach wiederholt werden.
- Keywords sind die Suchbegriffe, auf die Sie bieten, wenn Sie Google Adwords oder ähnliche Anzeigen in Suchmaschinen schalten.

Um die Keywords zu finden, die für Ihre Homepage relevant sind, überlegen Sie sich am besten zunächst die Begriffe, die Ihr Angebot oder die Bedürfnisse Ihrer Kunden oder Klienten am besten beschreiben. Je spezifischer Sie dabei werden, desto besser. Benutzen Sie danach das Google Keyword Tool, um sich weitere Keywords vorschlagen zu lassen. (Sie benötigen hierfür keinen Google Adwords oder Adsense Account!) Das Google Keyword Tool zeigt Ihnen auch an, wieviele Suchanfragen es ungefähr pro Monat für jedes Keyword bzw. jede Keyword-Kombination gibt. Und falls Sie Adsense-Anzeigen auf Ihren Seiten einbauen wollen bzw. Adwords-Anzeigen schalten, sehen Sie dort auch, wieviel jedes Keyword in etwa pro Klick einbringt bzw. wieviel es kostet.

Danach können Sie einfach die Google-Suche benutzen, um zu sehen, wieviele andere Webseiten jeweils mit einem Keyword gefunden werden. Mit diesen Seiten konkurrieren Sie, wenn Sie einen vorderen Platz in den Google-Suchergebnissen für den jeweiligen Suchausdruck bekommen möchten. ... 

Dr. Regine Becher  
www.lernfeuer-digital.de

➔ Lesen Sie den Komplettbeitrag im GABAL-Wissensarchiv:  
[www.gabal.de/wissensarchiv.php](http://www.gabal.de/wissensarchiv.php)

Sie sind bereits bei GABAL, <http://www.gabal.de/mitglieder-branchen.php>, verlinkt? Infos zu Ihrer GABAL-Online-Visitenkarte gibt es auf Anfrage via [info@gabal.de](mailto:info@gabal.de)

## Mitglieder-Vorteile

### GABAL-Mitglieder genießen viele Vorteile „auf Wunsch“:

- Legamaster 15% auf die Katalog-Angebote
- METALOG: 50% auf Workshop-Angebote
- Trainerversorgung: kostenfreie Mitgliedschaft (als Voraussetzung ...)
- ISDT MetaChartPlus: Schnupper-Paket ...
- Kollegen-Preise von Mitgliedern für Mitglieder
- Teilnahme an Veranstaltungen kooperierender Verbände (DVNLP, Strategie Forum, GfA, bdvb, GPM) zu Sonder-Konditionen
- Seminarportal, 25% für GABAListen
- 20 % Nachlass auf die Medien des GABAL-Verlags und von JÜNGER-Medien (über den jährlichen Büchergutschein hinaus!)
- Spotlight-Verlag: 30% auf Abos aller Sprachen-Magazine, siehe [www.spotlight-verlag.com](http://www.spotlight-verlag.com)
- White Papers auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de)
- Mitglieder-Links auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de)
- Studentenpreise auf diverse Microsoft-Produkte (bitte beachten: immer nur zur Privatnutzung – können Sie an Ihre Seminarteilnehmer weitergeben!).

Nähere Informationen für Zusatz-Vorteile auf:  
[http:// www.gabal.de/partner.php](http://www.gabal.de/partner.php)


Dies sind abrufbare Sonderkonditionen, die zusätzlich zu den automatisch enthaltenen Vorteilen der Voll-Mitgliedschaft nutzbar sind, wie z.B.

- **jährlicher Buchgutschein auf die Medien des GABAL-Verlages, Wert 40,- €**
- **wirtschaft + weiterbildung: kostenfreies Jahres-Abo, Wert 108,- €**

## Kooperationen

**Forum Werteorientierung** in der Weiterbildung „ringt“ ebenfalls mit dem Zertifizierungs-Thema: Soll es künftig ein „Premium-Siegel“ geben, für das lfd. Auditierung erforderlich ist? Was ist Ihre Meinung dazu?

**DGSL-Frühjahrestagung „Tacheles-Gipfel“**, fand im April statt, in Freising bei München. Lesen Sie die Ergebnisse auf [www.dgsl.de](http://www.dgsl.de)

**Strategieforum** wird 40 – am 11. April war die große Feier in Wiesbaden. Orientieren Sie sich über Aktuelles bei DVWO und seinen Mitgliedsverbänden via [www.dvwo.de/intranet!](http://www.dvwo.de/intranet!) 


## Die ersten DVWO-Qualitäts-Siegel sind überreicht

Auf der Bildungsmesse didacta 2010 fand am 16. März zum 1. Mal die öffentliche Übergabe des DVWO-Qualitäts-Siegels an 9 Weiterbildungsanbieter und Trainer statt, unter ihnen auch GABAL-Mitglieder. So new. management concept, vertreten durch Dr. Barbara Gülpen und Dr. Tobias Büser, die das 1. Qualitäts-Siegel überhaupt erhielten – zu erkennen an der Registrier-Nr. G 0001. Sie hatten auch gleich zur Siegel-Übergabe einen ihrer Kunden mitgebracht, der anschaulich in einem Kurzvortrag die hervorragende Trainings-Qualität von new. management concept bestätigte.

Während sich new. management concept erfolgreich einer System-Begutachtung unterzogen hatten, ließ die STUFEN-Stiftung eines ihrer Seminarbausteine „Erfolg durch Persönlichkeit“ als Produkt begutachten. Prof. Dr. Hardy Wagner nahm aus der Hand des DVWO-Vizepräsidenten Qualität, Michael Steig, das Qualitäts-Siegel entgegen. Lesen Sie hierzu den nebenstehenden Bericht.



*Bettina Walker und Willi Kreh erhalten das DVWO-Gutachter-Zertifikat.*

Als DVWO-Gutachter haben sich Willi Kreh und Bettina Walker in einem 6-wöchigen Training mit schriftlicher Abschlussprüfung und 4 Trainee-Begutachtungen unter der Leitung von Helga Scholz qualifiziert. Auch sie konnten ihre Zertifikate auf der kurzweiligen Veranstaltung entgegennehmen, die vom Duo Masemann & Meser immer wieder mit kleinen „Stories von Qualität“ aufgelockert wurde. 

Bettina Walker  
GABAL QM-Kordinatorin  
[Bettina.Walker@walker-consulting.de](mailto:Bettina.Walker@walker-consulting.de)

## STUFEN mit DVWO Qualitäts-Siegel ausgezeichnet

### Feierliche Übergabe der Siegelurkunde erfolgte auf der didacta 2010, Köln

Großer Auftrieb im Forum Weiterbildung in Halle 10. Am 16. März wurden dort die ersten Qualitäts-Siegel des DVWO vergeben. STUFEN Produkte erhielten das in der deutschen Weiterbildungslandschaft begehrte Zertifikat. Der DVWO bescheinigt damit, dass „STUFEN Produkte ein Qualitätsmanagementsystem erfolgreich eingeführt hat“. STUFEN ist für die nächsten 3 Jahre berechtigt, das „DVWO Qualitäts-Siegel für geprüfte und ausgezeichnete Fach-Qualität in der Weiterbildung zu führen“.

Der Rahmen der Siegel-Verleihung war feierlich und publikumsgerecht gewählt. Im Forum Weiterbildung auf der didacta erläuterte einleitend Andre Jünger, Vize-Präsident des didacta Verbandes die Wichtigkeit der Qualitäts-Sicherung in der deutschen Weiterbildungslandschaft und begrüßte ausdrücklich die Initiative des Dachverbandes der Weiterbildungsorganisationen e.V. (DVWO) in diesem Bereich.

Der DVWO hatte bereits früh erkannt, dass Bildungsprodukte im Wesentlichen nicht durch ihren Abwicklungsprozess sondern durch die Inhalte der vermittelten Bildungsangebote gekennzeichnet sind und hat in Zusammenarbeit mit allen Mitgliedsverbänden des DVWO ein Konsensmodell zu den Kompetenzanforderungen an Bildungsdienstleister und für Aus- und Weiterbildungseinrichtungen entwickelt. Dies erläuterte kurz und anschaulich DVWO Präsident Dr. Uwe Genz.

Die Bildungsstiftung STUFEN zum Erfolg hat seine Produkte an den Richtlinien des DVWO Qualitäts-Siegel ausgerichtet und damit die Basis geschaffen, die verbrieft guten Ergebnisse der STUFEN Produkte einer professionellen, externen Qualitätssicherung zu unterziehen.



*Stifter Prof. Dr. Hardy Wagner z.v.l. und Vorstand Holger Sieck z.v.r. nehmen auf der didacta 2010 das DVWO Qualitäts-Siegel für STUFEN in Empfang*

Die Siegel-Übergabe erfolgte durch Michael Steig, DVWO Vizepräsident Qualität. Die Bildungsstiftung STUFEN zum Erfolg erhielt das DVWO Siegel für seine Weiterbildungsprodukte, die vier STUFEN Bau-



steine, die im STUFEN Konzept passgenau zusammengefasst sind. Der geschäftsführende STUFEN Vorstand Holger Sieck und Stifter und Kurator der STUFEN Stiftung Prof. Dr. Hardy Wagner nahmen das Siegel entgegen:

„Dies ist eine Bestätigung unserer strukturierten Arbeit in der Weiterbildung in den letzten Jahren, die sich in der Stiftung manifestiert“ freut sich Wagner und Sieck ergänzt: „Das Siegel wird einen besonderen Platz in unserer Stiftung bekommen.“

**Presse-Kontakt Stiftung**

Holger Sieck  
Tel.: 0176 4878 1349  
e-mail: holger.sieck@StufenzumErfolg.de

... oder über die Geschäftsstelle  
Weitere Informationen:  
www.StufenzumErfolg.de

## GABAL-Verlag: Change Cycle

### Wie Sie berufliche und private Veränderungen meistern

Unsicherheit, Angst, Skepsis – das sind nur ein paar der Gefühle, die auf Menschen einströmen, wenn sie mit beruflichen und privaten Veränderungen konfrontiert werden. Sie können jeden treffen. Den Angestellten und die Führungskraft im Beruf, Jung und Alt im privaten Bereich. Wer Veränderungen erfolgreich meistern möchte, der muss die Aufregung darum so bewältigen, dass seine Gesundheit, seine Karriere, seine Beziehung und sein Selbstvertrauen möglichst wenig Schaden nehmen.

Das neue Buch „Change Cycle. Wie Sie berufliche und private Veränderungen meistern“ von Ann Salerno und Lillie Brock ist ein Grundkurs für den Umgang mit Veränderungen. Das Buch hilft dabei, jeden Veränderungsprozess erfolgreich zu bewältigen. Die Leser erhalten Tipps, Beispiele und Strategien, um sich geschickt ausbalanciert durch die einzelnen Phasen zu bewegen. In einer übersichtlichen Tabelle zu Beginn des Buches können sie ablesen, welcher Persön-

lichkeitstyp sie sind. Diese Selbsteinschätzung wird ihnen im Folgenden helfen, den Veränderungsprozess erfolgreich zu durchlaufen. Anhand des Change Cycle erklären die Autoren nun Schritt für Schritt und auf unterhaltsame und humorvolle Weise die sechs vorhersagbaren Phasen von Veränderungen (Verlust, Zweifel, Unbehagen, Entdeckung, Verstehen und Integration) und beschreiben die damit verbundenen Gedanken, Gefühle und Verhaltensweisen. Dadurch wird den Unwägbarkeiten Was passiert da? und Was kommt als Nächstes? die Bedrohlichkeit genommen.

Jedes Kapitel ist einer der sechs Phasen gewidmet und enthält spannende Fallbeispiele aus dem Arbeits- und Privatleben. Aktuelle Forschungsergebnisse, Übungen, eine Liste der dos and don'ts oder die Beschreibung typischer Verhaltensweisen von Menschen in den jeweiligen Veränderungsphasen helfen dabei, die Auswirkungen von Veränderungen aus der richtigen Perspektive zu sehen. Der Leser gewinnt wichtige Erkenntnisse, an denen er sich während des Prozesses orientieren kann.

Change Cycle – der Veränderungskreis – ist ein einfaches Instrument, um berufliche oder private Veränderungssituationen zu bewältigen. Das Modell funktioniert für Menschen auf allen Organisationsebenen. Das Buch richtet sich somit nicht nur an Manager oder Führungskräfte, sondern auch an den einzelnen Angestellten.

Ann Salerno und Lillie Brock sind internationale Beraterinnen und Trainerinnen, die Unternehmen auf der ganzen Welt erfolgreich durch Veränderungsprozesse führen. Sie haben gemeinsam die Change-Cycle-Reihe erschaffen, die über CCMC Inc., eine internationale Schulungs- und Entwicklungsfirma mit Sitz in Washington und Durban (Südafrika), vertrieben wird.



186 Seiten, gebunden  
ISBN:  
978-3-86936-007-2  
€ 24,90 (D) /  
€ 25,60 (A) /  
sFr 42,90  
GABAL Verlag,  
Offenbach 2009

## Veranstaltungen

### Berichte und News auf www.gabal.de und im E-Letter

Ein wahrhaft dichter April liegt hinter uns Weiterbildnern! Viele Events passierten erst nach Redaktionsschluss und teils fast parallel zum Erscheinen:

**Didacta 16.-20. März** – GABAL wieder erfolgreich dabei. Dort gab es täglich einen Workshop von GABAListen mit "Eigenwerbung" für den e.V., dazu Beteiligung an Podiums-Diskussionen des Forums Wertorientierung. **An unserem Stand gab es wieder die Teilnahme an drei Seminaren unseres engen Partners STUFEN zum Erfolg im Gesamtwert von 1.000 € zu gewinnen und die Gewinner sind: Holger Spieckermann, Köln – Dr. Stefanie Rummel, Frankfurt und Markus Graß, Köln. Wir gratulieren! ...**

**Petersberger Trainertage (23./24. April)**, veranstaltet von managerSeminare.

**Personal Swiss (13./14. April in Zürich)**, mit starkem eLearning-Anteil

**PERSONAL Stuttgart (27./28. April)**, erneut mit einem Gemeinschaftsstand von GABAL-Vorständin Christiane Wittig organisiert & Präsenz von Erna Schäfer am GABAL-Verlagsstand.

### Im Juni folgen:

**DGFP Personal & Weiterbildung (10./11.06.2010), Wiesbaden**, wieder mit Erna Schäfer am GABAL-Verlagsstand.

**Mailingtage Nürnberg, 16./17.06.** (mit einem Vortrag von GABAL-Vorstand Hanspeter Reiter).

### ANZEIGE

#### Mallorca-Premium-Training für Trainer- und Führungskräfte

4-Sterne-Hotel und 5-Sterne-Training:  
Akademie für Geschäftserfolg Tübingen  
29. September bis 3. Oktober 2010  
Jetzt Frühbucher-Preis sichern!

www.Mallorca-Premium-Training.de

## GABAL Kompetenzteams

### KT Aktive Lehrmethoden

Koordination: Dr. Rudolf Müller  
Mühlenstraße 27, D-83098 Brannenburg  
Fon 08034 - 707825  
Dr.Rudolf.Mueller@t-online.de  
www.Unternehmensentwicklung.de

### KT Bildungscontrolling

Koordination (kommissarisch):  
Wolfgang Neumann  
Schneckenburger Str. 14,  
D-30177 Hannover  
Fon 0511 - 6966280, Fax 39080380  
neumann.wolfgang@gabal.de

### KT Qualität und Innovation

Koordination: Dr. Helga Kirchner, Prof. Dr.  
Kirchner GmbH – Institut für angewandte  
Betriebswirtschaft  
Königsallee 14, D-40212 Düsseldorf  
Fon 0211 - 5581-180  
hkirchner@proki.de

### KT STUFEN

Koordination: Michael Berger  
Agentur das Team GmbH  
Budenheimer Weg 67,  
D-55262 Heidesheim  
Fon 06132 - 509-500, Fax -555  
Michael.Berger@STUFENzumErfolg.de



Für jedes neue ordentliche Mitglied erhalten Sie einen Büchergutschein in Höhe von € 40,00 auf alle Medien des GABAL Verlages.

## Mitglieder aktiv

Berichte bzw. Meldungen zu den Aktivitäten unserer Mitglieder auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de) oder unter „Mitglieder aktiv“ im GABAL-E-Letter.

Neu bei bei GABAL

Dipl. Laura Baxter  
Opern- [www.voice4leadership.de](http://www.voice4leadership.de)  
gesang

Alexandra Bergendahl  
[www.jasit.de](http://www.jasit.de)

Jose Antonio Fernandez  
[www.sport-mind.com](http://www.sport-mind.com)

Dipl.-Bw. Vera Gemein  
[www.vera-gemein.de](http://www.vera-gemein.de)

Dipl. Gertrude Henn  
Soz.-Päd. [www.gertrude-henn.de](http://www.gertrude-henn.de)  
(FH)

Dipl.-Bw. Uwe Hermannsen  
[www.hermannsen-concept.de](http://www.hermannsen-concept.de)  
Kerstin Kölling  
[www.kertinkoelling.de](http://www.kertinkoelling.de)

Dr. Wolfgang Kreis  
[www.kreis-coaching.de](http://www.kreis-coaching.de)  
Richard Krogmann  
[www.lsb-niedersachsen.de](http://www.lsb-niedersachsen.de)

Jan Kuonen  
[www.lerntipp.com](http://www.lerntipp.com)

Meinhard Lehofer  
[www.entriclep.com](http://www.entriclep.com)

Dipl.- Andree Literski  
Kfm. [www.andree-literski.de](http://www.andree-literski.de)

Marion Orthmann  
[www.fidelus.de](http://www.fidelus.de)

Dipl.- Martin Raabe  
Inform. [www.BaSystem.de](http://www.BaSystem.de)  
(FH)

Soz.-Päd. Sabine Ramisch

Dipl. Oec. Marius Schnidrig  
[www.dresser.com](http://www.dresser.com)

Bw. Birgit Vogt  
Regina Ch. von Rolbicki  
[www.orangesales.de](http://www.orangesales.de)  
Monika Weitz  
[www.unternehmensbaum.de](http://www.unternehmensbaum.de)

RA Achim Zimmermann

Herzlich willkommen! 

## RG Hannover

### Projekte in Krisenzeiten erfolgreich managen

#### Eine Kooperationsveranstaltung in der Region Hannover mit der RG Hannover

Am 28.1. fand die bereits 4. Kooperationsveranstaltung der in der Region Hannover kooperierenden Verbände GABAL, GPM, gfo, GI, und VDI sowie der Leibniz Universität Hannover statt. Die Veranstaltung war sprichwörtlich ein großer Erfolg, denn über 70 Personen haben an der Veranstaltung in dem historischen Leibnizhaus teilgenommen.

Die aktuell schwierige Situation in vielen Unternehmen führt zum Teil zu drastischen Maßnahmen: Kurzarbeit, Personalabbau, Kürzung von Budgets, d.h. Projekte werden gestoppt, verschoben oder abgebrochen. Verschärfter Wettbewerb um die Arbeitsplätze und Positionen führen zu Ängsten und Abwehrreaktionen der Projektmitarbeiter, aber auch neuen Herausforderungen: Projekte schneller mit weniger Ressourcen erfolgreich abzuschließen.

Insgesamt ein sehr turbulentes Umfeld für Projekte, die ohnehin schon in „normalen“ Zeiten mit genügend Schwierigkeiten zu kämpfen haben: Unterstützung durch das Umfeld, Widerstände gegen Veränderungen, Ressourcen, Termine, Zusammenarbeit im Projekt ...

GABAL war bei dieser Veranstaltung mit dem Thema/Referenten vertreten: In Projektkrisen persönlich erfolgreich sein. Weitere Themen und Referenten dieser Veranstaltung waren:

#### Norbert Jerchel

(Finanz Informatik GmbH & Co. KG):

#### Risikomanagement in Projekten

Nur 32 % der Projekte werden erfolgreich und 44 % werden mit wesentlichen Abweichungen von den Projektzielen abgeschlossen, 24 % der Projekte scheitern. Jerchel nannte als mögliche Ursachen die „normalen“ Top 10 der Projektrisiken, u. a.: Eingeschränkte Projektklarheit, Defizite bei der

Ressourcenverfügbarkeit, Schwächen im Projektmanagement.

#### Wie kann man den Risiken begegnen?

Begleitung der Projekte und Transparenz der Projektsituation sind notwendig, hierfür sollte im Projektteam offen über die Situation gesprochen werden, um die unterschiedlichen Wahrnehmungen der Projektmitglieder zu nutzen. Außerdem sollte Risikomanagement nicht nebenbei erfolgen, sondern fester Bestandteil des Projektes sein.

#### Heimo Lütge (Volkswagen AG):

##### Projekt auch in der Krise erfolgreich managen – am Beispiel der digitalen Fabrik

Lütge begann mit dem Statement „Projekterfolge sind nicht unmöglich“ und berichtete am Beispiel des Aufbaus der digitalen Fabrik, welche Maßnahmen dafür ergriffen wurden: Viel Zeit wurde in die Projektvorbereitung investiert. Enge Zusammenarbeit von Fachbereich und IT.

Die Voraussetzungen für den Projekterfolg waren: Vertrauen erarbeiten, Transparenz sicherstellen und „Körner“ (kleine Erfolge, Fortschritte) sammeln und kommunizieren.

#### Dr. Hans Leuschner (GLP, Giller Leuschner Partnerschaftsgesellschaft):

##### „Wenn die Uhr tickt“

Leuschner berichtet über die Ergebnisse der GPM-Fachgruppe „Konflikte in Projekten“. Die Gruppe hat u. a. div. Erhebungen zu den ökonomischen Folgen von Konflikten ausgewertet: 30 % der Zeit der Führungskräfte gehen für die Konfliktbearbeitung verloren. Wenn Projekte scheitern, sind verdeckte Konflikte zu über 90 % die Ursache.

Damit Konflikte nicht den Projekterfolg gefährden, ist es ganz wichtig, offen mit ihnen umzugehen.

#### Prof. Lars Baumann

##### (Fachhochschule Hannover):

##### Einfluss der Kulturdimensionen, Machtdistanz und Unsicherheitsvermeidung in kritischen Projektsituationen

Die Kulturunterschiede zwischen den verschiedenen Ländern hat Hofstede anhand von 6 Kriterien durch erhobene Werte

transparent gemacht. Baumann ging anhand von Projektbeispielen auf die Dimensionen Machtdistanz und Unsicherheitsvermeidung ein: In den verschiedenen Ländern sind u. a. die Akzeptanz von Macht (z. B. von Polizei, von Vorgesetzten) und die Bereitschaft mit unsicheren Situationen umzugehen, unterschiedlich ausgeprägt.

Dies wirkt sich auf die Arbeit, die Führung und auch auf die Behandlung von Konfliktsituationen aus. Die für die verschiedenen Dimensionen ermittelten Werte können bei einzelnen Personen deutlich abweichen, sie geben aber eine Orientierung und sensibilisieren für die wesentlichen Unterschiede.

#### Dipl. Ökon. Wolfgang Neumann

##### (FocusPerformance):

##### In Projektkrisen persönlich handlungsfähig bleiben

Welche Handlungsmöglichkeiten haben Mitarbeiter, die von Projektkrisen betroffen sind? Wie können sie persönlich handlungsfähig bleiben?

Neumann stellte hierzu eine Systematik vor, die zunächst auf der Wahrnehmungsebene zwischen Fakten und den Deutungen unterscheidet, für die Entscheidungsebene wird u. a. empfohlen, Ideen zu entwickeln, wie die Bedingungen verändert werden können, die zu der Situation geführt haben.


#### Prof. Dr. Claus Steinle

##### von der Leibniz Universität Hannover

führte mit einem Überblick über das Thema ein, bot damit eine Klammer über die nachfolgenden Beiträge. In seiner abschließenden Zusammenfassung fasste er die Aussagen der Referenten zusammen und „spießte“ manche Formulierung ironisch auf.

Insgesamt war es wieder eine gelungene Veranstaltung, die die kooperierenden Verbände ermutigte, Ideen für die 5. gemeinsame Veranstaltung zu sammeln.

Wolfgang Neumann  
rg-hannover@gabal.de

Vorankündigung: Am 19. Juni Trainer-Grillen im Mercure Hotel Medical Park Hannover. 

## RG Mitteldeutschland

### Neues aus Mitteldeutschland


Zukunft heißt Veränderung! Deshalb wird aus der Regionalgruppe Mitteldeutschland/Sachsen die RG Mitteldeutschland. Außerdem erfüllen wir den Wunsch vieler Mitglieder nach kurzen Wegen und werden unsere RG - Veranstaltungen einmal im Großraum Leipzig-Halle-Jena und einmal im Großraum Dresden-Leipzig anbieten. Wir hoffen so auf mehr Beteiligung und informieren Sie rechtzeitig über unsere Aktivitäten.

Dr. Christine Schubert, René Gränz  
rg-mitteldeutschland@gabal.de

### Einladung zum Gesundheitstag

Am 03.05.2010 findet in der ETZ Projektmanagement GmbH, Nikolaistraße 38 in 06667 Weißenfels, ein Gesundheitstag statt. Auf die Besucher warten viele kostenfreie Angebote, darunter Cardioscan, Ergotherapie, Gleichgewichtsparcours, Tipps zur Rückenfitness, eine gesunde Ernährungstheke und ein Check der Körperwerte. Die Veranstaltung wird gemeinsam mit der AOK und vielen anderen Akteuren der Gesundheitsbranche durchgeführt.

Während man in der Zeit von 10:00 bis 16:00 vielfältige Anregungen für ein gesundheitsbewusstes Verhalten erhält, geht es ab 18:00 vor allem um Fragen des Gesundheitsmanagements. Mit Vorträgen und Workshops zum Thema: „Demografischer Wandel und gesundheitsorientierte Führung – Den Anstieg des Durchschnittsalters in der Belegschaft meistern“ richten wir uns besonders an die Führungskräfte der Unternehmen, vor allem aber an alle interessierten GABAL-Mitglieder, insbesondere der Regionalgruppe Mitteldeutschland.

Also wie wär's mit einem Gesundheitstag in Weißenfels? 

Melden Sie sich rechtzeitig unter folgender Adresse an: etz@etz-wsf.de  
Stichwort: Gesundheitstag RG Mitteldeutschland


Bitte teilen Sie uns auch mit, ob Sie über die Abendveranstaltung hinaus an dem Gesundheitstag teilnehmen möchten.



## RG Rhein-Ruhr

### Erfolgreicher Veranstaltungsaufakt der RG Rhein-Ruhr

„Ich freue mich auf die nächste Veranstaltung der RG Rhein-Ruhr“ – ein schöneres Feedback hätte sich das RG-Team nicht wünschen können für ihre erste Veranstaltung nach einer längeren Pause in der Region Rhein-Ruhr. Viktoria Hammon hatte aus ihrer kinesiologischen Praxis wertvolle Tipps zusammengestellt, um fit und gesund nicht nur durch den diesjährigen besonders langen Winter zu kommen. Ihre umsetzbaren Ausführungen lieferten auch Anregungen für Trainer, die immer wieder auf der Suche nach neuen Übungen sind, um bspw. die Konzentration ihrer Teilnehmer aufzufrischen. Gudrun Böker ergänzte diesen Erlebnisvortrag mit interessanten Einblicken in unsere eigene Sprache, um zu zeigen „was Sprache mit uns treiben kann“. Sie zeigte den Teilnehmern was möglich ist, wenn „wir den Blickwinkel verändern“, die Energieräuber der Sprache kennen und erfahren, was wir anders machen können.

Bettina Walker moderierte den Abend und kündigte die nächste Veranstaltung der RG Rhein-Ruhr an: Sie findet am Dienstag, 4. Mai ab 18:00 Uhr im Unperfekthaus in Essen statt. Details zur Veranstaltung erfahren Sie im anschließenden Beitrag. 

Bettina Walker  
RG Rhein-Ruhr-Team  
rg-rhein-ruhr@gabal.de,


### Einladung zur nächsten RG-Veranstaltung: Infoveranstaltung über eine GABAL-WebVideo Produktion der besonderen Art

Am Dienstag 4. Mai, ab 18:00 Uhr – ca. 22 :00 Uhr, im Unperfekthaus in Essen erfahren Berater, Trainer und Coaches, wie sie kostengünstig ihr eigenes WebVideo mit authentischen Ausschnitten aus ihrem Tagesgeschäft gestalten können.

Bei unserer Veranstaltung wird es darum gehen, über die Rahmenbedingungen zu informieren und Verabredungen für die Umsetzung zu treffen. Dazu wird Stefan Hempel vom twin-pics Team aus Dortmund als Experte vor Ort sein.

Im Einzelnen wird es um Antworten auf folgende Fragen gehen:

- Welche Form von WebVideos eignet sich für Ihre Marketingzwecke am besten?
- Wie planen Sie Ihr Webvideo und schreiben den Drehablaufplan?
- Was müssen Sie bei der Auswahl von Musik und der Gestaltung von Text berücksichtigen?
- Was kostet Sie ein WebVideo?
- Welche Location ist dafür geeignet?
- Wann starten wir mit der Realisierung?


Teilnahmekosten: keine, Mindestverzehr pro Person im Unperfekthaus: € 5,50 für beliebig viele nicht alkoholische Getränke. 

Weitere Informationen bei:  
Bettina Walker  
rg-rhein-ruhr@gabal.de

## Berufskodex

Sind Sie in der Weiterbildung tätig? Leisten Sie **Ihren** Beitrag zur Transparenz auf dem Weiterbildungsmarkt.

Mit der schriftlichen Anerkennung des Berufskodex für die Weiterbildung verpflichten sich Weiterbildner, diese berufsständische Ethik zu beachten und sich im Konfliktfall der Beschwerdeordnung des Forum für Werteorientierung in der Weiterbildung e.V. zu stellen. Sie erhalten dann das Zertifikat und das Siegel Qualität Transparenz Integrität.

Der Berufskodex und die Beschwerdeordnung können unter [www.gabal.de](http://www.gabal.de) (Service/Downloads) heruntergeladen oder bei der Geschäftsstelle angefordert werden. 

## Rezensionen

Rezensionen – immer aktuell auf [www.gabal.de/rezensionen](http://www.gabal.de/rezensionen)


**Trainer (Zukunftsfähigkeit sichern)** Fehlzeitenreport (siehe Symposium!) \* klicktel DVD \* Mit Persönlichkeit punkten – zeigen Sie Profil \* Ratgeber Rhetorik \* Erfolgreich verhandeln und verkaufen (Audio) \* Trainingsprogramm visuelle Wahrnehmungsstörungen \* Unterrichtsentwicklung via eLearning \* Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland \* Erfolg messbar machen: Leitfaden Bildungscontrolling \* Das große 1 x1 der Erfolgsstrategie

**Weiterbildung (Persönliches Wachstum)** Horizon DVD neu (bleep-Nachfolger (R) evolution 2012; Iology) \* Wenn das Leben auf den Magen schlägt \* WBV Katalog 2010 \* Transformationsmanagement \* Management – die Kernkompetenzen \* Management komplexer Systeme \* Systemic Leadership \* Chefsache Kompetenzentwicklung \* Progressives Gedächtnis- und Konzentrationstraining \* Zukunft (der) Weiterbildung \* Strukturwandel in Medienberufen \* Weiterbildung in der zweiten Lebenshälfte \* Bertold Ulsamer: Alles-ist-machbar

### Sachbuch

Infografiken 2010 \* Wie du mir... \* Praktischer Journalismus \* Paralleluniversen \* Die Geschichte der Zukunft (Kondratieff, siehe Symposium) \* Die Zeit der einsamen Wölfe ist vorbei \* Karrieremythen \* Was zu bezweifeln war \* Drahtzieher der Macht \* Wir mögen dich so, wie du bist \* Geht's noch?! \* Mafia \* Der kleine buddhistische Krisenmanager \* Curry-Connection \*

### Unterhaltung

Eisengel \* Leopard \* Menetekel \* Am Anfang war die Nacht Musik \* Krumme Touren \* Dunkle Vergangenheit \* Der Mann, der nichts vergessen konnte \* Mord im Bergwald \* Befreiung (Márai) \* Die zitternde Frau (Hustvedt) \* Janus – im Zeichen des Sturms \* Das Labyrinth der Wörter \* Dunkelziffer (Dahl) \* Mariaschwarz \* . 

## Adressenliste

### GABAL Vorstand/Fachbereiche

#### Sprecher des Vorstandes

Hanspeter Reiter  
Hochstr. 11 a, D-86842 Türkheim  
Fon 08245 - 966347, Fax - 966349  
hanspeter.reiter@gabal.de  
► Marketing/Pressearbeit,  
Koordination Geschäftsstelle

#### Stellvertreterin

Christiane Wittig  
Waldperlach Str. 16, D-81739 München  
Fon 089 - 6013104  
christiane.wittig@gabal.de  
► Veranstaltungen/Messen

#### Vorstandsmitglieder

Carsten Dolatowski  
Junkerstraße 3a, D-48153 Münster  
Fon 0251 - 2891057  
carsten.dolatowski@gabal.de  
► Internet, Junior-Ticket

André Jünger  
Birkenweg 1, D-63292 Neu-Isenburg  
Fon 06102 - 306642, Fax - 306643  
andre.juenger@gabal.de  
► Regionalgruppen, Kooperationen

Willi Kreh  
Dieselstr. 23, D-61191 Rosbach v. d. Höhe  
Fon 06003 - 91420, Fax - 549  
willi.kreh@gabal.de  
► Finanzen, Strategie

#### Ehrenvorsitzender

Prof. Dr. Hardy Wagner  
Richthofenstr. 12, D-76831 Billigheim  
Fon 06349 - 996455, Fax - 996456  
hardy.wagner@gabal.de  
► Stufen zum Erfolg

### GABAL Regionalgruppen

#### RG Allgäu (Ansprechpartner)

Dr. Roland Vees  
Auf der Breite 14, D-87547 Missen-Wilams  
Fon 08320 - 9259900  
rg-allgaeu@gabal.de

#### RG Berlin-Brandenburg

Ellen Uloth, smile!  
Bugenhagenstr. 8, D-10551 Berlin  
Fon 030 - 303068-110  
rg-berlin-brandenburg@gabal.de  
Stammtisch jeden 1. Dienstag in den  
ungeraden Monaten um 19.00 Uhr bei smile!

#### RG Franken (Ansprechpartnerin)

Helga Scholz  
Brunnenstr. 19, D-91336 Heroldsbach  
Fon 09190 - 997325  
rg-franken@gabal.de

#### RG Hannover

Wolfgang Neumann, Carmen Kuntze,  
Ute Roehl  
Fon 0511 - 6966280  
rg-hannover@gabal.de

#### RG Nord

Paul Diebel, Diebel Consulting  
Gustav-Schwab-Str. 3, D-22609 Hamburg  
Fon 040 - 819798-47, Fax -48  
rg-nord@gabal.de  
Stammtisch jeden 1. Mi. im Monat, 19.30 Uhr

#### RG Oberbayern

Christiane Wittig, Dr. Angelika Kühlewein  
Fon 089 - 6013104  
rg-oberbayern@gabal.de

#### RG Osthessen (Ansprechpartnerin)

Dr. Gudrun Schwegler  
Fon 0661 - 2505533  
rg-osthessen@gabal.de

#### RG Rheinland

Christel Freyer  
Fon 0221 - 9687194  
rg-rheinland@gabal.de

#### RG Rhein Main

Matthias Böhme  
Fon 0611 - 18416-51  
rg-rhein-main@gabal.de

#### RG Rhein-Neckar

Bernhard Lorenz  
Im Schreck 13, D-67098 Bad Dürkheim  
Fon 06322 - 92242 Fax -41  
rg-rhein-neckar@gabal.de

#### RG Rosenheim

Dr. Rudolf Müller  
Mühlenstraße 27, D-83098 Brannenburg  
Fon 08034 - 707825, Fax - 708014  
rg-rosenheim@gabal.de

#### RG Rhein-Ruhr

Bettina Walker, Gudrun Böker,  
Viktoria Hammon  
rg-rhein-ruhr@gabal.de

#### RG Mitteldeutschland

René Gränz, Dr. Christiane Schubert  
Fon 03443 - 3935-0  
rg-mitteldeutschland@gabal.de

#### RG Stuttgart/Mittl. Neckar

Monika Heilmann  
Hans-Holbein-Str. 24, D-70771 Leinfelden  
Fon 0711 - 7543434, Fax - 4409411  
rg-stuttgart@gabal.de

#### RG Südwest

Anfragen bitte an info@gabal.de

### Internationale Ansprechpartner GABAL Österreich

Dr. Claudia Feichtenberger  
Headoffi ce brainbox®  
Kugelberg 82, A-8111 Judendorf-Straßengel  
Fon +43 (0)3124 - 511-83  
oesterreich@gabal.de

### GABAL Schweiz

Prof. Dr. phil. Jürg Meier, JUMEDA  
Bergmattenweg 101, CH-4148 Pfeffingen  
Fon +41 (0)617 5383-33, Fax -32  
schweiz@gabal.de

## GABAL Service

Unterstützen Sie das GABAL-Netzwerk bei der Aktion „Mitglieder werben Mitglieder“. Fordern Sie kostenloses Infomaterial (GABAL-Flyer, GABAL-impulse) in der Geschäftsstelle an.

Die GABAL-Broschüren Ziele und Zukunftsfähigkeit können Sie zum Selbstkostenpreis von 1 € je Broschüre zzgl. Portokosten in der Geschäftsstelle anfordern.

Den aktuellen Verlagskatalog erhalten Sie direkt vom GABAL Verlag, info@gabal-verlag.de

## Impressum

### Herausgeber und Vertrieb:

**GABAL®** – Gesellschaft zur Förderung  
Anwendungsorientierter Betriebswirtschaft  
und Aktiver Lehrmethoden in Hochschule  
und Praxis e.V.

#### Bundesgeschäftsstelle

Erna Theresia Schäfer (Leitung)  
Budenheimer Weg 67, D-55262 Heidesheim  
Fon 06132 - 50950-90, Fax -99  
info@gabal.de, www.gabal.de

#### Geschäftszeiten:

Montag bis Freitag, 8.00–13.00 Uhr

#### Bankverbindung:

HypoVereinsbank Mainz  
BLZ 550 204 86, KTO 4430 37 27 99

#### Redaktion:

Hanspeter Reiter (verantwort.),  
Erna Theresia Schäfer

#### Druckkoordination und Versand:

Laserline Berlin

#### Beilagen:

Flyer A. Zimmermann: Rechtsfragen

Die GABAL-impulse erscheinen vierteljährlich,  
Auflage 1.500

Wir begrüßen Beiträge unterschiedlicher Art: redaktionelle Beiträge zu den GABAL-Themen, Leserbriefe, Buchbesprechungen, Cartoons und Informationen über Neuerscheinungen. Wir bemühen uns, alle Einsendungen zu den GABAL-Kernthemen, ggf. gekürzt, zu veröffentlichen!

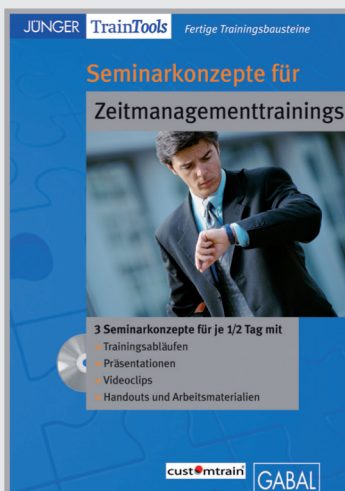
#### Redaktionsschluss der nächsten GABAL-impulse:

15.07.2010

Namentlich gekennzeichnete Beiträge sowie Mitteilungen von Mitgliedern der Regionalgruppen unterliegen der Verantwortung der jeweiligen Urheber. Nachdruck, auch auszugsweise, bei Übermittlung von Belegexemplaren an die Redaktion mit Quellenangabe, ist erwünscht. GABAL e.V.

# Alles, was ein Training braucht

**Medien und Materialien**  
**Dienste**  
Kostenlose Demo-Materialien  
**Downloads**  
Newsletter und Infodienst



## Neuerscheinung

### Seminarkonzepte für Zeitmanagementtrainings

Fertige Seminarkonzepte auf CD-ROM mit Trainingsabläufen, Präsentationen, Handouts- und Arbeitsmaterialien, Videoclips  
Best.-Nr. 9574, EUR 49,00 (D)

Weitere Themen: Präsentationstrainings, Kommunikationstrainings, Konflikttrainings, Teamtrainings

Einfach informieren unter:

[www.juenger.de](http://www.juenger.de)

Noch Fragen? [info@juenger.de](mailto:info@juenger.de)

Jünger Medien Verlag | Offenbach