

# Herbst-Impulstag 26. Oktober 2013

## GABAL-impulse 2/2013

### Inhalt

<b>Editorial</b>	2
<b>Aktuelles</b>	
Sonderkonditionen für GABAL Mitglieder	2
<b>Praxis   Tools</b>	
Stichwort „Messebeteiligung“ Steuerliche Abzugsfähigkeit von Bewirtungskosten	3 4
Projekte sind wie Expeditionen	5
Schema-Coaching	6
Erfolg durch Persönlichkeit	7
SEPA ist mehr als IBAN und BIC	8
<b>Kooperationen</b>	
Verbände	9
NEUES von der STUFEN Stiftung	10
<b>Literatur</b>	
Rezensionen	11
<b>Aktivitäten</b>	
Herbst-Impulstag 2013	12
Veranstaltungen	13
<b>RG-Aktivitäten</b>	
RG Nord	13
RG Stuttgart/Mittlerer Neckar	13
RG München/Obb	14
<b>Service</b>	
Adressenliste	15
Impressum	15

# Trainings-Praxis: Bewegte Weiterbildung



„Bewegung“ und Weiterbildung zeigt zahlreiche Facetten rund um die Entwicklung von Training, Beratung und Coaching.

Ort: Erbacher Hof in Mainz

Impulstage 2013 aktuell auf:  
[www.impulstage.gabal.de](http://www.impulstage.gabal.de)



## Schönen guten Tag,

der HIT steht vor der Tür, der Herbst-Impulstag als DAS Ereignis im 2. Halbjahr!

Der im Frühjahr zu „Marketing für Trainer, Berater, Coachs“ war ausgebucht, kam also bestens an. Nun wollen wir nach dem harten Thema des Bereichs „angewandte Betriebswirtschaft“ auch die „weicheren“ Themen bedienen, für „aktivierende Lehr- und Lernmethoden“, konkret: „Trainingspraxis bewegte Weiterbildung“: Welcher GABAList möchte eine solche Veranstaltung versäumen?? Deshalb haben wir sichergestellt, die gleiche Teilnehmerzahl wie im Frühjahr empfangen zu können, im Mainzer „Erbacher Hof“. Nähere Infos gibt es hier auf Seite 2, dazu den ausführlichen Prospekt mit Anmelde-Link/QR-Code und Detail-Programm als Beilage ...

Sie bevorzugen für sich persönlich moderne Formen des Austausches oder wünschen sich die ergänzend? Gerne, ca. alle zwei Monate gibt es einen GABAL Webtalk. Sie erhalten die Infos dazu via E-Letter, Xing-Gruppe und Facebook-Seite. Die Aufzeichnungen unserer bisherigen Webtalks finden Sie auf <http://www.gabal.de/webtalks.html>. Wenn Sie selbst ein Thema für ein solches Format einbringen möchten, einfach per E-Mail an [info@gabal.de](mailto:info@gabal.de)!

Und sonst, was beschäftigt Sie kurz vor dem Sommer, der hoffentlich ein angenehmer wird? Sie möchten noch an der Bildungsstudie 2013 teilnehmen, durchgeführt auch dieses Mal vom Institut meines Vorstandskollegen Prof. Dr. Michael Bernecker? Dann schauen Sie am besten gleich auf <http://www.bildungsmarketing.biz/studie/>, nur noch bis 31.06.2013 ist die Website offen! Mit Ihrer Teilnahme sichern Sie sich dann auch, die Studien-Ergebnisse zu erhalten – und so (noch) besser über den Markt der Weiterbildung Bescheid zu wissen ... Orientieren Sie sich über Ihre eigenen Möglichkeiten, sich weiterzubilden, auch hier: Kooperationen, Regionalgruppen, Veranstaltungsberichte und Rezensionen – vor allem der Fachbücher – für Sie als (selbstständiger) Trainer und für Ihr persönliches Wachstum.

Wenn Sie Urlaub planen, packen Sie ruhig das eine oder andere Buch mit ein – vielleicht ja doch noch auf Papier, sonst als eBook auf einem der vielen Endgeräte zum elektronischen Lesen: JedeR nach seiner Façon! Eine gute Zeit wünsche ich Ihnen und grüße Sie herzlich

Hanspeter Reiter  
Vorstandssprecher GABAL e.V.  
[hanspeter.reiter@gabal.de](mailto:hanspeter.reiter@gabal.de)

... auch im Namen aller Vorstände und der Geschäftsstelle ...

PS: Kurz vor Drucklegung informierte uns der Leiter des SEB-Bildungszentrums, dass dieses spätestens zum 30. November geschlossen werde. Das bedauern wir natürlich sehr, waren die Symposiums-TeilnehmerInnen doch immer gerne dort und haben das Bildungszentrum mit Bestnoten bewertet. Für den Herbst-Impulstag weichen wir nach Mainz aus.

PPS: Gelegenheit zu einem persönlichen Gespräch mit Erna Schäfer oder mir gibt es übrigens auch vor dem Herbst-Impulstag: Vereinbaren Sie ein Treffen am Stand des GABAL Verlags auf der Messe Zukunft Personal, 17. bis 19. September, in Köln!

## Sonderkonditionen auf Neuland-Produkte für GABAL Mitglieder

Neuland ist Lieferant von hochwertigen Trainings-Materialien. Ab sofort erhalten Mitglieder 10 % auf ein definiertes Artikel-sortiment aus dem jeweils gültigen Produkt-Katalog bzw. dem Neuland Online-Shop ([www.neuland.com](http://www.neuland.com)). Der Zugang erfolgt über den GABAL Login-Bereich auf <http://www.gabal.de/login.html>. Wir freuen uns, den Nutzen für unsere Mitglieder weiter zu mehren und das bereits außerordentlich gute Preis-Leistungsverhältnis des GABAL e.V. auszubauen. Wir bedanken uns bei Neuland. (Hanspeter Reiter)

## Neuland schafft Raum für Dialog



Pinnwände, Flipcharts, intelligentes Moderationszubehör: Seit Jahrzehnten entwickelt und fertigt Neuland im eigenen Werk in Eichenzell bei Fulda professionelle Lernwerkzeuge rund um Seminar und Training. Darüber hinaus machen ganzheitliche Einrichtungskonzepte und inspirierende Möbelprogramme den Spezialisten zum bevorzugten Partner von Hotels und Unternehmen, wo immer es in Europa um Tagungs-, Konferenz- und Medienräume geht.

Neuland hat sich kontinuierlich zu Deutschlands führendem Anbieter von Lernmaterialien und einem kompetenten Gestalter modernster Dialogräume entwickelt. Man setzt dabei stets die Philosophie des „Lebendigen Lernens“ um und gilt als Wegbereiter kreativer und innovativer Konzepte für alle Umgebungen, in denen Menschen lernen, tagen und kommunizieren. „Made in Germany“ ist dabei erklärte Qualitätsmaxime: Im hessischen Werk werden alle Produkte selbst entworfen und gefertigt. Räume für Seminare, Konferenzen und Vorträge, Büros und Empfangsbereiche brauchen ihre ganz eigenen Konzepte, um Menschen und Unternehmen vom Dialog zum Erfolg zu führen. 

[www.neuland.com](http://www.neuland.com)

## Stichwort Messebeteiligung: „Kann ich, als Trainer, an einer Messe teilnehmen?“



Claudia Grötzebach

Diese Frage war kürzlich Gegenstand einer intensiven Diskussion. „Nein“, meinten einige, andere „ja“ und brachten auch gleich persönliche Erfahrungen ins Spiel, die sie auf lokalen Messen und Gewerbeschauen gemacht hatten ... Wieder andere beklagten hohe Investitionen einerseits und keinen nennenswerten Nutzen andererseits, viele Besucher würden ja doch nur „Give-aways“ abgreifen. Angesichts teils vier- bis fünfstelliger Investitionssummen lohnt sich eine Klärung dieser Frage.

Prinzipiell gilt: Natürlich können auch Trainer sich auf lokalen Messen, z.B. Handwerksmessen oder Gewerbeschauen, präsentieren, aber: Lohnt sich eine solche Beteiligung? Und – wie machen Sie Ihre Beteiligung zu einem Erfolg?

Messen, gleich ob überregional oder lokal, haben einen Wandlungsprozess erlebt. Waren sie früher eine Art Marktplatz, so sind sie heute eher „Kommunikationsmärkte“. Wie nirgends sonst können Sie auf Messen einen persönlichen Kontakt pflegen, zum Kunden, Partner oder Auftraggeber. Anders als die anderen Formen der Öffentlichkeitsarbeit bieten Messen vor allem einen Dialog mit dem Besucher, wie es sonst nur die Sozialen Medien ermöglichen. Daher lohnt sich eine professionell gestaltete Messebeteiligung auch für Trainer. Ein paar Überlegungen helfen Ihnen, aus Ihrem Engagement eine Investition zu machen:

1. Eine Messebeteiligung macht Sinn, wenn Sie auf diese Weise mehr Kundenkontakte erreichen können als im „normalen“ Geschäftsleben. Sie können also viel gewinnen, wenn Sie sich und Ihre Dienstleistungen präsentieren. Aber – setzen Sie sich Ziele: Wollen Sie Ihre „Stammkunden“ ansprechen? Ist der Kontakt zu „Neukunden“ Ihr Ziel? Davon hängen alle weiteren Entscheidungen ab.
2. Stellen Sie einen klaren Nutzenbezug für Ihre Besucher her. Zu einem Gespräch reizt nur, was direkten Nutzen verspricht. Passen Sie deshalb auch Ihre Präsentations- und Messeunterlagen der Veranstaltung an.
3. Es gibt keine Grundregel für Standgrößen, mehr ist nicht gleich besser. Ihre Angebote und Ihre Ziele entscheiden über Ihre Standgestaltung. Gestalten Sie Ihren Stand so, dass sich „Ihr Zielpublikum“ angesprochen fühlt und gerne zu Ihnen kommt.
4. Eine Standbesetzung sollte aus mindestens zwei Personen bestehen. Je mehr Personen am Stand sind, desto wichtiger ist, dass jeder seine Aufgaben kennt: die professionelle Betreuung Ihrer Besucher. Hilfreich ist eine klare Aufgabenverteilung, denn sie verhindert, dass sich die Standbesetzung nur mit sich selbst beschäftigt und Kontaktmöglichkeiten ungenutzt verstreichen.
5. Die Mehrzahl der Kunden bzw. Besucher nutzt Messen zur Information und Unterhaltung, aber – hier testet er Sie auch! Ob Sie Ihre Besucher gut betreut haben, können Sie in den sogenannten „Kontakten“ messen. Ist ein Besucher bereit, Ihnen seine Kontaktdaten zu überlassen, um bestimmte Informationen zu erhalten, waren Sie erfolgreich.
6. Eine Messepräsentation sollte Aufmerksamkeit erregen und Interesse. Aber es ist auch empfehlenswert, potenzielle Besucher bereits im Vorfeld auf Ihren Stand neugierig zu machen. Während der Messe können attraktive Aktionen Besucher anlocken und so die Möglichkeit zu Gesprächen schaffen.
7. Gehen Sie auf potenzielle Besucher zu.

Lassen Sie sie nicht warten. Statistiken weisen aus, dass nur wenige Besucher bis zu fünf Minuten auf ein Gespräch warten. Jeder Besucher, den Sie am Stand vorbeiflanieren ließen, repräsentiert eine verschenkte Gelegenheit und verstimmt ihn möglicherweise sogar. Überlegen Sie sich mit Ihren Kollegen oder Mitarbeitern zwei bis vier ansprechende Einstiegsvarianten schon vor der Messe. Dann müssen Sie nicht mehr nach einem Einstieg suchen.

8. Ein Messegespräch ist nicht gut, weil es „lang“ ist, sondern dann, wenn Sie Ihr Ziel erreicht haben. Überlegen Sie selbst, was ist günstiger: drei Kontakte in einer Stunde oder einer? Besinnen Sie sich auch im Hinblick auf die Messegespräche auf Ihre Ziele.
9. Sind Give-aways nötig? Nein, aber wenn Sie sich dafür entschieden haben, dann überreichen Sie sie dem Besucher am besten zum Ende des Gespräches.
10. Eine Faustregel besagt: Die Arbeit fängt erst nach der Messe an! Der Sinn einer Messebeteiligung ist, Interessenten „zu sammeln“. Diese neu gewonnenen Kontakte wollen nach der Messe gepflegt und fortgeführt werden. Nach der Messe bieten Sie Ihren Interessenten die gewünschten Informationen oder Dienstleistungen und jetzt erst bringen die Kontakte Ihnen (hoffentlich) den gewünschten Nutzen. Planen Sie das in Ihr Zeitbudget ein.
11. Messen Sie Ihren Erfolg! Das setzt natürlich voraus, dass Sie sich klare – und nicht zu vergessen – realistische Ziele gesetzt haben. Scheuen Sie sich nicht vor der kritischen Nachbetrachtung: Haben Sie Ihre Ziele erreicht? Und falls nicht, prüfen Sie die Ursachen, nur so können Sie das nächste Mal erfolgreicher sein.

Und nun wünsche ich Ihnen bei der Umsetzung: „Viel Erfolg!“

Haben Sie eine Frage oder eine Anregung? Dann freue ich mich über Ihre Rückmeldungen. 

Claudia Grötzebach  
www.a-i-p.de

## Steuerliche Abzugsfähigkeit von Bewirtungskosten



Willi Kreh

Nachstehend habe ich Ihnen die Vorschriften aufgeführt, die Sie beachten müssen, damit die Aufwendungen auch zu einem Steuervorteil führen.

Die Abzugsfähigkeit der Bewirtungskosten ist bei der Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer auf 70 % der Kosten begrenzt. Der Vorsteuerabzug ist zu 100 % aus dem Gesamtbetrag der Bewirtungskosten möglich. Die Bewirtungskosten sind nur abzugsfähig, wenn die Bewirtung aus rein betrieblichem Anlass erfolgte sowie ein den gesetzlichen Vorschriften erstellter Bewirtungskostenbeleg/-rechnung und ein Bewirtungskostennachweis vorliegen.

Der Bewirtungskostenbeleg bzw. die Bewirtungskostenrechnung bis zu 150 EUR muss folgende Angaben enthalten:

- *Name und Anschrift des leistenden Unternehmers*
- *Ausstellungsdatum des Beleges bzw. der Rechnung*
- *Rechnung muss maschinell erstellt, registriert und mit einer fortlaufenden Rechnungsnummer versehen sein*
- *Art und der Umfang der Leistung (genaue Bezeichnung, die Menge und den einzelnen Betrag pro Rechnungsposition – Sammelbegriffe wie „Speisen und Getränke“ werden nicht anerkannt)*
- *Bruttobetrag – Entgelt*
- *Ausweis des Umsatzsteuersatzes in %*

Bei Bewirtungskosten über 150 EUR müssen zusätzlich folgende Angaben ersichtlich sein:

- *Steuernummer oder Umsatzsteuer-ID-Nummer des leistenden Unternehmers*
- *Name und Anschrift des Leistungsempfängers*
- *Zeitpunkt der Lieferung bzw. Leistung*
- *Nettoentgelt – aufgeteilt nach Umsatzsteuersätzen*
- *Umsatzsteuerbetrag in EURO*

Aus dem Bewirtungskostennachweis müssen folgende Angaben ersichtlich sein:

- *Namen der Teilnehmer*
- *Name der bewirtenden Person (sich selbst bei Teilnehmer mit anführen)*
- *Anlass der Bewirtung mit genauer Angabe (Sammelbegriffe werden nicht anerkannt – wie z.B. Geschäftsbesprechung)*
- *Tag und Ort der Bewirtung*
- *Gesamtbetrag der Kosten*
- *Unterschrift des Bewirtenden* 

Willi Kreh  
www.kreh.de  
www.DieRatingChance.de



Für die Werbung erhalten Sie als Dankeschön einen GABAL Verlag-Büchergutschein über € 40,00 oder wahlweise € 25,00 Beitragsreduzierung im Folgejahr. Weitere Angebote erhalten Sie von der Geschäftsstelle.

## Gelebtes Projektmanagement

Sachverstand, Leidenschaft und Methodenkompetenz zeichnen junge Projektleiter aus. Projektteams stellen sich auf die Beschleunigung des technischen Fortschritts ein. Die Unternehmensführung fordert Effektivität und Geschwindigkeit in Innovation und Anpassung. Schlüssel dazu sind geschulte Projektleiter/-innen und schnell handelnde Projektteams.

PROlog-Trainer/-innen machen Ihre Teams fit in und an Echtprojekten ohne großen Schulungs- und Seminaraufwand: In Kick off-Meetings können Führungskräfte die Erfolge messen.

Wir freuen uns auf Sie und Ihre Projektteams.

Nicole Hobbie · PROlog GmbH  
Georgstraße 76 · 26349 Jaderberg  
Telefon 04454 8221 · Fax 04454 532  
E-Mail: info@prolog.de · www.prolog.de



**PROlog-Trainer: Seit über 30 Jahren Berufserfahrung in Projektmethodik**

## Projekte sind wie Expeditionen – Gefahren lauern überall



Wolfgang Neumann

Wichtiges Anliegen ist es hier, auf die wesentlichen potenziellen Schwierigkeiten bei der Durchführung von Projekten hinzuweisen. So sollte am Anfang eines Projektes die alte Projektleiterweisheit

*„Sage mir, wie dein Projekt beginnt, und ich sage dir, wie dein Projekt endet.“*

beherzigt werden. Diese „Weisheit“ unterstreicht die Bedeutung einer gründlichen Vorbereitung, der Planung eines Projektes. Wie schnell führt in der Praxis eine Idee zu einem Auftrag, zu einem Projekt, das sich bei näherer Betrachtung als umfangreich herausstellt:

- Die Unterstützung von Dritten wird benötigt.
- Die verfügbare Zeit reicht schon heute für das Tagesgeschäft nicht aus. Welche Aufgaben können zurückgestellt werden?
- Über ein Kostenbudget wurde nicht gesprochen.
- Der Auftrag ist nicht exakt spezifiziert. Was soll das genaue Ergebnis sein?
- Wie sollen die Betroffenen anderer Funktionen eingebunden werden?
- Welche Unterstützung kann vom Auftraggeber erwartet werden?

Mag auch nicht jede Übertragung einer größeren Aufgabe so ungeplant erfolgen, so sind es jedoch eindeutige Zeichen dafür, dass ein Projekt mit allen Konsequenzen aufgesetzt werden sollte, wenn sich diese Fragen so stellen. Wenn keine gründliche Planung erfolgt, dann wird mit sehr großer

Wahrscheinlichkeit das Ergebnis des Projektes lauten:

- *Erwartetes Ergebnis nicht erreicht,*
- *mehr Ressourcen benötigt als erwartet,*
- *erhebliche Zeitverzögerungen.*

Hilfreich und einprägsam ist der *Vergleich mit einer Expedition*. Analog dazu ist zu überlegen,

- welche Ausrüstung und welche Ressourcen werden benötigt,
- welche externen Personen werden unterstützen oder behindern,
- welche Personen werden benötigt, die die physischen und sozialen Voraussetzungen mitbringen, um auch kritische Situationen zu bewältigen?

Für ein „normales“ Projekt bedeutet es, Folgendes zu analysieren, zu planen und zu klären:

- *Welche Personen / Personengruppen sind am Projekt direkt beteiligt, am Ablauf interessiert oder von den Auswirkungen der Projektziele bzw. Ergebnisse betroffen.*
- *In welche Teilprojekte, Hauptaufgaben, Teilaufgaben und Arbeitspakete kann das Projekt unterteilt werden und welche Ressourcen werden dafür benötigt.*
- *Mit dem Auftraggeber ist eindeutig zu vereinbaren, was das Ziel ist, was erreicht werden soll (Lastenheft), und hiervon ausgehend ist zu planen, wie das Projekt diese Vorgaben erreichen will (Pflichtenheft).*

Im Umfeld des Projektes kann es eine Vielzahl von Personen bzw. Personengruppen (= Stakeholder) geben, die von dem Projekt und dessen Auswirkungen positiv oder negativ berührt werden und die versuchen werden, ihre Interessen zur Geltung zu bringen. Dies kann positiv durch Unterstützung oder negativ durch Behinderung und völlige Ablehnung geschehen. Es wird daher sehr empfohlen, sich dieser Tatsache bewusst zu sein und sich *auf Konfliktsituationen vorzubereiten*.

Die Abläufe und Ereignisse treten in der Projektrealisierung nicht immer so ein, wie sie ursprünglich geplant wurden, es kommt zu Abweichungen zwischen „Plan“ und

„Ist“. Deshalb beinhaltet das *Projektcontrolling* alle Aktivitäten, um das Projekt im Rahmen der Planungswerte abzuwickeln. Gegenstand der Überwachung sind primär die Termine, die Kosten und die Leistung, weitere Aspekte können die Rahmenbedingungen (z. B. Arbeitsbedingungen, Unterstützung durch das Management) und die Arbeit im Projektteam (z. B. Motivation, Zusammenarbeit, Projektleitung) sein. Ziel des Projektcontrollings ist somit, vorbereitend, begleitend und prüfend aktiv zu werden, um Termine, Kosten und die Qualität der Leistung im gewünschten Rahmen zu halten.

Die Projektplanung kann den tatsächlichen Projektverlauf nur theoretisch vorwegnehmen. Die *Notwendigkeit zur Änderung der Projektplanung* wird sich nicht verhindern lassen, denn selten wird das Produkt genau so erstellt, wie es geplant war. Während der Projektarbeit ergeben sich neue Erkenntnisse oder „Begehrlichkeiten“ („das könnte auch noch mitgemacht werden“). Deren Berücksichtigung führt meist zu einer Veränderung (i. A. Erhöhung) der Kosten und Termine. Daher ist es wichtig, dass die Änderungen nachvollziehbar dokumentiert und genehmigt werden.

Generell ist davon auszugehen, dass es *keine Veränderungen ohne Widerstand* gibt und wenn es keine Widerstände gibt, gibt es keine Veränderungen. Daher wird empfohlen, sensibel potenzielle Widerstände aufzuspüren und entsprechende Maßnahmen zu planen und umzusetzen. *Projektarbeit führt immer zu Veränderungen*. Veränderungen, die neue Verhaltensweisen, Kulturen (z.B. Kommunikation, Fehler), Arbeitsabläufe, Arbeitsplatz- und Standortveränderungen erfordern. Zudem kann es sein, dass Projektmitgliedern die Anerkennung, die sie durch die Projektarbeit erfahren, nicht gönnt wird. Es liegt auf der Hand, dass Projekte nicht mit ungeteilter Unterstützung rechnen können. ... Lesen Sie weiter auf [www.gabal.de/wissensarchiv.html](http://www.gabal.de/wissensarchiv.html) 

Wolfgang Neumann

## Schema-Coaching: Arbeit von Mensch zu Mensch, nicht von Rolle zu Rollen



Dr. Björn Migge

Ein Interview mit Dr. Björn Migge, Autor des Buchs »Schema-Coaching. Einführung und Praxis: Grundlagen, Methoden, Fallbeispiele«, Beltz 2013

*Lieber Herr Dr. Migge, können Sie bitte mit wenigen Worten beschreiben, was Schema-Coaching ist?*

Um gleich ein mögliches Missverständnis aus dem Weg zu räumen: Es geht im Schema-Coaching nicht um ein »Schema F«, sondern um tiefe Grundmuster, sogenannten Schemata, die in der frühen Kindheit gebildet wurden und über weite Strecken auch heute noch unser Leben beeinflussen. Manchmal anders, als wir es uns als Erwachsene wünschen würden. Dr. Jeffrey Young hat die Schemata für die moderne Verhaltenstherapie klassifiziert und die sogenannte Schematherapie begründet, die nachweislich sehr erfolgreich ist. Diesen Ansatz übertrage ich ins Coaching oder möchte ihn hier bekannt machen: Es ist ein integrativer, also begründeter »Mix« aus modernster Verhaltenstherapie, Imaginationsarbeit, Bindungsforschung, Zentrierung am Klienten, Aufstellungsarbeit aus Gestalt und Psychodrama, Akzeptanz und Achtsamkeit und anderen Elementen. Einzelnes habe ich noch von woanders dazu gepackt: Ideen der emotionsfokussierten Therapie, den Heroic-Client-Ansatz – in dem der Klient viel ernster genommen wird als bisher – und die Orientierung an Wirkfaktoren und einige Erkenntnisse Carl Rogers.

*Was bewirkt ein Schema-Coaching? Was macht es möglich?*

Die »ganze Palette« aus besonderer Beziehungsgestaltung und den Veränderungswerkzeugen des Schema-Coachings führt zu tiefgreifenden Veränderungen. Denn es wird zunehmend nicht an den »äußeren Zwiebschalen« gearbeitet, sondern auch mit tiefen inneren Werten, Grundbedürfnissen, kindlichen Anteilen, Abwehrmustern und Ähnlichem. Schema-Coaching ist daher auch stark emotional aktivierend und bewegt die Klienten auf vielen Ebenen. Aber Achtung: Manche Klienten wollen danach nicht mehr »noch besser funktionieren«, sondern suchen sich dann plötzlich einen Weg im Leben, der ihrem inneren Wesen besser entspricht. Im Business-Coaching wäre das heikel, wenn gerade das bessere Funktionieren der Auftrag an den Coach war.

*Was gefällt Ihnen so gut an diesem Ansatz?*

Ich liebe »tiefe und echte« Arbeit; wirklich von Mensch zu Mensch und nicht nur von Rolle zu Rolle: Arbeit an Werten, Lebenszielen, Grundeinstellungen, Emotionen, Hoffnungen, Ängsten, inneren Bildern, Körpergefühlen, ... Das ist im Schema-Coaching ebenso wie in der Schematherapie besonders gut möglich. Außerdem mag ich die große Vielfalt an Herangehensweisen, mit der Klient und Coach gemeinsam arbeiten können.

*In welchen Beratungssituationen empfehlen Sie das Schema-Coaching?*

Einzelne Elemente können in jeder Beratungssituation genutzt werden. Das tun viele Coaches auch bereits. Wenn jedoch der gesamte komplexe Ansatz zum Einsatz kommen soll, dann ist das vermutlich eher in tiefgreifenden Anliegen passend: wenn Klienten »schon immer« in bestimmte Fettnäpfchen getreten sind, sich mit belastenden oder begrenzenden Gedanken, Bildern, Einstellungen, Beziehungen oder immer wieder auftretenden Situationen konfrontiert sehen; sozusagen in sie hineinschlittern. Wenn also störende Grundmuster die Klienten an ihrer Entfaltung hindern oder ihnen Lebenslust nehmen, dann ist mehr

als nur Reden angesagt. Und Schema-Coaching ist eindeutig viel mehr als nur Reden!

*Erleben Sie seitens der Klienten Widerstände, innere psychologische Vorgänge mit Ihnen als Coach zu besprechen?*

Coaching ist Vertrauenssache. Wenn die Begegnung schrittweise immer echter und vertrauensvoller wird, dann ist es auch nicht mehr erforderlich, sich gegenseitig hinter Schutzschildern zu verstecken. Dann darf vieles endlich mal Raum und Zeit haben, was entweder lange vergessen war, nie bemerkt wurde oder immer sorgsam verdeckt wurde. Wie in jedem guten Coachingansatz kann die partnerschaftliche Arbeit aber wirklich nur mit Vertrauen funktionieren. Die Klienten möchten ja etwas für sich entdecken und verändern. Es ist niemals so, dass ein Coach den Klienten etwas Unangenehmes oder Intimes aus der Nase ziehen würde. Stattdessen steuern beide Partner Tempo, Temperatur und Richtung des Prozesses.

*Und falls nun doch Vorbehalte oder Widerstände auftauchen – wie begegnen Sie ihnen?*

Widerstände sind immer da. Sie zeigen Klienten auf, wo sie nicht hinschauen möchten, was ihnen unliebsam ist oder was sie nicht »akzeptieren« möchten. Im Schema-Ansatz nennt man eine Form von Widerstand den »Bewältigungsmodus«. Das ist so etwas wie ein innerer Teil, der sicherstellt, dass zunächst alles im Lot bleibt und das bestimmte Inhalte des Bewusstseins zunächst nicht angerührt werden. Dieser »Teil« verbraucht viel Lebensenergie oder wird zu so etwas wie einem Pseudoselbst. In Imaginationen oder in kleinen Aufstellungen (Stuhlarbeit und Ähnliches) wird dieser innere Widerstand auf die Bühne geholt und darf sich hier äußern. Die Arbeit mit »Widerständen« ist sehr wertvoll und lehrreich für die Klienten. Für viele Coaching- oder Therapieanlässe ist sie der Schlüssel. ... Lesen Sie weiter auf [www.gabal.de/wissensarchiv.html](http://www.gabal.de/wissensarchiv.html) 

Björn Migge  
Schema-Coaching

## STUFEN Erfolgs-Baustein P: Erfolg durch Persönlichkeit – Grundlagen wertschätzender Kommunikation



Sabine Kalina / Dr. Hardy Wagner

Dieser Erfolgs-Baustein P, eine „Grundlegende“ Schlüssel-Kompetenz, ist der wichtigste der vier STUFEN-Bausteine. Die Seminar-Teilnehmer beschäftigen sich zunächst mit sich selbst, ihren Erfolgen und „Noch-nicht-Erfolgen“, mit Verhaltensweisen aufgrund von Eigenschaften, insbesondere ihren Stärken als primärem Erfolgs-Potenzial und mit Nicht-Stärken, nicht zuletzt auch mit Schwächen als weiterem – indirekt wichtigem – Faktor einer Erfolgs-Steigerung, vor allem auch mit gelingender Kommunikation.

Faszinierend an diesem Erfolgs-Baustein ist, dass in jedem Menschen schlummerndes Wissen geweckt und ergänzt werden kann. Es bereitet Freude, etwas über sich selbst zu erfahren, was mehr oder weniger unbewusst bekannt ist und das bei Bewusstmachung durch „AHA-Effekte“ in Richtung Selbsterkenntnis und Selbst-Akzeptanz neu erlebt werden kann, gerade auch im Hinblick auf eine Verbesserung unserer Umwelt-Beziehungen.

Humanistische Grundgedanken zu Selbst-Erkenntnis, in Verbindung mit zunehmender Selbst-Akzeptanz, sowie insbesondere Akzeptanz der Andersartigkeit mit dem Ziel wertschätzender Kommunikation bilden das grundlegende Fundament. In diesem für das gesamte STUFEN-Konzept grundlegenden Baustein hat jeder die Möglichkeit, sich zunächst (noch) besser selbst kennen zu lernen. Mit der Bereitschaft, sich selbst zu entwickeln, entsteht ein fundamentales „Wissensspektrum“, das von in-

nen wirken und so lebendig werden kann.“ Menschen verfügen über vier grundlegende Eigenschafts-Bündel (sog. Temperamente). Die bewährte STUFEN-Kurz-Analyse der Persönlichkeits-Struktur zeigt als Ergebnis die relativen Anteile der vier Bereiche aufgrund der polaren Beziehungen

1. *Extraversion und Introversion sowie*
2. *Aufgaben- und Beziehungs-Orientierung, und zwar jeweils aufgrund persönlicher Präferenzen.*

Das nachstehende Bild zeigt die sich aus den zwei Polaritäten ergebenden Eigenschafts-Quadranten, denen im Uhrzeigersinne – beginnend mit rechts oben – die Farben GELB, GRÜN, BLAU, ROT zugeordnet werden können.



Dies bietet eine Grundlage für das Erkennen und Akzeptieren individueller Stärken und Nicht-Stärken (letztere im Sinne von situativen Begrenzungen), vor allem auch potenzieller Schwächen, die in der Regel „Übertreibungen“ von Stärken, insoweit also gerade das Gegenteil von Nicht-Stärken, darstellen.

Diese wichtige, ja essenzielle Unterscheidung ist ein STUFEN-typisches Alleinstellungs-Merkmal. Es entspricht in seiner Umsetzung inhaltlich nachvollziehbar dem bekannten sog. Gelassenheits-Gebet:

*Gott, gebe mir die Gelassenheit,  
 Dinge hinzunehmen,  
 die ich nicht ändern kann,  
 den Willen, das zu ändern,  
 was ich ändern kann, und die Weisheit,  
 das eine vom anderen zu unterscheiden.*

Diese von Reinhold Niebuhr (siehe Wikipedia: „Gelassenheits-Gebet“) formulierte und bereits von den Stoikern genutzte fundamentale Lebens-Weisheit lässt sich „eins zu eins“ übertragen auf die Erkenntnis der Unterscheidung der weitgehend genetisch fundierten und daher nur modifizierbaren Nicht-Stärken einerseits und die vielfach Umwelt-bedingten und damit veränderbaren Schwächen andererseits.

Interessant und weiterführend ist hierbei der Austausch in Farbgruppen und der nachfolgenden Präsentationen. Die Ergebnisse führen in der Regel zu aufschlussreichen Dialogen und Gesprächen über das Erkennen typischer, aber auch spezifischer Verhaltensweisen durch unterschiedliche, die menschliche Einzigartigkeit verursachende Stärken-Kombinationen. Goethe formulierte dies wie folgt:

*„Es gibt die Temperamente.  
 Wir haben alle vier in uns,  
 aber in unterschiedlichen  
 Mischungsverhältnissen.“*

Die Einschätzung der jeweiligen Verhaltens-Sequenzen der vier Farben bildet zugleich eine wichtige Grundlage für viele Verstehens- bzw. Verständnis- sowie letztlich Entwicklungs-Prozesse im menschlichen Miteinander.

Insoweit ist ein sehr wertvolles Ergebnis dieses Prozesses die Erkenntnis, dass unsere Erwartungen an andere Menschen vielfach auch etwas mit uns selbst zu tun haben. Erkennen wir die Andersartigkeit an, kann dies automatisch unsere Erwartungen verändern, und insofern auch unsere Wirkung, und zwar in positiver Hinsicht: Sowohl eigene Wünsche als auch Bedürfnisse der anderen können besser erkannt und eingeschätzt und so das eigene Verhalten entsprechend geändert werden – sofern wir dies wünschen. Dies ist eine wichtige Erkenntnis:

Wir haben zwar kein Recht, andere zu verändern, aber wir können das Verhalten anderer Menschen indirekt verändern, indem wir uns selbst verändern. Ein interdependenter Prozess gemäß ... [Lesen Sie weiter auf www.gabal.de/wissensarchiv.html](http://www.gabal.de/wissensarchiv.html)

Sabine Kalina / Dr. Hardy Wagner  
[www.stufenzumerfolg.de](http://www.stufenzumerfolg.de)

## SEPA ist mehr als IBAN und BIC



Monika Weitz

Mit SEPA (Single Euro Payments Area) wird der Euro-Zahlungsverkehr grenzenlos. Auf dieses Ziel arbeiten die 17 Euro-Staaten und alle EU-Mitgliedstaaten schon lange hin. Damit der bargeldlose Zahlungsverkehr über alle Grenzen hinweg einfach und sicher funktioniert, wurden umfangreiche Regeln geschaffen. Sie gelten ab dem 1. Februar 2014.

Dann gilt: IBAN (International Bank Account Number) und BIC (Bank Identifier Code) ersetzen unsere alten Konto-Nummern und Bankleitzahlen. Das SEPA-Zahlverfahren ist ab diesem Zeitpunkt verbindlich für alle – Unternehmen, Vereine und Verbraucher.

### Bevorstehende Arbeit nicht unterschätzen

Die Ergebnisse einer Umfrage im Auftrag der Deutschen Bundesbank machen deutlich, dass SEPA für die Verbraucher ein relativ unbekannter Begriff ist. Bisher bereiten sich demnach nur die Großunternehmen aktiv vor. Kleinere Unternehmen aller Branchen sehen zurzeit noch keinen großen Handlungsbedarf. Das dürfte sich in den kommenden Monaten ändern!

Fakt ist, unser bisheriges Zahlverfahren mit Überweisungen und Lastschriften wird abgeschaltet. SEPA-Überweisungen und das SEPA-Lastschriftverfahren sind ab Februar 2014 für den Euro-Zahlungsverkehr verbindlich anzuwenden. Ersatzlos gestrichen werden Abbuchungsaufträge. Die Umstellung auf das SEPA-Verfahren erfordert so-

mit im Vorfeld organisatorische und technische Anpassungen in den Unternehmen.

SEPA betrifft dabei viele Unternehmensbereiche, die bisher mit Banken/Sparkassen keine Berührungspunkte hatten. Plötzlich ist der Einkauf involviert. Die Lieferanten wollen dringend die IBAN und BIC abstimmen.

Mandats-Formblätter flattern ins Haus – dadurch kommt die Poststelle ins Spiel, und es stellt sich die Frage: Wer ist zuständig? Die Buchhaltung oder doch der Einkauf? Die Stammdaten-Aktualisierungen ziehen sich durch alle Abteilungen. So wird die Frage, ob das ERP-System und das Online-Banking SEPA-fähig sind, die IT-Abteilung und das Rechnungswesen beschäftigen. Für die Umwandlung der Kontodaten in IBAN und BIC bieten die Banken und Sparkassen unter [www.iban-service-portal.de](http://www.iban-service-portal.de) einen Konvertierungs-Dienst an. Die Prüfung der Daten aus der automatischen Umwandlung bleibt aber als Fleißarbeit im Unternehmen.

Damit die Zahlungseingänge per SEPA-Überweisung reibungslos auf dem eigenen Konto ankommen, ist es wichtig, die eigene IBAN und BIC auf den Rechnungen und Geschäftspapieren anzugeben und die Kunden rechtzeitig zu informieren.

### Lastschriftverfahren auch betroffen

Besonders gefordert sind Unternehmen und Vereine mit Zahlungseinzügen per Lastschrift. Der Zahlungseinzug über das SEPA-Lastschriftverfahren funktioniert nur noch online. Der Einreicher benötigt eine Gläubiger-Identifikationsnummer. Sie ist zu beantragen bei der Deutschen Bundesbank unter [www.glaebiger-id.bundesbank.de](http://www.glaebiger-id.bundesbank.de).

Ist das geschafft, kommt die Entscheidung zwischen der SEPA-Basis-Lastschrift und der SEPA-Firmenlastschrift. Dann folgt der Weg zum eigenen Kreditinstitut mit Abschluss der SEPA-Inkasso-Vereinbarung. Vor dem ersten Zahlungseinzug benötigt der Zahlungsempfänger vom Zahlungspflichtigen ein SEPA-Lastschriftmandat.

Hier gibt es genaue Vorgaben:

- *Name, Adresse und Gläubiger-Identifikationsnummer des Zahlungsempfängers*
- *Mandatsreferenz*
- *Name und Anschrift des Zahlungspflichtigen*
- *IBAN und BIC des Zahlungspflichtigen*
- *Kennzeichnung, Gültigkeit des Mandats für wiederkehrende oder einmalige Zahlungen*
- *Ort, Datum, Unterschrift.*

Das bedeutet praktisch die Festlegung von Mandatsreferenzen, zum Beispiel Kundennummer, Vertragsnummer etc., die Erstellung von Mandatsvorlagen für wiederkehrende und einmalige Zahlungen sowie Einholung der Mandate von den Kunden, die per SEPA-Lastschrift zahlen. Der Zahlungspflichtige ist über jede Lastschrift mit einer Vorankündigung (Pre-Notification) unter Angabe des Betrages, des Fälligkeitstermins, der Gläubiger-Identifikationsnummer und der Mandatsreferenz mindestens 14 Tage vor dem Fälligkeitstermin zu informieren. In der Praxis kann diese Information zum Beispiel über die Rechnung erfolgen. Kürzere Fristen können durch Anpassung der AGB beziehungsweise Zahlungskonditionen vereinbart werden.

Wie immer im Unternehmensalltag, sind die Mandate ordnungsgemäß aufzubewahren und zu verwalten. So verfällt z.B. das Mandat 36 Monate nach dem letzten Einzug bei Nichtnutzung. Für einen weiteren Einzug ist dann wieder ein neues Mandat einzuholen. Für den reibungslosen Ablauf ist eine Mandatsverwaltung für Kunden und auch für Lieferanten-Mandate unerlässlich. Ungeplante Zahlungsausfälle drohen durch die Rückgabemöglichkeit nicht autorisierter Lastschriften innerhalb von 13 Monaten. Zur Vermeidung dieses Finanzrisikos ist zwingend ein Original-Mandat mit Unterschrift des Kunden erforderlich. ... Lesen Sie weiter auf [www.gabal.de/wissensarchiv.html](http://www.gabal.de/wissensarchiv.html) 

Monika Weitz  
[www.unternehmensbaum.de](http://www.unternehmensbaum.de)

## bdvb e.V.

Die neue Geschäftsführerin Dr. Alexandra Rohlmann will die bestehende Kooperation mit GABAL voranbringen, u.a. mit gemeinsamen Veranstaltungen – so ein Ergebnis im Gespräch mit GABAL Vorstandssprecher Hanspeter Reiter. 

## BDVT wählt neuen Vizepräsidenten und Beirat

In der 51. BDVT-Mitgliederversammlung wurde Stephan Gingter, Trainer und Geschäftsführer der Tatkraft GmbH, Jüchen, durch das Votum der Mitglieder als Vizepräsident bestätigt. Er ist bereits seit Jahresbeginn 2013 dem Präsidium kooptiert. Mit Stephan Gingter erweitert sich das BDVT-Präsidium auf fünf Mitglieder (Präsident: Claus von Kutzschenbach, Vizepräsidenten: Hinnerick Bröskamp, Stephan Gingter, Peter Krötenheerdt und Vizepräsidentin Jutta Timmermanns).



*BDVT Präsidium: Hinnerick Bröskamp, Jutta Timmermanns, Claus von Kutzschenbach, Peter Krötenheerdt und Stephan Gingter*

Turnusgemäß neu besetzt wurde bei der Mitgliederversammlung der BDVT-Beirat. Wiedergewählt wurden: Bernd Höcker, Claudia Horner, Holger Petersen und Dr. Walter Rosenberger. Neu in den Beirat gewählt wurde Jenny Schubert.

Petra Franke  
www.BDVT.de

## Freelancer International

veröffentlichen einen weiteren Sammelband im Jünger-Verlag, dieses Mal unter Beteiligung einiger GABAListen. André Jünger plant nach wie vor einen eigenen Sammelband mit „GABAL-impulsen“, evt. als Zusammenfassung für die beiden Impulstage eines Jahres. Interessierte wenden sich an [andre.juenger@gabal.de](mailto:andre.juenger@gabal.de). 

## DVWO e.V. Qualitätsmanagement trifft auf Marketingkompetenz

Europas führende Referenten- und Bildungsmanagement-Agentur Speakers Excellence wird Service-Unit für das DVWO Qualitäts-Siegel!

Seit rund drei Jahren gibt es ein objektives Qualitätsmerkmal für Trainer und Weiterbildungsangebote: das DVWO Qualitäts-Siegel. DVWO steht für Dachverband der Weiterbildungsorganisationen. Diesem gehören zwölf renommierte Methoden- und Berufsverbände für Trainer an, die sich zum Ziel gesetzt haben, eine Art TÜV-Siegel für die Branche zu vergeben. Um dieses Siegel nun breit im Bildungsmarkt zu verankern und es gegenüber allen Marktteilnehmern noch bekannter zu machen, hat der DVWO eine Kooperation mit Europas führender Referenten- und Bildungsmanagement-Agentur, der Speakers Excellence Deutschland Holding GmbH, geschlossen.

„Permanente persönliche und berufliche Weiterbildung sowie Management-Know-how sind heute unerlässlich. Unternehmerische Erfolge und individuelle Schritte auf der Karriereleiter hängen maßgeblich davon ab. Deswegen ist ein solches Siegel für die Weiterbildungsbranche sehr wichtig. Es ist gut, dass es objektive Qualitätskriterien für Trainer, Trainingskonzepte sowie Bildungseinrichtungen gibt“, erklärt Speakers

Excellence Geschäftsführer Gerd Kulhavy. Er sei stolz, das DVWO Qualitäts-Siegel mit seinem Marketing- und Vertriebswissen unterstützen zu können.



*DVWO Präsidium und Gerd Kulhavy (mitte)*

In der neuen Kooperation des DVWO mit Speakers Excellence sind die Aufgaben klar verteilt. Die Vermarktung des Siegels und die damit verbundenen Qualitätskriterien in der Bildungsbranche transparent zu machen, sind die Aufgaben von Speakers Excellence und sollen der Wirtschaft als Orientierung für qualifizierte Bildung dienen. Weitere Aufgaben sind die Koordination der Zertifizierungsprozesse zwischen dem Dachverband, den Mitgliedsverbänden sowie den Beratern und Prüfern. Die Begutachtung an sich, das Festlegen der validen Prüfkriterien sowie die Vergabe des Siegels erfolgt durch den DVWO.

Prof. Dr. Genz: „Wir freuen uns, Speakers Excellence als Partner gewonnen zu haben, um das Qualitäts-Siegel gebührend im Bildungsmarkt zu platzieren.“

Die neuen Siegelträger werden jährlich im Rahmen der Bildungsmesse didacta geehrt, können einen Vortrag halten und bekommen in einer feierlichen Zeremonie ihre Urkunde überreicht. Darüber hinaus profitieren sie von einer breiten Repräsentanz bei Personal- und Eventmessen und einem eigenen Vermarktungskonzept. Motto: Beweise Qualität und zeige sie dem Markt.

Weitere Informationen zur Kooperation, zum Gütesiegel und zum Thema Qualitätsmanagement in der Weiterbildung gibt es unter [www.speakers-excellence.de](http://www.speakers-excellence.de) und unter [www.dvwo.de](http://www.dvwo.de). 

## Mitglieder-Vorteile

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

- **Legamaster:** 15 % auf die Katalog-Angebote
- **METALOG:** 50 % auf Workshop-Angebote
- **Neuland:** 10 % auf das definierte Neuland-Sortiment
- **Trainerversorgung:** kostenfreie Mitgliedschaft (als Voraussetzung ...)
- Kollegen-Preise von Mitgliedern für Mitglieder
- Sonderkonditionen auf **Veranstaltungen** kooperierender Verbände (bdvb, BDVT, DGSL, DVNLP, Strategie Forum, GfA, GPM) und Veranstalter (Unternehmen Erfolg, SWOP)
- **Seminarportal.de:** 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 <https://www.spotlight-verlag.de/gabal/>
- 10 % Ermäßigung auf die **DiSG®**-Trainerzertifizierung
- 20 % Ermäßigung auf die **STUDAY-Video-Präsenz**
- **personalmagazin:** zwei kostenlose Kennenlern-Exemplare
- **White Papers** auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de)
- **Mitglieder-Links** auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de)
- **GABAL Webtalks**
- Sonderkonditionen auf die Zertifizierung **DVWO Qualitäts-Siegel**

### Weitere Zusatz-Vorteile auf:

#### [www.gabal.de/partner.php](http://www.gabal.de/partner.php)

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

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

## NEUES von der STUFEN Stiftung



Dr. Hardy Wagner

Bei unserer „GABAL Schwester“, der Bildungs-Stiftung STUFEN zum Erfolg, sind inzwischen einige Änderungen und Neuerungen eingetreten, über die wir die

Mitglieder nunmehr informieren:

- **Die Stiftung hat einen neuen Vorstand:**
  - Wolfgang Braun, Jurist und Publizist (Vorsitz)
  - Dipl.-Vw. Dr. Inge Osthoff, Beraterin (Geschäftsführung)
  - Marco Jelic, cand. päd., Berater und Gestalter (Qualitäts-Beauftragter)
- Es wurde die Homepage ([www.stufen-zumerfolg.de](http://www.stufen-zumerfolg.de)) völlig neu gestaltet, und zwar vom STUFEN Partner Sabath Media Designagentur GmbH, Kandel.
- Sabath Media hat auch das neue Logo entwickelt, das weiterhin die vier Farben enthält, aber nunmehr auch Stufen erkennbar ausweist:



- Ferner wurde auch das Konzept des STUFEN Newsletters zwischenzeitlich überarbeitet. Die erste Ausgabe wird in Kürze allen Interessenten zur Verfügung gestellt.

Soweit Sie künftig über STUFEN Aktivitäten aktuell informiert sein wollen, melden Sie sich bitte an unter [info@stufenzumerfolg.de](mailto:info@stufenzumerfolg.de). Geplant ist in Kürze die Auflösung der „STUFEN zum Erfolg Akademie GmbH“. Im Rahmen der Vorbereitung der Rezertifizierung der STUFEN Bausteine mit dem DVWO Qualitäts-Siegel – die

STUFEN Stiftung gehört zu den Vorreitern – wurde erkannt, dass die Aktivitäten des STUFEN Qualitäts-Managements eigentlich nur die Akademie betreffen, so dass es hier keiner eigenen Rechtsform bedarf, wodurch zugleich Kosten eingespart werden. Optimal wäre es, wenn sich hierfür engagierte GABAL Mitglieder, die auch am Einsatz der STUFEN Erfolgsbausteine als TrainerIn interessiert sind, für diese Aufgabe begeistern.

Sowohl Trainer-Einsatz als auch Akquisition können im Rahmen von kostendeckenden Projekten – insbesondere im Rahmen des Dualen Systems (STUFEN Ausbilder-Projekt) – grundsätzlich honoriert werden.

Als zusätzliche wichtige Zielgruppe der STUFEN Stiftung haben sich zwischenzeitlich Auszubildende und damit betriebliche Ausbilder herausgestellt.

In den nächsten GABAL-impulsen werden die neuen Vorstands-Mitglieder der STUFEN Stiftung sich persönlich vorstellen und über ihre Ressorts und ihre Ziele berichten.



Prof. Dr. Hardy Wagner, Ehren-Vorsitzender GABAL und Vorsitzender des Kuratoriums der Stiftung STUFEN zum ERFOLG

## 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.

## Mitglieder aktiv

Berichte bzw. Meldungen zu den Aktivitäten unserer Mitglieder auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de).

Präsentieren Sie sich mit Ihrer persönlichen Online-Visitenkarte und verbessern Sie Ihre Präsenz im Internet. Zeigen Sie sich für Ihre Kunden und Partner auf der GABAL Homepage. Verbessern Sie ganz nebenbei Ihre Position in den relevanten Suchmaschinen. Loggen Sie sich dafür auf [www.gabal.de/login.html](http://www.gabal.de/login.html) ein.

Wir begrüßen die neuen GABAL Mitglieder:

Britta Bauer

Thomas Burmeister [www.crescetis.net](http://www.crescetis.net)

Alexandra Daskalakis  
[www.remotivation.de](http://www.remotivation.de)

Dipl.-Kfm. Bernd Dittmer

Martina Ferstl [www.bdsu.de](http://www.bdsu.de)

Dipl.-Lautistin Cerstin Fröhlich  
[www.verkaufstraining-berlin.de](http://www.verkaufstraining-berlin.de)

Dr. Harald Hauschildt  
[www.acprofile.com/index.php](http://www.acprofile.com/index.php)

M.A. Arnulf Krandick

Dipl.-Ökon. Ingo Krawiec  
[www.train-the-trainer-seminar.de](http://www.train-the-trainer-seminar.de)

Sylvia Krüger

Carolin Kunz  
[www.die-marketingberater.com](http://www.die-marketingberater.com)

Dipl.-Bw. Karin Langen  
[www.karla-karinlangen.de](http://www.karla-karinlangen.de)

Dipl. oec Steffen Powoden  
[www.metalogacademy.de](http://www.metalogacademy.de)

Ilona Shoar [www.shoar-coaching.de](http://www.shoar-coaching.de)

Heinz W. Warnemann  
[www.netzwerkpilot.de](http://www.netzwerkpilot.de)

Karin Zorn

Herzlich willkommen! 

## Rezensionen

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

Auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de) finden Sie auch Rezensionen zu neu erschienenen Büchern, die weit über Sach- und Fachthemen hinausgehen. Dieses Mal u.a. diese:

### Trainer (Zukunftsfähigkeit sichern):

Mediaplanung \* Rhetorische Kraftkammer \* Erfolgreich als Solo-Unternehmer \* Start-up \* Praxishandbuch Mediaplanung \* Wer wir sind (Digital Natives) \* Grimms Märchen ohne Worte \* Schwarmfinanzierung \* Schema-Coaching \* Marketing-Management \*

### Weiterbildung (Persönliches Wachstum):

Märchenstunden (Storytelling) \* Regeln der Kunst \* Raum: Illusion mit Methode \* Punktgenau in Bestform \* Alle ziehen am selben Strang \* Ausgegessen \* Die erschöpfte Gesellschaft \* Anti-Fragilität (Taleb) \* Interkulturelles Coaching \* Ich sein – Mut zum Ich – Der Rhetorik-Roman \* Kinästhetik und Kommunikation \* Service-Kommunikation \*

### Sachbuch

Sprachwissenschaft für den Alltag \* Wilde Leben der Elemente \* Buchwissenschaft in D \* Kritik und Gewalt \* Trägt doch kein Schwein \* Messetraining für den Mittelstand \* Messen machen Märkte \*

### Unterhaltung

Bis es dunkel wird \* Schmetterlinge \* Blaufeuer \* Hologramm für den König \* Sherlock in Dresden \* 1001 Bücher \* Inferno \*

### Werden Sie Testleser für GABAL!

Sie haben Interesse, Neuerscheinungen des Gabal Verlags und anderer relevanter Verlage zu rezensieren, zu Weiterbildungs-Themen?

Wenn Sie GABAL Mitglied sind, dann können Sie auf <http://www.gabal.de/rezensionen.html> ein kostenloses Leseexemplar auswählen und per Mail in der Geschäftsstelle anfordern. 

## Kommunikation mit Bildkarten



2013. 75 Karten. Mit Booklet, 32 Seiten  
€ 49,95 • ISBN 978-3-407-36535-4

**Die Themen:** Persönliche Ziele, Beziehungsprobleme, Selbstreflexion, Feedback, Prozessanalyse, Imagination, Reframing, Krisen, Projektion, Traumata, Work-Life-Balance, Stressbewältigung, Meditation, Kreativität ...



2013. 75 Karten. Mit Booklet, 32 Seiten  
€ 49,95 D • ISBN 978-3-407-36524-8

**Die Themen:** Kennenlernen, Feedback, Zielvisionen, Zwischenbilanz, Beziehungsklärung, Vorsätze und Transfer, Ideenfindung, Groupbuilding, Konflikte und Krisen, Prozessklärung, Problemlösungen, Projektmanagement ...

### Das Material:

Jede Box enthält 75 stabile Bildkarten mit anregenden Fotos. Dazu gibt es ein ausführliches Booklet mit didaktischem und psychologischem Hintergrundwissen.

So lernen Sie, wie man erfolgreich mit dieser Methode arbeitet. Alle Karten sind im Großformat (16,8 x 24,5 cm), auf sehr stabilem Karton und hochwertig laminiert.

[www.beltz.de/profi](http://www.beltz.de/profi)

**BELTZ**

**Impulstage – Der GABAL Herbst-Impulstag 2013  
am 26. Oktober mitten in Deutschland:**

# Trainings-Praxis: Bewegte Weiterbildung

*Samstag, 26. Oktober, Erbacher Hof in Mainz*



Unter diesem Motto steht der letzte Samstag im Oktober.

Welche Gründe haben Trainer, Berater, Coachs ... und Personalverantwortliche, Führungskräfte ..., an diesem GABAL Herbst-Impulstag teilzunehmen?

Einmal die fürs Hirn, im mehrfachen Sinne: Besser verstehen, wie Teilnehmer eigener Maßnahmen der Weiterbildung „ticken“ und woran es liegt, dass die einen so und die anderen anders reagieren – und: lernen. Verbunden mit dem Aspekt, als Selbstständiger / Freiberufler auch mit „angewandter Betriebswirtschaft“ umzugehen, vulgo: Geld zu verdienen.

Dann fürs Herz – neben der besonderen GABAL Atmosphäre des Beieinanderseins wie des klassischen Netzwerkers auch emotionale Aspekte des Weiterbildens, etwa durch Anwenden aktivierender Lehr- und Lernmethoden.

Schließlich für „die Hand“, das Handeln – konkret umsetzbare Ideen aus der Praxis von bewegten Trainings – und Trainings, die bewegen! Dazu tragen bei:



**Karl Kaiblinger,**  
[www.kaiblinger-partner.com](http://www.kaiblinger-partner.com):  
Weiterbildung auf dem Weg in die Zukunft (Keynote)



**Dr. Tobias Büser,**  
[www.bueser-akademie.de](http://www.bueser-akademie.de):  
Bewegende Bewegung – neue Handlungskompetenzen erlernen aus Sicht der Hirnforschung



**Marco Ripanti,** [www.ekaabo.de](http://www.ekaabo.de):  
Weiterbildung: Ohne Social Media geht es nicht



**Steffen Powoden,**  
[www.metalogacademy.de](http://www.metalogacademy.de):  
Interaktionsmetaphern im Training



**Barbara Messer,**  
[www.die-messer.net](http://www.die-messer.net):  
Merkwürdig trainieren – merkwürdige Lernarrangements



**Veronika Langguth,**  
[www.veronikalangguth.de](http://www.veronikalangguth.de):  
Atem, Klang und Bewegung!



**Axel Rachow,**  
[www.dart-consulting.de](http://www.dart-consulting.de):  
Lernen light. Ganz einfach:  
Mit Fakten spielen



**Sylvia Kéré Wellensiek,**  
[www.hbt-akademie.de](http://www.hbt-akademie.de):  
Den ganzen Mensch bewegen – Körper, Herz, Verstand und Seele erreichen und gezielt weiterentwickeln



**Clifford Opoku-Afari,**  
[www.opoku-afari.de](http://www.opoku-afari.de):  
Energielevel, Vitalität und Leistungsfähigkeit steigern.  
Teampower beginnt bei jedem Einzelnen 

Hanspeter Reiter  
[hanspeter.reiter@gabal.de](mailto:hanspeter.reiter@gabal.de)

Alle Details dazu finden Sie im Impulstag-Prospekt, der auch dieser Ausgabe von GABAL-impulse beiliegt. Sollte er bereits entnommen sein, einfach per Mail in der Geschäftsstelle anfordern: [info@gabal.de](mailto:info@gabal.de). Immer aktuell informiert bleiben Sie auf [www.impulstage-gabal.de](http://www.impulstage-gabal.de) – dort können Sie sich auch direkt anmelden.



## Veranstaltungen

– Berichte und News auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de) und im eLetter

### Neuromarketing-Kongress in München

Am 25. April fand in der BMW-Welt (München-Olympiapark) bereits der 6. Kongress statt, veranstaltet vom Haufe-Verlag, mit über 300 Teilnehmern rege nachgefragt und ausverkauft. Unter dem Motto „Creating Changes – Antworten des Marketing auf Zukunftstrends“ hatte Organisator Dr. Hans-Georg Häusel von der Unternehmensberatung Gruppe Nymphenburg vier Themen-Slots eingerichtet, mit jeweils einem Beiträger aus der Forschung und aus der Praxis: Age-, Gender-, Trust- und Culture-Marketing. Konkret also, wie verändert sich unser Gehirn (und unser Verhalten aus dem Limbischen System heraus) im Laufe des Lebens, welche Unterschiede im Lernen (Werbung wird gelernt!!) sind zwischen Mann & Frau zu konstatieren – wie es ist mit „Vertrauen“ und was ist interkulturell zu konstatieren.

Schön, und was hat das nun mit Weiterbildung zu tun? Aus drei Blickwinkeln sind Veranstaltungen dieser Art hilfreich, weiterführend und zielgerichtet, auch und gerade für Trainer, Berater, Coachs – Weiterbildner jeglicher Couleur:

1. Sich selbst besser verstehen: Woran liegt es, dass Sie in der Situation X mit Y reagieren?
2. Sich als Trainer, Berater, Coach auf individuelles Verhalten noch genauer einstellen: Was ist anders bei Jüngeren, bei Älteren?!
3. Tatsächlich Neuro-„Marketing“: Wie hilft uns selbstständig-freiberuflichen Weiterbildnern die Hirnforschung, unsere Botschaften erfolgreich bei jenen Empfängern zu platzieren, die wir gerne als Auftraggeber gewinnen möchten?! Generell gilt (Zitat Kongress-Ausschrei-

bung): „Man kann sein Gehirn verwenden, ohne Hirnforscher zu sein.“

Sie möchten das Thema vertiefen? Da gibt's den ausführlichen Nachbericht: <http://neuromarketing-wissen.de/wp-content/uploads/2013/04/Nachbericht-Neuromarketing-Kongress-2013.pdf> – zudem auf der Website einige ppt <http://neuromarketing-wissen.de/neuromarketing-kongress/> – und Abbildungen etc. auch direkt bei der (mit)veranstaltenden Gruppe Nymphenburg: [www.nymphenburg.de](http://www.nymphenburg.de). Neben dem jährlich stattfindenden Kongress von Haufe wird zudem 2x p.a. ein 2-tägiger Workshop „Neuromarketing“ beim DIM angeboten, siehe <http://www.marketinginstitut.biz/seminare.asp?seminar=neuromarketing>.

Dazu GABAL intern natürlich immer die Impulstage: Herbst 2013 ganz konkret „**Hirnforschung und Lernen**“ im Rahmen von „Trainingspraxis: bewegte Weiterbildung“ (siehe Seite 11 und die Beilage) – und im Frühjahr 2014 bei „**Marketing für Trainer, Berater, Coachs II**“, dieses Mal in Hannover, u.a. Anne Schüller zu Loyalty-Marketing (angefragt) und Hermann Scherer als Final Keynote zum Thema Spirit of Excellence: „**Mit Excellence zu Spitzenleistung – jenseits vom Mittelmaß**“ auch hier als Ausprägung von Erkenntnissen der Neurowissenschaften.

**Notieren Sie sich bereits jetzt den 26.04.2014!** 

Hanspeter Reiter  
[hanspeter.reiter@gabal.de](mailto:hanspeter.reiter@gabal.de)

### RG Nord

Die Regionalgruppe Nord trifft sich zum Stammtisch am Mittwoch den 11.09.2013 um 19.30 im Café Mathilde, Bogenstr. 5, 20144 Hamburg. Wir freuen uns auf einen Erfahrungsaustausch mit allen Interessierten. 

Anmeldungen an Wolf-Peter Szepansky,  
[info@szepansky.de](mailto:info@szepansky.de)

## RG Stuttgart/ Mittlerer Neckar

### Coaching-Hintergründe und -Impulse von Sabine Asgodom

Einen sehr inspirierenden Abend mit einem zweistündigen Vortrag von Sabine Asgodom, Managementtrainerin, Coach und Autorin, erlebten 80 Teilnehmende bei einer von Regionalleiterin Monika Heilmann organisierten Veranstaltung im Restaurant Ratskeller in Stuttgart.



Sabine Asgodom (li)  
und Monika Heilmann (re)

„In der Wissensgesellschaft brauchen wir neue und andere Führungskräfte“, betonte die gelernte Journalistin und beschrieb eines ihrer Ziele mit „Coaching in die Öffentlichkeit zu bringen“. Die Arbeit mit Menschen kann sehr vielfältig sein, einer will getröstet werden, andere ermutigt, die dritten bestärkt und für eine vierte Gruppe ist Coaching wichtig. Für Sabine Asgodom müssen zwei intensive Stunden für ein Coaching ausreichen. Dann haben Coaches die Aufgabe, alleine weiterzuarbeiten.

### „Wofür brauchen Sie eine Lösung?“

Gerne würde sie mehr Menschen in die Selbstständigkeit begleiten getreu ihrem Motto: „Ich bin der Coach der freien Berufe.“ Die frühere ELTERN-Redakteurin ist heute beim Bayerischen Rundfunk auf Sendung und führte an diesem Regionalgruppenabend in die Prinzipien des Coachings ein. Man kann auch ohne Ausbildung erfolgreich coachen, befand Sabine Asgodom, Lebenserfahrung kann den Coach-Abschluss wettmachen. Dabei ist die Münchenerin heute selbst Coach-Ausbilderin. Coaching ist sehr stark von der eigenen

Wahrnehmung geprägt. So kommt es, dass Asgodom Chefs auf deren Frage im Coaching: „Was muss ich machen, um meine Mitarbeiter zu motivieren?“ antwortet mit: „Aufhören, zu demotivieren.“

Sabine Asgodom erläuterte ihre acht Prinzipien des Coachings, die mit dem Gebot, nicht zu werten, beginnen, eine schriftliche Coachingvereinbarung umfassen und dann vom Fragen, Zuhören, Spüren und Wahrnehmen geprägt sind. Ein Coach darf eigentlich keine Entscheidungen selbst aussprechen, er muss sein Gegenüber mit Fragen dazu bringen, die richtigen Punkte auszusprechen und so selbst zu den wichtigen Erkenntnissen zu gelangen.

Im zweiten Teil des Abends durften die Teilnehmer stärker aktiv werden und fünf von Asgodom praktizierte Coaching-Stilmittel kennenlernen. Die Gäste machten aktiv mit und so erlebten sie so manchen Aha-Effekt. Der war besonders groß, wenn es einem Teilnehmer gelangt, ein Bild zu entwerfen, in dem er sich gespiegelt fühlen durfte. Mit den Impulsen, die Sabine Asgodom anstieß, stellte sie zielsicher weitere Fragen wie etwa: „Woran würdest du merken, dass eine Fee bei dir war?“ Das Selbstbild verglich die Referentin mit einem „Tortenstück“, das nicht nur neues Wissen ermöglichte, sondern den Teilnehmern wertvolle Selbsterkenntnis brachte.

Herzlichen Dank für den inhaltreichen, informativen und dennoch sehr persönlichen Abend. 

Dieter E. Gellermann  
www.d-e-g.de

**Ausblick:** Der nächste RG-Abend findet am 18. Juli statt mit 2 Vorträgen: „UQ Unternehmerintelligenz® – Die 7 Stärken der erfolgreichen Unternehmer“ und „Stelle die richtigen Fragen und du erlebst sofort eine Veränderung – wie Sie Ihrer Laune Beine machen“. Mehr Infos auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de).

Am 10. September kommt Gerd Kulhavy in den Ratskeller mit dem Vortrag „Die Erfolgsgesetze der besten Trainer und ihre unwiderstehliche Wirkung“ – schon mal zum Vormerken!

## RG München/Obb.

### 1. Telko zu „Der Weg zum eigenen Buch“

Immer mehr Veranstaltungen, immer mehr Termine, immer weniger Zeit. Darunter haben fast alle RGs zu leiden, denn das bedeutet auch immer weniger Teilnehmer bei den Präsenztreffen. Deswegen haben wir in der RG München/Obb. eine neue Möglichkeit des Austausches ausprobiert: Am 21.5.2013 fand unsere erste Telefonkonferenz statt.

Ob es am neuen Format, am Wochentag oder an dem spannenden Thema lag ...? Jedenfalls hatten wir zu unserer großen Freude im Nu sechs Anmeldungen.

„Der Weg zum eigenen Buch“ versprach jedenfalls interessante Diskussionen. Als Gast konnten wir Wolfgang Bönisch gewinnen. Der Autor und Trainer plauderte aus dem Nähkästchen und gab wertvolle Tipps für alle, die sich mit dem Gedanken an ein eigenes Buch befassen.



So entstand z.B. die Frage, ob Autor von Autorität kommt. Dies wurde von W. Bönisch eindeutig mit JA beantwortet. Die meisten Kunden seien beeindruckt gewesen. Sein Buch verstärkte die Reputation und führte zum Teil sogar zu höheren Tagessätzen, wie er freimütig erzählte.

Wie lange braucht man, um ein Buch zu schreiben? Das ist individuell sehr unterschiedlich, je nachdem, wie die Vorbereitungen erfolgt sind und wie viel Zeit sich jeder nehmen kann/möchte. Entstehungs-

zeiten bis zu einem Jahr sind daher nicht ungewöhnlich.

Wie findet man einen geeigneten Verlag? Am besten, indem man sich am Verlagsprogramm orientiert, ob das Thema in das Spektrum passt, und alle infrage kommenden Verlage anschreibt. Als Alternative kann man auch die Veröffentlichung im Eigenverlag in Erwägung ziehen.

Wie bringt man das Buch unter die Leute? Jeder Verlag wird im eigenen Interesse Werbung machen, aber erst mit unterstützendem Eigenmarketing wird man flächendeckende Erfolge erzielen, z.B. wenn man die Veröffentlichung durch Bekanntmachungen im Internet unterstützt.

Kostet es etwas? Grundsätzlich nein. Deshalb ist Vorsicht geboten, wenn unbekannte Verlage Autoren suchen. Oftmals verbergen sich dahinter hohe Kosten für Marketing, mit denen die Verlage die Produktionskosten decken wollen.

Wie wäre es mit einem eBook? Das ist eine relativ schnelle Variante, um eine Publikation zu verbreiten. Man muss sich aber darüber klar sein, dass es ein gedrucktes Buch (noch) nicht ersetzen kann.

Grundsätzlich war die Botschaft von Wolfgang Bönisch: „Den“ Weg zum eigenen Buch gibt es nicht. Jeder muss seinen eigenen Weg finden. Aber die Ideen und Erfahrungen, die wir aus dieser Telko mitgenommen haben, erleichtern sicher dem einen oder anderen den Einstieg.

Vielleicht sind auch die Buchprojekte vom GABAL Verlag mit verschiedenen Autoren zu einem Thema interessant als Beginn für eine Autoren-Karriere. Informieren Sie sich doch einfach im Internet. Viel Erfolg.

Nächstes Präsenztreffen am 1. Juli in Gauting. Thema: Psychologie und Akquise 

Kirsten Lamprechter und Christiane Wittig

## Adressenliste

### GABAL Vorstand/Fachbereiche

#### Sprecher des Vorstands

Hanspeter Reiter  
Corkstr. 16a, D-51103 Köln  
Fon 0172 - 89 08 260  
hanspeter.reiter@gabal.de

- **PR/Kooperationen**  
Koordination Geschäftsstelle

#### Stellvertreterin

Christiane Wittig  
Heidestr. 4, D-85757 Karlsfeld  
Fon 081 31 - 292 22 36  
christiane.wittig@gabal.de

- **Veranstaltungen/Messen/Regionalgruppen**

#### Vorstandsmitglieder

Prof. Dr. Michael Bernecker  
Deutsches Institut für Marketing  
Hohenstaufenring 43-45  
D-50674 Köln  
Fon 0221 - 99 55 5-100, Fax -1077  
michael.bernecker@gabal.de

- **Hochschule, Marketing**

André Jünger  
GABAL Verlag  
Schumannstraße 155, D-63069 Offenbach  
Fon 069 - 83 00 66-43, Fax -33  
andre.juenger@gabal.de

- **Koordination GABAL Verlag**

Willi Kreh  
Dieselstr. 12, D-61191 Rosbach v. d. Höhe  
Fon 060 03 - 9 142-0, Fax -22  
willi.kreh@gabal.de

- **Finanzen/Strategie**

Bettina Walker  
Listerstr. 4, D-45147 Essen  
Fon 0201 - 72 65 8-84, Fax -86  
bettina.walker@gabal.de

- **Qualität**

#### Ehrenvorsitzender

Prof. Dr. Hardy Wagner  
Richthofenstr. 12, D-76831 Billigheim  
Fon 063 49 - 99 64 55, Fax - 99 64 56  
hardy.wagner@gabal.de

- **STUFEN zum Erfolg**

### GABAL Regionalgruppen

#### RG Allgäu (Ansprechpartner)

Dr. Roland Vees  
Fon 083 20 - 9 25 99 00  
rg-allgaeu@gabal.de

#### RG Berlin-Brandenburg

Anfragen bitte an info@gabal.de

#### RG Franken (Ansprechpartnerin)

Helga Scholz  
Fon 091 90 - 99 73 25  
rg-franken@gabal.de

#### RG Hannover

Wolfgang Neumann, Ute Röhl  
Fon 05 11 - 6 96 62 80  
rg-hannover@gabal.de

#### RG Nord

Anfragen an rg-nord@gabal.de

#### RG Oberbayern

Kirsten Lamprecht, Dr. Angelika Kühlewein,  
Christiane Wittig  
Fon 089 - 601 31 04  
rg-oberbayern@gabal.de

#### RG Osthessen (Ansprechpartnerin)

Dr. Gudrun Schwegler  
Fon 06 61 - 25 05 55 33  
rg-osthessen@gabal.de

#### RG Rheinland

Prof. Dr. Michael Bernecker  
Fon 02 21 - 99 55 5-100  
rg-rheinland@gabal.de

#### RG Rhein-Main

Tobias Christian Würtz, Matthias Böhme  
Fon 0611 - 181 77 39  
rg-rhein-main@gabal.de

#### RG Rhein-Neckar

Bernhard Lorenz  
Fon 01 70 - 34 83 0 99  
rg-rhein-neckar@gabal.de

#### RG Rosenheim

Dr. Rudolf Müller  
Fon 080 34 - 70 78 25, Fax - 70 80 14  
rg-rosenheim@gabal.de

#### RG Rhein-Ruhr

Bettina Walker, Gudrun Böker  
Fon 02 01 - 72 65 8-84  
rg-rhein-ruhr@gabal.de

#### RG Mitteldeutschland

Dr. Christine Schubert  
Fon 034 43 - 39 35-0  
rg-mitteldeutschland@gabal.de

#### RG Stuttgart/Mittl. Neckar

Monika Heilmann  
Fon 07 11 - 7 54 34 34, Fax - 44 094 11  
rg-stuttgart@gabal.de

#### RG Südwest

Anfragen bitte an info@gabal.de

### Internationale Ansprechpartner

#### GABAL Österreich

Dr. Claudia Dostal  
Headoffice brainbox\*  
Kugelberg 82, A-8111 Judendorf-Straßengel  
Fon +43 (0)3124 - 511-83  
oesterreich@gabal.de

#### GABAL Schweiz

Prof. Dr. phil. Jürg Meier, JUMÉBA  
Bergmattenweg 101, CH-4148 Pfeffingen  
Fon +41 (0)61 7 - 53 83-33, 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  
Angewandter Betriebswirtschaft und  
Aktivierender Lehr- und Lernmethoden in  
Hochschule und Praxis e.V.  
**Bundesgeschäftsstelle**  
Erna Theresia Schäfer (Leitung)  
Budenheimer Weg 67, D-55262 Heidesheim  
Fon 0 61 32 - 50 95 0-90, Fax -99  
info@gabal.de, www.gabal.de

### Geschäftszeiten:

Montag bis Freitag, 8.00–14.00 Uhr

### Bankverbindung:

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

### Redaktion:

Hanspeter Reiter (verantwort.),  
Erna Theresia Schäfer

### Beilage:

Herbst-Impulstag 2013

### Druckkoordination und Versand:

Laserline Berlin

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! (1 Seite = ca. 4.500 Zeichen)

**Redaktionsschluss der nächsten GABAL-impulse:**  
15.11.2013

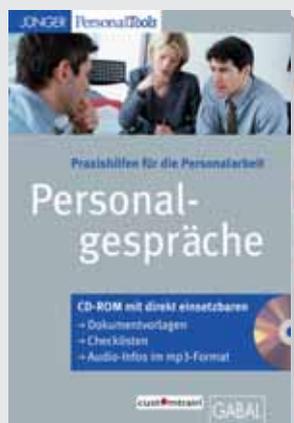
Namentlich gekennzeichnete Beiträge sowie Mitteilungen von Mitgliedern der Regionalgruppen unterliegen der Verantwortung der jeweiligen Urheber. Nachdruck, auch auszugsweise, bei Übermittlung von Belegexemplaren an die Redaktion mit Quellenangabe, ist erwünscht.

# Praxishilfen für die Personalarbeit

## Fertige Arbeitshilfen

für die Personalarbeit auf CD-ROM mit

- ✓ Dokumentenvorlagen
- ✓ Checklisten
- ✓ Audio-Infos



Best.-Nr. 9589



Best.-Nr. 9590



Best.-Nr. 9591



Best.-Nr. 9592

Bestellen Sie jetzt: je € **49,00**

Eine Beschreibung finden Sie hier:

(einfach den Code auf Ihrem Handy einlesen; Kostenlose Handy-Software gibt es im Internet)



Oder einfach informieren unter:

**www.juenger.de**

Noch Fragen? info@juenger.de  
Jünger Medien Verlag | Offenbach