

GABAL

Wissen vernetzen

Impressionen vom Frühjahrs-Impulstag: Marketing für Trainer, Berater, Coachs

GABAL-impulse 1/2013

Inhalt

Editorial	2
Aktuelles	
Ehre wem Ehre gebührt?	3
Bericht zur Mitgliederversammlung 2013	4
Praxis	
Lernen als Führungsaufgabe	5
Applikationsbericht marketing-pur TRAINING-TOOLS	6
Der Dirigent gibt den Takt an	7
Die Stille für Trainer, Berater, Coachs, Mediatoren und Führungskräfte	7
Korrekte Projektmitarbeiter	9
Kooperationen	
DVWO Qualitäts-Siegel zur Markenpositionierung	10
Literatur	
Rezensionen	11
EKS/Berufszielfindung und Umsetzungsstrategie	11
Aktivitäten	
Nachlese	
Frühjahrs-Impulstag 2013	12
Herbst-Impulstag 2013	13
RG-Aktivitäten	
RG Oberbayern	14
RG Rhein-Ruhr	14
RG Nord	14
Service	
Adressenliste	15
Impressum	15



„Das war für mich ganz sicher eine der besten Veranstaltungen zum Thema Marketing für unseren Berufsstand, die ich in den 20 Jahren meines Trainerdaseins besuchen durfte. So eine Vielzahl außergewöhnlich guter Experten an einem Tag, große Klasse ...“, so ein Teilnehmer.

Herbst-Impulstag 2013
jetzt aktuell auf:
www.impulstage.gabal.de

Wir danken den exzellenten ReferentInnen, dem Orga-Team, den Ausstellern und Sponsoren und den engagierten Teilnehmern, die zu diesem Erfolg beigetragen haben.



Schönen guten Tag,

wenn Sie bei der Mitgliederversammlung in Mannheim-Ladenburg dabei waren, kennen Sie die Ergebnisse der Mitglieder-Befragung: Alles in allem herrscht Zufriedenheit mit dem, was GABAL Ihnen bietet. Dennoch bieten die offenen Antworten interessante Ansätze für unsere Vorstandsarbeit, über die reine statistische Auswertung hinaus. Mehr dazu finden Sie auf Seite 4. Die Auswertung kann via info@gabal.de angefordert werden.

Am Tag danach fand der ausgebuchte Frühjahrs-Impulstag statt, mit Gästen, die mehr und mehr auf zeitgemäßen Wegen gewonnen wurden, siehe Xing, Facebook & Co. Der konzeptionelle Wandel scheint gelungen, vom zweitägigen Symposium zum eintägigen Impulstag – den dafür zweimal jährlich. Nun haben wir den Herbst-Termin im Blick! „Trainingstools Bewegung“ wird Ihnen Anregungen aus mindestens drei im Titel verborgenen Perspektiven bieten – das vorläufige Programm siehe Seite 13. Impulstage sind zentrale Ereignisse für alle Mitglieder und Interessierte. Neben den Events der Regionalgruppen, bei denen ebenfalls persönliches Beisammensein und reger Austausch die Inhalte und Modelle ergänzen, die wir Ihnen dort bieten.

Apropos Mitglieder: Mehr sind jederzeit willkommen! Weit davon entfernt, ein Massen-Verein werden zu wollen, braucht es für GABAL eine solide quantitative Basis, Qualität zu sichern. Denken Sie nur einmal an Internet und Social Media: Dort zeitgemäße Auftritte zu schaffen, zu erhalten und zu entwickeln, erfordert Einsatz von Geld und Zeit – und zwar bezahlter Zeit, jenseits von ehrenamtlichen Einsätzen von Vorstand, Regionalgruppen-Leitern und anderen „Funktionären“. Was können Sie als Mitglied dazu beitragen, möglichst bald wieder die 1.000er-Marke zu erreichen? Empfehlen Sie GABAL weiter, noch stärker als bisher. Die vielen Vorteile kennen Sie selbst ja bestens – und zur Erinnerung finden Sie auf dieser Seite die aktuelle Aufstellung. Dazu kommt, dass ein Dankeschön nach Wahl auf Sie wartet: Fürs Werben eines neuen GABAL Mitglieds gibt es nun, neben dem bekannten Buchgutschein über 40 €, alternativ eine Gutschrift über 25 € auf Ihren Beitrag des folgenden Jahres, also 20 % bzw. für zwei Werbungen die Teilnahme an einem der beiden folgenden Impulstage. Wie Sie wissen, zählt eine Firmen-Mitgliedschaft doppelt: Da genügt bereits ein neues Mitglied, das Sie werben ...

Und natürlich stützen Sie Ihren GABAL e.V. durch Ihr persönliches Dabeisein, auch bei Impulstagen, bei Regional-Veranstaltungen und durch Ihre Beiträge in den GABAL Medien. Dazu fordere ich Sie ausdrücklich auf – und grüße Sie herzlich

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

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

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 ...)
- 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
- **Mitglieder-Links** auf www.gabal.de
- **GABAL Webtalks**
- Sonderkonditionen auf die Zertifizierung **DVWO Qualitäts-Siegel**

Weitere Zusatz-Vorteile auf:

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,- €

Ehre wem Ehre gebührt?

Tag des Ehrenamts – haben Sie den wahrgenommen, letzten Dezember? Was schätzen Sie, wie viele Menschen sind in Deutschland ehrenamtlich tätig? Es sind je nach „Wertung“ zwischen 12 und 23 Millionen, die etliche Milliarden Stunden jährlich investieren. Sportvereine, Kirchengemeinden, Tafeln und viele andere mehr oder weniger organisierte Gruppen und Institutionen können ihre Angebote nur deshalb platzieren, weil „Ehrenamtler“ kostenlos (oder für geringe Aufwands-Erschädigung) ihre Arbeit tun. Dabei stehen sie in voller Verantwortung, wenn sie etwa als IHK-Prüfer oder Vereins-Vorstand tätig sind.

Zum „Tag des Ehrenamts“ (jedes Jahr am 05. Dezember, von der UN 1985 ins Leben gerufen) zeichnete der Bundespräsident am 03.12.2012 26 Bürgerinnen und Bürger stellvertretend aus und ehrt auf diese Weise, die „für Gottes Lohn“ andere unterstützen, sich auf unterschiedlichste Weise für die Gesellschaft nützlich machen. Eine Auszeichnung diesseits von Bundesverdienstkreuz und ähnlichen inzwischen häufig verliehenen Verdienstorden, die am selben Tag überreicht werden Andere tun dies durch Spenden oder andere Varianten finanzieller oder auch Sachzuwendungen. Wenn damit wiederum

steuerliche Vorteile verbunden sind, vergemeinschaftet das zwar die Leistung teilweise wieder, was dennoch insgesamt positiv wirkt (siehe Stiftungen). Gelegentlich darf die Frage erlaubt sein, was mehr zur Motivation beiträgt: der finanzielle Aspekt oder das „Helfen-Wollen“ Manches Ehrenamt mag auch persönlichen Ehrgeiz befriedigen und der Extraversion der einen oder anderen Person entgegenkommen oder geschäftliche Kontakte erleichtern, was ebenfalls nur legitim ist. Hier wie dort wird die nahe Verbindung zum „Netzwerken“ erkennbar, das ja ebenfalls davon lebt, selbst etwas einzubringen. Frei davon, direkt und unmittelbar eine „Gegenleistung“ zu erwarten – die naturgemäß dennoch willkommen ist ...

Letztlich bringen diese Menschen Begeisterung für „ihre Sache“ und Kompetenzen ein, die andere Menschen direkt unterstützen oder über Organisationen dazu beitragen, andere in ihrem persönlichen Wachstum weiterzubringen. – In diesem Sinne freuen wir uns über jede Person, die uns hilft, GABAL e.V. voranzubringen ... und über ein Fortsetzen der Werte-Diskussion, die am Vorabend des Herbst-Impulstages 2012 in Oberursel eine durchaus rege war, in zwei von Ralf Besser moderierten Gruppen, dem Präsidenten des Forums Werteorientierung in der Weiterbildung. NB. Kaum von München weg- und in Köln zugezogen, ereilt mich der Ruf der Stadt Köln, mich als Schöp-

fe zu bewerben, für maximal 12 Sitzungen jährlich. (Das mit den Sitzungen in Köln hatte ich anlässlich einer Prunksitzung im Karneval Anfang 2012 schon mal erlebt © ...)

Auch ein Ehrenamt. Ob ich mir das zusätzlich zu GABAL Vorstand und IHK-Prüfungskommission noch leiste, entscheide ich erst nach Redaktionsschluss dieser GABAL-impulse ...

Eine von 26 Ausgezeichneten: Helga Kiel. Als selbst betroffene Mutter nimmt sie sich seit vielen Jahren der Belange von Menschen mit Behinderung und deren Angehörigen an. Nach engagiertem Wirken für ein gleichberechtigtes Miteinander von behinderten und nichtbehinderten Menschen in Nordrhein-Westfalen führte sie nach ihrem Umzug nach Kiel ihr Engagement fort. So leitet sie seit 2004 den Beirat für Menschen mit Behinderung der Landeshauptstadt und ist Vorsitzende des Landesverbandes für körper- und mehrfachbehinderte Menschen Schleswig-Holstein e.V. Daneben war sie aktiv im Bundesausschuss, wurde 2010 zur Vorsitzenden des Bundesverbandes gewählt und unterstützt als Vorsitzende der Gemeinschaftsstiftung „wir+“ Menschen mit Behinderung. (zitiert nach <http://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Berichte/DE/Joachim-Gauck/2012/12/121203-Verdienstorden-Tag-des-Ehrenamtes.html>)

Hanspeter Reiter | www.dialogprofi.de

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

Bericht zur Mitgliederversammlung 2013

Am 08.03.2013 trafen sich im Leonardo Hotel in Ladenburg der Vorstand und 21 stimmberechtigte Mitglieder. Der Vorstand präsentierte die Berichte aus den Ressorts in einer Podiumsrunde.



Willi Kreh, Prof. Dr. Bernecker v.l.n.r.

Hanspeter Reiter ist Sprecher des Vorstands und für die Bereiche Kooperationen und Geschäftsstelle verantwortlich. Die Impulstage im 1-Tages-Format haben sich erfolgreich etabliert. Der Vorstand arbeitet daran, den Mitgliederstand zu erhöhen und gewachsene Kooperationen zu festigen. Dazu dienen auch die neuen Prämien, die der Vorstand für „Mitglieder werben Mitglieder“ verabschiedet hat (siehe S. 2). Aus den Ergebnissen der Mitglieder-Befragung, die Prof. Bernecker später präsentierte, hat Herr Reiter u.a. diese offenen Antworten ausgewählt: Positiv – „sehr persönliche Betreuung“, bewusst vom Vorstand mit längerer Öffnungszeit der Geschäftsstelle entwickelt. „Vielfalt der beruflichen Ausprägung“ – ja, der e.V. ist ein Methodenübergreifender Verband! Optimierungspotenzial sehen Mitglieder u.a. hier: „andere Settings für GABAL Tage“ / „interaktiver ...“ – was wir mit dem Herbst-Impulstag aufgreifen „Trainingspraxis: Bewegung“ oder „Der Fokus auf Trainer ist zu stark ...“ – ja, wir behalten die anderen Weiterbildner absolut im Blick!, jedoch bestätigt sich immer wieder, dass gerade Trainer-Themen am stärksten nachgefragt werden, siehe die hohe Teilnehmerzahl dieses aktuellen Frühjahrs-Impulstages!

Christiane Wittig, stellvertretende Vorstandssprecherin, ist für die Regionalgruppen verantwortlich und organisiert kostengünstige Gemeinschaftsstände für die Mitglieder, 2012 auf der Personal Süd und der Zukunft Personal in Köln. Frau Wittig betreut seit 2010 die Regionalgruppen.

André Jünger ist für den Kontakt zum Verlag, als wichtigstem Kooperationspartner des Verbands, zuständig. Mitglieder haben die Möglichkeit, als Autoren in Sammelbänden mitzuwirken, hieraus entsteht eine neue Buchreihe. Die digitale Entwicklung im Markt wird beobachtet. Über den Buchgutschein können keine e-Produkte eingelöst werden.

Prof. Dr. Michael Bernecker, Ressort Hochschule, arbeitet daran, den Verband in der Hochschullandschaft bekannter zu machen. Prof. Bernecker präsentierte die Ergebnisse der im November für GABAL durchgeführten Online-Umfrage unter den Mitgliedern. Ziel war, die Mitgliederzufriedenheit zu messen und Aussagen über die Wünsche und Bedürfnisse der Mitglieder zu erhalten. Es haben 106 Mitglieder an der Befragung teilgenommen.

Dabei wurde die Zufriedenheit für die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung von GABAL eher mittelmäßig bewertet. Auch die Note 2,39 für die GABAL Webseite hat Verbesserungspotenzial. 77,4 % Weiterempfehlungsquote ist für Prof. Bernecker mittelmäßig, 90 % sind erstrebenswert. Neue Anreize wurden geschnürt, siehe S. 2. Es gibt noch viel zu tun. Der Vorstand arbeitet an Verbesserungskonzepten.

Bettina Walker, Ressort Qualität in der Weiterbildung: Die in 2011 in der FKQ beschlossene Vereinfachung des Qualitäts-Siegels wurde in 2012 umgesetzt. Der DVWO will sich mit dem Qualitätsthema in der Weiterbildungsbranche deutlich positionieren. Lesen Sie weitere Details in ihrem Bericht auf S. 10.

Willi Kreh, Ressort Finanzen, seit 2010 ist er Delegierter beim Forum Wertorientierung und in der Fachkommission Qualität. Die GuV weist einen Überschuss von 122,53 € aus und das Budget für 2013 ein Minus von 31 €. An-

dere Ausgaben sind in normalem Umfang gestiegen. Der Verband weist 50.625,02 € Eigenkapital aus. Das Budget 2013 ist ausgeglichen. Der Verband muss weiter wachsen. Herr Kreh ruft die Anwesenden auf, einen Beitrag zur Deckung zu leisten und neue Mitglieder zu akquirieren.

Bericht der Geschäftsstelle

Trotz aller Bemühungen entwickelte sich die Mitgliederstatistik 2012 rückläufig. Es traten 42 Neumitglieder dem Verband bei, bei 60 Kündigungen und 8 Ausschlüssen. Zum 31.12.2012 waren 797 Mitglieder im Datenbestand.

Bericht der Kassenprüfer


Rudolf Müller und Monika Weitz erstellten am 21.02.2012 den Rechnungsbericht. Die Prüfung erfolgte in der Steuerkanzlei Willi Kreh in Rosbach. Alle Fragen konnten geklärt werden.

Vorstand und Rechnungsprüfer wurden ohne Gegenstimmen entlastet.

Satzungsänderung

§ 4, Abs. 2 c Studentische Mitgliedschaft
Der Antrag auf Neuformulierung „... erfolgt dieser Nachweis nicht bis zum 30.9. eines Geschäftsjahres, wird die Studentische Mitgliedschaft ab dem 1.1. des Folgejahres in eine Ordentliche Mitgliedschaft umgewandelt“ wurde einstimmig angenommen.

§ 15, Abs. 1 Auflösung
Der Antrag auf Ergänzung von „Bei Auflösung der Körperschaft oder bei Wegfall steuerbegünstigter Zwecke fällt das Vermögen der Körperschaft an die gemeinnützige anerkannte Stiftung STUFEN zum Erfolg, mit Sitz in Billigheim, die es unmittelbar und ausschließlich für gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke zu verwenden hat“ wurde einstimmig angenommen.

Hanspeter Reiter beschloss die Versammlung um 21 Uhr. Protokoll und Rechnungsbericht können in der Geschäftsstelle angefordert werden. 

Erna Theresia Schäfer
info@gabal.de

Lernen als Führungsaufgabe in Organisationen:

Handlungsregulation als theoretisches Modell und Aspekte der Implementierung unter integraler Perspektive

Selbstständiges Lernen wird als wesentlicher Aspekt der integralen Entwicklung von Organisationen auf der Grundlage des Kölner Handlungskreises beschrieben. In Korrespondenz mit LernPotentialManagement (LPM) wird der Bezug zwischen den Konzepten der integralen Führung und der Implementierung von Lernprozessen auf allen Organisations-ebenen aufgezeigt und begründet.

Selbstgesteuertes Lernen als essenzielle Komponente für nachhaltige Unternehmensführung

Immer mehr Organisationen betrachten die sich kontinuierlich weiter entwickelnde Expertise von Mitarbeitern und Führungskräften als zentral für den dauerhaften Unternehmenserfolg, der zunehmend auch von der erfolgreichen Adaptation an globale wirtschaftliche Veränderungen abhängt. Wie in der Bildungsforschung (Artelt, Demmrich & Baumert, 2001, S. 277) wird auch in betrieblichen Kontexten dem selbstgesteuerten Lernen besondere Bedeutung zugemessen (Confessore & Kops, 1998). In Erweiterung des Konzeptes „selbstgesteuertes Lernen“ wird in den Theorien zur Selbstregulation neben den kognitiven Lernbedingungen den metakognitiven und emotionalen Prozessen und Ressourcen besondere Beachtung geschenkt. Alle drei Aspekte der Informationsverarbeitung wirken bei der Handlungsregulation zusammen, stellen eine zentrale Voraussetzung für erfolgreiches Lernen und Arbeiten dar (Aschermann & Armbrüster, 2011) und lassen sich unmittelbar auf Lernprozesse am Arbeitsplatz übertragen.

Veränderte Herausforderungen an Einzelne, Teams und Organisationen

Die Fähigkeit, eigene (Zwischen-)Ziele für komplexe Aufgaben und Probleme zu definieren, Handlungen kurz- und längerfristig an

diesen Zielen auszurichten, Arbeitsprozesse zu überwachen und Ergebnisse realistisch einzuschätzen, wird in Anbetracht rasanter Entwicklungen immer essenzieller. Globale Marktveränderungen, internationale Wirtschaftskrisen, technische Entwicklungen und Wissensexplosionen sowie kontinuierliche Arbeitsentgrenzung und sich verdichtende Arbeitsprozesse stellen Herausforderungen dar, die direkte Auswirkungen auf die Organisation haben und gleichzeitig hohe Anforderungen an die Personalentwicklung stellen. Im Arbeitsalltag stehen Menschen, Teams und Organisationen häufig vor der Situation, mit einer „großen Portion Nichtwissen“ (Zeuch, 2010) im Rahmen von komplexen Problemen Entscheidungen treffen zu müssen. Aspekte solcher komplexer Probleme sind z. B. Volatilität im Verlauf, multiple und sich teilweise widersprechende Ziele, das Abschätzen von Konsequenzen einer dynamischen Veränderung, von Nebenwirkungen einmal getroffener Entscheidungen und die Bewältigung neuer Barrieren, die auftreten können und in der Regel auch werden (vgl. Dörner, 1989). Neue Informationen, die den Arbeitskontext verändern und damit auch eine Anpassung von Zielen erfordern, kommen zum Teil in kurzer Taktung hinzu. Die Mitarbeiter in den Organisationen befinden sich damit in einem ständigen Veränderungs- und Lernprozess (Härtl-Kasulke, 2011).


Die Steuerung eines solchen dynamischen Systems (Deeg, Küpers & Weibler, 2010) erfordert, dass Führungskräfte und Mitarbeiter ihren Bedarf an Wissenserweiterung und Kompetenzverbesserung erkennen und ihn selbstständig über formelle und (weit häufiger) informelle Fortbildungsmaßnahmen innerhalb des Arbeitsprozesses umsetzen können. Hierbei sind klassische Trainingsformate kaum mehr optimal, da sie nicht in der notwendigen Geschwindigkeit und Genauigkeit auf die Veränderungen und die Anforderungen reagieren können. Eine innerbetriebliche Kultur der Selbststeuerung kann dann einen marktrelevanten Wettbewerbsvorteil darstellen (Graf, 2010). In diesem Sinne weist auch Schwuchow (2009) auf die national und international zunehmende Bedeutung von

innerbetrieblichen Weiterbildungsangeboten hin.

Veränderte Führungsaufgaben

Als Führungsaufgabe – und gleichzeitig als kulturverändernde Aufgabe im Unternehmen – stellt sich unter diesen Gegebenheiten die Anforderung, Raum und Zeit für selbstgesteuertes Lernen zur Verfügung zu stellen und damit auch die zeitnahe, flexible, individuelle und kollegiale Evaluation zu ermöglichen. Hierbei sollen sowohl die Arbeitskontexte ergebnisorientiert evaluiert werden als auch der Lernprozess an sich, um eine kontinuierliche Verbesserung der Ergebnisse und / oder Strukturen zu ermöglichen.

Bei Arbeitsprozessen, die selbstgesteuertes Lernen beinhalten, tritt also neben das Primärziel, dem „initiativen, eigenverantwortlichen Erreichen der Arbeitsergebnisse“, ein Sekundärziel, nämlich „die Evaluation und kontinuierliche Verbesserung des selbstgesteuerten Lernprozesses“.

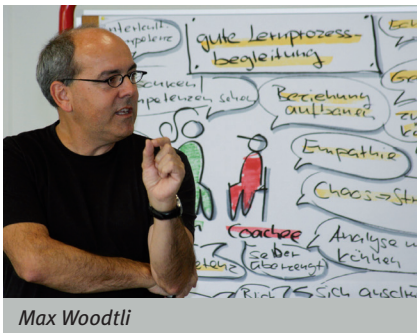
Um beide Ziele zu erreichen, ist es notwendig, die auf sehr unterschiedlichen Komplexitätsniveaus angesiedelten Veränderungsprozesse in der Organisation kommunizierbar zu machen und die Bedeutung der Einstellung zu diesen Veränderungen als Teil der Unternehmenskultur zu verdeutlichen. Dies kann anhand des Kölner Handlungskreismodells geschehen, welches bereits in schulischen und Ausbildungssituationen (Aschermann & Armbrüster, 2011; Armbrüster 2012) zur Initiierung und Etablierung selbstregulativer Lernkulturen evaluiert wurde und im Folgenden vorgestellt werden soll. Anschließend wird erläutert, wie das Modell in Interaktion mit dem LernPotentialManagement (LPM) in einer lernenden Organisation für die Unternehmensentwicklung genutzt werden kann. Hier wird der Schwerpunkt auf die Unternehmenskommunikation, auf Prozessschritte und das Monitoring gelegt, da wir hier einen zentralen Wirkfaktor auf der Individual-, Team- und Systemebene verorten. Die Konzepte der Handlungspsychologie in ihrer Verschränkung mit Motivation und Volition ... [Lesen Sie weiter auf www.gabal.de/wissensarchiv.html](http://www.gabal.de/wissensarchiv.html) 

Ellen Aschermann, Claudia Härtl-Kasulke

Applikationsbericht marketing-pur TRAINING-TOOLS

Spielerisch Kommunikationsmuster erkennen

„Kommunikation ist sehr vielschichtig und läuft auf unterschiedlichen Ebenen ab“, so Max Woodtli, Hochschuldozent mit den Schwerpunkten Berufspädagogik und Informations- und Kommunikationstechnologien (u. a. Multimedia, Social Media etc.).



Max Woodtli

Aus Erfahrungen der Ausbildung u. a. von Lehramtsanwärtern der Sekundarstufe 2 weiß der gebürtige Schweizer, wie wichtig eine gute Verständigung ist, um lösungsorientiert arbeiten zu können. Neben seinem Lehrauftrag an diversen Hochschulen arbeitet er als Trainer für den Bereich Methodik, Didaktik sowie Kommunikation und bildet darüber hinaus selbst Coaches aus. Dabei verfolgt er das lösungsorientierte bzw. systemische Modell. „Mir geht es nicht um richtig oder falsch oder gar greifbare Resultate beispielsweise nach einem Seminar, sondern um den Fortschritt bzw. Prozess. Das heißt, ich möchte meine Teilnehmer ermutigen, auf ihr vorhandenes Potenzial zurückzugreifen und selbst Lösungen zu finden.“ Für den 52-Jährigen ist es dabei wichtig, alle Studenten bzw. Teilnehmer eines Seminars zu erreichen. Spiele sind für ihn dafür ein gutes Medium, denn durch den haptischen Effekt würden Personen dazu animiert werden, sich Aufgabenstellungen nicht nur rein kognitiv zu nähern. Darüber hinaus würden sie leichter ins Gespräch finden. Woodtli passt daher nicht nur sein methodisches Vorgehen den

Bedürfnissen der Teilnehmer an, sondern ist auch immer auf der Suche nach geeigneten Tools für seine Seminare.

Spielerisch Muster durchbrechen

Um dazu zu animieren, sich von bestehenden Mustern zu lösen und sich zu trauen, „etwas anderes“ zu machen, ist Woodtli auf das Trainingtool „Legend“ gestoßen. Dieses an das klassische chinesische Tangramspiel angelegte siebenteilige Puzzlespiel ermöglicht durch unterschiedliche Farbgebungen der Ober- und Unterseiten der einzelnen Teile derartige Umdenkungsprozesse. Passt ein Teil beispielsweise mit seiner weißen Fläche nicht in die zu legende Figur, muss sich der Spieler in dem Moment trauen, etwas anders Aussehendes zu legen, und das Element umdrehen, so dass die beschriftete Seite erscheint. „Das ist für einige eine Überwindung, kommt es doch einer Art Aufbrechen bestehender Schemata gleich. Legend ist für mich daher ein gutes Tool für meine Arbeit, da es im Unterschied zu vergleichbaren Spielen diese verschiedenen Schattierungen innerhalb der Teile hat“, so Woodtlis Eindruck aus der Praxis.


Durch Zufall ist er auf das Spiel von Peter Köstel, Inhaber der Firma marketing-pur TRAINING-TOOLS, gestoßen und nutzt es seitdem regelmäßig, zumal es sehr kompakt und platzsparend ist. Die einzelnen Teile sind darüber hinaus in einer Art Schablone, was es dem Schweizer Trainer erleichtert, am Ende eines Seminars einen schnellen Überblick zu bekommen, ob alles zurückgegeben wurde.

Genaueres Verständigen ist wichtig

Legend kann in mehreren Gruppen à zwei bis fünf Personen gespielt werden. Es basiert auf einem „aktiven Sprecher“, der die Figur erklärt, und einem „aktiven Hörer“, der versucht, diese auf einer Arbeitsfläche zu visualisieren. Dazu können zwei Beobachter und ein Supervisor kommen. Hörer und Sprecher sitzen oder stehen Rücken an Rücken und versuchen, über einen reinen verbalen Austausch eine Figur zu legen. Je präziser die Angaben sind, umso genauer sind die gelegten Figuren. Sofern Beobach-

ter eingesetzt werden, dokumentieren diese das Geschehen. Nicht immer klappt es gleich mit der Verständigung, oftmals weichen die Ergebnisse von der Vorlage ab. Das gibt Gelegenheit, sich auszutauschen und zu überlegen, wie man das Vorgehen optimieren könnte. Woodtli nimmt das Tool daher gerne als Einstieg für Seminare, um einen ersten Austausch zu fördern und den Teilnehmern spielerisch die Gelegenheit zu geben, sich erstmal zu vergegenwärtigen, wo sie gerade stehen.

Vor Spielbeginn macht er deshalb erst eine Art Brainstorming – „Wie gut kann ich eigentlich schon coachen?“, „Was gehört für mich dazu?“ (bspw. Zuhören, Geduld, Humor etc.) usw. Während des Spieldurchgangs sollen die Teilnehmer dann genau hinschauen, ob die Skills, die im Brainstorming genannt wurden, sich auch im Tangram-Spiel zeigen und was ggf. an neuem dazukommt oder sich nicht bewährt hat und wo noch etwas vertieft werden müsste. „Für mich ist es dabei wichtig, dass die Teilnehmer Werte und Haltungen erkennen und daraus ggf. Verhaltensmuster ableiten.“

Legend ist für den Schweizer Trainer und Dozenten durch seinen außerordentlichen haptischen Effekt daher ein gutes Instrument. Generalisierungen können so spielerisch überdacht und idealerweise auf ihre Kernelemente heruntergebrochen werden. „Handlungsorientiertes Arbeiten ist somit besser möglich“, so Woodtli. Er arbeitet in Dreierteams – mit einem aktiven Zuhörer, einem Sprecher und einem Beobachter, der beide Agierende im Blick hat. Nach einer Runde wird gewechselt, so dass jeder mal jede Rolle einnimmt. Von den Teilnehmern wird Legend gut angenommen, nimmt es doch spielerisch die Scheu, sich bestehenden Kommunikationshürden zu nähern. „Es ist sehr flexibel gestaltet, was gut ist, denn so kann ich es als Trainer individuell auf meine eigenen Seminarziele bzw. -ausrichtungen anpassen“, so der Schweizer. 

Peter Köstel
TRAINING-TOOLS.de

Der Dirigent gibt den Takt an



Willi Kreh

Ein Orchester richtig einzustimmen, ist in aller Regel Sache des Dirigenten. Der wird deshalb vielfach mit dem Geschäftsführer eines Unternehmens verglichen. Dabei trägt er doch vor allem Züge eines externen Beraters.

Wenn man eine Sache mit Feuer und Flamme betreibt, ist es nicht immer ganz einfach, die kritische Distanz zu sich selbst zu wahren. Das ist einerseits gut, aber andererseits eben auch schlecht, denn ein neutrales Urteil kann so kaum mehr erfolgen.

Emotional hat man sich im Grunde ja schon festgelegt. Das aber ist immer dann hinderlich, wenn es um das Urteil derjenigen geht, die nicht mit der gleichen emotionalen Bindung an die Sache herangehen. Eben das trifft aber meist im Geschäftsleben zu. Kunden und Partner mögen vielleicht einen gewissen Bedarf, aber eben nicht die gleiche Hingabe wie man selbst mitbringen. Trotzdem gilt es natürlich, diese anzustecken, sie zu begeistern, bis der Funke schließlich überspringt. Am besten sorgt man deshalb dafür, dass die eigene Leistung objektiv besser wird. Objektivität läuft aber aus naheliegenden Gründen der eigenen Subjektivität zuwider. Also muss man sich ein Stück Objektivität, am besten durch die Perspektive eines unabhängigen Dritten, besorgen, der sich aber darauf verpflichtet, das eigene Anliegen zu fördern.

So richtig Sinn ergibt das jedoch erst, wenn dieser Dritte auch eine gewisse Befugnis bekommt, die Dinge zu gestalten und zu verändern. Ein klassisches Beispiel dafür ist

der Dirigent eines Orchesters: Am eigentlichen Musikproduktionsprozess ist er nicht oder kaum beteiligt, aber er lenkt die Dinge, bewertet sie und nimmt dort, wo er es für richtig hält, Änderungen vor.

Aus einer leicht erhöhten Perspektive ist er auch für Zuschauer und Außenstehende als nicht-integraler Bestandteil eines Orchesters erkennbar. Er bringt zudem die Erfahrung und das Wissen mit, das ihn in die Lage versetzt, die Dinge zu bestimmen.

Für die Musiker steht ihr eigenes Spielen im Vordergrund, so dass sie gar nicht bewerten können, ob sie im Zusammenspiel mit den anderen das richtige Maß gefunden haben. Und genauso natürlich können sie sich gar nicht auf die anderen Teilnehmer konzentrieren. Sie müssen manchmal sozusagen den roten Teppich für die anderen ausbreiten, über den diese dann mit einem Solo laufen. In anderen Fällen müssen sie sich darauf verlassen, dass der rote Teppich für sie bereitliegt. Gemeinsam ist jedoch beiden Beispielen, dass die richtige Balance erst durch Hilfe von außen entsteht.

Ein eindrucksvolles Gesamtbild entsteht erst durch die richtige Orchestrierung der Inhalte. Genau diese Rolle sollte ein Berater einnehmen: Als Mittler zwischen Anbieter und Zielgruppe bewertet er den Output der Unternehmen und liefert Ansätze zu deren Modellierung, damit diese die Bedürfnisse der Zielgruppe bestmöglich adressieren und dort Nachfrage erzeugen.

Den richtigen Umgang mit dem Berater finden

Wie finde ich den richtigen Berater und wie gehe ich am besten mit ihm um? Drei Prinzipien entscheiden über Wohl und Wehe im Zusammenspiel.

• Suchen Sie sich keinen „Abnicker“


Ein guter Berater sollte nicht betriebsblind sein. Im Idealfall muss der Berater – besonders übrigens, wenn es um die Vergabe von Krediten und dergleichen geht – kritisch agieren, damit er mögliche Schwächen aufdeckt, die Ihr Anliegen

zum Scheitern bringen könnten.

• Auf den Punkt kommen:

Achten Sie darauf, dass Ihr Berater Sachkenntnis aus Ihrer Zielbranche mitbringt. Wenn es um die Vergabe von Krediten geht, muss Ihnen Ihr Berater nachweisen können, dass er sich mit der Materie auskennt und auch über ein genaues Verständnis der Arbeitsweise in Banken verfügt. Denn nur so kann er natürlich sachgerechte und zielführende Kritik üben.

• Seien Sie kritikfähig:

Ein guter Berater will Sie nicht gängeln, sondern Verbesserungspotenziale aufzeigen. Bevor Sie sich seine Kritik zu Herzen nehmen, fragen Sie ihn lieber nach dem Warum und was genau er erreichen will. Dass Sie die Kritik anrührt, wenn Sie Ihr Herzblut investiert haben, ist vollkommen normal. Versuchen Sie doch einfach das gleiche Herzblut in die Aufarbeitung der Beratervorschläge zu investieren, um so das Maximale zu erreichen. 

Willi Kreh – Steuerberater und BankStrategieBerater
Aktuelle Steuerinformationen unter www.kreh.de
Auf Augenhöhe mit Ihrer Bank www.DieRatingChance.de

Schon jetzt
Termin vormerken!

GABAL
Herbst-Impulstag 2013
Trainings-Praxis:
Bewegte Weiterbildung
Samstag, 26. Oktober
2013 in Mainz



Impulstage 2013 aktuell auf:
www.impulstage.gabal.de

Die Stille für Trainer, Berater, Coaches, Mediatoren und Führungskräfte



Berta Schreckeneder

Die Stille –

- sie ist einfach.
- sie ist schwierig.
- sie ist kaum auszuhalten, zum Davonlaufen.
- sie ist zum Einsinken und Ausruhen.
- Stille trennt und verbindet.

Sich hinzusetzen, allem Raum zu geben, was ist: Gedanken, Gefühlen und körperlichen Wahrnehmungen – alles ist willkommen, nichts wird verdrängt oder weggedrückt. Beobachten, ohne zu bewerten – das ist die zentrale Aufgabe: „Aha – das ist alles da.“

Kaum etwas kann man so konträrer erleben, wie Zeiten der Stille. Stille trennt einen von anderen und verbindet einen mit sich selbst. Und wer viel im Außen, mit Kunden und Mitarbeitern ist, denjenigen wird die Verbindung zu sich selbst nähren – ansonsten ist er irgendwann ausgebrannt.

Die Stille wird gerne mit den Yogis in Indien, den Mönchen, irgendwelchen Gurus und Menschen, die sich in eine Höhle zurückgezogen haben, in Verbindung gebracht. Die spirituellen Konzepte der Stille – das Leersein, das Nichts – haben das Stillsein der Alltagswelt entrückt, aber genau das muss nicht sein. Diese Ausschließlichkeit ist längst passé. Niemand muss sich mehr in eine Höhle zurückziehen, um still sein zu können. Inmitten vieler Menschen still sein, das kann mit etwas Übung jeder Mensch.

Stille ist eine freiwillige Temporeduktion im Alltag, die dem Fühlen, dem Denken und dem Körper guttut.

Täglich reichen 10 bis 15 Minuten, in denen Sie sich bequem hinsetzen und nichts tun.

Richten Sie die Aufmerksamkeit anfangs auf die Fußsohlen oder beobachten Sie die Atmung, und nach kurzer Zeit lassen Sie auch das und werden still. Der Fußsohlenkontakt oder die Beobachtung der Atmung sind anfangs dienlich, um in der Stille anzukommen. Wer Stille nur sehr schwer aushält, beginnt mit 1 bis 2 Minuten pro Tag. Jede Woche 2 Minuten mehr täglicher Stille und schon nach wenigen Wochen tauchen Sie ganz bewusst ein – in die Gefühls- und Gedankenwelt Ihrer Stille. Stille ist nichts, was man sich erarbeiten muss. Es ist etwas, was einfach geschieht. Wenn Sie schon zu Beginn eine Stille Ihrer Gefühle und Gedanken anstreben, kann das schwierig werden. Wer mit dem ist, was einfach da ist, nähert sich jeden Tag ein Stückchen mehr seiner inneren Stille.

Welche Relevanz hat die Stille für Trainer, Berater, Coaches, Mediatoren und Führungskräfte?

Wer andere führt, muss sich selbst führen können, und das braucht die Verbindung zu sich selbst. Neben Coachings, Therapien und anderen Formen der Unterstützung – auf die kaum ein Berater, Trainer, Coach, Mediator und/oder eine Führungskraft verzichten möchte, um sich selbst gut zu führen – ist Stille etwas, was einem in den tagtäglichen Herausforderungen mit anderen dient. Allen, die andere führen und begleiten, ist es möglich, in der Stille die persönlichen Ressourcen und die eigenen Grenzen zu erkennen und zu nutzen.

Stille ist der Ort und die Zeit, in dem Intuition und Inspiration möglich ist bzw. einfach stattfindet.

Wenn es darum geht, **Unterschiede und Widersprüche anzunehmen und zu nutzen, Problemlösungen zu erkennen**, dann ist die Stille genau das, was einem dies zeigt

und lehrt. Erfahrene Führungskräfte, Trainer, Mediatoren, Berater und Coaches als Unterschieds- und Widerspruchsmanager brauchen sehr viel Klarheit über eigene Themen – in klarer Unterscheidung zu denen der Mitarbeiter und Kunden. Gerade sie profitieren am meisten von der Stille.

Weiterbildner können mit etwas Übung in der Stille ein Problem beleuchten oder mit einer Frage in die Stille gehen. Sie werden Antworten finden bzw. jene Fragen erkennen, die ihnen den eigenen Lösungsraum eröffnen. Oder wer von Ideen übersät wird, wird klären können, welche Idee auf den Boden zu bringen ist.

Wenn Sie mit Ihren Kunden mehr mit der Stille arbeiten, können Sie erleben – sehen, hören und fühlen – , was Stille in Ihren Kunden bewegt. Sie werden erstaunt sein, wie schnell Veränderungen erfolgen können. Führen Sie weniger Gespräche, denn gesprochen wird viel.

„Der Raum des Geistes, dort, wo er seine Flügel öffnen kann, das ist die Stille“, so Antoine de Saint-Exupéry.

Erfolgreiche Führungskräfte, Berater, Coaches, Trainer und Mediatoren sind auch still.

Dr. Berta C. Schreckeneder
www.viewconsult.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.

Korrekte Projektmitarbeiter



Christoph M. Stumbries

Wir nehmen derzeit zur Kenntnis, dass Großprojekte scheitern, und sind irritiert darüber, dass Projektmanager und ihre Teams wieder einmal versagt haben sollen. Und weil die Informationen täglich mit viel Dynamik und oftmals auch mit sarkastischer Häme verbreitet werden, entsteht der Eindruck, die gesamte Branche habe versagt.

Und genau das stimmt nicht! Wie viele Experten, Planer, Bauingenieure und Statiker, Handwerksbetriebe und Aufsichtsbeamte unterschiedlicher Behörden haben tagtäglich einen guten Job gemacht und sich genau an die Vorgaben im Lasten- und Pflichtenheft gehalten: und das alles auf einer Kalkulationsbasis von vor zehn Jahren, als man seine Angebote abgegeben hat.

Wer von uns hat vor über 10 Jahren gewusst, dass ein Airbus A 380 mehr Platz braucht? Wer hat geahnt, dass Akustik-Stoßdämpfer aus Kunststoff für die Beton-Stützen des Daches einer Musikhalle in Hamburg die Lasten nicht tragen?

Mit diesen Erfahrungen im Hintergrund beschäftigen wir uns jetzt damit, wie man es besser machen kann: Bedeutsame Projekte sind für Firmenleitung, Projektleiter und vor allem für Projektteams nicht eine „Sache so nebenbei“, sondern oft wichtiger als die tägliche Arbeit. Das verlangt erhöhte Aufmerksamkeit für alle Beteiligten und ambitionierte Projektleiter, die als Mentoren und Generalisten diese Aufgabe in die Hand nehmen, und vor allem für ein motiviertes Projektteam, das für diese Aufgaben freigestellt ist und die Verantwortung für die zugeteilten Arbeitspakete übernimmt.

Dabei gilt eine feste Mitgliedschaft im Team über den gesamten Projektzeitraum. Ein ständiger Wechsel, wie es in Hamburg der Fall war, sollte vermieden werden. Wer seine fachlichen Details nicht kennt, kann keine korrekte Arbeit leisten



Projektmanagement ist ständige Teamarbeit

Die Erkenntnis aus den derzeit gescheiterten Projekten ist: Ein Projekt ist eine „Firma in der Firma“! Dies bedeutet, dass Projekt-Verantwortliche und alle Mitarbeiter erkennen müssen, dass sie als korrekte Unternehmer bzw. Mitarbeiter auftreten und unternehmerisches Handeln als Maxime ihrer täglichen Arbeit sehen. Dies ist konkret eine faire Partnerschaft mit der Linienorganisation, mit allen externen Beratern und Lieferanten. In diesem Zusammenhang darf nicht vergessen werden, dass die disziplinarischen und fachlichen Weisungen nach wie vor bei den Vorgesetzten verbleiben. Dies ist zu betonen, denn man will, dass die gesamte Linienorganisation des Unternehmens eine Mitverantwortung für das Gelingen des Projektes trägt und somit ständig über das „Auf und Ab“ eines Projektverlaufs informiert ist. Genau das wurde in Berlin an den zuständigen Stellen versäumt.

Ganz wesentlich ist sicher eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit allen Mitarbeitern, den externen Beratern und Planungsauftraggebern, Lobbyisten und Kontrollgremien. In vielen Großprojekten beobachtet man, dass vor allem die Externen in Konkurrenz untereinander arbeiten und sich dadurch Projektschäden und -versäumnisse ergeben. Aus diesem Grund sollte das Controlling in jedes Projekt eingebunden werden. Besser wäre noch, wenn eine zuständige Person des Controllings als stellvertretender Projektleiter fungiert.


Auch die Abteilung „Einkauf“ sollte in je-

des Projektteam eingebunden werden, um von Anfang an dem Missbrauch bei der Vergabe von Aufträgen entgegenzusteuern. Eine besondere Gefahr der Kostenexplosion bei Projekten liegt nämlich darin, dass die Entscheider vor möglichen Anlässen zur Steigerung der letztendlich endgültigen Ausgaben die Augen verschließen.

Ein Projekt müsste natürlich auch als Teamaufgabe und als Unternehmen im Sinne und im Dienst einer gesamten (Firmen-) Volkswirtschaft gesehen werden, denn bei vielen Großprojekten geht es nämlich oft nicht nur um privatwirtschaftliches, sondern auch um öffentliches Wohlergehen (vgl. Arno Leggewie, Erfolg durch korrektes Unternehmertum, 2012, München, S. 128 ff.).

Zusammengefasst wird man aus diesen Ereignissen erkennen, dass es um Selbstverständlichkeiten wie korrektes unternehmerisches Handeln geht. Da sei die Frage erlaubt, ob dieses Gedankengut nicht im täglichen Leben und Geschäft bei allen Beteiligten vorhanden sein sollte?

Fazit

Diese Analyse trägt sicherlich dazu bei, dass im Vorfeld eines Projekts überlegt werden sollte, was zu tun ist, um eine erfolgreiche Durchführung eines Projekts zu gewährleisten. Dabei ist der Schwerpunkt nicht nur auf die Termin- und Kostenziele zu legen, sondern vor allem auf die Anforderungen an Qualität, Sicherheit und Professionalität der Projektmitarbeiter. Dazu bedarf es im Vorfeld einer umfassenden Projektmanagement-Methodenqualifizierung der betreffenden Personen, damit sich im gesamten Team (einschließlich Lenkungsausschuss und Projektowner) eine flächendeckende und dynamische Dienstleistungskultur ergibt (vgl. Michael Reiss, Projektmanagement Value Net, PM-aktuell, 4/2012, S. 38). Vom Projektteam allein ist dies nicht zu stemmen: Das ganze Spektrum aller Interessengruppen einschließlich Projektkritikern muss von Anfang an in den Projektprozess eingebunden werden. ... Lesen Sie weiter auf www.gabal.de/wissensarchiv.html 

Dipl.-Ing. Christoph M. Stumbries
www.prolog.de

Empfehlung von Gerd Kulhavy: DVWO Qualitäts-Siegel zur Markenpositionierung



Bettina Walker

Informieren Sie sich außerdem hier über die aktuellen Entwicklungen beim Qualitäts-Siegel (QS): Preiserhöhungen und QM-Nachweise für Fördermitteln der BAFA.

Wie kann man sich als Marke positionieren, wenn man Trainer ist? Auf diese Frage gab Gerd Kulhavy (Speakers Excellence) in seinem Vortrag auf dem GABAL Frühjahr-Impulstag Antworten. Eine seiner Empfehlungen lautete, dafür das DVWO Qualitäts-Siegel (QS) zu nutzen. Es gibt potenziellen Kunden die Sicherheit, ein qualitativ hochwertiges Training zu bekommen. Ein nicht zu unterschätzendes Signal zur Unterscheidung von den Wettbewerbern. Die positiven Auswirkungen auf die Qualität der Weiterbildungen werden mittlerweile von wissenschaftlichen Untersuchungen bestätigt. Interessante Ergebnisse finden Sie bei


der QBB (www.qbb.de), die auch das DVWO QS überprüft und positiv beurteilt hat.

Die Anforderungen des QS richten sich auf den Lehr- und Lernprozess Ihrer Trainings und Seminare sowie auf die interne Organisation Ihrer Unternehmensabläufe. An genau diesen beiden Punkten lassen sich oftmals schon bei der Einführung deutliche Qualitäts-Verbesserungen generieren. Das spüren zunächst Ihre Kunden und später Sie selber: nämlich in einer positiven Umsatzentwicklung.

Einen weiteren positiven Effekt können Sie mit dem QS bei der Beantragung von Fördermitteln der BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) mitnehmen. Mit Zuschüssen bis zu 50 % fördert es bestimmte Beratungen, Veranstaltungen und Weiterbildungen. Das ist vor allem für Einzel- und Kleinunternehmen eine sehr attraktive Unterstützung. Durch eine Änderung der Förderbedingungen verlangt die BAFA als Bewilligungsbehörde seit dem 01.07.2012 einen QM-Nachweis. Als Berater oder Veranstalter müssen Sie Ihrem Gegenüber dokumentieren, dass Sie erfolgreich in Ihrem Unternehmen ein Instrument zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung anwenden. Mit dem DVWO QS erbringen Sie diesen Nachweis und können damit diese recht unbürokratisch zu beantragenden Fördermittel für Ihre Kunden nutzen.

Auch beim Qualitäts-Siegel hat sich im vergangenen Jahr einiges getan:

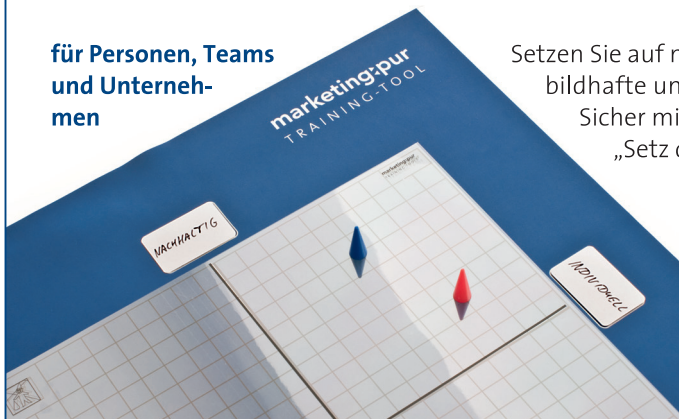
So wird es in Zukunft das Siegel nur noch für Unternehmen (auch Einzel- und Kleinunternehmen), aber nicht mehr für einzelne Trainer oder Produkte geben. Dies ist auch ein Ergebnis der nun mittlerweile mehrjährigen Erfahrungen der DVWO Mitgliedsverbände mit dem QS: Wir haben festgestellt, dass es für die Qualität nicht nur wichtig ist, dass ein Training bestimmten Qualitätsanforderungen entspricht (was bei der Trainerzertifizierung im Vordergrund stand), sondern dass auch die interne Unternehmensorganisation – also wie der Trainer sein Geschäft organisiert – maßgeblich die Qualität beeinflusst.

Darüber hinaus wird es in Zukunft eine Service Unit geben, die für die DVWO Verbände die Organisation der Begutachtung übernimmt. Das alles muss natürlich finanziert werden. Deshalb wird es in der 2. Jahreshälfte 2013 eine deutliche Preiserhöhung bei der Begutachtung geben (ca. 40 %) – also nutzen Sie die verbleibende Zeit, um das QS noch zum alten Preis einzuführen! Es kostet zzt. ca. 1.200 € (+ MwSt., ggf. Reisekosten) sowie zur Vorbereitung darauf die Kosten für die Durchführung eines internen Audits von 500 € (+ MwSt., ggf. Reisekosten). 

Erfragen Sie gern weitere Informationen bei Bettina.Walker@gabal.de (Tel. 0201 – 72 65 884) GABAL QM-Koordinatorin und Vorstandsmitglied für Qualität & Zertifizierung

Starke Positionierung

für Personen, Teams
und Unternehmen



Setzen Sie auf nachhaltige,
bildhafte und begreifbare Positionierungen!
Sicher mit dem Positionierungs-Klassiker
„Setz den Kegel!“.

marketing-pur TRAINING-TOOLS
marketing-pur Peter Köstel e. K.
Hindenburgallee 11, 24619 Bornhöved
T 04323 900-797, F 04323 900-796
shop@training-tools.de
www.training-tools.de

 **Fansseite**
www.facebook.com/TRAINING.TOOLS.de

marketingpur
TRAINING-TOOLS

Katalog gratis bestellen!



Rezensionen

– immer aktuell auf
www.gabal.de/rezensionen

Finden Sie auf www.gabal.de auch Rezensionen zu neu erschienenen Büchern, die weit über Sach- und Fachthemen hinausgehen. Dieses Mal u.a. diese:

Trainer (Zukunftsfähigkeit sichern)

Texten fürs Social Web * Verkaufen an Adam und Eva * Text-Tuning * Die Zukunft der Arbeit * Begehrtes Wissen * Verbraucherschützende Informationspflichten * Handbuch Organisationsdiagnose * Stark im Vertrieb * Strategie-Workshop * Personalentwicklung 2013 * Too big to know * Humorkochbuch * 75 Bildkarten für Trainings ... * Professional Coaching *


Weiterbildung (Persönliches Wachstum)

Neuro-Marketing * Business-Fiction * DUDEN Schreiben dicht am Leben * Lektüren „bilden“ * Sinngesellschaft * Kreation und Depression * Heile dich selbst * RQ – Risiko-Intelligenz * Milieusensible * Macht * Mentale Stärke * Von der Hand zum Hirn * Transaktionsanalyse im Coaching * Bildung * Punktgenau in Bestform * Paradoxiemanagement (Simon) * Weg zum

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 (Service/Downloads) heruntergeladen oder bei der Geschäftsstelle angefordert werden. 

professionellen Coach * Selber schuld! * Systemisch führen * Hoshin Kanri * Revolution des Sehens * Resilienz-Training für Führende * Erfolg ist machbar * Generation Resource Management * Selbstcoaching für Frauen * Denken ist dumm *

Sachbuch

Draußen (Wallraff et.al.) * Die Unersättlichen * Ein Paar – ein Buch * Le Snob Kaffee * The Rest is Noise * Keynes Sach-Comic * Bookazine * Mode Guide für Männer * Ende der Hypnose * Gärten Lesen * Ego (Schirmmacher) * DUDEN Frisches Wissen * Zucker-Mafia *

Unterhaltung

Tod macht Schule * Memoria (Khoury) * Stunde des Reglers * Leuchtturmwärter * Kapital (Lanchester) * Biest * Rosskur * Ewigkeit * Thron der Welt * Glaspuppen * Washington-Dekret * Der Tod bin ich * Kommissar Pascha * Große Fragen (Comic) * Secretum * Stalker * Krieger * Blutiger Spessart * Oberland * Platzhirsch * Zorn * Öl! (Upton Sinclair) * Meerkristall * Mädchengrab * Falken [Hilary Mantel] * 

Der Original-Artikel wurde auf Wunsch des Autors gelöscht. Anmerkung der Redaktion



Winzer des Jahres 2010

**Bundesehrenpreise
2009 / 2010 / 2011**

**Beste Collection -
Weißwein trocken DLG 2011**



**Probieren Sie unsere
hochprämierten Weine.**

Öffnungszeiten:

Weinprobierstube & Weinprobierstand

Mo-Sa 8:00 - 20:30 Uhr

So u. Feiertags 9:00 - 20:30 Uhr

Weingut Werner Anselmann

Wein- und Sektkellerei

Gebrüder Anselmann GmbH

Staatsstraße 58-60

D-67483 Edesheim / Pfalz

Tel. +49 (0) 6323/9412-0

www.weingut-anselmann.de



Mitglieder aktiv

Berichte bzw. Meldungen zu den Aktivitäten unserer Mitglieder auf www.gabal.de, im Linkbereich unter: <http://www.gabal.de/mitglieder-branchen.php> oder unter „Mitglieder aktiv“ im GABAL eLetter.

Neu bei GABAL eingetreten

Bw. Katja Arncken www.karncken.de

Annette Dernick www.dernick.eu

Renate Donner
www.renate-donner.de

Andreas Eck

Wirt.-Inform. Thomas Eichstädter

M.A. Katrin Fehlau
www.KatrinFehlau.de

Heike Haker
www.haker-consulting.info

Ulf Hausmann www.ecovis.com

Andrea Heckner

BA Gudrun Höhne
www.thehumanfactor.de

Markus Joußen
www.alsdorfer-akademie.de

Karin Kern

Peter Köstel www.training-tools.de

Dipl.-Kffr. Gabriele Kretzer
www.kretzer-marketing.de

Ralf Machtenberg
www.erste-Hilfe-sachsen.de

Olaf Marticke

Marc Odermath

Gerd Reimann
www.gideon-potsdam.de

Dipl.-Wirt.-Ing. Thomas Ruf
www.servicebuero-vereine.de

MBA Jörg Schneider
www.jorgschneider.com

Ingo Sramek
www.sramek-kommunikation.de

Frank Stöpel www.dr-stoepel.de

David Strüncke

Jörg Tausendfreund
www.1000freund.net

Marc Tscheuschner
www.tms-zentrum.de

Rüdiger Vogel
www.rhetorikkurs.com

Herzlich willkommen! 

Veranstaltungen

– Berichte und News auf www.gabal.de und im eLetter

Selbstpositionierung als Trainer, Berater oder Coach: Ohne eigenes Konzept läuft nix!

Ein Rückblick vom Frühjahrs-Impulstag von Bettina Walker:

Ein geballtes Programm mit 8 hochklassigen ReferentInnen im 40-Minuten-Takt – ein gelungenes Feuerwerk an Impulsen und Informationen zum Marketing für Trainer, Berater und Coaches, gekonnt moderiert von Hanspeter Reiter, viel positives Feedback von begeisterten TeilnehmerInnen und ein zufriedenes Veranstaltungsteam – das war der GABAL Frühjahrs-Impulstag 2013.



Aber was bleibt an Inhalten von der Veranstaltung in Erinnerung? Was konnten die Teilnehmer für ihr zukünftiges Marketing mit in ihren Arbeitsalltag nehmen?

Ein roter Faden, der sich als Botschaft durch die Beiträge aller Referenten zog, war die Empfehlung:

Marketing in eigener Sache will systematisch und mit einem eigenen Konzept geplant sein, konsequent umgesetzt und kontinuierlich verfolgt werden. Dazu gehört es, eine eigene Positionierungsstrategie zu entwickeln, diese in die entsprechenden (Teil-)Konzepte mit messbaren Zielen herunterzubrechen, die einzelnen Instrumente aufeinander und auf die eigene Positionierung abzustimmen – der rote Faden und das Profil sollen klar erkennbar sein. Dies ist die Basis für regelmäßige Online-Marketing-Aktivitäten im PR-Bereich, aber auch in den unterschiedlichen Social-Media-Kanälen.



Siegfried Haider, Michael Bernecker, Gerd Kulhavy v.l.n.r.

Online- oder Print-PR – was ist aus welchen Gründen zu bevorzugen? Dieser Frage ging **Monika Paitl** als PR-Expertin nach und gab die Empfehlung: Online-PR ist die Zukunft, denn die Zeitung von gestern landet heute im Altpapier. Ein Eintrag in den Online-Medien bleibt fast für die Ewigkeit.



Monika Paitl li. im Gespräch

Felix Beilharz hatte 21 konkrete Tipps zur Optimierung des eigenen Social-Media-Marketings bei Facebook, Twitter, Google+, Xing, YouTube zusammengestellt. Er empfahl, zum Einstieg sorgfältig die Zielgruppe und messbare Verbesserungsziele zu bestimmen wie bspw. mehr Verkehr auf der eigenen Homepage zu generieren. Für Aktivitäten in beiden Bereichen empfahlen Ute Flockenhaus und Monika Paitl auch eine Verknüpfung mit der eigenen Homepage.

Diese sollte sich jeder nach der Veranstaltung mit dem Fokus auf die Anzahl der Seiten (4 - 8 Unterseiten reichen) und der Verständlichkeit der Texte kritisch vornehmen, schlug **Giso Weyand** vor.



Giso Weyand

Er hatte viele praktische Tipps mitgebracht, die jeder sofort nach seinem Vortrag in die Praxis umsetzen konnte, um in Zukunft eine gute Inszenierung zu erreichen.

Entscheidende Voraussetzung für diese praktischen Aktivitäten ist eine erfolgreiche Positionierung und Spezialisierung. Aber: Dabei geht es heute nicht mehr um die Verbesserung der eigenen Fähigkeiten, sondern um deren Vermarktung – sei nicht besser, sei anders! Das kann nach Einschätzung von **Gerd Kulhavy** auf ganz verschiedenen Feldern gelingen: über ein Thema (Zeitmanagement), als Person (Lady Gaga), über die Branche (nur für Hotels), eine Methode (Outdoor), aber auch die Sprache (Trainings auf Chinesisch) oder die Zielgruppe (Best Ager).

Haben Sie schon ein System für Ihre Produkte? Stehen Ihre Trainings in einer aufeinander aufbauenden Reihenfolge, erzählen sie eine Geschichte oder haben sie einen roten Faden? Wird daraus eine Vorgehenskompetenz deutlich? Entsteht daraus die notwendige Konsequenz, nach der Teilnahme am 1. Seminar das 2. Seminar zu besuchen? Das Produktsystem ist nach Einschätzung von **Siegfried Haider** ein weiterer wichtiger Baustein bei der Entwicklung der eigenen Marke. Dabei kann auch ein eigenes Buch helfen – allerdings sollte man bereits vor dem Schreiben Experte für das Thema sein. Ob es gleich ein Bestseller werden muss, stellte **Ute Flockenhaus** vom



Ute Flockenhaus

GABAL Verlag in Frage und gab zu bedenken, dass auch ein Steady- oder Longseller ein gutes Ziel für ein Buch sein kann. Was sind Erfolgsfaktoren für ein erfolgreiches Buch: An erster Stelle stehen Emotionen –


Informationen ohne Emotionen kommen nicht an. Auch bei der Zusammenarbeit mit dem Kunden soll Begeisterung entstehen. Wenn es den Kunden Spaß macht, mit uns zu arbeiten, ist es viel leichter, ihn (wieder) für einen Auftrag zu gewinnen.



Felix Beilharz, Peter Sawtschenko

Final Keynote Speaker **Peter Sawtschenko** gelang es, nach so vielen Anregungen und Informationen trotzdem noch die ungeteilte Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.

Aus den eigenen Kernkompetenzen und Stärken ein zwingendes Alleinstellungsmerkmal zu entwickeln und es bedarfsorientiert auf eine Zielgruppe auszurichten – das ist eine Notwendigkeit, um sich selbst sehr gut zu positionieren. Unverschämte Ziele zu formulieren führt auf höhere Energiefelder und Innovationsplantagen. Solche Ziele sind: Die Kunden bezahlen die Werbung, Auftraggeber akquirieren die neuen Kunden; niemals hinter Kunden und Geld herlaufen! Die richtige Zielgruppe zu finden ist sehr schwierig, aber wenn das gelungen ist, Produkt und Nutzen dazu passen, dann werden die Kunden (fast) automatisch Schlange stehen. Und das ist doch genau das, was wir alle erreichen wollen!

Wer noch mehr wissen möchte: **Michael Bernecker** startete mit 10 Thesen in den Tag, vermaß das Themengebiet in alle entscheidenden Richtungen, die im Laufe des Tages vertieft wurden, und fasste diese anschließend in seinem Marketingblog zusammen, nachzulesen unter <http://www.dim-marketingblog.de/2013/03/10/marketing-fur-trainer/> 


Bettina Walker
bettina.walker@gabal.de

Herbst-Impulstag 2013 Trainings-Praxis: Bewegte Weiterbildung

Samstag, 26. Oktober 2013 in Mainz
„Bewegung“ im Zusammenhang mit Weiterbildung zeigt zahlreiche Facetten rund um Training, Beratung und Coaching.

Wie ist das mit immer wieder neuen Moden? Vielleicht in Wahrheit nur „alter Wein in neuen Schläuchen“? Was tragen moderne Formen wie „virtuelle Lernräume“ zur Entwicklung von Weiterbildung bei? Dann kommt zum Zweiten das Bewegtsein der Teilnehmenden an Maßnahmen ins Spiel, von der körperlichen Übung nach der Mittagspause bis hin zum Sprachenlernen beim Nordic Walking oder Langlauf. Wie ist das nun mit höherem Lernerfolg, wenn Denken und Handeln miteinander verknüpft werden? Welche Verbindungen lassen sich zwischen Sport-Training und bildendem Training herstellen, was können Weiterbildner vom Sport lernen? Was kann uns die Hirnforschung zum Wirken von Bewegung beim Lernen sagen? Kommt drittens auch noch der „Change“ dazu, die Veränderungen in jenen Menschen, die durch Lernen und Handeln weiterführenden Wandel erreichen möchten. Hierin liegt ja der Ausgangspunkt, die Motivation für den Einsatz von Weiterbildung ... Ergänzt ist das Programm durch konkrete Übungen und Ansätze, die Teilnehmende in kurzen, sehr bewegten Einheiten mitmachen und mitnehmen können. Dies sind die Themen, die wir uns vorstellen:

Keynote: Trends in der Weiterbildung mit André Jünger; **Hirnforschung:** Lernen in Bewegung, N.N.; **Sinne:** Dr. Ilona Hündgen: virtuelle Lernräume; Steffen Powoden: Gib 8 – Acht Grundprinzipien für sinnvolles Lernen; **Neue Formate, die bewegen:** 4-5 Kurz-Varianten wie etwa Pecha Kucha usw.; Trainieren nach Art 3.0; Gehirnjogging, Axel Rachow: Bewegte Spiele; Veronika Langguth: Mit der Stimme bewegen; Reflexionspausen. **Best Practice:** Qualitäts-Management setzt in Bewegung!

Sylvia Kéré Wellensiek „Kompass-Modell“;
Final Keynote: Tun! mit Cliff Opoku 

Wir freuen uns, wenn Sie dabei sind!



Weitere Infos erhalten
Sie mit diesem
QR-Code über Ihr
Smartphone oder auf
www.impulstage.gabal.de

Hanspeter Reiter | hanspeter.reiter@gabal.de

RG Oberbayern

Wieder ging ein spannendes Jahr zu Ende...
in der Regionalgruppe Oberbayern am 12.12.2012 in München und den Erfolgsrezepten der Spitzentrainer „Vom Trainer zur Marke“, präsentiert von Gerd Kulhavy von Speakers Excellence.



Kirsten Lamprechter, Gerd Kulhavy,
Christiane Wittig v.l.n.r.

„Ganz schön mutig, so kurz vor Weihnachten eine Veranstaltung zu planen“, meinte Gerd Kulhavy im Vorfeld. Aber auf die GABAListen und Freunde der Weiterbildung ist Verlass. So war der Raum bei anipado in München-Perlach gut gefüllt, als er nicht nur sein Unternehmen vorstellte, sondern auch den Charakter einer Marke verdeutlichte:

Kunden und Interessenten verbinden mit einer Marke Attribute wie Identität, Exklusivität und Vertrauen. Typische Beispiele sind Lothar Seiwert als Synonym für Zeitmanagement sowie Samy Molcho für Körpersprache.

Daher die klare Empfehlung: „Generieren Sie Ihre eigene Marke!“ Das heißt: Qualifizieren – Positionieren – Präsentieren. Gerd Kulhavy formulierte dazu fünf Schlüsselfaktoren.

1. Positionieren Sie sich als Experte

Besser spitz als breit aufstellen. Finden Sie Ihre Nische oder erfinden Sie eine Unterkategorie.

2. Performance & Präsentation

Achten Sie auf Ihr Erscheinungsbild, Stimme, Rhetorik und Körpersprache. Schreiben Sie Entertainment groß und kreieren Sie eine professionelle Präsentation. Denn heutzutage erwarten die Zuhörer von guten Trainern nicht nur den Transfer von Faktenwissen, sondern auch ein gutes Entertainment.

3. Sales & Marketing

Erfinden Sie Ihren eigenen Slogan und entwickeln Sie Ihr persönliches Logo. Nutzen Sie die Kraft der Farben.


4. Medien & Produktgestaltung

Nutzen Sie die modernen Medien, z.B. Podcast, Life-DVD, oder schreiben Sie IHR Buch. Oder agieren Sie als Co-Autor z.B. bei der GABAL Reihe.

5. Öffentlichkeitsarbeit

Hier gilt immer noch der Spruch: Tue Gutes und rede darüber. Betreiben Sie Eigenwerbung. Weisen Sie auf Auszeichnungen hin. Präsentieren Sie sich mit Vorträgen auf Messen und Kongressen. Denn Bühne bringt Bühne. Sagen Sie Ihre Meinung, z.B. mit Artikeln und Leserbriefen. Oder kreieren Sie Artikel für Zusatzgeschäfte.

Nicht alle Tipps waren neu, aber vieles wurde wieder ins Gedächtnis gerufen. Am Ende der Veranstaltung gingen die Teilnehmer mit einer Fülle kreativer Ideen und guter Vorsätze nach Hause. Nun kann das neue Jahr kommen.

In diesem Sinne wünscht das Regionalteam Oberbayern allen GABAListen viel Erfolg bei der Umsetzung. 


Kirsten Lamprechter, Dr. Angelika Kühlewein
& Christiane Wittig
rg-oberbayern@gabal.de

RG Rhein-Ruhr

... ging mit Angelika Höcker auf „Heldenreise“

Nach einem ausgiebigen Brunch am Sonntagmittag, dessen Vielfalt und Geschmack die Teilnehmenden lobten, starteten wir mit Angelika Höcker aus Köln die „Heldenreise“. Sie erläuterte uns anschaulich die verschie-




denen Stationen und machte damit den Kreislauf, der in allen Kulturen bekannt ist, erfahrbar. Im kleinen Kreis hatten wir zwischendurch Gelegenheit, uns über die individuelle Umsetzung und die gemachten Erfahrungen anhand von Fragen auszutauschen. Beim Brunch, im Workshop und in der Zeit danach bot sich immer wieder die Möglichkeit zu netzwerken. Darüber hinaus war vor allem der Veranstaltungsort – das Unperfekthaus in Essen – eine zusätzliche Attraktion, die von den Teilnehmenden mit Begeisterung entdeckt wurde. 

Guhrun Böker & Bettina Walker
rg-rhein-ruhr@gabal.de

RG Nord

„Noch mal: weils sich lohnt!“

Die Regionalgruppe Nord trifft sich zum **Stammtisch am Mittwoch den 15.05.13** um 19.30 im Café Mathilde, Bogenstr. 5, 20144 Hamburg. Erneut ist unser Thema: „Unterwegs in den sozialen Medien“. Wir freuen uns auf einen Erfahrungsaustausch mit allen Interessierten. 

Anmeldungen an
Wolf-Peter Szepansky
info@szepansky.de

Impulstage 2013 aktuell auf:
www.impulstage.gabal.de

Adressenliste

GABAL Vorstand/Fachbereiche

Sprecher des Vorstands

Hanspeter Reiter
Corkstr. 16a, D-51103 Köln
Fon 0172 - 8908260
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 02 21 - 99 55 5-100, Fax -10 77
michael.bernecker@gabal.de

► **Hochschule, Marketing**

André Jünger
GABAL Verlag
Schumannstraße 155, D-63069 Offenbach
Fon 0 69 - 83 00 66-43, Fax -33
andre.juenger@gabal.de

► **Koordination GABAL Verlag**

Willi Kreh
Dieselstr. 12, D-61191 Rosbach v. d. Höhe
Fon 0 60 03 - 9 142-0, Fax -22
willi.kreh@gabal.de

► **Finanzen/Strategie**

Bettina Walker
Listerstr. 4, D-45147 Essen
Fon 02 01 - 72 65 8-84, Fax -86
bettina.walker@gabal.de

► **Qualität**

Ehrenvorsitzender

Prof. Dr. Hardy Wagner
Richthofenstr. 12, D-76831 Billigheim
Fon 0 63 49 - 99 64 55, Fax - 99 64 56
hardy.wagner@gabal.de

► **STUFEN zum Erfolg**

GABAL Regionalgruppen

RG Allgäu (Ansprechpartner)

Dr. Roland Vees
Fon 0 83 20 - 9 25 99 00
rg-allgaeu@gabal.de

RG Berlin-Brandenburg

Anfragen bitte an info@gabal.de

RG Franken (Ansprechpartnerin)

Helga Scholz
Fon 0 91 90 - 99 73 25
rg-franken@gabal.de

RG Hannover

Wolfgang Neumann,
Ute Roehl
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 0 89 - 6 01 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 06 11 - 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 0 80 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 0 34 43 - 39 35-0
rg-mitteldeutschland@gabal.de

RG Stuttgart/Mittl. Neckar

Monika Heilmann
Fon 07 11 - 7 54 34 34, Fax - 44 0 94 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, JUMEB
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 061 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:

Rechtsanwalt Zimmermann: Trainerrecht

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:

15.05.2013

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.



Das Seminarpaket stellt die wesentlichen Führungsaufgaben im Managementprozess vor und beleuchtet die Kriterien erfolgreichen Führungsverhaltens. Zielsetzung, Delegation, Motivation, Kontrolle sowie unterschiedliche Formen des Führens sind Bestandteile dieses Seminarpakets. Zahlreiche Übungen, Checklisten und Arbeitsmaterialien vermitteln den Teilnehmerinnen und Teilnehmern praxisnah zentrale Aspekte des Führungsprozesses.

Dieses Seminarpaket vermittelt den Teilnehmenden die Bedeutung von Projekten als wichtige Organisationsform und die Grundlagen des Projektmanagements. Anhand vieler Übungen lernen sie, wie Projekte erfolgreich gestartet, gesteuert und in die Praxis umgesetzt werden.

Jede CD-ROM mit 2-Tages-Seminaren in 4 Themenmodulen, jeweils mit Trainerleitfaden, Präsentationsfolien, Übungen, Checklisten, Formularen, Vorlagen, 30-Minuten-Bausteinen, Mikro-Trainings, PC-Lernquiz.

Je Titel € 99,00 (Einführungspreis – Normalpreis € 139,00) + Versandkosten

Konzeptbeschreibung 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