

**GABAL**  
Wissen vernetzen

# impulse

2/2020

**SO GELINGT DIE  
ENTWICKLUNG ZUM  
EVOLUTIONÄREN  
UNTERNEHMEN**

**KONTAKTE –  
DIE WÄHRUNG  
DER ZUKUNFT**

**POST-CORONA –  
MENSCH, WIE WOLLEN  
WIR LEBEN?**

**Impulstag  
2020**



Liebes GABAL Mitglied,

sind Sie gut erholt aus der Sommerpause zurück und startklar für den Herbst? Für die meisten von uns sah der diesjährige Sommerurlaub vermutlich etwas anders aus als geplant. Entscheidend aber finde ich, dass wir einfach mal aus dem Alltagstrott rauskommen, die Seele baumeln lassen und Energie tanken. Das funktioniert nicht ausschließlich im nahen oder fernen Ausland, sondern eben auch hier in Deutschland. Je früher wir uns mit den derzeitigen Rahmenbedingungen arrangieren, desto besser. Sie werden vermutlich noch weit bis in das nächste Jahr unseren Alltag bestimmen.

Aus diesem Grund und vor dem Hintergrund der guten Resonanz auf unser 1. GABAL Online BarCamp im Mai (den Bericht lesen Sie [hier](#)), haben wir im Vorstand auch entschieden, den nächsten GABAL Impulstag „Digital positionieren – so geht es!“ am 24. Oktober als Online-Veranstaltung vorzubereiten. Konzept, Referent\*innen und Themen sind unverändert, aber wir haben den Preis nach unten angepasst. Dies nicht zuletzt wegen interessanter **Befragungsergebnisse** von GABAL Mitglied Felix Beilharz zur Zahlungsbereitschaft für [Online- und Offline-Konferenzen](#).

Die Umfrage stützt unsere Beobachtung, dass das Netzwerken ein wichtiger Grund für den Besuch einer Veranstaltung ist. Das gelingt online bei Veranstaltungen bisher nur bedingt und noch nicht wirklich überzeugend. Aber ich bin mir sicher, hier wird es in der nächsten Zeit bestimmt neue Softwareprodukte oder Plattformanbieter zum Netzwerken auf Veranstaltungen geben. Falls Sie hier in letzter Zeit etwas Neues kennengelernt haben, lassen Sie es mich gern wissen.

Bis es überzeugende Lösungen gibt, sammeln wir schon mal Ideen, wie wir bewährte Methoden zum Netzwerken in Präsenz auch online einsetzen können. (Lesen Sie dazu auch einen Beitrag von Petra Polk auf [Seite 9](#).) Für den Impulstag haben wir einige spannende Add-ons geplant. Lassen Sie sich überraschen. Entscheidende Voraussetzung ist natürlich, dass Sie zum GABAL Impulstag angemeldet sind ([jetzt anmelden](#)).

Wie bereits berichtet, trägt unsere Strategiedebatte langsam, aber sicher Früchte – wir entwickeln uns als e.V. schon immer eher evolutionär als revolutionär (und stimmen darin ganz überzeugt mit GABAL Mitglied Anke Nienkerke-Springer überein, siehe [Seite 6](#)). Mein Vorstandskollege Kai Bühler konnte für seine Special Interest Group „Onlinekurse erstellen“ gleich zwei Gruppen bilden, so groß war das Interesse. Details lesen Sie dazu auf der nächsten Seite. Die Special Interest Group „Online-Plattformen“ trifft sich regelmäßig alle 14 Tage montagsabends. Weitere Details [hier](#). Die konsequent systemische kollegiale Beratung ist mittlerweile in der praktischen Erprobungsphase in einigen Regionalgruppen und ich gehe davon aus, dass wir den GABAL Mitgliedern im 4. Quartal ein konkretes Angebot machen können.

Bis dahin wünsche ich Ihnen eine angenehme Spätsommerzeit.

Herzliche Grüße

Bettina Walker,  
Vorstandssprecherin GABAL e.V.  
[bettina.walker@gabal.de](mailto:bettina.walker@gabal.de)

## INHALT

Editorial	2
<b>Aktuelles</b>	
GABAL Special Interest Groups	3
Verleger Helmut Jünger 90 Jahre alt geworden	4
Erfolgreiches Mentoring bei GABAL	5
<b>Praxis/Tools</b>	
So gelingt die Entwicklung zum evolutionären Unternehmen	6
Kontakte, die Währung der Zukunft	9
Post-Corona – Mensch, wie wollen wir leben?	12
<b>Aktivitäten</b>	
Der GABAL Impulstag, jetzt online	17
GABAL auf dem Weg zu neuen Ufern	18
Veranstaltungen	20
<b>Regionalgruppen</b>	
RG Hannover	23
RG Rhein-Main	24
RG Rosenheim	26
<b>Literatur</b>	
Rezensionen	28
Adressenliste	29
Impressum	29

# GABAL Special Interest Groups: Onlinekurse erstellen



Lösen Sie Ihre individuellen Probleme durch regelmäßigen Erfahrungsaustausch mit anderen GABAL Mitgliedern

Seit Mai sind mehrere GABAL SIGs aktiv: Online Plattformen, Strategie (geschlossene Gruppe) und Onlinekurse erstellen (2 Gruppen mit je 6 Teilnehmer\*innen).

### So sind die SIGs aufgebaut

Die Treffen sind regelmäßig, Dauer 90 Minuten, derzeit nur online. Die Anzahl der Teilnehmenden ist variabel. Jeder Teilnehmende hat ein konkretes Projekt zum SIG-Themen-schwerpunkt, das in maximal 10 Minuten besprochen wird:

- Wo stehe ich in meinem Projekt?
- Was sind die Ziele bis zum nächsten Termin?
- Wo benötige ich Feedback oder Unterstützung? Wer hat einen Tipp für mich?

Die verbleibenden 30 Minuten können rund um das Schwerpunktthema genutzt werden:

- Wem sind in den letzten zwei Wochen neue Tools, Trends oder Artikel aufgefallen?
- Gibt es neue Freebies oder gute neue Kurse, zu denen jemand aus persönlicher Erfahrung etwas erzählen kann?
- Smalltalk der Gruppe, um sich gegenseitig besser kennenzulernen und noch besser unterstützen zu können.

### Ziele

- Sich gegenseitig motivieren, um „dranzubleiben“.
- Durch gegenseitiges Feedback (bzw. Perspektivwechsel) zu schnelleren Lösungen kommen.
- Von Erfahrungen der anderen Gruppenmitglieder profitieren.

### Teilnahme

Eine GABAL Mitgliedschaft ist Voraussetzung. Die Anwesenheit bei den Terminen wird erwartet. Denn nur durch die Teilnahme aller Gruppenmitglieder kann der dynamische Prozess in Schwung kommen, den wir erwarten und der die Gruppe voranbringen wird.

Da teilweise sensible Daten besprochen werden, vereinbaren alle Teilnehmenden Verschwiegenheit nach außen.

Interesse, aktiv dabei zu sein? Wir sammeln für eine neue SIG 2021.

Jetzt mitmachen! 

**Kai Bühler**  
kai.buehler@gabal.de



Helmut Jünger, Bettina Schmidt, André Jünger (v.l.n.r.)

# Verleger Helmut Jünger am 28. Juli 2020 90 Jahre alt geworden

**Helmut Jünger wuchs in Frankfurt am Main auf, lernte Verlagskaufmann, besuchte die Buchhändlerschule und studierte abends an der Akademie für Welthandel. Er arbeitete zunächst im Marketing bei Nestlé.**

Schon während seines Studiums entwickelte er zusammen mit seinem Bruder ein Verlagsprogramm für audiovisuelle Medien, damals Dias und Tonbänder. 1950 gründeten die Brüder den heutigen Jünger Medien Verlag, der damit in diesem Jahr sein 70-jähriges Bestehen feiert.

Aus dem Hobby heraus entstand ein umfassendes Lehrmittelprogramm für Schule, Kindergarten und Kirchenarbeit. Das umfassende Angebot an Overheadfolien wurde ab Mitte der 60er-Jahre in der eigenen Offsetdruckerei hergestellt. Schnell wandelte sich die Druckerei zu einer der Marktführer im UV-Offset in Deutschland.

Ab den 80er-Jahren wurde das Verlagsprogramm durch den Kauf mehrerer Buchverlage und weiterer Druckereien erweitert. Bücher und Medien für die berufliche und betriebliche Weiterbildung ergänzten nun das Programm. 1973 wurde das neue Verlagsgebäude mit eigener Auslieferung und Druckerei in Offenbach bezogen. Offenbach bei Frankfurt ist bis heute Verlagssitz.

Von 1979 bis 1989 war Helmut Jünger Präsident des Didacta Verbands, Mitveranstalter der weltgrößten Bildungsmesse. Er engagierte sich in Weiterbildungsausschüssen der Wirtschaft, der IHK Offenbach und als Handelsrichter am Darmstädter Landgericht. Seit vielen Jahrzehnten ist er Mitglied im Rotary Club.

1989 war Helmut Jünger Mitbegründer der heutigen Zeitschrift Wirtschaft + Weiterbildung, damals das erste Magazin für Führungskräfte und Personalentwicklung in Deutschland.

1995 kaufte er den **GABAL Verlag**, heute einer der führenden Praxisverlage unter den Wirtschaftsbuchverlagen. Zusammen mit dem Jünger Medien Verlag und der eigenen Offsetdruckerei bei Magdeburg bildet GABAL das Kerngeschäft der familiengeführten Jünger Mediengruppe, die bereits seit vielen Jahren von seinem Sohn André geleitet wird.

Helmut Jünger ist durch und durch Unternehmer. Auch wenn er und seine Frau immer noch viel auf Reisen sind, so ist er mindestens dreimal in der Woche in seinem Büro in den Verlagsräumen, wo er seiner Funktion als Geschäftsführer eines geschlossenen Immobilienfonds nachgeht und die Aktivitäten in den Verlagen und der Druckerei aktiv verfolgt.

[helmut.juenger@juenger.de](mailto:helmut.juenger@juenger.de) | [www.juenger.de](http://www.juenger.de)

# Wie erfolgreiches Mentoring bei GABAL aussieht!

Sie möchten gerne Ihre Fragen und Ideen für Ihr Business auf Augenhöhe mit einer erfahreneren Kollegin oder einem erfahreneren Kollegen aus dem GABAL Netzwerk besprechen? Oder Sie benötigen Unterstützung im persönlichen Umfeld? Dann ist das Mentoring-Programm genau das Richtige für Sie! Schauen oder hören Sie selbst, wie das Mentoring auf unsere Mentees gewirkt hat. Dazu aktuell der [Podcast](#) von GABAL Mitglied Dagmar D'Alessio oder das [Video](#) von Sarah T-P. Andiel.

Anmeldeschluss für die nächste Runde ist der 30. September 2020. Auf unserer [Homepage](#) können Sie die Bewerbungsunterlagen herunterladen und anschließend an [mentoring@gabal.de](mailto:mentoring@gabal.de) senden.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungen! 🎧

Ihr Mentoring-Team



**Christel Freyer und Nicole Dittombée**  
[mentoring@gabal.de](mailto:mentoring@gabal.de)

# So gelingt die Entwicklung zum evolutionären Unternehmen

Unternehmen, die sich nicht permanent neu erfinden, gehen unter. So lautet das Credo in Managementkreisen. Aber ist das auch richtig? Wichtiger ist, sich ständig neu auszurichten und anzupassen. Darum geht es bei der evolutionären Entwicklung.

Unternehmerische Verantwortungsträger stehen in schwierigen Zeiten ständig vor richtungsweisenden Entscheidungen, um ihr Unternehmen am Markt zu halten. Die disruptive Revolution, bei der das Unterste zuoberst gekehrt und das, was gut läuft, über Bord geworfen wird, ist selten die angemessene Lösung, weil Unsicherheit und Instabilität die Folge sind. Warum also das Vorhandene nicht als Starttrampe für die evolutionäre Entwicklung nutzen?

## Mutige Anpassungsaktivitäten statt revolutionärer Umsturz

Zunächst einmal: Verankern Sie die Entwicklung zum evolutionären Unternehmen in Ihren Unternehmensprinzipien: „Unsere Veränderungs- und Anpassungsprozesse – bis hin zum Kulturwandel – erfolgen auf der Grundlage unserer Stärken“. So könnte eine mögliche Formulierung lauten. So gelingt es, sich auf das erfolgreiche operative Kerngeschäft (Ihre Stärke) zu fokussieren und zugleich zukunftsorientierte Innovationen durch Anpassung und Change anzustoßen. Sie überprüfen die Abläufe und Prozesse, ohne sie jedoch prinzipiell von vornherein infrage zu stellen. Das heißt: Sie vertrauen (auch) dem bisher Geleisteten.

## Lebensaufgabe, Vision und Mission definieren

Danach gehen Sie in die Reflexion – das analytische Innehalten ist gefragt: „Was ist unser Ziel? Welche Gründe gibt es, dass Kunden, Mitarbeiter und Stakeholder froh sein können, dass es uns gibt? In welche Richtung wollen wir uns weiterentwickeln?“ Sie als Verantwortungsträger sollten im Team und unter Beteiligung möglichst vieler Vertreter Ihrer unterschiedlichen Unternehmensbereiche den fundamentalen Zweck klären, der mit dem unternehmerischen Tun verfolgt wird.

Klar ist: Dabei dürfen Sie die ökonomischen Zielsetzungen nicht aus den Augen verlieren. Denn ohne wirtschaftlichen Erfolg wird Ihr Unternehmen nicht lange am Markt überleben können. Als verantwortungsvoller Unternehmer oder als verantwortungsvolle Führungskraft, die die unternehmerische Zukunft nachhaltig gestalten will, sollten Sie jedoch auch prüfen, welche Beiträge das Unternehmen leisten kann, um – pathetisch gesprochen – aus der Welt einen besseren Ort zu machen. Halten Sie dazu die Lebensaufgabe, die Vision und Mission, die Sie mit dem Unternehmen verfolgen wollen, in einer Kernbotschaft fest. Dazu ein Beispiel:

„Als überregionaler Marktführer im ... Bereich bieten wir unseren Kunden den Mehr-Wert ... Wir begeistern die Kunden durch Freundlichkeit und Fachkompetenz im professionell geführten Kundengespräch. Unser Ziel ist, dass unsere Mitarbeiter aus Überzeugung und mit Spaß und Freude für uns arbeiten. Wir tragen überdies gesellschaftliche Verantwortung und verfolgen daher zudem das Ziel ...“

## Wertegerüst und einen Wertekanon erarbeiten

Ein evolutionäres Unternehmen weist bestimmte Merkmale auf: Neben der Nachhaltigkeit sind dies Sinnstiftung, Fairness, Potenzialentfaltung und Transparenz. In Abbildung 1 sind diese Merkmale zusammengefasst.

Konsumenten und Kunden erwarten von einem Unternehmen immer öfter ein nachhaltiges Denken und Handeln. Firmen, die allein auf den Profit abzielen, stoßen zunehmend auf Ablehnung. Evolutionäre Unternehmen begegnen dieser Herausforderung, indem sie ein Wertegerüst und einen Wertekanon erarbeiten, an denen sie trotz aller Umbrüche, Veränderungen und Anpassungsprozesse konsequent festhalten.

Dazu wieder ein konkretes Beispiel: Wenn es zu den unternehmerischen Werten gehört, im Umgang mit Kunden und Mitarbeitern eine Kultur des gegenseitigen Vertrauens und der Wertschätzung aufzubauen, wird diese Kultur auch in stürmischen Zeiten beibehalten.

## Mitarbeiter wertschätzen

Die stabile Weiterentwicklung des Unternehmens ist vor allem dann möglich, wenn sich die Mitarbeiter mit den Produkten und Dienstleistungen, den Führungskräften und dem Unternehmen insgesamt identifizieren können und gern für das Unternehmen arbeiten. Dazu sollten Sie Ihren Beitrag leisten, indem Sie Leistung bemerken, anerkennen und wertschätzen. Denn Menschen arbeiten meistens dort mit Begeisterung, wo sie und ihre Arbeit wertgeschätzt werden.

Weitere Voraussetzung ist ein positives Betriebs- und Arbeitsklima. Die Unternehmenskultur, die Unternehmensleitsätze und die Aktivitäten aller Führungskräfte sollten zum Ziel haben, dass nicht die Prozesse, sondern die Mitarbeiter in ihrer Einzigartigkeit und Individualität im Fokus stehen.

Wenn Sie Ihre Kernbotschaft nachhaltig verwirklichen und sich zum evolutionären Unternehmen entwickeln wollen, brauchen Sie die Unterstützung durch evolutionär denkende Führungskräfte und Mitarbeiter. Hilfreich ist es, wenn diese sich mit dem Wertegerüst des Unternehmens identifizieren und sich fragen, was sie selbst tun können, um die notwendigen Anpassungsprozesse so vorzunehmen, dass alle Beteiligten motiviert sind, sie aktiv mitzutragen. Ihre Aufgabe ist es, Rahmenbedingungen zu schaffen, in denen dies möglich ist. Womit wir wieder beim Betriebs- und Arbeitsklima wären – und Ihrem Führungsstil, mit dem Sie verdeutlichen sollten, wie wichtig Ihnen die Potenzialentfaltung jedes einzelnen Mitarbeiters ist.



Abb. 1: Die fünf Merkmale evolutionärer Unternehmen mit verantwortungsvoller Lebensaufgabe

## Das evolutionäre Prinzip des lebenslangen Lernens

Zentraler Gedanke ist: Intensive Lernprozesse sind eine Grundvoraussetzung für evolutionären Fortschritt. Die Entscheider tragen Sorge dafür, dass das Unternehmen, die Führungskräfte und die Mitarbeiter ständig dazulernen können. Letztendlich bedeutet dies, dass Sie den Menschen Möglichkeiten eröffnen, sich regelmäßig weiterzubilden und kontinuierlich zu lernen. In evolutionären Unternehmen gehören Ausbildung, Fortbildung und Weiterbildung zu den existenziellen Rechten, aber auch Pflichten, die den Menschen zugleich eingeräumt und abverlangt werden. Im Fokus stehen nicht allein die Fachkompetenzen, sondern überdies die methodischen, sozialen, emotionalen und kommunikativen Kompetenzen. Ziel sind Potenzialentfaltung und Persönlichkeitsentwicklung – der ganze Mensch soll sich weiterentwickeln können.

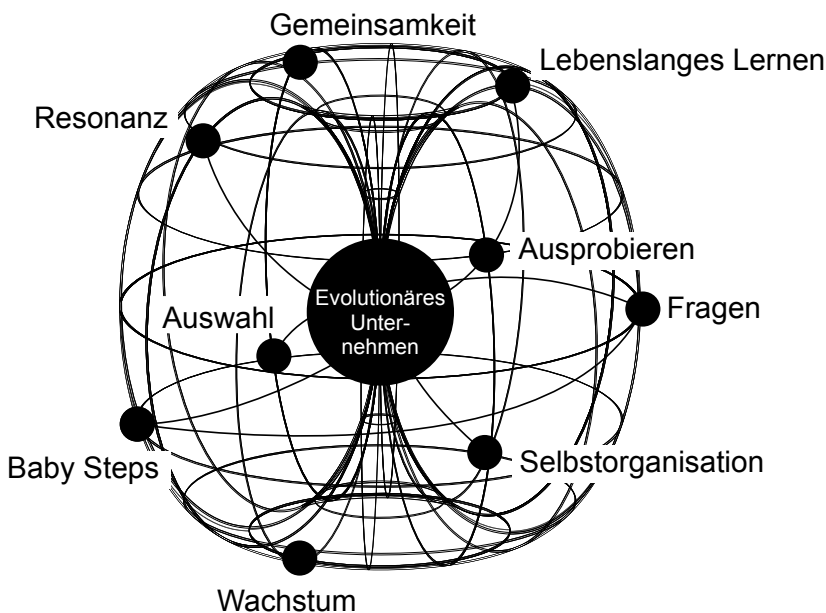



Abb. 2: Das evolutionäre Unternehmen und seine Prinzipien

In einer evolutionären Lernkultur werden neue Fragen gestellt, alternative Antworten gefunden und Neues ausprobiert, selbst wenn der Erfolg nicht zu 100 Prozent gewährleistet ist.

## Ständige Anpassung notwendig

Evolutionäre Veränderung bedeutet Anpassung auf der Grundlage des Bewährten. Das Vorhandene hat seine eigene Würde, Kraft und Energie, das nicht umgestoßen werden, sondern als Ausgangspunkt für kontinuierliche Weiterentwicklung dienen sollte. Dabei gilt: Evolution ist ein nie abgeschlossener Prozess. Darum sollten Sie immer wieder überprüfen: Wie lässt sich das Bewährte fortführen? Ist eine Anpassung der Kernbotschaft erforderlich? Finden die Aspekte des evolutionären Unternehmens und die evolutionären Prinzipien Berücksichtigung? Wie sieht es mit der Weiterentwicklung der Mitarbeiter aus? Die Beschäftigung mit diesen Fragen garantiert die ständige Neuausrichtung, und damit das Überleben und die verantwortungsvolle Zukunftsgestaltung des Unternehmens.

## Fazit

„Warum machen wir das, was wir tun?“. Die Warum-Frage ist der Treibstoff, der die evolutionären Anpassungsprozesse auf der Basis des Bewährten vorantreibt. Die Verantwortungsträger in evolutionären Firmen nehmen das große Ganze in den Blick und fragen stets nach den Konsequenzen ihrer Entscheidungen – für die Mitarbeiter, das Team, das Unternehmen, die Stakeholder und die Gesellschaft. 



**Dr. Anke Nienkerke-Springer**  
[www.nienkerke-springer.de](http://www.nienkerke-springer.de)



# Kontakte, die Währung der Zukunft

Was auch immer passiert, Ihr Netzwerk bleibt Ihnen treu. Es feiert mit Ihnen Ihre Erfolge und trägt Sie durch jede Krise. Gerade in den letzten Wochen und Monaten konnten wir alle erfahren, wie wertvoll es ist, in Krisen gut vernetzt zu sein. Erfahren Sie in diesem Beitrag, dass jeder der geborene Netzwerker ist, warum jede Person Ihr Empfehlungsgeber sein kann und wie Sie noch mehr Leichtigkeit in Ihre Aktivitäten bringen.

## Was ist Networking überhaupt?

Netzwerke knüpfen heißt Menschen kennenlernen, eine Beziehung aufbauen und so das Vertrauen Ihrer Kontakte gewinnen. Die Grundlage für den Beziehungsaufbau ist Kommunikation. Diese kann sowohl persönlich als auch virtuell stattfinden. Ich selbst bin ein Fan der Kombination aus persönlicher und virtueller Kommunikation. Auch mit virtueller Kommunikation ist es möglich, Vertrauen aufzubauen, doch persönlich ist eben immer noch persönlicher. Ich lade Sie ein, Ihre virtuellen Kontakte zu persönlichen zu machen, denn so können Sie Ihre Beziehung ausbauen, und Ihre persönlichen Kontakte zu virtuellen, denn so können Sie wunderbar in Kontakt bleiben und sind immer über den aktuellen Status Ihrer Kontakte informiert.



## Geben Sie großzügig

Wenn Sie ein Glas mit Wasser füllen, können Sie genauso viel Wasser trinken, wie Sie reingegeben haben. So ist es auch beim Netzwerken. Sprechen Sie großzügig Empfehlungen aus. Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Empfehlungen ohne Erwartung geben, denn Sie können sicher sein, sie kommen zurück, jedoch nicht geradlinig, sondern auf Wegen, die Sie nicht vermuten.

Das Prinzip der Vernetzung ist: Alle Menschen sind über sechs Kontakte miteinander verbunden. Ihr Netzwerk ist ein Netz mit vielen Knotenpunkten, und Sie wissen nicht, wer wen kennt. Aus dem Grund lebe ich seit vielen Jahren die wertungsfreie Vernetzung. Was heißt das? Vernetzen Sie sich mit allen Menschen, die Ihnen sympathisch sind, mit denen es Gemeinsamkeiten gibt und bei denen Sie von Anfang an eine Beziehung spüren, denn jede Person kann Ihr Empfehlungsgeber sein.

## Jagen Sie nicht Ihrer Zielgruppe hinterher

Schaffen Sie sich ein Netzwerk, wo Sie zur gefragten Persönlichkeit werden, sodass die Menschen sich gern mit Ihnen verbinden, da sie wissen: Sie sind gut vernetzt. Ihr Netzwerk ist eine sehr starke Währung, denn Sie können Ihren Kontakten damit sehr viel Mehrwert bieten.



Immer wieder höre ich: „Da treffe ich nicht meine Zielgruppe.“ In der Schule, beim Deutschaufsatz, hätte der Lehrer gesagt: „Thema verfehlt.“ Netzwerkarbeit ist nicht, Ihrer Zielgruppe nachzulaufen, sondern sich einen „Topf“ voller wertvoller Kontakte zu schaffen, die Sie schätzen und weiterempfehlen. Sie müssen nicht Ihre Zielgruppe treffen, sondern Sie müssen Menschen treffen, die von Ihnen begeistert sind, bei denen Sie es schaffen, einen Anker zu setzen, damit Sie aktiv empfohlen werden. Was jedoch nur funktioniert, wenn Sie ebenso mit Freude Empfehlungen aussprechen.

## Vielfalt in Ihrem Netzwerk

Ihr Netzwerk benötigt mehr als zukünftige Kunden. Ich lade Sie ein, sich jetzt mal Ihr schon bestehendes Netzwerk bewusst zu machen. Machen Sie sich wirklich die Mühe, Ihre 50 wichtigsten Kontakte zu notieren. Wie finden Sie das heraus? Ihre wichtigsten Kontakte sind Ihre Empfehlungsgeber, denn einmal Empfehlungsgeber, immer wieder Empfehlungsgeber. Jetzt können Sie auch ganz gezielt Ihr Netzwerk erweitern.

### Zu Ihrem Netzwerk sollten auf jeden Fall auch gehören:

.....

Interessenten für Ihr Business • Multiplikatoren – Kontakte mit gleicher Zielgruppe • Kooperationspartner für gemeinsame Projekte • Empfehlungsgeber • Presse- und Medienkontakte • Veranstalter von Events • Kollegen aus der Branche • Freunde und Fans • Institutionen – z.B. IHK, Handwerkskammer • Vereine, Organisationen • Businessnetzwerke • Branchennetzwerke • Mentoren, Berater • Verlagskontakte • Redakteure der Presse • Medienpartner • Charity Veranstalter • Geschäftspartner • Dienstleister • Lieferanten • Messeveranstalter.

## Wo können Sie online oder offline Kontakte knüpfen?

Grundsätzlich immer und überall. Ich bin ein Fan davon, Online- und Offline-Aktivitäten zu kombinieren. Wählen Sie Möglichkeiten, die zu Ihnen passen, denn nur so wird es Ihnen Freude bereiten und die nötige Leichtigkeit bringen.

### Ich zähle Ihnen Möglichkeiten auf, bei denen Sie prüfen können, ob Sie noch neue Chancen entdecken:

.....

Messen, Kongresse • Events aller Art • Seminare, Workshops • Tage der offenen Tür • Geschäftseröffnungen • Vernissagen, Ausstellungen • Wanderungen, Retreats • Im Urlaub • Im Supermarkt • Im Café, Restaurant • Beim Konzert • In der Rehaklinik • In öffentlichen Verkehrsmitteln • Netzwerkevents • In allen Social-Media-Kanälen • Bei Webinaren • Bei Online-Kongressen • Bei der Familienfeier • Und wie gesagt, bei allen anderen Gelegenheiten ...

## Netzwerken ist eine Lebensphilosophie

Integrieren Sie Ihre Netzwerkaktivitäten in Ihren privaten und beruflichen Alltag, denn nur so werden sie für Sie Früchte tragen. Networking müssen Sie leben. Gerade letzte Woche hat eine Netzwerkerin, die ich zu einem Event einladen wollte, gesagt: „Ich bin gerade in einer Weiterbildung, aus dem Grund möchte ich aktuell keine Zeit in Networking investieren.“ Ganz ehrlich: So läuft das nicht. Für Networking gibt es kein Ende und auch keine Auszeit von Monaten; erweitern und pflegen Sie Ihr Netzwerk kontinuierlich. Die Früchte, die Sie in zwölf Monaten ernten möchten, müssen Sie jetzt säen – was nützt Ihnen viel Wissen ohne Kontakte, ohne Empfehlungen?

**Wussten Sie, dass Ihr Netzwerk zu mehr als 50 Prozent Ihren Erfolg bestimmt, aber Ihr Wissen nur zu 7 Prozent? Wenn Ihnen das bewusst ist, werden Sie Ihren Netzwerkaktivitäten eine andere Priorität geben. Jetzt fragen Sie sich: Was ist mit den anderen Prozenten? Das erzähle ich Ihnen jetzt.**

### Ihre Persönlichkeit zählt

Menschen empfehlen Menschen, und dabei zählt ihre Persönlichkeit. Aus dem Grund ist es sehr wichtig, dass Sie sich Klarheit schaffen: Was macht Sie einzigartig? Das erzählen Sie dann Ihrem Netzwerk. Denn nur Sie machen den Unterschied. Es gibt viele Kollegen, die ihr Business genauso großartig beherrschen wie Sie. Es geht also auch um Ihre Person: Bleiben Sie, wie Sie sind. Werden Sie mit allen Stärken und Schwächen zur Marke mit Ecken und Kanten. Denn genau das macht den Unterschied.

Zum Abschluss möchte ich Ihnen noch die mir meistgestellten Fragen und meine Antworten darauf mit auf den Weg geben:

#### 1. Wie komme ich ins Gespräch?

Immer wieder erlebe ich, dass der Small Talk für viele eine große Herausforderung ist. Machen Sie es sich nicht so schwer. Es kann ganz einfach sein. Small-Talk-Themen müssen zur Situation, zu Ihnen und zu Ihrem Gesprächspartner passen. Wenn es möglich ist, informieren Sie sich vorab über Ihre Gesprächspartner, alternativ finden Sie in der Situation einen Anknüpfungspunkt oder Gemeinsamkeiten. Small Talk ist eine leichte Unterhaltung zum Aufbau der Beziehungsebene.

#### 2. Was ist der optimale Elevator Pitch?

Ein guter Pitch benötigt einen Opener, der Aufmerksamkeit schafft und einen Ausstieg, der in Erinnerung bleibt. Ihren Namen nennen Sie auf jeden Fall zum Schluss und auch gern zusätzlich nach dem Opener. Metaphern, bildhafte Sprache und Storytelling werden Ihrem Pitch die nötige Würze verleihen und bei Ihren Zuhörern Begehrlichkeit wecken. Auf jeden Fall sollte er anders als andere sein. Legen Sie sich unterschiedliche Längen bereit. Von 10 Sekunden bis 3 Minuten sollte alles dabei sein.

#### 3. Was sind die 3 wichtigsten Dos?

- Sprich großzügig Empfehlungen aus.
- Zeige online und offline Präsenz.
- Trau dich, nach Empfehlungen zu fragen.

#### 4. Was sind die 3 Don'ts?

- Den Small Talk überspringen.
- Deine Gesprächspartner nicht zu Wort kommen lassen.
- Akquise und Networking verwechseln.

#### 5. Können Introvertierte auch netzwerken?

Ja, sogar besonders gut, wenn sie den ersten Schritt machen. Sie können sehr gut zuhören, und somit sind Introvertierte auch geniale Empfehlungsgeber. Wenn du introvertiert bist, suche dir kleinere Events und nutze individuelle Gespräche, um dein Netzwerk zu erweitern. Auch Online-Netzwerken ist für dich eine gute Chance.

#### 6. Warum bekomme ich so wenige Empfehlungen?

Die 3 Hauptgründe sind: Du sprichst selbst zu wenig Empfehlungen aus, dein Netzwerk ist noch zu klein und dein Netzwerk weiß vor lauter Bauchladen nicht, was du machst.

#### 7. Frau Polk, was sind Ihre 3 wichtigsten Erfolgsgeheimnisse beim Networking?

PP – das steht für persönliche Präsenz online und offline. Gesehen und gesehen werden ist ein wichtiger Schlüssel für meinen Bekanntheitsgrad gewesen.

Umsetzung – ich bin eine Macherin. Nicht lange nachdenken und reden, sondern tun. Ich bin sehr stark in der Umsetzung.

Empfehlungen – ich bin sehr großzügig im Aussprechen von Empfehlungen, aus dem Grund darf ich heute selbst viele Empfehlungen ernten.

### Sie sehen, das Thema ist umfangreicher, als man oft meint.

Mehr gelebtes Netzwerkwissen erfahren Sie jetzt in meinem Buch: [Erfolg mit Networking – Online und offline Kontakte \(ver\)knüpfen](#).

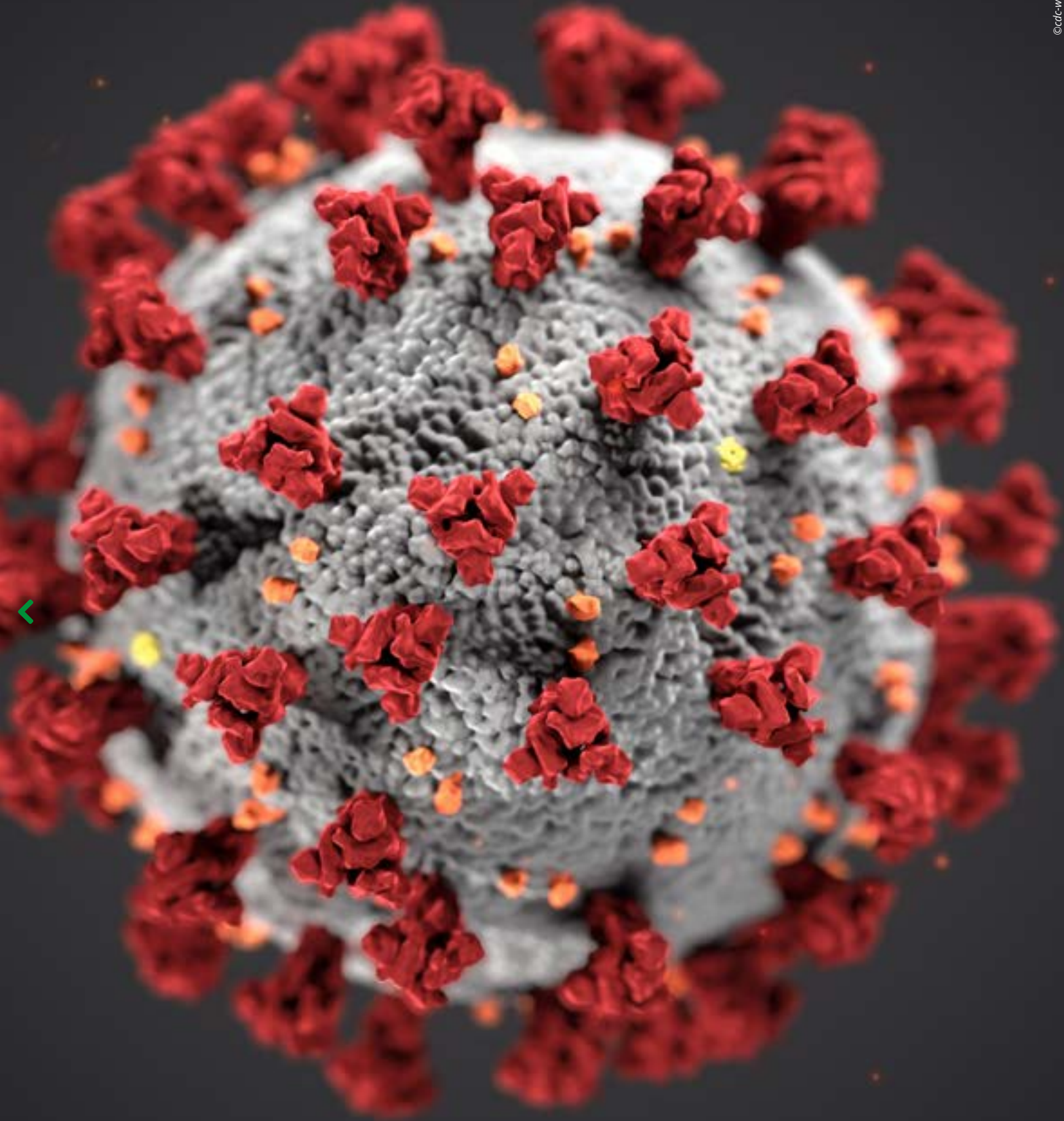
Sie möchten sofort mit der Umsetzung beginnen? Dann knüpfen Sie täglich einen neuen Kontakt, und sprechen Sie täglich eine Empfehlung aus. Ich verspreche Ihnen, es wird Früchte tragen. Nicht sofort, doch wenn Sie das in Ihrem Leben zu einer Routine machen, werden Ihre Aktivitäten fruchten.

Viel Erfolg bei Ihren Netzwerkaktivitäten! 



**Petra Polk**  
[www.petrapolk.com](http://www.petrapolk.com)  
[www.petrapolk-blog.com](http://www.petrapolk-blog.com)

Foto: Linda Hammer  
 Fotografie




# POST-CORONA MENSCH, WIE WOLLEN WIR LEBEN?

Die Frage, wie wir leben wollen, beschleunigt sich gerade im Turbo-Tempo. Nachfolgender Artikel verbindet diese Frage mit dem Potenzial, das im „Shutdown“ steckt, und bietet eine Reflexion für den Einzelnen, Unternehmen und die Gesellschaft an. Zur positiven Weiterentwicklung dieser drei Ebenen haben wir jetzt die Chance. Vorausgesetzt, uns gelingt aus dem aktuellen GEMEINSAM ein dauerhafter Bewusstseinsprung vom ICH zum WIR.

## Reflexions-Pause Covid-19

Mit der Corona-Krise verhält es sich wie mit der Eisberg-Metapher: Unter dem sichtbaren Fünftel schwelt schon länger die Gefahr einer weltweiten Wirtschaftskrise, deren tiefere Ursache in einer Bewusstheitskrise der modernen Gesellschaft zu finden ist.

Das Gute an dieser verordneten „Zwangspause“ ist, dass wir jetzt Reflexionszeit geschenkt bekommen. Fragen, die sich **jeder von uns** stellen kann, sind: Ist mein Leben so, wie ich es mir vorgestellt habe? Bringe ich meine besonderen Fähigkeiten am richtigen Ort im richtigen Maß ein? Was möchte ich beibehalten? Was möchte ich ändern? Wem möchte ich schon lange mal DANKE sagen?

Aber auch **Unternehmen** können die Fragezeichen ihres Wirkens tiefer setzen: Was ist der wirkliche Zweck und höhere Sinn unseres unternehmerischen Handelns? Bleibt Gewinnmaximierung das einzige Ziel oder können wir mit unserem wirtschaftlichen Tun auch zunehmend dem Gemeinwohl dienen? Was würde das konkret für unsere Produkte und Dienstleistungen bedeuten? 

Mit wem können wir uns zusammentun, um diesen erweiterten Unternehmenszweck zu verwirklichen?

Nicht zuletzt eröffnet uns die Corona-Pause die Möglichkeit, **Gesellschaft neu zu denken**. Wenn wir auf unsere Wirtschaft blicken, stellen sich Fragen folgender Art:

Wie können wir zu einer regionaleren, nachhaltigeren und gleichsam weltweit solidarischeren Form des Wirtschaftens kommen? Wie können wir eine Wirtschaft aufbauen, bei der das Gemeinwohl einen zunehmend höheren Stellenwert einnimmt? Wie können wir dazu die Akteure Unternehmen, Staat, Konsumenten, Zivilgesellschaft zu einem neuen „Kooperationsvertrag“ zusammenbringen? Und ganz akut: Wie gehen wir mit der sich durch die Krise rasant beschleunigenden Monopolbildung durch „Digitale Player“ wie Amazon, Google, Apple, Facebook usw. um?



Aber auch die **Politik** ist nach der Krisenmanagement-Zeit gefordert, nochmal grundsätzlich über ihr Wirken nachzudenken:

Sind Nationalstaaten noch die richtige Antwort für die komplexen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts?

Welche neuen, intelligent-regionalen Cluster des Zusammenwirkens können wir bilden?

Wo können wir, orientiert an den Lernerfahrungen in der Krise, noch viel intensiver in Kooperation gehen und überregionale Zusammenarbeit organisieren?

Wie können uns dabei bestehende Institutionen, wie z.B. die EU oder die UNO, helfen? In welcher Form müssen wir diese gezielt reformieren?

Wie können wir die (Welt-)Gesellschaft so weiterentwickeln, dass wir menschennäher und erdenfreundlicher leben?

Welche neue Rolle leitet sich daraus für die Politik ab?

Schließlich werden wir durch Sars-CoV-2 viel über die **Chancen und Grenzen der Digitalisierung** lernen:

Video- und Web-Konferenzen, virtuelle Hackathons und digitale Einkaufsmöglichkeiten können für einige Zeit physische Treffen ersetzen, kreative Lösungen generieren und Konsumbedürfnisse stillen.

Weniger Reisen hilft unserer Umwelt und gibt Familien die Chance, mehr zusammen sein zu können. Das ist gut und geht in die richtige Richtung.

Gleichsam sind virtuelle Medien auch massive Energiefresser im direkten und im übertragenen Sinne. Wundern Sie sich nicht, wenn Sie nach einem „Web-Tag“ Kopfschmerzen haben oder gereizter sind als früher. Volkswirtschaftlich kann das zu enormen, post-coronalen Gesundheitskosten führen.

Virtuelle Konferenzen können die für komplexe Verhandlungen so notwendige Beziehungsnähe nur eingeschränkt schaffen. Wie können wir also die wichtigste Ressource jeder (Geschäfts-)Tätigkeit – VERTRAUEN – auch in virtuellen Räumen so gut wie möglich entstehen lassen?

Und es stellt sich die Frage, wie eng wir die Matrix, in der wir leben, knüpfen möchten. Zum jetzigen Zeitpunkt können wir z.B. nicht ausschließen, ob Netze, wie 5G, die Verbreitung von Viren, wie COVID-19, begünstigen.

## Die Welt nach SARS-CoV-2

Wirtschaftlich sind gerade Plattformanbieter wie Amazon, Google, Microsoft, Facebook usw. die Riesengewinner der Krise (Amazon konnte z.B. binnen zehn Tagen den eigenen Börsenwert um 100 Milliarden Dollar steigern, was in etwa dem Gesamtbörsenwert von VW entspricht). Wenn sich dies ausweitet, werden wir eine so massive Verschiebung der Marktkräfte erleben, dass das Prinzip der freien Marktwirtschaft aus sich heraus kein Regulativ findet kann. Wir müssen diese weiterdenken. Post-coronal würde in diesem Fall bedeuten, die Plattform-Margengewinner gehen mit der Politik, Wirtschaftsverbänden und Vertretern der Zivilgesellschaft in einen echten Dialog. Gemeinsam kommen sie zu einer freiwilligen Selbstverpflichtung, einen Großteil ihrer Zusatzgewinne wieder in den Aufbau des Einzelhandels zu reinvestieren. Mithilfe eines entsprechenden Solidarfonds lässt sich das organisieren.

Parallel gilt es bei Datenschutz und Bürgerrechten sehr wach zu bleiben. Die Ausweitung bargeldloser Bezahlung oder das geplante „Corona-Tracking“ haben die Aufweichung dieser Standards mit im Gepäck. Datenschutz und digitale Grundrechte gehören also ganz nach oben auf eine Post-Corona-Agenda.

Ohne Kooperation und systemübergreifende Zusammenarbeit aller gesellschaftlicher Akteure ist jedoch die Bewältigung der Krise nicht zu schaffen. Das damit verbundene Positiv-Szenario können wir uns grob wie folgt vorstellen:

Je tiefgreifender und länger die Krise wird, desto mehr werden sich Kooperation und Solidarität als zentrale Steuerungsgrößen ausbreiten. Die, die noch viel haben, werden aus eigener, innerer ethischer Überzeugung anfangen, zu teilen. Wir werden erleben, wie die Kreativität und Digitalisierungskompetenz der „Jungen“, gepaart mit der Krisenerprobtheit und Lebenserfahrung der „Alten“, ganz neue Formen der Zusammenarbeit entstehen lässt. Immer mehr Menschen werden sich fragen: Warum gegeneinander, wenn es miteinander ebenso geht? Dies wird schrittweise die Mechaniken der Wettbewerbsgesellschaft zum Erodieren bringen.

Bereits heute können wir zum Beispiel auf dem Modell der **Gemeinwohlökonomie** aufsetzen und dieses anhand der praktischen Erfahrungen, die wir gerade täglich machen, in einem partizipativen Prozess, unter Einbindung aller gesellschaftlicher Akteure, weiterentwickeln.

Dabei müssen wir alles daransetzen, **Lösungen aus der Krise** in einem global-humanitären Zusammenhang zu denken:

## Auf zwei Faktoren kommt es jetzt besonders an:


### Vernetzt denken

Corona zeigt uns, dass wir nicht mehr nur in linearen Ursache-Wirkungs-Beziehungen denken dürfen. Die einzelnen (Funktional-)Systeme unserer Welt lassen sich nicht mehr so einfach trennen. Was in einem Biosystem gestartet ist, bringt unser Gesundheitssystem an den Rand seiner Kapazitäten, zwingt Politik zum Handeln, mit massiven Auswirkungen auf unsere Wirtschaft, was wiederum auf unser soziales Miteinander wirkt, bei gleichsam positiven Folgen für unser Ökosystem. Parallel kommt es zu einer Verschiebung von Kulturtechniken, zugunsten digitaler Methoden (Web-Kommunikation statt Begegnung) und Prozesse (Online-Shopping, Streaming-Dienste, bargeldloses Bezahlen), die wiederum unser Wirtschaftssystem aus dem Gleichgewicht bringen, was erneut die Politik, das Rechtssystem und zunehmend mehr die Zivilgesellschaft zum Handeln zwingt, deren gesellschaftliche Rollen sich dadurch verschieben.

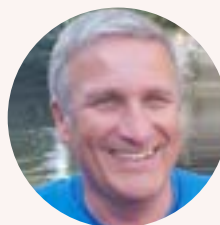
### Vom ICH zum WIR

Jeder von uns sollte sich fragen: Handle ich ICH-orientiert oder bin ich im WIR? Das fängt beim Einkauf von Toilettenpapier an, geht über die Unterstützung von Schwächeren weiter und endet noch lange nicht bei der Frage, wie wir den eigenen Konsum gestalten, mit Eigentum und Besitz umgehen, Wirtschaftsketten organisieren oder globale Finanzmärkte neu denken.

Geschätzte Leser\*innen, alles hat seine Zeit. Das gilt auch für große gesellschaftliche Entwicklungen. Der Einschnitt „Corona“ beschleunigt das, was bereits da war: den Übergang zu einer neuen Wirtschafts- und Lebensweise, hin zu einer post-digitalen Gesellschaft, in der wir vieles als leichter, authentischer, tiefer ... letztendlich als Befreiung und echte Weiterentwicklung empfinden werden.

Post Digital ist erschienen bei BusinessVillage. 

### Der Autor



**Dr. Andreas F. Philipp**  
[www.philos-postdigital.de](http://www.philos-postdigital.de)  
[www.philos-beratung.de](http://www.philos-beratung.de)



Spielen Sie mit dem Gedanken, ein Buch zu schreiben?

# Vereinigen Sie die Vorteile des Self-Publishing mit professioneller Herstellung und Zugang zum Buchhandel

**Wir begleiten Sie dabei als Verlag!**

»Auch oder gerade für den Fall, dass Sie Ihr Buch selbst veröffentlichen möchten, ist eine hohe Qualität wichtig, denn Ihr Buch steht für Ihre Kompetenz, Ihre Persönlichkeit und Ihr Business. Ihr Buch ist Ihre Visitenkarte.«

**André Jünger, Verleger**

Als Verlag kennen wir uns auch mit Büchern im Self-Publishing sehr gut aus und sind Ihr erfahrener Ansprechpartner für alle Fragen rund um Ihr Buchprojekt. Wir kümmern uns um Konzeption, Planung, Umsetzung, Lektorat, Korrekturen, Satz, Coverdesign, Druck, ebook-Produktion und Vertrieb, damit Ihr Buch ein wertiges und professionelles Produkt wird.

**Informieren Sie sich – schreiben Sie ganz unverbindlich an André Jünger: [info@juenger.de](mailto:info@juenger.de)**





# DIGITAL POSITIONIEREN – SO GEHT ES!

Expert\*innen geben Antworten, wie Sie im Markt sichtbar werden.

Mit spannenden  
Add-ons. Lassen Sie  
sich überraschen!

## Der GABAL Impulstag, am 24. Oktober 2020, jetzt online

Sie ahnen es bereits, es geht um Corona und Co. Wir haben im Vorstand entschieden, dass die möglichen Konzepte (hybride Veranstaltung, Abstandsregelungen einhalten, versetzte Pausen etc.) alle nicht zielführend sind. Wir werden daher den **GABAL Impulstag 2020** ausschließlich online durchführen, auch wenn wir Sie gerne live erlebt hätten.

Am inhaltlichen Konzept ändert sich wenig. Es entfällt das Vorabendprogramm am 23.10.2020. Schauen Sie sich dazu das leicht geänderte **Programm** an. Für das Online-Event haben wir uns ein paar nette Add-ons überlegt. Seien Sie gespannt!

Und es ändert sich das Pricing: Das Early Bird Ticket für das Online-Event bieten wir für 79 EUR für Mitglieder an. **Jetzt ANMELDEN** und konkrete Tipps und Strategien mitnehmen, wie Sie im Markt sichtbar werden, Ihr Geschäft skalieren – und stärker wachsen.

Lernen Sie unkonventionelle Methoden für mehr Sichtbarkeit im Netz kennen, Positionierung der eigenen Marke sowie Strategien zur Kundengewinnung mit überschaubarem Budget.

Ich freue mich auf Sie!

**Kai Bühler**  
[kai.buehler@gabal.de](mailto:kai.buehler@gabal.de)



### Keynote

Andera Gadeib, [www.dialogo.de](http://www.dialogo.de)  
Die Zukunft ist menschlich –  
Wie wir den digitalen Wandel  
intelligent gestalten

Drei Experten, die in ihren Vorträgen konkrete Wege der digitalen Positionierung und Akquise aufzeigen und Ihnen am Nachmittag in jeweils 50-minütigen Praxis-Sessions Antworten auf Ihre drängendsten Probleme geben.



Lars Pilawski, [www.larspilawski.de](http://www.larspilawski.de)  
Unendlichkeits-Traffic –  
Kundenakquise im 21. Jahrhundert



Daniel Hertneck, [www.siteboosters.de](http://www.siteboosters.de)  
Digitales Lead Management  
als Umsatz-Booster



Andreas Klar, [www.andreas-klar.com](http://www.andreas-klar.com)  
Der Schlüssel für Ihren  
Marketingernfolg: Die Botschaft



Jetzt anmelden und bis zum 23.09.2020  
mit dem Early Bird Ticket 20 EUR sparen!  
[www.gabal.de/gabal-impulstag-2020](http://www.gabal.de/gabal-impulstag-2020)

# GABAL auf dem Weg zu neuen Ufern –

## 1. GABAL Online BarCamp erfolgreich durchgeführt

Eigentlich ist es keine allzu große Sache, ein BarCamp zu organisieren. Ein Online BarCamp zum ersten Mal und in sehr kurzer Zeit zu organisieren, war dagegen für mich schon eine Herausforderung: Denn erst 12 Tage vorher war definitiv klar, dass weder Mitgliederversammlung noch GABAL BarCamp als Präsenz-Veranstaltung stattfinden durften.

Mich beschäftigte schon länger die Idee, bei GABAL eine Online-Tagesveranstaltung auf die Beine zu stellen. Ich bin froh und stolz, dass wir im Vorstand jetzt den Mut dazu hatten. GABAL ist der erste Weiterbildungsverband, der in der Pandemie ein BarCamp als Online-Veranstaltung umgesetzt hat.

◀ Diese Ausnahmesituation war in verschiedenster Hinsicht eine gute Gelegenheit dafür. Viele Veranstaltungen waren zu dem Zeitpunkt bereits abgesagt. Wie standen eigentlich die Chancen, renommierte Mitglieder als GABAL BarCampGeber zu gewinnen? Tatsächlich ging es besser als gedacht: Die meisten angefragten Mitglieder sagten schnell und kurz entschlossen ihre Teilnahme als BarCampGeber\*innen zu. So konnten wir zügig ein ansehnliches Spektrum von bekannten Referent\*innen mit vielversprechenden Beiträgen zu den zentralen GABAL Themen zusammenstellen. Ein Blick auf das Tableau bestätigt dies (Tabelle siehe unten). Das war eine wichtige Voraussetzung für die anschließende Vermarktung. Denn andernfalls wäre es in der verbleibenden kurzen Zeit nicht gelungen, die Zahl der Anmeldungen zu verdoppeln.

Am Ende konnten wir in 14 Sessions 65 Teilnehmenden einen fundierten Austausch über die drängendsten Fragen in dieser schwierigen Zeit ermöglichen, Antworten geben und Lösungen aufzeigen.



Barbara Messer: Wir brauchen andere Trainings


**Besonders starken Zulauf hatten die BreakoutGroups der GABAL BarCampGeber\*innen:**

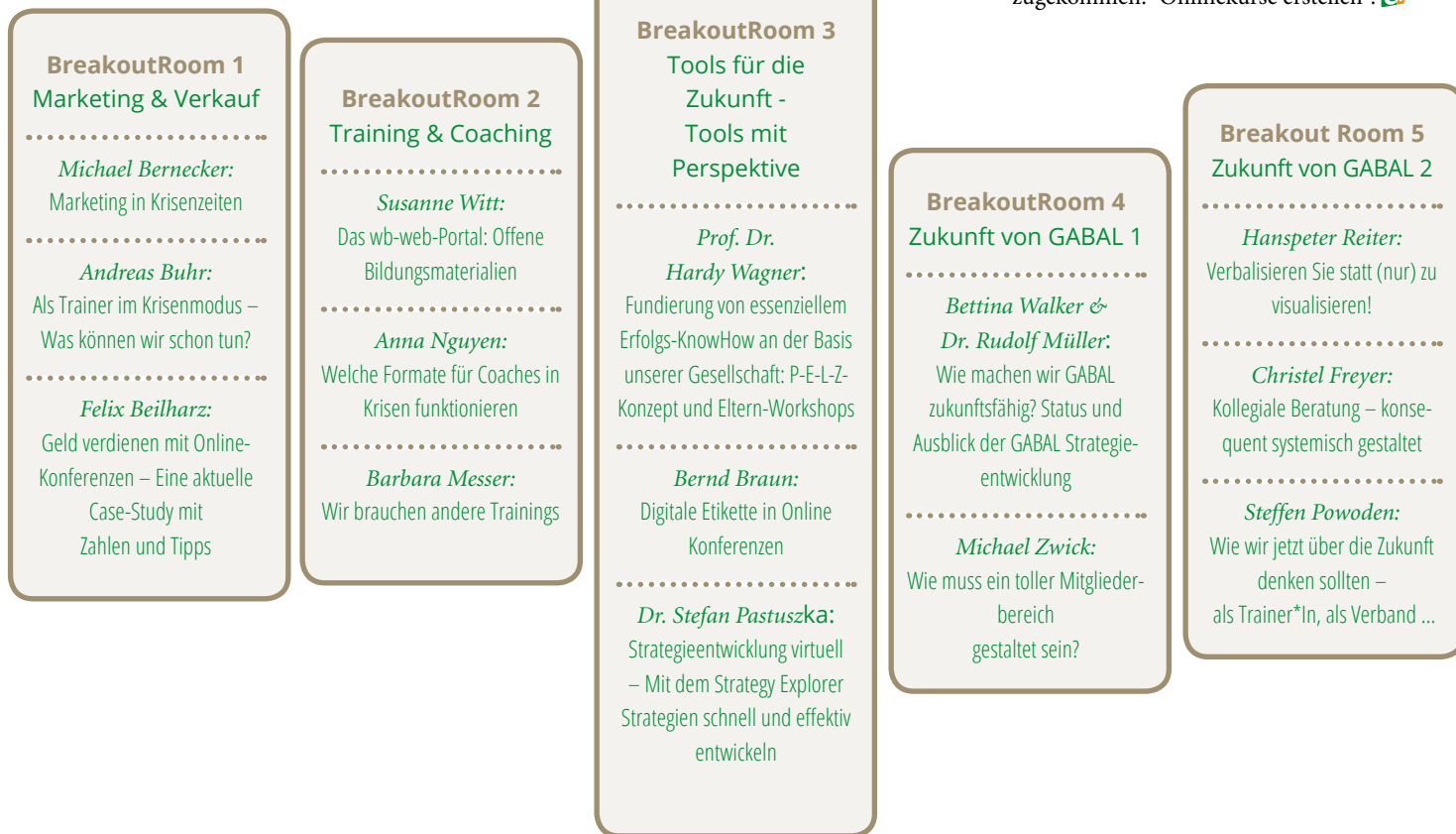
- Prof. Dr. Michael Bernecker: Marketing in Krisenzeiten
- Andreas Buhr: Als Trainer\*in im Krisenmodus – Was können wir schon tun?
- Felix Beilharz: Geld verdienen mit Online-Konferenzen – eine aktuelle Case-Study mit Zahlen und Tipps
- Anna Nguyen: Diese Formate für Coaches funktionieren in Krisen
- Barbara Messer: Wir brauchen andere Trainings

Für die meisten war es das erste Online BarCamp und die Rückmeldungen waren überwiegend positiv: Viele haben diese Erfahrung als inspirierend wahrgenommen und waren erstaunt über die Intensität des Austausches.

Natürlich lief nicht alles so rund, wie wir uns das gewünscht hatten. Am schwierigsten war sicherlich die händische Verteilung der Teilnehmenden auf die einzelnen BarCamp Sessions vor jeder der drei Runden. An der einen oder anderen Stelle gab es auch technische Probleme, die aber gelöst werden konnten. Maßgeblich dazu beigetragen hat in vielfacher Hinsicht meine Vorstandskollegin Katja Bett, die hierfür die erforderlichen Kompetenzen mitbringt.

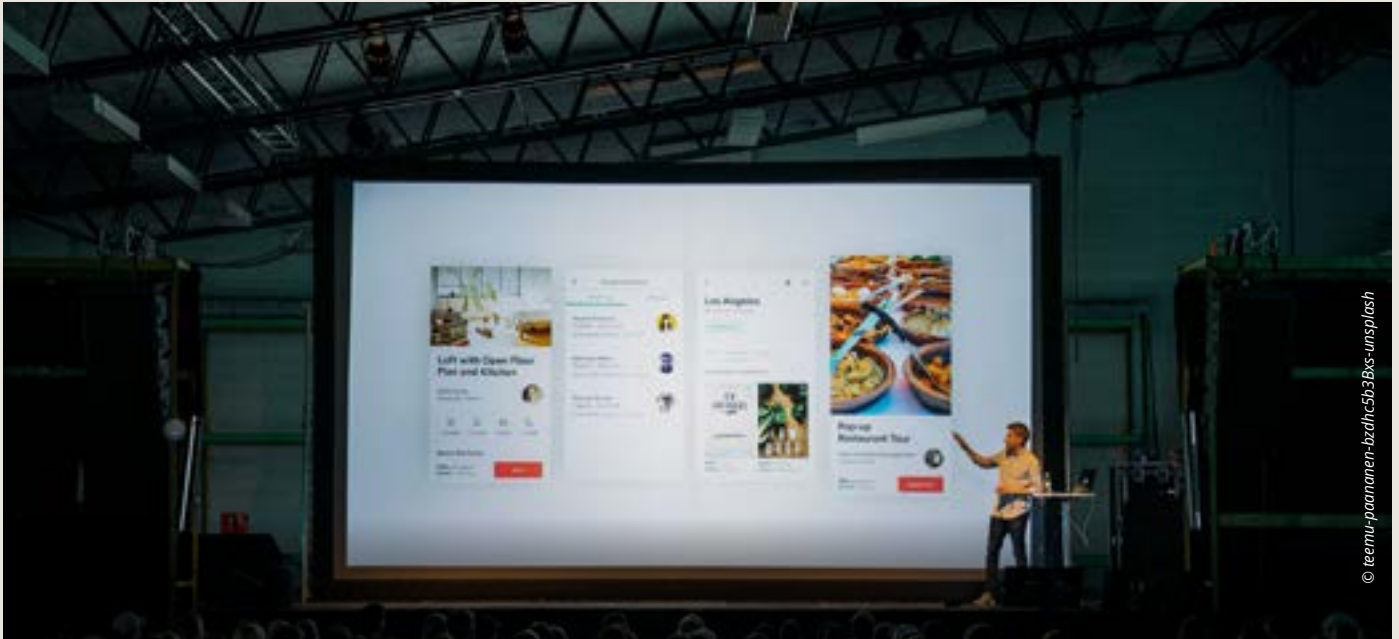
So kann ich heute abschließend feststellen, dass die Pandemie bei uns im GABAL Vorstand als Beschleuniger gewirkt hat. So kurzfristig und so schnell hätten wir uns in normalen Zeiten sicherlich nicht getraut, eine solche Veranstaltung aus dem Boden zu stampfen. Aufgrund der positiven Resonanz wird der GABAL e.V. dieses Format auch künftig anbieten – als digitale Ergänzung zu den jährlich normalerweise in Präsenz stattfindenden GABAL-Impulstagen.

Einige Impulse aus dem 1. GABAL Online BarCamp wurden aufgegriffen und werden in Form von Special Interest Groups weitergeführt werden. Aktuell sind das die Themen „Strategie“, „Online-Plattformen“ und neu dazugekommen: "Onlinekurse erstellen". 



**Bettina Walker**  
bettina.walker@gabal.de

# VERANSTALTUNGEN




## < EVENTS VERSTÄRKT DIGITAL – UND DENNOCH: PRÄSENZ IST GEFRAGT!

Diverse relevante Messen und Kongresse sind im Frühjahr und Sommer ausgefallen – oder wurden ins Digitale übertragen. Auch die Mitgliederversammlung plus vorgeschaltetes BarCamp bot den Teilnehmenden eine besondere Chance, das etwas andere Format kennenzulernen, siehe den Bericht auf [Seite 18](#).

Worüber ich an dieser Stelle gerne berichtet hätte, mit allen interessanten Bezügen für Weiterbildner\*innen: Comic Salon Erlangen – erst wieder 2022 / Neuro-Marketing-Kongress – erst wieder 2021 / Didacta – erst wieder 2021. Und auch die Zukunft Personal Europe wird ins Digitale wandern, wie vorher schon die L&D Pro, beide naturgemäß höchst relevant für unsereins. Immer zu beachten: Das Symposium turmdersinne in Nürnberg, dieses Jahr geplant bereits fürs Wochenende 25. – 27. September – bei Redaktionsschluss fehlte noch der Entscheidung über das Format ...

[Oha, die Buchmesse Frankfurt](#) wird (auch) analog-offline stattfinden! Jene in Leipzig war ja genau ins Corona-Loch gefallen. Und wie das konkret aussehen wird – schau mer mal! Das heißt für Sie, sich frühzeitig Tickets zu sichern, da nur ein beschränkter Zugang zu erwarten ist.

Und nach Lage der Dinge hätte auch der GABAL Impulstag 2020 in Karlsruhe in Präsenz stattfinden können – eigentlich. 

**Hanspeter Reiter**, [reiterbdw@aol.com](mailto:reiterbdw@aol.com)

# [LERNGLUST] – LEARNING BY PASSION



**Wir, Simone Engelhard und Simon Qualmann, sind die [lernglust].**

**Wir sind Experten, Gestalter und Sichtbarmacher von erfolgreichen Lernprozessen.**

Wir haben erkannt, dass Lernen Spaß macht und wir gar nicht anders können, als ständig zu lernen. Deswegen wurden wir Personalentwickler und lernende Weltreisende.

Als Personalentwickler gestalteten wir Entwicklungsprogramme und Trainings für (angehende) Führungskräfte, Online- und Offline-Lernformate für die Einarbeitung und Weiterqualifizierung auf Mitarbeiterebene. Wir legten die Grundsteine für eine Lernkultur, die auf „Stärken stärken“ und kleinen Lerneinheiten basiert.

Die Komfortzone von anderen zu erweitern ist eine Sache, seine eigene Komfortzone zu vergrößern aber eine ganz andere. Wir begaben uns deshalb auf eine 2-jährige Weltreise und schlüpfen wieder in die Lernerrolle. Rückblickend hat uns die Reise klargemacht, wie viel wir bewusst und unbewusst lernen und wie viel man als Erwachsener noch dazulernen kann.

Wir lernten eine neue Sprache, vertieften unsere bisherigen Sprachkenntnisse und tauchten in fremde Kulturen ein. Außerdem stellen wir bei Autopannen an einsamen Orten unsere Problemlösefähigkeit und Kreativität unter Beweis. Was würden Sie tun, wenn am arktischen Ozean das Differenzial Ihres Autos kaputtgeht? Sogar „einfache“ Dinge wie Kochen wurden zur Herausforderung. Mit wenig Platz, einer geringen Lebensmittelauswahl, einer minimalen Küchenausstattung und einem Gaskocher ist es uns gelungen, leckere Gerichte zu zaubern, sodass man dachte, wir seien ein Food Truck.

Mit all diesen Erfahrungen im Gepäck gehen wir jetzt unseren nächsten Lernschritt. Mit unserer Lernagentur machen wir den „Glust“ (bayerisch für „Appetit, Begierde, Lust, Neigung, Verlangen“) und die Leidenschaft fürs Lernen im unternehmerischen Kontext sichtbar und greifbar.

Jetzt realisieren wir **(Lern-)Konzepte in Personalentwicklung, Weiterbildung und Training im unternehmerischen Kontext.**

- **Beratung:** Wir beraten und begleiten Unternehmen zu strategischen und operativen Herausforderungen in Personalentwicklung, Weiterbildung und Training (z. B. bei der Digitalisierung von Lernformaten oder der Entwicklung einer unternehmensweiten Lernkultur).
- **Learning Design:** Wir konzipieren für Unternehmen und Trainerkolleg\*innen lernerzentrierte Learning Journeys mit dem jeweils passenden Mix aus Offline- und Online-Formaten. Dabei achten wir auf eine gelungene Learner Experience.
- **Training:** Themen, zu denen wir beraten, trainieren wir auch. Unser derzeitiger Schwerpunkt: Microsoft Teams im Unternehmens- und Traineralltag. Wie lassen sich Mensch und Technik sinnstiftend vereinen? Hierbei setzen wir auf innovative Didaktik und Methodik.

**Ein Beispiel aus unserem Alltag:**

Als Microsoft-Trainer bekommen wir Kopfschmerzen von klassischen Systemschulungen. Ein Trainer steht vorne und klickt im System. Die Teilnehmer machen den Klickweg anschließend nach. Fertig ist das Training!

Das geht aber auch interaktiver und explorativer – auch als Live Online-Training. Beispielsweise mit unserem MS-Teams-Bingo. Anhand eines Bingofeldes erleben die Teilnehmenden Microsoft Teams auf eine andere Art und entwickeln ein positives Mindset zu Technik, Funktionen und deren Möglichkeiten. Um ein Bingofeld auf „erledigt“ setzen können, müssen die Teilnehmer\*innen Aufgaben passend zum Thema Microsoft Teams und aktuell „Arbeiten im Home-Office“ lösen. So werden im Training Funktionen an praxisrelevanten Fragestellungen und Übungen ausprobiert. Mit der Motivation, als Erster „Bingo“ rufen zu können, beteiligen sich die Teilnehmer\*innen aktiv am Training. Und das Beste: Gans nebenbei lernen sie auch noch die wichtigsten Microsoft-Teams-Funktionen kennen.

Machen wir uns also gemeinsam auf den (digitalen) Weg des Lernens. Lassen Sie uns Rahmenbedingungen für erfolgreiches Lernen kreieren! Denn Lernen darf auch Spaß machen! 🎯



**Simone Engelhard &  
Simon Qualmann,  
[www.lernglust.de](http://www.lernglust.de)**

## NEUE MITGLIEDER

**GABAL**  
Wissen vernetzen

Simone Engelhard  
[www.lernlust.de](http://www.lernlust.de)

Raimund Franzen  
[www.tz-giehn.de](http://www.tz-giehn.de)

Dipl.-Bw. Marion Glück  
[www.marionglueck.de](http://www.marionglueck.de)

M.sc. Wirtschaftspsychologin Julia Scholz  
[www.werte-finden.de](http://www.werte-finden.de)

*Herzlich willkommen!*

## JUBILÄUMS-MITGLIEDER

### 30 JAHRE MITGLIEDSCHAFT

Gerd Hilbert, Ludwigshafen

### 20 JAHRE MITGLIEDSCHAFT

Holger Schan, Ottersberg

Stephan Gingter, Jüchen

Peter Moher, Wiesloch

Brunhild Hofmann, Darmstadt

Ines Schulz-Buecher, Berlin

Annegret Kiesow, Berlin

*Wir gratulieren herzlich!*



©markus-spiske-unsplash

## WEBTALKS

Jeden zweiten Freitag, 11:00 Uhr  
**45 Minuten diskutieren/referieren zu einem Thema aus dem GABAL Portfolio**

### Nächste Termine:

- |            |   |
|------------|---|
| 11.09.2020 | Dr. Regina Mahlmann: Purpose – der höhere Sinn & Zweck  |
| 09.10.2020 | Maximilian Nols: Erfolgreiche Facebook-Anzeigen   |
| 13.11.2020 | Ralf Pieper: Motivation und Widerstand  |
| 11.12.2020 | Prof. Dr. Hartmut Walz: Wie erhöhe ich meine finanzielle Krisenfestigkeit – (nicht nur) in Zeiten von Corona? |

Immer aktuell auf [www.gabal.de/webtalks](http://www.gabal.de/webtalks) – dort sind auch Aufzeichnungen abrufbar!

**GABAL**  
Wissen vernetzen

## MITGLIEDER AKTIV


Berichte bzw. Meldungen zu den Aktivitäten unserer Mitglieder im [Blog](#).

## WERDEN SIE MIT IHREN LEISTUNGEN SICHTBAR!



Wenn Sie sich vorgenommen hatten, etwas für Ihre Online-Präsenz zu tun, dann wäre jetzt die Gelegenheit, auf unserer GABAL Homepage Ihre **Visitenkarte** anzulegen oder zu aktualisieren. Das kostet nichts, ist einfach und hat viel Effekt.

Ihre Mitgliederdaten pflegen Sie bequem im CMS, das Sie über den Mitgliederlogin, [www.gabal.de/login](http://www.gabal.de/login), erreichen.

Fragen zu Ihrem Zugang beantwortet Erna Theresia Schäfer, [erna.schaefer@gabal.de](mailto:erna.schaefer@gabal.de) 

# RG HANNOVER



## Das 19. PraxisForum Projektmanagement fand am 09.06.2020 im virtuellen Raum über ZOOM statt.

Befragt man Projektbeteiligte aus erfolgreichen Projekten, wird immer wieder motiviert vom gelungenen Miteinander im Projekt und der besonderen Begeisterung für die Zusammenarbeit berichtet. Die Projektkultur gerät immer mehr in den Blick, wenn die Erfolgsfaktoren von Projekten betrachtet und bewertet werden. Es stellt sich die spannende Frage, was und wer eine erfolgreiche Projektkultur entstehen lässt und welche Wechselwirkungen mit der Unternehmenskultur zu beobachten sind, insbesondere unter der Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung. Im Rahmen der Kooperationsveranstaltung sollte versucht werden, Antworten auf diese Fragen zu geben:


- Was sind die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Projektkultur sowohl auf Unternehmensseite als auch im Projekt?
- Wie sieht eine erfolgreiche Projektkultur aus, was sind die Merkmale?
- Anhand welcher Kriterien kann man Projektkulturen unterscheiden?
- Welchen Einfluss hat die Projektkultur auf die Organisation?
- Wie wird mit Widerständen während des Projektfortschritts umgegangen?
- Wie kann eine ergebnisorientierte Bewertung der Projektkultur aussehen?
- Welchen Einfluss hat die Projektkultur auf Changemanagement- und Transformationsprozesse?

In seinem Impulsvortrag erläuterte Prof. Dr.-Ing. Lars Baumann von der **Hochschule Hannover** die Symptome und Wirkungen von Projektkultur.

Zum Standard und zum Markenzeichen der Veranstaltungen des PraxisForums gehört, dass Referent\*innen aus der Praxis vortragen. So informierten Anne Oldenburg und Alexander Fey von der **Finanzbehörde Hamburg**, wie wichtig es ist, Projekte in der Hamburger Verwaltung mit einer guten Struktur, Dokumentation und Begleitung zu unterstützen. Dennis Konitzer von der **Firma Rossmann** schilderte auf humorvolle Weise den Weg zum sicheren Misserfolg eines agilen Projektes, so auch der Titel seines Beitrages. Patrick Huy vom **Ruhverband** zeigte in seinem Vortrag „PM Einführung im Rahmen der Digitalisierungsstrategie – Auch ein Kulturwandel?“ auf, wie eng eine Projektkultur auch mit der gleichzeitig durchgeführten Digitalisierung verzahnt sein muss und ist.

In der abschließenden Dialogrunde, moderiert von Frau Dr.-Ing. Meike Wiarda (gfo Region Hannover), betonten die Referierenden, wie notwendig für sie gerade auch das persönliche Lernen und Reflektieren ist. Es gibt vielfältige Wege zum Erfolg von Projekten und dem Projektmanagement. Die Projektkultur und die Unternehmenskultur bedingen einander.

Die Jubiläumsveranstaltung des PraxisForums, die 20. PraxisForum Projektmanagement der Kooperationspartner GABAL, GPM, gfo, GI, Hannover IT e.V., Region Hannover, VDI in Zusammenarbeit mit der Hochschule Hannover und der Leibniz Fachhochschule ist bereits terminiert und das Thema gewählt:

Die „Jubi-Veranstaltung“ soll am 04.11.2020 im Haus der Region in Hannover zu dem Thema „Projektmanagement in KMUs“ stattfinden. 

**Wolfgang Neumann**  
rg-hannover@gabal.de

## RG RHEIN-MAIN

### Veranstaltungen in der Sommerzeit

Information, Diskussion und Austausch rund um das Thema „Digitale Lernformate“

Auch nach diversen Lockerungen der Beschränkungen durch die Pandemie blieben wir in der Regionalgruppe Rhein-Main dabei, uns mit unseren Mitgliedern im 14-tägigen Rhythmus online auszutauschen. Diese Gelegenheit ist sehr rege genutzt worden, einige Mitglieder und Gäste haben die Gelegenheit zum Impulsvortrag ergriffen. Wir hatten interessante Vorträge, spannende Diskussionen, und viele Impulsgeber haben sich interessante „Goodies“ für die Teilnehmenden der Online-Veranstaltung überlegt. Dafür ein herzliches Dankeschön von Monika Mischek und Bernd Braun, Regionalleitung, an alle Beteiligten der Online-Sitzungen.




#### Themen im Juni und Juli 2020:

- Am 11. Juni 2020 war Feiertag und deshalb kein Online-Treffen.
- Am 25. Juni 2020 gab uns Prof. Dr. Hartmut Walz mit seinem Vortrag „Wie erhöhe ich meine finanzielle Krisenfestigkeit (nicht nur) in Zeiten von Corona?“ Tipps für schwierige Zeiten.
- Am 9. Juli 2020 informierte uns Matthias Jung unter dem Titel „E-Publishing für alle, die etwas zu sagen haben“ über eMagazine und ihre Möglichkeiten für alle, die gerne blättern, von links nach rechts lesen, und das Ganze auch noch digital.
- Am 23. Juli war »Raus aus der Angst! Rein in 100% produktive Arbeitszeit« das Thema von Andreas Bellof. Er erläuterte uns, warum es (nicht nur jetzt) wichtig ist, mit Entschlossenheit & Mut Neues zu denken und Neues zu wagen ...

## 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\*innen, 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) heruntergeladen oder bei der Geschäftsstelle angefordert werden. 







© Jjan-philipp-thiele-Gipsy/istockphoto

Was bei allen Teilnehmenden sehr gut ankam, waren die kleinen Gruppen – die Teilnehmerzahlen bewegten sich immer um 10 Personen herum, so hatte jeder die Möglichkeit, zu Wort zu kommen, zu kommentieren und auch Fragen zu stellen. Es fand ein angeregter und ins Detail gehender Austausch zwischen den Gruppenmitgliedern statt. Die Referierenden hatten auch spezielle Angebote ausschließlich für die Teilnehmenden des Meetings mitgebracht.


Wir werden die Online-RG-Treffen im August unverändert weiterführen, uns die weiteren Entwicklungen der Beschränkungen durch Corona anschauen und dann bei Bedarf Anpassungen vornehmen.

Euer RG Rhein-Main-Team 

**Monika Mischek & Bernd Braun**  
[rg-rhein-main@gabal.de](mailto:rg-rhein-main@gabal.de)



## GABAL MITGLIEDER- VORTEILE „AUF WUNSCH“:

- Webinar-Software **edudip-next** zum Sonderpreis
  - **Legamaster**: 15 % auf die Katalog-Angebote
  - Trainerversorgung: kostenfreie Mitgliedschaft (als Voraussetzung ...)
  - Kollegen-Preise von Mitgliedern für Mitglieder
  - Sonderkonditionen auf Veranstaltungen kooperierender **Verbände** (u.a. bdvb, GfA, GPM) und diverser Veranstalter
  - **Deutsche Hospitality**, die Dachmarke der Steigenberger Hotels: Vergünstigungen auf Übernachtungen und Tagungsräume
  - Sonderkonditionen auf Online-Portalen: [kursfinder.de](https://www.kursfinder.de) auf [seminarmarkt.de](https://www.seminarmarkt.de)
  - 20 % Nachlass auf die Medien des **GABAL Verlags** und der **JÜNGER Medien** (über den jährlichen Büchergutschein hinaus)
  - **Spotlight-Verlag**: 30 % auf Abos aller Sprachen-Magazine im ersten Jahr 
  - Ermäßigung auf die Zertifikatslehrgänge und Train-the-Trainer-Ausbildungen bei Bamik, Buhr&Team, DIM, Institut Dr. Deutschmann, progressio und TMS
  - **White Papers**
  - **Mitglieder-Links** Visitenkarten online
  - **GABAL Webtalks**
  - Sonderkonditionen auf die Zertifizierung **DWVO Qualitäts-Siegel**
- Details auf:  
[www.gabal.de/vorteilsangebote](https://www.gabal.de/vorteilsangebote)
- Dies sind abrufbare Sonderkonditionen, die zusätzlich zu den enthaltenen Vorteilen der Voll-Mitgliedschaft nutzbar sind, wie z. B.
- jährlicher Buchgutschein auf die physischen Medien des GABAL Verlags
  - **wirtschaft + weiterbildung**: kostenfreies Jahres-Abo

## RG ROSENHEIM

### Online-Marketing nach Corona

Die Veranstaltung am 8. Juli war die erste nach Corona und musste sich nach dem strengen Hygiene-Konzept richten. Abstand war ange-sagt, wobei wir im Raum keine Masken tragen mussten. Eine genaue Teilnehmerliste musste geführt werden. Wir neun Teilnehmende hatten aber einen interessanten Abend mit einem für das Thema wirklich kompetenten Referenten, der als Inhaber einer Online-Marketing-Agentur voll im Thema steht und sich seit 2003 als digitaler Pionier versteht. Referent Thomas Federkiel, [www.federkielundpartner.de](http://www.federkielundpartner.de), zum Einstieg:

- 80 % bis sogar 90 % unserer potenziellen Kunden suchen nach Lösungen ihrer Bedürfnisse im Internet. Dort, wo Sie früher 100 neue Kunden gewonnen haben, sind es evtl. nur noch 20 oder 10 Kunden.
- Sie sagen nun vielleicht, dass Sie Ihr Geschäft mit Bestandskunden machen. Aber Vorsicht! Auch diese informieren sich vorher im Internet. So besagt eine Umfrage von Serious Decision, dass 67 % aller Führungskräfte im Internet recherchieren, bevor sie eine Investition tätigen.
- Sicher setzen auch Sie nicht mehr auf die bewährten Lieferanten, sondern recherchieren, wenn Sie ein Problem haben, lösen wollen oder sich einen Vorteil erhoffen.

Wir hörten erst eine allgemeine Übersicht, wie sich durch die Digitalisierung das Konsumverhalten geändert hat – und was Corona dort noch dazu beiträgt bzw. durchaus verstärkt hat – und über laufende Trends.

**→ Modernes Marketing fokussiert darauf, Beziehungen aufzubauen und zu erhalten.**

Hinzu kommen Veränderungen im Wertesystem der Verbraucher, insbesondere die Abkehr von Ausbeutung der Natur und Wegwerfgesellschaft – hin zu Kreislaufwirtschaft. Und auch sichtbare Veränderungen im Kaufverhalten, wie schon in den Eingangsbemerkungen geschildert. Man kann sich nicht mehr darauf verlassen, dass die ehemaligen Kunden wiederkommen.



### Wer sind die Gewinner – und wer die Verlierer?

Natürlich gibt es bei anhaltender Corona-Pandemie die Notwendigkeit von Arbeitsplatzabbau in den Verliererbranchen. Dafür aber auch den Aufbau von Kapazitäten der Gewinnerbranchen. Nur die einseitige Betrachtung prognostiziert Millionen Arbeitslose ab dem Herbst 2020.

Die Kunden suchen Lösungen und individuelle Antworten, basierend auf Vertrauen in die Kompetenz des Anbieters. Der Anbieter pustet seine Botschaft per Werbung raus. Den potenziellen Kunden interessiert nur die Schnittmenge mit seinen gesuchten Informationen = Lösung!

### Wie wir online Kunden gewinnen und begeistern

Wer ist mein Wunschkunde? Das ist heute mehr als früher die Ausgangsfrage jedes Marketings. Deshalb muss man versuchen, in die Haut des Kunden zu schlüpfen, um die passenden, den Kunden interessierenden Werbebotschaften auszusenden. Dazu machten wir eine Kleingruppen-Übung (auch mit Abstand), um unseren eigenen Fall zu analysieren, und tauschten uns zu dritt darüber aus. Das war äußerst interessant.

In früheren Zeiten war das alles nicht so wichtig. Heute müssen wir schon im Internet die Darstellung und die Antworten geben, die unseren Wunschkunden interessieren (könnten ...). So lernten wir den Begriff der PERSONA kennen und schätzen. Dies bedeutete, dass wir uns Gedanken über die Situation und die Probleme des idealen Wunschkunden machten:

- Seine Ängste – und auch Hoffnungen
- Negative und auch positive Einflüsse aus Politik, Umwelt, Gesellschaft auf ihn
- Negative und auch positive Einflüsse aus dem persönlichen Umfeld (Kopfschmerzen und Möglichkeiten)
- Seine Ziele, sein Status, Zeithorizont etc.




Dann kam ein weiterer wichtiger Wissens-Zugewinn: die **Customer-Journey**, die Käuferreise.

Vom Anfang bis Ende der Kundenüberlegungen bei einem geplanten Kauf könnte der Kunde im Internet auf uns treffen – sogar schon vorher, bevor ihm sein Kaufwunsch überhaupt bewusst wird.

Alte Käufermodelle von z.B. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) werden damit weiter verfeinert und der heutigen Realität angepasst. Früher war dies das Modell einer Werbebotschaft oder -kampagne oder eines Verkaufsgesprächs.

Ich bin mir sicher, wir gingen alle mit wichtigen kritischen Überlegungen über unsere eigenen Internetaktivitäten und -präsenz nach Hause.

### Nächster Termin:

07.09.2020: Systemische Aufstellungen und Persönlichkeitsentwicklung mit Kristine Alex. 

**Dr. Rudolf Müller**

[www.erfolgsforum.wordpress.com](http://www.erfolgsforum.wordpress.com)

## Vom Lesen ins Tun, vom Wissen ins Umsetzen



gaelle-marcel-L8SNWGUINqpu-unsplash



Das ist das Credo des GABAL Verlags. Gerade in diesen schwierigen Zeiten bietet das Medienhaus exzellenten Content sowie erprobte Lösungen für die Herausforderungen in Beruf und Privatleben.

GABAL ist Enabler und Inspirator, Impulsgeber und Karrierebegleiter für alle, die ihre Potenziale wirklich heben möchten.

Entdecken Sie die neuen Bücher und Hörbücher für den Herbst 2020! Bestellen Sie jetzt den aktuellen Katalog unter [kerstin.paulukat@gabal-verlag.de](mailto:kerstin.paulukat@gabal-verlag.de). Natürlich kostenfrei und unverbindlich! Oder stöbern Sie online auf [www.gabal-verlag.de](http://www.gabal-verlag.de).

**GABAL. Dein Verlag.**  
Motivierend. Sympathisch. Pragmatisch.  
[www.gabal-verlag.de](http://www.gabal-verlag.de)





# REZENSIONEN

Immer aktuell auf [www.gabal.de/rezensionen](http://www.gabal.de/rezensionen).  
Finden Sie auf [www.gabal.de](http://www.gabal.de) auch Rezensionen zu neu erschienenen Büchern, die weit über Sach- und Fachthemen hinaus gehen. Dieses Mal u.a. diese:

## Trainer\*innen (Zukunftsfähigkeit sichern)

Sand: Leadership und Guiding \* DISQ: Service-Qualität Bildung \* Fitzke: PR für Freiberufler \* Häfele: 101 Online-Seminarmethoden \* Hommer: Marke3 \* Kost/Seeger: Influencer Marketing \* Fuchs: Ihr Weg zum Status „ausgebucht“ \* Stahr: Entwicklung der Persönlichkeit \* Weinbauer: Was Trainings wirklich wirksam macht \* Fontana ... : Führung und Macht \* Baumann ... : Gruppenarbeit \* Beck: Das neue Lernen heißt Verstehen \* Böhme: Human Touch \* Walker (Hg.): GABAL-impulse für digitale Strategien im Training \* Marbacher (Hg.): Neue Narrative – Das Magazin für Neues Arbeiten \* Freshfields et al. (Hg.): Arbeitsrecht in Zeiten von Corona \* Henning: Marketing Schritt für Schritt \* Eilert: Körpersprache entschlüsseln & verstehen (Mimikresonanz-Profibox) \* Straßer et al.: Cross Generational Intelligence \* Hoffmann: Markenbotschafter \* Schmidt: Erste Hilfe bei Kurzarbeit ... \* Gebhardt: 101 Impulskarten Organisationskultur \* Heidemann et al.: Vom Mut neu zu denken \* GPM: Projektmanagement aktuell \* Heidenreich: In Worten – Werte und Sinn \* Zitelmann: Die Kunst, berühmt zu werden \* Egmont: LEGO Explorer \* Moses: Team-Spiele (Scharade, Was tun? etc.) \* Poltner et al.: Crowdfunding und Crowdfunding \* Schmitz: Erfolgreich ausbilden \*

## Weiterbildung (Persönliches Wachstum)

Nolden: Geschichte und Erinnerung in Computerspielen \* Schimansky/Oloko: Die Macht der Meinungsführer \* Esteban: Do Epic Stuff! \* O'Mara: Das Glück des Gehens \* Thielmann (Hg.): Akteur-Medien-Theorie \* Day: Dieses Buch macht dich wahnsinnig ... kreativ und glücklich \* Stankowski + Duschek: Marken:Zeichen \* Walz: Ihre Finanzen \* Schule Schloss Salem: 1920-2020 \* Hellemann et al.: Wirtschaftspolitische Chronik ... \* Brösel: Grundwissen Konzernrechnungslegung \* Optimum: Vitamin Grün \* Walz: Einfach genial entscheiden im Falle einer Finanzkrise \* Mukerji ... : Covid-19: Was in der Krise zählt \* wbv: Journal für Schreibberatung \* Rottler et al.: Die geheimen Muster der Sprache \* Nocun/Lamberty: Fake Facts \*

## Sachbuch

Beethoven: Welt.Bürger.Musik \* Gläser/Kühnle: Handbuch Mediencontrolling \* Levy: Facebook – Weltmacht am Abgrund \* Lunke-witz: Der Aufbau-Verlag ... \* Traub: Future for Fridays? \* Holzberger: Zittern Sie sich frei! \* Anton/Schetsche: Sie sind da \* Kriener: Leckerland ... \* Metz: Die Lesbarkeit der Bücher \* Essig: Hand aufs Herz \* Piketty: Kapital und Ideologie \* Mast: Black Mamba: Imagination \* Busa: Flora & Leo \* Stankiewicz: Münchner Meilensteine \* Gilbert: Dot to dot - Das Logikrätsel mit Durchblick \* Levy: Facebook – Weltmacht am Abgrund \* Ranicki: Der doppelte Boden \* Siblew-

ski (Hg.): Es kann nicht still genug sein \* Fischer: Gute Karten \* Flatfield: Faszination menschliche Iris \* Harper: Fatum \* Zeise: Schreibschriften \* Diehl et al.: Health Power \* Koopmans: Das verfallene Haus des Islam \* Christo and Jean-Claude: Projects 1963-2020 \* Schneider: Finger im Buch \* Ghaffar: Der Koran ... \* Valuch: Die ungarische Gesellschaft \* Lantenhammer: Color Siteplan \* Buchas et al (Hg.): Chinas Grand Strategy \* Bernet (Hg.): Reportagen 50 \* Heepen: Coronavirus \* Obrist ...: Das Fünf-Elemente-Frühstücksbuch \* Wett: Kiss & Cook – Gay Guy Edition \* Kommer: Souverän investieren \* BUND: Wild! \* Krüger: Der Lokführer ... \* Müller et al.: Kunst des Briefeschreibens \* Oberländer: Zwischen den Zeilen \* Norberg: Fortschritt \* Fuest: Wie wir unsere Wirtschaft retten \* Bendikowski: 1870/71 \*

## Belletristik (PW)

Simon: Eisenblut \* Grisham: Die Wächter \* Christos: 1965 – Der erste Fall für Thomas Engel \* Franke/Kuhnert: Krabbenkuss mit Schuss \* Thompson: Rose Water \* Mróz: Bis zum Ende \* Liu: Zerbrochene Sterne \* Pfundmeier: Kreuzkruzefix \* Bouvier: Codename Corvus \* Koch: Friedhof der Krustentiere \* Goga: Der Ballhaus-Mörder \* Nordby: Kalte Nacht/Kalter Strand \* Zimmermann: Kryonium \* Lamsdorff/Frank: Geldgerinnung \* Mantel: Spiegel und Licht \* Engberg: Glasflügel \* Fitzek: Safehouse (Spiel) \* Dahl: Vier durch vier \* Sachs: Das launische Gehirn \* Ross: Oreo \* Cummins: American Dirt \* Riebe: Tage der Hoffnung \* Oetker: Tödliche Zwillinge \* Kunisch: Todtnauberg \* Illinger: Quantum \* Cors: Sturmwind \* Aziz: Das Tor \* Camilleri: Kilometer 123 \* Adolffson: Tiefer Fall \* Celestin: Gangster Swing in New York \* Turhan: Tödliche Auszeit \* Burke: Die Schuld der Väter \* Haushofer: Die Wand \* Hadley: Zwei und zwei \* Bonnot: Der erste Mensch \* DUDEN: ABC-Universum \* Engberg: Blutmond \* Asimov: Foundation Trilogie \* Cixin: Kugelblitz \* Wheaton: Emily Eternal \* Kim: Aufzeichnungen eines Serienmörders \* Almstädt: Ostseegruft \* Sager: Verschließ jede Tür \* Maiwald: Wenn die Gondeln untergehen \* Kliesch: Die Frequenz des Todes \* Gatti: Der amerikanische Agent \* Almstädt: Ostseegruft \* Ravensburger: Memory diverse \* ASS: Wilde Tiere \* Beer: Das schwarze Band \* Heikkinen: Rentier-Mafia \* Vöhringer: Karl Valentin ist tot / Das Ludwig Thoma Komplott \* Läckberg: No Mercy \* Kalla: Patient Null \* Bonnot: Die Melodie der Geister/Im Sumpf der Camargue \* Musso: Ein Wort ... \* Asimov: Die Suche nach / Die Rückkehr zur Erde \* Franklin: Krumme Type ... \* Disher: Hitze \* Jacob: Saint Matorrel \* Reitemeier et al.: Fürstliches Alibi \* Marrs: The Passengers \* Swann: Mord in Sunset Hall \* Heimbach: Die Rote Hand \* Leon: Geheime Quellen \* ZEIT: Wissenschafts-Thriller \* Christie: Das fehlende Glied in der Kette \* Murata: Das Seidenraupen-Zimmer \* Seibold: Schneewittchen und die sieben Särge \* Harlander: 42 Grad \* Viskic: Sound \* Child: Der Bluthund \* Baldacci: Abgetaucht \* Zypkin: Die Brücke über den Fluss / Ein Sommer in Baden-Baden \* Faldbakken: Wir sind Fünf \* Ventura: Mitten im August \* Schneider: Hunkeler in der Wildnis \* Walker: Connaisseur \* Kallentoft: Verschollen in Palma \* King: Blutige Nachrichten \*

## ADRESSENLISTE

### GABAL Vorstand/Fachbereiche

Bettina Walker (Sprecherin)  
Veronikastraße 25a, 45131 Essen  
Fon 02 01 - 72 65 8-84, Fax - 86  
[bettina.walker@gabal.de](mailto:bettina.walker@gabal.de)  
► Strategie

Kai Bühler (Stellv. Sprecher)  
celanio GmbH  
Fritz-Erler-Str. 23, 76133 Karlsruhe  
Fon 07 21 - 38 13 41 25  
[kai.buehler@gabal.de](mailto:kai.buehler@gabal.de)  
► KMU, IT

Dr. Katja Bett  
Viergiebelweg 24, 70192 Stuttgart  
Fon 07 11- 50 47 36 35  
[katja.bett@gabal.de](mailto:katja.bett@gabal.de)  
► eLearning

André Jünger  
GABAL Verlag  
Schumannstr. 155, 63069 Offenbach  
Fon 069 - 8300 66-43, Fax - 33  
[andre.juenger@gabal.de](mailto:andre.juenger@gabal.de)  
► Koordination GABAL Verlag

Erna Theresia Schäfer  
GABAL e.V.  
Budenheimer Weg 67, 55262 Heidesheim  
Fon 0 61 32 - 50 95 09 0  
[erna.schaefer@gabal.de](mailto:erna.schaefer@gabal.de)  
► Regionalgruppen/Mitgliederkommunikation

Marcus Sperlich  
Dieselstr. 12, 61191 Rosbach  
Fon 0 60 03 - 91 42 0  
[marcus.sperlich@gabal.de](mailto:marcus.sperlich@gabal.de)  
► Finanzen

Kassia Ecker  
Untere Felsenstr. 41, 75180 Pforzheim  
Fon 0 72 31-5 86 71 80  
[kassia.ecker@gabal.de](mailto:kassia.ecker@gabal.de)  
► Kooptiert

### Ehrenvorsitzender

Prof. Dr. Hardy Wagner  
Richthofenstr. 12, 76831 Billigheim  
Fon 063 49 - 99 64 55, Fax - 99 64 56  
[hardy.wagner@gabal.de](mailto:hardy.wagner@gabal.de)  
► STUFEN zum Erfolg

### GABAL Regionalgruppen

#### RG Allgäu

Dr. Roland Vees (Ansprechpartner)  
Fon 083 20 - 925 99 00  
[rg-allgaeu@gabal.de](mailto:rg-allgaeu@gabal.de)

#### RG Berlin/Brandenburg

Brigitte Hagedorn, Dina Weiler  
[rg-berlin@gabal.de](mailto:rg-berlin@gabal.de)

#### RG Hannover

Wolfgang Neumann  
Fon 05 11 - 696 62 80  
[rg-hannover@gabal.de](mailto:rg-hannover@gabal.de)

#### RG Nord

Daniela Landgraf  
Fon 01 74 - 241 97 88  
[rg-nord@gabal.de](mailto:rg-nord@gabal.de)

#### RG Nordbayern

Julia Kunz  
Fon 09 11 - 54 84 630  
[rg-nordbayern@gabal.de](mailto:rg-nordbayern@gabal.de)

#### RG Oberbayern

Christiane Espich, Dr. Rudolf Müller  
Fon 0 89 - 20 33 08 68  
[rg-oberbayern@gabal.de](mailto:rg-oberbayern@gabal.de)

#### RG Rheinland

Christel Freyer, Nicole Dittombée und Inga Geisler  
[rg-rheinland@gabal.de](mailto:rg-rheinland@gabal.de)

#### RG Rhein-Main

Bernd Braun, Monika Mischek  
[rg-rhein-main@gabal.de](mailto:rg-rhein-main@gabal.de)

#### RG Rhein-Neckar

Thomas Ruf  
Fon 06 21 - 47 17 37  
[rg-rhein-neckar@gabal.de](mailto:rg-rhein-neckar@gabal.de)

#### RG Ruhrgebiet

Viktoria Hammon  
Fon 0 21 31 - 52 52 748  
[rg-ruhrgebiet@gabal.de](mailto:rg-ruhrgebiet@gabal.de)

#### RG Rosenheim

Dr. Rudolf Müller  
Fon 0 80 34 - 70 78 25, Fax - 70 80 14  
[rg-rosenheim@gabal.de](mailto:rg-rosenheim@gabal.de)

#### RG Stuttgart/Südwest

Kassia Ecker  
Fon 07 231 - 58 67 180  
[rg-stuttgart@gabal.de](mailto:rg-stuttgart@gabal.de)

#### RG Thüringen-Sachsen

Miriam Hamel (Ansprechpartnerin)  
Fon 03 61 - 65 361 526  
[rg-thueringen-sachsen@gabal.de](mailto:rg-thueringen-sachsen@gabal.de)

### Internationale Ansprechpartner/-innen

#### GABAL Österreich

Dr. Claudia Dostal  
Kugelberg 82, A-8111 Judendorf-Straßengel  
Fon +43 31 24 - 511-83  
[oesterreich@gabal.de](mailto:oesterreich@gabal.de)

## GABAL SERVICE

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

Den aktuellen Verlagskatalog erhalten Sie direkt vom GABAL Verlag, [info@gabal-verlag.de](mailto:info@gabal-verlag.de).

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

**GABAL e. V.**, [www.gabal.de](http://www.gabal.de)  
Bettina Walker V.i.S.d.P.  
Vereinsregister Nr. 50596,  
Amtsgericht Ludwigshafen

### GABAL Geschäftsstelle:

Erna Theresia Schäfer  
Budenheimer Weg 67, 55262 Heidesheim  
Fon 0 61 32 - 50 95 0-90  
[info@gabal.de](mailto:info@gabal.de)

### Geschäftszeiten:

Montag bis Freitag, 8.00 – 16.00 Uhr

### Redaktion:

Erna Theresia Schäfer

**Grafik:** blümelart-Grafikdesign, Mörstadt

### Jahresabonnement:

Bezug kostenlos, Erscheinungsweise:  
zweimal pro Jahr

### Redaktionsschluss der nächsten GABAL-impulse: 01.03.2021

### Haftungsausschluss:

Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts der GABAL-impulse übernehmen Verband und Redaktion keine Gewähr.

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)



# 20 exzellente **LERNORTE**

finden Sie in ganz Deutschland und  
unter [www.exzellente-lernorte.de](http://www.exzellente-lernorte.de)



**EXZELLENT LERNORTE** sind herausragend spezialisierte Tagungshotels, die durch ein optimales räumliches Umfeld Lernerfolge verstärken. Alle Häuser orientieren sich an neuesten Trends und Erkenntnissen der Weiterbildung, um perfekte Lernbedingungen zu bieten. Jedes Hotel pflegt dabei seine ganz besonderen Spezifikationen. Die kompetenten Mitarbeiter der Exzellente Lernorte sind für Trainer und Personalentwickler Gesprächspartner auf Augenhöhe für nahezu alle Trainingsformen. Alle Hotels eint zudem der permanente Austausch untereinander und gemeinsames Lernen, um durch Innovation und moderne Mitarbeiterführung exzellente Ideengeber für Tagungskunden zu sein.