Spezialbeilage zur Zeitung ERFOLG 9/12 Ausgabe Oktober 2012

KMU Aus- und Weiterbildung

Expertenwissen! Boden für den Transfer schaffen

„Vertraute“ Signale …. Warheit oder Lüge?

Erfolg im Sicherheitsdienst

Die Kunst Menschen zu führen

Social Media für KMU

Attraktive Tagungslokalitäten

Gesundheitsbetriebe suchen angehende Pflegefachleute HF

THINKshop.ch Der Profi Nachfüllservice für leere Druckerpatronen

Nachfüllen im Schweizer Profilabor bis 50% günstiger!

Tintenpatronen-Frust muss nicht sein: Statt teure Original Tintenpatronen kaufen, können Sie diese im Profilabor nachfüllen lassen. Einfach per Post einsenden und Geld sparen. Bestellen Sie Jetzt Ihre Gratis-Versandtasche auf www.THINKshop.ch oder telefonisch unter der Gratisnummer 0840 733 455.

✔ **Günstiger.** **Sie sparen pro Wiederbefüllung bis zu 50% Kosten gegenüber Originalprodukten!** Bei ganzen Sets sparen Sie bis zu Fr. 120.– pro Jahr.

✔ **Bequemer.** Sie stecken Ihre leeren Patronen einfach in die vorfrankierte Versandtasche, werfen diese in den nächsten Briefkasten und erhalten Patronen des gleichen Typs wenige Tage später neu befüllt und sofort einsatzfähig per Post zurück.

✔ **Ökologischer.** Tintendrucker-Patronen sind wie «Mehrweg» Gebinde, bei denen die Tinte fehlt. 12 Millionen oder 400 Tonnen pro Jahr landen in der Schweiz im Abfall. Deshalb: Nachfüllen schont die Umwelt und spart Geld!

Gratis-Versandtaschen bestellen Sie einfach auf www.thinkshop.ch oder telefonisch unter der Gratisnummer 0840 733 455.

*Gegenüber durchschnittlichem Preis des Originalherstellers

Preisbeispiel

Canon PGI 520 & CLI 521
Original Canon **CHF 72.00***
THINKshop.ch **CHF 36.90**

bis 35.– gespart!

So einfach geht's:

1. Leere Patronen in die Gratis-Versandtasche stecken
2. Versandtasche in nächsten Briefkasten werfen
3. Sie erhalten automatisch Patronen des gleichen Typs in wenigen Tagen per Post zurück

Schweizer Profilabor

Seit 2004 werden bei uns in Basel Druckerpatronen maschinell geprüft, gereinigt und mit Schweizer Qualitätstinte wiederbefüllt – in hoher Qualität, für brillante Farben und eine lange Lebensdauer.

Schweizer Profilabor seit Jahren bewährt

CRTechnologies AG | Auf dem Wolf 37 | 4052 Basel | Tel. 0840 733 455 | service@thinkshop.ch

Roland M. Rupp

Geschätzte Leserinnen und Leser

Neulich war ich bei einem Unternehmer welcher mehrere Aussendienstmitarbeiter hat. Im Laufe des Gesprächs hat sich herauskristallisiert, dass er nicht mehr richtig zu seinen Mitarbeitern durchdringt bezüglich Verkaufsmotivation. Ich habe dann ein bisschen nachgehakt und schnell wurde klar, dass der Unternehmer in der Vergangenheit den Schwerpunkt auf Fachausbildung gesetzt und den Bereichen Persönlichkeitsentwicklung und Verkaufsmotivation viel zu wenig Bedeutung geschenkt hat. Einmal erkannt hat der Unternehmer sofort reagiert und schon bald dürfen seine Mitarbeiter in eine entsprechende Schulung. Und wie ist es bei Ihnen? Wann haben Sie das letzte Mal Ihre Mitarbeiter in ein Motivations- oder persönlichkeitsbildendes Seminar geschickt oder selber ein Solches besucht? Nehmen Sie sich doch wieder einmal Zeit und gönnen auch Sie sich ein solches Seminar. Auch wenn Sie sicherlich schon einige Seminare besucht haben, so gibt es doch immer wieder neue Inputs und Anregungen, welche Sie umsetzen und noch erfolgreicher werden können. Und das wünsche ich Ihnen von Herzen.

Es grüsst Sie freundlich
Roland M. Rupp
Verlagsleitung

Inhaltsverzeichnis

Mitarbeiterentwicklung

Führungskompetenz 4

Führungskräfte aus eigener Schmiede 6

Erfolg im Sicherheitsdienst 8

Schulungsdefizite beim Einsatz von Office-Software 9

Social Media für KMU 10

Mitarbeiter- oder Unternehmensfortbildung? 11

Gesundheitsbetriebe suchen angehende Pflegefachleute HF 12

Hören wir auf zu „seminaren“, beginnen wir zu „transferieren“ 14 / 15

„Vertraute“ Signale... Wahrheit oder Lüge? 17

Seminarlokalität

Bei uns ist Baggern erlaubt! 18

Impressum

Herausgeber:
Netzwerk Verlag GmbH
Eschenring 13, 6300 Zug
Tel. : 041 761 68 52
Fax : 041 761 68 57
www.netzwerk-verlag.ch
verlag@netzwerk-verlag.ch

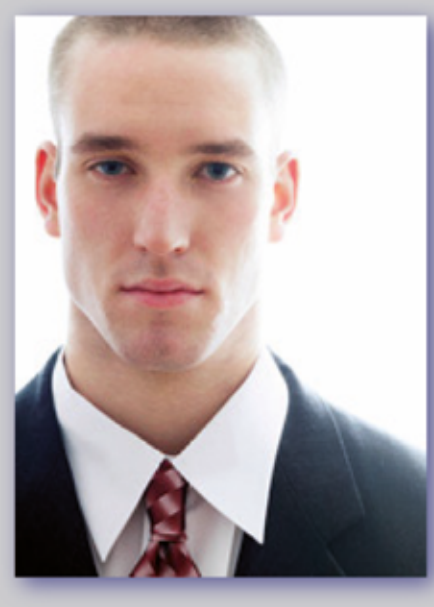
Verlagsleitung:
Roland M. Rupp

Auflage:
35’000 Leser

Copyright:
Das Abdrucken von Texten und Inseraten nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

BZDietikon
BERUFSBILDUNGSZENTRUM

Diplomstudiengang Produkt-Manager/in



INFORMATIONSABENDE

Aktuelle Daten zu Informations-Veranstaltungen finden Sie auf www.bzd.ch unter Lehrgänge und Hinweise+Informationen.

Berufsbildungszentrum Dietikon
Schöneggstrasse 12, 8953 Dietikon

START: ENDE AUGUST 2013
DIPLOMIERUNG: DEZEMBER 2014

→ 6 Monate Studium + Semesterarbeit
→ 6 Monate Studium + Diplomprüfungen
→ Diplomarbeit 10 Wochen

STUDIUM - INHALTE:

Verkauf/ Marketing:	Marketingkonzept, Management der Distributionssysteme Produktlebenszyklus, Preismanagement, Produkteplanung, Portfolio-Management
Patente/ Marken:	Grundkenntnisse Patent- und Markenschutz, Nutzen der gewerblichen Patent- und Markenschutzrechte Eintragung einer Marke
Betriebswirtschaftslehre:	Kostenrechnung, Deckungsbeitrag, Break-Even Rechnung Dynamische Investitionsrechnung, Grundkenntnisse einer Bilanz und Erfolgsrechnung
Unternehmensführung:	3-tägiges Unternehmensplanspiel (Vernetzung Module & Fächer), Techniken im globalen Export, E-Commerce E-Procurement (Beschaffungsmarketing) Change-Management, Round-table Day mit PM Profis
Managementtechniken:	Kreativitätstechniken, Verhandlungstechnik Kommunikative Kompetenzen, Szenariotechniken

IHR NUTZEN:
- Ein- bzw. Aufstieg in eine gut bezahlte Kaderposition im Bereich Marketing/Verkauf
- Übernahme einer zentralen Drehscheiben-Funktion innerhalb der Organisation
- erweiterter Verantwortungsbereich, unabkömmlicher Generalist
- Sicherheit im operativen Tagesgeschäft als Product-Manager dank hohem Praxisbezug
- First-time-right bei der Entwicklung und Einführung „Ihrer“ Produkte im Markt!

ZULASSUNG:
- dreijährige kaufmännische oder technische Grundausbildung, 3 Jahre Berufspraxis
- Minimale Marketing Kenntnisse von Vorteil – aber nicht Bedingung

AUFWAND & KOSTEN:
- 20 Schultage im 2-Wochenrhythmus (Freitag ab Mittag, Samstag)
- CHF 8'580.- inkl. Prüfungsgebühren und Diplomarbeit

PRODUKT-MANAGER/IN BZD

Tel: 044 745 84 84 I E-Mail: sekretariat@bzd.ch I www.bzd.ch

EDUQUA

FÜHRUNGSKOMPETENZ

Entwickeln. Stärken. Vorleben. Erleben.

Ohne FÜHRUNG und DISZIPLIN gibt es kein Erfolg! Doch, wie finden sich Menschen mit unterschiedlichstem Gedankengut, Wissensstand und kulturellem Hintergrund untereinander mit den Spitzfindigkeiten an der Spitze zurecht. Das Rezept ist individuell zusammensetzbar und verlangt in jedem Fall KLARHEIT und WÜRZE.

Eine Führungspersönlichkeit wird nur als solche ernstgenommen und respektiert, wenn sie selbst nach den Prinzipien denkt und handelt, die sie verkündet. Die Mitarbeitenden bedienen sich am gelebten Verhaltensmuster und übernehmen damit die Funktion des Spiegelbildes einer Führungskraft. Das Wahrnehmen einer Führungsrolle ist demzufolge höchst anspruchsvoll und mit Schwerarbeit gleichzustellen. In einem zeitgemässen Führungsstil liegt die Fähigkeit, Fragestellungen aus ganz unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten und vor einem erweiterten, geistigen Horizont die richtige Entscheidung zu fällen. Fairness, Respekt und Empathie sind vorausgesetzt. Soweit so gut; da ist nichts **NEUES FÜR SIE** dabei.

DIE KUNST, Menschen ZU FÜHREN.

Unzählige Führungskräfte sind sich der Tragweite ihrer zusätzlich übernommenen Verantwortung bewusst und haben im Grundsatz den Wunsch, Strategien nachhaltig wirksam im Gedankengut von Mitarbeitenden zu verankern. Erschwerende Führungs- und Teamarbeit erwächst meist durch unvorhersehbare soziale und wirtschaftliche Umwälzungen, die eine Strategieänderung zur Folge haben. Führungsfreuderaubend können auch Mitarbeitende oder Führungskollegen sein, die innerlich mit sich selber unzufrieden und dadurch demotiviert sind, das Unbeeinflussbare aus dem Tagesgeschäft sowie der konstante Spardruck. Die Zeit fehlt sowieso an allen Ecken und Enden – und, der permanente Druck zu Leistung und Erfolg macht die Situation auch nicht einfacher. Welcher Führungskraft könnte man es dabei verübeln, wenn sie das Wegschauen bevorzugt, anstelle „den Stier frühzeitig an den Hörner zu packen". Langfristig wird jedoch diese Strategie zum Bumerang und zur inneren und äusseren Unzufriedenheit und Auswirkung führen. Umso wichtiger ist es, die definierten Führungsgrundsätze oder –vorstellungen in regelmässigen Abständen zu hinterfragen und mit den aktuellen Führungspersönlichkeiten abzustimmen. Dazu gehört auch die Reflektion des Führungsteams, des eigenen Verhaltens, die Eigenmotivation und den Mut, sich intern für kritische Themenbereiche in einer Organisation zu exponieren. Bedauerlicherweise hört dann aber auf dieser Verantwortungsebene oftmals die Interaktionsbereitschaft auf und die Führungsglaubwürdigkeit gegenüber den Mitarbeitenden lässt dadurch auch grosszügig nach.

*Monica Fischer ist Inhaberin der **Fischer Consulting | HR Services & Management Advisory,** in Küssnacht am Rigi. Das Beratungsunternehmen ist spezialisiert auf Führungsarbeit, operatives und strategisches Personalmanagement, Persönlichkeits- und Organisationsentwicklung.*

Alle wunderbar formulierten Leitgedanken sind nichtsnutzig, wenn die Geisteshaltung nicht in absoluter Weise danach ausgerichtet ist. Dazu gehören die authentische Umsetzung der Führungsklarheit und das gemeinsam praktizierte Führungsverständnis.

Der Herbst gehört zu den herrlichen Jahreszeiten, wo uns in bildlicher Sprache die **ERNTE DER FÜHRUNG** verdeutlicht wird. Die Reben würden uns wohl kaum Jahr für Jahr mit genüsslichem Saft beglücken, wenn der Winzer nicht konsequent die Rebstöcke zurechtstutzen und pflegen würde. Und zwar rechtzeitig in der dafür vorgesehenen und bestimmten Zeit. Was für die Fruchternte gilt, steht auch für die Unternehmenskultur, deren Führungskräfte und Mitarbeitenden. Grenzen setzen und Verbindlichkeiten einfordern, hat mit Wertschätzung zu tun. In dieser gegenseitigen Verlässlichkeit entsteht das Gefühl der Sicherheit, des Vertrauens und der Entwicklung.

*Von Monica Fischer**

Die Definition der verschiedenen Rollenbilder schafft KLARHEIT und motiviert zur verbindlichen Umsetzung in allen Hierarchiestufen. In einem aktiv begleiteten, massgeschneiderten und **praxisnahem Leadership-Coaching** erleben Sie eine intensive Form der Führungsarbeit und –qualität.

SIE STÄRKEN damit Ihre persönliche und fachliche Souveränität und profitieren umfassend und nachhaltig.

www.fischer-hrservices.ch

Führungskräfte aus eigener Schmiede

Wie ein KMU mit einem eigenen Programm für seinen Führungsnachwuchs sorgt.

Führungskräfte intern aufbauen oder extern rekrutieren? Diese Frage stellt sich für viele KMU. Die K-Tron, ein Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau, hat sich für das «Sowohl-als-auch» entschieden. Mit dem Aufbau eines Nachwuchspools schaffte sie die Grundlage, um bei Nachfolgen auch auf geeignete interne Talente zugreifen zu können. Die Entwicklung und Durchführung eines Führungsnachwuchsprogramms war der erste Schritt auf dem Weg dorthin.

Olivier Inhelder

Führungsnachwuchsprogramm – ein Projekt

Wichtig für den Start dieses Vorhabens waren das Commitment der Geschäftsleitung, ein breit abgestütztes Projektteam und ein professionelles Projektmanagement. Für die Fach- und Prozessberatung zog die K-Tron einen Organisationsberater bei. Unter der Führung der Personalleiterin wurde das Projekt geplant und Mitglieder aus der obersten Führungsetage in das Projektteam eingeladen.

Das Kompetenzprofil als Kompass

Um eine nachhaltige Entwicklung der Nachwuchsführungskräfte zu gewährleisten, muss das Programm einige zentrale Anforderungen erfüllen:

- Die Vorbereitung auf zukünftige Führungsaufgaben ist ein Prozess. Deshalb dauert das Programm rund ein Jahr.
- Der modulare Aufbau widerspiegelt die thematischen Schwerpunkte und sorgt für eine sinnvolle Verknüpfung der einzelnen Module.
- Über alle Module hinweg werden Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen ausgewogen gefördert.
- Lernformen on-the-job und near-the-job fördern das Erfahrungslernen und den Praxistransfer.

Aufbauend auf dem Programmkonzept und dem erarbeiteten Kompetenzprofil entstand die Grobplanung für die einzelnen Module. Nun galt es noch, ein Leitungsteam aus Spezialistinnen und Spezialistinnen in ihrem Gebiet zusammen zu stellen. Um eine optimale Passung zwischen Aufgaben, Unternehmen und Fachperson zu erreichen, wurden die Module im grossen BeraterInnen- und TrainerInnen-Netzwerk des Beratungspools (1) ausgeschrieben.

Kompetenzen und Netzwerk wachsen

In den einzelnen Modulen wurden die angehenden Führungskräfte gezielt gefördert. So wurde beispielsweise im Modul ‚Unternehmerische Kompetenzen' mithilfe einer Unternehmenssimulation betriebswirtschaftliche Aspekte erprobt, reflektiert und mit der Theorie verknüpft. Zusätzlich ermöglichten zwei Wochen Jobrotation den Blick über den Tellerrand. Führen ist kommunizieren. Deshalb war die Entwicklung von Leadership-Kompetenzen, ein Ziel, das über mehrere Module verteilt immer wieder aufgegriffen wurde. Mit dem Modul «Kollegiale Beratung» wurde der Bogen zwischen der Führungsausbildung und der Berufspraxis geschlagen.

Kombinierte Lernprozesse aus Präsenzveranstaltungen und selbstgesteuertem Lernen ermöglichen einen optimalen Praxistransfer. Deshalb nahm die Projektarbeit einen wichtigen Stellenwert in der zweiten Hälfte des Programms ein.
In der Abschlussveranstaltung konnten die 9 Teilnehmer die Projektergebnisse präsentieren und Ihr Zertifikat entgegen nehmen.

Fazit

Mit dem Führungsnachwuchsprogramm (FNP) hat die K-Tron ein wirkungsvolles und motivierendes Instrument geschaffen, um Talente auf ihre zukünftige Führungsaufgabe vorzubereiten und sie gleichzeitig ans Unternehmen zu binden. Bewährt hat sich der Mix aus Trainings, Jobrotation, Workshops mit der Geschäftsleitung, Fallarbeit in der kollegialen Beratungsgruppe und das individuelle Projekt in Einzel oder Teamarbeit. Auch das interne ‚Networking' wurde in der Gruppe erfolgreich angewendet – und damit schon im Voraus ein Vorteil für die künftige Führungsfunktion geschaffen.
Die interne Auswahl und Förderung von Nachwuchsführungskräften kommt einem KMU letztlich nicht nur günstiger als die externe Rekrutierung, sondern sie ist auch ein wirksamer Beitrag zur Unternehmensentwicklung.

Autoren

Olivier Inhelder ist Weiterbildungsmanager & Coach BSO. Er hat die K-Tron bei der Entwicklung und Umsetzung des FNP beraten.

www.inhelder-consulting.ch
www.beratungspool.ch.
Susanne Näpflin ist Personalleiterin der K-Tron Switzerland Ltd.
www.ktron.com

Podiumsgespräch der Basler Gesellschaft für Personal-Management am 23. November um 17.00 Uhr in Basel: «Neue Führungskräfte braucht das Land».
Moderation: Olivier Inhelder.
www.bgp-basel.ch/Veranstaltungen

Massgeschneiderte Firmenkurse

Weiterkommen, während andere stehen bleiben

Mitarbeitende sind das wertvollste Kapital jedes Unternehmens. Ihre Weiterbildung eine sichere Investition. Die Klubschule Migros bietet massgeschneiderte Kurse zu den wettbewerbsentscheidenden Bereichen der Zukunft:

Beratungsgespräch und Bedarfsermittlung

↓

Schriftliches Angebot

↓

Feinkonzeption und Abstimmung

↓

Seminarorganisation

- Terminplanung
- Schulungsraum
- Einsatzplanung
- Lehrmittel

↓

Seminardurchführung

↓

Evaluation

↓

Nachbetreuung

- Management & Wirtschaft
- Informatik & Neue Medien
- Sprachen
- Betriebliche Gesundheitsförderung

Welche Ziele auch immer Sie für Ihre Mitarbeitenden und Ihr Unternehmen anstreben – die Klubschule Migros begleitet den gesamten Weiterbildungsprozess Ihrer Firma zuverlässig und erfolgsorientiert. Wir beraten Sie individuell, ganzheitlich und persönlich.

Den Schulungsort bestimmen Sie: bei Ihnen in der Firma oder in einer der 50 Klubschulen in der Schweiz.

Kontaktieren Sie uns. Wir beraten Sie gerne.

firmen@klubschule.ch
www.klubschule.ch/firmen

klubschule
MIGROS

Erfolg im Sicherheitsdienst durch Aus- und Weiterbildung

Die beruflichen Anforderungen werden immer komplexer und nehmen kontinuierlich zu. Viele Menschen verspüren den Wunsch, sich weiterzubilden und neue Kompetenzen zu erwerben. Dabei stellen sich die Fragen: Wieviel soll in eine Weiterbildung investiert werden? Wer definiert eine qualitativ gute Ausbildung und was darf diese kosten? Liegt es wirklich im Interesse des Arbeitgebers, günstige Rahmenbedingungen für mehr Flexibilität und Mobilität des Personals zu schaffen?

Thomas Vontobel
Geschäftsführer und Inhaber siaut GmbH

Wer ist die siaut GmbH?
Die siaut GmbH (Sicherheit, Ausbildung und Training) ist ein Dienstleistungsunternehmen, welches seit 2006 auf dem Markt ist. Sie bietet Academy (Aus- und Weiterbildungen im Sicherheitsbereich für Privatpersonen, Sicherheits- und Behördenangestellte), Training (taktisches und einsatzbezogenes Training), Consulting (Analyse, Konzepte, Beratung) und Security (Sicherheitsdienstleistungen) an. Unsere Ausbilder/innen arbeiten aktiv im Sicherheitsdienst und sind daher am Puls der Zeit.

Kundenanforderungen definieren die Qualität und rechtfertigen die Kosten!
Das kundenbezogene Qualitätsverständnis definiert Qualität als die «perfekte Realisierung aller Kundenanforderungen an ein Produkt». Die Realisierung der Kundenanforderungen ist eine Herausforderung für das Dienstleistungsunternehmen und rechtfertigt in der Regel die höheren Aus- und Weiterbildungskosten. Eine auf den Kunden abgestimmte Aus- und Weiterbildung, z.B. Rechtskunde, CPR oder Kommunikation erhöht den Erfolg des Kunden – Qualität setzt sich stets durch!

Was bedeutet Aus- und Weiterbildung innerhalb der siaut GmbH?
Die Aus- und Weiterbildung ist für ein Dienstleistungsunternehmen wie die siaut GmbH sehr wichtig und ein laufender, zentraler Prozess. Nur bestausgebildetes Personal kann den Qualitätsanforderungen des Kunden standhalten. Deshalb ist es wichtig, dass die Ausbilder/innen auf dem aktuellsten Stand der Technik sind. Bei der siaut GmbH werden die Mitarbeiter/innen intern sowie extern durch die jeweiligen Produkteherstellerfirmen, z.B. Safariland, IDC-System AG oder SSK geschult bzw. auf den aktuellsten Wissensstand gebracht und zertifiziert.

Ausbildungsnachweis und Zertifizierung.
Ein Ausbildungsnachweis und/oder eine Zertifizierung ist in der heutigen Zeit sehr wichtig und Teil der Berufswelt. Deshalb stellt die siaut GmbH nach bestandener Prüfung ein entsprechendes, national oder international anerkanntes Zertifikat aus, z.B. Grundausbildung im Sicherheitsdienst, CPR oder RSG-2000. Darauf aufbauend bietet die siaut GmbH weiterführende Trainings- und Weiterbildungsmodule an, welche die Teilnehmer/innen in der heutigen, schnelllebigen Zeit auf dem aktuellsten Stand halten.

Was bedeutet Aus- und Weiterbildung für Sicherheitsangestellte?
Im Beruf verspüren viele Menschen den Wunsch, sich weiterzubilden und neue Kompetenzen zu erwerben. Die stetige Weiterbildung z.B. als Fachmann für Sicherheit und Bewachung (FSB) ist oftmals Voraussetzung, um im Beruf zeitgemäss zu bestehen. Darüber hinaus führt sie zu mehr Motivation und Freude und vor allem zu mehr Chancen.

Was bedeutet Aus- und Weiterbildung für ein Sicherheitsdienstunternehmen?
Für ein Unternehmen ist gut geschultes Personal im Allgemeinen kostenintensiv. Der zeitliche sowie finanzielle Aufwand zahlt sich jedoch aus durch mehr Sicherheit, höhere Qualität, besseres Image und Kosteneinsparung durch Schadensbegrenzung.

Dieses Ziel und diese Mission verfolgt die siaut GmbH in ihrem Angebot an Aus- und Weiterbildung. Ziel und Mission sind aber auch Teil des Unternehmens selbst.

Weitere Informationen unter
www.siaut.ch
info@siaut.ch

Schulungsdefizite beim Einsatz von Office-Software

Zeit ist Geld. Als Geschäftsführer eines KMU kennen Sie diesen Spruch natürlich und wissen, dass er auch tatsächlich zutrifft. Ihre Mitarbeiter entlohnen Sie nach der Zeit, die sie mit Arbeiten in Ihrem Betrieb verbringen. Umso mehr sollten Sie daran interessiert sein, dass diese Zeit gut genutzt wird. Meine Erfahrung zeigt aber, dass bei der Bedienung von Softwareprogrammen sehr viel Zeit verloren geht, weil die Mitarbeiter nicht genau wissen, wie sie mit der Software umgehen müssen, um damit wirklich effektiv und effizient zu arbeiten. Wissen Sie wie viel Zeit in Ihrer Firma durch unsachgemässe Bedienung von Softwareprogrammen verloren geht ? Es ist ein Fakt, dass in Schweizer KMU der Ausbildungsstand der Mitarbeiter punkto EDV den hohen Anforderungen an eine effiziente Nutzung der Software nicht genügt. Somit geht also auch beim Einsatz Ihrer EDV wertvolle Arbeitszeit verloren.

Was können Sie dagegen tun ? Je mehr Ihre Mitarbeiter wissen, desto effizienter können sie ihre Arbeit erledigen. Da gerade im Bereich der EDV-Anwendung immer noch sehr viele Personen Berührungsängste haben, ist eine gezielte Ausbildung das ideale Mittel, diese Ängste abzubauen und dem Mitarbeiter die Sicherheit zu geben, dass er sein Arbeitsmittel im Griff hat.

Sie haben erkannt, dass Ihre Mitarbeiter geschult werden müssen ? Dann stellt sich nun die Frage, wie das zu geschehen hat. Sie haben verschiedene Möglichkeiten und unterschiedliche Lösungsansätze. In erster Linie wird es Sie natürlich interessieren, wie viel es kosten und wie viel Aufwand auf Sie zukommen wird. Am einfachsten ist es wohl, die Verantwortung dem Mitarbeiter zu delegieren. Vielleicht stellen Sie ihm dafür ein paar Stunden Arbeitszeit zur Verfügung oder Sie beteiligen sich an den Kosten für einen Kurs. Ob der Mitarbeiter dabei die nötigen Fertigkeiten für das Daily-Business erreicht, ist äusserst fragwürdig. Wenn Sie Glück haben, passen die Schulungsinhalte zu 60% mit den Anforderungen in ihres Betriebs überein. Wenn sie Pech haben, sind es nur 20%.

Besser ist es also, wenn Sie die Schulung selbst in die Hand nehmen und zur Chefsache erklären. Da Sie selbst aber weder die EDV sehr gut kennen noch, wissen wie man pädagogisch/didaktisch Inhalte vermittelt, müssen Sie sich Gedanken darüber machen, wer Sie in dieser Sache unterstützen könnte. Sie werden sich also idealerweise mit einem externen Schulungsanbieter zusammen tun. Damit aber nicht einfach eine Person von aussen kommt und Ihren Mitarbeitern sagt, was diese zu tun haben, ist es eine sehr clevere Idee, die Mitarbeiter selbst in die Schulung zu integrieren. In fast jeder Firma ist ein Mitarbeiter zu finden, der sich schon etwas besser mit Informatik auskennt oder sich mindestens für das Thema interessiert. Diese Person befördern Sie zum EDV-Verantwortlichen. Sie wird beim Erstellen der Schulungsunterlagen und beim Ausarbeiten der Schulungsinhalte als Co-Ausbilder mitarbeiten. Bei ihr laufen auch nach der Schulung alle Fäden zusammen und sie wird in der Lage sein neue Schulungsinhalte selbständig aufzubereiten und an die anderen Mitarbeiter weiter zu geben. Dem konkreten Coaching dieser Schlüsselperson ist also grösste Aufmerksamkeit zu widmen, wenn Sie eine dauerhafte Lösung für die Schulung Ihrer EDV-Anwender anstreben. Dieses System erhöht nachweislich den Erfolg von Softwareschulungen und wird auf die Dauer gesehen auch die Kosten für die Schulung deutlich senken.

Reto Studer, Ausbilder mit eidg. FA,
KIS Consulting Studer GmbH,
www.kis-consulting.ch
079 352 97 11
043 538 72 26

Social Media für KMU: Einführung von Kompakt-Lehrgängen in der Schweiz

Die SOMEXCLOUD Social Media Akademie bietet ab dem 2. November erstmalig in der Schweiz einen Social Media Manager-Kompaktlehrgang an. In nur drei Wochen gelangen die Teilnehmer zu einem vollwertigen Social Media Manager-Zertifikat, welches an der ZHAW – Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften – um ein Diplom ergänzt werden kann. David Schäfer, Gründungspartner von SOMEXCLOUD, erläutert den Nutzen von Social Media für kleine und mittlere Betriebe in der Schweiz.

Warum soll sich ein KMU in den Social Media engagieren?
So pauschal lässt sich die Frage nicht beantworten. Grundsätzlich gilt aber: Facebook und Co gehören zum Alltag der Bevölkerung wie Radio und Fernsehen. Die Anspruchgruppen Schweizer KMU, seien es Kunden, Zulieferer oder Mitarbeiter, halten sich im Social Web auf. Da kann es nicht schaden, hier Kontaktpunkte anzubieten.

SOMEXCLOUD Gründungspartner David Schäfer

Mit welchen Gefässen, Plattformen und Tools soll ein Betrieb operieren und wie geht ein Unternehmen das an?
Das ist von Fall zu Fall anders. Es kommt darauf an, welche Ziele mit einem Social Media Engagement erreicht oder unterstützt werden sollen.

Social Media ist ein günstiger Marketingkanal. Kann ein KMU mit dessen Einsatz auf herkömmliches Marketing verzichten?
Wir verstehen Social Media als eine Erweiterung der Marketingkommunikation, nicht als Ersatz für andere Kanäle. Insgesamt wird der Aufwand für die Kommunikation eher zunehmen, auch finanziell, was im Zeitalter der Kommunikation schlicht unvermeidbar ist.

Sollten sich alle Mitarbeiter auf den firmeneigenen Social Media Plattformen engagieren können oder muss das eine verantwortliche Person oder Abteilung übernehmen?
Sowohl als auch! Die Mitarbeiter sind ohenhin schon im Social Web unterwegs. Gerade bei KMU besteht ja eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen. Da wäre es schade, ihre Netzwerke nicht im Sinne des Unternehmens einzubinden. Gleichzeitig ist es aber wichtig, dass die Social Media-Bestrebungen von Unternehmen koordiniert vonstatten gehen. Das geht nur über klare Verantwortlichkeiten.

Für welche Zielgruppe bietet SOMEXCLOUD die Kompakt-Lehrgänge an?
Wir haben bereits über ein Dutzend Lehrgänge mit einer Lehrgangsdauer von jeweils 15 Wochen erfolgreich durchgeführt. Zum Teil haben unsere Teilnehmer für die Anreise über zwei Stunden gebraucht. Wir wurden wiederholt gebeten, unsere Ausbildung in Form eines Kompaktlehrgangs anzubieten. Um Rücksicht auf Personen zu nehmen, die von weit her anreisen oder etwa aufgrund anderer Verpflichtungen nicht 15-mal unter der Woche einen Nachmittag oder Abend blockieren können. Wir gehen auch davon aus, dass dieses Format KMUs entgegenkommt: Der Arbeitgeber übernimmt die Kosten und stellt den Arbeitnehmer am Freitag frei, der Arbeitnehmer investiert seinerseits den Samstag.

In welchem Rahmen finden die Kompakt-Lehrgänge statt?
Ab dem 2. November, in den folgenden drei Wochen, jeweils freitags und samstags von 08:00 bis 18:30 Uhr.

David Schäfer ist Jurist und Executive Master of Science in Communication Management. Er ist Gründungspartner der SOMEXCLOUD und als Social Media Berater tätig.

Die SOMEXCLOUD Social Media Akademie bietet neben Social Media Manager, Community Manager und Unternehmen 2.0/Social Business-Lehrgängen auch massgeschneiderte Inhouse-Schulungen für Unternehmen an.

Die nächsten Lehrgangsdaten:
- Social Media Manager Kompakt-Lehrgang, Start am 2. November
- Community Manager, Start am 7. November
- Social Media Manager, Start am 8. November

Das SOMEXCLOUD-Zertifikat kann um ein Diplom bei der ZHAW ergänzt werden.

Mehr Infos unter www.somexcloud.com
SOMEXCLOUD GbmH
Buckhauserstrasse 40
8048 Zürich
Telefon 044 576 66 10
info@somexcloud.com
www.somexcloud.com

Mitarbeiter- oder Unternehmensfortbildung? Die Zukunft Ihrer KMU.

Die Weiterbildung der Mitarbeiter wird heutzutage als wichtiger Bestandteil des Erfolges eines Unternehmens betrachtet. Oftmals liegt das Augenmerk dabei auf der Fach- und nicht auf der Sozialkompetenz. Doch selbst auf dieser Ebene: Wie steht es mit dem Fachwissen des Unternehmens, z.B. in Sachen „New Marketing“ oder „Internet und Social Media Marketing“?

Manche Menschen besitzen eine ausgeprägte Sozialkompetenz, andere wiederum weniger. Dies in einem Kurs zu lernen ist nicht ganz einfach und dennoch stellt es einen grossen Teil der zwischenmenschlichen Beziehungen und Kommunikation innerhalb eines Unternehmens dar. Die fachliche Kompetenz hingegen, kann relativ leicht erlernt und verbessert werden durch eine gezielte Weiterbildung und das grosse Angebot solcher Kurse wird daher auch rege von Firmen für Ihre Mitarbeiter genutzt. Letztes Jahr stellte ich hier die Frage der Vorbildfunktion der Geschäftsleitung und heute möchte ich einen Schritt weitergehen und die Frage der zeitgemässen Fachkompetenz einer ganzen Organisation in Frage stellen.

Kann (oder muss) man eine ganze Organisation weiterbilden?

Internet und neuerdings auch die sozialen Medien haben die uns bekannte Geschäftswelt auf den Kopf gestellt. Die Massenmedien wurden zur Medien der Masse und der Verkäufermarkt zum Käufermarkt. Das bedingt, dass die Kundenkommunikation nicht mehr einigen Personen wie Verkäufer oder Marketingleuten auf erliegt sondern sich quer durch die gesamte Firmenorganisation erstrecken muss. Jede Person und jede Abteilung muss nun in der Lage sein, mit ihrem spezifischen Wissen, Kundenbedürfnisse zu befriedigen. Dadurch verliert das bisher klassische, hierarchische Denken seinen Sinn um einer Netzwerkkommunikationsstruktur Platz zu machen. Wer in der unteren Hälfte solch einer Hierarchie arbeitet wird dies natürlich gerne einsehen, wer in der oberen Hälfte ist (und Jahre gebraucht hat um dorthin zu gelangen) eher nicht. Hier liegt eine grosse strukturelle Hemmschwelle, welche sich einem gesamten Umdenken einer Organisation in den Weg stellt. Die notwendige neue Struktur einer Firma erfordert eine Fortbildung aller Angestellten um sich den neuen Gegebenheiten des Marktes anpassen zu können und (noch wichtiger in meinen Augen) um jedem Mitarbeiter die Begründung dieser Änderung begreiflich zu machen.

Das Verständnis von etwas Neuem ist ein wichtiger Motivationsfaktor für uns Menschen.

Die ersten Dampfmaschinen verängstigten die Leute, doch die Erklärung, dass Feuer und Wasser Dampf erzeugen und dieser eine Antriebskraft darstellt, ermöglichte es den Menschen diesen Fortschritt zu akzeptieren und dann zu nutzen. Wer im 21. Jahrhundert neue Kunden gewinnen will, muss von diesen gefunden werden und auch deren Erwartungen (an Dienstleistungen und/oder Produkte) erfüllen. Dazu muss eine gesamte Organisation bereit sein mit jedem einzelnem Kunden zu kommunizieren und zwar interaktiv. Die Kommunikationskanäle müssen um die digitalen Medien erweitert werden und daher auch die Firmenstruktur dementsprechend adaptiert werden. Der berühmte Satz von Alfred Chandler „Structure follows Strategy“ sollte nun erweitert werden und **„Structure follows Strategy follows Customer“** lauten. Nur wenn alle Mitarbeiter eines Unternehmens die unterschiedlichen Bedürfnisse und Wünsche ihrer Kunden kennen, können sie sich mit einer neuen Strategie anfreunden und dann auch eine neue Struktur akzeptieren. Die Strategie ist Chefsache – auch die oft vernachlässigte Social Media Strategie – und sollte daher auch jedem Angestellten bekannt sein. Ein heimlicher Businessplan wird sonst zum „unheimlichen“ Plan, den die Angestellten unbewusst untergraben.

Eine lernende Organisation ist der Schlüssel zum Erfolg.

Das situativ angepasste fachliche Wissen ermöglicht es einer Firma, ihre Strukturen an die Kunden anzupassen und damit auch die sozialen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter zu verstärken und zu fördern. Nur wenn **Alle** am gleichen Strick ziehen, bewegt sich das Schiff in die gewünschte Richtung. Weiterbildung wird zum strategischen Ziel.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine erfolgreiche, neue Unternehmenskultur und -struktur.

Ihr KMU-Lotse, Robert W. Haas
www.kmu-lotse.com / 041 712 20 61

Gesundheitsbetriebe suchen angehende Pflegefachleute HF

Die Bevölkerung wird immer älter. Auch die Häufigkeit von chronischen Krankheiten nimmt stetig zu. Dadurch verzeichnen die Spitäler/Kliniken, Alters- und Pflegezentren sowie die Spitex einen zunehmenden Bedarf an qualifizierten Fachkräften.

Diese Gesundheitsbetriebe suchen angehende Pflegefachfrauen/-männer auf Stufe Höhere Fachschule (HF). Wer eine Berufslehre mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis, Fachmittelschule oder Maturität absolviert hat, kann mit der attraktiven Ausbildung starten.

Quereinstieg ist möglich

Es gibt unterschiedliche Varianten, die Ausbildung Pflege HF zu absolvieren: Im Vollzeitpensum dauert die Ausbildung drei Jahre. Ein Quereinstieg aus einem anderen Berufsfeld ist vorgesehen. In der Zentralschweiz gibt es Betriebe, welche die Studierenden in einem Teilzeitpensum zu 60, 70 oder 80 Prozent ausbilden. Die Ausbildung passt sich den individuellen Bedürfnissen der Studierenden an: Je kleiner das Pensum, desto länger dauert die Ausbildung. FaGe mit einschlägiger Vorbildung können alle Ausbildungsvarianten verkürzt absolvieren.

Beziehungen pflegen

Der 23-jährige Marco Bontekoe aus Emmenbrücke hat es geschafft: Mitte September hat er das Diplom zum Pflegefachmann HF erhalten. Als Pflegefachmann HF übernimmt Marco Bontekoe im täglichen Arbeitsprozess viel Verantwortung. «Als Pflegefachmann HF agiere ich als Vermittler zwischen den Bewohnerinnen und Bewohnern, den Angehörigen und dem medizinischen Fachpersonal.» Wichtig sei dabei insbesondere, sich stets an den Bedürfnissen der Bewohner zu orientieren, sagt Marco Bontekoe. «Das Ergebnis der Leistung spiegelt sich direkt im Wohlbefinden der Bewohnerinnen und Bewohner wider. Diese vielen zwischenmenschlichen Beziehungen - das ist es, was mein Schaffen ausmacht», so Marco Bontekoe.

Marco Bontekoe, dipl. Pflegefachmann HF, plant die Pflegeprozesse seiner Bewohner im Betagtenzentrum Wesemlin.

Einblick in den Pflegeberuf

Die ZIGG veranstaltet gemeinsam mit den regionalen Gesundheitsbetrieben Informationsveranstaltungen zum Beruf diplomierte/-r Pflegefachfrau/-mann HF. Angesprochen sind Interessierte, welche Fach- und Führungsverantwortung in der Pflege übernehmen wollen. Der Start in die praxisnahe Ausbildung ist im März oder September möglich. Wer einen Beruf nahe am Menschen und mit Karriereperspektiven sucht, erhält an der Informationsveranstaltung einen Einblick in die Tätigkeitsbereiche der Pflege. Eine Anmeldung unter www.zigg.ch ist erwünscht.

mynewjob.ch

Finden Sie Mitarbeiter / Trouver des collaborateurs / Find workers

SEARCH

Erfolgreiche Veröffentlichung Ihrer Jobangebote und gezielte Kandidatensuche.
Publication réussie de vos offres d'emploi et recherche de candidat ciblée.
Successful publishing of your job offerings and targeted candidate search.

www.mynewjob.ch

Hören wir auf zu „seminaren“, beginnen wir zu „transferieren“.

Trainerinnen und Trainer kennen Szenarien, in denen Teilnehmende sich wie in desorientierten Atmosphären befinden, sprich, sie wissen eigentlich gar nicht, weshalb sie das Seminar besuchen, ein häufig eingetretenes Phänomen. Speziell dann, wenn es sich um Firmenseminare handelt. Meist erläutern die Teilnehmenden auch gleich am Anfang beim Abholen der Erwartungen, dass sie nicht freiwillig gekommen sind, dass sie überhaupt nicht verstehen, warum dieses Seminar stattfindet und warum sie kommen mussten. Eine geballte Kraft an Widerstand, Unwille und Demotivation macht sich so gleich am Anfang eines Seminartages breit: „Man hat ja keine Wahl, dabei hat doch nie jemand gesagt, wir machen unseren Job schlecht.“ - Eine interessante Aussage, suggeriert sie doch folgende Fragezeichen aus Sicht der Teilnehmenden:

- Warum muss ich dieses Seminar besuchen? Die Kunden und Kundinnen, die ich betreue, sind doch zufrieden.
- Mache ich etwas falsch? Wieso weiss ich nichts davon? Usw.

Die Verunsicherung der Teilnehmenden, wenn sie gar nicht oder nicht genug in den Prozess eingeweiht werden, kann die Offenheit gegenüber dem Seminarthema und nennen wir sie mal „Lernlust“, stark beeinträchtigen**.**

Auch das kennen TrainerInnen: Am Ende eines Seminartages kommen gute bis sehr gute Feedbacks, die Teilnehmenden sind mit dem Tag zufrieden, obwohl sie anfangs dem Training mit grosser Skepsis begegnen. Sie teilen mit, was sie mitnehmen und in die Praxis umsetzen wollen. Leider bleibt es oft beim Vorsatz, 77% der Teilnehmenden verändern nach einem Seminar am Arbeitsplatz nichts[1].

Boden für den Transfer schaffen

Wie kommt es, dass der Transfer so auf der Strecke bleibt? Eine erschütternde Erkenntnis, gut 4/5 aller von Mitarbeitenden besuchten Seminaren sind offensichtlich „für die Katz“. Die grössten Widerstände für einen gesunden Transfer in die Praxis sind PersonalentwicklerInnen und TrainerInnen oft bekannt: fehlende Motivation Neues zu erfahren, alte Muster aus Angst vor Neuem nicht loslassen wollen und Unterstützung bei den Vorgesetzten. Und, nicht zu vergessen, der transparente Veränderungsprozess. Von Ralf Besser, selbst Trainer und Coach, stammt dazu: „Der beste Transfer ist der, den man selber nicht bemerkt.„[2]

Klärung der Rollen, der Bedürfnisse und der messbaren Ziele

Natürlich können wir als TrainerInnen einen Auftrag zur Leitung eines Seminars (meist zu Themen wie Verkauf und Kommunikation) einfach nach Wunsch der AuftraggeberInnen durchführen. Und sicher sind wir fähig, auch bei Demotivation und Widerstand die Teilnehmenden so aufzufangen, dass sie mit einem guten Gefühl sich einbringen können. Allerdings tun wir uns keinen Gefallen, wenn wir im Vorfeld die Rollen, Bedürfnisse und Ziele der einzelnen beteiligten Gruppen (und der Trainerin) nicht klären. Somit macht es Sinn, offene Fragen mit den AuftraggeberInnen vor der Durchführung zu klären. Hier eine Auswahl der wichtigsten Fragen:

- Wie und wo ist das bevorstehende Seminar im Veränderungsprozess eingebettet?
- Woran wird erkannt, dass ein Seminar für die Mitarbeitenden diesen Prozess unterstützen kann? (Gesamtzielformulierung)
- Welche messbaren Ziele sollen mit dem Seminar verfolgt werden? (Thema Transfer)
- Wie sehen die Bedürfnisse / Erwartungen von Seiten Geschäftsleitung und von Seiten der Teilnehmenden an das Seminar aus?

Die AuftraggeberInnen wie Vorgesetzte wissen oft nicht, wie sie Ziele, die sie vor Augen haben, messen, gedenke denn formulieren können. Im Sinne einer „best practice“ können wir als TrainerInnen ge-

nau dort Unterstützung geben und helfen, einen IST-Zustand und einen SOLL-Zustand zielorientiert zu formulieren. Gehört genauso zum Transfer in die Praxis.
Und ebenso dies:
Meistgenannte Bedürfnisse von Seiten der UnternehmerInnen: Gewährleistete Zielerreichung, messbare Werte einer Qualitätssteigerung in einer bestimmten Zeit, ergo: betriebswirtschaftlichen Nutzen.
Meistgenannte Bedürfnisse von Seiten der Teilnehmenden: Spass haben, Kontakte knüpfen, Abwechslung zum Arbeitsalltag, interessant aufgebauter Stoff (ich möchte keine Langeweile), Inhalte sollen mir was nützen.

Mitarbeitende als erweiterten Marketingkanal ansehen

Es ist interessant, wenn's um Marketing und Werbung geht (Ziele: wir wollen mehr Umsätze, mehr Bekanntheitsgrad, etc.) , dann scheuen wir keinen Aufwand, sowohl finanzieller wie ressourcenorientierter Natur. Betrachten wir doch Budegets im Markom und dann der Bereich Personalentwicklung / Weiterbildung. Dabei wäre es ein Einfaches, die Mitarbeitenden als erweiterten Marketingkanal zu sehen, denn sie sind mit ihrer Motivation, diejenigen, die – aktiv oder passiv - obengenannte Ziele mitgestalten und helfen, zu erreichen. Mitarbeitende wollen Anerkennung, wollen gesehen und gehört werden und übernehmen gerne Verantwortung, wenn sie entsprechend angesprochen werden. Voraussetzung einen Transfer in die Praxis vollumfänglich gewährleisten zu können, sind:

- einen Veränderungsprozess den Mitarbeitenden vollumfänglich aufzeigen
- ihren Teil der Verantwortung benennen (Erwartungen transparent machen)
- die verschiedenen Rollen darin klären
- Ziele messbar und realistisch formulieren

Umdenken im Fokus

Den Fokus auf Lernziele, Transfer und Nachhaltigkeit zu legen, bedeutet den Massstab „Tagesansatz" durch „Entwickeln in Modulen und Schritten" zu ersetzen, denn dies ist für den Veränderungsprozess notwendig.
Dennoch, machen wir uns nichts vor, Seminare für die Mitarbeitenden zu buchen, dient oft auch als Motivationsspritze, Entlastung des Arbeitsalltags etc. oder auch als Entlastung der Vorgesetzten, wenn Führungsaufgaben in Veränderungsprozessen nicht wahrgenommen werden können oder wollen. Geklärt werden sollte dies im Vorfeld mit den TrainerInnen. Denn Klärung ist die Aufgabe der Trainerin.

mariella de matteis
Weitere Informationen unter:
www.mdm-training.com

[1] Studie von Prof. Sabine Seufert, Geschäftsführerin scil (Swiss Centre for Innovations in Learning, Universität St. Gallen)
[2] Rolf Besser, Transfer – Damit Seminare Früchte tragen / Verlag Beltz, 3. Auflage, 2004

SOUNDSERVICECENTER GMBH
Eventtechnik & Elektronik Shop
AudioSysteme

Laden Öffnungszeiten
Mo. – Fr. 14 – 18.30 Uhr
Sa. 14 –17.00 Uhr
Mo & Fr Abendverkauf: bis 20 Uhr
Phone 043 477 84 83
www.soundservicecenter.ch
Stegstrasse 15, 8820 Wädenswil

"Und Ihr Event wird ein Erlebnis"

Ton & Licht Vermietung/Verkauf
- Audio & Licht Installation
- DJ- Equipment
- High-End –HiFi
- Reparaturen

Unser Event in Zermatt

DIENSTAG

10:30 Strategie-Meeting auf 3'883 m ü. M.
(Matterhorn glacier paradise)
Anschliessend Produktpräsentation
im Gletscher Palast

MITTWOCH

14:00 Helikopter Rundflug mit Apéro
auf dem Äschihorn

19:00 Starlight-Dinner auf dem Gornergrat
Besichtigung des Observatoriums

DONNERSTAG

Besteigung des Breithorn (4'164 m ü. M.)
mit Abseilen in eine Gletscherspalte

Tagen und schlemmen in der Erlebniswelt vom **Hotel Alex**.

Staunen Sie: Das Bergpanorama ergreift Sie im **Parkhotel Beau Site** mit voller Wucht.

Ungezwungenes Ambiente für Ihr Meeting in den Chalets vom **Mountain Boutique Resort Cervo**.

Im **Grand Hotel Zermatterhof** geniessen die Konferenzteilnehmer die Sicht aufs Matterhorn.

Meetings & Incentives mit bis zu 360 Personen sind im traditionsreichen **Mont Cervin Palace** möglich.

Verbinden Sie Ihren Event im **Hotel Schweizerhof** mit typisch schweizerischen Spezialitäten.

Eine Terrasse und ein Seminarraum mit Sicht aufs Matterhorn bietet Ihnen das **Sunstar Style Hotel**.

In den 5 Bars und Clubs im **Unique Hotel Post** wird die Nacht zum Tag gemacht.

Seminarraum, Bar mit offenem Kamin, 2 Restaurants sowie eine Disco bietet das **Hotel Pollux**.

Lust auf aussergewöhnliche Incentives in den Bergen?

ZERMATT MATTERHORN

www.zermatt.ch

Zermatt Tourismus
mice@zermatt.ch
www.zermatt.ch/mice

„Vertraute“ Signale… Wahrheit oder Lüge?

Die „wahre“ Sprache unseres Körpers. Ist es wirklich so, dass unser Körper stets die Wahrheit sagt und wir daraus ersehen können, ob wir unserem Gegenüber Vertrauen schenken können oder nicht?

Es ist schon viel darüber geforscht und diskutiert worden, ob nonverbale Signale angeboren, genetisch bedingt, erlernt oder anderweitig erworben sind. Man hat Gruppen von Menschen verschiedener Herkunft und Mentalitäten beobachtet und hat deren nonverbale Signale analysiert.

Man kam zu dem Ergebnis, dass sich bestimmte Gesten und damit körpersprachliche Haltungen bestimmten Kategorien zuordnen lassen. Einige grundlegende Gesten, die der Kommunikation dienen, sind überall auf der Welt gleich. Wenn Menschen glücklich sind lächeln sie, wenn sie traurig oder verärgert sind, runzeln sie die Stirn, blicken finster oder weinen gar. Wenn uns ein neu geborenes Kind zum ersten Mal anlächelt, dann kommuniziert es uns tiefes Urvertrauen. Wenn uns jedoch eine Person gegenüber steht und ihre Arme über der Brust verschränkt, dann empfinden wir nicht nur Ablehnung, sondern bekommen sie auch von Körper zu Körper präsentiert. Wir werden zu dieser Person in diesem Moment kein Vertrauen fassen können.

Aber was bedeutet Vertrauen überhaupt und welche Gesten und Körperhaltungen kommunizieren uns Vertrauen?

Vertrauen ist festes Überzeugtsein von der Verlässlichkeit oder Zuverlässigkeit einer Person. Damit ist gesagt, dass Vertrauen in erster Linie auch Glauben an eine Sache und vor allem an eine Person ist. Dieses Vertrauen kann verschiedene Facetten annehmen, von voll, blind, unerschütterlich bis hin zu rückhaltlos.

Wie können wir aber nun feststellen, ob wir Vertrauen in einen Menschen haben dürfen, den wir zum ersten Mal sehen, mit dem wir zum ersten Mal in eine private oder geschäftliche Beziehung eintreten?

In dem wir uns die Sprache unseres Körpers zu nutze machen. Unser Körper spricht stets die Wahrheit, er ist unser nonverbales „wahres“ Sprachrohr.

Mimik, Gestik, Tonfall, Haltung, Gang hinterlassen einen bleibenden Eindruck. Sie prägen Sympathie und Antipathie deutlicher als alles, was wir sagen.

Auf Grund einer klassischen Studie wird der Vertrauen erweckende Gesamteindruck von einer Persönlichkeit zu 55 Prozent von der äusseren Erscheinung und der Körpersprache, zu 38 Prozent von der Stimme und nur zu 7 Prozent vom Inhalt des Gesprochenen bestimmt.

Stellen Sie sich vor, eine gute Kollegin aus der Firma besucht sie, um sich bei Ihnen über ihre Diskussion mit dem Chef auszulassen. Sie sollten jedoch eine dringende Kundenreklamation beantworten. Da Sie ihr aber sehr nahe stehen und selbst schon in dieser Situation gewesen sind, sagen Sie zu ihr: „ Oh schön, freut mich Dich zu sehen.“ Im selben Moment jedoch spielen Sie nervös mit ihrem Stift oder schauen verstohlen zur Uhr.

Was glauben Sie? Kann sie Ihren Worten und Gesten Vertrauen schenken, die ihr eigentlich andeuten, dass Sie etwas anderes tun wollten, als ihr zuzuhören.

Jeder Mensch lebt in der Interaktivität vom Ich zum Du!

Unser Körper bewegt sich entweder bewusst oder unbewusst immer hin oder weg von unserem Gegenüber. Das „Bewusste“ oder sagen wir das geistige wird stets durch den Kopf angezeigt, wohingegen das „Unbewusste“ durch unseren Körper signalisiert wird. Demnach zeigt uns der Kopf in der Körpersprache das gerade brauchbare, so auch die Lüge an, während der Körper uns unbewusst immer die Wahrheit sagt, denn – unbewusstes Lügen ist uns nicht möglich, da wir zur „Creation“ der Lüge immer unseren Geist nutzen müssen. Mit dem Kopf können wir denken und damit Lügen. Mit dem Körper reagieren wir verzögert auf Gesagtes, schützen uns vor verbalen Angriffen und haben dauerhaft keinerlei Einfluss auf diese, unsere körperlichen Signale. Sie passieren einfach. Jetzt werden Sie sicher fragen: „Ja, und Schauspieler und Politiker werden doch trainiert und geschult, damit sie möglichst neutral erscheinen und auftreten.“ Das ist grundsätzlich richtig, nur auch diese Menschen haben einen Körper, wie wir und können nur in ganz wenige Situation für wenige Sekunden ihre Körpersprache „im Griff“ halten bzw. beeinflussen.

Yvonne Schubert
Expertin für nonverbale Kommunikation und Physiognomie
Ypsiologie GmbH

Es lohnt sich also in der Tat, auf körperliche Signale zu achten, wenn wir herausfinden wollen, ob wir unserem Gegenüber Vertrauen entgegen bringen können oder nicht. Denn diese Signale sagen uns mehr als tausend Worte es jemals vermögen könnten. Wenn Sie mehr Vertrauen „gewinnen“ möchten, können Sie sich in einem eintägigen Workshop in die Welt der nonverbalen Kommunikation entführen lassen. Sie werden begeistert sein!

Mehr dazu unter www.ypsiologie.ch

Bei uns ist Baggern erlaubt!

Infrastruktur

- grosser Konferenzsaal (426 m2) mit bis zu 500 Sitzplätzen und Tageslicht
- 56 Seminar- und Gruppenräume von 20 bis 350 m2 mit 8 bis 100 Sitzplätzen und Tageslicht
- IT-Schulungsraum (106 m2) mit 25 voll ausgerüsteten Arbeitsstationen
- diverse Ausbildungshallen mit Kies- oder Hartboden
- grosses Foyer (330 m2) für Ausstellungen und Apéros
- 400 Hotelzimmer in 2 unterschiedlichen Standards
- 25 m Hallenbad mit 4 Bahnen
- Sporthalle (288 m2)
- Sport- und Fussballplatz (4000 m2)

Das grösste Seminar- und Bildungszentrum der Schweiz liegt mitten im Grünen und nur wenige Kilometer von Luzern entfernt. Ein Treffpunkt für Workshops, Konferenzen, GVs, Seminare oder Prüfungen. Über 50 Seminarräume in allen Grössen und ein grosser Konferenzsaal für bis zu 500 Personen schaffen optimale Rahmenbedingungen für jeden Anlass. Das kostenlose W-LAN auf dem ganzen Gelände ist neben attraktiven Seminarpauschalen ein weiteres Plus für anspruchsvolle Seminargäste.

Das CAMPUS SURSEE Seminarzentrum ist bequem mit dem Auto oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar und verfügt über eine eigene Bushaltestelle und 500 Parkplätze. Für mehrtägige Seminare, Trainingslager oder Projektwochen stehen unter der Woche 200 und am Wochenende 400 moderne Hotelzimmer in zwei Komfortstufen zur Verfügung. Die Einzel- und Zweibettzimmer bieten die ideale Umgebung zum Entspannen oder Arbeiten.

Vom Sandwich bis zum Lammrückenfilet

Egal, ob ein kurzer Kaffee oder ein ausgiebiges Dinner: Das CAMPUS SURSEE Seminarzentrum bietet die ganze gastronomische Palette. Das Selbstwahlrestaurant MERCATO bietet täglich vier Tagesmenüs sowie ein reichhaltiges Salatbuffet. Für eine kurze Pause ist das trendige Bistro PIAZZA mit 200 Sitzplätzen genau das Richtige. Das bediente Abendessen geniesst der Gast im gemütlichen RISTORINO. Für Bankette stellt das CAMPUS SURSEE Gastroteam individuelle Menüvorschläge und Weinangebote zusammen. Oder kosten Sie unseren neuesten Leckerbissen: das mörderische Schauspiel-Dinner, ein exklusiver Abend mit einem unterhaltenden Mix zwischen kulinarischen Köstlichkeiten und schauspielerischen Genüssen. Lassen Sie sich überraschen.

Vom Hallenbad bis zur Bau-Olympiade

Wer geistige Höchstleistungen vollbringt, braucht einen Ausgleich. Das CAMPUS SURSEE Seminarzentrum und seine Umgebung bieten zahlreiche Möglichkeiten, sich sportlich und spielerisch zu betätigen. Unter anderem mit schweizweit einzigartigen Rahmenprogrammen. Als Highlight die Bau-Olympiade, bei der alle Gäste selbst einen Kleinbagger bedienen dürfen. Hier geht es nicht nur um Geschicklichkeit und Spass, sondern auch um das stärkende Teamerlebnis. Die vorhandene Infrastruktur mit Hallenbad, Fussballplatz, Sporthalle und Sauna animiert zu sportlichen Höhenflügen. Klar ist: Der CAMPUS SURSEE bietet alles andere als Alltag.

Weitere Informationen unter:
www.seminarzentrum.campus-sursee.ch
seminarzentrum@campus-sursee.ch

CAMPUS SURSEE
Seminarzentrum

RAMADA Hotels

Ihr attraktiver Tagungs- und Ferienpartner in der Schweiz

Buchen Sie Ihre Wunschdestination unter **www.ramada-treff.ch** oder direkt via E-Mail an:

christian.gottstein@ramada-treff.ch

Tel. 079 592 16 52

Profitieren Sie von den Sonderkonditionen für SKV-Mitglieder!

RAMADA

Die Hotelauswahl ist ein Auszug aus dem RAMADA Portfolio.

RAMADA PLAZA Basel****

Tagungshotel im Messeturm mit 1000 m² Seminarfläche

RAMADA Hotel Zürich City****

Businesshotel direkt gegenüber dem Stadion Letzigrund

RAMADA Hotel Solothurn****

Seminarmeile zusammen mit dem Palais Besenval und dem Landhaus

RAMADA Hotel Regina Titlis Engelberg****

Seminar- und Ferienhotel im Zentrum von Engelberg

TREFF HOTEL Sonnwendhof Engelberg***

kleines Ferienhotel mit familiärer Atmosphäre

RAMADA Hotel La Palma au Lac Locarno****

Seminar- und Ferienhotel direkt am Lago Maggiore

RAMADA Hotel Arcadia Locarno****

familiäres Hotel für kleine und grosse Gäste direkt an der Promenade

werbelinie.ch

Die Arena Thun schmückt sich…

… für Ihr Weihnachts- und Neujahrsessen als Höhepunkt des Geschäftsjahres.

Zu einem festlichen Weihnachtsessen gehören nicht nur der liebevoll gedeckte und geschmückte Tisch, sondern auch das Glühwein-Apéro am Spielfeldrand und ein persönlich zusammengestelltes Festmenü von unserem Küchenchef.

Wir bieten Ihnen, für eine Gruppe von 8 Personen bis hin zu einer Veranstaltung mit 360 Gästen, den idealen Rahmen für Ihren Firmen- oder Vereinsanlass zu Weihnachten.

Wünschen Sie ein spezielles Unterhaltungsprogramm? Wir werden alles tun um Ihre Ideen umzusetzen, denn unser Spektrum ist so vielfältig wie Ihre Fantasie. Damit Ihr Anlass der Höhepunkt des Geschäftsjahres wird, steht Ihnen unser engagiertes Team gerne zur Verfügung:
Telefon +41 33 225 18 38 oder event@arenathun.ch

Arena Thun AG – Emotionen im Grossformat