

# TORNOW *News*



## Chancen sehen und nutzen

Ein neues Jahr bietet immer eine Fülle von Chancen und die Aussichten für 2007 werden immer rosiger, das jedenfalls bestätigen uns die Wirtschaftsweisen. Doch Chancen muss man auch eine Chance geben. Viele negieren bereits im Vorfeld Neues und somit ist Stillstand programmiert. Doch eines ist sicher: Stillstand bedeutet gleichermaßen Rückstand. Im Rahmen meiner „Jour fix der Dialoge“ bildete das Thema Veränderungsmanagement einen Schwerpunkt im vergangenen Jahr.

Nutzen Sie das Jahr 2007 und vergrößern Sie Ihren Radius und den Ihrer Mitarbeiter im Fühlen, Denken und Handeln. Daher möchte ich Ihnen rechtzeitig zum Jahresbeginn in meiner aktuellen Tornow News einige Tipps aus der Praxis für die Praxis geben.

Ihre

*Ortrud Tornow*

Ortrud E. Tornow

## Power für die Jugend

### Neu im Programm

Ortrud Tornow und Partner wird sich noch stärker um junge Leute kümmern. Wir planen unter dem Titel „Power für die Jugend“ eine modulare Reihe von Angeboten für engagierte Jugendliche, die sich noch vor ihrem Schulabschluss fit für Berufsausbildung und Studium machen möchten. Dazu wollen wir Lerntechniken, Speedreading, Etikette, Rhetorik in der beruflichen Praxis, Teamtraining und weitere Themen für junge

Leute in ansprechender und motivierender Form vermitteln.

Gerne werden wir unser Konzept in Zusammenarbeit mit Schulen, Elternverbänden oder Sponsoren aus der Wirtschaft auf breitere Füße stellen.

Wie können gerade junge Menschen sich motivieren, aktiv zu werden und gesetzte Ziele zu verwirklichen? Welche Rahmenbedingungen gilt es, zu kennen und zu gestalten? Auf diese Fragen möchten wir den Jugendlichen Antworten geben.

Lesen Sie dazu auch weiter auf Seite 2.



## Power für die Jugend:

**Ideen im Kopf, perfekte Pläne in der Schublade – aber wie etwas daraus machen?**

Nicht nur fachliche Kompetenz ist heute im Berufsleben gefragt. Professioneller Auftritt, souveräne Ausstrahlung und angemessene Verhaltensweise erhalten immer mehr Bedeutung. Der moderne Begriff dafür heißt Selbstwirksamkeit – Selfness. Doch davon haben die wenigsten Jugendlichen gehört. Einigen Wenigen sind eine klare Struktur der Persönlichkeit und eine klare Vorstellung von der Zukunft in die Wiege gelegt – das Gros ist unsicher, unschlüssig und oftmals auch unbeweglich. Doch das muss nicht so sein.

Die rasche Anpassung eines Unternehmens an die Umwelt setzt erhöhte Lern- und Veränderungsbereitschaft voraus, die von Mitarbeitern deutlich höhere Flexibilität erfordert. Persönliche, methodische, soziale und emotionale Kompetenzen sind gefragter denn je. Die Eigenschaften Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Gestaltungsfähigkeit werden immer wichtiger. Das wiederum lernen die jungen Menschen nicht in der Schule und ebenso wenig im Studium.

Bei meinen Vorträgen und Seminarveranstaltungen für Studenten, Schulabgänger und Berufseinsteiger



stelle ich immer wieder fest, dass gerade hier ein großer Nachholbedarf zielgerichteter Entwicklung besteht. Was heißt es für einen jungen Menschen, der seine berufliche Laufbahn als Flugkapitän, Journalist, Arzt oder im Handwerk und Handel sieht. Immer häufiger kommen junge Menschen auf mich zu, die sich gezielt auf ihren Beruf oder zunächst auf bevorstehende Assessments und Einstellungsgespräche vorbereiten wollen und um professionelles Coaching bitten. Für viele birgt dieses Coaching die so genannten „aha-Erlebnisse“ und Einsichten in die weitere Lebensplanung. Meiner Überzeugung nach ist diese Reflektion ein wichtiger Baustein in der Zukunftsplanung junger Menschen.

## Co-Branding – Kooperations-Marketing

Philips und Nivea brachten einen Rasierapparat heraus, der während der Rasur die Haut mit Pflegebalsam geschmeidig hält. Puma und Mini Cooper kreierten gemeinsam einen City-Flitzer im Design der sportiven Modemarke, Robinson-Ferienclubs können seit kurzem Aktionen und Events um das neue Volkswagen-Klappdach-Coupé Eos nutzen.

Erfolgreiches Kooperations-Marketing braucht einen Nutzen für die Konsumenten.. Denn eine Marketingkooperation ist nur dann erfolgreich, wenn Konsumenten einen Mehrwert davon haben – praktisch oder emotional.

Drum prüfe, wer sich bindet. Der Partner muss nicht nur in der Lage sein, die gemeinsame Leistung mitzugestalten, sondern auch zur eigenen Marke passen.

Überzeugen mit der richtigen Vorbereitung. Einen möglichen Partner gewinnt man weder mit einem bereits finalisierten Konzept noch durch eine vollkommen offene Diskussion. Daher sollten folgende Fragen im Vorfeld geklärt werden:

Sind das gemeinsame Ziel und die Zielgruppe klar definiert?

Welche Emotionen kann die Kooperation beim Kunden erwecken?

Welchen zusätzlichen Nutzen biete ich / bieten wir den Kunden?

Passt der Co-Partner zu meinem Image?

Ganz wichtig: Stimmt die „Chemie“ zwischen den Partnern?

### **Meine Einschätzung:**

Grundsätzlich ist das Kooperations-Marketing gut und wichtig, es geht weit über die üblichen Netzwerke hinaus und zeigt, dass die Unternehmen immer über ihren „Tellerrand“ hinausschauen, ganz im Interesse des Kunden. Die Chancen sind groß, in Zukunft vorhandene Marktchancen auszubauen und zu nutzen. Wichtig ist, das gemeinsame Ziel im Vorfeld genau zu definieren. Bedenken sie: Auch das Marketing muss immer die Menschen abholen und einbeziehen und bedarf immer eines Trainings. Denn im Vorfeld ist eindeutige, ehrliche und offene Kommunikation oder auch einmal Konfrontation gefragt.

## Blitzlichter aus dem vergangenen Jahr:

### Namen, Geschichten & Gesichter

Prof. Dr. Felix von Cube und IHK  
Hauptgeschäftsführer Stefan  
Schunck bei einer Event zum Thema  
„List an Leistung“ (unten)



Peter Dücker, MLP-  
Berater, Fulda im  
Gespräch mit Ortrud  
Tornow (unten)



Wolfram Killer, Direktor Hotel  
Holiday Inn



Erika Glückler, Leiterin des Bürgerbüros  
Fulda und Thomas Mölter, Amtsleiter Haupt-  
und Personalamt der Stadt Fulda (oben)



Erhard Rübsam  
Geschäftsführer Rübsam,  
Gesellschaft für  
Arbeitnehmerüberlassung  
und Ortrud Tornow, bei der  
Eröffnung eines firmen-  
internen Workshops für  
Obermonteure



Carmen Woide, Leiterin Finanz- und  
Rechnungswesen Job AG, Fulda im  
Gespräch mit Ortrud Tornow



Unten v. l. Frank Roth, Leiter  
Personalwesen R+S, Lothar Mihm,  
Geschäftsführer R+ S solutions, Karl-Heinz  
Brand, Geschäftsführer tegut und  
Constance Olbricht, Spedition Olbrich bei  
einer Übung zum Thema  
Veränderungsmanagement



Sonja Seidler, Geschäftsführerin Karstadt  
Fulda, bei einem Vortrag zum Thema  
„führen – leiten – motivieren“



Dr. Michael Imhof, Schulamtsdirektor des staatlichen  
Landkreises Fulda, im Gespräch mit Eberhard  
Bauer, Geschäftsführer Elementbau Osthessen  
ELO, Vorsitzender MIT

## Motivationsturbo: Vertrauenskultur

Leicht gesagt, nicht einfach umzusetzen - aber in der Wirkung phänomenal: Schaffen Sie in Ihrem Unternehmen eine Vertrauenskultur, denn Vertrauen ist gesteigerte Kontaktfähigkeit.

Das auf diesem Gebiet noch immer eine große „Pionierarbeit“ zu leisten ist, belegen folgende Zahlen:

Wie eine aktuelle Gallup-Umfrage zum „Engagement Index“ herausfand, verhalten sich nur 12 Prozent der Deutschen loyal gegenüber ihrer Firma. Das sind zwei Prozent weniger als im Vorjahr.

70 Prozent der Mitarbeiter leisten Dienst nach Vorschrift, weitere 18 Prozent haben innerlich bereits gekündigt.

Doch wer Chef ist, sollte nicht vergessen: Neben dem Geldverdienen ist ein Hauptmotiv die Sinnfindung im Job. Darüber hinaus möchten sich Mitarbeiter als Teil ihres Unternehmens fühlen. Beides geht nur, wenn Sie Ihre Mitarbeitenden als Menschen achten und sie im Unternehmen eigenverantwortlich mitwirken können.

Daher sollten Sie folgende Vorgehensweisen beachten:

- ⇒ Ehrliche Kommunikation
- ⇒ Fehler zulassen
- ⇒ Fördern Sie die Stärken
- ⇒ Schenken Sie Iden Gehör
- ⇒ Schaffen Sie Raum für Kreativität.
- ⇒ Zuständigkeitsgrenzen

Da neben dem Kunden der Mitarbeiter der gewinnbringendste Faktor eines Unternehmens ist, sollte auf Ihrem Team das besondere Augenmerk liegen.

„Wenn Du einem Menschen nicht vertraust, stelle ihn nicht ein – stellst du ihn ein, vertraue ihm“ – so brachte es Henry Ford treffend auf den Punkt.

Da wir Menschen unterschiedlich fühlen, denken und handeln, bedeutet Aufbau von Vertrauen für jeden Menschen etwas anders. Wichtig ist es, das Anders sein des Anderen zu erkennen und Empathiefähigkeit zu entwickeln. Gerade am Anfang einer Zusammenarbeit und durch die Hektik des täglichen Ablaufs, bleibt der Aufbau von Vertrauen auf der Strecke. Aus meiner Erfahrung ist dies die Ursache für viele spätere Konflikte.

## Kardinalfehler von Vorgesetzten

Die Sucht alles selbst zu bestimmen

Taube Ohren

Entscheidungsschwäche

Konfliktscheue

Geheimniskrämerei

Misstrauen

Unberechenbarkeit

Selbstbeweihräucherung

Sind sie überzeugt, das spontan umzusetzen, sei unmöglich? Bitte bedenken Sie: Der Erfolgreiche macht da weiter, wo ein „Erfolgloser“ aufhört. Ich garantiere Ihnen, wenn Sie auch nur einen dieser Fehler in diesem Jahr abstellen, wird sich die Motivation vieler Ihrer Mitarbeiter deutlich steigern. Lesen Sie bitte hierzu auch meinen Bericht „Vertrauenskultur und Selbstkompetenz“.

## Selbstkompetenz: Die Arbeit am Ich wird zur Schlüsselqualifikation

In meinen Seminaren treffe ich immer noch auf Menschen, die sich noch nie mit der eigenen Persönlichkeit und ihrer Wirkung auf andere Menschen auseinandergesetzt haben. Dadurch mit den ständig wachsenden Veränderungen permanent überfordert sind. Oft erleben wir diese Menschen in der täglichen Praxis als übereifrig oder aber stark negierend mit ständiger schlechter Laune und Miesmacherstimmung, anderen die Schuld gebend oder völlig unauffällig. Auf jeden Fall nicht konstruktiv.

Je mehr Geschwindigkeit in Privat- und Arbeitsleben steckt und je komplexer die Anforderungen in der globalen

Ökonomie werden, desto mehr ist eine Persönlichkeit gefragt, die sich intuitiv und schnell auf neue Situationen einlassen kann und weiß, wo die eigenen Bedürfnisse liegen.

Wie arbeite ich nun an meinem ICH? Mehr Sensibilität für die Signale aus dem eigenen Umfeld zu entwickeln, steht dabei im Vordergrund.

Ein erster Schritt ist, sich die persönlichen Muster des Fühlens, Denkens und Handelns bewusst zu machen. Dadurch entwickelt sich ein erstes Verständnis für das Verhalten und die Erwartungen des Gegenübers. Im zweiten Schritt gilt es, neue Verhaltensmuster kennen zu lernen und zu trainieren.

## Exzellente Verkäufen

Exzellente Verkäufer sind ein gewinnbringender Faktor und gerade in schwierigen Zeiten wichtig für das Unternehmen.

Wie steht es mit Ihrer Verkaufsmannschaft? Wie erfolgreich sind Ihre Mitarbeiter in der Kontaktphase? Gehen diese offen auf andere Menschen zu und können sie lächeln? Strahlen Ihre Mitarbeiter Glaubwürdigkeit und Vertrauen aus?

Wichtig ist es ebenso, dass der Mitarbeiter im Außendienst souverän mit Einwänden umgeht. Ebenfalls sollte der Verkaufsberater Sicherheit in Preisgesprächen besitzen. Und eine weitere Frage zum Abschluss: Wie sieht es mit der Abschlussquote aus? Denn: „Verkaufen können ist nicht schwer – aber dabei zu verdienen dagegen sehr!“

.....

## Ein Aufsteiger und sein Sohn

Es war einmal ein Mann, der wohnte an einer belebten Durchgangsstraße und verkaufte heiße Würstchen. Er war schwerhörig und besaß daher kein Radio. Da er zudem nur schlecht sehen konnte, las er auch keine Zeitungen, noch sah er fern. Aber seine Würstchen, die waren wirklich gut.

Er brachte an der Straße große Tafeln an, die die Passanten auf sein Geschäft aufmerksam machten und er selbst pries seine Ware lautstark an. Die Leute kauften bei ihm und sein Geschäft lief wirklich gut.

Die Bestellungen bei seinem Lieferanten wurden immer umfangreicher. Er kaufte sogar einen größeren modernen Herd, um all seine Kunden besser bedienen zu können. Auch einen privaten sehnlichen Wunsch hatte er sich erfüllen können – er ermöglichte seinem Sohn ein Studium.

Eines Tages holte er seinen Sohn in den Semesterferien nach Hause, da er seine Hilfe für das immer größer werdende Geschäft in der Hochsaison benötigte. Der Sohn wunderte sich über den Umfang, den das Geschäft

angenommen hatte und sagte: „Vater, weißt Du denn nicht, dass wir einer Wirtschaftskrise entgegen gehen? Die Leute haben immer weniger Geld und die Arbeitslosen werden immer mehr! Zwar ist es bei uns noch etwas besser als im Ausland, aber aufgrund der internationalen konjunkturellen Interdependenzen kommt das auch auf uns zu.“

Drei Stunden später, als der Vater den Begriff Internationale konjunkturelle Interdependenzen in einem Wörterbuch gefunden hatte, dachte er bei sich: „Mein Sohn muss es ja wissen. Schließlich studiert er, hört Radio und liest Zeitungen.“

Er bestellte immer weniger Ware bei seinen Lieferanten, sparte Geld für die Werbetafeln ein und mochte kaum noch an seinen Stand gehen, um seine Ware anzupreisen.

Fast über Nacht ging sein Umsatz drastisch zurück und zu seinem Sohn sagte er: „Mein Sohn, du hattest Recht, die Krise ist schon da. Ein Glück, dass Du mich rechtzeitig gewarnt hast!“

???

## Change in eigener Sache

Ortrud Tornow & Partner ist seit 1992 bewährter Partner in Sachen Training, Unternehmensentwicklung und Coaching.

Mir war und ist es immer sehr wichtig, Menschen und Unternehmen stark für die sich rasch ändernden Rahmenbedingungen der modernen Wirtschaft zu machen und sie durch die Veränderungsprozesse zu begleiten.

Ortrud Tornow & Partner hat durch neue Angebote und Themen stets Veränderungen antizipiert und sich damit selbst für neue Herausforderungen bestens gerüstet gezeigt.

Mit dem Thema „Personalentwicklung auf Zeit“ möchten Ortrud Tornow & Partner einen weiteren Baustein zur umfassenden Kundenbetreuung installieren. Dreh- und Angelpunkt ist es, Kunden bei Engpässen oder Sonderprojekten einen umfassenden Service anbieten zu können.

Unterstützt wird das Trainingsinstitut hier von der Diplom-Psychologin Gertrud Thiermann, die neben ihrer umfangreichen Berufserfahrung als Personalberaterin auch durch ihre mehrjährige Erfahrung als Führungskraft in der Personalentwicklung verschiedener Unternehmen für fundierte, pragmatische und wirtschaftliche PE-Lösungen steht. Detaillierte Informationen zu unserer Sparte „Personalentwicklung auf Zeit“ finden Sie unter

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

Managementtraining und Persönlichkeitsentwicklung

Ich selbst stehe Ihnen weiterhin mit meinen Angeboten aus den Bereichen Managementtraining, Unternehmensentwicklung und Persönlichkeitsentwicklung zur Seite und freue mich auf eine weiterhin erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Auch zu meinem Angebot finden Sie weiterführende Informationen unter [www.tornow.de](http://www.tornow.de).