

smplfy your business

Die Geheimnisse einfacher Unternehmensführung

Familien haben nachhaltigen Erfolg



Liebe Leserin,
lieber Leser,

sind Familienunternehmen erfolgreicher als Dax-Unternehmen? Das Bonner Institut für Mittelstandsforschung ging der Frage jetzt nach. Das Ergebnis: In den konjunkturell eher schwachen Jahren 2003 bis 2005 stieg die Mitarbeiterzahl in familiengeführten Firmen um 10 %, in Dax-Unternehmen sank sie um 3,5 %. Der Umsatz der Familienbetriebe stieg um 16 %, der von Dax-Unternehmen um 9 %.

Nicht die Orientierung am Aktienwert macht Familienunternehmen so erfolgreich, sondern die tiefe Verbundenheit der Firmenleitung mit ihrem Betrieb. Die Mitarbeiter spüren das: Hier finde ich nicht nur einen sicheren Arbeitsplatz, hier werde ich auch als Mensch ernst genommen und wertgeschätzt. Die Mitarbeiter wissen, dass die Chefs nicht nur 5-Jahres-Verträge wie Manager in Aktiengesellschaften haben, sondern im Zweifel ihr Lebenswerks aufs Spiel setzen.

Aber Familienunternehmen sind nicht per se die besseren Unternehmen. Immer dann, wenn Eigeninteressen vor den Familieninteressen gehen, oder da, wo die Firma zur Spielwiese wird, steht das Unternehmen auf dem Spiel. Daher braucht auch eine Familie ein gutes Management – wie Ihre Firma.

Eine einfach gute Firma wünscht Ihnen Ihr

Dr. Marc-Wilhelm Kohfink

Unternehmer und Chefredakteur von simplify your business

Strategie

Was Ihr Familienunternehmen 2008 stark und erfolgreich macht Nutzen Sie Ihre Familie als Wettbewerbsvorteil



Im inhabergeführten Unternehmen sind Geschäft und Familie eng miteinander verwoben. Doch Vorsicht: Liebe, Macht und Geld sind in manchen Fällen ein explosives Gemisch – zumal unter Verwandten. Meine Empfehlung: Sie können enormes Konfliktpotenzial zwischen Ihren Angehörigen schon früh beseitigen und Lösungen planen, bevor ein Familienstreit akut wird. **simplify your business** verrät Ihnen die wichtigsten Denkanstöße von *Peter May*, Chef der INTES-Akademie für Familienunternehmen.



Sprechen Sie Spannungen immer ganz offen an

Das ist leichter gesagt als gelebt. Der Hauptgrund für Spannungen in der Unternehmerfamilie ist einfach: Die Familie soll ein Ort von Geborgenheit und Zuwendung sein. Of-

fene Auseinandersetzungen gelten da als Störung der Harmonie und des Wir-Gefühls. So geht man den heiklen Fragen aus dem Weg: Themen wie Beteiligungen, Mitspracherecht, Nachfolge sind tabu – oder werden auf später verschoben. Gerade dadurch kann sich über Jahre ein Überdruck aufbauen, der sich einen Weg suchen wird.

Die wichtigste Regel heißt: Auf den Tisch damit! Wir reden nicht übereinander, sondern miteinander. Taucht ein grundsätzliches Thema auf, spricht der Betroffene es innerhalb von höchstens 3 Tagen offen an, damit brodelnde Befindlichkeiten nicht hochkochen.

So sorgen Sie für Gemeinschaft

Die Familie braucht viel Raum für Gemeinsamkeiten und positive Erfahrungen. So können Vertrauen und Zuneigung wachsen, und es bildet sich ein Vorrat an guten Gefühlen füreinander. Der nährt die Familie auch in schlechten Zeiten. Dieser Raum will organisiert wer-

Weiter geht's auf Seite 2

In dieser Ausgabe

Rolf Peschel beweist: Eine erfolgreiche Firma braucht kein Papier 3	So einfach wird Ihr Büro klimafreundlich 6
Wie ein 15-Sekunden-Lob 8 Stunden motiviert 4	Mehr Umsatz mit diesen neuen Werbeideen fürs Frühjahr 2008 7
Vermeiden Sie in Ihrer Firma die Todsünde Nr. 1: Demotivation 4	Wie kann ich Mitarbeiter ohne Kündigung freistellen? 8
Warum Ihre Mitarbeiter Ihre Offenheit belohnen werden 5	Welches Ablagesystem ist für meine Firma das beste? 8
Impressum 6	

www.orgenda.de/simplifybusiness

Benutzerkennwort: Ihr Nachname, Passwort: Ihre Kundennummer

den, damit die Verbundenheit nicht dem Zufall überlassen bleibt. Wer sich kennt, hat weniger Vorurteile.



So finden Sie die gute Seele der Familie

Besonders wenn sich die Familie aus mehreren Zweigen zusammensetzt, ist eine gemeinsame Integrationsfigur von Bedeutung. Finden Sie einen Familienmanager, der Organisationstalent besitzt, Akzeptanz in der Familie genießt und mit der Firma vertraut ist – vielleicht einen ehemals aktiven Gesellschafter oder einen Ehepartner.

Überlegen Sie, was alle in der Familie erfreut

Der Familienmanager plant Aktivitäten für die ganze Familie. Das kann alles sein, was zu Ihrer Familie und Ihrem Unternehmen passt. Das britische Tee-Unternehmen *Rington* verschickt z. B. an alle Angehörigen einen Familien-Newsletter – darin wird auch die bestandene Prüfung der Sprösslinge erwähnt. Andere haben eine Familien-Homepage. Sie können Rennen auf der Cartbahn veranstalten, eine Städtetour machen oder gemeinsam ins Theater gehen...

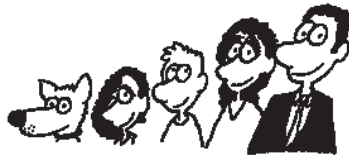
Veranstalten Sie einen großen Familientag

Bewährt hat sich ein jährlicher Familientag: Ein ganzes Wochenende, das

Geselligkeit und Unternehmensinteressen verbindet. Es geht z. B. um die aktuelle Entwicklung des Geschäfts, um Erziehung und Ausbildung der Kinder, um das Familienvermögen und um die gemeinsame Vorbereitung der nächsten Familienveranstaltung. Jeder bekommt dabei eine ihm liegende Aufgabe.

Trennen Sie das Feiern vom Verhandeln

Eine scheinbar kleine Regel hat sich außerdem als wertvoll erwiesen, die *Peter May* so ausdrückt: Keine geschäftlichen Gespräche bei Tisch! Familienfeiern bleiben privat! Dann geht es NICHT mehr nur ums Geschäft, keiner klagt über zu wenig Familienleben oder überbeschäftigte Chefs. Angehörige, die nicht im Unternehmen arbeiten, stehen dann nicht länger im Abseits.



Betrachten Sie Familienmitglieder als Kunden

Jeder in der Unternehmerfamilie hat eigene Interessen. Schaffen Sie für jede Gruppe verbindliche Regeln, solange die Stimmung gut ist.

Inaktive Gesellschafter: Sehen Sie inaktive Gesellschafter als Ihre Kapitalgeber, von deren Wohlwollen es abhängt, ob die Firma die benötigten Mittel bekommt oder nicht. Regelmäßige schriftliche Information ist eine Grundvoraus-

setzung für jeden Investor.

Angeheiratete Familienmitglieder:

Gute Erfahrung haben erfolgreiche Familienbetriebe damit gemacht, dass sie auch die angeheirateten Familienmitglieder über alle wesentlichen Vorgänge im Betrieb informieren. Wer informiert wird, empfindet Wertschätzung! **Nachwuchs:** Die persönliche Qualifikation entscheidet über den Zugang zum Arbeitsmarkt der Firma, nicht Privileg, Protektion oder Geburtenfolge. Sie brauchen also ein familieninternes Auswahlverfahren; dasselbe gilt für Vergütung und Ausgestaltung von Arbeitsverträgen.

Bilden Sie Ihre Angehörigen aus

Je mehr die Angehörigen über das Geschäft und seine Regeln wissen, desto besser für den Betrieb. Helfen Sie Tante Marta, die ihren Anteil von ihrem verstorbenen Mann geerbt hat, die Bilanz zu verstehen. Eine Studie der INTES Stiftung ergab: Weniger als die Hälfte der nichtaktiven Gesellschafter von Familienunternehmen können einen Jahresabschluss beurteilen.

Daniela Overländer

b



simplify your business-Download

Im Abonnentenbereich unter www.orgenda.de/simplifybusiness können Sie sich die Führungsempfehlungen der Firma *Rington* und eine Liste mit Regeln für den Umgang in der Familie herunterladen.

Das sind die Eigenschaften erfolgreicher Familienunternehmen

Oft wird vergessen, was einen Familienbetrieb besonders stark macht – auch nach außen. Diese Gefühle sollten für Ihre Familie und Ihre Mitarbeiter spürbar werden:

Stolz

Wir sind eine aktive Familie, die gemeinsame Werte hat und eine positive Außenwirkung schafft. Unsere Eigentümer haben ein gemeinsames Fundament.

Spaß

Bei uns dabei zu sein, macht Freude! Wir kommen gerne zusammen und haben eine Menge gemeinsame Erleb-

nisse, an die wir uns gern erinnern. Man kann Geschäftliches und Privates auseinanderhalten und tolle Feste feiern.

Nutzen

Wir bringen die Interessen der Geschäftsführung und die der restlichen Familie so in Einklang, dass die Firma langfristig bestehen bleibt.

Geborgenheit

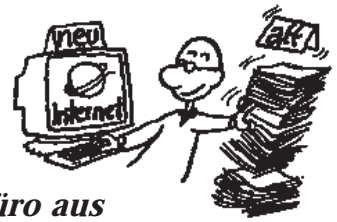
Familie gibt Halt. Sie ist eine Lebensbasis auch in Zeiten, in denen es nicht so gut läuft. Übrigens: Auch Außenstehende und Mitarbeiter halten einen Familienbetrieb oft für vertrauenswürdiger

und berechenbarer als die anonymen Kapitalgesellschaften. Jeder Familienbetrieb steht für eine bestimmte Geschichte und eigene Werte.

Stabilität, Kontinuität und Verlässlichkeit

Das sind Werte, die eine familiengeführte Firma am Markt stark machen. Sie vermitteln nach außen: Hier steht eine Familie und für sie ein Mensch, der nicht nur mit seinem nächsten Gehalt haftet, sondern mit seinem ganzen Geschäftsvermögen. Er steht für gute Produkte und für Qualität. Und seine Familie steht dafür, dass es das Angebot auch noch morgen geben wird.

Rolf Peschel beweist: Eine erfolgreiche Firma braucht kein Papier



... und kommt sogar ganz ohne dauernd besetztes Präsenzbüro aus

Rolf Peschels Wort hat Gewicht. Wenn millionenschwere Autobahnpläne überarbeitet werden müssen, liegt das auch an ihm, denn Rolf Peschel ist Umweltplaner. Er und seine Mitarbeiter waten z. B. durch Sümpfe, auf der Suche nach gefährdeten Tierarten, die durch geplante Bauvorhaben bedroht werden könnten. Auch in seiner Firma hat Peschel etwas zu sagen. Er setzte 2003 durch, dass konsequent papierlos gearbeitet wird. Seine Mitarbeiter zogen mit, denn kein Papier heißt keine Stapel, heißt kein Suchen, heißt mehr Effektivität!

Planungsbüro kommt ohne Büro aus

Dabei hat Peschel im Prinzip nichts gegen Papier. Ihn stört nur, das Papier ortsgebunden ist, denn im traditionellen Büro werden Informationen in Akten aufbewahrt. Wer sie lesen will, muss ins Büro. „Weil bei uns aber alle Informationen im Internet stehen, kann jeder Mitarbeiter selbst bestimmen, von wo sie arbeiten“, erklärt Peschel. Einzige Bedingung an den Arbeitsort ist ein Internetzugang in DSL-Geschwindigkeit.

Die Firma unterhält nur noch ein Lager für Arbeitsgeräte, wie z. B. Insektenfallen, Tauchausrüstung und dergleichen. Außerdem gibt es 2 Räume mit Bibliothek, Druck- und Kopiermöglichkeiten. Für Besprechungen nutzen die leguan-Mitarbeiter Cafés.



Das ganze Firmenwissen steckt im Internet

Statt in Papierform werden bei leguan sämtliche Unterlagen elektronisch auf einem via Internet erreichbaren Server abgelegt. Egal durch welches Gebüsch die Mitarbeiter gerade kriechen, durch ein Suchsystem ist das Firmenwissen von jedem internetzugänglichen Ort der Welt verfügbar. Briefe, die leguan erhält, werden eingescannt und ins Internet gestellt, von

wo sie für die betreffenden Mitarbeiter les- und beantwortbar sind. Selbst die Buchhaltung funktioniert so. „Alle Belege werden nach Buchung eingescannt und elektronisch archiviert. Durch ein System fortlaufender Nummern kann der originale Papierbeleg bei Bedarf wiedergefunden werden“, erläutert Peschel.

Übers Internet konferieren und telefonieren

Indem leguan die Möglichkeiten der Informationstechnologie nutzt, können mehrere Mitarbeiter von ihrem je-

weiligen Arbeitsort aus an einem Dokument schreiben (durch den *Windows Messenger*). Sind Telefonate oder Gespräche mit Kunden und Geschäftspartnern nötig, geschieht dies über Telefonkonferenzen via *Skype*.

Personalmanager sitzt im weltweiten Netz

Auch das gesamte Personalmanagement kommt bei leguan aus dem Internet. Über eine spezielle Projektmanagement-Software werden die Arbeitszeiten über Internet erfasst und ausgewertet. Peschel nutzt dies auch zur Mitarbeitermotivation: „Wie effizient der einzelne Mitarbeiter ist, können alle sehen. Für besonders effiziente Mitarbeiter gibt es spezielle Leistungsanreize.“

Bewerbungen nur per E-Mail erwünscht

Die Webbasierung seines Büros hält Peschel konsequent durch. Wer sich bei ihm als Mitarbeiter mit einer klassischen Mappe in Papierform bewirbt, hat keine Chance, einen Job zu bekommen. Und wer genommen werden will, darf sich nicht nur mit Fledermäusen und Kröten auskennen. Er braucht auch umfassende Computerkenntnisse. b

simplify your business-Portrait: leguan



1990 gründeten Rolf Peschel (Bild) und Peter Kröger in Hamburg das Planungsbüro leguan (www.leguan.com). Das Unternehmen prüft geplante Straßen, Bahnen, Flughäfen, Kiesgruben oder Windkraftparks auf ihre Umweltverträglichkeit, d. h., ob seltene Tier- und Pflanzenarten durch Ausführung der Pläne bedroht werden. Auftraggeber sind Bau- und Verkehrsunternehmen, Kommunen, Umweltministerien und oberste Landesbehörden im norddeutschen Raum.

leguan beschäftigt überwiegend Biologen, und zwar projektbezogen auf Honorarbasis. Da die meiste Arbeitszeit nicht im Büro, sondern in freier Natur, z. B. beim Erfassen von Lebensräumen von Libellen und Faltern, verbracht wird, setzte leguan von Anfang an auf modernste EDV-Lösungen. 2003 gab leguan seine bisherigen Büroarbeitsplätze auf und stellte ganz auf papierlos um. Alle Anwendungen, die bisher Mitarbeiter im Büro abgewickelt hatten, wurden ins Internet verlegt.

Das können Sie von leguan noch lernen

1. Sichern Sie Ihre Qualität. Wenn Peschels Mitarbeiter im Gelände unterwegs sind, kann er ihnen nicht über die Schulter schauen. Daher hat er ein Qualitätsmanagement-System (QM) ins Netz gestellt, das Verfahrensweisungen (VA) für alle möglichen Situationen enthält. Die reichen von Kalkulationsunterlagen bis zum Bezug von dienstlich genutzten Wohnungen.

2. Denken und arbeiten Sie in Projekten. Die Auftragslage von leguan schwankt erheblich. Peschel arbeitet daher projektbezogen, je nachdem, welche Qualifikationen für einen Auftrag gerade nötig sind.



Von Chef zu Chef



Wie ein 15-Sekunden-Lob 8 Stunden motiviert

Ich weiß, wie beschäftigt Sie sind. Trotzdem meine herzliche Bitte an Sie von Chef zu Chef: Schieben Sie ein Lob nicht auf die lange Bank. Hier eine kleine Anleitung:

1. Loben Sie sofort

Gehen Sie einmal los, und finden Sie jemanden, der Ihr Lob verdient hat. Dann denken Sie möglicherweise: „Ich sage es ihm morgen in der Besprechung.“ Ich rate Ihnen: Nein, tun Sie es jetzt! Loben Sie sofort.

2. Loben Sie konkret

Sagen Sie nicht: „Sie sind mein bester Außendienstler.“ Sagen Sie: „Super, dass Sie gestern noch zum Kunden gefahren sind und wir so den Auftrag bekommen haben.“

3. Loben Sie emotional

Bevor Sie auf den Mitarbeiter zugehen, machen Sie sich kurz Gedanken, wie Sie ihm das Lob sagen könnten. Loben Sie dann mit Begeisterung und Herz.

4. Loben Sie körperlich

Geben Sie ihm dankend die Hand. Klopfen Sie ihm auch auf die Schulter. Schon der Volksmund sagt: Loben zieht nach oben, und Danken schützt vor Wanken.

Ein Poster zum Thema finden Sie unter www.unternehmensfitness.de/simplify.

Auf dass sich Ihre Firma ganzheitlich entwickelt!

Ihr

Prof. Dr. Jörg Knoblauch



Geschäftsführender Gesellschafter der Firmen *tempus* und *persolog*. Kontakt: Knoblauch@tempus.de

Vermeiden Sie in Ihrer Firma die Todsünde Nr. 1: Demotivation

So schaffen Sie ein motivierendes Arbeitsklima

Als Chef wissen Sie aus Erfahrung: Es gibt Mitarbeiter, die leistungsbereit sind, und andere, die immer wieder eine Aufforderung brauchen. Für die individuelle Motivation sind nicht Sie, sondern jeder Einzelne Ihrer Mitarbeiter selbst verantwortlich. Sie können aber alles vermeiden, was Mitarbeiter demotiviert. Folgen Sie dem Motto: Transparenz-Konsequenz-Kontinuität.

Geben Sie Ihren Mitarbeitern Freiräume

- Lassen Sie Ihre Mitarbeiter selbstständig arbeiten. Vermeiden Sie häufige Kontrollen und ständiges Eingreifen in die Delegationsbereiche.
- Behandeln Sie alle Mitarbeiter gleich, auch wenn jeder einen individuellen Arbeitsvertrag hat.
- Auch wenn's manchmal schwer fällt: Wenn Sie etwas zu bemängeln haben, kritisieren Sie unter 4 Augen und nicht vor Kollegen und Kunden.

Motivieren Sie durch Ihre Arbeitsweise

Wenn Sie bei Ihren Mitarbeitern als „schwieriger Chef“ gelten, knirscht es bei der Zusammenarbeit. Beachten Sie diese Regeln, und Sie erleichtern allen das Arbeiten.

- Informieren Sie Ihre Mitarbeiter über die Auftragslage und die Position Ihrer Firma am Markt. Vermei-

den Sie das Zurückhalten von Informationen und Wissen. Überlassen Sie das nicht dem „Flurfunk“.

- Überlasten Sie sich nicht, sondern delegieren Sie Aufgaben. So bleibt Ihnen Zeit, die Fragen Ihrer Mitarbeiter zu beantworten.
- Sprechen Sie mit den Mitarbeitern und nicht über sie. Abfällige Bemerkungen sind tödlich für jede Motivation.
- Reden Sie jeden Mitarbeiter mit seinem Namen an, und loben Sie ihn. Arroganz und Ignoranz von Chefs werden schnell übel genommen.
- Hören Sie Ihren Mitarbeitern zu. Wenn Sie um ein längeres Gespräch gebeten werden, verabreden Sie einen Gesprächstermin.

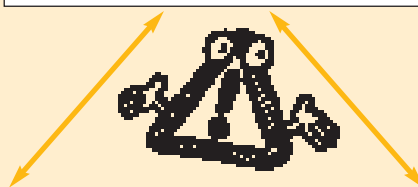
Motivieren Sie durch das Arbeitsumfeld

- Halten Sie sich an Ihre Zusagen, wenn z. B. ein Mitarbeiter gebeten hat, früher gehen zu dürfen.
- Zahlen Sie gleiche Arbeit mit gleichem Geld. Eine undurchsichtige Gehaltsstruktur wird als ungerecht empfunden.
- Kommen Sie bei den Arbeitszeiten, z. B. bei der Erstellung von Schichtplänen, den Wünschen Ihrer Mitarbeiter nach Möglichkeit entgegen.
- Achten Sie darauf, ob in Ihrer Firma auch gelacht wird. Falls ja, ist alles in Ordnung. b

Das „magische Dreieck“ der Mitarbeitermotivation

Das Wollen

Die Bereitschaft, Leistung zu erbringen, erwächst aus dem Willen, dem Charakter und Temperament eines Mitarbeiters.



Das Können

Die Leistungsfähigkeit entsteht aus Talent und erlernten Fertigkeiten, aus Wissen und Erfahrungen.

Das Dürfen

Die Möglichkeit, sein Können zu zeigen, hängt von den Strukturen und Rahmenbedingungen in der Firma ab.

Warum Ihre Mitarbeiter Ihre Offenheit belohnen werden



Wer als Chef vertraut, dem vertrauen auch die Mitarbeiter

Wissen Ihre Mitarbeiter stets genau, wie es um Ihr Unternehmen steht? Bei der *Hanning & Kahl GmbH & Co. KG* im ostwestfälischen Oerlinghausen wissen es die Mitarbeiter. Das Unternehmen ist Marktführer. Es baut Sicherheitssysteme für Nahverkehrsbetriebe, wie Bremsen und Weichenschaltungen für Straßenbahnen. Lesen Sie, wie Offenheit Vertrauen erzeugt und so zu motivierteren Mitarbeitern führt.

Nennen Sie Zahlen, aber nur die wichtigsten

Geschäftsführer *Wolfgang Helas* hat eine Informationswand in der Produktionshalle aufgehängt. Hier können die 350 Mitarbeiter jeden Tag sehen, wie der Auftragsbestand, wie die Termintreue und wie der Marktanteil gegenüber dem Wettbewerber ist. Dabei nennt *Helas* durchaus nicht alle Zahlen, wie z. B. den Deckungsbeitrag. „Die Mitarbeiter wollen in 1. Linie wissen, wie sicher ihr Gehalt und ihr Arbeitsplatz sind“, weiß *Helas*. Solange die Mitarbeiter das Gefühl haben, dass sie auf jede ihrer Fragen eine befriedigende Antwort erhalten, reichen diese Zahlen. Denn sie vertrauen darauf, dass mit den Aufträgen ausreichende Gewinne erwirtschaftet werden.



Kontrolle macht Mitarbeiter schlechter

David Packard, der Gründer des Computerherstellers *Hewlett-Packard*, verfolgte die gleiche Kommunikationspolitik in seinem Unternehmen. Denn er hatte als junger Mitarbeiter bei *General Electric (GE)* erlebt, wohin das Misstrauen von Chefs in ihre Mitarbeiter führt. *GE* schützte Werkzeuge und Ersatzteile intensiv, damit die Angestellten nichts stehlen konnten. Angestachelt durch das Misstrauen, stahlen die *GE*-Mitarbeiter laut *Packard* alles, was nicht niet- und nagelfest war. Machen Sie es wie *David Packard*, verzichten

Sie auf Kontrollen. Jedoch nicht, wo es um die Sicherheit von Menschen, Produkten und Dienstleistungen geht. Hier ist eine ständige Überprüfung nötig!

Vereinbarungen ersetzen Kontrollen

Stellen Sie die Eigenverantwortung Ihrer Mitarbeiter nicht infrage. Ersetzen Sie Kontrollen durch Zielvereinbarungen. Durch die Kontrolle der Ziele ersetzen Sie kleinliche Kontrollen. Verzichten Sie auf die Zeiterfassung, wie viel Zeit ein Mitarbeiter z. B. am Kopierer verbringt, zugunsten einer Ergebniskontrolle. Dagegen hat garantiert niemand etwas einzuwenden!



Fördern Sie den Wissensaustausch in der Firma

Fördern Sie die Selbstverantwortung Ihrer Mitarbeiter und entlasten Sie sich dadurch selbst. *Götz Rehn*, der Inhaber des Bio-Lebensmittelherstellers *All-natura* hat hierzu in seiner Firma eine „Erfahrungswerkstatt“ eingerichtet. Donnerstags um 9 Uhr treffen sich alle Mitarbeiter, um sich zu aktuellen Themen ihrer Aufgaben zu äußern. Fachkollegen geben ihnen dann eine Antwort.

Seien Sie bei Vertrauensmissbrauch konsequent

Seien Sie bei Missbrauch Ihres Vertrauens, z. B. wenn ein Mitarbeiter in die Kasse greift oder vertrauliche Informationen weiterleitet, konsequent, indem Sie Fehlverhalten sanktionieren – bis hin zur fristlosen Kündigung. Widerstehen Sie aber der Versuchung, nun strenge Kontrollen einzuführen. Damit würden Sie das Unternehmensklima Ihrer Firma mehr beschädigen als der Vertrauensbruch eines einzelnen Mitarbeiters. Bedenken Sie: 98 % Ihrer Mitarbeiter sind absolut vertrauenswürdig. **b**



Mein ganz persönlicher Tipp:

Können Sie sich in Ihre Mitarbeiter versetzen?

Wenn Sie wissen möchten, wie hoch die Motivation in Ihrer Firma ist, dann versetzen Sie sich einfach in die Situation Ihrer Mitarbeiter. Beantworten Sie dabei aus deren Sicht folgende Behauptungen. Nutzen Sie diese Punkte nur zum Selbsttest.

- Ich weiß, was mein Chef von mir erwartet.
- Ich habe alle notwendigen Unterlagen und Materialien, um meine Arbeit ordentlich zu erledigen.
- Ich habe jeden Tag die Möglichkeit, das zu tun, was ich am besten kann.
- Ich wurde in den letzten 7 Tagen für meine Arbeit gelobt.
- Mein Chef interessiert sich für mich auch als Mensch.
- Der Chef nimmt meine Meinung ernst.
- Meine Kollegen sind wie ich bereit, gute Arbeit zu leisten.
- Der Chef unterstützt mich in meiner Entwicklung.
- Ich kenne das Unternehmensziel und weiß, dass meine Arbeit zu dessen Erreichung wichtig ist.
- Mein Chef redet regelmäßig mit mir über den Fortschritt in meiner beruflichen Entwicklung.
- Ich hatte im vergangenen Jahr auch wirklich die Gelegenheit, mich beruflich weiterzuentwickeln.

Auswertung: Jeder Punkt, bei dem Sie sich nicht sicher sind oder den Sie mit „nein“ beantworten, zeigt Ihnen Nachbesserungsbedarf an.

So einfach wird Ihr Büro klimafreundlich

Mit diesen 6 Tipps verringern Sie den CO₂-Ausstoß und schonen Ihren Geldbeutel

Wussten Sie, dass Computer, Telefone und andere Bürogeräte 2 % des globalen CO₂-Ausstoßes verursachen? Das entspricht der Belastung durch den Flugverkehr. Mit diesen 6 praxiserprobten Tipps senken Sie die CO₂-Belastung der Atmosphäre durch die Computer in Ihrer Firma.

1. Achten Sie auf die neue Energiesparnorm 4

Seit Juli 2007 gibt es eine neue Generation energiesparender Bürogeräte. Sie trägt den Energie-Stern-Aufkleber 4.0 der US-Umweltbehörde EPA. Die Plakette wird von der EU anerkannt und bedeutet, dass die Rechner maximal 50 Watt pro Stunde verbrauchen. Dazu ist das Gerät mit einer einfachen Grafikkarte und einem speziellen Prozessor ausgerüstet. Leistungsstarke Multimedia-PCs erhalten die Plakette, wenn Sie nicht mehr als 95 Watt pro Stunde benötigen. Alle Geräte schalten außerdem bei Nichtgebrauch automatisch in den Energie sparenden Stand-by-Modus. Nach Berechnung der Deutschen Energieagentur spart Ihnen die neue Technologie bis zu 200 € im Jahr an Stromkosten.



2. Setzen Sie künftig mehr auf Notebooks

Statten Sie so viele Arbeitsplätze wie möglich mit den stromsparenderen tragbaren Klapprechnern (Notebooks) aus. Besonders stromsparend sind da-

bei Notebooks mit sogenannter Centri-no-Technik. Damit sparen Sie mehr als 1/3 der Stromkosten von Standgeräten. Selbst bei hoher Belastung steigt der Verbrauch eines Multimedia-Notebooks nicht über 45 Watt. Das entspricht der Hälfte eines vergleichbaren Stand-PCs.



3. Nutzen Sie Steckerleisten mit Schalter

Eine genial einfache Sparmaßnahme sind Steckerleisten mit Ein-/Aus-Schalter. Schrauben Sie eine solche Leiste unter jeden Schreibtisch. Hier laufen alle Stromanschlüsse eines Arbeitsplatzes zusammen. Wenn Ihre Mitarbeiter das Büro verlassen, schalten sie mit einem Klick sämtliche Geräte komplett aus. So verhindern Sie Leerstromverbrauch. Viele Geräte ziehen nämlich weiter Strom aus der Steckdose, auch wenn sie scheinbar ganz ausgeschaltet sind. Mit der Steckerleiste vermeiden Sie, dass der Stromzähler weiterläuft.

4. Nutzen Sie einen zentralen Server

Wenn Sie in Ihren Büros mehrere PCs stehen haben, lohnt sich die Anschaffung einer „Dünne-Kunden“-Architektur (Thin Client-Architektur). Dabei werden alle Endgeräte an einen Server angeschlossen. Das jeweilige Endgerät (Terminal) dient nur der Ein- und Ausgabe von Daten. Diese werden nicht wie beim PC auf dem jeweiligen End-

gerät verarbeitet und auf der Festplatte des Rechners gespeichert, sondern zentral auf dem Server. Die Funktionen des Endgeräts sind also abgespeckt – daher der Name „Dünner Kunde“. Mit einem solchen System können Sie bis zu 90 % der Energiekosten von lauter Einzel-PCs sparen.

5. Tauschen Ihre alten Röhrenbildschirme aus

Flachbildschirme brauchen gegenüber Röhrenbildschirmen nicht nur weniger Platz, sie sind auch echte Energiesparwunder. Sie benötigen nur noch 1/3 der Energie von konventionellen Röhrenbildschirmen. Sie können noch mehr tun, indem Sie den Flachbildschirm dunkler einstellen. Ist die Helligkeit auf 100 % eingestellt, verbraucht ein Flachbildschirm ca. 35 Watt pro Stunde. Stellen Sie ihn auf die normalerweise völlig ausreichende Helligkeit von 20 bis 30 %, benötigt er nur noch rund 20 Watt. Die Helligkeit Ihres Rechners können Sie direkt an den Knöpfen des Bildschirms einstellen.

6. Schalten Sie den Bildschirmschoner ab

Bildschirmschoner schonen nicht den Geldbeutel. Am besten, Sie sparen sich den Bildschirmschoner ganz, oder Sie wählen einen mit schwarzem Hintergrund. Der verbraucht nur 20 % der Energie eines Schoners mit vielen bewegten Bildern. b

Das lesen Sie in der nächsten Ausgabe:
So sparen Sie bei der Bewerbersuche

Leser-Service

Bei Fragen zu Ihrem Abonnement, Werbung etc. wenden Sie sich bitte an unseren

Abonnenten-Service:
Theodor-Heuss-Str. 2–4, 53177 Bonn
Tel.: 0228 9 55 01 40
E-Mail: info@simplifybusiness.de

Hier können Sie auch **simplify your business** abonnieren und erhalten früher erschienene Ausgaben zum Sonderpreis von 7,50 € pro Exemplar.

Lesersprechstunde:
montags 10 bis 16 Uhr, Tel.: 030 65 26 07 87
oder schreiben Sie uns eine E-Mail an: redaktion@simplifybusiness.de

smplfy your business

ist ein umfassender Beratungs-Service.
Hier erfahren Sie die Geheimnisse
einfacher Unternehmensführung:

Steuerlich voll
absetzbar, wenn
bezahlt
(BFH, X R 6/05)

Chefredaktion:
Dr. Marc-Wilhelm Kohfink (v.i.S.d.P.)
redaktion@simplifybusiness.de

Herausgeber: Detlef Koenig

Zeichnungen:
Werner Tiki Küstenmacher

Produktmanagement:
Fiona Liesen

Herstellungsleitung:
Monika Graf

Herstellung:
Dirk Rolke

Verlag:
Orgenda Verlag für persönliche Weiterentwicklung – ein Unternehmensbereich der VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
Bonn, HRB 8165

Vorstand: Helmut Graf
Druck: Laub GmbH & Co., Elztal-Dallau
ISSN: 1611–3012

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und Vervielfältigungen, auch auszugsweise, nicht gestattet.

© Orgenda Verlag für persönliche Weiterentwicklung, 2008

Mehr Umsatz mit diesen neuen Werbeideen fürs Frühjahr 2008

Mit den Themen der Saison sorgen Sie für Aufmerksamkeit



Nach dem üblicherweise nachfrage-schwachen Januar steigt in den kommenden Monaten das Interesse Ihrer Kunden wieder. Frühling ist die Zeit des Wachstums. Mit diesen originellen Werbeideen lassen Sie Ihre Umsätze wieder sprudeln.

Nutzen Sie Gedenktage

Werbung zum Fasching, Valentins- oder Muttertag – das kann jeder! Die ungeteilte Aufmerksamkeit erhalten Sie aber durch Werbeaktionen zu einem der zahlreichen Gedenk- und Aktionstage, die jeden Monat stattfinden. Hier ist eine Auswahl:

- 2.2. Lichtmess wird in den USA und Kanada als „Murmeltiertag“ begangen. An diesem Tag wird traditionell eine Vorhersage über die Dauer des Winters getroffen. Der Tag eignet sich für alle Branchen, die vom Wetter abhängen.
- 15.3. Der Verbrauchertag eignet sich für Aktionen, die sich direkt an Verbraucher wenden.
- 2.4. Seniorentag
- 24.4. Mädchen-Zukunftstag (Girls-day). Beide Tage sind perfekt für das Zielgruppenmarketing. Eine Übersicht über weitere Gedenktage finden Sie bei Wikipedia, Stichwort „Gedenktage und Aktionstage“.



Präsentieren Sie Ihre Neuheiten schon im März

Der Mai ist der Erfindermontat. Das legt der Spruch „Alles neu macht der Mai“ nahe. Seien Sie noch aktueller mit dem Motto: „Alles neu macht der März!“ Oder – falls Sie etwas mehr Zeit brauchen – „Alles neu macht der April!“. Durch den Anklang an die Mai-Version des Spruchs erwecken Sie den Eindruck, dass Sie der Zeit voraus sind. Alles, was neu ist, hat werbepsychologisch eine enorm hohe Reizwirkung. Mit diesem Spruch steigern Sie solchen Reiz noch mehr.

April! April! Leisten Sie Unglaubliches!

Für ein besonders attraktives, d. h. „unglaubliches“ Angebot bieten sich die Wochen um den 1. April an. Sie haben dazu mehrere Möglichkeiten:

- Bieten Sie eine Leistung, die normalerweise etwas viel kostet, im Rahmen eines günstigeren Paketpreises an.
- Bieten Sie eine besondere Zugabe oder ein Angebot nach dem Muster „3 Stück für den Preis von 2“ an. Formulieren Sie eine „unglaubliche“ Aussage als Überschrift. Überziehen Sie dabei ruhig kräftig: „Lebende Dinosaurier entdeckt“. Darunter nennen Sie nach „April, April“ Ihr besonderes Angebot, z. B. „Ganz so alt ist unser Whisky nicht, aber ...“



Nehmen Sie am allgemeinen Aufblühen teil

Es ist ein bekannter werbepsychologischer Mechanismus, positive Gefühle auf die zu bewerbende Leistung zu übertragen. „Es ist Zeit zum Aufblühen“ ist dafür der richtige Aufhänger. Hierzu passen Angebote aus dem Bereich Kosmetik, Renovierung, Gesundheit, Reinigung.

Aufmerksamkeitsstarke Werbegeschenke für solche Aktionen sind blühende Schnittblumen, Obstbaumzweige oder Tütchen mit Blumensamen.

Bringen Sie Farbe ins Leben Ihrer Kunden

Fasching, Krokusse, Tulpen und Oster-eier: Das Frühjahr ist voller Farben. Farben stehen für Frische, Abwechslung und Veränderung. Senden Sie diese Botschaft an Ihre Kunden: „Wir bringen Farbe in Ihr Leben.“

Das Werbethema Farbe variiert das für die Werbung so wichtige „Neuheiten“-Thema. Es eignet sich daher für alle Branchen, die mit Farben arbeiten, also von der Modeboutique bis zum Maler- und Lackierbetrieb. b



Mein ganz persönlicher Tipp:

Was Sie von den besten Werbern lernen können

Glauben Sie nur nicht, dass die Kreativen in Werbeagenturen vor originellen Ideen nur so sprühen. Sie verbringen viel Zeit damit, sich von den Ideen ihrer Wettbewerber inspirieren zu lassen. Gäbe es sonst die Flut der Werbesprüche mit „Wir lieben ...“ (z. B. Lebensmittel, Fliegen, Technik, Bücher, Küchen ...)? Planen Sie also eine Werbekampagne, müssen Sie das Rad nicht neu erfinden. Lassen auch Sie sich von der Werbung anregen, und sparen Sie so Geld und Zeit!

1. Übernehmen Sie originelle Werbemuster

Mit Überschriften ohne Vokale wirbt gegenwärtig *BMW* für sein 1er Coupé: Adrnlñ, Whnsnn, Hrzrsn, Krbblñ. Eigentlich müsste es Adrenalin, Wahnsinn, Herzrasen oder Kribbeln heißen. Die Botschaft: intensives Erleben. Der Heizungshersteller *Vissmann* warb bereits vor 3 Jahren mit der gleichen Idee. Die Botschaft damals: Alles Unnötige haben wir einfach weggespart. Wenn Sie ein Produkt oder eine Dienstleistung haben, zu dem/der diese Botschaften passen, dann nutzen auch Sie eine vokallose Überschrift für Ihre Werbung.

2. Schreiben Sie Werbebrieve einfach um

Sicher finden Sie in Ihrem Briefkasten täglich Werbe-Mailings von Versicherungs- oder Lottogesellschaften. Werfen Sie die Post nicht einfach weg. Nutzen Sie die Briefe als Ideensammlung für Ihr nächstes eigenes Mailing. Denn in der Regel stammen sie von teuer bezahlten Profitextern. Von denen können Sie viel über den Aufbau eines gelungenen Mailings lernen. Wenn Sie es sich zutrauen, können Sie nach diesem Muster ein eigenes Mailing verfassen. Kopieren Sie aber nicht einfach nur.

„Wie kann ich Mitarbeiter ohne Kündigung freistellen?“

Leserfrage: „Ich bin Dienstleister für die Baubranche. Wir sind auf frostfreies Wetter angewiesen. In den anderen Monaten gibt es Arbeitsspitzen. Bisher habe ich 2 Mitarbeiter Ende Dezember entlassen und im März wieder eingestellt. Jetzt haben beide bei einem Wettbewerber angefangen. Welche alternative Lösung gibt es?“



simplify your business: Weniger riskant als eine Kündigung sind so genannte Zeitwertkonten, deren kurzfristige Form Sie sicher bereits als Gleitzeitkonten kennen. Die mittel- bis längerfristigen Zeitwertkonten werden auch in Zeit (Stunden) oder in Geld (Euro) geführt. Ziel jedes Zeitwertkontos ist die Freistellung von der Arbeit.

In Ihrem Fall sind das saisonale Schwankungen. Zeitwertkonten können auch langfristig angelegt sein, z. B. wenn ein Mitarbeiter seinen Ruhestand vorverlegen oder die Elternzeit verlängern möchte.

Der Mitarbeiter spart dazu Überstunden oder nicht genommene Urlaubstage an. Denkbar ist auch eine Freistellung auf „Kredit“ mit der Aussicht, die bezahlten Stunden später in der Saison nachzuarbeiten. Die Sozialabgaben und die Lohnsteuer werden bei Zeitwertkonten nach dem Zuflussprinzip erst dann fällig, wenn Sie dem Mitarbeiter das Arbeitsentgelt auszahlen. Das ist im sogenannten „Flexigesetz“ geregelt. Für die Verbindlichkeiten aus Zeitwertkonten stellen Sie eine Rückstellung in der Bilanz. Für in Geld geführte Zeitwertkonten bietet die Finanzdienstleistungsbranche spezielle Anlageprodukte. b

„Welches Ablagesystem ist für meine Firma das beste?“

Leserfrage: „Als Betreiber eines Fitness-Studios liegt mir Büroarbeit nicht. Ich suche daher ein Ablagesystem, das sich am besten von alleine erledigt. Haben Sie einen Tipp?“

simplify your business: Ein einfaches für alle Unternehmen passendes Ablagesystem gibt es nicht. Die einfachsten Systeme sortieren nach nur 1 Kriterium (z. B. alphabetisch nach Kunden) und nutzen nur ein Ordnersystem (z. B. Hängemappen). Weisen Sie dann jeden

Mitarbeiter in das Ablagesystem ein. Indem Sie Ihren Mitarbeitern die erforderlichen Informationen geben, haben Sie Teile der Ablage delegiert und so vereinfacht. Dann funktioniert die Ablage auch, wenn Sie einmal nicht im Studio sind. Hilfsmittel sind exakte Beschriftungen und eine Tabelle, in der die unterschiedlichen Akten verzeichnet sind. Untersagen Sie vor allem, dass sich Ihre Mitarbeiter persönliche Handakten für Ihre Kunden zulegen. b

Themen-Vorschau auf die März-Ausgabe

- **Best practice:** Wie die *Malerwerkstätten van de Sandt* durch Marketing Kunden gewinnen.
- **Betriebsführung:** Der große **simplify**-Frühlingscheck: Wie Sie Ihr Unternehmen fit machen.
- **Mitarbeiterführung:** Führen Sie effektiver mit dem 12er-Prinzip



Einfach die Welt etwas verbessern

Fördern Sie Ideen

Täglich werden Ideen vernichtet mit Sätzen wie „Überzeugt mich nicht“ oder „Warum sollte das jemand wollen?“ Probieren Sie's mal anders. Wenn also jemand in Ihrer Umgebung eine Idee hat, dann sagen Sie stattdessen: „Gute Idee“. Freuen Sie sich zusammen und finden Sie raus, was an der Idee gut ist.



simplify your business-Kurztipps



Keine Zielvereinbarung? Das kann teuer werden

Falls Sie in Arbeitsverträgen geregelt haben, dass beim Erreichen von Zielvereinbarungen der Mitarbeiter eine Bonuszahlung erhält, sollten Sie solche Vereinbarungen auch stets einhalten. Das geht aus einem neuen Urteil des Bundesarbeitsgerichtes (BAG) vom 12.12.2007 hervor (10 AZR 97/7). Geklagt hatte ein Marketingleiter. Laut Arbeitsvertrag stand ihm ein Bonus zu, sofern er die zuvor von ihm und seinem Arbeitgeber jeweils für das Geschäftsjahr festgelegten Ziele erreicht. Weil 2006 eine solche Zahlung unterblieb, klagte er auf Schadenersatz und erhielt Recht.

Einfach Infos zu Dateien erstellen

Haben Sie sich schon manchmal gewünscht, zusätzliche Infos zum Inhalt einer Datei notieren zu können, ohne erst umständlich eine Textdatei anlegen zu müssen? Dann hilft Ihnen das Gratisprogramm *infodropper* sicher weiter. Ziehen Sie irgendeine Datei vom Schreibtisch auf das infodropper-Fenster. Sofort wird der Dateiname angezeigt. In ein zusätzliches Fenster können Sie alles reinschreiben, was Sie in Zusammenhang mit dieser Datei interessiert.

www.noten-checker.de/divprogs.htm

Fassen Sie mehrtägige Fahrten nicht zusammen

Falls Sie ein Fahrtenbuch führen, fassen Sie mehrtägige Fahrten niemals zusammen. Das legt eine Entscheidung des Finanzgerichts Hamburg vom 26.10.2007 (Az: 8 K 74/06) nahe. Spalten Sie Fahrten nach einzelnen Etappenzielen auf, und nennen Sie jeweils den Reisegrund und den Geschäftspartner. Zusammenfassen können Sie nur Fahrten, bei denen Sie an einem Tag mehrere Geschäftspartner aufgesucht hatten. Listen Sie auch hierbei die Ziele auf.