

UE - Tipps

Sehr geehrte Leser,

ein neues Jahr steht in den Startlöchern und keiner weiß so genau, was uns das Jahr bringen wird. Viele Prognosen sind gestellt und es bleibt uns wohl nichts anderes übrig als uns überraschen zu lassen.

Wir wollen Ihnen für das Jahr 2009 jedoch keine Überraschungen liefern, sondern handfeste und stichhaltige Vorträge anbieten. Wie Sie es von uns gewohnt sind, haben Sie bei VON DEN BESTEN PROFITIEREN die Möglichkeit Ihr WISSEN durch spannende, informative und wissensreiche Vorträge zu erweitern, zu verfeinern und zu vervollständigen.

Viele neue Vortragsreihen gehen 2009 an den Start. Von Kiel bis Kempten und von Trier bis Dresden haben Sie die Möglichkeit IHRE Stadt zu wählen.

Alle Details und weiterführende Informationen zu den Vorträgen der Referenten und den nächsten Terminen, an denen Sie die Referenten live erleben können, erhalten Sie durch Klicken auf die Stadt/Reihe.

Ihr Team von Unternehmen Erfolg®

PS: Falls Sie sich diesen News-to-use-Letter ausdrucken möchten, können Sie ihn [hier](#) im systemunabhängigen PDF Format downloaden und danach ausdrucken.

Inhalt

1. Vorstellung der neuen Vortragsreihen 2009

2. Referent des Monats – Interview mit Sabine Hübner

3. Buch des Monats – Maren Lehky, „DIE 10 GRÖSSTEN FÜHRUNGSFEHLER UND WIESIE SIE VERMEIDEN“

4. Gewinnspiel-EINKOMMENSTEUER

1 Vorstellung der neuen Reihen

| STADT: | TITEL: | STARTTERMIN: |
|----------------------------|---|-----------------------------------|
| Regensburg | Mittelbayerische Forum | 03.02.2009 |
| Stuttgart | Denkanstöße 2009 | 19.02.2009 |
| Hannover | HAZ-Expertenforum | 24.02.2009 - teilweise ausgebucht |
| Dresden | SZ-Erfolgsforum 2009 | 25.02.2009 |
| Kiel | KN-Forum Wissen | 03.03.2009 - teilweise ausgebucht |
| Würzburg | Erfolgsforum Würzburg | 10.03.2009 |
| Wiesbaden | Wege zum Erfolg 2009 | 10.03.2009 |
| Frankfurt | Forum Erfolg 2009 | 11.03.2009 |
| Ingolstadt | DK-Forum Wissen 2009 | 11.03.2009 |
| Berlin | FOCUS Forum: Die Erfolgsmacher 2009 | 12.03.2009 |
| Neuss | Standort Niederrhein 2009 | 17.03.2009 |
| Essen | Von den Besten profitieren 2009 | 23.03.2009 |
| München | FOCUS Forum: Die Erfolgsmacher 2009 | 30.03.2009 |
| Trier | Vortragsreihe Erfolg 2009 | 30.03.2009 |
| München | Wissensforum 2009 | 31.03.2009 |
| Nürnberg | Anstoß zum Erfolg 2009 | 31.03.2009 |
| Rottweil | Denkanstöße 2009 | 01.04.2009 |
| Bielefeld | Impulsgeber 2009 | 02.04.2009 |
| Kempten | Allgäu Impulse 2009 | 20.04.2009 |
| Wien | Erfolgsimpulse 2009 | 27.04.2009 |

[Zur Übersicht](#)

Regensburg

Mittelbayerische Forum – Von den Besten profitieren

Referenten:

- 03.02.2009 **HermannScherer:** Netzwerkstatt
- 03.03.2009 **ThomasBubendorfer:** Senkrecht gegen die Zeit
- 24.03.2009 **Prof.SamyMolcho:** Die Zunge kann lügen – der Körper nie!
- 21.04.2009 **PaulJohannesBaumgartner:** Menschen begeistern!
- 12.05.2009 **Prof.Dr.JörgKnoblauch:** Engagierte und eigenverantwortliche Mitarbeiter sind kein Zufall
- 16.06.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
- 07.07.2009 **FrankWilde:** Pass auf, was du denkst!
- 22.09.2009 **Prof.Dr.JensWeidner:** Die Peperoni-Strategie
- 13.10.2009 **SchwesterTeresaZukic:** Der befreiende Umgang mit Fehlern
- 10.11.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

Stuttgart

Denkanstösse2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 19.02.2009 **ChristianGansch:** Vom Solo zur Sinfonie
- 12.03.2009 **DonataGr äfinFugger:** Mit Stil zum Ziel@
- 23.04.2009 **ThorstenHavener:** Ich weiß, was Du denkst!
- 28.05.2009 **BernhardWolff:** Think innovative!
- 18.06.2009 **ManfredMaus:** Führen mit Werten
- 23.07.2009 **ThomasBubendorfer:** Senkrecht gegen die Zeit
- 17.09.2009 **HeikoH.Thieme:** Aktien, Renten oder Bargeld
- 15.10.2009 **ZachDavis:** PoweReading@
- 05.11.2009 **Dr.DavidBosshart:** Megatrends und Gegentrends
- 03.12.2009 **IngridAmon:** Die Macht der Stimme

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

Hannover

HAZ-Expertenforum–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 24.02.2009 **HermannScherer:** Netzwerkstatt
- 24.03.2009 **Prof.Dr.EwaldWessling:** Revolution 2.0
- 28.04.2009 **Prof.SamyMolcho:** Die Zunge kann lügen – der Körper nie!
„ausgebucht“
- 19.05.2009 **Dr.MarcoFrh.v.M ünchhausen:** Effektive Selbstmotivation
- 23.06.2009 **Prof.Dr.ChristianBl ümelhuber:** Der Marketing-Code@
- 25.08.2009 **RolfH.Ruhleder:** Feuerwerk der Rhetorik
- 22.09.2009 **IngridAmon:** Die Macht der Stimme
- 27.10.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
- 17.11.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
- 08.12.2009 **Prof.Dr.JensWeidner:** Die Peperoni-Strategie

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

Dresden

SZ-Erfolgsforum2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

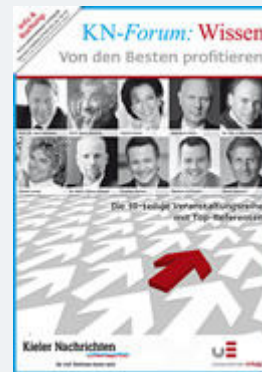
- 25.02.2009 **FerdinandOetker:** Bonus-Veranstaltung: Unternehmensnachfolge
- 12.03.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
- 02.04.2009 **Prof.Dr.JensWeidner:** Die Peperoni-Strategie
- 07.05.2009 **ThorstenHavener:** Ich weiß, was Du denkst!
- 28.05.2009 **Dr.med.StefanFr ädrich:** Das Günter-Prinzip
- 25.06.2009 **ThomasBaschab:** Erfolg beginnt im Kopf
- 13.08.2009 **RolfH.Ruhleder:** Feuerwerk der Rhetorik
- 10.09.2009 **PaulJohannesBaumgartner:** Menschen begeistern!
- 08.10.2009 **Prof.Dr.EwaldWessling:** Revolution 2.0
- 29.10.2009 **UrsuMahler:** Führung zwischen Macht und Menschlichkeit
- 26.11.2009 **WernerTikiK üstenmacher:** Simplify your Life!

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



Kiel**KN-Forum:Wissen–VondenBestenprofitieren****Referenten:**

- 03.03.2009 **Prof.Dr.JensWeidner:** Die Peperoni-Strategie
 31.03.2009 **Prof.SamyMolcho:** Die Zunge kann lügen – der Körper nie!
 „ausgebucht“
 28.04.2009 **IngridAmon:** Die Macht der Stimme
 26.05.2009 **MatthiasHorx:** Anleitung zum Zukunftsoptimismus
 16.06.2009 **Dr.MarcoFrh.v.M ünchhausen:** Effektive Selbstmotivation
 07.07.2009 **DieterLange:** Den Sieger erkennt man am Start, den Verlierer auch
 01.09.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
 29.09.2009 **CristiánG álvez:** Du bist, was du zeigst!
 03.11.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
 08.12.2009 **UlrichWickert:** Gauner muss man Gauner nennen

[Mehr Infos und Anmeldung](#)[Zur Übersicht](#)**Würzburg****ErfolgsforumWürzburg2009–VondenBestenprofitieren****Referenten:**

- 10.03.2009 **Prof.SamyMolcho:** Die Zunge kann lügen, der Körper nie!
 31.03.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
 21.04.2009 **DieterLange:** Den Sieger erkennt man am Start, den Verlierer auch
 12.05.2009 **RolfH.Ruhleder:** Feuerwerk der Rhetorik
 16.06.2009 **SabineAsgodom:** Greif nach den Sternen
 07.07.2009 **Dr.MarcoFrh.v.M ünchhausen:** Effektive Selbstmotivation
 28.07.2009 **PaulJohannesBaumgartner:** Menschen begeistern!
 22.09.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
 13.10.2009 **HermannScherer:** Netzwerkstatt
 10.11.2009 **Prof.Dr.JörgKnoblauch:** Engagierte und motivierte Mitarbeiter sind kein Zufall

[Mehr Infos und Anmeldung](#)[Zur Übersicht](#)**Wiesbaden****WegezumErfolg2009–VondenBestenprofitieren****Referenten:**

- 10.03.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
 07.04.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
 28.04.2009 **UlrichWickert:** Gauner muss man Gauner nennen
 19.05.2009 **ThomasBaschab:** Erfolg beginnt im Kopf
 09.06.2009 **MatthiasHorx:** Anleitung zum Zukunftsoptimismus
 07.07.2009 **Prof.Dr.JensWeidner:** Die Peperoni-Strategie
 04.08.2009 **Dr.JoachimBublath:** Wege aus der Energie- und Klimakrise?
 25.08.2009 **DieterLange:** Den Sieger erkennt man am Start, den Verlierer auch
 22.09.2009 **SabineAsgodom:** Greif nach den Sternen
 08.12.2009 **CristiánG álvez:** Persönlichkeit schafft Wirkung!

[Mehr Infos und Anmeldung](#)[Zur Übersicht](#)**Frankfurt****ForumErfolg2009–VondenBestenprofitieren****Referenten:**

- 11.03.2009 **Prof.Dr.ChristianBl ümelhuber:** Der Marketing-Code®
 01.04.2009 **ThorstenHavener:** Ich weiß, was Du denkst!
 06.05.2009 **ChristianGansch:** Vom Solo zur Sinfonie
 27.05.2009 **AlexanderGroth:** Führungsstark in alle Richtungen

- 10.06.2009 **Dr.LordJackNasher:** Competence Display
 08.07.2009 **Dr.ChristineBortenl änger:** Börsenwelt – Einblicke und Ausblicke
 26.08.2009 **Dr.DavidBosshart:** Megatrends und Gegentrends
 09.09.2009 **Prof.Dr.EwaldWessling:** Revolution 2.0
 30.09.2009 **Dr.MarkusMerk:** Sicher entscheiden
 18.11.2009 **HeikoH.Thieme:** Chancen und Risiken für das kommende Jahrzehnt

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

Ingolstadt

DK-ForumWissen2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 11.03.2009 **AntonyFedrigotti:** Powerthinking®
 01.04.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
 29.04.2009 **MatthiasHorx:** Die Macht der Megatrends
 27.05.2009 **Dr.LordJackNasher:** Competence Display
 24.06.2009 **Dr.JoachimBublath:** Wege aus der Energie- und Klimakrise?
 15.07.2009 **RainerW äldel:** Personal Branding
 16.09.2009 **ZachDavis:** PoweReading®
 07.10.2009 **Prof.Dr.mult.NikolausKnoepffler:** Was wirklich zählt!
 28.10.2009 **AnjaF örster/Dr.PeterKreuz:** Spuren statt Staub
 18.11.2009 **SabineAsgodom:** Greif nach den Sternen
 09.12.2009 **CristiánG álvez:** Persönlichkeit schafft Wirkung!

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

Berlin

FOCUSForum:DieErfolgsmacher2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 12.03.2009 **HeikoH.Thieme:** Aktien, Renten oder Bargeld
 02.04.2009 **Dr.MarkusMerk:** Sicher entscheiden
 23.04.2009 **ChernoJobatey:** Das digitale DAVID-Prinzip
 07.05.2009 **RichardDavidPrecht:** Moralische Gefühle
 25.06.2009 **Dr.JoachimBublath:** Wege aus der Energie- und Klimakrise?
 09.07.2009 **Prof.Dr.EwaldWessling:** Revolution 2.0
 03.09.2009 **RainerW äldel:** Personal Branding
 01.10.2009 **SabineAsgodom:** No risk – no hope
 05.11.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
 03.12.2009 **RalfSchmitt/TorstenVoller:** Business Impro: Überzeugen „frei Schnauze“

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

Neuss

StandortNiederrhein2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 17.03.2009 **ThomasBubendorfer:** Senkrecht gegen die Zeit
 21.04.2009 **MatthiasHorx:** Anleitung zum Zukunftsoptimismus
 19.05.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
 16.06.2009 **Prof.Dr. -Ing.E.h.Hans -OlafHenkel:** Ethik des Erfolgs
 18.08.2009 **ZachDavis:** PoweReading®
 15.09.2009 **IngridAmon:** Die Macht der Stimme
 06.10.2009 **ManfredMaus:** Führen mit Werten
 27.10.2009 **Prof.Dr.EwaldWessling:** Revolution 2.0
 24.11.2009 **Dr.DavidBosshart:** Megatrends und Gegentrends
 15.12.2009 **UlrichWickert:** Gauner muss man Gauner nennen

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



Essen

VondenBestenprofitieren2009

Referenten:

- 23.03.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
 20.04.2009 **Prof.HermannSimon:** Hidden Champions des 21. Jahrhunderts
 18.05.2009 **Prof.Dr.ChristianBlümelhuber:** Der Marketing-Code®
 08.06.2009 **MatthiasHorx:** Anleitung zum Zukunftsoptimismus
 22.06.2009 **Dr.LordJackNasher:** Competence Display
 24.08.2009 **Dr.PeterKreuz:** Alles, außer gewöhnlich
 14.09.2009 **IngridAmon:** Die Macht der Stimme
 05.10.2009 **UlrichWickert:** Gauner muss man Gauner nennen
 02.11.2009 **UrsMeier:** Zwischen den Fronten
 23.11.2009 **Prof.Dr.LotharJ.Seiwert:** Simplify Your Time

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

München

FOCUSForum:DieErfolgsmacher2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 30.03.2009 **HeikoH.Thieme:** Aktien, Renten oder Bargeld
 20.04.2009 **Dr.MarkusMerk:** Sicher entscheiden
 11.05.2009 **ChernoJobatey:** Das digitale DAVID-Prinzip
 15.06.2009 **RichardDavidPrecht:** Moralische Gefühle
 06.07.2009 **Dr.JoachimBublath:** Wege aus der Energie- und Klimakrise?
 27.07.2009 **Prof.Dr.EwaldWessling:** Revolution 2.0
 21.09.2009 **RainerWälde:** Personal Branding
 19.10.2009 **SabineAsgodom:** No risk – no hope
 16.11.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
 07.12.2009 **RalfSchmitt/TorstenVoller:** Business Impro: Überzeugen „frei Schnauze“

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

Trier

VortragsreiheErfolg2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 30.03.2009 **ThorstenHavener:** Ich weiß, was Du denkst!
 27.04.2009 **Dr.JoachimBublath:** Wege aus der Energie- und Klimakrise?
 18.05.2009 **PaulJohannesBaumgartner:** Menschen begeistern!
 15.06.2009 **IngridAmon:** Die Macht der Stimme
 06.07.2009 **RolfH.Ruhleder:** Feuerwerk der Rhetorik
 07.09.2009 **Prof.Dr.LotharJ.Seiwert:** Simplify your Time
 28.09.2009 **Dr.Hans-GeorgHäusel:** Brain Views
 26.10.2009 **ThomasBaschab:** Geht nicht gibt's nicht
 16.11.2009 **PeterHahne:** Deutschland ohne Wert(e)?
 07.12.2009 **ThomasBubendorfer:** Barrieren durchbrechen

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



[Zur Übersicht](#)

München

Wissensforum2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 31.03.2009 **ErikHändler:** Was kommt nach der Krise?
 21.04.2009 **RichardDavidPrecht:** Moralische Gefühle
 05.05.2009 **ZachDavis:** PoweReading®
 26.05.2009 **Dr.ChristineBortenlänger:** Börsenwelt – Einblicke und Ausblicke
 23.06.2009 **Dr.JoachimBublath:** Wege aus der Energie- und Klimakrise?

- 14.07.2009 **ThomasBubendorfer:** Senkrecht gegen die Zeit
 29.09.2009 **BernardWolff:** Think innovative!
 20.10.2009 **Dr.LordJackNasher:** Competence Display
 10.11.2009 **Prof.Dr.EwaldWessling:** Revolution 2.0
 01.12.2009 **UrsuMahler:** Führung zwischen Macht und Menschlichkeit

[Mehr Infos und Anmeldung](#)



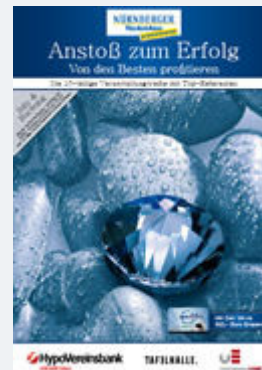
[Zur Übersicht](#)

Nürnberg

Anstoß zum Erfolg 2009 – Von den Besten profitieren

Referenten:

- 31.03.2009 **ChernoJobatey:** Das digitale DAVID-Prinzip
 28.04.2009 **Wolf-DieterPoschmann:** Sport – Medien - Wirtschaft
 12.05.2009 **ThorstenHavener:** Ich weiß, was Du denkst!
 30.06.2009 **CristiánG álvez:** Persönlichkeit schafft Wirkung!
 14.07.2009 **ThomasBaschab:** Erfolg beginnt im Kopf
 28.07.2009 **ErikH ändeler:** Ausblicke und Perspektiven für die Zukunft
 15.09.2009 **UrsuMahler:** Führung zwischen Macht und Menschlichkeit
 06.10.2009 **RolfH.Ruhleder:** Feuerwerk der Rhetorik
 10.11.2009 **HermannScherer:** Netzwerkstatt
 01.12.2009 **RalfSchmitt/ThorstenVoller:** Business Impro: Überzeugen „frei Schnauze“



[Mehr Infos und Anmeldung](#)

[Zur Übersicht](#)

Rottweil

Denkanstöße 2009 – Von den Besten profitieren

Referenten:

- 01.04.2009 **HermannScherer:** Netzwerkstatt
 22.04.2009 **Dr.med.MichaelSpitzbart:** Power your life!
 13.05.2009 **CristiánG álvez:** Du bist, was du zeigst!
 17.06.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
 08.07.2009 **DieterLange:** Den Sieger erkennt man am Start, den Verlierer auch
 22.07.2009 **Dr.MarcoFrh.v.M ünchhausen:** Effektive Selbstmotivation
 16.09.2009 **UrsuMahler:** Führung zwischen Macht und Menschlichkeit
 07.10.2009 **MarkusHofmann:** Ihr Gedächtnis – Das 8. Weltwunder
 04.11.2009 **Prof.SamyMolcho:** Die Zunge kann lügen – der Körper nie!
 25.11.2009 **AntonyFedrigotti:** Powerthinking®



[Mehr Infos und Anmeldung](#)

[Zur Übersicht](#)

Bielefeld

Impulsgeber 2009 – Von den Besten profitieren

Referenten:

- 02.04.2009 **HermannScherer:** Netzwerkstatt
 30.04.2009 **UlrichWickert:** Gauner muss man Gauner nennen
 28.05.2009 **MatthiasHorx:** Anleitung zum Zukunftsoptimismus
 25.06.2009 **RüdigerNehberg:** Leben gegen Strom
 20.08.2009 **Dr.med.StefanFr ädrich:** Das Günter-Prinzip
 03.09.2009 **AnjaF örster/Dr.PeterKreuz:** Spuren statt Staub
 08.10.2009 **Prof.Dr.Dr.F.J.Radermacher:** Management des Wandels
 29.10.2009 **Dr.Dr.CayvonFournier:** Die 10 Gebote für ein gesundes Unternehmen
 19.11.2009 **Prof.SamyMolcho:** Die Zunge kann lügen – der Körper nie!
 10.12.2009 **RolfH.Ruhleder:** Feuerwerk der Rhetorik



[Mehr Infos und Anmeldung](#)

Kempten

AllgäuImpulse2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 20.04.2009 **Prof.Dr.JensWeidner:** Die Peperoni-Strategie
 11.05.2009 **ThomasBaschab:** Geht nicht gibt's nicht
 25.05.2009 **ThomasBubendorfer:** Senkrecht gegen die Zeit
 29.06.2009 **MatthiasHorx:** Die Macht der Megatrends
 27.07.2009 **AntonyFedrigotti:** Powerthinking@
 21.09.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views
 05.10.2009 **SabineAsgodom:** Greif nach den Sternen
 26.10.2009 **RalfSchmitt/ThorstenVoller:** Business Impro:
Überzeugen „frei Schnauze“
 16.11.2009 **PaulJohannesBaumgartner:** Menschen begeistern!
 07.12.2009 **Dr.med.StefanFr ädrich:** Das Günter-Prinzip



BuchbarabFebruar

[Zur Übersicht](#)

Wien

Erfolgsimpulse2009–VondenBestenprofitieren

Referenten:

- 27.04.2009 **GerhardScheucher:** Die Revolution des Scheiterns
 11.05.2009 **Dr.JoachimBublath:** Wege aus der Energie- und Klimakrise?
 08.06.2009 **ChristianGansch:** Vom Solo zur Sinfonie
 29.06.2009 **Prof.Dr.ChristianBl ümelhuber:** Der Marketing-Code@
 07.09.2009 **PaulJohannesBaumgartner:** Menschen begeistern!
 28.09.2009 **UrsuMahler:** Führung zwischen Macht und Menschlichkeit
 19.10.2009 **Dr.DavidBosshart:** Megatrends und Gegentrends
 09.11.2009 **MMag.Dr.LuiseMariaSommer:** Digitaler Alzheimer? Nein, Danke!
 23.11.2009 **ZachDavis:** PoweReading@
 07.12.2009 **Dr.Hans -GeorgH äusel:** Brain Views



[Mehr Infos und Anmeldung](#)

[Zur Übersicht](#)

2 InterviewmitSabineHübner

IhrThema:ServiceinDeutschland

HeutestehtunsmitsabineHübnerinedertopFraue nDeutschlandsinsachenServiceRedeund Antwort."MenschenundLeistungenochbesserinBeziehungsetzen"isteinesihreHauptanliegen undwirhoffenIhnenmitdemIntervieweinenkleinenEinblickgebenzukönnen:

Interview:SabineHübner

Frage: Gerade in einem wirtschaftlich anspruchsvollen Umfeld müssen sich Unternehmen von ihren Wettbewerbern absetzen. Als Mittel dazu entdecken derzeit viele die Themen Service und Qualität wieder neu. Beschäftigen sich Unternehmen im Moment überhaupt noch mit Servicequalität oder grassiert die Angst vor der Zukunft und geht es nur um Kostenmanagement?

S.Hübner: Ich spüre beides. Unlängst erklärte mir ein Unternehmer seine nach vorne gerichtete Servicestrategie mit: „Zu Tode gefürchtet ist am Ende auch gestorben.“ Das hat mir gut gefallen. Wir brauchen schon noch einen gesunden Optimismus und dürfen den Kopf nicht in den Sand stecken. Wenn zwar Kosten gespart wurden, aber das dann dazu führt, dass die Kunden weg sind, ist auch nichts erreicht.

Frage: Was bedeutet das aus Ihrer Sicht für die Servicestrategie?

S.Hübner: Es geht um intelligentes Kostenmanagement. Mehr denn je sind alle Bereiche eines Unternehmens gefordert, all ihr Tun auf den Kundennutzen auszurichten. Es ist wichtig, dass die Ursachen von sogenannten „Points of Pain“ in der Kundenbeziehung identifiziert und behoben werden. Schmerzpunkte können im Produkt genauso liegen wie in der Kommunikation. So können oft unnötige und teure Kontakte reduziert werden, um Kosten zu sparen oder die Ressourcen für werthaltige Kontakte frei zu haben.

Frage: Service ist ein eher schwammiger Begriff, unter dem jeder etwas anderes versteht. Wie kann man die Bedeutung eingrenzen?

S.Hübner: Der Kunde kauft immer einen rationalen und einen emotionalen Nutzen. Man kann differenzieren, indem man den Begriff durch Erweiterungen präzisiert. Es gibt beispielsweise einzelne Serviceleistungen wie die häufig erwähnte Tasse Kaffee zum Beratungsgespräch. Wichtiger aber sind eine durchgängige

Servicestrategie, die gelebte Servicekultur und ein konsistentes Servicemarketing. Hier trennt sich die Spreu vom Weizen.

Frage: Ist Deutschland immer noch die „Servicewüste“, als die es oft gebrandmarkt wurde?

S.Hübner: Nach meinen Erfahrungen hat sich in den letzten Jahren in einigen Bereichen schon eine Menge getan. Immer mehr Unternehmen investieren heute viel Zeit und Kreativität in ihre Serviceprozesse und optimieren ihre Servicestandards kontinuierlich. Ein kleines Beispiel dafür ist die Buchungsbestätigung der Lufthansa, die früher simple Textmails verschickte, ihren Kunden heute aber eine übersichtliche PDF-Datei mit automatischem Outlook-Termineintrag im Anhang zukommen lässt. Zwei Tage vor Abflug erhalten Sie dann noch einen Reisebegleiter mit einem Link zum Check-in und Wetterbericht am Zielort. Hier wurde ein kleiner Service konsequent verbessert. Vorbildlich in jedem Fall aus Kundensicht.

Frage: Trotz solch positiver Beispiele fehlt es bei vielen Mitarbeitern an Freundlichkeit, obwohl diese eigentlich die Basis jedes Services bilden sollte.

S.Hübner: Das ist leider richtig, und das macht natürlich dann die Anstrengungen in anderen Bereichen zunichte. In punkto Herzlichkeit, Empathie und Emotionalität haben wir schon noch einiges aufzuholen.

Frage: Was sollten Unternehmen machen, die positiver Trendsetter sein wollen?

S.Hübner: Was den Unterschied macht, ist die Befreiung der Servicequalität vom Faktor Zufall. Es gilt also, eine Servicestrategie zu entwickeln und auf allen Unternehmensebenen zu implementieren. Wichtig sind auch neue beziehungsweise erweiterte Kriterien bei der Rekrutierung von Mitarbeitern. Soll das Ziel Service-Marktführerschaft erreicht werden, zählen bei der Einstellung nicht nur fachliche Qualitäten, sondern vor allem auch soft skills wie Einfühlungsvermögen und Emotionalität. Lange Zeit wurden solche Talente eher wenig beachtet, doch im Service-Zeitalter spielen sie eine Hauptrolle.

Frage: Hat denn das Service-Zeitalter schon begonnen?

S.Hübner: Auf jeden Fall erkennen die Unternehmen zunehmend, wie ruinös die Preisschlachten der vergangenen Jahre gewesen sind. Nächster Schritt, den ebenfalls viele bereits vollzogen haben, ist die Identifizierung neuer Merkmale, bei denen sich die Konkurrenz überflügeln lässt. Qualität steht dabei an vorderster Stelle – und ein zentraler Bestandteil von Qualität ist hochwertiger Service. Woran es aber in vielen Fällen noch hapert, ist die Umsetzung dieser Einsichten. Insbesondere mangelt es an der notwendigen Abstimmung aller Maßnahmen und der Sicherung eines nachhaltigen Prozesses. Tolle, aber lediglich sporadisch verwirklichte Service-Ideen allein nützen wenig.

Frage: Für welche Unternehmen ist denn Service vielleicht noch entscheidender als für andere?

S.Hübner: Grundsätzlich ist die Differenzierung über außergewöhnlichen Service in jeder Branche möglich. Für Existenzgründer stellt diese Strategie nicht selten die einzige Möglichkeit dar, sich gegen bereits etablierte Wettbewerber durchzusetzen. Die Produkte gleichen sich heute mehr als früher, und so suchen die Kunden nach anderen Dingen, wenn sie zwischen Unternehmen auswählen. Service eignet sich auch deshalb besonders gut als „Verführer“, weil Menschen gerne von gutem Service erzählen – und Mund-zu-Mund-Propaganda hat einen unschätzbaren Wert.

Frage: Wie wird die Service-Welt von morgen und übermorgen aussehen?

S.Hübner: Zu erwarten ist mehr Angebotsvielfalt in Sachen Service. Während es heute selbstverständlich ist, dass Produkte auf die Ansprüche der Kunden maßgeschneidert werden, dominiert beim Service das Scheren aller Zielgruppen über einen Kamm. Die Dinge ändern sich jedoch gerade und diese Entwicklung wird sich fortsetzen. Vor allem kann der Kunde in Zukunft nicht nur auf ihn abgestimmte Service-Module erwarten, sondern er wird auch entscheiden, wie viel Service er haben möchte. Wer sehr kostenbewusst einkauft, wählt etwa Möbel zum Selberaufbauen und lässt sich diese vielleicht lediglich liefern. Ein anderer bestellt den Aufbau-Service gleich mit, ein dritter lässt sich seine neue Küche am Computerbildschirm entwerfen und bucht das „Rundum-Sorglos-Servicepaket“. Zum kostenfreien Service-Basislevel dürften den Kundenwünschen angepasste Upgrades kommen.

Frage: Um kundenspezifischen Service zu kreieren, muss man seine Kunden kennen ...

S.Hübner: Genau das ist eine der größten Herausforderungen an die Unternehmen. Sie müssen sich die Kundenbrille aufsetzen, also die eigenen Angebote aus der Sicht der Kunden analysieren. Ca. 45 % der Informationen über Kundenwünsche bleiben im Mitarbeiterkopf. Es hilft, dieses Wissen strukturiert zu dokumentieren und sich in die verschiedenen Zielgruppen hineinzusetzen, um deren Wünsche und Erwartungen möglichst exakt antizipieren zu können.

Frage: Hat der zunehmende Anteil älterer Menschen einen Einfluss auf die Servicestrategien?

S.Hübner: Das wird sicherlich die Zielgruppe für die erwähnten Upgrades sein, denn ältere Kunden legen überdurchschnittlich viel Wert auf guten und umfassenden Service. Weil die Gruppe der Älteren größer wird, wächst auch das Potenzial für Service jenseits des Basislevels. Ein weiteres Argument für die Fokussierung auf eben dieses Thema bei der Abgrenzung im Wettbewerb.

Frage: Was kann ein Unternehmen, das seinen Service verbessern möchte, ganz konkret tun?

S.Hübner: Die Etablierung einer Servicekultur erfordert Systematik. Nötig sind detaillierte Spielregeln und Abläufe. Die gibt es nicht „von der Stange“, weil sie auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten sein müssen. Als Erfolg versprechend hat sich erwiesen, Mitarbeiter-Teams zu bilden, die strukturiert Handlungsfelder zur Verbesserung der Service-Qualität auf allen Kundenkontaktstufen identifizieren. Die sich daraus ergebenden Aufgaben werden von Umsetzungsteams erfüllt. Unabdingbar ist es, Leitlinien der

Servicekultur zu formulieren und diese in die Praxis zu übertragen. Jeder Mitarbeiter in jeder Abteilung – ob mit oder ohne direkten Kundenkontakt, muss wissen, was sein Beitrag ist. Servicekultur geht alle im Unternehmen an. Das beginnt mit der Vorbildfunktion der Führungskräfte und endet bei der „Customer Care“ Abteilung.

Frage: Das klingt alles sehr abstrakt ...

S.Hübner:... doch es füllt sich in der Praxis schnell mit recht bodenständigen und anfassbaren Inhalten. Keinesfalls sollte ein Unternehmen nur abkupfern, was andere bereits vorgemacht haben. Es inspiriert immer, über den Tellerrand in andere Branchen zu schauen. Ein Hotel kann sich durchaus Anregungen bei Versicherungen und Autohäusern holen und diese dann für sich adaptieren. Entscheidend ist aber: Jedes Unternehmen hat seine eigene Historie und seine eigene Unternehmenskultur. Und darauf muss die Servicekultur abgestimmt werden. Der 4-Punkte-Plan von der Stange ist da wenig nachhaltig.

Frage: Was zeichnet – auf den Punkt gebracht – Service der Extra-Klasse aus?

S.Hübner: Das ist Service, der den Kunden mehr bietet, als sie erwarten. Er überrascht positiv und liefert einen rationalen Mehrwert mit emotionalem „Wow-Effekt“. Oder noch kürzer: Er begeistert.

SABINE HÜBNER ist momentan leider nicht auf den Bühnen VON DEN BESTEN PROFITIEREN zu sehen. Termine mit Sabine Hübner sind aber in Planung.

Auch im Februar 2009 erwartet Sie wieder einer der Top Referenten im spannenden Newsletter Interview – freuen Sie sich darauf.

[Zur Übersicht](#)

3 BuchdesMonatsvonMarenLehky

DIE10GRÖSSTENFÜHRUNGSFEHLERUNDWIESIESIEVERMEIDEN

Die10größtenFührungsfehler-undwieSiesieverm eiden

Was macht eine gute Führungskraft aus? Zuallererst, dass sie die größten Führungsfehler vermeidet. Maren Lehky, erfahrene Führungskräfteberaterin, zeigt, welche Fehler fatal sind, und erklärt, wie man es stattdessen besser machen kann.

Wer die Hierarchie strapaziert, falsche Informationspolitik betreibt oder kein Vertrauen zeigt, bekommt die Mitarbeiter, die er verdient: demotivierte und unwillige. Leider werden diese Fehler immer wieder unbewusst von Führungskräften gemacht. Anhand zahlreicher Beispiele aus ihrer Beratungs- und Coachingtätigkeit erklärt die Autorin, wie diese Fehler zustande kommen und vor allem, wie man es besser machen kann. So kann man das eigene Führungsverhalten überprüfen und systematisch verbessern.

campus

Maren Lehky
**DIE 10 GRÖSSTEN
FÜHRUNGSFEHLER
UND WIE SIE
SIE VERMEIDEN**

[Zur Übersicht](#)

4 Gewinnspiel

Gewinnspiel–Einsendeschluss15.02.2009

Der chinesische Kaiser Wang Mang führte eine neue Steuer ein: die Einkommensteuer.

UndnundieGewinnspiel–Frage:

Wie viel Prozent waren dies?

- a) 10 %
- b) 14 %
- c) 21 %

Unter allen richtigen Lösungen, die uns bis zum 15.02.2009 per E-Mail erreichen, verlosen wir 3 signierte Bücher „Die 10 größten Führungsfehler und wie Sie sie vermeiden“ von Maren Lehky.

Den drei Gewinnern

Rüdiger M., Michelstadt
Dorothea H., Baudenbach
Birgit W., Saarbrücken

des Buches von Dr. Florian Langenscheidt wünschen wir viel Spaß beim Lesen.

[Zur Übersicht](#)

Lassen Sie uns in ein spannendes und erfolgreiches Jahr 2009 starten.

Wir freuen uns Sie 2009 bei einer der Veranstaltung persönlich begrüßen zu dürfen.

Für ganz konkrete und persönliche Wünsche zu allen startenden oder laufenden Vortragsreihen und Wissensabenden steht Ihnen unsere Hotline gerne zur Verfügung.

IHR UE-TEAM



[Zur Übersicht](#)

Dieser Newsletter wurde an Sie versandt, weil Sie sich bei Unternehmen Erfolg® mit der E-Mail Adresse sk@w3work.de eingetragen haben.

Wenn Sie den Newsletter künftig nicht mehr erhalten wollen, klicken Sie bitte [hier](#).

Wenn Sie Ihre persönlichen Angaben oder Ihre E-Mail-Adresse ändern möchten, klicken Sie bitte [hier](#).

Sollten Sie bei dieser E-Mail Darstellungsprobleme haben, klicken Sie bitte [hier](#).

Adresse, Impressum und Copyright © 2008

Unternehmen Erfolg® GmbH
Ismaninger Straße 47
D-85356 Freising
Telefon: +49.(0)8161.9919.0

Telefax: +49.(0)8161.9919.19
E-Mail: info@unternehmen-erfolg.de
Web: www.unternehmen-erfolg.com

Haftungshinweis:

Unternehmen Erfolg® übernimmt keine Haftung oder Garantie für die Inhalte externer Links; für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

powered by 