MH
MICHAEL HAMPEL

MICHAEL HAMPEL
Berater, Top Speaker, Experte für Führungsqualität

Führung und Produktivität

für mittelständische Unternehmen

„Exzellente Führungsqualität schafft höchste Produktivität. Ich zeige Ihnen, wie das geht!“

Michael Hampel

Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung von Michael Hampel unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen – und Markenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Umschlaggestaltung: Michael Hampel
Druck und Verarbeitung: Michael Hampel
https://www.michael-hampel.com

Aktualisiert im Oktober 2019
Michael Hampel, Bayreuth
Alle Rechte vorbehalten

Haftungsausschluss (Disclaimer):

Die Inhalte dieses Buches wurden sorgfältig recherchiert und geprüft. Der Autor übernimmt dennoch keine Gewähr für deren Aktualität und Richtigkeit. Eine Haftung für etwaige Verluste, die aus der Umsetzung der gegebenen Empfehlungen oder Inhalte resultieren, schließt der Autor in vollem Umfang aus.

Gleichstellungsinformation:

Ansprachen, Anreden, Bezeichnungen o.ä. sind für alle Geschlechtstypen gleichwertig gemeint. Sollten in diesem Dokument bzw. Buch einseitige Geschlechteransprachen vorhanden sein, sind trotzdem alle Geschlechtstypen angesprochen.

Führung und Produktivität -

für mittelständische Unternehmen bis 99 Mitarbeiter

Inhalt

1. Vorwort 4

2. Moderne Führung 6

Themen zur Einflussnahme 7

Verhalten im Betrieb 10

3. Warum sich Führung ändern muss 12

4. Unternehmensmission 14

Wozu und wie finde ich die Mission? 15

Die Mission bekannt machen 18

Umsetzung der Unternehmensmission 22

5. Unternehmensvision 30

Was tut ein Visionär? 30

Effekte und Auswirkungen einer Unternehmensvision 31

6. Das Anforderungsprofil für Führungskräfte 35

7. Mitarbeitergespräche 36

Vorbereitung und Rahmen 37

Ziele des Mitarbeitergesprächs 40

Positive Effekte von Feedback 41

Über den Autor 43

Vita 43

Expertise 44

Auszeichnungen 44

Zertifikate 46

Kundenstimmen 50

1. Vorwort

Motivation ist ein zentrales Element bei der Führung Ihrer Mitarbeiter. Denn: Motivierte Mitarbeiter sind engagiert und können ihr Potenzial richtig und gewinnbringend nutzen.

Wussten Sie, dass die meisten Führungskräfte nur etwa 3 bis 5 % ihrer Arbeitszeit mit Führungsaufgaben verbringen? Oft landen so wichtige Dinge wie das Führen von Mitarbeitergesprächen oder das Thema Einarbeitung auf der To-do-Liste ganz hinten.

Wie ist das bei Ihnen im Unternehmen?

Vielleicht kennen Sie das auch: Oft fehlt die Zeit – trotz vieler Überstunden! Dass Personalthemen zu den Hauptaufgaben gehören für die Führungskräfte bezahlt werden, hebt Larry Page, CEO bei Google, hervor. Mehr noch: Er selbst verbringt 70 bis 80 % seiner Arbeitszeit mit Personalthemen.

Gute Führung beinhaltet soziale Interaktionsprozesse. Weil diese wesentlich im professionellen Umgang mit Mitarbeitern sind, geht es in unserem Buch „Führung und Produktivität“ um Ihre Verantwortung als Inhaber oder Geschäftsführer für die Stimmung Ihrer Führungskräfte und des gesamten Teams.

Ich höre oft: „Ich bin doch kein Kindermädchen.“ Oder: „Ich kann gegen die Marotten einzelner Mitarbeiter sowieso nichts tun.“ Ich verstehe, dass Ihnen die eine oder andere Sache manchmal auch auf die Nerven geht. Aber: Was passiert, wenn Sie die schlechte Stimmung, die Einzelne haben, nicht aktiv angehen? Sie überträgt sich auf mindestens vier bis fünf Mitarbeiter im Umfeld des Miesepeters! Manchmal stecken ernsthafte private Sorgen oder Probleme mit anderen Kollegen dahinter. Hier gilt: Nehmen Sie solche Situationen ernst und gehen Sie sorgsam damit um. Das Wichtigste: Kümmern Sie sich um Ihre Mitarbeiter. Stimmungsbooster garantiert!

Darüber hinaus ist es wichtig, dass Sie sich als Unternehmer zunächst selbst im Klaren werden, wofür Ihr Unternehmen steht und wie die Führungskultur in Ihrem Unternehmen in Zukunft aussehen soll. Welche Erwartungen verknüpfen Sie in Bezug auf die Führung Ihrer Belegschaft an Ihre Führungskräfte? Wie schaffen Sie es als Unternehmer, Ihre Philosophie, Ihre Strukturen und Denkweisen über Ihre Führungskräfte, quasi als Multiplikatoren, ins Unternehmen zu tragen?

Wenn es um Produktivität geht, dann sind noch viele andere Themen wichtig:

Wissen Sie, was Ihre Mitarbeiter denken und wie es ihnen geht? Nein? Ich empfehle: Reden Sie mit ihnen! Denn Mitarbeitergespräche sind ein besonders bedeutendes Instrument zur Steuerung Ihres Unternehmens und durch nichts zu ersetzen. Sie dienen dazu, Prioritäten zu setzen, Zielvereinbarungen zu treffen und Mitarbeiter gezielt an der Planung von Aufgaben zu beteiligen. Das führt zur Bindung an das Unternehmen, weil Angestellte durch den Dialog mit Ihnen als Vorgesetztem ein größeres Verständnis für die Belange der Firma entwickeln. Gleichzeitig erhalten Sie Wertschätzung und Anerkennung. Das motiviert und erhöht das Vertrauen! Ein Punkt, der mir dabei besonders wichtig ist: Mitarbeitergespräche sehe ich als Frühwarnsystem in puncto Zufriedenheit. Sie erlangen Einblicke in die Stimmung Ihrer Angestellten – und können rechtzeitig gegensteuern, falls Sie feststellen, wenn etwas nicht in Ordnung ist. Ich verspreche Ihnen, dass Sie damit Zufriedenheit und Motivation eines jeden Teams erhöhen. In diesem Buch erfahren Sie, warum regelmäßige (!) Mitarbeitergespräche durchgeführt werden sollen, was Sie besprechen und fragen können und warum sich der Zeitaufwand immer lohnt.

Ich stelle Ihnen vor, wie Sie es schaffen, Ihre Führungskräfte von Administratoren zu echten Leadern zu machen. Sie erfahren, an welchen Themen Sie und Ihr Führungsteam konkret arbeiten können, um mehr Zeit für das Führen Ihrer Mitarbeiter zu haben. Dadurch verbessern Sie Ihre Führungsqualität und verringern administrative Aufgaben.

Aus meiner mittlerweile 20- jährigen Erfahrung mit solchen Themen weiß ich, dass jeder Vorgesetzte den Anteil der täglichen Zeit mit Führungsaufgaben erheblich steigern kann.

In diesem Buch finden Sie einige grundlegende Themen, die Sie sofort in Ihrem Unternehmen umsetzen können.

Sie als Unternehmer oder Geschäftsführer haben es in der Hand. Packen Sie es an, formulieren Sie Ihre Werte und wie Sie Führung in Ihrem Unternehmen umgesetzt sehen wollen. Gehen Sie mit gutem Beispiel voran. Machen Sie aus Ihren Führungskräften echte Leader, die ihr Team zu hoher Motivation und Produktivität führen.

2. Moderne Führung

Die Unterschiede zwischen einer professionellen, modernen, mental starken und klar in ihrer Führungsarbeit strukturierten Führungskraft und dem Mittelmaß entscheiden über Wachstum oder Stagnation, über Überleben oder Konkurs – wenn wirtschaftlich schwere Zeiten anbrechen.

Moderne Führung zeichnet sich dadurch aus, dass Führungskräfte die Mission und die Werte, für die Sie und Ihr Unternehmen stehen und die Ihre Führungskräfte idealerweise mit entwickelt haben, verinnerlichen und auch umsetzen.

Auf welche Themen sollte eine moderne Führungskraft also bewusst und aktiv Einfluss nehmen?

Themen zur Einflussnahme

Ich fasse das hier in 7 Überschriften zusammen:

1. Stimmung und Arbeitsatmosphäre:

   Bewusst und aktiv auf eine positive Stimmung und Arbeitsatmosphäre Einfluss zu nehmen, ist ein wesentlicher Schlüsselfaktor für die Motivation Ihrer Belegschaft. Achten Sie dabei auf einen wertschätzenden und fairen Umgang mit Ihren Mitarbeitern, um ein positives Betriebsklima zu fördern. Nehmen Sie sich – auch bei eigenem Stress – Zeit für Fragen und Anliegen und trainieren Sie Einfühlungsvermögen und Fingerspitzengefühl.

2. Positive, offene und regelmäßige Kommunikation:

   Regelkommunikation, Entwicklungsgespräche, Rückmeldung zu Arbeitsergebnissen und viele Themen mehr sind für Mitarbeiter ein Grundbedürfnis und ein klares Signal von Aufmerksamkeit und Wertschätzung. Stehen Sie als Ansprechpartner zur Verfügung, hören Sie zu, auch bei privaten Angelegenheiten und achten Sie auf die regelmäßige Durchführung von Coachings und Teamsitzungen.

3. Förderung der Gesundheit und mentalen Stärke der Belegschaft:

   Das Verhältnis zwischen Belastung und Erholung im Auge zu behalten, ist sehr wichtig, um dauerhaft gesunde und leistungsfähige Mitarbeiter zu halten. Kritik ist natürlich immer wieder nötig, doch setzen Sie den Fokus auf Erfolge und das Positive. In beiden Fällen sollten Sie sich jedoch auf konkrete Beispiele beziehen und gegebenenfalls zusammen mit Ihren Angestellten direkt eine Lösung erarbeiten – gehen Sie also mit gutem Beispiel voran.

4. Mitarbeiterförderung und aktiver Einbezug in Entscheidungsprozesse:

   Damit fördern Ihre Führungskräfte Kreativität und die Entwicklung von Eigeninitiative, einer der größten Motivationsfaktoren überhaupt! Delegieren Sie nach Möglichkeit nach Talenten und Fertigkeiten Ihrer Angestellten. Dabei sollten Sie einen Rahmen vorgeben, aber auch entsprechenden Entscheidungs- und Gestaltungsspielraum lassen.

5. Klarheit bei Aufgaben und Erwartungshaltung:

   Wissen Mitarbeiter, was man von Ihnen erwartet, gibt das Sicherheit und steigert die Arbeitsergebnisse. Sie reduzieren deutlich Missverständnisse und vermeiden unproduktive Phasen.

6. Förderung der Teamentwicklung und Reduzierung von unnötigen Hierarchien:

   Das schafft eine gegenseitige Motivation, fördert die Gesundheit, Produktivität und optimiert das Gesamtergebnis, da das gesamte Team durch das geförderte Wir-Gefühl zusammensteht. Fordern Sie aktiv Feedback zur aktuellen Stimmung ein. Dadurch erkennen Sie Störungen in der sozialen Gemeinschaft frühzeitig und können diese schneller bewältigen.

7. Verbesserung der eigenen Leistung:

   Durch einen permanenten Austausch und Rückfluss von Informationen und Daten aus der Belegschaft verbessert die Führungskraft permanent ihre eigene Leistung und Führungsqualität. Seien Sie grundsätzlich flexibel und vermitteln Sie Ihren Angestellten Kompetenz, Ruhe, Gelassenheit und Engagement, ohne dabei überheblich zu wirken.

Natürlich kann diese Aufzählung nur beispielhaft sein und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie bezieht sich ausschließlich auf Themen, die in Zusammenhang mit der Mitarbeiterführung und -förderung stehen.

Setzen Ihre Führungskräfte diese Punkte bei der täglichen Arbeit mit Mitarbeitern um, steigen Motivation, Teamgeist, Wir-Gefühl, Arbeitsqualität und Ergebnisse, Eigenengagement, aktives Verbesserungsmanagement, Produktivität und das Gesamtergebnis. Außerdem werden Sie durch diese Maßnahmen als Arbeitgeber attraktiv – für bestehende Angestellte, um diese zu halten und für neue MitarbeiterInnen, die Sie für Ihr Unternehmen gewinnen wollen.

Im Wesentlichen hängt jedoch alles an der Einstellung und Haltung Ihrer Führungskraft und an der Art und Weise, wie die Führungskraft durch das obere Management oder durch Sie als Inhaber selbst geführt wird. Stimmt das zu großen Teilen mit Ihren Werten und Ihrer Führungsphilosophie überein, dann wird sich die Führung aus Ihrer Unternehmenskultur heraus genau in diese Richtung entwickeln.

Verhalten im Betrieb

Eine moderne Führungskraft

1. geht wertschätzend mit den Mitarbeitern um.
2. behandelt die Mitarbeiter fair.
3. fördert ein positives Betriebsklima.
4. nimmt sich Zeit für die Mitarbeiter, auch bei eigenem Stress.
5. handelt mit Einfühlungsvermögen und Fingerspitzengefühl.
6. führt regelmäßig Einzelgespräche.
7. erkennt Störungen im Team und bei den Mitarbeitern und packt diese aktiv an.
8. hört zu, ist damit auch als Ansprechpartner für die Anliegen der Mitarbeiter da.
9. kommuniziert klar die Erwartungen an die Mitarbeiter.
10. führt regelmäßig und strukturiert Coachings durch.
11. gibt regelmäßig Feedback zu den Arbeitsergebnissen – sowohl positiv als auch zu den Verbesserungspotenzialen.
12. delegiert nach den Talenten und Fertigkeiten der Mitarbeiter.
13. fördert die physische und psychische Gesundheit seiner Mitarbeiter.
14. bezieht Mitarbeiter in Entscheidungsprozesse aktiv ein.
15. delegiert, gibt den Rahmen vor, lässt den Mitarbeitern jedoch Gestaltungsspielraum.

Wenn Sie als Führungskraft sich nicht sicher sind, ob Sie diese Punkte in einem zufriedenstellenden Rahmen für Ihre Angestellten erfüllen, so kann eine anonyme Umfrage im Betrieb dabei helfen, an den noch bestehenden Problemen zu arbeiten. Stellen Sie dafür einen Fragenkatalog zusammen, der zum Beispiel Folgendes beinhalten kann:

- Wie empfinden Ihre MitarbeiterInnen die Kommunikation mit Ihrer Führungskraft?
- Wie erleben Ihre MitarbeiterInnen die Führung durch Ihre Führungskraft?
- Wie empfinden Ihre MitarbeiterInnen das Arbeitsumfeld?
- Wie finden Ihre MitarbeiterInnen das Miteinander und die Kollegialität im Unternehmen?
- Was ist Ihren MitarbeiterInnen wichtig, wenn es um den Arbeitsplatz und das optimale Arbeitsumfeld geht?
- Was fehlt Ihren MitarbeiterInnen, um ihre Arbeit optimal auszuführen?

Solche und andere Fragen können, anonymisiert erhoben, bei der Suche nach Lösungen zur Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit helfen – und damit ein weiterer Schritt auf dem Weg zu mehr Produktivität und zum attraktiven Arbeitgeber sein.

Sie hätten gerne die Meinung eines Experten? Nehmen Sie Kontakt zu uns auf! Wir bieten Ihnen einen kostenlosen Qualitätscheck beim Punkt „Führung“. Mehr Informationen dazu auf unserer Website: https://www.die-fortschritt-macher.de/

3. Warum sich Führung ändern muss

Unsere Führungskräfte sind oftmals nicht mehr in der Lage, Klartext zu reden und Mitarbeitern gegenüber eine deutliche Erwartungshaltung zu äußern – und diese auch einzufordern. Und noch viel schlimmer: Wenn die Ergebnisse nicht erreicht werden, dann sind auch noch die Mitarbeiter schuld.

Kennen Sie das als Chef? Wenn Ihre Führungskräfte sich beklagen, dass die Mitarbeiter die Aufgaben nicht richtig erfüllen, keine Lust haben, zu wenig motiviert sind? An dieser Stelle möchte ich aber auch die Führungskräfte etwas in Schutz nehmen. Denn oft haben sie tatsächlich weder die Ausbildung noch die Rahmenbedingungen, geschweige denn den Rückhalt vom Chef, um ihre Aufgaben richtig zu erfüllen.

Viele Führungskräfte geben an, nur etwa 3 bis 5 % ihrer Arbeitszeit für die eigentliche Führungsarbeit zu verwenden. Der Rest geht in administrativen Aufgaben unter. Da versteckt es sich natürlich leichter hinter diversen Ausreden.

Wenn Sie jetzt denken: „Ja, das kenne ich.“, dann möchte ich Ihnen sagen: Ändern Sie es! Denn Sie haben diese Führungskräfte eingestellt und Sie als Unternehmer und oberste Führungskraft führen wiederum diese Mitarbeiter. Tatsächlich zieht sich diese fehlende Klarheit bezüglich der Erwartungshaltung und das Zulassen dieser Situation in vielen Unternehmen durch.

Dazu passt das Ergebnis einer aktuellen Studie des Gallup-Instituts, einem der weltweit führenden Markt- und Meinungsforschungsinstitute: **44 % aller Arbeitnehmer – und dabei sind die Führungskräfte mit einbezogen worden – wissen nicht genau, was ihr Chef von Ihnen erwartet. 59 % wissen nicht, wofür ihr Unternehmen steht und nur etwa 17 % der Mitarbeiter, mit denen überhaupt Mitarbeitergespräche geführt werden sagen, die Rückmeldungen haben mir geholfen, meine Arbeit besser zu machen.**

Als ob Klarheit, Entscheidungsfreude, ein regelmäßiger Austausch zwischen Führungskraft und Mitarbeiter ein Gegensatz zu einer wertschätzenden Führungsarbeit wären. Mitarbeiter fordern sogar regelmäßiges Feedback ein. Es ist quasi ein Grundbedürfnis.

Die Frage ist: Wer übernimmt die Verantwortung? Und die Antwort dafür muss klar sein! Ihre Führungskräfte führen nicht so, wie Sie sich das als Chef vorstellen – dann ändern Sie es. Es ist Ihre Verantwortung – Sie lassen das zu, nur Sie können es ändern! Ihre Mitarbeiter machen Ihren Job nicht so, wie Sie es erwarten. Es ist die Verantwortung der Führungskräfte. Was sind die Ursachen? Woran können wir gemeinsam arbeiten? Was benötigen meine Mitarbeiter an Unterstützung, um ihren Job besser machen zu können?

Ihre Mitarbeiter machen Dienst nach Vorschrift, sind nicht motiviert? Es ist Ihre Verantwortung: Was sind die Ursachen? Woran können wir gemeinsam arbeiten, um die Motivation zu verbessern? Was benötigen meine Mitarbeiter an Unterstützung, um sich wohler zu fühlen?

> *„Man muss nicht alles machen, was die Mitarbeiter wollen, muss aber alles erfüllen, was die Mitarbeiter brauchen!“*
> *- Michael Hampel*

Ich sage das an dieser Stelle klar und deutlich: Ich meine nicht, dass man alles machen muss, was die Mitarbeiter wollen – aber – Sie müssen als Chef alles erfüllen, was Ihre Mitarbeiter brauchen, um Ihren Job gut machen zu können. Zwischen Wollen und Brauchen ist ein großer Unterschied!

Leider schrecken viele meiner Kollegen vor einer solchen Klarheit dem Inhaber eines Unternehmens und den Führungskräften gegenüber zurück. Sie befürchten, der Auftrag wäre gefährdet, wenn Sie darauf bestehen, dass der Chef selbst mit in die Verantwortung genommen wird, und nicht nur die Mitarbeiter und Führungskräfte. Und deshalb muss auch die Beraterkultur in Deutschland sich ganz klar verändern. Solange es nur darum geht, auf der Führungs- und Mitarbeiterebene zu arbeiten, um den Auftrag mitzunehmen, und nicht wirklich an der Führungskultur und Führungsqualität im gesamten Unternehmen etwas nachhaltig zu verändern, so lange wird es in vielen Unternehmen so bleiben wie es aktuell ist.

Seit 20 Jahren erhebt das Gallup-Institut eine Zufriedenheitsabfrage bei den Arbeitnehmern in Deutschland. Und seit 20 Jahren sind die Ergebnisse eine Katastrophe.

Übernehmen Sie Verantwortung – und ändern Sie etwas! Aber: Fangen Sie bei sich selbst an.

4. Unternehmensmission

Vorab: Wozu brauchen wir überhaupt eine Unternehmensmission? Sie dient zunächst einmal der Außendarstellung und beschreibt zum Beispiel, was Ihr Unternehmen genau macht, wodurch sich Ihr Unternehmen von Wettbewerbern abhebt und wie Sie zum Beispiel mit Mitarbeitern und Kunden umgehen. Die Mission Ihres Unternehmens ist deshalb eine entscheidende Orientierungshilfe. Für wen eigentlich?

Nun, durch die Außendarstellung natürlich in erster Linie für Ihre Kunden. Aber sie dient auch als Orientierung für zukünftige MitarbeiterInnen, die einen neuen Arbeitgeber suchen.

> *„Die Unternehmensmission ist die Grundlage für die Arbeit des Managements und gibt Ihren Mitarbeitern eine klare Orientierung!“*
> *- Michael Hampel*

War es das schon – nein. Das ist häufig ein Trugschluss. Denn Ihre Unternehmensmission muss auch nach innen, in Ihr Unternehmen wirken. Sie ist die Grundlage für die Arbeit des Managements und gibt Ihren Mitarbeitern eine klare Orientierung, was von Ihnen erwartet wird.

In unserer schnelllebigen Zeit, in der Menschen aus einem unglaublichen Überangebot immer ähnlicher Dienstleistungen und Produkte wählen können, heben Sie sich mit einer klaren Mission also deutlich von Ihren Wettbewerbern ab.

Um einmal ein Beispiel für eine Unternehmensmission anzubringen, so könnte sie am Ende des Prozesses aussehen:

- Wir verdienen uns täglich aufs Neue das Vertrauen unserer Kunden und Mitarbeiter durch unser faires und authentisches Handeln.
- Wir wollen jeden Tag besser werden und ruhen uns nicht auf den Leistungen der Vergangenheit aus.
- Wir arbeiten effektiv und wirtschaftlich.
- Wir begeistern unsere Kunden durch unsere eigene Begeisterung, Kompetenz und Freude am Verkaufen.
- Wir denken nicht in Problemen, sondern in Anforderungen unserer Kunden und der passenden Lösung.
- Wir schätzen die traditionellen Werte, die unser Unternehmensgründer bereits vor 70 Jahren verkörperte.
- Wir sind der erste Ansprechpartner in … für den anspruchsvollen Verkauf von ... . Wir sind die ...

Wozu und wie finde ich die Mission?

Die erste Säule der Mission, ist Ihr Unternehmenszweck, also was Sie mit Ihrem Unternehmen an Produkten und Dienstleistungen erstellen und anbieten.

Da sich Ihr Angebot im Detail jedoch von dem anderer Anbieter unterscheidet, vielleicht in der Qualität, in der Anwendbarkeit oder im Ergebnis für Ihre Kunden, müssen solche Aspekte hier mit eingearbeitet und formuliert werden.

> *„Tradition hat in Deutschland eine starke Bedeutung und spiegelt für viele Menschen auch die Erfahrung und Beständigkeit wider, die ein Unternehmen hat.“*
> *- Michael Hampel*

Ein weiteres Thema auf dem Weg zu Ihrer klaren Unternehmensmission ist Ihre Kernkompetenz. Was ist der Teil Ihres Angebotes, der im Kern am deutlichsten beschreibt, was Sie tun, oder der sich am deutlichsten vom Angebot der Wettbewerber abhebt. Häufig spielt hier auch die Historie eine große Rolle, also wie lange es Ihr Unternehmen schon gibt, womit es begonnen hat und wie es sich entwickelt hat. Tradition hat in

Deutschland eine starke Bedeutung und spiegelt für viele Menschen auch die Erfahrung und Beständigkeit wider, die ein Unternehmen hat.

Die zweite Säule Ihrer Unternehmensmission beschreibt die Werte, für die Ihr Unternehmen steht. Häufig wird dieser Teil auch als Leitlinien bezeichnet.

Vielleicht ging es Ihnen beim Lesen solcher Unternehmensleitlinien auch schon so, dass sie in dem einem oder anderem Unternehmen genau das Gegenteil erlebt haben. Wenn dort stand: „Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Handelns.“, und sie sind als Kunden dann völlig ignoriert worden. Darum muss unser wichtigstes Ziel im Anschluss an die Formulierung Ihrer Unternehmensleitlinien sein, dass diese Werte auch in Ihrem Unternehmen von allen Mitarbeitern gelebt werden.

Ihre Werte sind deshalb auch die Grundlage für viele weitere Themen, die sich dann in der Führung und Kommunikation widerspiegeln müssen. Sie geben eine klare Orientierung, was Sie von Ihren Führungskräften und Mitarbeiter erwarten. Und das betrifft sowohl den Umgang untereinander als auch den Auftritt nach außen gegenüber Kunden.

Ein klares Wertesystem führt zwangsläufig zu Veränderungen. Immer, wenn wir in unserer Arbeit die Werte, die in der Geschäftsleitung entwickelt wurden, mit dem Management bzw. den Führungskräften austauschen, erhalten wir überraschte Reaktionen. Denn so klar werden diese Themen oft eben nicht kommuniziert.

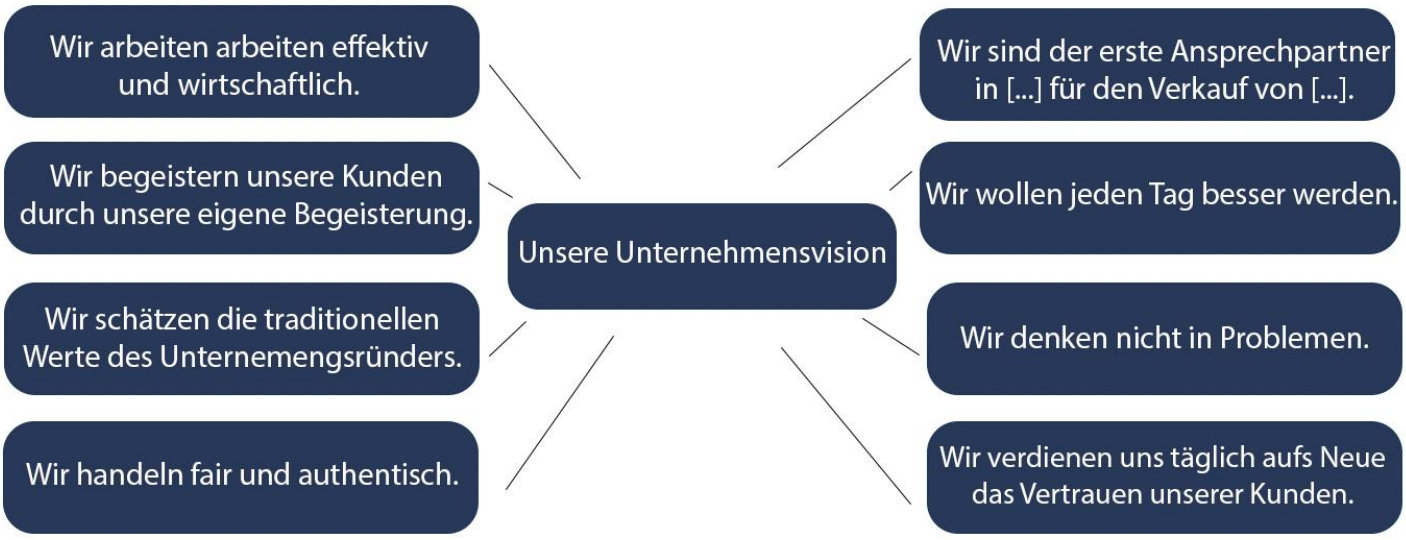
Das Umsetzen dieser Leitlinien fängt dann in erster Linie bei der Geschäftsleitung an und setzt sich bei den Führungskräften fort. Als Vorbild müssen Sie diese Werte leben und vorleben, wenn Sie möchten, dass Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das auch tun.

Als dritte Säule steht die aus den Werten abgeleitete Philosophie im Umgang miteinander und mit Kunden im Mittelpunkt. Zu Beginn unserer Arbeit entsteht hier häufig auch ein Wunschbild, und das ist völlig normal. Denn würden alle MitarbeiterInnen und das Management schon nach Ihrer Erwartung miteinander und mit Kunden umgehen und Werte und Philosophie bereits leben, dann hätten diese ja vorher schon bekannt sein müssen.

Jeder hatte bis zu diesem Zeitpunkt eine andere Vermutung, ein anders Bild, wie geführt, kommuniziert und miteinander umgegangen werden soll. Jetzt haben wir die Basis dafür geschaffen, in diese unterschiedlichen Bilder Klarheit zu bringen.

Ich geben Ihnen einige Fragen als Beispiele, die Ihnen auf der Suche nach Ihrer Unternehmensmission helfen können:

- Wofür steht unser Unternehmen?
- Was machen wir genau – und was hebt uns dabei von Wettbewerbern ab?
- Wie ist unsere Führungsphilosophie?
- Woher kommt Ihr Unternehmen? – Ihre Unternehmensgeschichte!
- Was ist der Unternehmenszweck?
- Welche Werte sind Ihnen wichtig?
- Welchen Stellenwert haben Ihre Mitarbeiter im Unternehmen?
- Wie sehen Sie sich im Verhältnis und in der Zusammenarbeit mit Ihren Kunden?
- Wie verdienen Sie sich das Vertrauen?



Die Mission bekannt machen

Wo können Sie Ihre Mission bekannt machen?

In erster Linie denken viele Unternehmer an Ihre Website. In Zeiten der Digitalisierung werden jedoch Social Media-Plattformen ebenfalls immer wichtiger. Und natürlich können Sie auch in Ihrem Unternehmen, sofern Sie direkten Kundenkontakt haben, Ihre Unternehmensmission mit Plakaten oder in Unternehmensbroschüren kommunizieren. Manche Inhalte einer Unternehmensmission werden auch häufig als Kundenversprechen bezeichnet.

Wer liest Ihre Unternehmensmission?

1. Kunden, die Ihre Website besuchen.

Diese haben nun ein klareres Bild, wofür Ihr Unternehmen steht, welche Vorteile eine Zusammenarbeit mit Ihnen bringen kann und was sie von Ihnen erwarten dürfen.

Passt das zu den Erwartungen der Besucher Ihrer Website oder Ihres Social Media-Kanals, dann steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Sie eine Anfrage erhalten oder einen neuen Kunden gewinnen.

Allerdings ist natürlich der entscheidende Faktor nicht, was Sie schreiben, sondern was der Kunde nun erlebt. Und hier geht es um Ihre Mitarbeiter!

Wer liest Ihre Unternehmensmission also noch?

2. Ihre Führungskräfte und Mitarbeiter.

Dafür müssen Sie unbedingt sorgen, und zwar auf allen Ebenen. Denn nur, wenn die Mitarbeiter Ihre Unternehmensmission kennen – und sich mit Ihrem Unternehmen, Ihren Werten und Ihrer Philosophie voll identifizieren, dann haben Sie auch eine gute Chance, dass Ihre Mitarbeiter das auch umsetzen.

Eine aktuelle Gallup-Studie hat ergeben, dass 70 % der Beschäftigten in deutschen Unternehmen nicht emotional an ihr Unternehmen gebunden sind und nur Dienst nach Vorschrift machen. Nur 15 % machen Ihren Job mit Herz und Verstand. Das sich dieser Umstand negativ auf die Produktivität und auf die Kundenbehandlung auswirkt, und damit auch auf Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, wird hier deutlich.

Noch wichtiger: Arbeitnehmer, die sich emotional nicht an ihren Arbeitgeber gebunden fühlen, zeigen laut dieser Studie weniger Eigeninitiative, Leistungsbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein – und sie schweigen zudem häufiger zu Fehlentwicklungen.

Sie kennen das auch und haben den Eindruck, in Ihrem Unternehmen gibt es ähnliche Entwicklungen?

Mit der Mission schaffen Sie die Basis für Ihre Führungsphilosophie, für Kommunikationsgrundlagen, für Klarheit in den Erwartungen, für die Übernahme von Verantwortung und damit für eine höhere Motivation und Bindung Ihrer Mitarbeiter an Ihr Unternehmen.

Dabei gilt: Mitarbeiterzufriedenheit kommt immer vor Kundenzufriedenheit – und zufriedene Mitarbeiter, die motivierter und mit Eigeninitiative an Ihre Arbeit gehen, haben zufriedenere Kunden.

Für wen könnte Ihre Unternehmensmission noch interessant sein?

3. Das sind Bewerber, die einen neuen Arbeitgeber suchen.

Für neue, anspruchsvolle Mitarbeiter gehört es zur Orientierungsphase, sich mit einem Unternehmen im Vorfeld auseinanderzusetzen.

Sind die Werte Ihres Unternehmens und die Werte eines Bewerbers identisch, dann steigt die Chance, dass beide Seiten gut zusammenpassen. Sie werden als Unternehmen durch eine klare Unternehmensmission also ein attraktiver Arbeitgeber genau für die Mitarbeiter, die in Ihr Unternehmen passen und die Sie auch brauchen.

Ein wesentlicher Unterschied zu Wettbewerbern, die Ihre Werte und Ihre Philosophie nicht kommunizieren besteht darin, dass dort ein neuer Mitarbeiter kein klares Gefühl dafür erhält, welche Leistungen und Vorteile er erwarten kann oder wie mit ihm umgegangen wird.

Sie gewinnen so also mehr neue und auch häufiger die richtigen, qualifizierten Mitarbeiter. Sie sparen sich unnötige Einarbeitungskosten für Mitarbeiter, die sich im Nachhinein als ungeeignet herausstellen, weil sie nicht in Ihr Unternehmen oder Ihre Strukturen passen.

Durch ein klares, scharfes Profil werden Sie also ein attraktiver Arbeitgeber für Ihre Zielgruppen.

Nach innen gibt die Unternehmensmission eine klare Orientierung – und damit verbunden – eine höhere Sicherheit für Ihre MitarbeiterInnen, indem sie wissen, was von ihnen erwartet wird. Wie sollen wir kommunizieren? Wie soll der Kundenkontakt gestaltet werden? Wie gehen wir mit Reklamationen um?

Antworten auf diese und viele anderen Fragen lassen sich aus der Mission Ihres Unternehmens klar ableiten und festlegen. Diese Klarheit führt zu einer hohen Identifikation mit Ihrem Unternehmen. Und dieser Umstand ist in der heutigen Zeit ein entscheidender Vorteil, wenn Sie Ihre Top-Mitarbeiter halten wollen.

Die Unternehmensmission ist darüber hinaus auch die Grundlage für die Vision der Zukunft Ihres Unternehmens. Wenn Sie wissen, wofür Sie stehen, dann können Sie viel einfacher leiten, wohin sich Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren hin entwickeln soll.

Wo trennt sich nun die Spreu vom Weizen? Hier bediene ich mich gerne eines Zitats von Johann Wolfgang von Goethe:

> *„Es ist nicht genug zu wissen, man muss auch anwenden; es ist nicht genug, zu wollen, man muss auch tun.“*

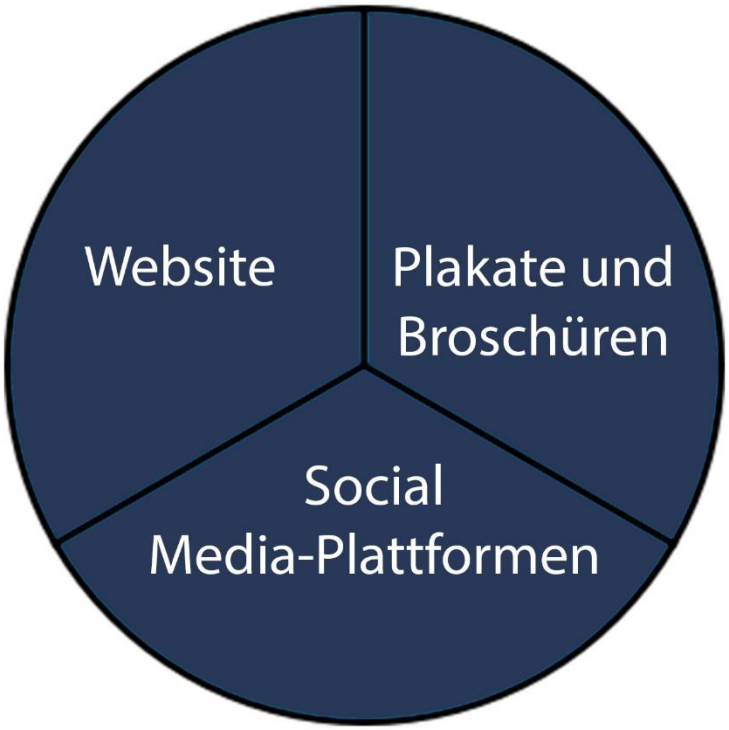
Aus der Mission wird nur dann ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, wenn Sie Ihre Unternehmensmission im Unternehmen etablieren und zur Umsetzung bringen.

Zusammengefasst: Die wesentlichen Vorteile Ihrer klaren Unternehmensmission sind:

1. Kunden erkennen, wofür Ihr Unternehmen steht und was Sie bei Ihnen erwarten können. Das macht neugierig und gibt Orientierung.
2. Mögliche Bewerber können sich ein klares Bild von Ihrem Unternehmen machen. Teilen diese Ihre Werte und Ihre Philosophie, dann werden Sie zu Ihnen kommen – und Sie gewinnen genau die Mitarbeiter, die Sie brauchen.
3. Sie werden ein attraktiver Arbeitgeber – auch für Ihre eigenen Mitarbeiter, da diese sich orientieren können, wissen, was von Ihnen erwartet wird und danach handeln können.
4. Ihre Belegschaft kann sich mit einer gelebten Unternehmensmission mit Ihrem Unternehmen besser identifizieren, und damit schaffen Sie eine höhere emotionale Bindung, mehr Motivation und eine höhere Produktivität.
5. Sie geben Sicherheit und Orientierung.
6. Es entsteht ein unverwechselbares Unternehmensprofil.
7. Sie schaffen die Basis für viele wichtige Themen wie Führung, Kommunikation, Kundenumgang, das Miteinander im Unternehmen – und für die Umsetzung Ihrer Unternehmensvision.

Umsetzung der Unternehmensmission

Wo finden Ihre Kunden denn überhaupt Ihre Unternehmensmission?



Zum einen natürlich auf Ihrer Website. In Zeiten der Digitalisierung werden jedoch Social Media-Plattformen ebenfalls immer wichtiger. Bei direktem Kundenkontakt ist es darüber hinaus sehr ratsam, die Unternehmensmission mit Plakaten oder in Broschüren zu kommunizieren. Denn: Manche Inhalte einer Unternehmensmission werden auch häufig als Kundenversprechen bezeichnet.

Welche Vorteile haben Sie als Unternehmer?

Ihre Kunden haben durch Ihre klare Mission nun ein deutlicheres Bild, wofür Ihr Unternehmen steht und was sie von Ihnen erwarten können. Dabei geht es neben der reinen Dienstleistung oder Ware unter anderem um Zusatzleistungen, eine genauere Qualitäts- und Anwendungsbeschreibung sowie Themen wie Kundenbehandlung und der Kundenservice.

Passt Ihr Angebot zu den Erwartungen der Besucher Ihrer Website oder Ihres Social Media-Kanals, dann steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Sie eine Anfrage erhalten oder einen neuen Kunden gewinnen.

Allerdings ist natürlich der entscheidende Faktor nicht, was Sie schreiben, sondern was der Kunde nun erlebt. Und hier geht es um Ihre Mitarbeiter!

Kommen wir zur nächsten Zielgruppe für Ihre Mission, den möglichen Bewerbern.

Wie oft haben Sie eigentlich schon neue Mitarbeiter eingestellt und erst nach einiger Zeit feststellen müssen, dass es nicht die oder der Richtige ist? Durch eine klare Unternehmensmission können Sie dieses Problem an der Wurzel packen.

Auf der einen Seite gehört es für anspruchsvolle Mitarbeiter zur Orientierungsphase, sich mit interessanten Unternehmen im Vorfeld auseinanderzusetzen. Sind die Werte und die Philosophie Ihres Unternehmens und die eines Bewerbers nun identisch, dann steigt die Chance, dass beide Seiten gut zusammenpassen.

> *„Sind die Werte und die Philosophie Ihres Unternehmens und die eines Bewerbers identisch, steigt die Chance, dass beide Seiten gut zusammenpassen.“*
> *- Michael Hampel*

Durch eine Unternehmensmission haben Sie jedoch auch die Möglichkeit, ein klares Anforderungsprofil für neue Mitarbeiter zu entwickeln. Das beinhaltet nun neben den fachlichen Anforderungen auch viele andere Blickwinkel und Themen, die mindestens genauso wichtig sind. Bei einem Vorstellungsgespräch erkennen beide Seiten so viel schneller, ob man zusammenpasst.

Sie werden als Unternehmen durch eine klare Unternehmensmission also ein interessanterer Arbeitgeber genau für die Mitarbeiter, die in Ihr Unternehmen passen und die Sie auch brauchen.

Im Kampf um die besten Mitarbeiter haben Sie so einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Welche weiteren Vorteile haben sie noch, wenn Sie Ihre Unternehmensmission klar an Bewerber kommunizieren?

1. Sie gewinnen häufiger die richtigen, qualifizierten Mitarbeiter, die auch in Ihr Unternehmen passen.
2. Sie sparen sich unnötige Einarbeitungskosten für Mitarbeiter, die sich im Nachhinein als ungeeignet herausstellen.
3. Sie sparen sich Frust in der Belegschaft, weil die neuen Mitarbeiter sich schnell in die vorhandenen Strukturen einfügen können.
4. Sie haben motiviertere Mitarbeiter mit mehr Eigeninitiative, weil sich die so gewonnenen Mitarbeiter auch emotional mit Ihrem Unternehmen schnell verbunden fühlen.
5. Die neuen Mitarbeiter passen besser ins Team, da Ihre bestehenden Mitarbeiter bereits nach Ihrer Philosophie und Ihren Werten handeln.
6. Die neuen beeinflussen die bestehenden Mitarbeiter ebenfalls positiv und bringen neuen Schwung und neue Ideen ins Unternehmen.

Kennen Sie ein Beispiel für eine gelungene Unternehmensvision? Sehen Sie hier:

„Unsere Mission ist es, die Informationen der Welt zu organisieren und sie allgemein zugänglich und nützlich zu machen."

Von welchem Unternehmen könnte diese Mission sein?

Es ist Google!

Die Mission Ihres Unternehmens in einen Satz zu verpacken, ist oft nicht möglich, vor allem, wenn sie nicht nur den Unternehmenszweck, sondern auch Werte und Philosophie beinhalten soll. Aber kürzer ist in jedem Fall besser, als zu lange Texte, die inhaltlich dann eher schwach sind.

Zusammengefasst: Die wesentlichen Vorteile Ihrer klaren Unternehmensmission sind:

1. Kunden erkennen, wofür Ihr Unternehmen steht, und was Sie bei Ihnen erwarten können. Das macht neugierig und gibt Orientierung.
2. Mögliche Bewerber können sich ein klares Bild von Ihrem Unternehmen machen. Teilen diese Ihre Werte und Ihre Philosophie, dann werden sie zu Ihnen kommen, und sie gewinnen genau die Mitarbeiter, die sie brauchen.
3. Sie werden ein attraktiver Arbeitgeber – auch für Ihre eigenen Mitarbeiter, da diese sich orientieren können, wissen, was von Ihnen erwartet wird und danach handeln können.

Nicht Ihre Führungskräfte und Mitarbeiter sind es, die mit der Umsetzung im Unternehmen beginnen müssen, sondern Sie als Vorbild und Initiator des Veränderungsprozesses.

Und der **erste Schritt** ist nun, die Führungskräfte in diesem Prozess nicht nur zu informieren, sondern als Teil des Prozesses auch die Inhalte der Unternehmensmission mit zu gestalten und zu ergänzen.

Sie werden eine vollständige Identifikation Ihrer Führungskräfte mit Ihren Ideen, Werten und Ihrer Führungsphilosophie, die sich in der Unternehmensmission widerspiegelt, nur dann erreichen, wenn Ihre Führungskräfte aktiv am Ergebnis mitarbeiten konnten.

Der **zweite Schritt** ist, aus der Mission abzuleiten, welche Konsequenzen das für das tägliche Handeln, auf der Geschäftsleitungsebene und auf der zweiten Führungsebene hat.

Daraus ergeben sich viele Themen, die Sie nun mit Ihren Führungskräften ebenfalls ableiten müssen. Neben den Werten sind das die Führungsphilosophie, die Regelkommunikation, aber auch der Umgang untereinander und mit Kunden.

Im **dritten Schritt** gleichen Sie Ihre Ergebnisse aus der Vorbereitung der Unternehmensmission wie Werte und Führungsphilosophie mit den mit den Ergebnissen Ihrer Führungskräfte ab.

Nach und nach entsteht nun die endgültige Fassung der Unternehmensmission und der damit verbundenen Themen.

Wozu dient diese Vorgehensweise?

Mit diesen ersten Schritten sorgen Sie dafür, dass sich Ihre Führungskräfte bereits stärker mit Ihrem Unternehmen verbunden fühlen als vor Beginn des Prozesses. Und das führt zu mehr Übernahme von Verantwortung und Eigeninitiative, die Führungskräfte können aktiv mitgestalten, zwei der wichtigsten Themen aus den Ansprüchen von Mitarbeitern an Ihren Arbeitsplatz.

Diese Vorgehensweise bewirkt im Wesentlichen eine deutlich höhere Identifikation Ihrer Führungskräfte mit dem Ergebnis. Ihre Führungskräfte fühlen sich als wertvoller Teil des Unternehmens und werden die neue Mission motiviert vor der Belegschaft vertreten. Gleichzeitig zeigen Sie als Unternehmer dadurch, was Sie auch von Ihren Führungskräften in Zukunft erwarten: Nämlich, dass diese Ihre Mitarbeiter in Entscheidungsprozesse ebenso mit einbeziehen.

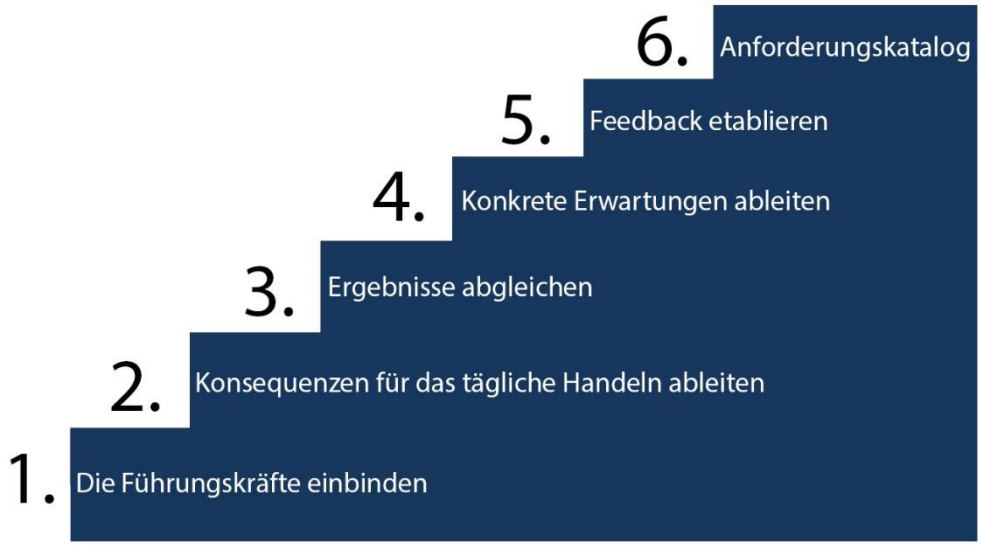
Welche weiteren Schritte sind notwendig, um das Bewusstsein der Führungskräfte für Ihre neuen Aufgaben und Rollen im Unternehmen zu schärfen?

Im **vierten Schritt** leiten Sie aus der Unternehmensmission, den Werten und der Führungsphilosophie ganz konkrete Erwartungen an Ihre Führungskräfte ab. Dies

beinhaltet auch die täglichen Aufgaben, das Verhalten, die unterschiedlichen Rollen, die daraus erwachsen.

Im **fünften Schritt** etablieren Sie ein regelmäßiges Reporting und Feedback Ihrer Führungskräfte aus der täglichen Arbeit mit den Mitarbeitern.

Im **sechsten Schritt** schaffen Sie einen Anforderungskatalog für den Umgang mit Mitarbeitern, für die Regelkommunikation und für den Einbezug der Mitarbeiter bei zukünftigen Entscheidungen.



Zwischen Theorie und Praxis klaffen hier am Anfang oft noch Welten. Es gibt Hürden zu überwinden, denn unser tägliches Handeln ist oft über Jahre erlernt und tief in uns verwurzelt.

Diese Themen erfordern oft ein komplettes Umdenken in Ihrer Führungsmannschaft und machen auch Trainingsmaßnahmen zu Führungsthemen oftmals notwendig.

Für so einen komplexen Prozess kann diese kurze Beschreibung natürlich nur an der Oberfläche bleiben.

Es sind noch viele weitere Maßnahmen und notwendig, um den Prozess hin zum attraktiven Arbeitgeber zu bewältigen. Mit diesen ersten Schritten haben sie jedoch schon einen wichtigen Teil geschafft – Ihre Führungskräfte sind dabei!

In Ihrem Unternehmen kann ein solcher Prozess durchaus mehrere Wochen oder Monate dauern, je nach Unternehmensgröße. Und die Umsetzung im Unternehmen wird sich erst nachhaltig etablieren müssen.

Eines ist jedoch sicher: Nur wenn sich die gesamte Belegschaft mit Ihrem Unternehmen, Ihren Werten und Ihrer Philosophie voll identifiziert, haben Sie auch eine gute Chance, dass Ihre Mitarbeiter Ihre Mission auch umsetzen.

Welche positiven Auswirkungen hat die Unternehmensmission nach innen? Um nur einen Teil davon zu nennen:

1. Ihre Führungskräfte führen nach Ihren Werte-Vorstellungen.
2. Die Mitarbeiter fühlen sich anerkannt und wertgeschätzt.
3. Das Miteinander verbessert sich.
4. Die Führung wird dadurch einfacher.
5. Die Mitarbeiterzufriedenheit steigt.
6. Die Mitarbeiter verändern ihrerseits ihr Verhalten untereinander – und damit steigt die Zufriedenheit der Mitarbeiter weiter
7. Die Motivation steigt.
8. Die Mitarbeiter identifizieren sich mit Ihrem Unternehmen und Ihren Werten.
9. Die Behandlung der Kunden verbessert sich – denn zufriedenen Mitarbeiter haben zufriedenen Kunden.
10. Mitarbeiter arbeiten motivierter, effizienter und machen Verbesserungsvorschläge.
11. Mitarbeiter zeigen mehr Leistungsbereitschaft und Eigeninitiative

Das ist natürlich ein Prozess, der einige Zeit dauert. Aber Sie haben die Möglichkeit, noch heute damit zu beginnen. Denn alle genannten Punkte können ebenso ins Gegenteil umformuliert werden. Und dann haben Sie die Auswirkungen einer fehlenden Unternehmensmission.

Mit der Mission schaffen Sie die Basis für Ihre Führungsphilosophie, für Kommunikationsgrundlagen, für Klarheit in den Erwartungen, für die Übernahme von Verantwortung und damit für eine höhere Motivation und Bindung Ihrer Mitarbeiter an Ihr Unternehmen.

Aus Ihrer Unternehmensmission wird nur dann ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, wenn Sie sie im Unternehmen etablieren und zur Umsetzung bringen.

5. Unternehmensvision

Die Unternehmensvision können Sie aus einem starken Fundament heraus entwickeln – Ihrer Unternehmensmission. Wenn Sie wissen, wofür Ihr Unternehmen steht, dann ist es viel einfacher, eine Vision von Ihrem Unternehmen zu entwickeln.

Was tut ein Visionär?

Stillstand bedeutet Rückschritt – und dies gilt in unserer schnelllebigen Zeit ganz besonders.
Ein Visionär bildet Zukunftsperspektiven. Er entwickelt Ideen, die sonst niemand hat, sichert somit den Unternehmensbestand und zieht außerdem andere mit in seinen Bann. Ein Visionär hält unbeirrbar an seinen Ideen und Vorstellungen fest und setzt sie mit aller Kraft um.
Dazu ein Zitat von Victor Hugo:

> *„Ein Traum ist unerlässlich, wenn man die Zukunft gestalten will.“*

Eines vorweg – die Unternehmensvision zu entwickeln, ist eine größere Herausforderung als die Unternehmensmission.
Denn neue Ideen zu entwickeln, die noch keiner in dieser Form hatte, die vielleicht in Ihrer Branche noch unüblich sind, das ist schwerer, als zu beschreiben, was man tut und wofür man steht.

Effekte und Auswirkungen einer Unternehmensvision

Neben der Unternehmenssicherung gibt es eine ganze Reihe von starken Effekten, die Ihre neue Unternehmensvision mit sich bringt.

1. Sie können aus Ihrer Vision Ziele und konkrete Projekte entwickeln.
2. Sie können konkrete Schritte einleiten, um Ihre Visionen umzusetzen – von der Ziel- hin zur Handlungsorientierung.
3. Sie können anhand konkreter Zwischenziele genauer prüfen, wie sich Ihr Unternehmen entwickelt.
4. Sie geben Ihren Mitarbeitern Sinn, Orientierung und Perspektive.

Welche Auswirkungen hat das?

Menschen brauchen Perspektiven. Sie fragen nach dem Ziel und möchten dann am Weg, an den Projekten mit eigenen Ideen mitarbeiten! Daraus entsteht Motivation.

Menschen wollen besser werden, sie haben ein natürliches, inneres Bedürfnis, sich zu entwickeln. Gibt Ihnen ihr Arbeitgeber dazu die entsprechenden Anreize, dann entwickeln sie ihr eigenes Leistungsvermögen weiter.

Dies hat mehr Leistungsfähigkeit und Leistungswillen zur Folge.

Und – Menschen brauchen Sinn in dem, was sie tun. Sie müssen verstehen, warum Aufgaben und Projekte durchgeführt werden und wie sie damit das Unternehmen weiter nach vorne bringen.

Dies führt zu Sicherheit, zu Identifikation und zu einem Gefühl, Teil des Unternehmenserfolgs zu sein.

Ebenso wichtig ist es, zu verstehen, wie wir anderen damit helfen, noch besser zu werden, also unseren Kunden. Denn damit schließt sich der Kreis von innen nach außen – und im Rahmen einer Sinn-stiftenden Tätigkeit auch die Sinnhaftigkeit, die Ihr Unternehmen und die Mitarbeiter innerhalb der Gesellschaft bewirken. Ebenfalls ein hoher Motivationsfaktor für anspruchsvolle Mitarbeiter!

Ob ein Unternehmen nun den Begriff „Unternehmensvision“ für seine Ideen und Visionen von der Zukunft des Unternehmens wählt, ist dabei aus meiner Sicht weniger relevant. Sie könnten Ihre Vision auch „Zukunftswerkstatt“, "Zukunftsplan" oder "Entwicklungsplan" nennen. Entscheidend ist die Wirkung auf die Menschen, für die Ihre Vision gedacht ist!

Was macht eine gute Vision aus?

1. Die Vision gibt die Richtung vor, ohne zu sehr in Details zu gehen.

Dies ist entscheidend, denn die Flexibilität eines Unternehmens ist bei allen formulierten Zielen und einer guten Unternehmensvision dennoch sehr wichtig.
Ihre Vision begnügt sich dennoch nicht mit Phrasen, die allgemeingültig sind, wie: „Wir wollen Marktführer werden."

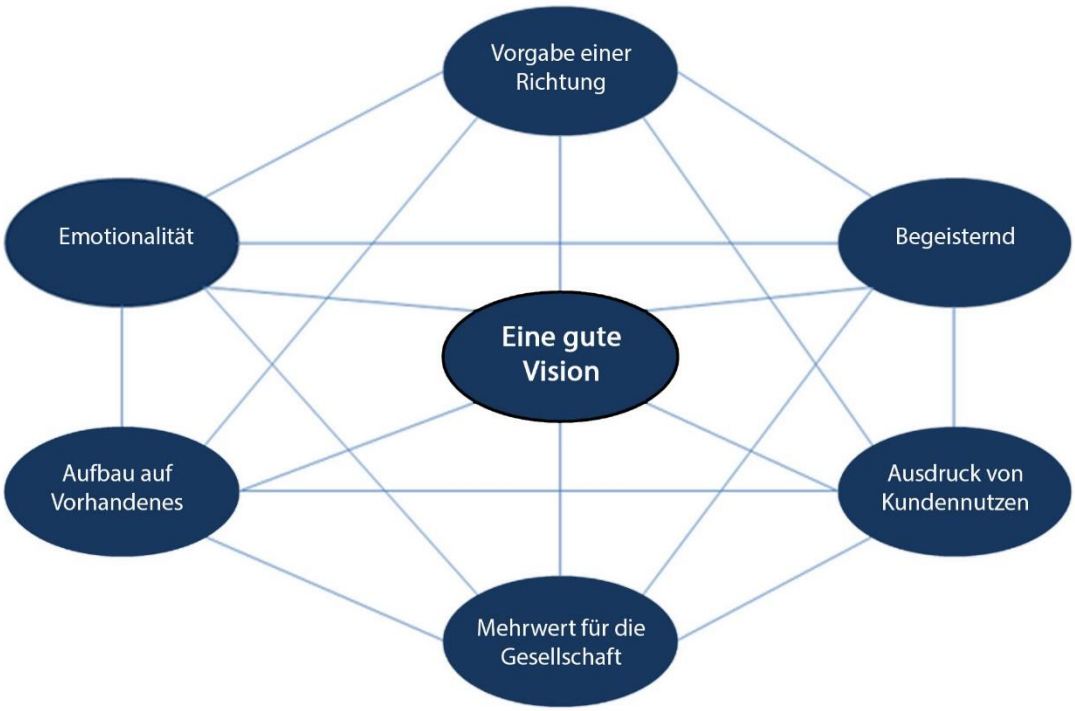
2. Ihre Vision ist emotional.

3. Sie muss begeistern – zumindest die Menschen, die sie auch ansprechen soll. Und das sind Ihre Mitarbeiter und Ihre Kunden – bestehende und zukünftige.

4. Ihre Vision drückt den Nutzen für Ihre Kunden aus

5. Die Vision kann einen Mehrwert für die Gesellschaft enthalten.

6. Die Vision baut auf das vorhandene auf und entwickelt die aktuelle Situation positiv.



Übrigens, eine Zeitleiste oder zeitliche Begrenzung hat die Vision nicht.

Wie finden Sie nun möglichst effektiv Ihre Unternehmensvision?
Das Wichtigste: Setzen Sie sich zunächst keine Grenzen. Stellen Sie sich vor, Sie könnten alle Träume und Ideen umsetzen. Was würden Sie als Erstes tun?
Sie können sich zur Findung Ihrer Mission unter anderem folgende Fragen stellen:

1. Auf welche Themen aus unserer Unternehmensmission soll sich unsere Unternehmensvision insbesondere aufbauen?
2. In welchen Bereichen muss sich unser Unternehmen noch entwickeln, damit die Mission auch greifbar und erlebbar wird?
3. Wie soll sich das Unternehmen in Zukunft entwickeln?
4. Welche Ideen haben wir dabei für zukünftige Geschäftsfelder?
5. Wie wird sich das Miteinander, die Arbeitswelt und unser Unternehmensangebot in Zukunft darstellen?
6. Wie möchten wir uns als Arbeitgeber weiterentwickeln?
7. Wie möchten wir in Zukunft von Kunden wahrgenommen werden?
8. Welche Vision haben wir von unserem Unternehmen?
9. Welche Grenzen können wir überschreiten?
10. Wo finden wir neue Ziele und Herausforderungen?
11. Wie sichern und gestalten wir die Zukunft?
12. Wie bleiben wir für unsere Kunden in Zukunft ein wertvoller Partner?
13. Welchen gesellschaftlichen Nutzen bieten wir mit unserem Unternehmen in Zukunft?

Eine Checkliste mit diesen und weiteren Fragen, durch die Sie Ihre Unternehmensvision finden, können Sie wieder auf unserer Website downloaden: https://www.die-fortschritt-macher.de/

Ich empfehle Ihnen, zunächst einfach Stichpunkte zu sammeln, entweder allein in Ihrer Rolle als Inhaber oder Geschäftsführer oder zusammen mit Ihren Führungskräften. Bei der Vision ist es oft einfacher, wenn mehrere Personen ihrer Kreativität freien Lauf lassen, um eine erste Rohfassung zu finden.
Beispiele von Visionen erfolgreicher Unternehmen sind sicher hilfreich. Hier zeige ich Ihnen eines, das gelungen ist:

> *„Stell Dir eine Welt vor, in der jeder einzelne Mensch freien Anteil an der Gesamtheit des Wissens hat.“*

Diese Vision ist von Wikipedia.
Ein normaler Mittelständler wird wahrscheinlich kaum eine so einzigartige Vision finden. Aber eine solche Idee kann so emotional berühren, dass eine derartige Formulierung bei den Beteiligten eine unglaubliche Energie freisetzt.
Und das ist schließlich das Ziel unserer Unternehmensvision.

6. Das Anforderungsprofil für Führungskräfte

Anforderungsprofil für Ihre Führungskräfte und zukünftigen Führungskräfte finden:

Dabei sollten Sie sich zunächst als Unternehmer darüber im Klaren sein, wofür Ihr Unternehmen steht. Welche Werte sind Ihnen wichtig? Welche Unternehmenskultur möchten Sie in Ihrem Unternehmen etablieren?
Leiten Sie daraus die Erwartungen ab, die Sie an Ihre Führungskräfte haben!
Was soll sich dabei im Vergleich zur aktuellen Führungsarbeit verändern?
Beschreiben Sie so genau wie möglich, welche Aufgaben Ihre Führungskräfte haben!
Schließen Sie dabei folgende Themen mit ein:

1. Umgang mit den Mitarbeitern
2. Mitarbeitergespräche und Regelkommunikation
3. Delegation von Aufgaben
4. Förderung von Talenten und Kreativität
5. Umgang mit schwierigen Mitarbeitern und Querulanten
6. Verhaltensregeln für alle – Sie als Chef eingeschlossen, wenn

a. Mitarbeiter andere Kollegen anschwärzen
b. Mitarbeiter einen Wunsch nach Veränderung haben
c. Mitarbeiter ein Problem haben

   Wer spricht mit diesem Mitarbeiter?
   Wer trifft die Entscheidungen?

7. Wie und über welche Bereiche möchten Sie regelmäßig informiert werden?
8. Wer und wann sollen Entwicklungsgespräche mit Mitarbeitern geführt werden?
9. Wie soll konkret die Gemeinschaft, die Stimmung, das Vertrauen und das Wir-Gefühl verbessert werden?

Wichtig bei allem, was Sie hier beschreiben – nur, wenn Sie selbst als Chef bereit sind, nach diesen Anforderungen zu handeln und mit Ihrer Vorbildfunktion voranzugehen, werden Ihre Führungskräfte diese Punkte auch umsetzen!

7. Mitarbeitergespräche

Viele Unternehmer und Führungskräfte haben leider noch nicht den Zusammenhang zwischen regelmäßigem Austausch, Feedback und der Motivation von Mitarbeitern erkannt. **Nur knapp 1/5 aller Mitarbeiter geben laut einer Gallup-Studie an, regelmäßig Feedback von Ihrer Führungskraft zu erhalten.** Dabei geht es hier um ein Grundbedürfnis von Mitarbeitern.

Auch Ihr Mitarbeiter möchte wissen:

1. Was wird von mir genau erwartet?
2. Wie zufrieden ist mein Chef mit mir?
3. Wie kann ich mich in Zukunft einbringen und entwickeln?

Meine Empfehlung: Führen Sie regelmäßig, wenigstens 1 x im Monat ein kurzes Feedbackgespräch und 1 bis 2 x im Jahr ein ausführliches Feedbackgespräch mit jedem Mitarbeiter durch.

Was sind die Folgen?

Vor allem die emotionale Bindung an das Unternehmen steigt bei Ihren Mitarbeitern – und damit der Einsatzwille und die Produktivität.

Führen Sie 3 x im Jahr ein Mitarbeitergespräch durch, damit sind auch die kürzeren, monatlichen Einzelgespräche mit Mitarbeitern gemeint, dann steigt die Bindung bereits auf 23 %. Wenn Sie 5 x oder häufiger ein Mitarbeitergespräch durchführen, dann steigt die Bindung bereits auf über 40 % an.
Übrigens, natürlich ist für ein positives Ergebnis vor allem die Qualität und nicht nur die Quantität der Gespräche mit Ihren Mitarbeitern wichtig.

Vorbereitung und Rahmen

Was sind die Voraussetzungen für ein gutes Mitarbeitergespräch?

1. Positive innere Haltung
2. Ein Vertrauensverhältnis zwischen Führungskraft und Angestelltem
3. Angenehme Atmosphäre
3. Klare Zielsetzung
4. Passende Rahmenbedingungen – Ort und Zeitpunkt
5. Gute Vorbereitung

Was sind die Erwartungen des Mitarbeiters an Sie im Rahmen eines Gesprächs:

1. Fakten statt Vermutungen – sachliche Darstellung
2. Interesse an der Meinung des Mitarbeiters
3. Ausgewogene Redezeiten
4. Fairer Umgang und Wertschätzung
5. Feedback nicht nur geben, sondern auch einfordern.
6. Das Feedback bringt den Mitarbeiter in seiner Entwicklung weiter.
7. Der Mitarbeiter weiß nach dem Gespräch konkret, was von ihm erwartet wird.

Deswegen: Schaffen Sie eine Situation, in der der Mitarbeiter sich wohlfühlt. Das Rahmen für ein solches Gespräch sollte folgendermaßen aussehen:

- Abgeschlossener Raum, Sitzgelegenheiten, Getränke
- Einladung zum Gespräch mit Inhalten, damit Ihr Mitarbeiter sich vorbereiten kann.
- Beschreiben sie die Situation ohne Wertung und geben Sie dem Mitarbeiter zunächst die Gelegenheit, seine eigene Sichtweise zu schildern .
- Gleichen Sie Ihrer Sicht und die des Mitarbeiters ab.
- Loben sie Selbstkritik des Mitarbeiters.
- Stellen sie die positiven Punkte im Feedback voran.
- Kritisieren Sie nie die Person, sondern das Verhalten oder die Ergebnisse.
- Vermeiden Sie pauschale Formulierungen wie „Das war richtig mies.“
- Nutzen Sie positive Formulierungen und sprechen Sie konkret an, welche Verbesserungen Sie erwarten .
- Bieten Sie Hilfestellung an.
- Lassen Sie den Mitarbeiter an der Lösung mitarbeiten.
- Halten Sie Vereinbarungen schriftlich fest und schaffen sie so Verbindlichkeit.
- Lassen Sie sich vom Mitarbeiter zeigen, was er aufgeschrieben hat.

- Ziehen Sie am Ende ein positives Resümee und bedanken Sie sich beim Mitarbeiter für die Offenheit.
- Vereinbaren Sie einen Folgetermin, um gemeinsam weiter an Verbesserungen zu arbeiten und zu prüfen, welche Unterstützung der Mitarbeiter noch benötigt, um sich weiter zu verbessern.

Auch hier gilt natürlich: Diese Aufzählung ist nur beispielhaft und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie bezieht sich ausschließlich auf Themen, die in Zusammenhang mit der Mitarbeiterführung und -förderung stehen.

Setzen Sie als Führungskraft diese Punkte beim Feedback mit Ihren Mitarbeitern um, steigen Motivation, Teamgeist, Wir-Gefühl, Arbeitsqualität und Ergebnisse. Das Eigenengagement, aktives Verbesserungsmanagement, Produktivität und das Gesamtergebnis werden sich ebenfalls positiv entwickeln.

Eine wichtige Voraussetzung, damit Ihr Feedback annehmbar wird, sollten Sie unbedingt noch umsetzen: Seien Sie selbst als Führungskraft offen für das Feedback Ihrer Mitarbeiter und nehmen Sie Kritik auch an. Sie sind auch in dieser Hinsicht Vorbild!

Ziele des Mitarbeitergesprächs

Kommen wir zu den Zielen:

1. Schaffen Sie Vertrauen.
2. Bringen Sie die Erwartungen des Mitarbeiters in Erfahrung.
3. Klären Sie offene Fragen und kritische Themen.
4. Schaffen Sie Klarheit bei eigenen Erwartungen an den Mitarbeiter.
5. Finden Sie Themen für Wertschätzung und Lob.
6. Finden Sie Förder- und Entwicklungsmöglichkeiten .
7. Erarbeiten Sie, was den Mitarbeiter motivieren würde.
8. Finden Sie heraus, wie es Ihrem Mitarbeiter geht.
9. Haben Sie auch für die privaten Belange des Mitarbeiters ein offenes Ohr und bieten Sie Hilfestellung an.
10. Beseitigen Sie Probleme.
11. Stärken Sie das Betriebsklima.
12. Versuchen Sie, ein Wohlbefinden auf beiden Seiten zu schaffen.
13. Schaffen Sie Klarheit und treffen Sie verbindliche Vereinbarungen.
14. Halten Sie alle Themen schriftlich fest.

Positive Effekte von Feedback

Klares Feedback und konstruktive Kritik ist für die Entwicklung von mentaler Stärke ebenso wichtig wie Lob und Vertrauen.

Die Voraussetzung, dass Ihre Kritik jedoch angenommen wird, ist die Art und Weise, wie Sie Kritik üben und dass Ihre Mitarbeiter das Gefühl haben, dass Ihnen vertraut wird.
Neben Lob und Vertrauen, ist ein klares Feedback genauso wichtig. Denn Ihre Führungskräfte und im Übrigen auch deren Mitarbeiter wollen genau wissen:

- Wo stehe ich mit meiner Arbeitsleistung?
- Wie zufrieden ist mein Chef mit mir?
- Wo kann ich mich verbessern?
- Was wird konkret von mir erwartet?

Die Beantwortung dieser Fragen führt zu Orientierung und Sicherheit.
Wenn es also zur Bewertung von Arbeitsergebnissen kommt, dann lassen Sie Ihre Mitarbeiter zunächst das Ergebnis selbst bewerten.
Analysieren Sie sachlich und loben Sie Erfolge – und stellen Sie im Anschluss die Verbesserungspotenziale klar heraus.
Und nun erarbeiten Sie gemeinsam neue Handlungsoptionen, lassen den Mitarbeiter Vorschläge machen und geben Hilfestellung.

Diese Vorgehensweise hat mehrere positive Effekte:

1. Ihre Mitarbeiter lernen, sich selbst besser einzuschätzen – und das ist einer der wesentlichen Faktoren für mentale Stärke!

2. Ihre Mitarbeiter lernen, Verantwortung zu übernehmen und zu überlegen, wo sie selbst sich entwickeln können – ein Ergebnis von mentaler Stärke.

3. Selbstbild und Fremdbild wird abgeglichen – und je näher diese beiden Bilder beieinander liegen, umso mehr wird Ihr Mitarbeiter stark und selbstbewusst – er überschätzt sich nicht – aber er unterschätzt sich nicht – und dies ist ebenfalls ein wichtiger Faktor beim Aufbau von mentaler Stärke.

Im Leistungssport ist die realistische Selbsteinschätzung einer der Dreh- und Angelpunkte zum Aufbau mentaler Stärke! Um die eigenen Fähigkeiten zu wissen, schafft eine positive Grundlage, auf der weitere Entwicklungsschritte aufgebaut werden können – bis das Ziel am Ende erreicht ist.

Über den Autor

Vita

- Michael Hampel - Jahrgang 1967
- Industriekaufmann, Industriefachwirt IHK
- Marketingfachkaufmann IHK
- Betriebswirt IHK
- Ausbildung zum Verkaufsleiter
- Ausbildung zum Trainer, Coach und Supervisor
- Seit 1985 im Vertrieb tätig (Innendienstverkäufer, Außendienstverkäufer, Ausbilder, Verkaufsleiter)
- Seit 1999 selbstständiger Berater, Trainer und Coach
- Seit 2015 Redner zu Mitarbeiterführung, Motivation und Produktivität

Expertise

- European Certified Psychotherapist (ECP/EAP)
- Tiefenpsychologischer Berater und Coach TTTA®
- Konfliktmediator und Supervisor
- Systemischer Berater und Coach
- Mitglied im Verband Psychologischer Berater e.V.
- Mitglied im Forum Werteorientierung
- Zertifizierter Audi-Trainer
- Mentaltrainer Sport B-Lizenz nach DOSB
- In Ausbildung zum Mentaltrainer Sport A-Lizenz nach DOSB
- Design-Thinking Ausbildung bei Neuland Partners for Development & Training GmbH & Co. KG
- Qualitätsauditor
- Organisationsentwicklung

Auszeichnungen

Michael Hampel klassifiziert sich als einer der besten Speaker Europas und ist Teil eines Weltrekords mit 68 Rednern gemeinsam auf einer Bühne.

Sieg beim Internationalen Speaker Slam („Redner-Wettstreit“) in Düsseldorf: Firmengründer, Berater und Trainer Michael Hampel überzeugte mit seiner Rede zum Thema „Motivierende Mitarbeiterführung“ sowohl die internationale Jury als auch die Zuschauer – und erhielt dafür die Auszeichnung „Excellence Award“. Damit positioniert er sich im deutschsprachigen Raum als erstklassiger Speaker.

„Top Empfehlung 2019“ bei Proven Expert (min. 4,5 von 5 Sternen, 95% Empfehlungen und 50 Kundenbewertungen in den letzten 12 Monaten)

Führung und Produktivität -

für mittelständische Unternehmen bis 99 Mitarbeiter

Kundenbewertungen haben im Jahr 2019 dazu beigetragen, dass Michael Hampel als einer der besten Dienstleister ausgezeichnet würde. Die Kunden haben Workshops, Trainingsmaßnahmen und Vorträge von Michael Hampel und damit verbundene Dienstleistungen in verschiedenen Kategorien von ein bis fünf Sterne bewertet. Michael Hampel erreichte im Gesamtfeld hervorragende Kundenbewertungen und damit die Auszeichnung „Top Dienstleister 2019“.

Michael Hampel begleitet Unternehmer bei der Entwicklung einer neuen Unternehmenskultur und Führungsqualität. Er ist Experte für Führung und Produktivität und schafft es, in Unternehmen die Zusammenarbeit auf ein völlig neues Leven zu bringen. Der Nutzen: Mitarbeiter sind kreativ, produktiv und bleiben gesund. Die Stimmung ist exzellent und das klare Unternehmensleitbild hilft bei der Identifikation und Bindung der Mitarbeiter.

Mit der Auszeichnung „TOP EMPFEHLUNG“ prämiert das Kundenbewertungsportal „Proven Expert“ jährlich die bestbewerteten Dienstleister. „Proven Expert“ bzw. die Kunden erkennen damit herausragende Servicedienstleistungen an, die sich in einer besonders hohen Kunden-zufriedenheit und Weiterempfehlungsquote der ausgezeichneten Dienstleister widerspiegeln. Es müssen mindestens 50 positive Bewertungen in den letzten zwölf Monaten eingegangen sein, die Empfehlungsquote muss mindestens 95% betragen und alle Bewertungsergebnisse müssen mindestens die Gesamtnote „Sehr gut“ ergeben.

<u>Zertifikate</u>

The European Association for Psychotherapy
Association Européenne de Psychothérapie
Europäischer Verband für Psychotherapie

Member of the World Council for Psychotherapy (WCP)
NGO with consultative status to the Council of Europe

Headoffice: Rosenbursenstraße 8/3/7, A- 1010 Wien
☎ +43 1 513 17 29, Fax: +43 1 512 26 04, e-mail: eap.headoffice@europsyche.org
Internet: www.europsyche.org

Wien, 13.11.2005

Liebe Kollegin, lieber Kollege!

Wir freuen uns, Ihnen im Namen des Europäischen Verbandes für Psychotherapie (EAP) in der Beilage das

EUROPÄISCHE ZERTIFIKAT FÜR PSYCHOTHERAPIE (ECP)

überreichen zu können und gratulieren Ihnen dazu sehr herzlich. Der Besitz dieses Zertifikates bestätigt europaweit den hohen Standard ihrer Qualifikation als PsychotherapeutIn.

Mit der Überreichung dieses Zertifikates ist die Eintragung in das *European Register of Psychotherapists (ERP)* verbunden. Dieses Register ist im Internet veröffentlicht und kann jederzeit von jedermann abgerufen und eingesehen werden.

Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg und verbleiben,

mit herzlichen Grüßen

Prof. Dr. Alfred Pritz
Generalsekretär des EAP

The European Association for Psychotherapy EAP Schmidgasse 9A/4/410 A-1030 WIEN/VIENNA/AUSTRIA

INSTITUT
für Transaktionsanalyse und Integrative Tiefenpsychologie Kassel

Zertifikat

Michael Hampel
hat durch die Ausbildung am
Institut für
Transaktionsanalyse und
Integrative Tiefenpsychologie
in Kassel
die Kompetenzen eines
Tiefenpsychologischen Beraters TTTA®
erworben.

Im Rahmen dieses eineinhalbjährigen Ausbildungsganges wurden die transaktionsanalytischen Konzepte und Modelle des Theorieverbundes tiefenpsychologischer Transaktionsanalyse (TTTA®) vermittelt und unter Supervision eingeübt.

Kassel, den 28. November 2004

Thomas Weil
Leiter des Institutes
Lehrberechtigter Transaktionsanalytiker der transaktionsanalytischen Dachverbände DGTA / EATA
Lehrtherapeut und Lehrsupervisor der Europäischen Gesellschaft für Integrative Psychotherapie (EAIP)
Ausbilder und Lehrsupervisor der Europäischen Gesellschaft für Supervision (EAS)
European Certified Psychotherapist (ECP)

Gisela Rodewald
Diplom-Sozialpädagogin
Heilpraktikerin / Psychotherapie
Lehrberechtigte Transaktionsanalytikerin unter Supervision der transaktionsanalytischen Dachverbände DGTA / EATA
Supervisorin der Europäischen Gesellschaft für Supervision (EAS)
European Certified Psychotherapist (ECP)
Hannover

Führung und Produktivität -

für mittelständische Unternehmen bis 99 Mitarbeiter

Zertifikate

INSTITUT
für Transaktionsanalyse und Integrative Tiefenpsychologie Kassel

Zertifikat

Herr Michael Hampel
hat durch die Ausbildung am
Institut für
Transaktionsanalyse und
Integrative Tiefenpsychologie
in Kassel
die Kompetenz in
Integrativer Psychotherapie
erworben.

Die Ausbildung erfolgte nach den Standards der
European Association for Integrative Psychotherapy (EAIP),
einer European wide Accrediting Organisation der
European Association for Psychotherapy (EAP).

Kassel, den 04. Juli 2004

Thomas Weil
Leiter des Institutes
Lehrtherapeut und Lehrsupervisor der EAIP
Lehrberechtigter Transaktionsanalytiker DGTA/EATA
European Certified Psychotherapist (ECP)

Certificate

AUDI AG has awarded
Michael Hampel
the title Audi Certified Trainer

Audi Trainer Sales - Basic / Process & Skills

Ingolstadt, July 1st, 2013

Martin Finkmann
AUDI AG

Johannes Lang
AUDI AG

Christian Bauer
AUDI AG

Audi
Vorsprung durch Technik

Führung und Produktivität -

für mittelständische Unternehmen bis 99 Mitarbeiter

Zertifikate

Forum Werteorientierung in der Weiterbildung e.V.

Zertifikat

Qualität Transparenz Integrität

Herr Michael Hampel

hat sich verpflichtet, nach den ethischen Richtlinien und im Sinne des

Berufskodex für die Weiterbildung

des Forum Werteorientierung in der Weiterbildung e.V. zu handeln

und ist dadurch berechtigt, das Siegel

Qualität - Transparenz - Integrität

zu führen.

(Präsident/in) (Vizepräsident/in)

Präsidium des
Forum Werteorientierung in der Weiterbildung e.V.

Essen, im April 2008

Ort/Datum

VpsyB Verband Psychologischer Berater e.V.

Zertifikat

mit dieser Urkunde wird bestätigt, dass

Herr Michael Hampel

im Rahmen des Zertifizierungsverfahrens des Verbandes psychologischer Berater die erforderlichen Nachweise vorgelegt und die relevanten Kenntnisse und Befähigungen nachgewiesen hat und damit berechtigt ist, die Bezeichnung

psychologischer Berater VpsyB e.V.

zu führen.

München, 18.09.2019

Rolf Neumayr
Präsident VpsyB e.V.

Zertifikate

Urkunde

Deutsche Mentaltrainer-Akademie e. V.

Herr

Michael Hampel

hat den Ausbildungslehrgang (60 LE)

Mentaltrainer B

erfolgreich durchlaufen und die Abschlussprüfung mit dem Prädikat

– sehr gut –

bestanden.

Der Mentaltrainer B - Lehrgang umfasst 60 LE:

- Mentales Techniktraining (30 LE)
- Mentale Stärke (30 LE)

Leipzig, 13. Januar 2019

Ort, Datum

Michael Draksal, M. A.
Vorsitzender des Prüfungsausschusses

Deutsche Mentaltrainer Akademie e.V.

www.deutsche-mentaltrainer-akademie.de

Kundenstimmen

„Herr Hampel stellt sich auf die Gegebenheiten und Bedürfnisse seiner Kunden ein und erstellt auf der Basis von intensiven Vorgesprächen ein maßgeschneidertes Schulungs-konzept. Es wird eben nicht, wie bei vielen anderen Seminaranbietern in diesem Segment, ein Standard-Programm ‚abgekippt'. Es erfolgt im Vorfeld eine intensive Bedarfsanalyse bei dem zu beratenden Unternehmen. Nach den Seminaren erfolgt jeweils ein intensives Feedback Gespräch mit Eindrücken und Erfahrungen aus den Veranstaltungen. Die Zusammenarbeit ist sehr angenehm und sehr professionell."

- Gernot Possmann, Geschäftsleitung Micro-Epsilon, Ortenburg

„Michael Hampel ist mehr als nur Berater oder Coach. Er identifiziert sich sehr stark mit unserem Team und ist in seinen Veranstaltungen Teil unserer Firma. Er hat uns bei der Definition der Mission und Vision genügend Spielraum gegeben, so dass wir eine überzeugende Lösung erarbeiten konnten. Bei der weiteren Umsetzung unterstützt er uns zielgerichtet. Weiterführende Aufträge werden von Michael Hampel unter dem Gesichtspunkt der Mission und Vision entwickelt bzw. ausgeführt. Dadurch erreichen wir ein neues Level."

- Frank Specht, Geschäftsleitung, Wallraff Elektrogroßhandel, Leverkusen

„Wir haben sowohl bei der Vorbereitung des Seminars als auch bei der Durchführung nur die besten Erfahrungen gemacht! Herr Hampel als Seminarleiter hat es sehr gut verstanden, die vorab definierten Inhalte während des Seminars zu vermitteln und dabei gleichzeitig auch individuelle und situationsbezogene Diskussionen zuzulassen.

Es war in unserem Unternehmen das erste Seminar dieser Art und wurde von allen Mitarbeitern durchwegs positiv bewertet. Wir werden bestimmt noch mehrere Folge-seminare buchen! Daher gerne die beste Bewertung von uns und eine absolute Weiterempfehlung!"

- Kristina Kallmaier, Geschäftsleitung, Cartesy GmbH, Mühldorf a. Inn

„Vielen Dank an einen sehr motivierten und engagierten Herrn Hampel, der das Seminar sehr abwechslungsreich, locker und erfrischend gestaltet hat! Man hat gemerkt, dass er Freude und Spaß daran hat, Wissen zu teilen und auszutauschen. Mit seiner lockeren und lustigen Art hat sich ziemlich schnell eine arbeitsfreudige und offene Gruppe aus den Seminarteilnehmern gebildet. Einfach top!"

- Nicole Müller, Einkaufsleitung Rudolf Vatterott GmbH

„Meine persönliche Erfahrung mit dem Trainer und dessen Präsentation war durchweg positiv. Vom Auftreten bis hin zur Integration der einzelnen Teilnehmer in den Workshop hat mich der Trainer durchweg positiv beeindruckt. Ich würde mir Trainer wie Herrn Hampel öfter bei solch wichtigen Trainingseinheiten wünschen. Besten Gruß aus Kassel“

- Kubilay Kahraman, Verkaufsleitung, Audi-Zentrum Kassel

„Herr Hampel hat sich uns als absolut engagierter, professioneller und im Sinne unserer Unternehmung denkender Coach präsentiert. Einen Trainer zu finden, der die Herausforderungen und Probleme im Unternehmensalltag selbst kennt und den Umgang bzw. die Lösung dieser Herausforderungen in seine Coachings einfließen lässt, ist alles andere als leicht. Seit dem Training sind unsere Mitarbeiter nachhaltig motivierter, engagierter und professioneller gegenüber dem Kunden. Auch die Vorbereitung und Nachbetreuung der Workshops war ausgesprochen umfangreich und hat den gesamten Workshop genau auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten. Seit dem ersten Coaching im Jahre 2017 machen wir jedes Jahr mindestens ein Coaching über zwei oder drei Tage mit Herrn Hampel. Zusammenfassend: Absolut empfehlenswert!!!“

- Alexander Wallraff, Expert Wallraff, Leverkusen

„Das Training ist zweckmäßig, strukturiert und praxisbezogen aufgebaut. Es bleibt dennoch Spielraum für Diskussionen zur Anwendung und Umsetzung im Alltag. Der Trainer überzeugt durch sein professionelles Auftreten und die angenehme Art das Training zu leiten.“

- Thomas Schneider, Einkaufsleitung Audi Zentrum Stuttgart

„Das Training ‚Erfolgreiche, motivierende Mitarbeiterführung‘ mit Michael Hampel kann ich jeder Führungskraft ans Herz legen, die Wert auf motivierte und engagierte Mitarbeiter legt. Nach dem Motto ‚Die Treppe wird von oben gekehrt‘ müssen zuerst wir, die Führungskräfte, an uns arbeiten, bevor wir damit beginnen, die Einstellung unserer Angestellten ändern zu wollen. Ein besonderes Highlight war daher für mich das Rad der Veränderung, das mir in vielerlei Hinsichten die Augen geöffnet hat. Vielen Dank für die lehrreichen Tage und bis zum nächsten Training.“

- Maximilian Femböck, Geschäftsleitung, Cartesy GmbH, Mühldorf am Inn

Kontaktdaten zum Autor

Michael Hampel
c/o Die Fortschritt-Macher
Friedrichstraße 21
95444 Bayreuth
Tel.: 0921 16306230

E-Mail: m.hampel@die-fortschritt-macher.de
www.michael-hampel.com