

# Mehr Gewinn mit weniger Stress

Der Newsletter für Ihren beruflichen und persönlichen Erfolg

Saverne, den 21. Februar 2007

Liebe Leser,

nach dem Einstieg in das Thema der „Critical Non-Essentials CNEs“ von Paddy Lund folgt heute der zweite Teil mit Beispielen aus der Praxis. Lassen Sie sich inspirieren, welche Idee Sie auf Ihr Unternehmen übertragen könnten. Mehr unter den beruflichen Reflektionen.

Am Donnerstag letzter Woche bin ich in Frankfurt auf der Aufschwung-Messe gewesen. Es war eine Veranstaltung, die sich vorrangig um die Themen Existenzgründung und Franchising drehte. Für mich war besonders das Treffen von Bloggern aus dem ganzen Bundesgebiet interessant.

Welche Eindrücke ich mitnehmen konnte und welche Auswirkungen so ein Bloggen auf das „Networking“ – das Pflegen von Kontakten – haben kann, erfahren Sie unter den persönlichen Reflektionen.

Und weil mich die Erfahrungen auf dieser Veranstaltung so fasziniert haben, gehört ein dazu gehöriges Bild in die Faszinationen dieser Woche.

Ich wünsche Ihnen viel Freude,



herzlich willkommen zur zweiundfünfzigsten  
Ausgabe unseres Newsletters

„**Mehr Gewinn mit weniger Stress**“

Jörg Weisner

[jw@germandentalbusinessschool.de](mailto:jw@germandentalbusinessschool.de)

In dieser Ausgabe:

**Teil 1: Berufliche Reflektionen**  
**Wichtige faszinierende Kleinigkeiten in der Praxis**

**Teil 2: Persönliche Reflektionen**  
**Wie das Bloggen das Networking verändern kann**

**Teil 3: Faszinationen**  
**Als wenn man alte Freunde trifft ...**

## **Teil 1: Das Berufliche Reflektionen**

### **Wichtige faszinierende Kleinigkeiten in der Praxis**

Erinnern Sie sich noch an die Geschichte aus dem letzten Newsletter, von türkischen Restaurant? Es waren eben nicht nur die reichhaltigen und köstlichen Speisen, wegen der die vielen Gäste kamen. Es waren auch die vielen, faszinierenden wichtigen Kleinigkeiten.

Und genau so ist es auch bei Ihnen in Ihrem Unternehmen. Ihre Kunden kommen nicht nur wegen Ihrer fachlichen Fähigkeiten. Diese können sie in vielen Fällen noch nicht einmal fachgerecht beurteilen. Sie mögen ein noch so guter Steuerberater, Rechtsanwalt, Ingenieur oder sonstiger Fachmann sein, wenn das Umfeld nicht stimmt, werden Sie auf Dauer keinen Erfolg haben.

In genau dieser Position war Paddy Lund am Anfang seiner Karriere. Er hatte sich gründlich ausbilden lassen. Er hatte sogar einige Zusatzausbildungen gemacht und war fachlich vielen seiner Kollegen überlegen. Er hatte nur ein Problem. Diese fachliche Expertise konnten höchstens seine Kollegen richtig einschätzen. Seine Patienten konnten das nicht.

Seine Patienten orientierten sich vielmehr an den Dingen, die sie sehen und erleben konnten. An der Sauberkeit der Praxis. An der Pünktlichkeit, mit der er seine Termine einhalten konnte. An der Ausstattung der Praxis. All das war durchschnittlich. Und dementsprechend kamen auch nur durchschnittlich viele Kunden zu ihm in die Praxis. Wenn man seine Patienten damals fragte, was diese Praxis auszeichnen würde, so hätten sie wahrscheinlich nur mit den Schultern gezuckt. Es war einfach eine typische Zahnarztpraxis. Was sollte man darüber schon viel berichten.

Die ganze Situation änderte sich erst, als Paddy anfing faszinierende Kleinigkeiten in seiner Praxis und in seinem Praxisablauf zu integrieren, wie z.B.:

- Er schaffte sich z.B. ein sehr teures echtes chinesisches Porzellan an, auf dem er seinen Patienten ausgewählte Teesorten kredenzte.
- Er investierte in eine exklusive, italienische Capuccino-Maschine, die unübersehbar aufgebaut wurde, und aus der sich jeder bedienen konnte.
- Er stellte Körbe mit frischem Obst auf.
- Er ließ jeden Tag mehrfach frische Brötchen vor den Augen seiner Patienten backen und kostenlos an diese verteilen. Der Geruch dieser frisch gebackenen Brötchen begeisterte seine Patienten wie Mitarbeiter
- Er investierte in eine hochwertige Musikanlage und ließ den ganzen Tag Barock-Musik erklingen. Diese Musik wurde von ihm und von seinem Team gleichermaßen geliebt. Mit dieser Musik konnten sich alle identifizieren, hierüber konnten alle (nach einer Vorbereitungszeit) ausgiebige Informationen geben.

Die „Kleinigkeiten“ gaben seinen Patienten die Möglichkeit, über ihn und über seine Praxis zu sprechen, ihren Freunden davon zu erzählen. Ihn weiterzuempfehlen. Sie blieben im Gedächtnis hängen und sorgten für gute Gefühle bei den Patienten.

Einen ähnlichen Weg in einer ganz anderen Branche ist Klaus Kobjoll, der Inhaber vom Schindlerhof in Nürnberg gegangen. Er mußte und wollte sich von seinen Wettbewerbern abheben. Geschafft hat Kobjoll das ebenfalls durch eine Vielzahl von Kleinigkeiten, den „Schokosträuseln“, wie er sie nennt.

Nach Kobjoll bilden die Basisleistungen eines jeden Betriebes den Tortenboden. Diese Basisleistungen werden von allen geboten und vom Kunden erwartet. Über sie spricht man nur, wenn sie nicht erfüllt werden. Sie bleiben aber nicht besonders in Erinnerung und liefern schon gar keine Gründe, für eine bewußte Weiterempfehlung. Genau dafür braucht es die Schokosträusel auf den Sahnehauber dieser Torte.

Klaus Kobjoll hat daher zusammen mit seinen Mitarbeitern eine Vielzahl von faszinierenden wichtigen Kleinigkeiten entwickelt, wie z.B.:

- Dem Glas Sekt, welches jedem Gast bei der Begrüßung überreicht wird
- Der ausgewählten Zimmereinrichtung mit Teppichböden von Missoni, Tapeten von Ruelli, Badezimmerfliesen von Laura Biagotti
- Einer hochwertigen Stereoanlage auf jedem Zimmer mit ausgewählten CDs, die dort frei herumliegen
- Für die Seminarleiter gibt es extra ausgestattete Räume, mit Kopierer, Fax, Moderatoren-Koffer und einem großen Besprechungstisch
- Einer DVD-Bibliothek, aus der sich jeder Gast bedienen kann, um sich die DVD seiner Wahl dann auf seinem Zimmer anzusehen

Was bleibt jetzt beim Gast in der Erinnerung hängen, nachdem er wieder abgereist ist?

Es sind die vielen, liebevollen Kleinigkeiten. Über diese wird er begeistert erzählen, wenn ihn Freunde nach seinem Erlebnis fragen.

Der Erfolg des Schindlerhofes beweist, wie gut diese Strategie ist.

Bevor ich im nächsten Newsletter Ihnen ein paar Vorschläge machen möchte, wie Sie solche faszinierenden wichtigen Kleinigkeiten systematisch einsetzen können, eine große Bitte an Sie:

Überlegen Sie möglichst zusammen mit Ihren Mitarbeitern, mit welchen Kleinigkeiten Sie ihre Kunden verwöhnen könnten. Auf die einen oder anderen Ideen bin ich bereits in den vorherigen Newslettern eingegangen. Nehmen Sie dies als Anregung und entwickeln Sie Ihre eigenen. Wenn Sie mögen, schreiben Sie mir Ihre Ideen. Ich werde sie hier gern vorstellen.

## **Teil 2: Persönliche Reflektionen**

### **Wie das Bloggen das Networking verändern kann**

Am Donnerstag letzter Woche wurde in Frankfurt die 1. Aufschwung-Messe veranstaltet. Burkhard Schneider hatte als Veranstalter sich für ein bewußt anderes Konzept entschieden, als es z.B. die vergleichbare Start-Messe in Essen verwendet. Beide Messen konzentrieren sich auf die Themen Existenzgründung und Franchising.

Er bot den Besuchern eine Vielzahl von Veranstaltungen, die alle vorher gebucht werden mußten. Jede Veranstaltung dauerte 50 Minuten und konnte von ca. 30 bis 50 Personen besucht werden. Ein Eintrittsgeld von 10 Euro sorgte dafür, dass nur solche Teilnehmer kamen, die sich auch ernsthaft für die angebotenen Themen interessierten.

Ich selbst war hauptsächlich an dem Blogger-Treffen interessiert, welches begleitend zur Messe organisiert war. Viele der Blogger waren gleichzeitig auch als Referent auf der Messe. Burkhard hatte auf seinem eigenen [Best-Practice-Business-Blog](#) mehrfach über die Messe und seine Vorbereitung informiert. Er hatte u.a. auch eine Liste derjenigen Blogger, die ihre Teilnahme zugesagt hatte, veröffentlicht. Ich wußte also, wen ich dort erwarten konnte.

Und jetzt kam für mich die große Überraschung. Ich kannte bis zum Donnerstag keinen der Blogger persönlich, die allermeisten allerdings von ihren Blogs.

- Das Zusammentreffen war fast so, als wenn man alte Freunde wiedertrifft. Wir kannten uns vom Namen; sofern auf dem Blog ein Gesicht abgebildet war, sogar vom Bild her.
- Wir wußten was der andere macht und welche beruflichen Schwerpunkte er hat.
- Wir wußten von seinen Blogbeiträgen auch von Dingen, über die er sich ärgern oder freuen konnte.
- Wir waren einfach vertraut miteinander – ohne uns vorher jemals begegnet zu sein.

Diesen Eindruck hatte ich nicht nur allein. Aus den Gesprächen und den anschließenden Mails wurde mir bestätigt, dass es den anderen genauso erging.

Für mich war das eine sehr interessante Erfahrung, die zeigt, welche Wirkungen ein Blog auf das persönliche Netzwerken haben kann.

Über eine ähnliche Erfahrung hat mir Matthias Rückel berichtet, der in der letzten Woche als Aussteller auf der Learntec war. Er betreibt sein Blog seit ca. einem Jahr. Auf der Messe hatte er viele Besucher, die sein Blog gelesen hatten. Diese Besucher kamen daher sehr gut informiert und sehr gut vorbereitet auf seinen Stand. Matthias bestätigte mir, dass er allein durch sein Bloggen eine Vielzahl von Gespräche viel intensiver führen konnte. Mit viel besseren Ergebnissen.

Für mich ein eindeutiger Beweis für den Erfolg des Bloggens.

### Teil 3: Faszinationen

#### Als wenn man Freunde trifft ...

Wie ich oben schon beschrieben habe, hat mich die Intensivität des Austausches mit den andere Bloggern am letzten Donnerstag in Frankfurt sehr beeindruckt und fasziniert.

[Hannes Treichl](#) ein Blogger und Freund aus Tirol hat es in seinem Beitrag gut auf den Punkt gebracht:

#### Blogs sind Beziehungen

18. Februar 2007 von Hannes Treichl um 23:14



Können Sie sich vorstellen, dass Sie ein neuer Kunde beim ersten Treffen so begrüßt? Passiert mir immer wieder.

*einfach faszinierend ...*

bis zur nächsten Woche,

Ihr  
Jörg Weisner

Copyright © 2006, alle Rechte vorbehalten

Jörg Weisner betreut mit der team success Unternehmer, Freiberufler und ihre Teams, die mehr Gewinn mit weniger Stress erreichen wollen. Sein Coaching-Programm besteht aus vierteljährlichen Workshops, Telefon-Konferenzen, E-mail- und Telefon-Coaching sowie umfangreichen Anregungen, Checklisten, Ideen und Werkzeugen.

Sie dürfen den Newsletter „Mehr Gewinn mit weniger Stress“ gerne an Ihre Freunde und Kollegen weitersenden, vorausgesetzt, Sie lassen ihn so komplett, wie er ist. Der Autor ist Jörg Weisner. Sie können ihn erreichen über: [jw@team-success.de](mailto:jw@team-success.de).



**Bitte empfehlen Sie diesen Newsletter Ihren Freunden und Kollegen  
oder senden Sie ihn weiter.**

**Wir wachsen durch Ihre Empfehlung.**

Jeder kann diesen Newsletter über <http://www.team-success.de> bestellen.

Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr beziehen wollen, klicken Sie bitte auf den unten stehenden Link.

Wir werden Ihren Namen oder Ihre E-mail-Adresse an keine anderen Personen, Firmen oder Organisationen weitergeben.

team success Unternehmensberatung Ltd. & Co. KG, Dorfplatz 3, 24238 Selent, Tel 04384 5972-0

Geschäftsführer: Jörg Weisner, Handelsregister Plön, HRB 2022, Ust.-Id.-Nr.: DE231366134

Komplementärin: team success Ltd. Company-No: 05604016, 2nd Floor, 145-157 St. John Street, London, EC1V4PY, Großbritannien