

# Mehr Gewinn mit weniger Stress

Der Newsletter für Ihren beruflichen und persönlichen Erfolg

Selent, den 13. Juni 2006

Liebe Leser,

nachdem mich der Pfingstmontag vom Newsletter-Schreiben befreit hat, sitze ich jetzt bei offener Terrassentür und schreibe den neuen Newsletter für die team success Leser.

Für meine Zahnärzte habe ich heute bereits den 26. Newsletter geschrieben. Wenn Sie also einen Zahnarzt kennen, dem Sie den Newsletter der German Dental Business School empfehlen, senden Sie im bitte den Link zur [www.germandentalbusinessschool.de](http://www.germandentalbusinessschool.de) . Er kann ihn dort kostenlos abonnieren. Zusammen mit dem Newsletter bekommt er auch Zugang zu einer ganzen Anzahl von Checklisten und Artikeln, die ich speziell für Zahnärzte geschrieben habe. Da vieles davon auch allgemein gültig ist, werde ich nach und nach einige Checklisten auch hier vorstellen. Diejenigen, die nicht warten möchten, abonnieren den Newsletter eben dazu, Link: s.o. .

Was ich von Ihnen gern wissen möchte, ist welche speziellen Fragen und Wünsche Sie an mich haben. Wenn Sie, liebe Leserin oder Leser also irgendwelche Fragen, Anmerkungen oder Kommentare haben, zögern Sie bitte nicht, sondern senden Sie mir eine kurze E-mail an [jw@team-success.de](mailto:jw@team-success.de). Sie wissen ja, Feedback ist das Frühstück der Champions.

Ich freue mich darauf.

Ich wünsche Ihnen wieder viel Freude am Lesen,

herzlich willkommen zu  
„**Mehr Gewinn mit weniger Stress**“

Jörg Weisner

[jw@team-success.de](mailto:jw@team-success.de)

In dieser Ausgabe:

## **Teil 1: Das team success Gym**

**Weblogs für Unternehmen – die Zweite**

**Paddi Lund – und ein deutsches Beispiel aus der Bauwirtschaft**

## **Teil 2: Persönliche Reflektionen**

**Surfen, bloggen, surfen, Newsletter - ein Teil des Alltags**

## **Teil 3: Faszinationen**

**Hochsommerliche Temperaturen**

## Teil 1: Das team success Gym

### Weblogs für Unternehmen – die Zweite

Das Thema Bloggen ließ mich auch die Woche nach Pfingsten nicht los. Ich habe inzwischen eine ganze Menge sehr interessanter Blogs gefunden, die ich auch in meinem „Feedreader“ abonniert habe.

Die meisten Blogs werden von Consultants, Journalisten, Webdesignern und ähnlichen Menschen, die häufig eine große Nähe zum Internet auszeichnen, geschrieben. Blogs, die von „klassischen“ Unternehmen geschrieben werden, scheinen (noch) in der Minderheit zu sein. Ich bin dennoch absolut sicher, dass die Zahl der Blogs von Unternehmen stark zunehmen wird.

Dass einige große Firmen mit dem Medium der Blogs experimentieren, zeigen Berichte wie die über die Firma Opel, die vier Blogger gegen Bezahlung über ihre Fahrzeuge schreiben läßt (vgl. den Artikel in meinem Blog „[Wenn Opel schon bloggen läßt ...](#)“).

Ein anderes Blog, welches es sogar auf Platz 28 der 100 Hundert Business Blogs geschafft hat, ist das [FRoSTA Blog](#), in dem Artikel auf den dieser Link verweist, wird u.a. um Kommentare und Feedback von den Lesern gebeten. Einer der Kommentatoren bringt es auf den Punkt, warum so ein Unternehmens-Blog sich sogar für den Umsatz lohnen könnte:

*Hallo Frosta :) also die Idee mit dem Blog finde ich sehr gut.*

*Normalerweise bin ich jemand der aus Kostengründen NoName-Produkte vorzieht. Dank eueres Blogs und einiger Beiträge, die von EUCH und nicht von Werbestrategen verfasst wurden, habe ich eines eurer Produkte ausprobiert und ich kann wirklich sagen, dass der Mehrpreis auf jeden Fall gerechtfertigt ist. Ich wusste davor zum Beispiel gar nicht, dass Tiefkühlkost auch nach echtem Essen schmecken kann ;-)*

Wie man liest, bietet sich so ein Blog hervorragend an, um mögliche Kunden zu informieren und zwar ohne das dafür ein persönliches oder telefonisches Gespräch notwendig ist, also ohne zusätzlichen Kostenaufwand.

Ein ebenfalls interessantes Blog ist dasjenige von St. Anton in Österreich, zwar kein Unternehmensblog aber dafür ein Blog für eine Tourismus-Region. Gerade gestern diskutierte ich mit Frank Hunk über derartige Möglichkeiten. Wir überlegten, welche Möglichkeiten es für den Raum Selenter See gäbe, sich im Internet darzustellen. Nun hier sehen wir es: <http://stantonamarlberg.blogs.com/> .

Wer sich auf der Seite von St. Anton etwas umsieht, wird auf eine Umfrage stoßen, die vor kurzem zum Leseverhalten des Blogs und der Webseite veranstaltet wurde. Auch wenn es sich hier um einen touristisches Blog handelt, dürften die Ergebnisse dieser Umfrage in gewissen Bereichen zu verallgemeinern sein, wie das nachfolgende Zitat zeigt:

*Interessant sind auch die Aussagen über die Häufigkeiten der Zugriffe auf das Weblog von St. Anton im Vergleich zu der Homepage des Tourismusverbandes St. Anton. Somit zeigt sich, dass sich rund 5% mehrmals am Tag, etwa 18% einmal am Tag und circa 21% der Befragten, also rund 44% im Weblog von St. Anton lesen und sich somit mehrmals in der Woche mit dem Ort St. Anton auseinandersetzen.*

*Während das Weblog von St. Anton also circa jeder Vierte der Befragten mehrmals wöchentlich liest, wird circa von jedem Zweiten der Befragten die Homepage des Tourismusverbandes St. Anton am Arlberg wöchentlich aufgerufen.*

<http://stantonamarlberg.blogs.com/Umfrageergebnisse.pdf>

Diese Aussage decken sich mit dem Zahnarzt Wolfgang Wüst, der unter [www.zahnarzt-frankfurt.com](http://www.zahnarzt-frankfurt.com) seine Webseite und sein Blog betreibt. Herr Wüst berichtet, dass das Blog die drittbeliebteste Seite seines Webauftritts ist, nach der Startseite und der Team-Seite.

Auch die Aussage von Herrn Wüst, über den Stil seines Blogs kann ich hier nur unterstützen:

*„Meine Meinung ist, daß Patienten es schätzen, wenn es "menschelt", der Halbgott in Weiß sie also nicht mit Fortbildungszertifikaten vollmüllt, sondern mit Geschichten aus dem wahren Leben“*

Für Berater gilt das natürlich ebenso, vielleicht einer der Gründe, warum es den ganzen Schlipsträgern bei Mc Kinsey und Co. so schwer fällt, authentisch zu sein.

## **Paddi Lund – und ein deutsches Beispiel aus der Bauwirtschaft**

Im letzten Newsletter hatte ich Ihnen von Paddi Lund, dem Zahnarzt aus Australien berichtet. Jenem Zahnarzt, der sein Schild am Haus abgebaut hat, der seinen Eintrag im Telefonbuch gelöscht hat und der seine Kunden nur noch auf Empfehlung kommen läßt.

Und der damit ein Vielfaches des durchschnittlichen Zahnarztes in Australien verdient.

Jetzt höre ich aber schon die Kritiker aufstöhnen:

„Das geht ja vielleicht in Australien so, hier aber bestimmt nicht“.

„Das kann ja durchaus bei den Zahnärzten funktionieren, wenn denn überhaupt – aber in unserer Branche ist so etwas vollkommen undenkbar.“

Diese Ausflüchte, Widerstände und skeptischen Äußerungen kenne ich schon. Sie werden mir oft entgegengerufen, wenn ich mit ähnlich neuen Ideen und Vorschlägen komme.

Es gibt aber zum Glück auch Beweise aus Deutschland, dass solche Ansätze im Kern richtig sein können und funktionieren.

Ich brauche mich dazu nur einmal umzusehen, und mir zwei Betriebe aus der nächsten Umgebung unseres Firmensitzes in Selent, im Kreis Plön herauszunehmen.

Von beiden Firmen habe ich eine ca. zweistündige Präsentation innerhalb unseres Wirtschaftsverein für den Raum Selenter See e.v. erlebt. Beide Firmeninhaber kenne ich seit Jahren persönlich.

Beide Unternehmen schalten keine klassischen Anzeigen. Beide vertrauen ausschließlich auf die Macht der Mund zu Mund Propaganda.

Zum einen handelt es sich um die Firma Bauunternehmen Schulz GmbH in Sellin. Die Firma wird von dem Seniorchef Heinz Schulz, wie von seinen beiden Söhnen Haucke und Ole Schulz gemeinsam geleitet. Ole Schulz war so nett, und präsentierte das Familienunternehmen vor unserem Wirtschaftsverein.

Er zeigte uns eine Vielzahl verschiedenster Häuser, Scheunen, Um- und Anbauten, die sein Unternehmen erstellt hat. Beeindruckend für mich, war dabei die Sorgfalt, mit der



die Handwerker diese Baumaßnahmen durchführen. Zusätzlich kenne ich diese Firma auch aus eigener Erfahrung, habe ich sie doch selber vor ca. 20 Jahre mit einer sehr großen Umbaumaßnahme beauftragt, die zu meiner vollen Zufriedenheit ausgeführt wurde.

Auch wenn danach irgendetwas am Haus zu tun war, egal wie groß oder klein der Auftrag auch war, die Firma Schulz war sofort zur Stelle.

Kein Wunder, dass sich solche Leistungen herumsprechen. Und natürlich auch kein Wunder, dass diese Firma von ihren Stammkunden, zu denen viele der hier beheimateten Güter gehören, gern weiter empfohlen wird.

Die Gemeinsamkeit mit Paddi Lund?

Auch diese Firma verfügt über kein Firmenschild. „Es gab mal eines“, sagte Ole mit einem Schmunzeln, „aber dann kam mein Großvater und meinte, das Schild müsse wieder weg. Wegen so eines Schildes würde auch kein Kunde zusätzlich kommen. Also haben wir das Schild wieder abgebaut.“ !!!

Die nächste Firma, die ebenfalls ohne Werbung gute Geschäfte macht, stelle ich Ihnen im Newsletter in der nächsten Woche vor.

## **Teil 2: Persönliche Reflektionen**

### **Surfen, bloggen, surfen, Newsletter - ein Teil des Alltags**

Über Pfingsten haben wir wie jedes Jahr an der Eider gecamppt. Aus einer Abitursfeier ist inzwischen eine jährliches Zusammenkommen von Freunden geworden, die sich seit mehr als 30 Jahren regelmäßig mit ihren Familien immer am gleichen Ort und immer zu Pfingsten treffen.

Der Platz liegt an der Eider, die dort breit genug ist, um darauf zu surfen, zu paddeln, und zu baden – egal wie kalt es ist. Immerhin kann man sich anschließend am Lagerfeuer wieder aufwärmen.

Wer mehr wissen möchte, schaue auf mein Blog ([www.team-success.de/blog](http://www.team-success.de/blog) ).

Am Dienstag nach Pfingsten saß ich also wieder an meinem Schreibtisch und durfte statt auf dem Wasser jetzt wieder im world wide web surfen. Die Einrichtung meines eigenen Blogs wie auch die Beobachtung anderer Blogs faszinieren mich noch immer.

Auf Empfehlung von Frank Hunck habe ich mir einen sogenannten „Feedreader“ heruntergeladen und installiert. Dieser liefert mir jetzt die neuesten Einträge aus den Blogs, die ich selber beobachte. Das erleichtert die Sache gewaltig, brauche ich doch nicht mehr die einzelnen Webseiten aufrufen, sondern einfach auf die neuen, noch ungelesenen Einträge klicken. Wenn diese sich dann als interessant erweisen, kann ich immer noch die jeweilige Seite besuchen.

Ich bin mal gespannt, wie sich das weiter entwickeln wird. Auf jeden Fall lerne ich jeden Tag etwas Neues und genieße es, mich per E-mail oder über die jeweiligen Blogs auszutauschen.

Dass das Bloggen immer noch in den Anfangsschuhen steckt, habe ich schon im letzten Newsletter erwähnt. Dass es eine Methode ist, potentielle Kunden (oder Patienten) zu informieren und zu ermuntern, in den Kontakt mit einem zu treten, muß sich noch herumsprechen.

Die ersten Erfahrungen bloggender Zahnärzte bestätigen auf jeden Fall meine Einschätzung (siehe oben).

### **Teil 3: Faszinationen**

#### **Hochsommerliche Temperaturen**

Im letzten Newsletter hatte ich mich noch etwas über die kalten Temperaturen beschwert. Davon ist die inzwischen zum Glück nichts mehr zu spüren. Der Sommer hat Einzug gehalten. Auch wenn ich heute noch nicht auf das Thermometer geschaut habe, so dürften es jetzt um die Mittagszeit mindestens 23 bis 25 Grad sein.

Auf jeden Fall ist es herrlich warm, und durch den leichten Wind sehr angenehm. Das wäre das ideale Wetter für die Kieler Woche – dafür müßte es allerdings noch fast 14 Tage halten.

... und wenn dann der Tag noch so anfängt wie heute morgen

- die Vögel zwitschern schon seit viertel vor vier
- eine Fahrradtour mit Snoerre, den Weg durch den noch kühlen Wald entlang des Sees
- das erfrischende Bad um 06.00 Uhr im phantastischen, sauberen Wasser, mit geschätzten 20 Grad
- den ganzen Tag strahlend blauer Himmel
- und jetzt den Newsletter fertig zu haben ...

... was kann es Schöneres geben???



Strahlend blauer Himm, sommerliche Temperaturen  
und der Glyzinie ist fast verblüht.

Bis zum nächsten Dienstag,

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.*