

## Mehr Gewinn mit weniger Stress

Der Newsletter für Ihren beruflichen und persönlichen Erfolg

Saverne, den 14. Februar 2007

Liebe Leser,

ein herzliches Dankeschön all denjenigen, die diesen Newsletter weiterempfohlen haben. Die versprochenen Jonglierbälle werde ich rausschicken, sobald ich wieder im Büro in Selent bin – voraussichtlich am Wochenende. Ich bitte Sie bis dahin also noch um etwas Geduld.

Von Paddy Lund, dem „verrückten“ aber erfolgreichen Zahnarzt aus Australien, habe ich Ihnen schon des öfteren berichtet. Ende der letzten Woche habe ich mir von Paddy ein Buch über seine Critical Non Essentials gekauft. Das sind die winzigen, scheinbar unwichtigen Dinge, die aber über den Erfolg oder Mißerfolg Ihres Unternehmens entscheiden. Inspiriert von diesem Buch werde ich Ihnen in den nächsten Wochen eine Vielzahl von Ideen präsentieren, wie Sie diese Kleinigkeiten für sich und für Ihren Unternehmens-Erfolg nutzen können. Es geht los bei den beruflichen Reflektionen.

Gestern war ich in Karlsruhe auf der Learntec, einer Messe für Bildungs- und Informationstechnologie. Beim Rundgang wurde ich natürlich auf vielen Ständen angesprochen. Viele Verkäufer haben mir Ihre Produkte vorgestellt. Eines haben aber alle versäumt. Mir eine ganz bestimmte Frage zu stellen, die ihnen viele Erklärungen erspart und die dem einen oder anderen vielleicht ein Geschäft eingebracht hätte – mehr dazu unter der persönlichen Reflektionen.

Auf die heutige Faszination stieß ich bei einem Spaziergang durch die Vogesen. Sie zeugt von einer Erfindung, die die Kommunikation zwischen weit auseinander gelegenen Standorten revolutionierte, praktisch ein früher Vorläufer des Internets.

Ich wünsche Ihnen viel Freude,



herzlich willkommen zur einundfünfzigsten  
Ausgabe unseres Newsletters

„**Mehr Gewinn mit weniger Stress**“

Jörg Weisner

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

In dieser Ausgabe:

**Teil 1: Berufliche Reflektionen**

**Die faszinierenden wichtigen Kleinigkeiten sind es, die Ihren Erfolg bestimmen**

**Teil 2: Persönliche Reflektionen**

**Die entscheidende Frage zum Verkaufsabschluß fehlte**

**Teil 3: Faszinationen**

**Diese Erfindung revolutionierte die Nachrichtenübermittlung**

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

### **Die faszinierenden wichtigen Kleinigkeiten sind es, die Ihren Erfolg bestimmen**

Die meisten Menschen investieren viel Zeit und Geld in den Aufbau Ihres Unternehmens. Es werden Praxis-Räume angemietet und renoviert. Die Betriebs-Einrichtung wird angeschafft, die Maschine aufgebaut, die Geräte installiert. Computer und Telefonanlagen, Beleuchtung und Mobiliar werden gekauft oder gemietet. Wenn es gut läuft, wird noch etwas Geld für das Firmen-Logo ausgegeben.

Bei all diesen Anstrengungen und Investitionen wird eines in den allermeisten Fällen vergessen. Es wird kaum etwas bewußt dafür getan, das eigene Unternehmen und die eigenen Leistungen nachhaltig im Bewußtsein der Kunden zu verankern.

Die winzigen, aber wichtigen faszinierenden Kleinigkeiten, die es einem Kunden erleichtern, das Unternehmen mit Begeisterung weiter zuempfehlen, werden vernachlässigt.

Genau diese Kleinigkeiten sind es, die Paddy Lund „Critical Non-Essentials ®“ bezeichnet. Ich habe lange überlegt, wie ich das auf Deutsch übersetzen könnte. Ich habe mich für „wichtige faszinierende Kleinigkeiten“ oder „wfk“ entschieden.

Was sind das jetzt? Und warum sollen diese Kleinigkeiten so einen entscheidenden Einfluß auf unseren Praxis-Erfolg haben?

Lassen Sie mich das an einer kleinen Geschichte erläutern, die Paddy in seinem Buch erzählt:

#### *Ahmeds Türkischer Palast*

*Ahmeds Restaurant, der „Türkische Palast“ war bekannt und beliebt wegen seiner reichhaltigen und vorzüglichen Speisen. Aber es waren nicht nur die Speisen, die seine Kunden liebten. Es gab türkische Bilder an den Wänden, bis ins Detail ausgeschmückte Messingornamente und seine Gäste konnten es sich in einer Fülle von farbenfrohen, mit Quasten versehen Kissen gemütlich machen.*

*Die kunstvollen Ornamente and Wandbehänge gaben einem das Gefühl, in den privaten Gemächern eines Sultan-Palastes zu speisen. Orientalische Musik spielte im Hintergrund und gelegentlich trat sogar eine Bauchtänzerin auf, der es einfach Spaß machte, zuzuschauen.*

*Türkische Köstlichkeiten in den verschiedensten Geschmacksrichtungen wurden in übervollen Körben von Ahmeds draller Ehefrau wie von seinen Töchtern angeboten, ein Fest für die Sinne, wie sie zwischen den Tischen hin und her liefen.*

*Ahmed selber besuchte die Gäste an den verschiedenen Tischen, schwärmte von den Vorzügen Istanbuls und gab Tipps und Anregungen für diejenigen, die seine Heimat besuchen wollten.*

*Nachdem Ahmed sein Unternehmen einige Jahre sehr profitabel geführt hatte, verkaufte er es an John und flog für einen ausgedehnten Urlaub in die Türkei.*

*John war ebenfalls Türke, aber er hatte seinen Namen der amerikanischen Sprache angepasst. Wie Ahmed war auch John ein leidenschaftlicher Gastgeber, aber er entschuldigte sich fast für seine Herkunft und nahm winzige Veränderungen vor, um das Restaurant etwas mehr dem amerikanischen Geschmack anzupassen.*

*Das Essen blieb in der gleichen guten Qualität, aber er entwickelte es nach und nach in eine etwas internationalere Ausrichtung. Es verlor damit ein wenig von seiner türkischen Ursprünglichkeit.*

*Nach ein paar Wochen, entließ John die Bauchtänzerin. Es waren zusätzliche Kosten, und er sagte sich, dass die Leute schließlich wegen des Essen kommen würden, nicht wegen der Unterhaltung. Schließlich war es ein Restaurant und kein Kabarett. Die speziellen türkischen Sinnesfreuden wurden immer weniger angeboten. Einige der Dekorationsstücke verschwanden im Lager.*

*Die Musik änderte sich ebenfalls. John mochte die aktuelle westliche Musik viel lieber, und wollte seinen Gäste die fremden türkischen Instrumente nicht länger zumuten.*

*Kleinigkeiten wurden etwas nachlässiger behandelt. Die einstigen gestärkten, weißen Stoffservietten wurden durch Papierservietten ersetzt. Die frisch gewaschenen weißen Tischtücher blieben im Schrank. John meinte auch hier, dass diese nur unnötige Ausgaben verursachten, die man sparen könne, denn schließlich kämen die Gäste wegen der guten Speisen, nicht wegen der Extras.*

*Wie es sich herausstellte, lag John damit falsch. Die Menschen kamen ebenso wegen der Atmosphäre, wie wegen des Essens. Sie freuten sich über die Bauchtänzerin und die Musik – es trug alles zu ihrem Erlebnis bei. Und sie liebten es überhaupt nicht, von blanken Tischen mit Papierservietten zu essen.*

*Die Anzahl der Kunden sank stetig, der Gewinn sank noch schneller. (John schob das auf die allgemeine wirtschaftliche Lage.) Er sah sich gezwungen, seine Putzfrau nur noch zweimal die Woche kommen zu lassen, statt jeden Tag, wie zu Ahmeds Zeiten.*

*Es dauerte nicht lange und John machte Verluste. Er war daher glücklich, als Akbar, der Sohn von Ahmed das Restaurant kaufte – für einen Bruchteil dessen, was John selbst bezahlt hatte.*

*Als Ahmed von seiner Reise zurückkehrte, war das Restaurant wieder voller begeisterter Gäste, dank der vielen Kleinigkeiten, auf die Akbar zu achten gelernt hatte, als er noch bei seinem Vater ausgeholfen hatte.*

*Ahmed gratulierte seinem Sohn zu dem guten Kauf und schüttelte den Kopf über den armen John, der so wenig Ahnung vom Geschäft hatte, der die wichtigen, faszinierenden Kleinigkeiten so sehr vernachlässigt hatte.*

*(Quelle: Paddy Lund, The Absolutely Critical Non-Essentials ®, frei übersetzt von mir)*

Soweit zu dieser Geschichte. Ich habe bewußt diese Geschichte von einem Unternehmen gewählt, welches wahrscheinlich aus einer ganz anderen Branche kommt, als Ihres.

Viele Dinge werden damit klarer, da wir bei anderen nicht so betriebsblind sind, wie wir es im eigenen Unternehmen und in der eigenen Branche so leicht werden.

Vielleicht haben Sie ja Lust, einmal zu überlegen, auf welche wichtigen faszinierenden Kleinigkeiten es in Ihrer Branche ankommen würde. Womit könnten Sie Ihre Kunden verwöhnen? Und was tun Sie heute schon.

Mehr zu diesem Thema im nächsten Newsletter.

## **Teil 2: Persönliche Reflektionen**

### **Die entscheidende Frage zum Verkaufsabschluß fehlte**

Gestern war ich in Karlsruhe auf der Learntec, einer Messe für Bildungs- und Informationstechnologie. Mich interessierte vor allem die Möglichkeiten des Web-Learning und der Zusammenarbeit von Gruppen mit Hilfe des Internets.

Da die Messe sich nur auf eine Halle erstreckte, lag es nahe, einmal alle Stände abzulaufen. Interessant war für mich, die unterschiedlichen Vorgehensweisen der verschiedenen Verkäufer zu beobachten. Die meisten sprachen mich an, wenn ich eine Zeitlang vor ihrem Stand stehen blieb. „Können wir Ihnen helfen?“, war eine der typischen Fragen. Ein Nein lag mir dann schnell auf der Zunge.

Mit dem einen oder anderen Verkäufer kam ich dann doch in ein Gespräch. Mir wurde dann lang und breit erklärt, was die Firma alles könnte, und welchen Leistungen sie alle anbieten würden.

Nur eine entscheidende Frage haben alle vergessen. Diese Frage hätte viele Gespräche in eine ganz anderen Richtung geführt und hätte evtl. das eine oder ander Geschäft ermöglicht. Da diese Frage unterblieb, kam es auch zu keinem Abschluß.

Welche Frage fehlte?

Es fehlten Fragen wie z.B.:

- „Welche Probleme haben Sie?“
- „Für welche Anwendungen suchen Sie eine Lösung?“
- „Bei welcher Aufgabe können wir Ihnen helfen?“

Die Verkäufer waren so sehr auf sich selbst fixiert, dass sie meine evtl. Bedürfnisse vollkommen ausser Acht ließen.

Schade für sie. Sicherlich, ich hätte nachfragen können. Da ich aber nicht unter Zeitdruck stehe, kann ich mir mit den Entscheidungen Zeit lassen. Auf jeden Fall waren das verpaßte Chancen aus Sicht der Aussteller.

### Teil 3: Faszinationen

#### Diese Erfindung revolutionierte die Nachrichtenübermittlung

Im Jahre 1790 brauchte eine Nachricht von Paris nach Strassburg 4 Tage. So lange dauerte es, mit dem Pferd (oder der Kutsche) diese Strecke von ca. 500 Kilometer zurückzulegen.

Nur 9 Jahre später schaffte man es, diese Nachricht in nur 2 Stunden zurückzulegen. Eine echte Revolution. Was war geschehen?

Claude Chappe hatte den optischen Telegrafen erfunden und installiert.

*Claude Chappe gelang in den Wirren der französischen Revolution eine technisch praktikable, optische Telegrafie-Vorrichtung, basierend auf der Zeichenübermittlung mit Hilfe von schwenkbaren Signalarmen (auch Flügeltelegraf oder Semaphor). An einem 5 Meter hohen Mast mit zwei Querbalken war jeweils ein weiterer schwenkbarer Balken am Ende der Querbalken angebracht, der je nach Position unterschiedliche Buchstaben signalisierte. (Quelle: [Wikipedia](#))*



*Claude Chappe – Erfinder des optischen Telegrafen*

Von meiner Wohnung in Saverne sind es nur wenige Kilometer bis zu einem der Telegrafengebäude. Es befindet sich hoch oben in den Vogesen, in unmittelbarer Nachbarschaft zur Burgruine der Haut Barr. Nach ca. einer halben Stunde Fußmarsch den Wald hinauf, kommt man zu diesem Gebäude.



*die alte Telegrafen-Station*

Es ist für mich absolut faszinierend, welche Entwicklung die Nachrichtentechnik in gut zweihundert Jahren genommen hat.

- 1790 – 4 Tage für die Strecke Paris – Strassburg
- 1799 – 2 Stunden

und heute?

- Sekunden, für einmal um die Welt, inklusive eventueller Schlenker ins All

Ich wünsche Ihnen viel Freude und Erfolg, genießen Sie die Geschwindigkeit der E-mails und vergessen Sie dabei nicht, sich ab und zu Zeit für etwas Muße zu nehmen, bis zur nächsten Woche,

Ihr  
Jörg Weisner



*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.*