



**25 (fast) kostenlose Ideen,
mit denen Sie Ihr Unternehmen
besser machen können.**



1. FORDERN SIE KUNDEN- LOB EIN

„Ein Schreiner kann abends sehen, was er geleiste lege den Rechnungen an unsere Kunden Feedback-Karten bei. Und zwar nicht mehr zum Bewerten nach Schulnoten, sondern für handschriftliche Kommentare. Ich schreibe darauf, welcher Mitarbeiter beim Kunden war, und frage: „Waren Sie zufrieden? Dann bedanken Sie sich bei ihm.“ Auf der Rückseite ist Platz für persönliche Worte des Kunden. Die Rücklaufquote ist sehr gut, weil sich die Kunden persönlich ange- sprochen fühlen und nicht als Teil einer Statistik. Meine Mitarbeiter sagen, ich lobe zu wenig, deshalb lasse ich das jetzt meine Kunden machen. Das motiviert doch viel mehr als mein Chef-Lob! Und die meisten Texte sind so schön, dass ich sie bei mir im Laden aushänge. Das motiviert die Mitarbeiter – und ist gleichzeitig super Marketing.“

Daniel Zitto ist Geschäftsführer von Glas-Zitto, Glaserei und Glashandel.



2. RUFEN SIE IHRE KUN- DEN NACH EINEM JAHR WIEDER AN

„Wir betreiben eine Tischlerei mit eigenem Laden und haben 2012 begonnen, alle Kunden anzurufen, die wir ein Jahr zuvor bedient haben. Wir fragen, ob an den Möbeln Kleinigkeiten nachzustellen oder zu reparieren sind. Die Idee ist eingeschlagen wie eine Bombe. Unsere Befürchtung, dass lauter kleine Reklamationen kommen, die viel Zeit verschlingen, war unbegründet. Nur bei jedem zwanzigsten Anruf gibt es eine Beanstandung, die schnell beseitigt ist. Aber bei jedem zehnten Anruf entsteht ein neues Beratungsge- spräch, oft über Dienstleistungen, von denen die Kunden gar nicht wussten, dass wir sie anbieten. Bei allen anderen stärkt der Anruf die Kundenbezie- hung. Jemanden, der von sich aus anbietet, kleine Schäden zu beheben, empfiehlt man gerne weiter.“

Jörg Janaszak bietet mit der Firma Utz Design Innen- ausbau und Tischlerhandwerk an.



3. KONZENTRIEREN SIE SICH IN VERHANDLUNGEN AUF IHRE DREI STÄRKSTEN ARGUMENTE

Ihr Verhandlungspartner wird sich ohnehin nur selten mehr als drei Argumente merken. Bringen Sie aber ein schwaches Argument, wird er sich darauf stürzen und es zerpfücken.



4. SCHENKEN SIE IHREN MITARBEITERN TÄGLICH ERFOLGS- ERLEBNISSE

„Ein Schreiner kann abends sehen, was er geleistet hat. Für unsere Mitarbeiter ist die eigene Leistung nicht so klar sichtbar: Wir übernehmen mit unserem Familienunternehmen Kundenservicedienstleistungen für Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. Daher haben wir auf Basis der Vorgaben unserer Auftraggeber für jedes Team konkrete Ziele formuliert. Wenn diese Ziele erreicht werden, werfen die Mitarbeiter einen bunten Ball in eine Bällesäule, die für alle sichtbar mitten im Büro steht. So kann das Team jederzeit sehen, wo es steht und was es schon erreicht hat. Am Monatsende wird abgerechnet: Je nach Pegelstand gibt es Süßigkeiten, Kuchen, Pizza oder ein Überraschungsge- schenk, und die Leistung wird gemeinsam gefeiert.“

Bernhard Sack ist Juniorchef des Kundenservice-Dienstleisters tel-inform in Kleve.



5. HABEN SIE IMMER EIN LADEKABEL PARAT

Egal ob Sie einen Frisörsalon betreiben oder ein Versicherungsbüro: Haben Sie für Ihre Kunden immer ein Handyladekabel bereitliegen. Ihre Kunden werden sich an diesen Extraservice erinnern.

6. SCHREIBEN SIE POSITIVES AUF



Bevor Sie abends zu Bett gehen, machen Sie eine Liste von drei Dingen, die an dem Tag besonders gut gelaufen sind, auf die Sie stolz sind oder die Ihnen große Freude gemacht haben. Sie werden sehen: Selbst wenn der Tag noch so anstrengend und nervig war, gibt es immer mindestens drei Gegebenheiten, die ausschließlich positiv waren. Ich liste zum Beispiel auch auf, dass ein Mittagessen besonders köstlich war. Das sorgt für ein gutes Gefühl und rückt einige Dinge wieder in die richtige Perspektive. Nehmen Sie dafür auch auf jeden Fall ein kleines Notizbüchlein, und machen Sie die Liste handschriftlich. Dann haben Sie immer wieder etwas, in dem Sie blättern können.

Soraya Kühne, Geschäftsführerin des Designstudios Parlux.

7. AUSZEIT NEHMEN UND DIE MITARBEITER MACHEN LASSEN

„Schon seit Jahren gönne ich mir mit meiner Familie eine ordentliche Sommer-Auszeit. Meine Mitarbeiter übernehmen gern das Ruder. Weil sie wissen, dass ihre Chefin und ihr Chef Erholung brauchen. Weil sie ohne Auszeit unausgeglichen sind. Gute Mitarbeiter verstehen das. Unternehmer zu sein heißt ja nicht rund um die Uhr zu arbeiten. Und immer erreichbar zu sein. In diesem Jahr haben wir noch eins drauf gesetzt. Wir entwickelten für unsere Urlaubszeit das Gäste-Programm „Junge Wilde übernehmen das Ruder.“ Wir kommunizieren also ganz offen, dass die Chefs und einige Führungskräfte an diesen Tagen nicht im Haus sind. Ziemlich riskant? Finde ich nicht. Denn die Gäste sind ja vorgewarnt. Die Resonanz im Vorfeld war unglaublich: Beide Wochenenden waren sofort ausgebucht. Die Gäste buchten wegen der jungen Wilden. Und nicht wegen der Chefs. Gut so!“

Jürgen Krenzer, Inhaber des Hotels „Krenzers Rhön“.

8. VERGEBEN SIE EINEN „FAIL AWARD“



„Wir arbeiten in einem Großraumbüro, in dem es schwer ist, in Ruhe zu telefonieren. Da hatte ich mit einem Kollegen eine Idee: Wir kaufen eine alte Telefondose, in die man sich zurückziehen kann. Stolz auf unseren Einfall, ersteigerten wir ein gelbes Häuschen bei Ebay – um bei der Anlieferung festzustellen, dass es nicht durch unsere Tür passte. Damit waren mein Kollege und ich die ersten Gewinner des ‚Fail Awards‘, eines Wanderpokals für den besten Fehler. Klingt lustig, hat aber einen ernsten Hintergrund: Wir wollen, dass in unserem Team Fehler nicht vertuscht, sondern offen besprochen werden. Nur so können wir aus ihnen lernen. Der Fail Award hilft dabei. Wichtig: Man kann nur sich selbst nominieren, es geht nicht darum, andere an den Pranger zu stellen. Das ganze Team stimmt ab, wer am grandiosesten gescheitert ist.“

Monika Frech ist eine von 30 Gründern der Berliner Innovationsagentur Dark Horse.

9. FÜHREN SIE DIE 1-EURO-REGEL EIN. DANN KÖNNEN ALLE KON- ZENTRIERTER ARBEITEN



„Sich ablenken zu lassen frisst unfassbar viel Zeit. Wer einmal bei seiner Arbeit unterbrochen wird, braucht oft Minuten, um den Faden wieder aufzunehmen. Wie aber bleibt man fokussiert, wenn ständig Kollegen etwas von einem wollen? Wir haben bei uns im Büro die 1-Euro-Regel eingeführt: Wer ein Headset trägt, darf von anderen nicht angesprochen werden. Es signalisiert, dass der Mitarbeiter konzentriert arbeiten will. Wer ihn dennoch etwas fragen will, muss dafür 1 Euro zahlen. Es ist erstaunlich: Vieles ist plötzlich gar nicht mehr so dringend.“

Christoph Magnussen ist Gründer mehrerer Start-ups und CEO der Beratung Blackboat.

**10. SETZEN SIE
MEETINGS FÜR EINE
GANZ SPEZIELLE ZEIT
AN, ETWA 9.23 UHR.
DANN KOMMEN ALLE
PÜNKTLICH!**



„Bei uns beginnt jeder Jour fixe, also alle regelmäßigen Meetings, zu einer krummen Zeit, etwa um 9.23 Uhr. Wenn man sich zur vollen Stunde trifft, denken die Teilnehmer oft, der Termin sei ‚c. t.‘ angesetzt. Etwas zu spät zu kommen ist dann normal. 9.07 Uhr ist dagegen 9.07 Uhr – und nicht fünf Minuten später. Es ist erstaunlich, was die Teilnehmer tun, um pünktlich zu sein. Wir machen das jetzt seit zwei, drei Jahren. Einen Abnutzungseffekt gibt es nicht. Im Gegenteil: Gespräche über Unpünktlichkeit muss ich kaum noch führen.“

Steven Wilkinson ist Geschäftsführer der Investment- und Beratungsgesellschaft Buchanan.



**11. LERNEN SIE, AKTIV
ZUZUHÖREN**

Die erfolgreichsten Unternehmer haben oft eines gemeinsam: Sie können gut zuhören. Gehen Sie in die nächste Befprechung und setzen Sie sich drei Ziele. Erstens: Stellen Sie mehr Fragen als dass Sie Antworten geben. Zweitens: Fokussieren Sie sich darauf, Ihre Mitarbeiter ausreden zu lassen – auch dann, wenn Sie das Gefühl haben, schon zu wissen, was jetzt kommt. Drittens: Wiederholen Sie ab und an, was der andere gesagt hat in Ihren eigenen Worten. So vermeiden Sie Missverständnisse.

**12. FÜHREN SIE E-MAIL-FREIE
TAGE EIN!**

„Das kennt doch jeder: Für die einfachste Absprache werden zig E-Mails hin- und hergeschickt. Da sag ich: Schwätzt doch mal miteinander! Wir legen daher ab und zu einen E-Mail-freien Tag ein. Intern sollen dann keine Mails verschickt werden. Wir heben vielmehr unsere Hintern und gehen drei Meter zum Kollegen rüber oder rufen an. Was das bei uns bewirkt hat? Wir reden darüber, wie wir miteinander kommunizieren, hinterfragen unsere Kultur. Vieles ist doch viel schneller im Gespräch zu klären als per Mail. Manchmal gibt es bei uns auch aufzugfreie Tage. Ich bilde mir nicht ein, dadurch einen Couch-Potato dazu zu bewegen, auf Biomüslis umzusteigen. Aber die Aktionen kosten nichts und schärfen das Bewusstsein.“



Thomas Egenter ist Vice President Human Resources beim Armaturenhersteller Hansgrohe.



**13. LASSEN SIE IHRE MIT-
ARBEITER PRAKTIKA IN
DER EIGENEN FIRMA
MACHEN!**

„Es gab bei uns in einem Hotel eine große Unzufriedenheit der Mitarbeiter. Das lag vor allem daran, dass die eine Abteilung nicht wusste, was die andere tat. Es wurden zum Beispiel große Veranstaltungen organisiert, ohne daran zu denken, was das für die Küchenmitarbeiter bedeutet. Deswegen arbeiten nun alle Mitarbeiter – auf freiwilliger Basis – regelmäßig einen ganzen Tag lang in einer anderen Abteilung mit. Die Veränderungen, die wir damit erreicht haben, sind unglaublich. Es gibt einen ganz neuen Teamgeist. Natürlich mache ich auch mit. Ich habe zum Beispiel als Housekeeper gearbeitet. Das ist für mich sehr nützlich, schließlich treffe ich oft Entscheidungen, die das Housekeeping betreffen. Da ist es gut zu wissen, wovon man spricht.“

Bodo Janssen ist Geschäftsführer der Hotelkette Upstalsboom.

14

14. MACHEN SIE IHRE BESPRECHUNGEN IM STEHEN!

„Bei uns gibt es nur noch ‚Stand-up-Meetings‘, wir machen also sämtliche Besprechungen und Brainstormings im Stehen. Der Grund: Sitzen und Ruhe ist etwas für Konzerne. Die Idee stammt aus dem Sport. In aufrechter Körperhaltung ist man leistungsfähiger und frischer im Kopf als im Sitzen. Und jeder Mitarbeiter ist motiviert, sich kurz zu fassen. Man vermeidet so Endlosmeetings, bei denen die Teilnehmer einschlafen. Bei den herkömmlichen Rasierermarken sitzt man sicher seit Jahrzehnten, wenn man sich deren verschlafenes Verhalten im E-Commerce ansieht.“ **impulse-Tipp:** Schaffen Sie Stehtische an, so kann man auch im Stehen gut mitschreiben

Christopher von Hallwyl ist Gründer und CEO des ersten Online-Rasiere- Start-Ups Shave-Lab.com.

15

15. BEGRABEN SIE GESCHEITERTE PROJEKTE IN EINER „HALL OF FAME“

Projekte zu stoppen ist nicht nur normal in der Spieleentwicklung, es wird sogar erwartet. Um herausragende Produkte kreieren zu können, führt kein Weg daran vorbei das eigene Spiel in regelmäßigen Abständen kritisch zu hinterfragen und zu überlegen ob man weitermacht. Fällt die Entscheidung darauf ein Projekt zu begraben, nimmt sich das entsprechende Team einige Wochen Zeit zu reflektieren. Was lief gut? Was würden wir nicht nochmal machen? Das Ergebnis wird dann allen Kollegen in einem Firmenweiten Meeting präsentiert. Und um daran zu erinnern, dass gescheiterte Projekte ebenso wertvoll sind wie vollendete, bekommen auch gestoppte Spiele einen Platz in unserer ‚Hall of Fame‘. Post-Mortem-Meetings helfen dabei, dass Fehler nicht zweimal gemacht werden und dass das Gelernte mit der ganzen Firma geteilt wird. Doch vor allem führen sie dazu, eine gesunde Fehlerkultur zu etablieren, die die Mitarbeiter ermutigt nach Innovation zu streben und somit die Chance auf Erfolg um ein Vielfaches zu erhöhen.

Maya Litani leitet beim Berliner Spieleentwickler Wooga eines der Entwicklungsteams.

16

16. FEIERN SIE IM KOMMENDEN JAHR ERNTEDANKFEST

„Wir sind eine Werbeagentur und arbeiten viel und hart. Ich fand, wir sollten einmal innehalten und uns einfach nur freuen. Im Kalender entdeckte ich das Erntedankfest und erinnerte mich an die Bedeutung dieses Tages. Seither feiern wir Erntedank mit dem ganzen Team. Der Raum wird herbstlich geschmückt, und es gibt Kleinigkeiten zu essen. Vor allem legen wir unsere Arbeiten aus. So machen wir uns noch einmal klar, was wir geleistet haben. Erntedank ist ein starkes Symbol, und das Fest kostet nicht viel Geld. Zudem ist im Oktober auch noch niemand im Weihnachtsfeierstress.“

Thilo Schirmer ist geschäftsführender Gesellschafter der Werbeagentur RosenbauerSolbach.

17

17. STEHEN UNANGENEHME AUFGABEN AN? DANN ERLEDIGEN SIE DIESE BESSER GLEICH

„Als ich mit 16 meine Firma gründete, riet mir ein älterer Unternehmer: „Sven, die Kröte gehört an den Anfang des Tages, die musst du sofort schlucken.“ Daran habe ich mich gehalten. Wann immer zum Beispiel ein unangenehmes Kundengespräch zu führen ist, mache ich das direkt morgens um acht Uhr. Danach kann man befreit weiterarbeiten. Und oft gibt es ja, wenn man mit den Leuten persönlich spricht, eine positive Auflösung des Problems. Das gibt einem ein gutes Gefühl für den ganzen Tag.“

Sven Franzen ist Gründer und Geschäftsführer der Tiger Marketing Group.

18

18. SCHENKEN SIE SICH EINE „DAS GÖNN ICH MIR“-MAPPE

„Als Unternehmer arbeitet man viel und bekommt selten Lob. Jeder Mensch braucht aber Belohnungen. Daher habe ich eine „Das-gönn-ich-mir-Mappe“. Dort steckt alles drin, was ich mir gern gönnen oder gönnen würde: besondere Hotels oder Restaurants, eine Sauna mit Meeresblick, besondere Geschäfte, die ich besuchen will, Buchtipps, eine Massage bei meiner netten thailändischen Nachbarin oder Gutscheine, die noch eingelöst werden wollen. Ist ein größeres Projekt abgeschlossen, finde ich in der Mappe sofort eine Idee, was ich mir gönnen könnte. Und vor Weihnachten steckt sie voller Inspirationen für Geschenke.“

Ute Regina Voß ist Chefin der unabhängigen Anlageberatung Frau&vermögen.

19. SCHIEBEN SIE E-MAILS WEG

„Mich erreichen jeden Tag sehr viele E-Mails – viele davon muss ich nicht sofort bearbeiten. Um meinen Posteingang leer zu halten, nutze ich die App Mailbox. Mit einem Wisch nach links auf dem Display wird die Mail gelöscht, nach rechts öffnet sich ein Menü: Verschieben auf morgen, nächste Woche, zum Ende des Monats, erinnern oder in einen Ordner verschieben. Auf einen Blick sortiere ich Nachrichten. Enthält der Betreff bestimmte Schlagworte, wird die Nachricht direkt in einen Ordner sortiert. Und alle Mails, die mich in cc, also nur zur Kenntnisnahme, erreichen, sortiere ich sofort aus. Ich will nur das lesen, was wichtig für mich ist.“

19

Sven Franzen gründete die Tiger Marketing Group.

20

20. SCHREIBEN SIE EIN CHEF-HAND-BUCH

„In meinem Chef-Handbuch steht, welche Grußformel unter meinen Briefen stehen soll, dass ich im Flugzeug am liebsten am Gang sitze und in welchen Hotels ich am liebsten übernachte – fast wie eine kleine Bedienungsanleitung für mich als Chef. Das spart sehr viel Zeit und Ärger! Als meine Assistentin mal nicht da war, musste ich ihrer Vertretung bei jedem Brief erklären, dass ich die Grußform „Mit freundlichen Grüßen“ nicht ausstehen kann und dass ich einen bestimmten Zeilenabstand haben möchte. Das hat mich sehr genervt und auch Zeit gekostet. Mit dem Handbuch hat sich das erledigt. Und: Ich bin mir auch über viele Dinge selber klar geworden, als ich alles in Ruhe aufgeschrieben habe. Jetzt gibt es Standards, an die sich alle halten. Das diszipliniert.“

Peter Brandl ist Managementtrainer und Speaker.

21. ÜBERRASCHEN SIE IHRE KUNDEN MIT EINEM GESCHENK

21

Natürlich nicht mit einem klassischen Werbeartikel, sondern mit etwas, das Wertschätzung zum Ausdruck bringt. Eine Idee für ein solches Geschenk hatte etwa ein Mitarbeiter von Günter Schmitz, der den Handwerkbetriebs Coplaning führt. „Wenn wir eine Arbeit abgeschlossen haben“, erzählt Schmitz, „lassen wir bei unseren Kunden eine Tüte Brötchen zurück, garniert mit einer Karte: „Danke, dass wir für Sie arbeiten durften.“ Das kostet wenige Euro, habe aber einen sensationellen Effekt. „Man kommt mit seinen Kunden auf eine ganz andere, persönliche Ebene. Wir lassen ein gutes Gefühl zurück, und unsere Kunden werden für uns zu Werbebotschaftern, wenn sie ihren Nachbarn und Freunden vom Brötchengruß ihres Handwerkers erzählen.“

22. LÖSCHEN SIE DIE COOKIES, BEVOR SIE ONLINE EINE REISE BUCHEN

„Dienstreisen machen Spaß, ihre Buchung nicht. Klingelt das Telefon oder kommt eine wichtige Mail herein, unterbrechen wir dankbar die Bestellung. Nur: Die Anbieter bemerken, wenn wir um die Buchung herumschleichen. Gehen wir auf die Seite zurück, um Flug, Bahnfahrt oder Übernachtung nach diversen Anläufen zu kaufen, verraten uns kleine Hilfsprogramme („Cookies“) als konsumwillige Wiederkehrer – selbst Tage später. Die Folge: Es wird ein höherer Preis angezeigt. Bei impulse behelfen wir uns mit dem Trick, vor Buchungen Cookies und Browser-Cache zu löschen. Für den Anbieter sind wir dann ein unbeschriebenes Blatt. Und das Reisebudget wird geschont.“

22

Andreas Kurz ist leitender Redakteur bei impulse.

23

23. SAGEN SIE PERSÖNLICH DANKE

„Ich nehme die Vorweihnachtszeit zum Anlass, um mich bei unseren Mitarbeitern ganz persönlich zu bedanken. Dabei muss es nicht in erster Linie um das geleistete Arbeitspensum gehen. Es kann auch sein, dass ich einem Mitarbeiter dafür danke, dass er in Konfliktsituationen stets die passenden Worte findet, um zur Sachebene zurückzukehren. Mein Dank geht auch an diejenigen, die durch ihre besondere Hilfsbereitschaft auffallen, oder solche, die nebenbei unsere Firmenfeiern organisieren. Jeder Mitarbeiter bekommt von mir eine kleine handgeschriebene Karte, auf der genau die Dinge notiert sind, für die ich ihm danke. Kurz vor Weihnachten treffen wir uns, um die Ereignisse des Jahres Revue passieren zu lassen. Dies ist die Gelegenheit, Danke zu sagen. Jeder wird persönlich angesprochen und bekommt eine kleine Christbaumkugel mit der Karte.“

Annette Timm leitet gemeinsam mit ihrem Mann die Firma Kanzlit, einen Anbieter von Kreuzworträtseln.

24. LASSEN SIE SICH VON MITAR- BEITERN EIN ZEUGNIS GEBEN

„Ich habe mich jedes Jahr persönlich beurteilen lassen.

Einer schrieb zum Beispiel, ich hätte einmal eine Besprechung besucht, nichts gesagt, aber als Chef dennoch die ganze Besprechung dominiert und so die Diskussionskultur negativ beeinflusst. Da wurde mir klar, auch ein Mensch, der nichts sagt, hat einen Einfluss, vor allem wenn ihm der Laden gehört. Ich bin dann nicht mehr unbedacht in Besprechungen gegangen, sondern habe mir genau überlegt, wo meine Anwesenheit nötig und hilfreich ist.“

Manfred Maus ist Gründer der Baumarkt-Kette Obi.



25

25. DAS GOLDENE ZAHNRAD

Wenn es im Team bei der Zusammenarbeit ruckelt, dann kann die Methode „Das goldene Zahnrad“ helfen: Die Mitarbeiter stellen sich vor, sie wären im Jahr 2021 für den Preis „Das goldene Zahnrad“ nominiert. Der Preis geht an das Team in Deutschland, das am besten zusammenarbeitet. Dann bereiten sie ihre Abschlusspräsentation vor der Jury vor: Wie genau arbeitet das Team heute zusammen? Welche Hürden hat das Team überwunden? Das Schöne an der Methode: Es kommen Probleme auf den Tisch, doch man verhüttet sich nicht in Schuldzuweisungen („Ja, wenn das Marketing mal mitdenken würde“). Man überlegt zwar, wo es hakt, doch die Diskussion ist nicht negativ. Stattdessen spricht man darüber, wie großartig man in der Zukunft zusammenarbeiten wird, weil alle Stolpersteine entfernt sind.