

text-ur textrapid . weiterbildung . e-learning . business

Jg, 4, Ausgabe 01\_02.07

Feb\_März 2007



**Liebe AbonentInnen und LeserInnen,  
liebe Weiterbildungsinteressierte,**

nun ist sie schon wieder vorbei, die DIDACTA – auf der sich viele von Ihnen und uns ja wiedergetroffen haben. Und Schönes gibt es zu berichten:

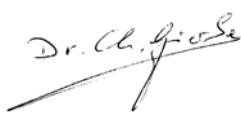
Der **Internationale Deutsche Trainingspreis in Silber** ging an **Dr. Ewald Lang** (ITO services GmbH), den wir zu unseren Klienten zählen dürfen, mit dem Konzept der Vertriebs-Offensive.

Mit der Auszeichnung würdigt der Berufsverband der Verkaufsförderer und Trainer e.V. (BDVT) besonders innovative und effektive Weiterbildungsmethoden, die neue Maßstäbe setzen. Das prämierte Konzept unterstützt Unternehmen, strategische Vertriebsziele in der Neukundengewinnung zu erreichen. Die Vertriebsmitarbeiter erlernen Methoden, um Interessenten zu identifizieren, sie anzusprechen und zu Kunden zu machen. Neu ist die Ausrichtung an der Umsetzung. Nicht das Erlernen der Verkaufsmethoden steht im Vordergrund, sondern die sofortige Anwendung in der Praxis. An die Stelle langwieriger Trainings treten kurze Qualifikationsevents. Dies wird ermöglicht durch den Einsatz von Gesprächsbögen, die den Mitarbeiter durch den psychologisch ausgefeilten Gesprächsablauf leiten und den Erfolg wahrscheinlicher machen. Dank des standardisierten Vorgehens verbuchen die Teilnehmer bereits nach kurzer Zeit Erfolge: neue Kunden.

Ein Großunternehmen hat mit dieser Methode im Laufe der sechswöchigen Praxisphase mit ca. 200 Außendienstmitarbeitern über 1.000 Geschäftskunden hinzugewonnen. Fast jeder zweite so kontaktierte Unternehmer wurde zum Neukunden. Damit endete eine Phase mit rückläufigen Kundenzahlen und das Unternehmen baute seinen Marktanteil wieder aus. Dass die Neukundengewinnung eine nachhaltige Wirkung hat, stellt die Vertriebs-Offensive durch eine konsequente Betreuung der neu gewonnenen Kunden sicher.

PS: Genau passend dazu kommt gerade das neue Buch von Dr. Ewald Lang auf den Markt: **Die Vertriebs-Offensive. Erfolgsstrategien für umkämpfte Märkte**, erschienen bei Gabler. Mehr dazu unter [www.vertriebs-offensive.com](http://www.vertriebs-offensive.com) und in der nächsten Ausgabe von text-ur textrapid.

Ihre



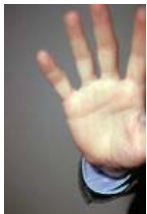
(Dr. Christiane Gierke)

PS: Alle Ausgaben von text-ur textrapid zum Download sowie An- und Abmelfunktion auf <http://www.text-ur.de/unternehmen/text-rapid-anmeldung.htm>

<b>STUDIEN &amp; VERÖFFENTLICHUNGEN</b>	<b>S. 2</b>
<b>BUCHTIPPS – FÜR SIE GELESEN</b>	<b>S. 3, 4, 6, 8, 9, 14</b>
<b>AUS- &amp; WEITERBILDUNG</b>	<b>S. 4</b>
<b>UNTERNEHMEN &amp; PRODUKTE</b>	<b>S. 5</b>
<b>IDEEN &amp; INITIATIVEN</b>	<b>S. 7</b>
<b>LIEB-LINKS &amp; WEBTIPPS</b>	<b>S. 10</b>
<b>DAS INTERVIEW</b>	<b>S. 10</b>

## **STUDIEN UND VERÖFFENTLICHUNGEN**

### **E-LEARNING: Klares Nein von Trainern**



Coaches und Trainer sind im Job ständig auf Achse, kommen viel rum und setzen daher bei ihrer beruflichen Weiterbildung auf Möglichkeiten, mit denen sie flexibel jederzeit arbeiten können. Ein klarer Fall für E-Learning?

Keineswegs: In der aktuellen Studie „Produktivität von selbstständigen und angestellten Trainern in der beruflichen Weiterbildung“ von Managementwissen online wurden 368

Trainer u.a. gefragt, wie sie sich weiterbilden. Das Ergebnis steht für sich: Nur jeder 10. selbstständige und jeder 4.angestellte Trainer nutzt interaktive Software, um sich fortzubilden.

Quelle: [www.mwonline.de](http://www.mwonline.de)

### **Über den Lern-Tellerrand schauen: Was passiert in Europa in Sachen E-Learning?**

Qualität im e-Learning: So lautet der Titel der 2. Ausgabe der elearningpapers. Die neue digitale Publikation ist Teil des elearningeuropa.info-Portals und wird fünfmal jährlich über aktuelle Trends im europäischen E-Learning Geschehen berichten. Mit breit gefächerten aktuellen Themen wie Technologien, Verfahren, Qualität und Evaluation, Pädagogik und Lernumgebungen sollen alle E-Learning relevanten Bereiche angesprochen werden: Von Schulen über die Hochschulbildung bis hin zu den Personalern in Unternehmen.

Die E-Zeitung steht kostenlos zum Download bereit unter: [www.elearningpapers.eu](http://www.elearningpapers.eu)

## Persönlichkeiten verzweifelt gesucht

Viele Jobanwärter stürzen sich auf die wenigen freien Stellen in Deutschland. Und doch klagen deutsche Personalmanager über fehlende Qualität der Bewerber. So äußerte sich etwa die Hälfte von 141 befragten Personalverantwortlichen in einer aktuellen Kienbaum-Studie. Neben mangelnder Persönlichkeit zeigten sich Defizite besonders in den Bereichen Sozialkompetenz, Leistungsmotivation und Analysevermögen.

Den Ergebnissen wollen nun etliche Personalmanager Taten folgen lassen: Mit einer Intensivierung des Talent- und Nachfolge-Managements und neuen Konzepten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf soll der Notstand behoben werden. Eine intensive Begleitung von Change-Prozessen soll die Maßnahmen unterstützen.

Mehr Infos unter: [www.bildungsspiegel.de](http://www.bildungsspiegel.de)

### BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++\*

#### Werbebriefe. Leicht gemacht

Professionelle Werbebriefe statt langweiliger Waschzettel: Treffen Sie stets den richtigen Ton und erreichen Sie Ihre Kunden mit verkaufsstarker Botschaften.



Werbebriefe. Leicht gemacht.  
Textbausteine für perfekte Mailings.  
Redline Wirtschaftsverlag.  
ISBN: 3636013696  
19,90 EUR

Bestellen bei  
Amazon: [hier](#)  
[klicken](#)

Preiswert, zielgenau, volle Erfolgskontrolle: Gute Gründe, die für den klassischen Werbebrief sprechen. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen setzen oft auf Direct-Mailings.

Doch es ist eine Kunst, aus der täglichen Flut der Werbepost herauszustechen und nicht im Papierkorb des reizüberfluteten, überforderten Kunden zu landen. Der Autor Michael Brückner zeigt, wie man Verkaufsargumente sprachlich und technisch perfekt inszeniert. Dank langjähriger Branchenerfahrung und als Inhaber eines Redaktions- und Textbüros ist Brückner Experte für professionelle Werbebriefe.

Wann eignen sich Direct Mailings überhaupt? Mit welcher Sprache erwecke ich Interesse? Was muss ich bei E-Mailings beachten? Die Werbebriefe sind raus - wie geht's weiter? Mit anschaulichen Beispielen erfährt der Leser in diesem praktischen Ratgeber, wie Direkt-Mailings erfolgreich werden.

+++++

## AUS- & WEITERBILDUNG

### E-Learning: Nachholbedarf bei den Großen

In 27 % der deutschen Unternehmen mit 100 und mehr Beschäftigten kommt zur Zeit E-Learning zum Einsatz. Immerhin 31 % von den bisher Unbedarften steht dem Thema nicht kritisch gegenüber – sie erwägen, künftig E-Learning Angebote für die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter aufzustellen. Je größer das Unternehmen und je mehr Filialen und Niederlassungen bestehen, desto größer ist die Akzeptanz. Der Vorteil lockt besonders Filialbetriebe: Schnelle, flächendeckende Schulung spart vor allem Kosten.

Mehr Infos: [www.mmb-institut.de](http://www.mmb-institut.de)

### Podcasts erobern die Weiterbildung

Podcasting ist das Medienformat der digitalen Generation: Mehr als 70.000 Podcastangebote sind weltweit derzeit im Internet zu finden. Von den 3.000 Befragten einer aktuellen Umfrage nutzen mehr als 46 Prozent Podcasts zur Weiterbildung. Neben dem Erlernen von Fremdsprachen stehen die Soft Skills im Vordergrund: So rauschen zum Beispiel Verkaufstrainings und Kongressmitschnitte aus dem Kopfhörer. Oder aus dem Lautsprecher: Die häufige Podcast-Nutzung am Schreibtisch (78 %) und bei der Hausarbeit (32 %) zeigt, dass Podcasts nicht zwingend mobile Medien sind. Der durchschnittliche Podcast-Nutzer ist 30 Jahre alt, Single und männlich.

Mehr interessante Infos gibt's unter: [www.podcastumfrage.de](http://www.podcastumfrage.de)

++++ HÖRTIPP +++++ HÖRTIPP +++++ HÖRTIPP +++++ HÖRTIPP +++++ HÖRTIPP +++++\*



**Podcasts von der go! Akademie für Führung und Vertrieb**

Strategie - Wissen - Motivation: Die CoachCasts der go! Akademie für Führung und Vertrieb geben Ihnen immer wieder neue Impulse. Monatlich neue PodCasts. Kompetenz zum Runterladen, Zuhören, Raufschalten. Tunen Sie sich ein! [www.go-akademie.com](http://www.go-akademie.com)

+++++

### Personal-Profis: Made in Thüringen

Dank einer gemeinschaftlichen Kooperation der FH Erfurt mit der FH Jena und der Friedrich-Schiller-Universität Jena können Personaler, Berater und Quereinsteiger ab dem kommenden Sommersemester das Zertifikat Personalentwicklung (FH) erwerben. Zu den Inhalten des 3-semesterigen Kurses zählen neben Grundlagen der Personalentwicklung Themen wie: Organisationsentwicklung, Qualitäts- und Wissensmanagement sowie Methoden und Instrumente zur

Förderung von Mitarbeitern. Interessenten können sich noch bis zum 1.3.2007 bewerben. Kursstart ist am 13. April.

Informationen finden Sie unter: [www.fh-erfurt.de/weiterbildung](http://www.fh-erfurt.de/weiterbildung)

## UNTERNEHMEN & PRODUKTE

### **D-ELAN: Mit frischem Wind ins neue Jahr – Neuer Vorstand gewählt**

Personelle Veränderungen zum Jahreswechsel beim Deutschen Netzwerk der E-Learning-Akteure e.V.: Auf seiner jährlich stattfindenden Mitgliederversammlung wurden Beate Bruns und Christian Stracke neu in den Vorstand gewählt.

Beate Bruns ist Geschäftsführerin der time4you GmbH communication & learning mit Sitz in Karlsruhe. Das Unternehmen berät und begleitet Organisationen und Unternehmen bei der Einführung neuer Methoden und Technologien im Bildungsbereich. Christian Stracke arbeitete bisher als Projektleiter und Consultant bei mehreren E-Learning-Anbietern und Unternehmensberatungen. Derzeit promoviert er an der Universität Duisburg-Essen und leitet dort aktuell das vom BMWi geförderte Projekt "Qualitätsinitiative E-Learning in Deutschland" (Q.E.D.). Er hat das eLC Institut für e-Learning, Information und Cooperation gegründet, das Gründungsmitglied von D-ELAN ist.

Weitere Infos zu D-Elan unter: [www.d-elan.net](http://www.d-elan.net)

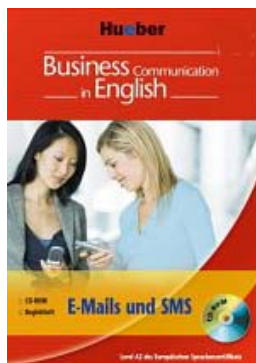
### **Führungskräfte überschätzen sich selbst**



Wenn Deutschlands fiesester Chef Stromberg große Reden schwingt und damit sein Team schikaniert, lachen die Fernsehzuschauer. Dass derartige Stromberg-Zustände in Führungsetagen gar nicht so abwegig sind, zeigt jüngst eine Studie der Unternehmensberatung Hewitt. Das Ergebnis: Viele der 213 befragten Führungskräfte leiden an verzerrter Selbstwahrnehmung. Manager schätzen ihre Führungskompetenzen höher ein als die ihnen unterstellten High Potentials – diese fühlen sich demotiviert durch die Neigung der Chefs, große Reden zu schwingen. Die Studie kann kostenlos unter E-Mail [Jasmin.Bischoff@hewitt.com](mailto:Jasmin.Bischoff@hewitt.com) bezogen werden.

Mehr Infos finden Sie hier: [www.hewitt.com](http://www.hewitt.com)

**BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++\***



**Internationale Kontakte ohne Sprachbarrieren:** Business  
**Business Communication in English** Communication in  
100 beispielhafte E-Mails und SMS in English. E-Mails  
englischer Sprache und SMS.  
Hueber Verlag  
ASIN: 3191095071  
Preis: 16,95 EUR

Bestellen bei  
Hueber: [hier](#)  
[klicken](#)

Die Richtlinien für geschäftliche E-Mails und SMS auf Englisch behandelt das CD-ROM-Lernpaket „E-Mails und SMS“. 100 beispielhafte E-Mails und SMS für die Geschäftskorrespondenz auf Englisch hält die CD-ROM parat, die von hohem Nutzwert ist. Alle Musterbeispiele behandeln Anlässe, die für das moderne Geschäftsleben typisch sind. Die Texte bzw. Textbausteine lassen sich problemlos als Worddokumente auf den eigenen Rechner laden. Das beiliegende Begleitheft gibt viele nützliche Hinweise und Tipps für die korrekte Geschäftskorrespondenz via E-Mail und SMS.

Das abwechslungsreiche Selbstlernmaterial richtet sich vorzugsweise an Fortgeschrittene bzw. Lerner mit Grundkenntnissen, die ihre berufsbezogenen Englischkenntnisse möglichst effektiv erweitern bzw. optimieren wollen. Was für die E-Mail in deutscher Sprache im Allgemeinen gilt, zählt auch für die E-Mail, die auf Englisch verfasst wird. Die E-Mail im Job ist ein Geschäftsbrief, der korrekt und höflich formuliert werden muss. Bei der SMS macht das Gebot der Kürze zwar einige Kompromisse erforderlich, aber keineswegs einen vollständigen Verzicht auf Grammatik und Konvention.



## IDEEN & INITIATIVEN

### **Unter die Lupe genommen: AGG-Lernprogramme im Praxis-Test**

Mit der Verabschiedung und Einführung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes überschwemmen entsprechende E-Learning-Programme regelrecht den Markt. Doch nicht jedes Angebot ist das Richtige: Ist der eine auf der Suche nach einer schnellen und kostengünstigen Lösung, wollen andere Unternehmen das Programm in vorhandene Lernplattformen integrieren, was Schnittstellen und Anpassungen notwendig macht. Einige Unternehmen legen Wert auf ein Programm, das sich unmittelbar am Gesetzestext orientiert, wieder andere bevorzugen konkrete Fall- und Übungsbeispiele.

Der Online-Informationssdienst CHECKpoint eLearning hat daher neun Programme unter die Lupe genommen. Getestet wurden u.a. die inhaltliche Aufbereitung und didaktische Gestaltung, die multimediale Umsetzung, die Usability sowie die Preisgestaltung. Testsieger wurde das österreichisch-deutsche Unternehmen bit media E-Learning solution.

Alle Testergebnisse finden Sie unter [www.checkpoint-elearning.de/downloadshop/praxischeck/16.html](http://www.checkpoint-elearning.de/downloadshop/praxischeck/16.html)

### **Der passende Teletutor für jede Bildungsmaßnahmen**

Qualifizierte Teletutoren und E-Trainer vermittelt das Unternehmen teletutoren.net – kostenlos und ohne großen Zeitaufwand. Mit dem neuesten Service, dem Teletutoren-Suchagent, kann die Suchanfrage an ca. 2.200 qualifizierte Teletutoren, Telecoaches und E-Trainer weitergeleitet werden.

Mehr Infos unter: [www.teletutoren.net](http://www.teletutoren.net)

**BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++\***



**StartUp in den Job**  
Das Basiswissen für den  
erfolgreichen Berufseinstieg für  
Ingenieure



*Wolfgang Müller*

VDE-YoungProfessionals  
(Hrsg.)  
StartUp in den Job  
VDE Verlag, 2006,  
ISBN 978-3-8007-2984-5,  
18,00 EUR.  
[Bestellen bei Amazon](#)

Der Eintritt ins Berufsleben erfordert neben dem Know-how Fähigkeiten und Kenntnisse, die in der Regel im Lehrplan an der Hochschule nicht vorkommen. Der praxisorientierte Ratgeber „StartUp in den Job“ informiert kompetent und informativ über Wissens- und Beachtenswertes zu Berufsbeginn und –alltag. So geben ÜbersichtsDarstellungen zu den Themen Rechnungswesen, Marketing und Qualitätsmanagement einen kleinen Crash-Kurs zur Einführung in betriebswirtschaftliche Themen.

Besonders empfehlenswert: In den Abschnitten zu Kommunikation und Präsentation erklärt u.a. Wolfgang Müller von der go! Akademie für Führung und Vertrieb, wie man sich ins richtige Licht setzt und sein Umfeld begeistert, welche Rolle die Körpersprache spielt und wie ein Gespräch strukturiert aufgebaut werden kann. Außerdem: Wie wird eine Präsentation erfolgreich? Wie nimmt man das Publikum für sich ein und wie kann man Störungen meistern – und auf welche Weise bekommt man Lampenfieber in den Griff?

Der Band ist ein wertvoller Wegbegleiter für alle, die den Einstieg ins Berufsleben gekonnt meistern wollen.



**Neuer Qualitätsstandard für E-Learning-Anbieter**

Eine neue Norm schafft in Zukunft Klarheit bei der Beurteilung der Qualität und Transparenz bei der Wahl einer Fernschule, Hochschule bzw. eines E-Learning-Anbieters. Sie wurde herausgegeben von DIN Deutsches Institut für Normung e.V. und basiert auf dem auf dem für die Bildungsbranche etablierten QM STUFEN-MODELL® nach PAS 1037.

Der erste branchenspezifische Qualitätsstandard fügt sich nahtlos in die bestehende Zertifizierung ein und sorgt zukünftig für kunden- und marktgerechtere Bildungsdienstleistungen. Erste Zertifizierungen werden voraussichtlich bis Mail 2007 abgeschlossen sein.

Mehr Infos unter: [www.elearning-journal.de](http://www.elearning-journal.de)

**BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP +++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++ BUCHTIPP ++++++\***

**Das Zukunfts Radar**

Die wichtigsten Trends, Technologien und Themen für die Zukunft



Das ZukunftsRadar.  
Die wichtigsten Trends, Technologien und Themen für die Zukunft.  
GABAL Verlag.  
ISBN: 3897495945  
Preis: 29,90 EUR

Bestellen bei  
Amazon: [hier klicken](#)

Niemand kann die Zukunft voraussagen! Und doch tun Sie es täglich, weil Sie Ihre Wirtschaftliche Existenz auf die Richtigkeit Ihrer Zukunftsannahmen verwetten. Die Faszination des Zukunftsmanagements liegt gerade in der Unsicherheit und Gestaltbarkeit der Zukunft. Dieses Buch ist umfassender, praktischer und ehrlicher als übliche Trend- und Zukunftsbücher. Es bietet:

**1. Einen Überblick über die wichtigsten Trends, Technolgien und Themen der Zukunft**

Es beschreibt die bedeutendsten Treiber zukünftiger Veränderungen und basiert dabei auf einer historischen Betrachtung der Erklärungsmodelle des Wandels, die Denker in 5.000 Jahren entwickelt haben.

**2. Eine Anleitung für die Entwicklung und Durchführung Ihres individuellen ZukunftsRadars**

Zusammen mit den Zukunftsfaktoren gibt Ihnen Ihr ZukunftsRadar die Möglichkeit, den Wandel in Ihrem Lebens- und Arbeitsumfeld zu verstehen, ihn zu antizipieren und vor allem, die darin liegenden Chancen zu erkennen.

**3. Bleibendes Praxiswissen für Ihr Zukunftsmanagement**

Die Inhalte dieses Buches werden voraussichtlich über die nächsten 10 Jahre ihre Gültigkeit behalten. Sie haben damit eine Art Metawissen des Zukunftsmanagements.

Pero Micic gilt international als ausgewiesener Experte für Zukunftsmanagement und laut „Impulse“ einer der wichtigsten Zukunftsanalysten Deutschlands. Er ist Vorstand der FutureManagementGroup AG und berät die Topmanager, Strategen und Innovatoren großer Konzerne, führender Mittelständlicher und öffentlicher Institutionen zu Fragen der unternehmerischen Zukunftsforschung und ihrer praktischen Umsetzung.

+++++

## LIEB-LINKS & WEBTIPPS

### Weiterbildung für Mittelständler

Spezielle Infos rund um das Thema Weiterbildung für kleine und mittelständische Unternehmen, ein praktischer Weiterbildungs-Check für die Bedarfsermittlung, Tipps, wie Weiterbildung in KMU konkret angepackt werden kann und zahlreiche Best-Practice Beispiele gibt's unter

[www.weiterbildung-in-kmu.ch](http://www.weiterbildung-in-kmu.ch)

## DAS INTERVIEW

### „Den Zugang zum Unbewussten der Anderen nutzen“

Interview mit der Autorin und Referentin Susanne Kleinhenz zu den Erfolgsstrategien im 21. Jahrhundert

*Susanne Kleinhenz ist als Leiterin des Trainingszentrums eines großen Versicherungsunternehmens eine Frau, die in einer Männerbranche sehr erfolgreich ist. Eine Frau, die sich zudem auch als Referentin, Trainerin, Coach und Autorin Gehör verschafft. Gerade ist ihr erstes Buch, „Das 21. Jahrhundert ist weiblich“, bei GABAL erschienen – und schon nach einem Monat auf dem Markt in die zweite Auflage gegangen.*

**text-ur.de** „Das 21. Jahrhundert ist weiblich“ – so der Titel Ihres Buches und Ihre Hauptthese. Betrachtet man die Nachrichtenlage, scheint es ein Jahrhundert der Umweltproblematik, der weltweiten Ungerechtigkeiten, des Klimakollapses und des Unfriedens zu sein. Wie passt das zusammen?

**Susanne Kleinhenz** Das ist genau der Grund, weshalb sich etwas ändern muss – und zwar jetzt. „Die Ausbeutung der Natur ging Hand in Hand mit der der Frauen“ schreibt Capra in „Wendezeit“. Gerade im Business müssen wir begreifen, dass das männliche Element des aggressiven und ausbeutenden ersetzt werden muss durch das erhaltende und versorgende weibliche Element, um dann wieder in ein Gleichgewicht zwischen weiblich und männlich zu kommen. Erst, wenn es genauso viele Frauen wie Männer im Management gibt, kann es sich ausgleichen. Und damit



*Susanne Kleinhenz*

das geschehen kann, müssen Männer und Frauen sich verändern. Aber der Anstoß muss hier von den Frauen kommen, denn zu viele Männer würden es vermutlich lieber so belassen, wie es ist.

**text-ur.de** **Im Untertitel der – nach einem Monat nach Erscheinen schon zweiten Auflage - Ihres Buches heißt es: „Über die Freiheit, die Frau zu sein, die Sie sein wollen.“. Was heißt das denn für die weiblichen – und auch die männlichen – Leser im Alltag, vor allem im Geschäftsalltag?**

**Susanne Kleinhenz** Frauen und Männer sollten sehr bewusst genau das mit ihrem Leben anfangen, was sie sich tief in ihrem Herzen wünschen. Nur darin werden sie auf lange Sicht wirklich erfolgreich und glücklich werden. Es bringen auch nur die Mitarbeiter ein Unternehmen nach vorn, die beseelt sind von dem, was sie tun. Das sehen Sie besonders im Vertrieb. Es sind diejenigen die besten Verkäufer, die für diesen Beruf, ihren Kunden und für ihr Produkt brennen. Diejenigen, die den Job nur als Mittel zum Geld verdienen sehen und nicht als Berufung, werden weniger Glück und weniger Erfolg in ihren Berufen ernten – und das ist doch schade, wenn man bedenkt, wie viel Zeit der Mensch in seiner Arbeit verbringt. Mit dem Buch möchte ich vor allem Frauen helfen, herauszufinden, wo Ihre Leidenschaften liegen und ihnen dann Mut machen, sich genau dieses Feld dann auch zu erobern.

**text-ur.de** **Nochmal konkret: Welche weiblichen Strategien machen denn erfolgreich? Und wie setzt man sie im Geschäftsleben richtig ein?**

**Susanne Kleinhenz** Die besten weiblichen Strategien sind die des Unbewussten und der Intuition. Frauen haben einen sehr viel leichteren Zugang zum Unbewussten. Zum eigenen – aber auch zum Unbewussten des Gegenübers, also des Kunden, Chefs oder Mitarbeiters. Die einfachste Strategie ist im Grunde, in jedem Augenblick seines beruflichen Wirkens sowohl mit sich selbst als auch mit dem Gegenüber verbunden zu sein. Das Männliche ist mehr das Abspaltende, das Weibliche das Verbindende. Und nach was sehnen sich Kunden, Mitarbeiter und Chefs in dieser „coolen“ Berufswelt mehr, als endlich einmal von jemandem verstanden und als Mensch wahrgenommen zu werden? Und genau das kann nur derjenige, der mit sich selbst in Kontakt ist.

**text-ur.de** **Eine aktuelle Umfrage des Ifak Instituts unter Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zeigt, dass sowohl in der generellen Bewertung des Führungsstils als auch in der Bewertung einzelner Eigenschaften sich keine Unterschiede zwischen Männern und Frauen finden. Ob Chef oder Chefin – auch in der Zufriedenheit mit den Vorgesetzten gibt es keine Unterschiede. Ist das auch Ihrer**

**Meinung nach das Aus für den Mythos „Frauen sind die besseren Führungskräfte, weil sie teamorientierter, einfühlsamer, kommunikativer und die besseren Motivatoren seien?“**

**Susanne Kleinhenz** Sehen Sie, an dieser Umfrage wird doch deutlich sichtbar, dass das eigentliche Problem der schlechte Führungsstil insgesamt ist. Es geht dabei gar nicht so sehr darum, ob nun die Männer oder die Frauen besser oder schlechter führen. Das ist ja genau diese Konkurrenz aus der wir herauskommen sollten. Es kommt letztendlich darauf an, dass das Klima in den Betrieben sich ändert und das geht am leichtesten über mehr Nähe zum Menschlichen. Frauen und Männer können erst dann ganzheitlicher führen, wenn es das gesamte Arbeitsumfeld erlaubt. In einer aggressiven und ausschließlich fordernden Arbeitswelt werden auch die Frauen männlich führen. Eine weitere sehr große Kompetenz der Frauen ist ihre Anpassungsfähigkeit. Damit sich also endlich etwas verändert, brauchen wir mehr Frauen in Führungspositionen.

**text-ur.de** **Bleiben wir noch mal bei den Mythen. Und zwar im Wortsinne. In Ihrem Buch und nach Ihrer Systematik lassen sich Frauen – DIE Frau gibt es ja nicht – gemäß acht mythischer Gestalten, griechischer Göttinnen, typologisieren...**

**Susanne Kleinhenz** ... ja, die kraftvolle Medea, die verführerische Circe, die magische Aphrodite, die kreative Muse, die liebende Psyche, die strukturierte Artemis, die weise Pallas Athene und die unbezwingbare Amazone. In der Zusammenfassung beruhen diese Typen auf den Persönlichkeitskategorien nach C.G. Jung, bereichert um den Faktor der Werte und Lebensmotive. In den Geschichten der Göttinnen u.a. wird der Leserin deutlich, welche Anteile sie mehr und welche sie weniger hat. Es wird beschrieben, wo die Stärken und wo die Fallstricke liegen. Nur durch bewusstes Wahrnehmen des eigenen Seins, können wir uns entwickeln. Beruflich, privat und persönlich. Und darum geht es mir: um Entwicklung.

**text-ur.de** **Haben denn solche Archetypen heute wirklich noch Relevanz für die moderne Frau? Und: was nützt denn eine solche Typologisierung?**

**Susanne Kleinhenz** Was macht den Erfolg von Filmen wie „Der Herr der Ringe“ und „Starwars“ aus? Sie sind erfolgreich, weil sie archetypisch sind. Sie sprechen das Unbewusste aller Menschen an, und das ist es, was jeder Marketingspezialist, jeder Verkäufer und jede Führungskraft schaffen muss. Er muss den Nerv seiner Zielgruppe treffen. Und diesen Nerv trifft er über den Archetyp.  
Lassen Sie uns dazu einmal ein Beispiel aus dem Berufsalltag einer Führungskraft ansehen. Nehmen wir an, die Führungskraft muss einen Mitarbeiter zu unbezahlten Überstunden motivieren. Erkennt sie nun anhand des Mythenrades, welchem Typus ihr Gegenüber angehört, so kann sie ihn ganz anders behandeln – nämlich typgerecht und

nicht pauschal. Nehmen wir z.B. den Medea-Typ oder in der männlichen Form den Typ des Herkules: dieser Typ braucht, um motiviert zu sein, eine egozentrierte und karrierebetonte Ansprache. Mit allem, was sein Motivationssystem „Ehrgeiz“ triggert, wird die Führungskraft hier erfolgreich sein. Wohingegen sie bei dem auf der anderen Seite des Mythenrades gelegenen Psyche- bzw. Amortypus mit dieser Strategie nicht erfolgreich wäre. Deswegen halte ich allgemeine Kommunikationsstrategien für nicht sehr zielführend. Diese differenzierten Strategien funktionieren natürlich nur, wenn man weiß, wer man selbst ist – also welchem Archetypus man nahe steht - und woran man sein Gegenüber erkennt. Ist die Führungskraft z.B. selbst ein Psyche-Typ, dann wird sie es schwieriger haben, etwas von ihren Mitarbeitern zu fordern, wofür sie keine direkte Gegenleistung bekommt, weil ihr eigenes Wertesystem dieses Handeln nicht unterstützt. Ist sich die Führungskraft darüber aber im Klaren, kann sie anders mit sich selbst und mit ihren Mitarbeitern arbeiten.

**text-ur.de** **Können denn Frauen, können Ihre Leserinnen ihren Archetypus nach Ihrer Systematik selbst erkennen?**

**Susanne Kleinhenz** Auf meiner Website [www.susanne-kleinhenz.de](http://www.susanne-kleinhenz.de) ist ein schneller Onlinetest, mit dem jede Userin ihren Typ ermitteln kann. Im Buch gibt es dann noch ausführlichere Tests zu diesem Themenkomplex.

**text-ur.de** **Sie stammen ja selbst aus einer äußerst harten, von Männern geprägten Branche: der Finanzdienstleistung. Wie können denn solche Branchen von Ihrem Buch und von Ihrem Wissen profitieren?**

**Susanne Kleinhenz** Gerade im Vertrieb ist dieses Wissen für die männlichen Verkäufer extrem wichtig, denn die Kaufentscheidungen in den Haushalten, gerade in Bezug auf Finanzdienstleistungen werden immer mehr von den Frauen getroffen. Was nützt es also dem Finanzdienstleister, wenn er den Mann auf seine Seite bringt aber bei der Frau durchfällt? Männer - Verkäufer und Finanzberater - nehmen dieses Wissen auch sehr gerne an, denn sie möchten ja sowohl die Männer als auch die Frauen erreichen; und manchmal empfinden es Männer eben als sehr schwer, eine Frau zu verstehen und mit einer Frau zu kommunizieren.

Diese Fähigkeiten können Männer aber nur von uns Frauen lernen. Frauen empfinden, denken und handeln nun einmal anders als Männer es tun. Viele Männer in meinen Seminaren geben mir das Feedback, dass sie alleine dadurch erfolgreicher geworden



sind, indem sie nicht mehr jede Frage sofort beantwortet, sondern erst einmal Verständnis für die Problematik gezeigt haben.

In meinem Vortrag „Der Don Juan-Verkäufer: Verkaufen heißt auch verführen“ geht es genau um die Thematik, wie Mann einer Frau durch sinnliche Verkaufskommunikation seine Produkte und wenn gewünscht, auch sich selbst näher bringt.

**text-ur.de** **Frau Kleinhenz, Sie sind erfolgreiche Managerin, Referentin, Trainerin und Coach. Wir wissen, dass Sie nicht nur mit Menschen, sondern auch mit Tieren wie Delphinen und Pferden arbeiten. Sie meistern einen anspruchsvollen Job, Sie unternehmen ausgedehnte Reisen auf noch nicht ausgetretenen Pfaden, Sie halten Vorträge, jetzt sind Sie auch noch Buchautorin. Haben wir was vergessen? Ist das ein prototypisches Leben der Frau im 21. Jahrhundert?**

**Susanne Kleinhenz** Ich denke, dass die Vielfalt den Frauen mehr gegeben ist als den Männern. Ich persönlich liebe es, mich nicht fest zu legen und viele neue Dinge auszuprobieren. Das prototypische an meiner Lebensweise für das 21. Jahrhundert dabei ist aber letztendlich nur das Selbstbestimmte. Ich sehe einem 21. Jahrhundert zuversichtlich entgegen, in dem Frauen ihre Chancen ergreifen und neue Pfade betreten für sich selbst und für die Menschen, mit denen sie zu tun haben.

**text-ur.de** **Was treibt Sie selbst weiter auf Ihrer Lebensspur? Welche Werte machen den Erfolg so schön, dass Sie offensichtlich nie nachlassen, an sich zu arbeiten?**

**Susanne Kleinhenz** Es sind drei Werte: der erste ist Weisheit, der beinhaltet die Suche nach der Wahrheit und dem Sinn, der zweite ist Neugierde, der lässt mich „verrückte“ Dinge ausprobieren und der dritte ist Erfüllung, der hilft mir, Freude an allem zu haben, was ich tue oder zu gehen, wenn es sinnlos wird.

**text-ur.de** Frau Kleinhenz, wir danken für das Gespräch.



Kleinhenz, Susanne:  
Das 21. Jahrhundert ist weiblich. Über die Freiheit, die Frau zu sein, die Sie sein wollen, GABAL Verlag Offenbach, 2007, ISBN 978-3-89749-667-5, 249 Seiten, €29,90

Das Buch ist mit blauem Cover (links) und Schutzumschlag (rechts) erschienen.



## **DISCLAIMER**

Zum Abbestellen des kostenlosen TEXT-UR Textrapid-Newsletters returnieren Sie einfach eine Antwort an [redaktion@text-ur.de](mailto:redaktion@text-ur.de) mit dem Betreff „abbestellen“. Anmelde- und Abmeldeformular auch unter <http://www.text-ur.de/unternehmen/text-rapid-anmeldung.htm>

Presseinformationen/Pressemitteilungen, Nachrichten und Buchhinweise bitte ausschließlich an [redaktion@text-ur.de](mailto:redaktion@text-ur.de) senden.

Alle Informationen sind in den jeweils unten an den News angefügten Webadressen (links) recherchiert oder wurden der Redaktion durch Dritte übermittelt. Für die Richtigkeit dieser Informationen übernimmt die Verfasserin des Newsletters keinerlei Gewähr. Eine Beratung oder sonstige Angaben sind in jedem Fall unverbindlich und ohne Gewähr, eine Haftung wird ausgeschlossen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird keine Haftung für die Inhalte externer Links übernommen. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Verwendete Bezeichnungen und Markennamen unterliegen im Allgemeinen einem warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichen Schutz der jeweiligen Besitzer.

Der Newsletter ist nicht-kommerziell und dient ausschließlich informatorischen, nicht-kommerziellen Zwecken.

Eine Verpflichtung zur Veröffentlichung von zugesandten Presseinformationen/Pressemitteilungen besteht nicht.

Die Verfasserin behält sich ausdrücklich vor, Nachrichten und Presseinformationen zu werten, zu redigieren, zu kürzen und zu kommentieren.

Impressum (nach Presserecht und Teledienstegesetz):

TEXT-UR Text- und Relations Agentur Dr. Gierke, Schanzenstraße 23, 51063 Köln, Tel: 0221 . 95 64 90 570, Fax: +49 (0) 221 . 28 28 743, eMail. [redaktion@text-ur.de](mailto:redaktion@text-ur.de), Internet: [www.text-ur.de](http://www.text-ur.de)