



Produktwelten mit begeisterten Inhalten

Die Nonplusultra-Ausgabe

SICHTBARWERDEN UNSERER GRUNDSÄTZE REDAKTIONELLER QUALITÄT

Finden Sie hier Beiträge, die sich durch eine hohe redaktionelle Qualität auszeichnen.

S. 5

IM FOKUS

PRINZIP NÄHE

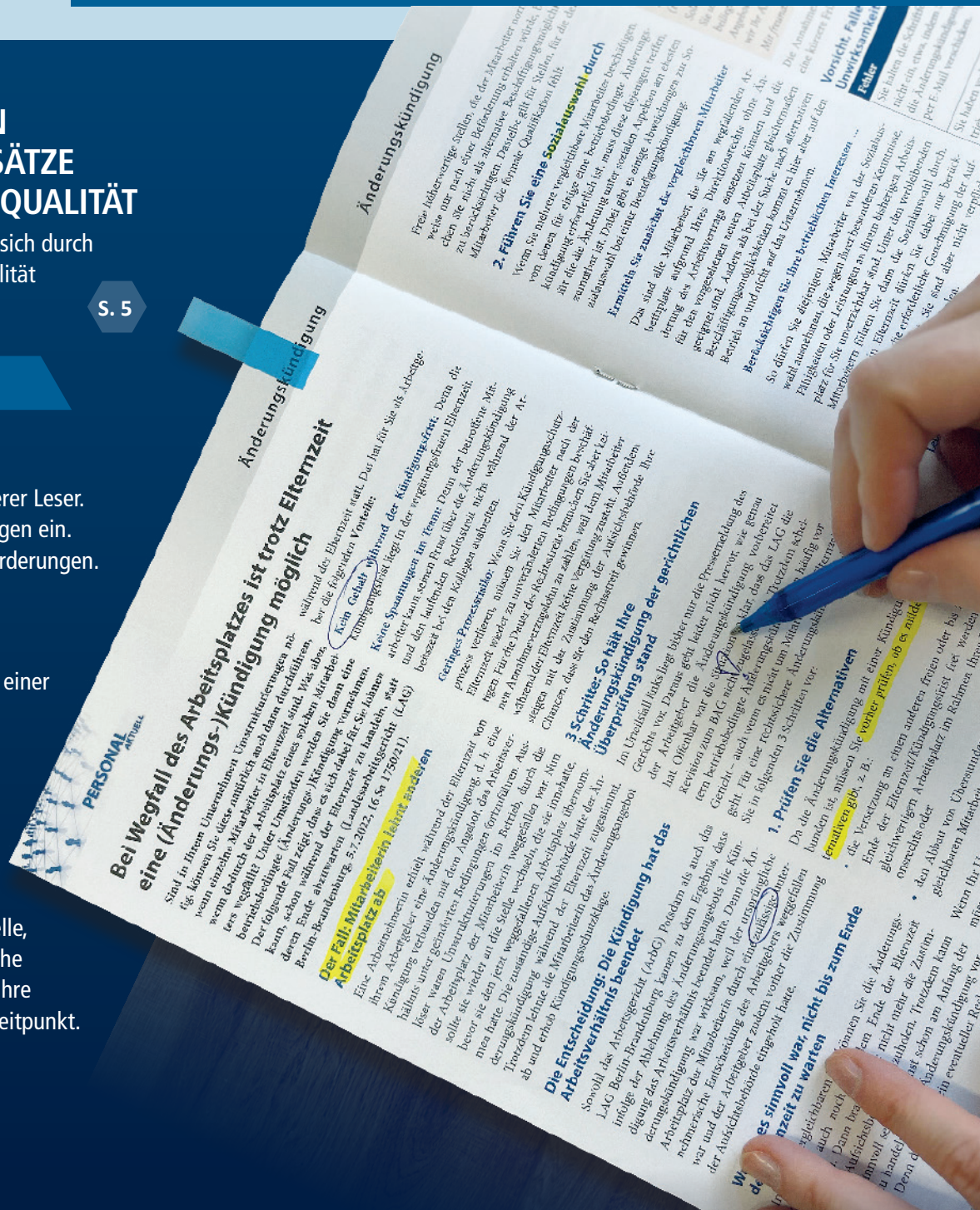
Wir stehen an der Seite unserer Leser. Wir setzen uns für ihre Anliegen ein. Gemeinsam gegen Herausforderungen.

PRINZIP NUTZEN

Unsere Leser profitieren von einer klaren, leserfreundlichen Aufbereitung, bei der der Nutzen deutlich hervorgehoben wird.

PRINZIP NÄHE

Unsere Leser erhalten aktuelle, saisonale und gesellschaftliche Themen – stets relevant für ihre Branche und den richtigen Zeitpunkt.



“ Wir machen Menschen beruflich erfolgreicher – durch ”

Produktwelten mit begeisternden Inhalten

Unsere Grundsätze für eine hohe redaktionelle Qualität



Sprich den Kunden direkt, auf Augenhöhe und mit Empathie an.



Schreibe das Wichtigste zuerst auf: Was ist die Neuigkeit/das Problem? Was muss ich tun?



Formuliere Überschriften nach den 4 U's: Usefulness, Ultra specificity, Uniqueness, Urgency.



Verwende eine einfache Sprache: Kurze Wörter, kurze Sätze – 1 Satz – 1 Gedanke.



Nutze Arbeitshilfen, prüfe sie auf Logik und Nutzen: Verwende verschiedene Nutzensorten.



Beziehe klar Stellung und begründe deine Meinung.



Spreche klare Handlungsempfehlungen aus. Formuliere die Konsequenzen bei Nicht-Handeln.



Achte auf ausreichende Themenvielfalt. Sei aktuell. Löse Herausforderungen.



Formuliere eine Schnell-Lese-Straße: Bei den ZU's geht es um die Folgen, nicht um die Information.



Greife im Fazit das Versprechen aus der Überschrift wieder auf.



BFH kippt Steuerfreiheit von Navigationsgeräten – Profitieren Sie von diesem legalen Tipp

Überraschend hat sich der BFH in seinem Ende Juni veröffentlichten Urteil (16. 2. 2005, Az. VI R 37/04) der Auffassung der Finanzverwaltung angeschlossen: Die generelle Steuerfreiheit der bei Mitarbeitern besonders beliebten Navigationssysteme wurde jetzt vom BFH gekippt.

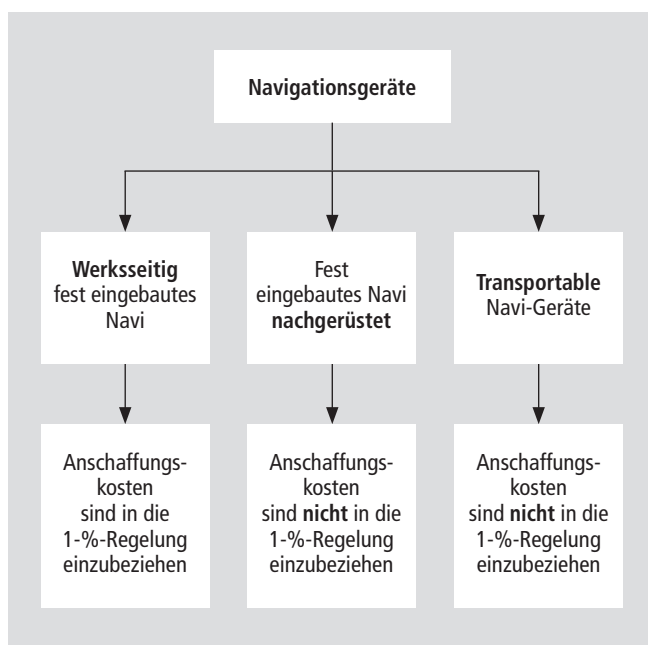
Navigationsgeräte sind nicht mehr steuerfrei

Die Richter haben endgültig entschieden, dass ein werksseitig eingebautes satellitengestütztes Navigationssystem (Global Positioning System) mit in die Bemessungsgrundlage zur Ermittlung der privaten Pkw-Nutzung Ihrer Mitarbeiter einzubeziehen ist. Anders als das Finanzgericht Köln (Urteil vom 4. 6. 2004, Az. 18 K 879/03, siehe auch Ausgabe 12/2004) sehen die BFH-Richter in einem Navigationsgerät kein Telekommunikationsgerät.

Entscheidung gilt für werksseitig eingebaute Geräte D

Die Entscheidung aus München betrifft werksseitig eingebaute Navigationsgeräte. Sie müssen somit zwischen drei Varianten unterscheiden.

Übersicht: Trotz BFH-Entscheidung gibt es Ausnahmen



Profitablerer Standpunkt

Während die Entscheidung für werksseitig eingebaute satellitengestützte Navigationsgeräte eindeutig ist, empfehle ich Ihnen, bei nachgerüsteten, fest eingebauten Navi-Geräten einen anderen Standpunkt zu vertreten.

Nachgerüstete Navi-Geräte

In diesen Fällen hat Ihr Mitarbeiter zwar auch ein Navigationsgerät zur Verfügung. Der entscheidende Unterschied liegt aber darin, dass es nachträglich in das Fahrzeug eingebaut worden ist. Trotz des neu gestalteten Interieurs bei Pkw verwenden die meisten Hersteller noch immer die DIN-Einbauschächte. Somit kann ein norma-

les Radio im Handumdrehen gegen ein Navi-Gerät ausgetauscht werden. Die Werkstatt muss nur noch die Kabel und den GPS-Empfänger verlegen. So erhöhen die nachträglichen Einbaukosten nicht die Bemessungsgrundlage für die Berechnung der 1-%-Regelung.

HINWEIS

Im Rahmen einer Lohnsteuer- oder Betriebsprüfung lässt sich der Prüfer die Rechnungen für die Firmenfahrzeuge vorlegen. Da diese keine Angaben zu Navi-Geräten enthalten, wird das Thema „Navi“ auch überhaupt nicht auf den Tisch kommen.

Transportable Navi-Geräte

Als kostengünstige Alternative finden die transportablen Navigationsgeräte einen reißenden Absatz. Im Gegensatz zu fest eingebauten Geräten werden diese mobilen Geräte in aller Regel mittels Saugfuß an der Frontscheibe befestigt. Diese Geräte bieten einen etwas geringeren Funktionsumfang als werksseitig eingebaute Geräte. Die Routenführung erfolgt aber ebenso zuverlässig.

Bei diesen Geräten handelt es sich entweder um Mini-Computer oder Telekommunikationsgeräte, die nicht mit in die 1-%-Regelung einzubeziehen sind. Der Grund ist einleuchtend: Die Hauptfunktion ist der Pocket-PC. Sie können hier z. B. Ihre Excel- und Word-Dokumente erstellen, bearbeiten, verwalten, E-Mails abrufen und versenden. Zusätzlich wird der Funktionsumfang durch die Navigation erweitert.

Navi sofort abschreiben

Sofern die Anschaffungskosten dieser Geräte nicht mehr als 410 zzgl. Umsatzsteuer betragen, handelt es sich um geringwertige Wirtschaftsgüter. Sie können die Kosten sofort in voller Höhe abschreiben. Liegen die Anschaffungskosten darüber, empfehle ich Ihnen einen Abschreibungszeitraum von zwei Jahren.

MEIN TIPP

Sollte das Finanzamt dies nicht akzeptieren, verweisen Sie darauf, dass der Pocket-PC immer transportiert wird und damit einem höheren Verschleiß als ein Stand-PC unterliegt.

Behandeln Sie das Zubehör richtig

Für die 1-%-Regelung müssen Sie nicht nur den Brutto-Listenpreis im Zeitpunkt der Erstzulassung, sondern zum Teil auch das Zubehör erfassen. Welches Zubehör die Bemessungsgrundlage weiter erhöht, können Sie der nachfolgenden Tabelle entnehmen.

Extras, die die 1%-Regelung verteuern		
Zubehör	Zurechnung zum Bruttopreis	
	Ja	Nein
ABS	X	
Airbag	X	
Autoradio	X	
Autotelefon		X
Diebstahlsicherung	X	
Feuerlöscher	X	
Freisprechanlage		X
Katalysator	X	
Klimaanlage	X	
Naviagationsgerät, werkseitig eingebaut	X	
Naviagationsgerät, nachgerüstet und fest eingebaut		X
Naviagationsgerät, mobil		X
Preisnachlass	X	
Standheizung	X	

Extras, die die 1%-Regelung verteuern		
Zubehör	Zurechnung zum Bruttopreis	
	Ja	Nein
Überführungskosten		X
Umsatzsteuer	X	
Winterreifen, zusätzlich zur Normalbereifung oder ein zweiter Satz Sommerreifen		X
Zulassungskosten		X

Ruhende Verfahren enden automatisch

Haben Sie bereits das Ruhen des Verfahrens beantragt, brauchen Sie jetzt nichts zu unternehmen. Ihr Finanzamt wird sich bei Ihnen melden.

Sofern der Fiskus die **Aussetzung der Vollziehung** gewährt hat, sollten Sie allerdings von sich aus tätig werden. Denn neben der noch nicht gezahlten Lohnsteuer berechnet das Finanzamt Aussetzungszinsen in Höhe von 0,5%/Monat. Diesen Betrag können Sie reduzieren: Beantragen Sie beim Finanzamt die Beendigung der Aussetzung der Vollziehung.

Aus: Unternehmens-Steuern aktuell – 09/2005; Markus Kahr

So beurteilen Sie den Status eines neuen Mitarbeiters korrekt

Bei der Einstellung eines Mitarbeiters ist eine Ihrer wichtigsten Aufgaben die Beurteilung seiner Sozialversicherungspflicht. Dabei verlassen sich Sozialversicherungsträger und die betreffenden Mitarbeiter voll auf Sie. Die Versicherungspflicht in der Kranken- und Pflege- sowie in der Renten- und Arbeitslosenversicherung entscheidet darüber, wie Sie mit diesem betreffenden Mitarbeiter weiter verfahren und welche Beiträge Sie abführen und berechnen.

Einstellung eines Mitarbeiters
Je nach Situation haben Sie folgende Entscheidungen zu treffen
1. Handelt es sich um einen abhängig Beschäftigten? Oder ist die neue Kraft ein freier Mitarbeiter, den Sie nicht anmelden und für den Sie keine Sozialversicherungsbeiträge abführen müssen?
2. Ist der neue Mitarbeiter eine versicherungspflichtige Voll- bzw. Teilzeitkraft oder ein versicherungsfreier Minijobber?
3. In welchen Versicherungszweigen ist der Mitarbeiter konkret versicherungspflichtig?

Einstellung eines Mitarbeiters

Je nach Situation haben Sie folgende Entscheidungen zu treffen:

1. Handelt es sich um einen abhängig Beschäftigten? Oder ist die neue Kraft ein freier Mitarbeiter, den Sie nicht anmelden und für den Sie keine Sozialversicherungsbeiträge abführen müssen?

2. Ist der neue Mitarbeiter eine versicherungspflichtige Voll- bzw. Teilzeitkraft oder ein versicherungsfreier Minijobber?
3. In welchen Versicherungszweigen ist der Mitarbeiter konkret versicherungspflichtig?

Die Entscheidung über die Versicherungspflicht nehmen Sie nacheinander für jeden Versicherungszweig einzeln vor. Haben Sie allerdings die Versicherungspflicht in der Krankenversicherung beurteilt, ist für Sie der größte Brocken geschafft. Die Versicherungspflicht in den anderen Zweigen folgt grundsätzlich der Krankenversicherungspflicht. Kommen Sie zu dem Schluss, dass Versicherungspflicht in mindestens einem Versicherungszweig vorliegt, müssen Sie den Mitarbeiter bei der Einzugsstelle für den Gesamtsozialversicherungsbeitrag anmelden. Das ist die Krankenkasse des jeweiligen Mitarbeiters bzw. die Minijob-Zentrale der Deutschen Rentenversicherung Bund Knappschaft-Bahn-See.

Beurteilen Sie zunächst: Abhängig beschäftigt oder freier Mitarbeiter?

Generell kommt die für Sie relevante Versicherungspflicht nur infrage, wenn es sich um einen abhängig beschäftigten Mitarbeiter Ihres Unternehmens handelt. Oder andersherum: Sie müssen



sich nicht um die Sozialversicherungspflicht, um die Anmeldung oder die Beiträge eines freien Mitarbeiters (also Selbstständigen) kümmern. Welche der beiden Alternativen zutrifft, beurteilen Sie im Lohnbüro. Dabei haben Sie eine sogenannte Gesamtschau vorzunehmen. Auf die arbeitsrechtliche Gestaltung der Beschäftigung oder die Bezeichnung kommt es nicht an. Steht im Vertrag also beispielsweise „freier Mitarbeiter“, dürfen Sie sich darauf nicht verlassen. Wichtig sind die tatsächlichen Verhältnisse.

Checkliste: Wenn Sie die folgenden Kriterien abhaken können, handelt es sich um einen abhängig beschäftigten Arbeitnehmer:

Der neue Mitarbeiter ist organisatorisch in den Betrieb eingegliedert.	<input type="checkbox"/>
Der Beschäftigte ist hinsichtlich Zeit, Ort, Dauer und Art der Ausführung seiner Arbeit den Weisungen des Arbeitgebers unterworfen.	<input type="checkbox"/>
Der Mitarbeiter hat Anspruch auf Entgeltfortzahlung (Krankheit und Feiertage).	<input type="checkbox"/>
Der Beschäftigte hat Anspruch auf bezahlten Erholungsurlaub.	<input type="checkbox"/>
Der Beschäftigte trägt kein finanzielles Unternehmerisiko.	<input type="checkbox"/>

Wenn Sie die folgenden Kriterien abhaken können, handelt es sich um einen freien Mitarbeiter:

Der Mitarbeiter tritt wie ein Unternehmer auf, das heißt, er hat ein eigenes Büro, unter Umständen eigene Mitarbeiter, mehrere Auftraggeber (er zielt zumindest darauf ab).	<input type="checkbox"/>
Der Beschäftigte ist hinsichtlich Zeit, Ort, Dauer und Art der Ausführung seiner Arbeit nicht den Weisungen des Arbeitgebers unterworfen.	<input type="checkbox"/>
Der Mitarbeiter hat keinen Anspruch auf Entgeltfortzahlung (Krankheit und Feiertage).	<input type="checkbox"/>
Der Beschäftigte hat keinen Anspruch auf bezahlten Erholungsurlaub.	<input type="checkbox"/>

ACHTUNG

Finden Sie bei einem Vertragsverhältnis sowohl Kriterien, die für die eine Seite, als auch Kriterien, die für die andere Seite sprechen, kommt es darauf an, was überwiegt.

So profitieren Sie vom Statusfeststellungsverfahren

Sie sehen: Für die Beurteilung neuer Mitarbeiter existieren nicht immer handfeste Kriterien, die Ihnen die Sache leicht machen. Dennoch darf Ihnen kein Fehler unterlaufen, wenn Sie keine Nachzahlungen riskieren möchten. Auf Nummer sicher gehen

Sie, wenn Sie das Statusfeststellungsverfahren nach § 7a Sozialgesetzbuch Viertes Buch (SGB IV) nutzen. Damit können Sie bei der Deutschen Rentenversicherung Bund (DRV) den Status des Mitarbeiters feststellen lassen. Auf die Entscheidung der DRV dürfen Sie sich dann so lange verlassen, wie sich an den Umständen nichts ändert.

Sie können den Antrag formlos schriftlich oder mittels der dafür vorgesehenen Vordrucke stellen. Die Verwendung des Vordrucks ist empfehlenswert, da Sie auf diese Weise nichts übersehen. Das erspart Ihnen häufiges Nachfragen vonseiten der DRV. Das Verfahren ist für Ihr Unternehmen kostenfrei. Leiten Sie das Verfahren gleich (innerhalb eines Monats) bei der Einstellung eines Mitarbeiters ein, wenn Sie Zweifel haben. Trifft die DRV dann nämlich die Entscheidung „Versicherungspflicht“, gilt diese erst ab dem Tag der Bekanntgabe der Entscheidung. Lassen Sie sich dagegen mehr Zeit, gilt die (mögliche) Versicherungspflicht rückwirkend ab Beginn der Beschäftigung.

Checkliste: Wie Sie eine Statusfeststellung beantragen Das gibt es zu tun:

Absprechen, wer das Statusfeststellungsverfahren beantragt: der Mitarbeiter selbst oder Sie für Ihr Unternehmen.	<input type="checkbox"/>
Aktuelles Formular für die Anfrage besorgen. Das offizielle aktuelle Formular der DRV für den Antrag erhalten Sie auf unseren Internetseiten unter www.bwr-media.de/premiumbereich zum Download.	<input type="checkbox"/>
Unterlagen zusammensammeln, die mitgeschickt werden müssen (z. B. Arbeitsvertrag). Achtung: Mehr als die verlangten Unterlagen sollten Sie dem Antrag auf keinen Fall beilegen. Das führt unter Umständen zu falschen Schlussfolgerungen aus Angaben, die Sie gar nicht machen mussten.	<input type="checkbox"/>
Kopie des Antrags zu den Lohnunterlagen nehmen.	<input type="checkbox"/>
Gelegenheit zur Stellungnahme nutzen, um eventuelle Unklarheiten rechtzeitig zu beseitigen. Die DRV kommt hierfür auf Sie zu.	<input type="checkbox"/>

Bis Ihnen die Entscheidung der DRV vorliegt, verfahren Sie nach Ihrer eigenen Einschätzung im Hinblick auf den Status des Mitarbeiters. Das bedeutet beispielsweise, dass Sie ihn anmelden, wenn Sie der Ansicht sind, es handle sich um einen abhängig beschäftigten Mitarbeiter.

ACHTUNG

Liegt sozialversicherungsrechtlich eine abhängige Beschäftigung vor, dürfen Sie auch lohnsteuerrechtlich von einer lohnsteuerpflichtigen Beschäftigung ausgehen.

Aus: Lohn & Gehalt aktuell, Sonderausgabe: „Einstellung eines Mitarbeiters – 12 praktische Checklisten, 12/2010, Britta Schwalm



Wohin steuern Sie Ihre Firma?

Finden Sie Zeit für die Zielbestimmung und tauschen Sie sich mit Kollegen aus

Wir Unternehmer sind in der Regel Spezialisten, wenn es darum geht, den Tag, den Monat und auch das Jahr in den Griff zu bekommen. Aber je mehr sich unser Blick dem Horizont in weiter Ferne nähert, desto unschärfer wird das Bild. Eigentlich ist das schade, denn wir wissen: Je klarer das ist, was „hinten rauskommen“ soll, desto einfacher wird der Weg dorthin. Vor Jahren hatte ich ein riesiges Problem mit einer meiner Firmen.

Ich hatte einen Berater angerufen, von dem ich wusste, dass er das Know-how hat, mich an die Hand zu nehmen und über den Berg zu führen. Es war ein Mann mit wenig Zeit und hohen Tagessätzen.

Als ich mir endlich ein Herz fasste und ihn anrief, war seine erste Frage: „Sagen Sie mir doch einmal, was ist Ihr Zielfoto?“ Ich sagte: „Mein Was-Foto?“ „Na ja, Ihr Zielfoto. Was soll in 15 oder 20 Jahren sein, wenn Sie Ihr Unternehmen einmal abgeben. Erzählen Sie mir das doch einmal emotional und farbig ...“ Diesen Aspekt hatte ich mir nie wirklich klargemacht und versprach einen Rückruf am nächsten Tag.

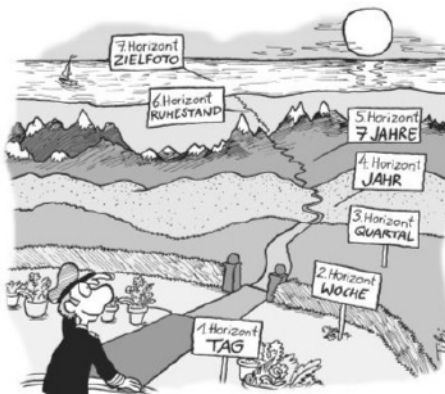
Gestalten Sie Ihr Zielfoto

Berühmte Militärs gewannen ihre Siege mit guter Planung. Von Napoleon heißt es, dass er seine Schlachten im Kopf gewann, bevor er seinen Gegner auf dem Feld bezwang. – Dafür jedoch brauchen Sie ein Ziel. Sie müssen wissen, was am Ende stehen soll. Wenn wir in der Unternehmensführung von Planungszeiträumen reden, dann in der Regel von kurz-, mittel- und langfristigen.

- kurzfristig: 1 Jahr,
- mittelfristig: 2–3 Jahre,
- langfristig: 5 Jahre.

Das Zielfoto stellt noch einmal eine andere Frage: Was soll ganz am Ende sein? Dort, wo Himmel und Erde sich berühren.

- Wie groß soll meine Firma dann sein?
- Mit welchen Produkten oder Dienstleistungen soll sie dann ihr Geld verdienen?
- Mit welcher Wertestruktur wollen wir arbeiten?
- Wann werde ich mich aus der Firma herausziehen?
- Wie soll eine Nachfolgeregelung aussehen?



Wenn Sie auf diese Fragen keine überzeugenden und schlüssigen Antworten haben, dann liegt Ihr Ziel im Nebel. Wenn aber die Zielklarheit nicht vorhanden ist, dann kann auch keine Zielerreichung stattfinden.

Die von uns allen geforderte Zukunfts-Fitness oder Future-Fitness erfordert diesen weiten Blick auf den Horizont. Weitsicht hilft, Umwege zu vermeiden – spart also Zeit.

Vorsprung durch Weitsicht

Weitsicht verhindert auch, dass man durch kurzfristige Ereignisse schockiert oder gar handlungsunfähig wird. Es relativiert die Dinge. Wenn Ihnen diese Weitsicht schwer fällt, dann denken Sie an zwei Dinge:

- Lösen Sie sich immer wieder mal einen halben Tag ganz heraus aus dem Geschäft, um Zeit zu haben für persönliches Nachdenken. Ein solcher Traumtag passt möglicherweise gerade jetzt besonders gut zum Jahresende.
- Umgeben Sie sich mit Menschen, die so ähnlich denken. Simplify your business organisiert unter dem Motto „Sprinterclub“ einen Austausch von Unternehmern, die sich diesen Fragestellungen widmen. Anmeldung unter: info@simplifybusiness.de.

Ich biete Ihnen heute einen Masterplan an, den Sie downloaden können unter www.unternehmensfitness.de/simplify. Wer seine Aufgaben vom Ende her begreift, hat den langen Atem und geht motiviert ins neue Jahr.

Auf dass sich Ihr Unternehmen ganzheitlich entwickelt!

Ihr Prof. Dr. Jörg Knoblauch.

Prof. Dr. Jörg W. Knoblauch, Geschäftsführender Gesellschafter der Firmen tempus und persolog schreibt exklusiv für simplify your business.

Unter die Lupe genommen: Das zeichnet diesen Beitrag aus

■ News: Aktuell & relevant

Aktueller Anlass: Der Beitrag greift die konjunkturelle Lage und wirtschaftlichen Ausblick auf – ein hochrelevantes Thema für Selbstständige, Führungskräfte und Entscheider.

Einordnung & Exklusivität: Die Fragen, die der Text stellt („Wohin steuern Sie?“), verbinden persönliche Entscheidungsfindung mit makroökonomischen Rahmenbedingungen – das schafft eine inhaltliche Tiefe, die über klassische Wirtschaftsmeldungen hinausgeht.

Visualisierung durch Bild: Das Motiv des Steuernden visualisiert die abstrakte Frage der Unternehmensausrichtung – ein bildlicher Zugang zu einem komplexen Thema.

■ Nähe: Emotional & lesernah

Direkte Ansprache: Die Überschrift richtet sich ganz bewusst an den Leser als Entscheider – „Sie“ stehen im Mittelpunkt.

Reflexionsimpuls: Die Frageform regt zur Selbstreflexion an („Bin ich gut aufgestellt? Muss ich handeln?“) – das erzeugt persönliche Relevanz.

Tonalität wie im Beratungsgespräch: Der Beitrag spricht, wie man es im direkten Gespräch tun würde – das schafft Vertrauen und Nähe.

■ Nutzen: Klarer Mehrwert & Orientierung

Konkrete Hilfestellung: Der Text verspricht keine abstrakte Analyse, sondern unterstützt den Leser dabei, sein eigenes unternehmerisches Handeln zu reflektieren und ggf. neu auszurichten.

Handlungsimpuls: Leser erhalten konkrete Anregungen, wie sie jetzt reagieren oder weiterdenken können – das erhöht die Umsetzbarkeit.

Positionierung als verlässlicher Ratgeber: Der Beitrag vermittelt das Gefühl: „Wir begleiten Sie – gerade in unsicheren Zeiten.“



Emotionale Intelligenz für Fortgeschrittene

3 simplify-Schritte, mit denen Sie überzeugen, motivieren und erfolgreich Ideen umsetzen

Der amerikanische Bestseller-Autor Daniel Goleman („Emotionale Intelligenz“, ISBN 3423360208, 9 €) untersuchte das Führungsverhalten in 500 Unternehmen. Er stellte fest, dass der Erfolg von Führungskräften nicht überwiegend auf deren Fachwissen basiert, sondern zu 90 % von ihrer emotionalen Intelligenz abhängt.

Grund: Menschen sind am leistungsfähigsten, wenn sie sich mit ihrem Unternehmen und ihren Aufgaben identifizieren können und von ihren Vorgesetzten mit Einfühlungsvermögen geführt werden.

Für Sie als Chef bedeutet das: Sie setzen Ihre eigenen Emotionen und die Ihrer Mitarbeiter gezielt ein, um zu überzeugen, zu motivieren und Ihre Ideen zu realisieren.

Hier die 3 simplify-Schritte zum Erfolg mit emotionaler Intelligenz:

1. Stärken Sie Ihre Selbstkontrolle

Fehler: Emotional sein mit unkontrolliertem Verhalten gleichsetzen, negativen Gedanken die Oberhand lassen.

Richtig: Wenn etwas nicht so läuft, wie Sie es möchten, steigern Sie sich in Ihrem inneren Dialog nicht in Wut und negative Gefühle. Sagen Sie sich selbst: „Ich fühle, dass ich die Verantwortung für diese Situation trage. Sie gefällt mir zwar nicht, aber ich werde meinen negativen Emotionen nicht erlauben, die Herrschaft über mein Verhalten zu gewinnen.“ Atmen Sie tief durch, tanken Sie Sauerstoff, konzentrieren Sie sich aufs eigene Handeln. Falls Sie „zu geladen“ sind: Ziehen Sie sich zurück, gewinnen Sie Abstand, und sprechen Sie erst mit Ihren Mitarbeitern, wenn Sie wieder ruhig und sachlich sind.

2. Verbessern Sie Ihr Einfühlungsvermögen

Fehler: Nur flüchtig hinhören, nicht-sprachliche Signale übersehen und überhören und nur die eigene Sichtweise akzeptieren.

Richtig: Körperhaltung, Gesten, Mimik und Sprechweise Ihrer Mitarbeiter beobachten. Versuchen Sie immer, deren Gefühlszustand zu erspüren: Wut, Nervosität, Unsicherheit etc. Reagieren Sie entsprechend: Besänftigen und beruhigen Sie, strahlen Sie Sicherheit aus! Akzeptieren Sie auch andere Sichtweisen. Gehen Sie grundsätzlich (bis zum Beweis des Gegenteils) davon aus, dass Ihre Mitarbeiter sich bemühen, das Beste aus sich herauszuholen.

3. Gestalten Sie Ihre Beziehungen effektiv

Fehler: Häme, Dauerkritik, Hektik, Heimlichkeiten.

Richtig: Vermitteln Sie Freude an den Aufgaben in Ihrem Unternehmen, gönnen Sie Ihren Mitarbeitern Erfolge! Seien Sie nach außen Ihren Mitarbeitern gegenüber loyal. Sorgen Sie für eine offene Kommunikation, einen kreativen Gedankenaustausch. Geben Sie Ratschläge, nehmen Sie aber auch selbst welche an. Seien Sie nie hämisch oder herablassend, auch wenn Sie gelegentlich – zu Recht – kritisieren. Formulieren Sie Ihre Kritik konstruktiv, also mit einer einleuchtenden Alternative.

Kurz-Test: Führen Sie mit echten Emotionen?

Je mehr der folgenden Aussagen Sie mit „ja“ bestätigen, desto höher ist Ihr „EQ“, Ihr Emotionaler Intelligenz-Quotient. Und je höher Ihr „EQ“ ist, desto besser sind die Erfolgsaussichten Ihres Unternehmens!

	Ja	Nein
1. Ich kenne meine persönlichen Stärken und Schwächen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ich weiß, wie ich auf andere (vor allem meine Mitarbeiter) wirke.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ich habe eine grundsätzlich positive Einstellung zu mir selbst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Ich habe eine grundsätzlich positive Einstellung zu anderen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Ich gehe bewusst mit meinen Emotionen um, lasse mich nicht gehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ich habe Visionen für meine Firma.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ich kenne meine Ziele genau.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ich treffe auch erfolgreich Entscheidungen aus dem Bauch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ich kann mich gut selbst motivieren und andere begeistern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ich kann anderen gut vermitteln, warum ich was wie von ihnen will.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ich habe eine klare und sichere Selbstdarstellung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Ich zeige meinen Mitarbeitern meine Wertschätzung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Unter die Lupe genommen: Das zeichnet diesen Beitrag aus

■ Starker Aufhänger mit Autorität

Die Studie von Daniel Goleman liefert eine fundierte, bekannte Quelle – das schafft Glaubwürdigkeit und unterstreicht die Relevanz des Themas.

■ Klarer Nutzen für die Zielgruppe

Die 3 Schritte bieten konkrete, sofort umsetzbare Tipps für Führungskräfte – praxisnah und verständlich erklärt.

■ Typische Fehler + Korrektur

Die Gegenüberstellung von „Fehler“ und „Richtig“ erleichtert das Einordnen und Umdenken – ein klarer Mehrwert für den Leser.

■ Persönliche Ansprache & emotionale Nähe

Der Text spricht den Leser direkt an, holt ihn emotional ab und vermittelt das Gefühl: „Das betrifft mich – und ich kann es sofort besser machen.“

■ Sofortiger Transfer durch Selbsttest

Der integrierte Kurz-Test am Ende bringt den Leser in Aktion und macht den Nutzen des Textes direkt erlebbar.

Aus: simplify your business Februar 2005, Andrea Hessler



Druckfrisch: Wie Sie die Gefährdungsbeurteilung mit der neuen TRGS 400 erstellen

Am 8. September 2017 wurde die neue Technische Regel für die Gefährdungsbeurteilung bei Tätigkeiten mit Gefahrstoffen im Gemeinsamen Ministerialblatt verkündet. Im Folgenden erfahren Sie, welche Neuerungen Sie bei der Ausarbeitung und Aktualisierung Ihrer Gefährdungsbeurteilung berücksichtigen müssen.

Wenn Sie die alte TRGS 400 aus dem Jahr 2010 mit der neuen Version vergleichen, erkennen Sie schnell: Diese Technische Regel für Gefahrstoffe wurde vollständig überarbeitet. Bereits der Vergleich der Inhaltsverzeichnisse gibt erste Anhaltspunkte für die Änderungen:

Gegenüberstellung der Kapitel		
Kapitel/ Anlage	TRGS 400 „bisher“	TRGS 400 „neu“
1.	Anwendungsbereich	Anwendungsbereich
2.	Begriffsbestimmungen	Begriffsbestimmungen
3.	Grundsätze zur Durchführung der Gefährdungsbeurteilung	Verantwortung und Organisation
4.	Informationsermittlung	Grundsätze zur Durchführung der Gefährdungsbeurteilung
5.	Gefährdungsbeurteilung bei vorgegebenen Maßnahmen	Ermitteln von Gefährdungen
6.	Gefährdungsbeurteilung ohne vorgegebene Maßnahmen	Gefährdungsbeurteilung
7.	Festlegungen zur Überprüfung der Wirksamkeit von Schutzmaßnahmen	Überprüfung der Wirksamkeit von Schutzmaßnahmen
8.	Dokumentation	Dokumentation
Anlage 1	Vorschlag für eine Vorgehensweise bei der Gefährdungsbeurteilung für Tätigkeiten mit Gefahrstoffen	Vorschlag für eine Vorgehensweise bei der Gefährdungsbeurteilung für Tätigkeiten mit Gefahrstoffen
Anlage 2	Checkliste zur Anwendung standardisierter Arbeitsverfahren nach § 6 GefStoffV	Kriterien zur Überprüfung der Eignung von Handlungsanleitungen nach Kapitel 6.1

Die TRGS 400 beschreibt die Vorgehensweisen zur Informationsermittlung und Gefährdungsbeurteilung nach der Gefahrstoffverordnung (GefStoffV) und bindet deren Vorgaben in den durch das Arbeitsschutzgesetz vorgegebenen Rahmen ein.

Das sind die wichtigsten Neuerungen im Überblick:

- Die Bezüge zu anderen Vorschriften wie beispielsweise der Gefahrstoffverordnung wurden aktualisiert.
- Es wurde ein neues Kapitel „Verantwortung und Organisation“ aufgenommen.
- Aufgrund von Rückmeldungen aus der Praxis wurden die Kapitel 5 und 6 zusammengefasst.
- Physikalisch-chemische Gefährdungen wurden in die TRGS 400 aufgenommen.
- Die TRGS bezieht sich jetzt ausschließlich auf die Einstufung und Kennzeichnung nach CLP-Verordnung.
- Sie enthält jetzt Klarstellungen bezüglich der Fachkunde zum Erstellen der Gefährdungsbeurteilung.
- Das Kapitel geringe Gefährdung wurde erweitert um Beispiele für nicht geringe Gefährdung.
- Es wurden Hinweise, wie mit Datenlücken im Sicherheitsdatenblatt umzugehen ist, aufgenommen.
- Das Fließbild zum Vorgehen bei der Gefährdungsbeurteilung in Anlage 1 wurde aktualisiert.
- Die Checkliste in Anlage 2 wurde durch eine Auflistung von Kriterien für die Überprüfung von Handlungsempfehlungen zum Vorgehen bei der Gefährdungsbeurteilung ersetzt.

Wie Sie bei der Gefährdungsbeurteilung richtig vorgehen

Sie dürfen in Ihrem Betrieb eine Tätigkeit mit Gefahrstoffen erst dann aufnehmen lassen, nachdem eine Gefährdungsbeurteilung durchgeführt und die erforderlichen Schutzmaßnahmen ergriffen worden sind. Durch systematisches Vorgehen bei der Gefährdungsbeurteilung stellen Sie sicher, dass Sie auch wirklich kein wichtiges Detail vergessen. Das nachstehende Fließbild beschreibt die in der TRGS 400 empfohlene Vorgehensweise. Außerdem sollten Sie die folgenden Tipps berücksichtigen.

Tipp Nr. 1: Beauftragen Sie qualifizierte Personen mit der Beurteilung

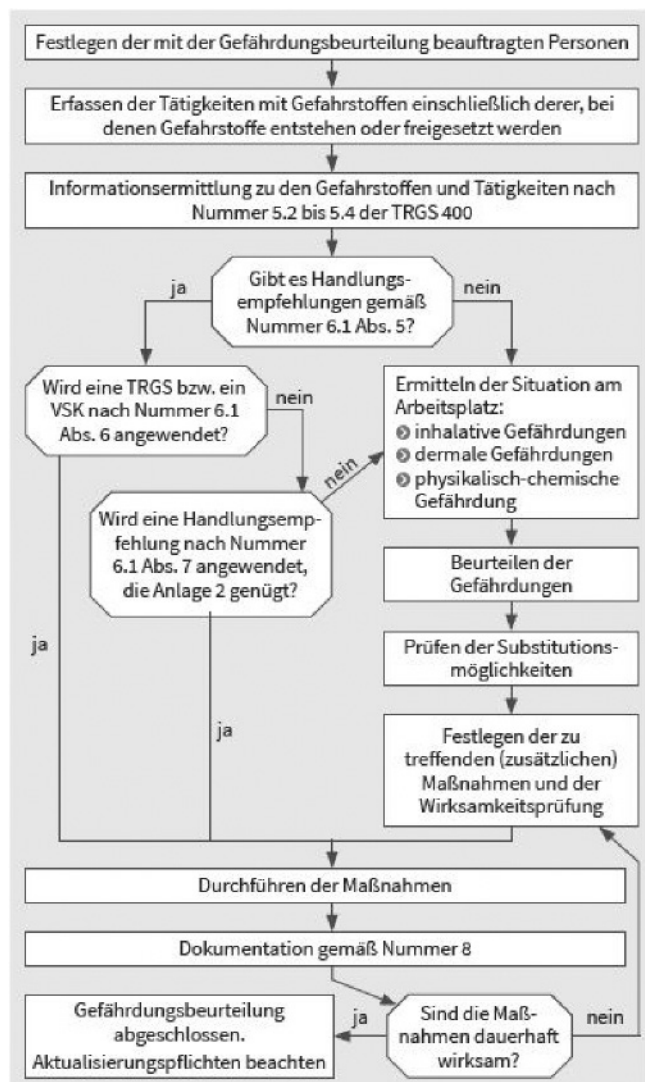
Grundsätzlich ist der Arbeitgeber für die Durchführung der Gefährdungsbeurteilung verantwortlich. Verfügt der Arbeitgeber nicht selbst über die entsprechenden Kenntnisse, so hat er sich fachkundig, z. B. durch die Fachkraft für Arbeitssicherheit, beraten zu lassen.

Tipp Nr. 2: Entscheiden Sie, welche Arbeitsplätze beurteilt werden

Legen Sie fest, ob Sie Ihre Gefährdungsbeurteilung für eine Tätigkeit oder einen Betriebsbereich, wie beispielsweise für die Gebindebefüllung, durchführen möchten. Betrachten Sie auch



Instandhaltungsarbeiten, einschließlich Wartungsarbeiten sowie Bedien- und Überwachungsarbeiten, wenn diese zu einer Gefährdung Ihrer Mitarbeiter durch Gefahrstoffe führen können.



Tipp Nr. 3: Berücksichtigen Sie die 8 wesentlichen Gesichtspunkte

1. Betrachten Sie die gefährlichen Eigenschaften der Stoffe oder Gemische

Hierzu liefert Ihnen das Gefahrstoffetikett wichtige Informationen. Als beruflicher Verwender haben Sie zudem Anspruch auf ein Sicherheitsdatenblatt. Dieses Dokument enthält neben den Angaben zur Einstufung und Kennzeichnung auch zusätzliche Informationen zu gefährlichen Inhaltsstoffen sowie zu physikalisch-chemischen Wirkungen.

2. Nutzen Sie Informationen des Herstellers oder Lieferanten zum Gesundheitsschutz und zur Sicherheit

Erkundigen Sie sich beim Lieferanten, welche Informationen er neben dem Sicherheitsdatenblatt zur Verfügung stellen kann. Das technische Merkblatt oder die Gebrauchsanweisung enthalten in der Regel Hinweise zu einer sachgerechten Dosierung. Einem Analysenzertifikat oder Werkprüfzeugnis können Sie chargenbezogene sicherheitsrelevante Daten entnehmen.

3. Ermitteln Sie Art und Ausmaß der Exposition unter Berücksichtigung aller Expositionswege

Setzen Sie sich mit Ihren Mitarbeitern zusammen und lassen Sie sich erklären, wie sie ihre Arbeit erledigen. Durch eine Begehung können Sie sich selbst ein Bild vom Arbeitsablauf machen und klären, ob es zum Hautkontakt kommen kann. Durch eine Messung können Sie zudem klären, ob Gefahrstoffe in kritischen Mengen in der Luft am Arbeitsplatz vorhanden sind.

4. Prüfen Sie die Möglichkeiten einer Substitution

Wo Gefahrstoffe zum Einsatz kommen, muss immer geprüft werden, ob es nicht weniger gefährliche Alternativen gibt. Hier lohnt sich auch eine Anfrage beim Lieferanten.

5. Bewerten Sie die Arbeitsbedingungen und Verfahren, einschließlich der Arbeitsmittel und der Gefahrstoffmenge

Nutzen Sie Ihre betriebspezifischen Verfahrensanweisungen und Ihre Erkenntnisse aus der Begehung und den Gesprächen mit den Beschäftigten vor Ort.

6. Beachten Sie die Arbeitsplatzgrenzwerte und biologische Grenzwerte

Der Arbeitsplatzgrenzwert (AGW) gemäß TRGS 900 ist der Grenzwert für die zeitlich gewichtete durchschnittliche Konzentration eines Stoffes in der Luft am Arbeitsplatz in Bezug auf einen gegebenen Referenzzeitraum. Er gibt an, bei welcher Konzentration eines Stoffes akute oder chronisch schädliche Auswirkungen auf die Gesundheit im Allgemeinen nicht zu erwarten sind.

Der Biologische Grenzwert (BGW) gemäß TRGS 903 ist der Grenzwert für die toxikologisch-arbeitsmedizinisch abgeleitete Konzentration eines Stoffes oder seines Umwandlungsprodukts im entsprechenden biologischen Material, bei dem im Allgemeinen die Gesundheit eines Beschäftigten nicht beeinträchtigt wird.

7. Kontrollieren Sie die Wirksamkeit der ergriffenen oder zu ergreifenden Schutzmaßnahmen

Wenn Sie die vorgesehenen Schutzmaßnahmen, wie beispielsweise den Einbau einer Punktabsaugung, umgesetzt haben, müssen Sie prüfen, ob sie auch die gewünschte Wirkung haben oder ob eventuell zusätzliche Maßnahmen erforderlich sind.

8. Werten Sie Erkenntnisse aus der arbeitsmedizinischen Vorsorge aus

Je nachdem, welche Gefahrstoffe zum Einsatz kommen, ist arbeitsmedizinische Vorsorge als Pflicht- oder Angebotsvorsorge erforderlich. Der Arzt hat die Erkenntnisse arbeitsmedizinischer Vorsorge auszuwerten. Ergeben sich Anhaltspunkte dafür, dass die Maßnahmen des Arbeitsschutzes in Ihrem Betrieb nicht ausreichen, so hat er Ihnen das mitzuteilen und Maßnahmen des Arbeitsschutzes vorzuschlagen.

Tipp Nr. 4: Kontrollieren Sie, ob die Maßnahmen greifen

Was nutzt die beste Gefährdungsbeurteilung, wenn die festgelegten Maßnahmen nicht umgesetzt werden oder nicht ausreichend wirksam sind. Daher sollten Sie als Ergebnis der Gefährdungsbeurteilung auch Methoden und Fristen zur Überprüfung der Wirksamkeit bestehender und zu treffender Schutzmaßnahmen festlegen.

Führt die Wirksamkeitsüberprüfung zum Ergebnis, dass die getroffenen Schutzmaßnahmen nicht ausreichend sind, so haben Sie die Gefährdungsbeurteilung neu durchzuführen und es sind zusätzliche Maßnahmen zu ergreifen.

Tipp Nr. 5: Sorgen Sie für eine lückenlose Dokumentation


Schreiben Sie genau auf, welche Tätigkeit beurteilt wurde und welche Fakten Sie berücksichtigt haben. Überprüfen Sie Ihre Gefährdungsbeurteilung in regelmäßigen Abständen. Sie ist umgehend zu aktualisieren, wenn maßgebliche Veränderungen oder neue Informationen dies erfordern. Anlässe hierfür können sein:

Die Einführung neuer Gefahrstoffe in Arbeitsbereiche

- Änderungen der Tätigkeiten oder der Bedingungen am Arbeitsplatz (Schutzmaßnahmen, Gefahrstoffmengen, Arbeitsverfahren, Lüftungsverhältnisse)

- Ergebnisse aus der regelmäßigen Wirksamkeitsüberprüfung von Schutzmaßnahmen
- Erkenntnisse aus der arbeitsmedizinischen Vorsorge
- Änderungen bei den Arbeitsplatzgrenzwerten und Biologischen Grenzwerten
- Neue Erkenntnisse zu gefährlichen Stoffeigenschaften, wie die Einstufung und Kennzeichnung des Gefahrstoffs.
- Geänderte rechtliche Anforderungen, wie eine Anpassung der Gefahrstoffverordnung.

DOWNLOAD-TIPP

Die neue TRGS 400 fordert die Festlegung eines Intervalls, in dem die Gefährdungsbeurteilung auch ohne die vorstehend genannten Anlässe überprüft werden muss. Sie können alle TRGS unter  www.gefahrstoffe-aktuell.com abrufen.

Aus: Gefahrstoffe aktuell, 12/2017, Gabriele Janssen



Künstlersozialkasse: So berechnen Sie die Kosten für Ihr Unternehmen 2011

Vermutlich arbeiten auch für Ihr Unternehmen hin und wieder freie Webdesigner oder selbstständige Autoren, die die Inhalte Ihrer Internetseiten bzw. Ihre Geschäftsunterlagen auf Vordermann bringen. Handelt es sich dabei um freie Mitarbeiter, unterliegen diese einer speziellen Sozialversicherungspflicht bei der Künstlersozialkasse (KSK). Sie sind damit verpflichtet, eine Abgabe an die KSK zu leisten.

Für die Entgelte, die Sie an freie Künstler und Publizisten zahlen, beträgt die Abgabe an die Künstlersozialkasse ab dem 1.1.2011 3,9 %. Sie entspricht der des Jahres 2010. Damit sinkt die Abgabe erstmals seit Jahren nicht mehr.

Wann Sie zur Zahlung verpflichtet sind

Die Künstlersozialabgabe stellt den „Quasi-Arbeitgeberanteil“ dar, den alle Unternehmen bezahlen müssen, die nicht nur gelegentlich Werke oder Leistungen selbstständiger Künstler oder Publizisten verwerten. Zu diesen Künstlern und Publizisten zählen nach dem Katalog der KSK beispielsweise folgende Mitarbeiter:

- Autoren
- Fachleute für Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung
- Fotografen
- Grafik- und Multimedia-Designer
- Industrie-Designer
- Journalisten
- Layouter
- Redakteure
- technische Redakteure
- Texter
- Übersetzer

Abgabepflichtig ist Ihr Unternehmen daher zunächst dann, wenn es zu einer Branche zählt, die typischerweise Erzeugnisse dieser Berufsgruppen verwertet (Verlage, Presse- und Werbeagenturen, Veranstalter, Design-Unternehmen etc.). Die Künstlersozialabgabe müssen Sie aber auch abführen, wenn Ihr Unternehmen zwar nicht in diesen Branchen tätig ist, aber

1. seine Produkte, Verpackungen oder das Unternehmen selbst bewirbt und
2. aus diesem Grund regelmäßig Aufträge an selbstständige Künstler und Publizisten erteilt (§ 24 Abs. 1 Künstlersozialversicherungsgesetz – KSVG).

ACHTUNG

Die Pflicht Ihres Unternehmens, die Künstlersozialabgabe zu zahlen, gilt unabhängig davon, ob die Künstler und Publizisten, die für Sie arbeiten, tatsächlich bei der KSK versichert sind oder eine Versicherung (noch) nicht besteht. Klären Sie die Pflichten rund um die Künstlersozialkasse unbedingt ab. Die Arbeitgeberprüfung durch die Rentenversicherungsträger umfasst auch die korrekte Abführung der Künstlersozialabgabe. Stellt der Rentenversicherungsträger fest, dass Ihr Unternehmen die Pflicht zu dieser Abgabe hat und auch in der Vergangenheit bereits hatte, müssen Sie die Abgabe auch für die zurückliegenden Jahre noch abführen. Das gilt unabhängig vom Verschulden.

MEIN TIPP

Schlagen Sie fest angestellte Aushilfen vor.

Die Pflicht, eine Künstlersozialabgabe zu zahlen, gilt nur für freie Mitarbeiter. Für Projekte, für die Ihr Unternehmen

künstlerisch oder publizistisch tätige Mitarbeiter für nicht länger als 2 Monate/50 Arbeitstage benötigt, kann Ihr Unternehmen auch fest angestellte Aushilfen beschäftigen. Ist das Arbeitsverhältnis als kurzfristige Beschäftigung ausgestaltet, zahlen Sie unabhängig von der Höhe des Entgelts keinen Cent an Sozialversicherungsbeiträgen und keine Künstlersozialabgabe für das gezahlte Entgelt. Unter Umständen sind auch Selbstständige bereit, sich für 2 Monate fest anstellen zu lassen.

Was Sie zahlen müssen

Sie haben die Künstlersozialabgabe auf alle Entgelte abzuführen, die Ihr Unternehmen an freie Künstler oder Publizisten zahlt. Dabei fallen gleichbleibende Vorauszahlungen für die Zeit vom März des laufenden Jahres bis zum Februar des folgenden Jahres an. Die Basis für die Berechnung dieser Vorauszahlungen bilden Entgelte des Vorjahres.

Das bedeutet für Sie: Sie melden der KSK die Entgelte; die Höhe der Vorauszahlungen teilt Ihnen dann die KSK mit. Möchten Sie diese Mitteilung kontrollieren, multiplizieren Sie einfach 1/12 des Jahresentgelts mit dem für das Jahr jeweils geltenden Abgabesatz. Der Abgabesatz für 2010 und 2011 beträgt monatlich 3,9 %.

Beispiel: Ihr Unternehmen hat ins Ausland expandiert und im Jahr 2010 sämtliche Broschüren, Internetseiten, Flyer etc. von freien Übersetzern in mehrere Sprachen übersetzen bzw. teilweise auch neue entwerfen lassen. Es werden im Jahr 2010 insgesamt 48.000 € Honorare an freie „Künstler und Publizisten“ gezahlt. Diese Entgeltsumme melden Sie an die KSK. Berechnungsgrundlage für die monatlichen Vorauszahlungen für den Zeitraum von März 2011 bis Februar 2012 ist 1/12 der gemeldeten Entgelte (= 4.000 €). Diesen Betrag multipliziert die KSK dann mit dem Abgabesatz für 2010, also mit 3,9 %. Sie führen also von März 2011 bis einschließlich Februar 2012 monatlich 156 € an die KSK ab.

Nachzahlungen und aktuelle Zahlungspflichten hängen von den jeweiligen Abgabesätzen ab

Jahr	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Abgabe	5,8 %	5,5 %	5,1 %	4,9 %	4,4 %	3,9 %	3,9 %

Eine beispielhafte Aufzählung der entsprechenden Tätigkeiten, die den oben genannten Berufsgruppen zugeordnet werden, erhalten Sie exklusiv in unserem Premiumbereich für Abonnenten unter www.bwr-media.de/premiumbereich.

Aus: Lohn & Gehalt aktuell Oktober 2010, Britta Schwalm



Wissen noch besser auf den Punkt bringen – mit der VNR Autoren-Akademie

Die VNR-Autoren-Akademie ist zurück – kompakter, interaktiver und praxisnäher denn je.

In zehn kurzweiligen Micro-Learnings (jeweils unter 30 Minuten) vermitteln wir das Handwerkszeug für erfolgreichen Nutzwertjournalismus – fundiert, inspirierend und direkt anwendbar.

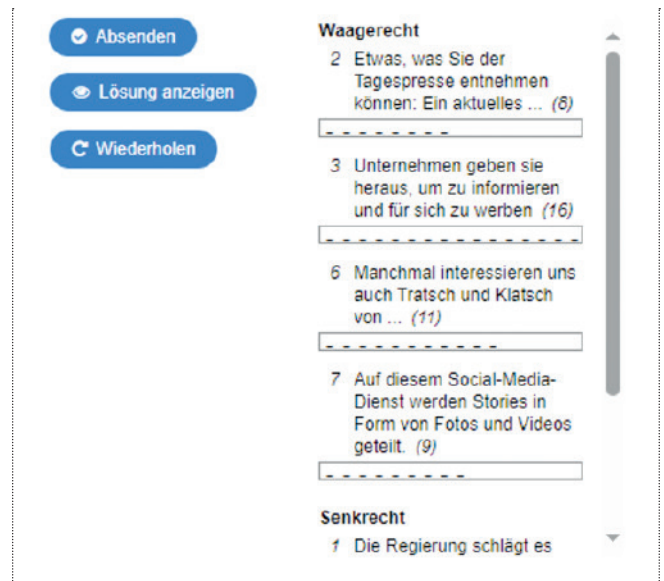
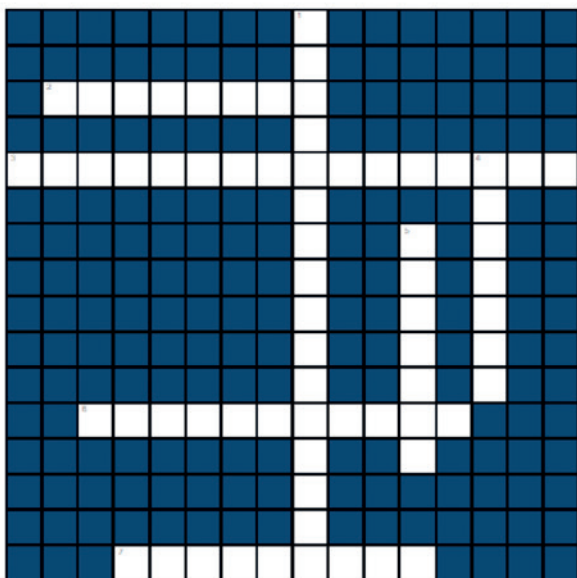
Die E-Learnings umfassen folgende Themen:

- Die hohe Kunst des Beratungsjournalismus
- Verborgene Lesermotive herausfinden und ansprechen
- Themenfindung und Themenmix im Nutzwertjournalismus
- Nutzen, Nähe, News – die geniale 3N-Formel für hohe Leserbindung
- Nutzensorten – Ihr Werkzeugkoffer für leserorientierte Aufbereitung
- Meistertechniken für zauberhafte Editorials
- Gutes Schreiben – So meistern Sie es!
- Mit einem geschickten Artikelaufbau den Leser mitreißen
- Überschriften texten – jetzt radikal einfach!
- Redigieren – Ihre Chance auf noch mehr Leserzufriedenheit

So lernen Sie

Unsere Micro-Learnings bieten Abwechslung und Aha-Momente: mit kurzen Videos, Quizzen, interaktiven Tools und spielerischen Elementen wie Memorys oder Kreuzworträtseln.

Welche Aufhänger können Sie für Ihre Beiträge nutzen?



Memory: Finden Sie die 5 Bestandteile von Nutzwertjournalismus, die zusammengehören?



So macht Weiterbildung Spaß und bleibt im Kopf.

Ihr Kurs, Ihr Tempo

Sie interessieren sich nur für bestimmte Themen? Kein Problem! Melden Sie sich gezielt für einzelne Module an oder absolvieren Sie alle – jeder Kurs hat eigene Schwerpunkte und wertvolle Impulse. Entscheiden Sie selbst, was gerade für Sie passt.

Lernen auf unserer Plattform skillsforwork

Unsere E-Learnings finden Sie auf skillsforwork – der digitalen Lernplattform aus dem eigenen Haus. Hier haben wir all unser Know-how gebündelt, um digitales Lernen besonders anwenderfreundlich und effektiv zu gestalten.

Sie lernen, wann und wo es Ihnen passt. Am Ende jedes Kurses erhalten Sie ein Zertifikat als Nachweis Ihrer Teilnahme und Ihres Wissenszuwachses.

Sprechen Sie Ihren Produktmanager an oder loggen Sie sich im Expertenbereich auf www.mediaforwork.de/login ein. Hier haben Sie die Möglichkeit sich anzumelden.



So finden Sie die richtigen Worte

In 3 Schritten ganz einfach zur packenden Ansprache für Ihre Weihnachtsfeier

Sind Sie im Jahresendspurt-Stress? Weihnachtsgeschäft, Jahresabschluss, Geschenke-Aussuchen und nun müssen Sie auch noch eine Rede vor Ihren Mitarbeitern halten. So finden Sie angemessene Worte für Ihre Weihnachtsansprache:

1. Konzentrieren Sie sich auf eine Idee

Suchen Sie sich eine Idee, die Ihre Rede trägt. Wenn Sie sich zum Beispiel für den Einstieg „Katrina“ (siehe simplify business-Tipp unten) entscheiden, sollten Sie viele Metaphern aus der Meteorologensprache wählen („Regen“ und „Sonnenschein“, „Gewitter“ und „frische Brise“). Sie werden dafür sicher „stürmischen“ Applaus bekommen. Ordnen Sie alle Ideen in logischer Folge, die Sie in Ihrer Rede unterbringen möchten. Für den Jahresrückblick eignet sich gut ein Gestern-heute-morgen-Aufbau: „Wir mussten 2005 die Erfahrung machen ..., heute wissen wir ... Daher werden wir im kommenden Jahr ...“

2. Formulieren Sie in kurzen Sätzen

Kleiden Sie nun Ihre Ideen in die passenden Worte und Sätze. Finden Sie dabei den richtigen Ton. Seien Sie für Ihre Mitarbeiter authentisch, indem Sie sich in Satzbau und Wortwahl so ausdrücken, wie man Sie kennt. Notieren Sie sich kurze Sätze. Darin können Sie sich später nicht verhaspeln. Es fällt Ihren Zuhörern zudem leichter, Ihnen inhaltlich zu folgen. Drucken Sie Ihre Ansprache mit 1,5-zeiligem Abstand und in einer Schriftgröße von mindestens 14 Punkt aus. Manche Redner schwören auf große Karteikarten. Lesen Sie sich die Rede selbst laut vor.

3. Sprechen Sie zunächst vom Blatt

Falls Sie kein geübter Redner sind, lesen Sie Ihre Rede ruhig ab. Blicken Sie regelmäßig von Ihrem Manuskript auf. Obwohl Sie gerade das Wort haben, befinden Sie sich in Zwiesprache mit Ihrem Publikum. Wenn Sie Ihre Rede gründlich geübt haben, kennen Sie den Inhalt. Dann sollten Sie sich die wichtigsten Punkte auf einem Zettel notieren und frei sprechen.

Die besten Einstiege für Ihren Jahresrückblick 2005

Ihre Rede braucht einen spannenden Einstieg. Dabei sollten Sie schon mit dem ersten Satz deutlich machen, dass Sie nicht die gleiche Rede wie im vergangenen Jahr halten. Wählen Sie daher einen Anfang, der nur für das zu Ende gehende Jahr 2005 passt. Hier sind einige Vorschläge:

■ **Ölpreis:** „Der Ölpreis erreichte 2005 schwindelhöhen. Ähnliche Preissteigerungen konnten wir in unserer Branche leider nicht durchsetzen. Trotzdem können wir mit 2005 zufrieden sein ...“

■ **Katrina:** „2005 war ein stürmisches Jahr. Daran erinnert uns nicht nur der Wirbelsturm Katrina. Auch unser Unternehmen war einem heftigem Gegenwind ausgesetzt ...“

■ **Wahljahr:** „In 2005 wurden wir als Bundesbürger an die Wahlurnen gerufen. Bis die neue Regierung stand – das war eine schwere Geburt. Unsere Firma stand dieses Jahr auch vor manch schwerer Wahl. Im Gegensatz zur hohen Politik waren wir stets handlungsfähig ...“

■ **Einstein-/Schillerjahr:** Beginnen Sie Ihre Rede mit einem Einstein- oder Schillerzitat.

simplify business Redner-Checkliste

Gestikulieren – nicht herumfuchteln

Darüber, ob Ihre Rede ein Erfolg wird, entscheiden nicht allein die Worte. Ebenso wichtig sind die Gesten, mit denen Sie das Gesagte unterstreichen. Kontrollieren Sie sich mit dieser Checkliste selbst, ob Sie auch überzeugend mit den Händen „reden“ können.

Das sollten Sie unterlassen:



- Ihre Hände verlegen in den Taschen Ihres Anzugs oder Kostüms zu verstecken,
- Ihre Hände hinter dem Rücken oder vor der Brust zu verschränken,
- Ihre Hände salbungsvoll vor dem Bauch zu falten,
- wild herumzufuchteln und mit der Faust oder Handkante auf das Rednerpult zu hauen.

So machen Sie's besser:



- Unterstreichen Sie Ihre Worte mit raumgreifenden Gesten.
- Lassen Sie Ihre Hände mitreden und mitarbeiten.
- Wenn Sie es sich zutrauen, sollten Sie sich nicht an einem Pult festhalten. Sie wirken am überzeugendsten, wenn Sie frei vor Ihr Auditorium treten.
- Üben Sie auch Ihre Gestik ein.

Aus: simplify your business Dezember 2005, Marc-Wilhelm Kohfink

Schluss mit Einkaufs-Bashing: Gleichwertigkeit ab jetzt

Die Vorstellung, dass der Einkauf nach all den Krisen einfach zum „Business as usual“ zurückkehren kann, vermindert die Wettbewerbsfähigkeit von Firmen massiv. Leiten Sie daher sofort die folgenden Maßnahmen im Einkauf grundlegend oder noch intensiver ein:

Situation:

Natürlich haben Geschäftsleitungen in den letzten Jahren in den Einkauf investiert. Um jedoch im aktuellen globalen Wettbewerb und im Krisenmodus zu bestehen, werden sich diese Investitionen in vielen Firmen als ungenügend zeigen. Daher mein eindringlicher Appell:

Für einen innovativen und modernen Einkauf muss viel mehr getan werden!

1. Mehr Gleichwertigkeit

Der Einkauf hat in vielen Firmen nach wie vor nicht den Stellenwert und die Kompetenzen, die ihm gebühren. In zahlreichen Unternehmensstrategien ist er noch immer nicht gleichwertig eingebunden und wird zu häufig als rein technischer Dienstleister wahrgenommen. Dieser Zustand und ein hohes Maß an Fremdbestimmung halten qualifizierte Manager davon ab, im Einkauf zu arbeiten.

2. Weniger Fremdbestimmung

Es kann nicht sein, dass der Einkauf ständig die folgenden Potenziale und wichtigen Projekte wegen Unterbesetzung aufschieben muss:

- Umsetzung von mehr Digitalisierung
- Aktiver Einbezug in den Produktentwicklungsprozess
- Neuausrichtung
- Aktives Lieferantenmanagement
- Umsetzung der ESG-Anforderungen

3. Mehr Personal

Die historische Unterbesetzung im Einkauf rächt sich jetzt mit akutem Fachkräftemangel, der sich aktuell in einem frustrierenden „Hamsterrad-Modus“ offenbart und zu einer unüberschaubaren Fluktuation führt. Zusätzlich muss der Einkauf für die jüngeren Generationen attraktiver werden.

4. Mehr Weiterbildung

Damit der Einkauf die Herausforderungen der Zukunft besteht, dürfen intensive Weiterbildungsmaßnahmen nicht ausbleiben. Dies setzt eine dringende, aber nicht immer gehemmt steigende Erhöhung des Weiterbildungsbudgets voraus.

5. Verhandlungen

Einkäufer müssen sich nach 2–3 Jahren Verklaufermarkt erst wieder an die realisierbaren brachliegenden Potenziale im Einkaufsmarkt gewöhnen und in Verhandlungen vehement umsetzen.

6. Global Sourcing

Viele Lieferanten ziehen sukzessive ins Ausland. Daher rücken für Einkäufer Global Sourcing, Nearshoring, die Beachtung der Konjunktur und die Beobachtung der Geopolitik in den Fokus.

FAZIT

Stärken Sie Ihre Einkäufer und sichern Sie damit Ihre Wettbewerbsfähigkeit!

Unter die Lupe genommen:

Das zeichnet diesen Beitrag aus

■ Klare Haltung & emotionaler Appell

Der Text bezieht deutlich Position – das „Einkaufs-Bashing“ wird benannt und kritisiert. Der Autor zeigt Haltung und fordert zum Umdenken auf – das erzeugt Aufmerksamkeit und Relevanz.

■ Konkrete, strukturierte Lösungsvorschläge

Die sechs Maßnahmen sind inhaltlich stark, klar nummeriert und nachvollziehbar aufgebaut – der Leser erkennt sofort, was zu tun ist, und wie es ihn weiterbringt.

■ Direkte Zielgruppenansprache auf Augenhöhe

Der Beitrag richtet sich explizit an Entscheider und Führungskräfte im Einkauf – er spiegelt ihre Herausforderungen wider und bietet gezielte Unterstützung. Kein Drumherum, sondern Klartext!

■ Hoher Nutzwert durch Praxisbezug

Ob Weiterbildung, Personalnot oder Global Sourcing – der Text greift zentrale Alltagsthemen auf und bietet handfeste Impulse für den Arbeitsalltag.

■ Starker Schluss mit klarer Botschaft

Das Fazit motiviert zum Handeln: Der Einkauf wird als strategischer Schlüssel zum Unternehmenserfolg positioniert – ein klares

Autor: Hans-Christian Seidel aus : Der Einkaufsmanager

Fokus: Nutzwertjournalismus

Unsere Inhalte wollen mehr als nur informieren – sie sollen im Arbeitsalltag konkret weiterhelfen. Deswegen konzentrieren wir uns auf Standards des Nutzwertjournalismus. Im geschützten Expertenbereich auf www.mediaforwork.de/

login stellen wir Ihnen alles bereit, was Ihre Zusammenarbeit mit uns einfach und effektiv macht: Redaktionsstandards, Best Practices, den Zugang zur VNR Autoren-Akademie und vieles mehr.



Die Services für unsere Leser

Fragen an die Redaktion

Unsere Kunden haben Fragen? Sie als Experte helfen unseren Lesern und beantworten die Leserfragen innerhalb von 48 Stunden per E-Mail.

Kundenservice

Unsere Kunden haben Fragen rund um ihr Abonnement? Wir beantworten ihre Fragen gerne.

Die Onlinebereiche auf unseren Produktwelten-Seiten

Newsfeed

Aktuelle Beiträge:
Bleiben Sie stets über aktuelle Themen und wichtige Änderungen informiert.

Meine Ausgaben

Ausgabenarchiv durchstöbern:
Nutzen Sie auch heute noch wertvolle Informationen aus früheren Ausgaben.

Arbeitshilfen

Muster, Checklisten, Übersichten:
Arbeiten Sie effektiver und schneller mit unseren praktischen Vorlagen und Tools.

Unsere Onlinebereiche



Impressum

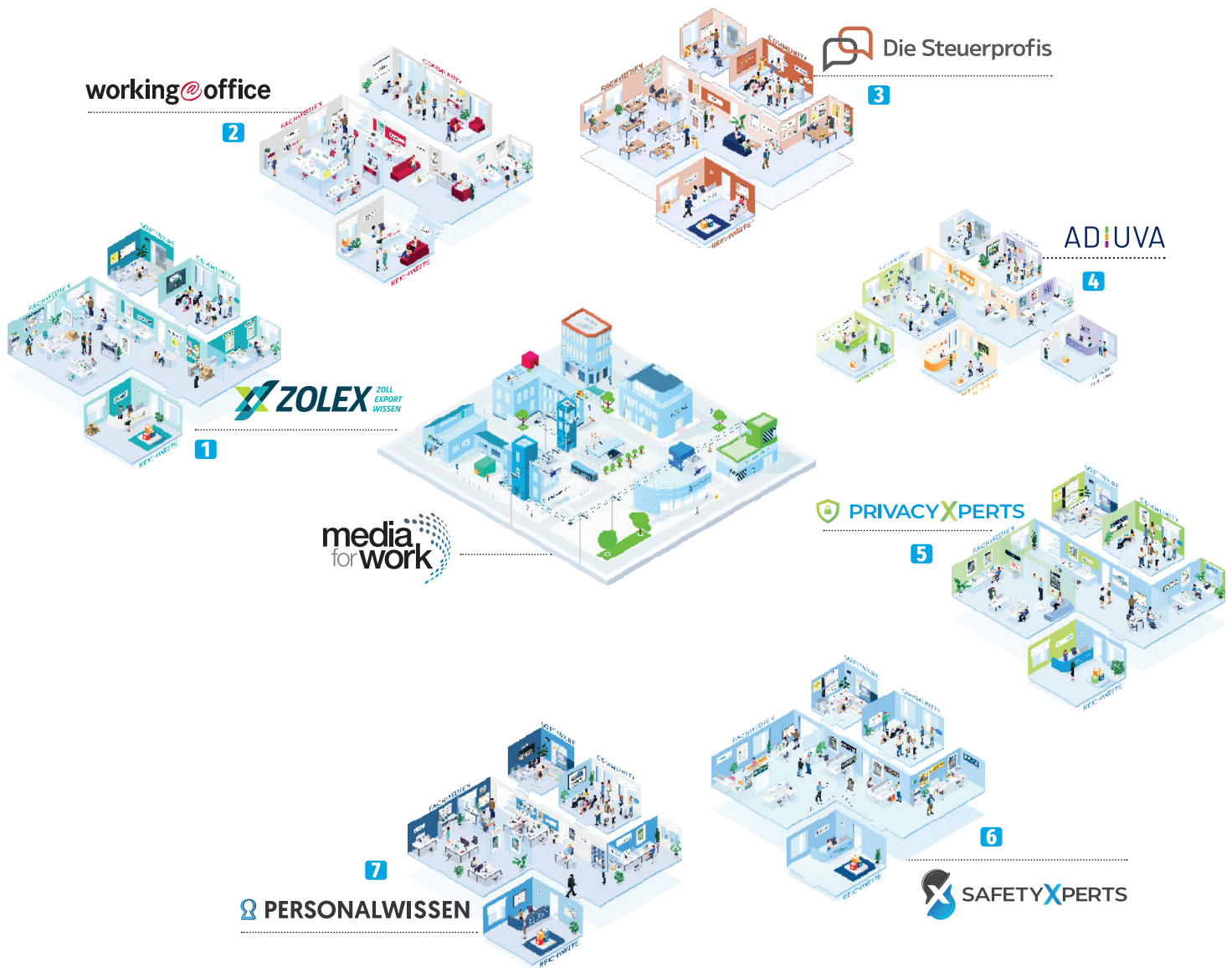
Verleger: mediaforwork, ein Unternehmensbereich der Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG • Theodor-Heuss-Str. 2–4, 53095 Bonn • Telefon: 02 28/95 50 160 • Fax: 02 28/36 96 480 • Internet: www.mediaforwork.de • E-Mail: kundenservice@vnr.de • Vorstand: Richard Rentrop • ISSN 2510-3733 • Herausgeber: Martin Grashoff, Theodor-Heuss-Str. 2–4, 53095 Bonn • Produktmanagement: Viktoria Heinrich, Bonn • Satz: OtterbachMedien, Freudenberg • Alle Angaben in dieser Ausgabe wurden mit

äußerster Sorgfalt ermittelt und überprüft. Sie basieren jedoch auf der Richtigkeit uns erteilter Auskünfte und unterliegen Veränderungen. Eine Gewähr kann deshalb nicht übernommen werden. • © 2025 mediaforwork, ein Unternehmensbereich der Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau

Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier.

Dieser Fachnewsletter richtet sich gleichermaßen an weibliche und männliche Leser. Aus Gründen der Lesbarkeit wird die männliche Schreibweise (z. B. Unternehmer, Mitarbeiter) gewählt. Diese schließt stets alle Geschlechterformen mit ein.

Unsere Produktwelten, die den Kunden begeistern!



Unser interaktives StoryPicture macht die gesamte Produktwelt von mediaforwork auf einen Blick erlebbar: Als digitale Stadt mit verschiedenen „Zielgruppenhäusern“ visualisiert es unsere Angebote auf eine neue, intuitive Weise.

Gehen Sie auf eine virtuelle Reise durch unsere Fachthemen, Services und Lösungen:

www.mediaforwork.de/produktwelten

- 1 www.zolex.de
- 2 www.workingoffice.de
- 3 www.steuerprofis.de
- 4 www.adiuva.de
- 5 www.privacyxperts.de
- 6 www.safetyxperts.de
- 7 www.personalwissen.de
- 8 www.mediaforwork.de