

Human Stars

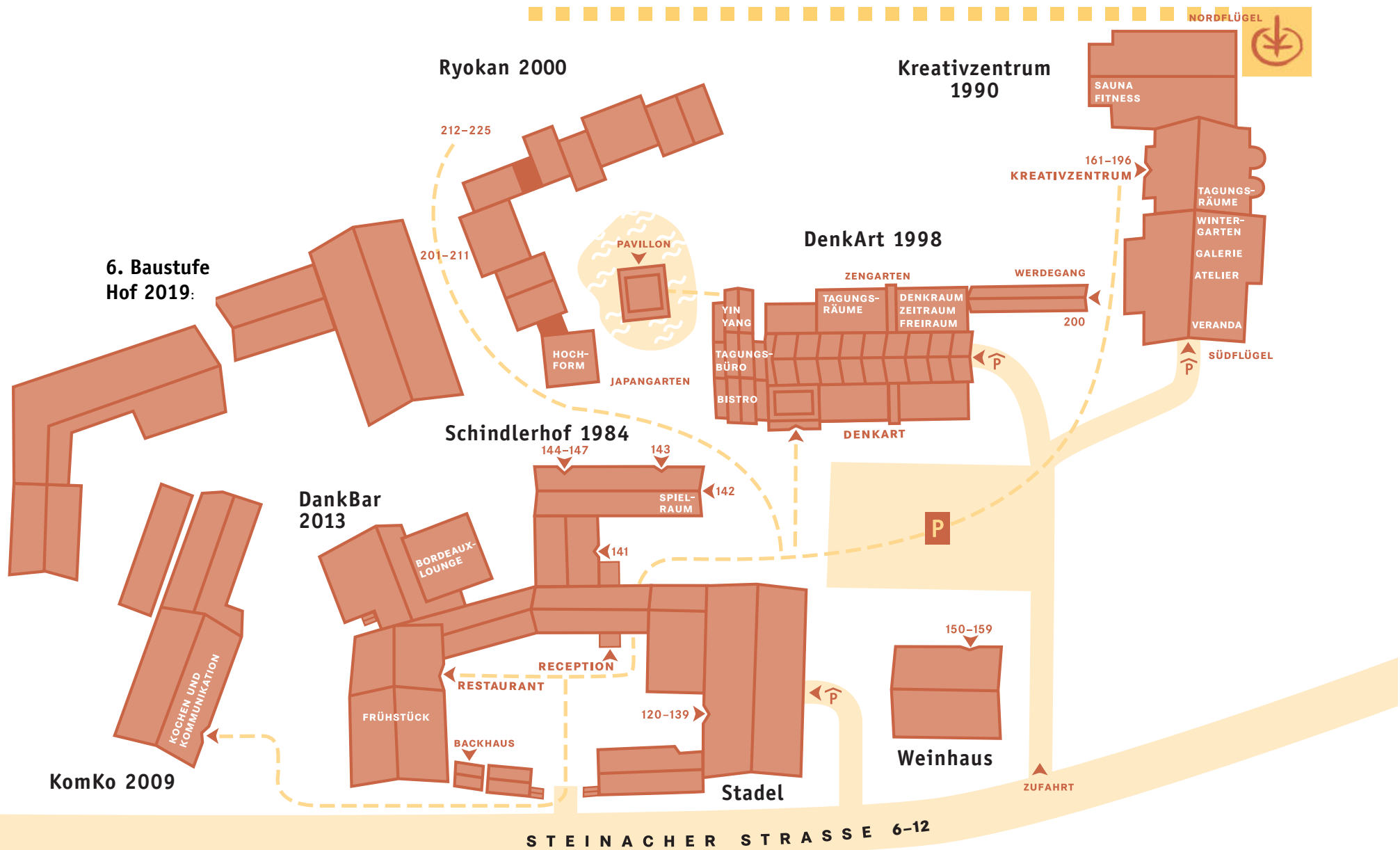
statt Human Resources!

Dieses Dokument ist Teil einer Präsentation
und ohne mündliche Erläuterungen unvollständig!



**Keynote mit Klaus Kobjoll
am 8.10.2024 für die
„Bäckerwelt“ in Nürnberg**





RECEPTION FON: (0911) 9302-0 hotel@schindlerhof.de

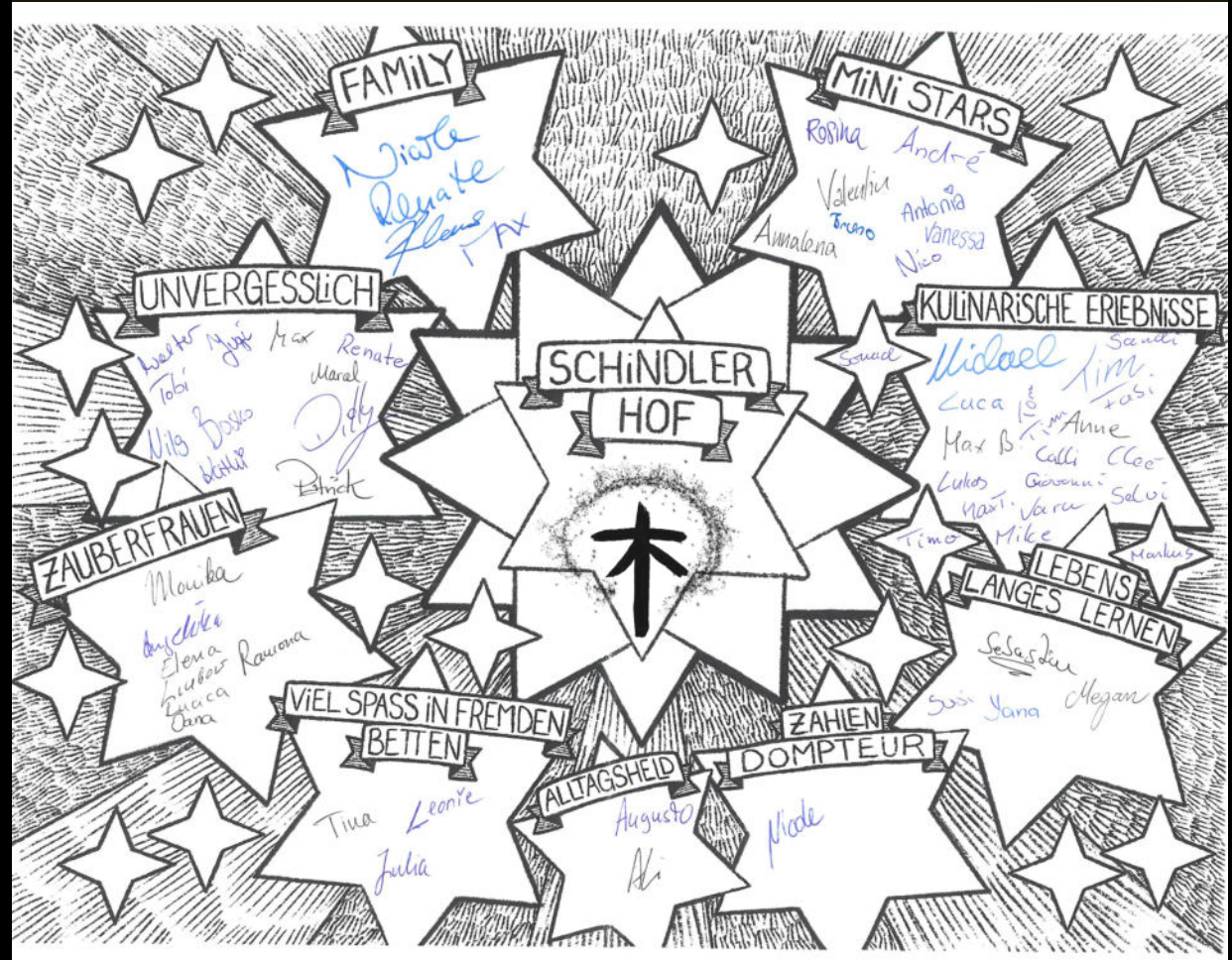
57 „Human Stars“

42 Profis

davon 8 in Teilzeit

inkl. 13 Azubis

+ 2 PraktikantInnen





Als meine Frau Renate und ich zusammen den Schindlerhof im September 1984 eröffneten, merkten wir Beide schnell, dass wir bei der „Hardware“, also bei Gebäuden und Ausstattung kaum Chancen gegen die vielen Multi-Millionäre hatten, die sich häufig ein Hotel nur als Hobby leisten, das sich nicht rechnen muss.

Wir wurden noch verlacht, als wir deshalb von Anfang an begannen, über den Umweg der Mitarbeiter-Orientierung zu einer hohen Gästebegeisterung zu kommen.

So entstand unsere Arbeitgeber-Marke „Schindlerhof“, als es das Wort „**Employer-Branding**“ noch gar nicht gab.





Beispiele, als wir 1985 damit begannen:

- * **Wunschgehälter** (*zahlen wir auch heute noch weitgehend*)
- * **Fiat Pandas als Dienstwagen für unsere Auszubildenden**
- * **Freie Dienstwagenwahl für den Inner Circle**





Am Anfang war das Wort...

- * Personal
- * Humankapital
- * Human Resources
- * **Human Stars!**





Die Stimmung in einem Unternehmen ist wichtiger als jedes Wissen oder Kapital!

Helmut Weyh



Human Stars APP



Fehlerfreudigkeit



**„Vergiss die Leute, die Dir erzählen,
dass es nicht funktionieren kann,
und hol Dir diejenigen,
die sich für Deine Ideen begeistern.“**

Michael Dell, Gründer der Computerfirma Dell



**„Belohnen Sie fulminante
Fehlschläge.**

**Bestrafen Sie mittelmäßige
Erfolge.“**

Tom Peters





**Der einzige Mensch,
der Veränderungen mag,
ist ein Baby in nassen Windeln!**

Klaus Kobjoll





»Fehler des Quartals«

Damit verlieren MitarbeiterInnen die Angst

**Fehler zu machen,
und Fehler zuzugeben!**







Weiterbildung 2023

80 Online Seminare + 10 in Präsenz

Beispiele für Webinare:

Gewaltfreie Kommunikation - Ängste bewältigen - Gäste ins Herz treffen
Kraftvoll kommunizieren Schlagfertigkeit und Machtspiele - Resilienz und Stressmanagement
Konflikte lösen – Als Paar in der Branche – Positive Psychologie– Selbstbewusst auftreten
NLP Basics – Gesund durchs Arbeitsleben Anerkennung und Feedback
Reklamationen souverän meistern - Beruf im Flow –Toxische Beziehungen

Beispiele für Präsenz Seminare:

„Wahrhaftig auftreten“ Kult-Seminar mit Rainer Kleinstück, unserem Theaterregisseur
Das LEP Assessoren-Training

Verkaufstraining mit Hans-Jürgen Hartauer (power-briefing)

➡ MBSR – „mindfulness based stress reduction“ (nach Dr. Jon Kabat-Zinn) mit Sybille Seegy





Gallup Engagement 2022:

Nur 13% der deutschen
Frauen und Männer in Arbeit
haben ein durch Führung vorgelebtes
positiv geprägtes Arbeitsumfeld,

87% nicht!





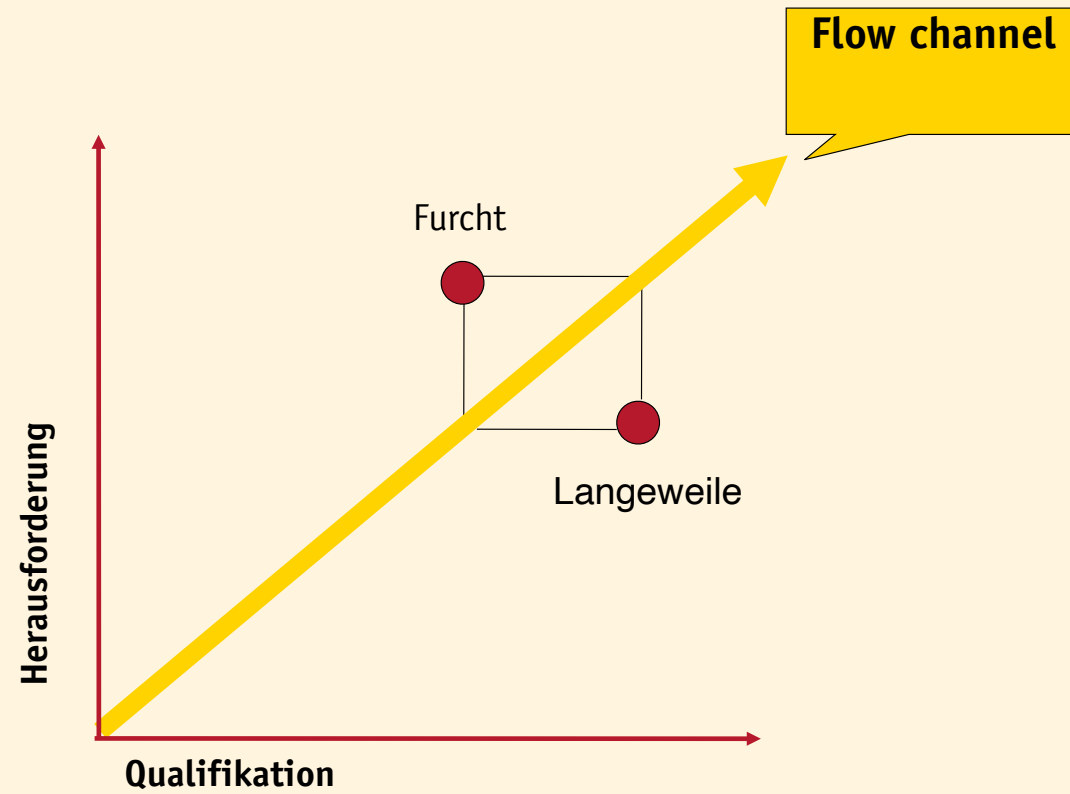
Erfolge und Glückserlebnisse

Untersuchungen haben gezeigt, dass sich in den letzten 40 Jahren der Anteil der Menschen, die rückhaltlos sagen „Ich bin glücklich“ nicht verändert hat. Er liegt bei 15%.

Eine großangelegte Untersuchung von Professor Csikszentmihalyi von der Universität Chicago hat gezeigt, dass nicht Besitz und Konsum zu absolutem Glücksgefühl führen, sondern wenn sich ein Mensch ganz und gar einem Ziel verschrieben hat, bei dem die eigene Kraft wächst.



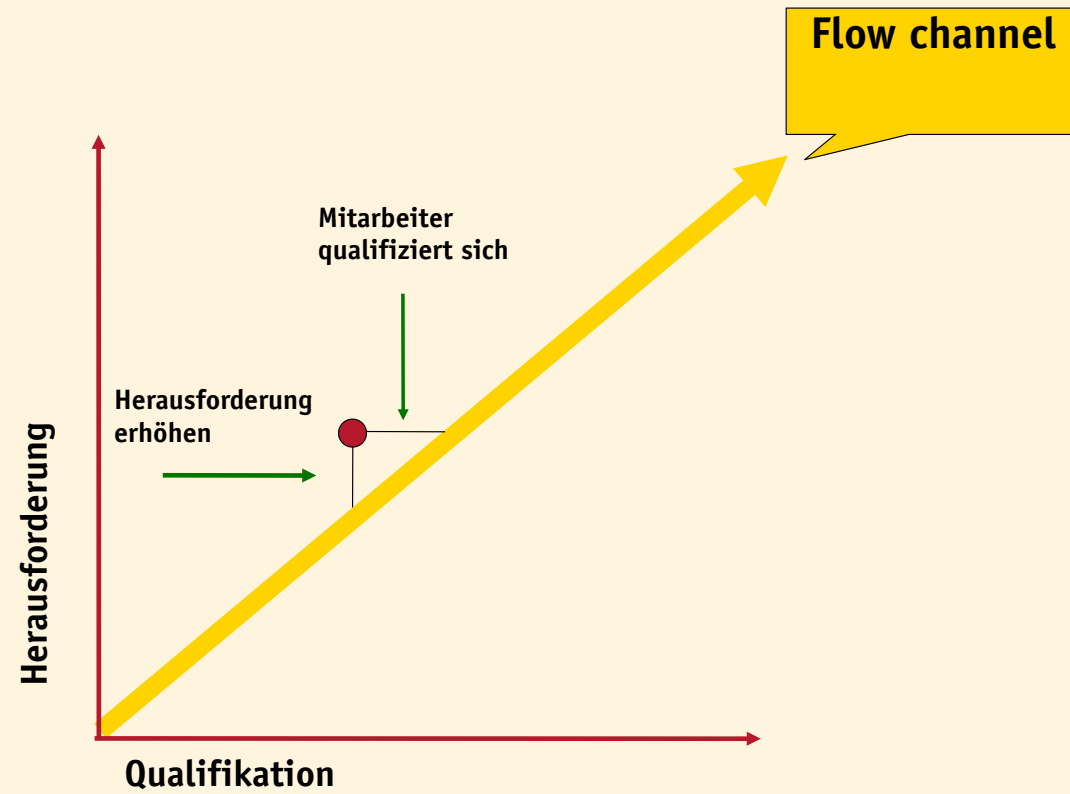
Flow



Mihaly Csikszentmihalyi



Flow



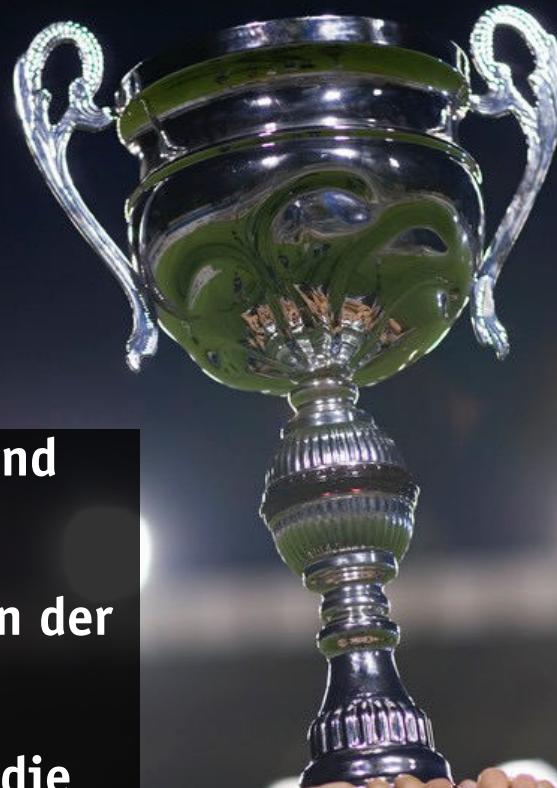
Mihaly Csikszentmihalyi



Winning the Princess

- Entwicklung, Eingrenzung und Definition der Vision
- Mitreißende Kommunikation der Chancen
- Stärkung des Vertrauens in die eigene Kompetenz

Quelle:
Institut für Führung und Personalmanagement,
Uni St. Gallen, Frau Prof. Heike Bruch



Das Modell der Mission



Zweck = Purpose

Warum existiert das Unternehmen?

- * Was treibt uns an?
- * Warum stehen wir am Morgen auf?

Strategie

Wettbewerbsposition und charakteristische Kompetenz

Langfristige Unternehmensziele, bei denen sich etwas Wunschenken einschleichen darf

Wertvorstellungen

Woran das Unternehmen glaubt (Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Umwelt/Natur)

Verhaltensnormen

Praktiken und Verhaltensmuster, die die charakteristische Kompetenz und das Wertsystem unterstützen

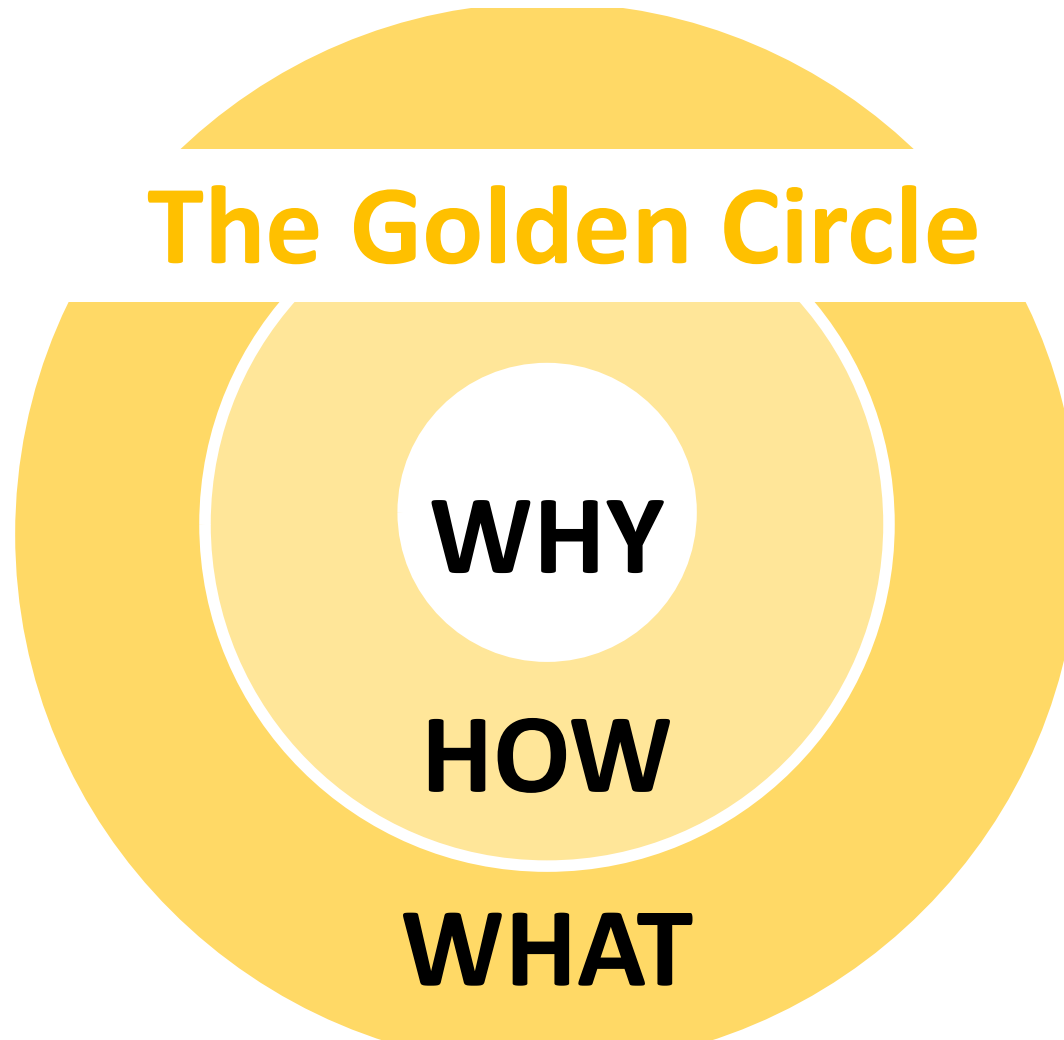
gehören zusammen

Vision wird mehr mit einem Ziel assoziiert, während Mission mehr mit einer Verhaltensweise in Verbindung gebracht wird.





The Golden Circle



Quelle: Simon Sinek

Warum stehen wir am Morgen auf?



Schritt 1: emotionale Stories sammeln!

Was treibt uns an?

Momente, die den Unterschied
machen

Verlassen uns
Leute glücklicher als sie gekommen sind

Mitarbeiter bekommen Respekt & Verantwortung
Junge Menschen wachsen über sich hinaus,
wenn man sie lässt

Menschen überraschen - fesseln - begeistern
- Erwartungen übertreffen
Achtsamkeit

To go that extra mile - aber es macht auch Verrückte

Alchemie des Moments

Demut am Gast
↳ Jeder ist ein Star

Vertrauen

FAIR-Bindung
Mitarbeiter
- kommen zurück
wegen Kultur...



Schritt 2:
Welche Wirkung hatten
diese Geschichten?

Welche Wirkung
haben wir?

Der Moment wird hoch gelobt
der Moment in was goldenes Wort
Alchemie

Sich angenommen zu fühlen
wertgeschätzt
wichtig
bedeutend

Fördern Individualität
wir nehmen Menschen wie Sie sind
es schafft Vertrauen Mitarbeiter + Gäste
magut Wirkung
Arbeitsort besser zu gestalten
Neugierde wecken
alle danken Strahlen mit
gleiches zu sein
- happiness was ist
All you need is love
LIEBE

We let the sunshine in
to make
the day brighter

Happiness
Glück





Schritt 3:

- a. Unser Beitrag
(Aktions-Phrasen)
- b. Gewichtung
(durch Bepunktung)

Beitrag
Verbalphrasen / Aktionsphrasen

Verzambeln

② Vertrauen schenken...
• Freude ins Leben bringen
• Gäste überraschen / Verblüffen
• Harmonie entstehen lassen
Sich selbst zu verwirklichen
an das Gute im Menschen glauben
negatives ausblenden - wieder glücklich machen
• Wissen weitergeben

③ Luft statt Last...
③ Echte Kommunikation von Herz zu Herz
neugierig sein
Klangvolle Worte

① Menschen wachsen lassen / strahlen lassen...
Wertschätzen
Spielräume lassen - spüren
Risiko eingehen
• Sich trauen
Mutig sein





Schritt 4:
Halbsätze verbinden

.....

Beitrag

damit

.....

Wirkung





DAMIT

BEITRAG

WIRKUNG

**Wir beschreiben die Welt, in
der wir gerne leben würden...**

**... und formulieren die
Handlungen, die wir am
Montagsmorgen setzen müssen, um
das zu realisieren**

Quelle: Simon Sinek





Wir lassen Menschen
Strahlen,
damit die Welt heller
wird !



neuland

wir lassen Menschen strahlen,
damit die Welt heller wird





Wer Menschen motivieren will...

...muss Sinnmöglichkeiten bieten!

Victor Frankl





»WIR LASSEN MENSCHEN STRAHLEN,
DAMIT DIE WELT HELLER WIRD!«



Essenz im Scheckkartenformat...

...für die Briefftasche

Aus diesem Holz sind wir geschnitzt!





Gedanken + Emotionen...

...schaffen Realität!





Was treibt uns an?

Extrinsisch:

- * Status
- * Persönlicher Nutzen

Intrinsisch:

- * Beitrag zu...
- * Gemeinschaft
- * Passion!



An alle Mitglieder unseres Ensembles
Über die APP

- im Hause -

Nürnberg-Boxdorf, 21.9.23

1. Aufruf zum Jahreszielplan 2024

Hallo Zusammen,

am 30. und 31. Oktober 2023 setzen wir uns im „inner circle“ zusammen, um den Jahreszielplan (JZP) 2024 zu erstellen.

Natürlich können wir nicht alle aus dem Team zum JZP mitnehmen...

Daher mein Aufruf (der Erste von Drei Aufrufen) – bitte schaut Euch alles genau an und überlegt:

- was wäre gut für uns?
- Was wäre eine wichtige Investition, eine wichtige Neuerung, ein spannendes Projekt
- was würde dem Schindlerhof gut tun???
- Was lässt uns auch Morgen noch „kraftvoll zubeißen“???

Die Teamleader nehmen Eure Vorschläge mit zum JZP - und wir werden alles gemeinsam diskutieren und in unsere Planung einfließen lassen.

Bitte gebt Euren Input an die TL bis Mitte Oktober.

In welcher Form ist prinzipiell egal. Ihr könnt es im Ideenmanagement in der APP machen – ihr könnt aber auch einen Zettel schreiben oder in eine mail packen.

Nur das Prinzip der Schriftlichkeit ist wichtig. ☺

Ich danke Euch von Herzen!

Liebe Grüße

Nici



**Ein Mailing
ist kein Mailing!**



Wie schon angekündigt ist Nachhaltigkeit ein ebenso wesentlicher Schwerpunkt für diesen Jahreszielplan!

Es ist nicht nur einer der grössten TRENDS der Gegenwart, es ist auch mit vielen Vorteilen für ein Unternehmen verbunden wie z.B.:

1. **Positive Unternehmensreputation:** Nachhaltige Unternehmen werden oft positiver wahrgenommen und genießen eine bessere Reputation bei Kunden und der Öffentlichkeit.
2. **Kosteneinsparungen:** Nachhaltigkeitsmaßnahmen, wie Energieeffizienz und Abfallreduzierung, können langfristig Kosten senken.
3. **Risikominderung:** Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit setzen, sind besser gerüstet, um sich auf sich verändernde Umweltauflagen und Marktanforderungen einzustellen.
4. **Zugang zu Kapital:** Nachhaltige Unternehmen haben oft besseren Zugang zu nachhaltigen Investitionen und grünen Finanzierungsquellen.
5. **Innovation:** Nachhaltigkeit fördert Innovation, sei es in der Produktentwicklung, im Ressourcenmanagement oder in der Technologie.





6. **Wettbewerbsvorteil:** Nachhaltige Praktiken können dazu beitragen, sich von Mitbewerbern abzuheben und neue Märkte zu erschließen.
7. **Mitarbeiterengagement:** Nachhaltigkeit kann das Mitarbeiterengagement steigern, da viele Menschen stolz darauf sind, für ein Unternehmen zu arbeiten, das sich um soziale und Umweltfragen kümmert.
8. **Langfristige Überlebensfähigkeit:** Unternehmen, die nachhaltig wirtschaften, sind besser positioniert, um langfristig in einer sich wandelnden Welt erfolgreich zu sein.
9. **Bessere Lieferantenbeziehungen:** Nachhaltige Praktiken können dazu beitragen, bessere Beziehungen zu Lieferanten aufzubauen und das Lieferkettenmanagement zu optimieren.
10. **Einhaltung von Vorschriften:** Nachhaltiges Wirtschaften kann helfen, regulatorische Risiken zu minimieren, da Unternehmen im Einklang mit Umweltvorschriften und ethischen Standards agieren.

Wichtig zu wissen – es geht nicht nur um die „Ökologische Nachhaltigkeit“, es geht auch um die Soziale und Ökonomische Nachhaltigkeit.





Das Thema Nachhaltigkeit war bei unseren Assessoren Vorortbesuch (Ludwig Erhard Preis 2023) eines der grössten Potentiale für den Schindlerhof. Es lohnt sich für uns daran zu arbeiten, wie die Assessoren uns eindringlich empfohlen haben.

Aus diesem Grund werden wir 2024 nicht nur einen offiziellen Nachhaltigkeitsbericht erstellen, wir werden uns im 2. Schritt auch bei der „Gemeinwohl Ökonomie“ zertifizieren lassen. Nicht nur ein Tipp unserer Assessoren, sondern auch unseres Partners in Sachen Nachhaltigkeit, Jürgen Linsenmaier von der Ethik Society. Auch das Zukunftsinstitut von M. Horx in Wien schätzt die Gemeinwohlökonomie als einen Riesen Trend ein – und als einen Rahmen für mehr Resilienz, eine „Zukunftskraft“ – gerade in den Zeiten der Krisen.





Wir werden dieses Projekt bis Mitte des Jahres 2024 abgeschlossen haben.

Hier die Matrix der Gemeinwohl Ökonomie:

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0



WERT	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

<https://germany.ecogood.org/>





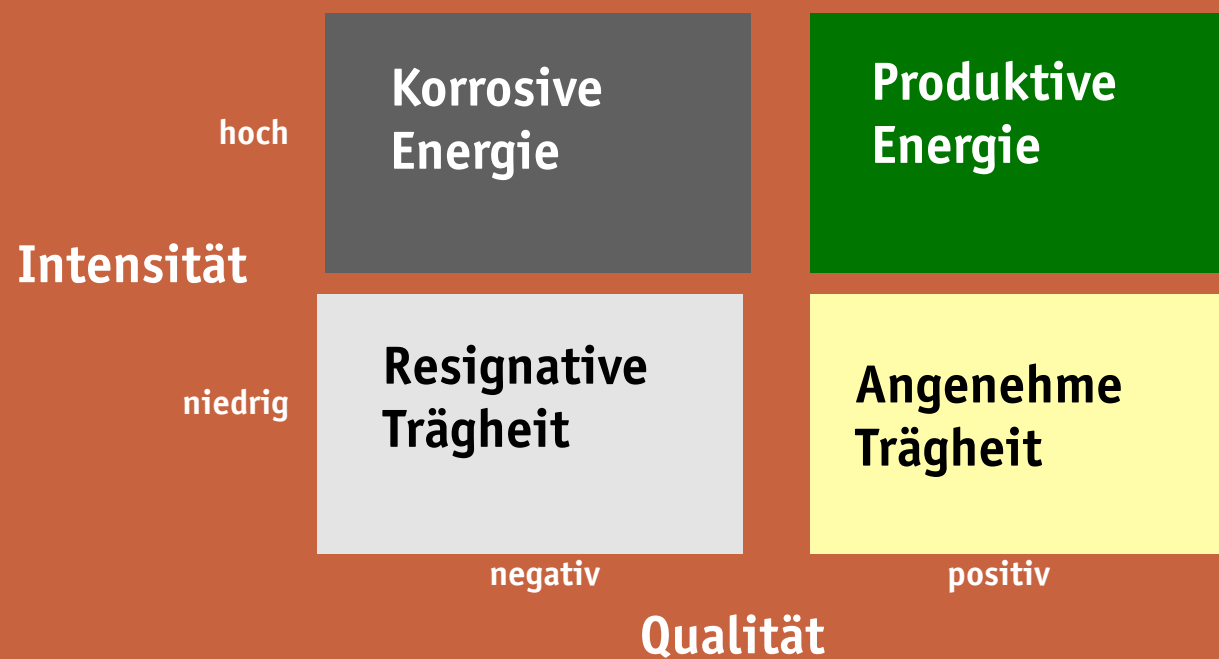
SWOT Analyse:

Strengths	-	Stärken
Weaknesses.	-	Schwächen
Opportunities	-	Chancen
Threats	-	Gefahren





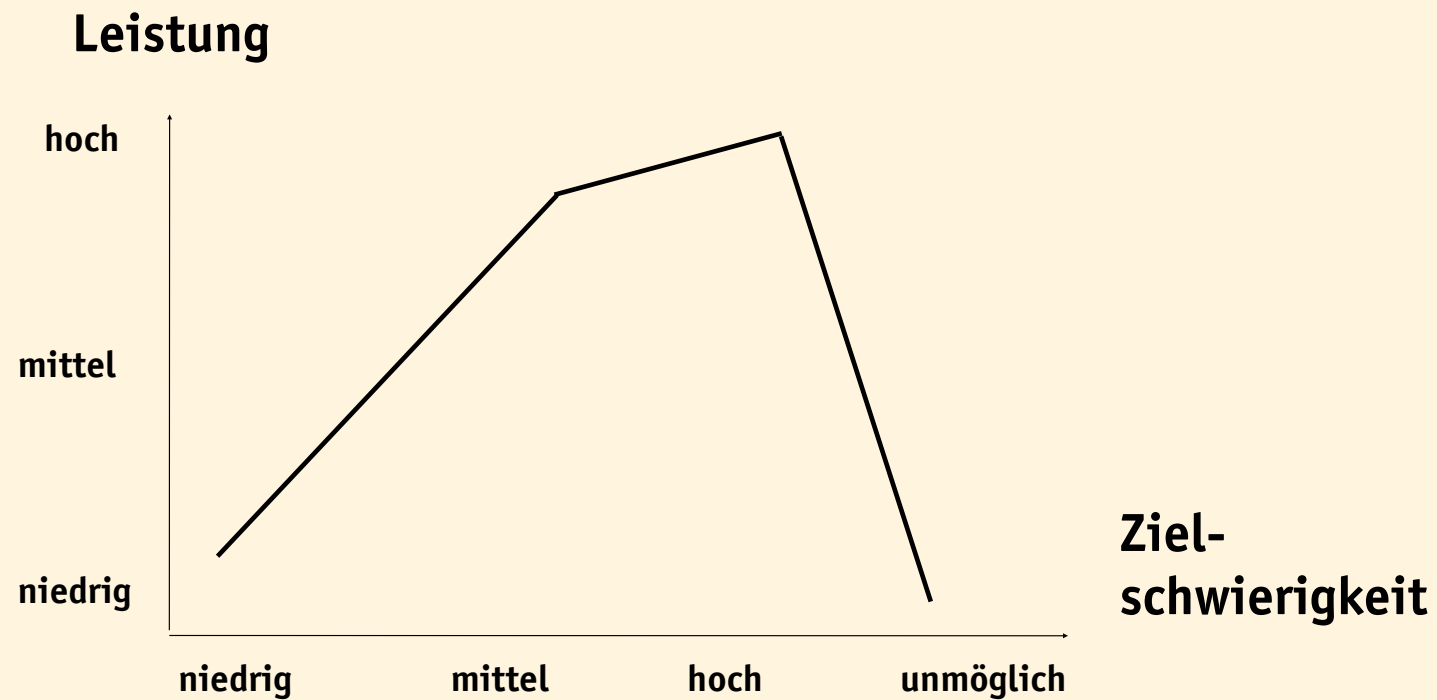
Energieformen



Quelle:
Institut für Führung und Personalmanagement,
Uni St. Gallen, Frau Prof. Heike Bruch



Spezifische und herausfordernde Ziele führen zu höherer Anstrengung und Leistung



Quelle: Kirchler, Arbeits- und Organisationspsychologie, 2005



Die Ziele...

...müssen so hoch
gesteckt sein, dass sie bei
großen Anstrengungen
gerade noch erreichbar
sind!

Klaus Kobjoll





Ablauf der Klausurtagung:

- **Analysen Umfeld - Markt - Mitbewerber – eigenes Unternehmen**
- **„Vergessenes“ ins neue Jahr übertragen**
(warum verschoben? Verpflichtung per Unterschrift!)
- **Kunden-Nutzen „auf den Prüfstand“ bzw. Befragung Ihrer größten Fans**
- **Umsatzplanung; bereichsweise + gesamt**
(Ergebnisse des laufenden Jahres + Preiserhöhung + echter Zuwachs)
- **Gewinnplanung + Gewinnverwendung**
(Rücklagen, Kostenüberschreitungen, Wünsche des Teams)
- **Qualitative Ziele für Kunden, Mitarbeiter, Partner/Lieferanten, Umwelt/Natur, das Unternehmen selbst**
- **Strukturierung nach den 4 Kernaufgaben des Marketings**
(Neukundenaquise, Stammkundenpflege, Leistungsinnovation, Leistungspflege)
- **Projekte** (Wer erledigt was bis wann?)
- **Besprechungsplan** (alle wichtigen Meetings werden ganzjährig terminiert; Priorität A!)
- **Jahresmotto** (Variante: Quartals-Motto)
- **Unterschriften** (=commitment; JZP dem Team vermitteln; anschl. Befragung hierzu)



The background of the entire image is a photograph of a building, possibly a residential or institutional structure, with a red color overlay. The building has multiple windows and a complex roofline. The text is overlaid on this background.

drehbuch zukunft

by SCHINDLERHOF



Die wirtschaftliche Entwicklung...

Das zwanzigste Jahrhundert war das Jahrhundert der

Quantenphysik

Hier wurden die großen Erfolge gefeiert (Einsteins Relativitätstheorie, der Flug zum Mond, etc).

Das 21. Jahrhundert steht ganz im Zeichen der

Bio Kybernetik

Es wird alles produziert und gekauft, was das Leben gesünder, glücklicher, schöner, kommunikativer, nachhaltiger und länger macht. 120 Jahre scheinen als Lebenserwartung nicht übertrieben. Diese Bedeutungsskala fließt in die Angebotsstruktur des Schindlerhofs der Zukunft ein.





Das Durchschnittsalter der Deutschen ist 41 Jahre. Wenn man einen 41-jährigen fragt, wie er sich fühlt, antwortet er schnell - ohne zu überlegen „wie 30“.

*Wir fühlen uns jünger
als wir sind*

Das kann man auch bei älteren Generationen der 60 oder 70-jährigen beobachten

Die Ziele im Bereich der Werte

Leiden, Kampf, Last Auseinandersetzungen waren die zentralen Werte der Vergangenheit. Ich leide also bin ich, war das gültige Paradigma. Prof. Joachim Bauer hat uns von diesem Irrtum befreit: Kooperation und gelingende Beziehungen sind das Geheimnis von Lebewesen und Natur. Leben statt Leiden, ...

Lust statt Last





Die Tagungsräume sollen attraktiviert werden, unser wesentliches Design Element ist

dynamisches Licht

und leichtes, schwebendes Mobiliar sowie High Tech in der digitalen Technik (Apple Vision Pro, etc) schaffen neue Emotionen, stundenlanges Sitzen gehört der Vergangenheit an.

Unsere Gesamtheit heißt

feelgood

die Räumen heißen Glow, Money und Cockpit.

Auch die Ankunftshallen und die Flure sollten modernisiert werden. Entsprechende Skizzen liegen vor.

Ein weiteres Highlight wäre wie bereits erwähnt der Platz der Freude.





Der Weg in die Moderne

Das Wesen der Tradition

Die Olympiade in Paris war in vielen Bereichen vorbildlich, es ist gelungen Tradition mit Innovation zu verbinden.

Die Welt fühlte sich als Gewinner.

Der Schindlerhof braucht ebenfalls die Zugang zu den Bedingungen der Neuen Zeit. Dazu gehören auch Musik, Akustik, digitale Möglichkeiten.





Look ahead

Wissen, was Menschen wollen, bevor sie es wollen.
Unsere Idee ist es, Ziele zu erkennen bevor sie eingetreten sind. Wir nennen diesen Zustand

be ahead

Sei immer ein bisschen voraus.

Die wirtschaftlichen Ziele

Die Wirtschaft befindet derzeit in der Phase der Stagnation. Das Bruttosozial - Inlandsprodukt zeigt dieses Jahr (2024) ein Nullwachstum.

Für den Schindlerhof streben wir durch die geplanten Maßnahmen eine zweite Progressions-Phase mit einem Umsatz von 10 - 12 Mio € an.





Was ist das neue im Business?

Die Wirtschaft verkauft keine Produkte oder Dienstleistungen mehr sondern

Bedeutung

Das ist das Neue. Dieser Trend wird sich in hoher Geschwindigkeit verstärken.

Auch Wirtschaft und Business hatten einen Zweck.
Aber zunehmend suchen Menschen nach Unternehmen die ihrem Leben eine Bedeutung geben oder eine vorhandene Bedeutung verstärken.

Vermutlich ist dadurch der vegetarische/vegane Trend zu erklären. Auch alkoholfreies Bier gehört vermutlich in diese Richtung. Auch vieles andere.





EFQM Assessoren im Abschlussbericht zum German Excellence Award 2023:

**Der Schindlerhof ist
ein Spielplatz
ohne sichtbare Aufsicht!**



Schindlerhof



**Der Mensch ist nur da Mensch,
wo er spielt.
Und er spielt nur da,
wo er im
wahrsten Sinne des Wortes
Mensch ist!**

Friedrich Schiller





Great Place to work 2024





DANKE,
dass ich heute dabei sein durfte!



QR-Code für den Zugang zu unserer Story
von 1970 bis heute:

