

Serie in Kooperation mit den NÖ Unternehmensberatern & Informationstechnologen.

UBIT 4 you

Sparen Sie sich das!

Teil 12: Österreichs Unternehmen setzen € 1.444 pro Führungskraft und Monat durch Konflikte in den Sand!

Wenn Anwälte oder Gerichte in Konflikte eingeschaltet werden, ist das ein Milliardengeschäft - zumindest für jene, die daran verdienen. Dabei haben die betroffenen Unternehmen meist schon zuvor Unsummen durch verminderte Produktivität oder zerrüttete Kunden-Lieferanten-Beziehungen verloren. „Unerheblich!“, denken Sie?

- Kleines Rechenspiel gefällig? Überlegen Sie, wie viel Zeit Sie und Ihre Mitarbeiter/-innen pro Woche durch unproduktive Konflikte verlieren: Reibungen in Teams, Spannungen mit Lieferanten, Eine österreichische Studie belegt: Im Schnitt belaufen sich die Kosten auf € 1.444,- pro Führungskraft und Monat. Können Sie sich das leisten?
- KMU sind weniger betroffen? Irrtum! Gerade in kleinen Teams zählt jeder Kopf. Nicht bearbeitete Konflikte wirken sich hier besonders fatal aus. Unterschätzen Sie die Folgen nicht!
- Professionelles Konfliktmanagement fängt schon im Vorfeld an: schaffen Sie interne Strukturen und Maßnahmen zur Konfliktprävention und achten Sie auf transparente Weitergabe von Informationen.

Fehlt es in Unternehmen an bewusstem Konfliktmanagement, mangelt es - vor allem in kleinen Unternehmen - nicht am Willen dazu. Meist verdeckt das Alltagsgeschäft



Elvira Hauska,
Hauska Konfliktmanagement,
Vertreterin der Experts Group
Wirtschaftsmediation im
Rahmen diverser Studien zum
Thema „Konfliktkosten“

den Blick auf kritische Auslöser. Die Sicht von außen, gepaart mit der Routine und Methoden professioneller Konfliktmanager/-innen, kann schon mit wenig Aufwand helfen, einen großen Teil potentieller Konflikte zu vermeiden.

Tipps und qualifizierte Beratung für die konstruktive Bewältigung von Konflikten:

Experts Group
Wirtschaftsmediation
www.wirtschaftsmediation.cc

Kreativkongress im WIFI St. Pölten: „Cobra“ & Kundenmotive

Die Bandbreite hätte kaum größer sein können. Beim Kreativkongress konnte man sowohl hinter die durchaus kreative Motivations-Kulisse der Anti-Terror-Einheit Cobra blicken als auch (fast) in den „Giftschrank“ von Motivforscherin Sophie Karmasin.

Unternehmer müssen ohnehin „ständig nach neuen Ideen und Wegen suchen“, erklärte WKNÖ-Vizepräsident Josef Breiter den Zugang der Wirtschaftskammer zum Thema „Kreativität“. Es gebe aber sogar „eigene Fachgruppen, die im Detail für Kreativität und Innovation zuständig sind“, leitete er zu Fachgruppenobmann Manfred Enzlmüller über, der betonte, man wolle mit dem Kongress die Themen, die die Branche – derzeit 4286 Betriebe in NÖ – bewegen, „auf den Punkt bringen“. Etwa: Was passiert in der Telekommunikation? Wie kann man diese Entwicklungen optimal nutzen?

Anregungen dazu kamen von so unterschiedlichen Fachleuten wie Maria Zesch (T-Mobile) oder Reinhart Haslinger (Haslinger & Keck), der sein Auditorium z.B. fragte „Wann haben Sie zum letzten Mal eine traditionelle Anzeige von RedBull oder Apple gesehen?“ Fazit: Der Weg über offene, medienunabhängige Lösungen bringt's.

Für neue Wege plädierte auch Paul Leitenmüller (medianet). Thema: „Werben ist Silber, Digitalmarketing ist Gold“.

Viel konnten die Kreativen vom ehemaligen Cobra-Kommandanten Wolfgang Bachler lernen. Eine seiner zentralen Aussagen: Organisationen und Unternehmen können nur überleben, wenn die eigene Bewegungsgeschwindigkeit größer oder gleich zu den Veränderungen in der Umwelt ist. „Keine Angst vor Veränderungen“, ermunterte der Anti-Terror-Spezialist die Kreativbranche – während Manfred Enzlmüller die „DNA-Spuren des Erfolgs“ verfolgte und Karin Hammer (Freie Digitale) die Online-Welt hinterfragte: Tsunami oder Sturm im Wasserglas?

Sophie Karmasin rundete das Programm mit dem Thema „Motivforschung versus Werbeinstinkt“ ab und kam zum Schluss: Beide Bereiche haben ihre Berechtigung und sollten sich ergänzen. Es sei schon so manche Werbe-Kampagne abgeblasen worden, nachdem die eigentlichen Motive der potenziellen Kunden erhoben wurden. „Diese Studien bleiben aber natürlich in unserem ‚Giftschrank‘“, blieb Karmasin bei der Frage nach Beispielen verschlossen.



Foto: Mikes

WKNÖ-Vizepräsident Josef Breiter und der Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, Manfred Enzlmüller, mit Moderator Claudio Schütz bei der Eröffnung des Kongresses.

Alle Referate im Internet unter

www.kreativkongress.at