



VORWORT

Muss man ein Liebespärchen motivieren?

Wohl kaum! Sie »machen« es einfach – wild, mit vollem Elan und unter Umständen die ganze Nacht nackt im Schnee. Man muss diese beiden Leute nicht motivieren oder bitten; sie benötigen keine Aufforderung oder verhandeln über Voraussetzungen. Sie haben eine klare, kraftvolle Vision.

Aber wenn die natürliche Motivation Spaß macht, wie ist es dann möglich, dass das Thema Nummer eins in vielen Betrieben lautet: »Wie kann ich mein Team motivieren?« Das Motivationsproblem scheint eine Seuche zu sein. Alle bekämpfen das gleiche Virus: das Demotivations-Virus.

Wie passen diese beiden Bilder zusammen? Auf der einen Seite entsteht Motivation von allein, und auf der anderen Seite haben wir einen Mangel an Motivation. Gerne versucht man dann, den Mangel zu manipulieren, beispielsweise, indem man ein Motivationsseminar besucht.

Verstehen Sie den Haken an der Sache? Motivation entsteht immer aus einem natürlichen inneren Trieb heraus. Wir ignorieren diesen Verlauf und versuchen, die Motivation als etwas Mechanisches zu sehen, das man per Knopfdruck ein- und ausschalten kann – und wundern uns, wenn uns dies auf Dauer nicht richtig gelingt.

Das ist eine Falle – wir nennen sie die Motivationslüge. Man kann niemanden motivieren, der nicht von sich aus motiviert ist! Das heißt, wir sind motiviert oder eben auch nicht. Die allgemeine Vorstellung von Motivation gleicht einem künstlichen Konstrukt, doch sie existiert so nicht. Fast alle künstlichen Konstrukte der Vergangenheit sind gescheitert; die erfolgreichen Konzepte der Evolution basieren auf einem natürlichen Antrieb.

Diese Erkenntnis ist sehr wichtig, weil man sich sonst an der Optimierung eines falschen, kranken Systems abarbeitet, das man eben so auf Dauer nicht optimieren kann.

Deswegen verlassen wir die konstruierte Motivation und widmen uns der natürlichen Motivation – der Entfaltung. Wir stellen uns also die Frage: Was treibt Menschen an, bestimmte Tätigkeiten mit vollem Elan auszuführen und bestimmte Leistungen quasi von sich aus zu erbringen? Wir wissen, Menschen sind wie Herdentiere; sie wollen in ihrer Umgebung und in der weiteren Gesellschaft anerkannt und beliebt sein. Der Mensch will durch Leistung seinen Platz in der Gesellschaft sichern. Ein Fußballer will



Tore schießen, ein Schauspieler will die Rolle perfekt ausfüllen, ein Mitarbeiter will eine Top-Leistung bringen. Warum? Weil jeder Mensch Anerkennung und Respekt sucht und geliebt werden will. Das Motiv für Leistung ist in erster Linie der Erfolg.

Oft tritt aber das Gegenteil ein: Aus anfangs motivierten Menschen werden demotivierte Menschen. Wenn man bei einem Einstellungsgespräch den Bewerber fragt, warum er sich für diesen Job entschieden hat, hört man oft: Die Branche macht mir Spaß, ich bin gerne mit Menschen zusammen ... Ein Jahr später treffen sie womöglich denselben Mitarbeiter als demotivierten Menschen wieder, der rein gar nichts mehr mit der Person gemein hat, die sie einmal eingestellt haben. Was ist da passiert?

Wir nennen Ihnen ein Beispiel:

Bekommt ein Mitarbeiter eine Frage gestellt, die er nicht beantworten kann, blamiert er sich. Er erlebt diesen Moment als Misserfolg, hat das Gefühl, Respekt und Anerkennung zu verlieren. Seine Bilanz genau an den Dingen, die ihn motivieren würden, ist also negativ. Und wenn ihm das öfter passiert, dann setzt sich innerlich ganz schnell die Vorstellung fest: »Die Kunden/der Chef/der Gast sind dazu da, blöde Fragen zu stellen.« Plötzlich werden Kunden als Störfaktor gesehen und der Mitarbeiter macht innerlich »zu«. Schon beflügelt das Arbeiten den Mitarbeiter nicht mehr, seine Motivation leidet und schwindet. Wer will schon gerne ein Loser

sein? Das wirkt sich dann auf das Umfeld aus – wie ein Stein, der ins Wasser fällt und seine Kreise immer größer zieht. Die negative Ausstrahlung eines Einzelnen kann ein ganzes Team anstecken. Da ist es kein Wunder, dass 80 Prozent der Arbeitnehmer als Kündigungsgrund schlechtes Betriebsklima und Chaos in der Organisation nennen.

Andererseits haben wir im Laufe der Jahre immer wieder beobachtet, dass Mitarbeiter, die ihr Metier beherrschen und in einem gut organisierten Betrieb arbeiten, am engagiertesten sind. Dann wachsen das Selbstbewusstsein und die Ausstrahlung. Und so machen der Job und die Kommunikation mit Menschen Spaß und lassen eine Entfaltung zu. Wir haben die Ziele der Entfaltung von einzelnen Mitarbeitern und ganzen Teams mit zwei modernen Wörtern definiert: fit und sexy. Mit »fit« meinen wir: guter Wissensstand, Schlagfertigkeit, intelligentes Beraten und Verkaufen. So beherrscht der Mitarbeiter sein Metier und fühlt sich stark. Mit »sexy« meinen wir: wache Ausstrahlung, Charme und Energie. Dadurch wird der Mitarbeiter von den Mitmenschen respektiert und geliebt. Das sind die beiden Flügel (wie die Tragflächen eines Flugzeugs), die Mitarbeiter brauchen, um »fliegen« zu können. Sie sollten gleich stark sein, sonst bekommt das Flugzeug Schlagseite oder fängt an zu trudeln. Die Lösung ist also nicht, das Team von außen künstlich zu motivieren (»Seid doch alle mal gut drauf und motiviert!«), sondern es geht darum, das Team fit und sexy zu machen. Dann folgt die Motivation zwangsläufig.

**WAS IST EIN
POWER BRIEFING?**



WAS IST EIN POWER BRIEFING?

Ein power briefing ist ein kommunikatives Fest, bei dem alle auf natürliche und spielerische Weise peu à peu auf ein höheres Level geführt werden. Persönliche Entfaltung, Know-How-Transfer, Teamgeist und Selbstmotivation werden dadurch entfacht.

WARUM SCHULUNG ALLEIN NICHT REICHT

Sie haben zwei Chancen, Ihre Mitarbeiter fit und sexy zu machen: Schulungen und power briefings. Schulungen sind sehr wertvoll und essenziell wichtig, und doch muss man sich eingestehen, dass vieles, was dort an Input auf die Mitarbeiter zukommt, schnell wieder verloren geht. Das ist menschlich. Denken Sie an das Erlernen einer Fremdsprache: Manches lernt man schnell und kann es rasch abspeichern, andere Wörter oder Strukturen muss man sehr oft üben.

Wenn Schulungen etwas bringen sollen, sind sie sehr zeitaufwändig. Sie erfordern Organisation und konsequente Umsetzung. Die Teilnehmer hören und sehen etwas oft nur einmal und sollen es dann für immer können. Da ist es verständlich, dass der Wunsch nach »Nachhaltigkeit« nur schwer durch einzelne Schulungsmaßnahmen zu erfüllen ist.

ÜBEN, ÜBEN, ÜBEN

Aber es geht auch anders. Nehmen wir z. B. Sportler oder Künstler: Fußballer trainieren immer wieder bestimmte Standardsituationen, Opernsänger ihre Stimme, Schauspieler wiederholen die gleiche Szene, bis sie perfekt sitzt – wenn es sein muss auch hundert Mal. In Schulungen haben die Teilnehmer oft nur eine Chance. Im Laufe unserer Coachingtätigkeit haben wir viel ausprobiert. Die Grundfrage war klar: »Wie können wir Teams ohne viel zeitlichen Aufwand schulen, motivieren, führen und zugleich den Teamgeist entwickeln?« So ist das »power briefing« entstanden. Mit



diesem Verfahren können Teams in kurzen täglichen Sequenzen effektiv trainiert werden, das Wissen kann permanent ausgebaut und gefestigt werden, und gleichzeitig entwickelt sich eine gesunde Team-Power. Power briefing ist das beste Modul für die schnelle und effektive Qualifizierung von Mitarbeitern, besonders in einer Zeit, in der Fachkräfte immer begehrter werden.

Schulungen sind enorm wichtig. Aber sie kosten Zeit und Organisation, und das Erlernte wird oft schnell wieder vergessen. Mit permanenten Schulungen erreichen Sie zwar fantastische Mitarbeiter, aber noch lange keinen Team Spirit. Mit power briefings erreichen sie beides: top Mitarbeiter und ein top Betriebsklima plus Team Spirit. Das power briefing ist derzeit vielleicht das effektivste Tool in der Mitarbeiterführung. Und das Beste daran: Es kostet nichts – nur drei Minuten pro Tag, etwas Disziplin, Power, Lust und Spaß.



FIT UND SEXY DURCH POWER BRIEFINGS

Sie haben also beschlossen, Ihr Team fit und sexy zu machen. Aber wie? Ganz einfach: durch interaktive Briefings. Damit kann ein Team in kürzester Zeit in die »Champions League« geführt werden. Wir nennen diese Einheiten power briefings. Aber Vorsicht! Power briefings haben nichts mit herkömmlichen Briefings oder Meetings gemeinsam.

Wie sieht so ein power briefing aus und wie funktioniert es? Es dauert drei Minuten und wird jeden Tag kurz vor Arbeitsbeginn durchgeführt. Alle stehen in einem Kreis, und derjenige, der das power briefing leitet – wir nennen ihn den Briefing-Coach – hat einen kleinen Ball in der Hand. Der Briefing-Coach informiert das Team, wirft den Ball zu einem Mitarbeiter und fragt die gegebene Information ab – und kontrolliert so, ob das Wissen angekommen ist und ob es so angewendet wird, wie es nötig oder gewünscht ist.

Klingt super einfach – ist es auch!

Allerdings gibt es Spielregeln, deren Einhaltung zum maximalen Erfolg führt. Je genauer man sie einhält, desto besser sind die Ergebnisse. So kann man jedes Team – ob in der Gastronomie oder in der Hotellerie – motivieren, trainieren, informieren und zu Höchstleistungen anspornen. Das Team kann sich stützen, voneinander lernen und hat viel Spaß zusammen. Das ist tatsächlich eines der wichtigsten Argumente für das power briefing: Wir alle wissen, dass wir schneller lernen, weniger vergessen und uns selbst eher einbringen, wenn etwas Spaß macht.

Auf den nächsten Seiten lernen Sie,

- ▶ wie man Schritt für Schritt ein gelungenes power briefing aufbaut,
- ▶ warum man einzelne Dinge am besten auf eine bestimmte Art und Weise macht und
- ▶ wie viele Dinge man in drei Minuten unterbringen kann, wenn man sie bewusst steuert.

Diese Zauberformel für Erfolg funktioniert unglaublich einfach und nachhaltig. Wir installieren sie seit über fünfzehn Jahren in jede Art von Betrieb oder Firma. Sie ist der Schlüssel zu Umsatz und Ertrag.

WAS BRAUCHE ICH, UM EIN POWER BRIEFING DURCHFÜHREN?

Sie brauchen eine Investition von drei Minuten täglich. Das ist alles. Die drei Minuten kosten nichts – nur Liebe, Wissen, Intelligenz, Disziplin, Mut, Witz und natürlich Lust auf Erfolg.

Die folgenden Seiten sind eine Navigation zur Durchführung von power briefings. Aber Vorsicht! Die drei Minuten haben es in sich und werden Sie fordern.

