

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

nach unserem letzten Newsletter im Dezember 2007 ist eine Zeit mit sehr vielen verschiedenen, interessanten und spannenden Projekten angebrochen. In dieser Zeit war an einen weiteren Newsletter nicht zu denken. Inzwischen haben wir unser Team verstärkt und freuen uns, Ihnen den ersten WSFB-Newsletter 2009 präsentieren zu können.

Weltweit tobt eine Finanz- und Wirtschaftskrise bisher unbekanntem Ausmaßes. Die meisten von uns haben zum Zustandekommen der Krise beigetragen – und sei es nur dadurch, dass wir für unser Altersvorsorgekapital immer die maximale Rendite erzielen wollten – koste es, was es wolle.

Nun geht es darum, die Lage mit vereinten Kräften zu stabilisieren. Niemand von uns weiß genau, wie, wann und für wen sich die Situation wieder zum Besseren wendet. Trotzdem ist es wichtig, dass wir jetzt nicht in eine Angst-Lähmung verfallen, sondern weiter konstruktiv an der Krisenbewältigung arbeiten.

Wir haben diesen Newsletter deshalb dem Thema Krise gewidmet. Dabei springen wir nicht auf den Zug auf „Die Krise als Chance“ zu sehen – denn zur **Krisenbewältigung** gehören gegebenenfalls auch Entscheidungen, die der Einzelne, die Unternehmen oder die sogar ganze Branchen eben nicht positiv bewerten.

Paradigmenwechsel, Musterwechsel und die Veränderungen von Werten und Einstellungen sind in dieser Krise mehr gefragt als je zuvor. Dazu ein Beispiel: Stellen Sie sich vor, vor einem Jahr hätten Sie einen Vortrag gehört mit dem Slogan „Das Schmiermittel der Finanzwirtschaft ist – „Vertrauen“! Die meisten von uns hätten wahrscheinlich gesagt „Ja, ist in Ordnung. Das habe ich verstanden. Aber jetzt bitte die wirklich wichtigen Dinge, eben Hardfacts!“. Heute hören wir über die Auswirkungen des fehlenden Vertrauens jeden Tag: In den Medien, von unserem Finanzminister, von unserer Bundeskanzlerin.

Krisenbewältigung erfordert überlegtes Vorgehen, kostet Kraft und bedingt Mut zu Innovationen. Dazu leisten wir mit diesem Newsletter und unserer Arbeit unseren Beitrag.

Mit herzlichen Grüßen, Ihre

WSFB-Beratergruppe Wiesbaden

Innovation als gewollte Überraschung

Die Innovationskraft im Unternehmen erhöhen. Workshop vom **02. – 07. August 2009**
Näheres auf Seite 4
wsfb.de - **Aktuell - Special**

Eine Krise ist kein Notfall ... und keine Katastrophe

Was kommt auf unser Unternehmen in den kommenden Monaten aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise noch zu? Und: Was sollte unsere Organisation tun, um die Krise zu meistern? Das fragen sich zurzeit die Führungskräfte vieler Unternehmen - denn eine Marktsituation wie die aktuelle haben sie noch nie erlebt. Deshalb hier einige Tipps.

Eine Krise ist eine Krise und kein Notfall. In einem Notfall muss man meist sofort und schnell reagieren. Wenn Personen oder Organisationen in eine Krise geraten, ist es hingegen zunächst wichtig, Ruhe zu bewahren - statt in Hektik und Panik zu verfallen. Denn wer eine Krise professionell managen möchte, muss systemisch denken. Das heißt, er muss neben dem Intellekt auch das vorhandene Wissen und die gesammelten Erfahrungen nutzen, um die realen Ursachen der Krise und ihre (eventuellen) Auswirkungen zu ermitteln. Sonst verwechselt man zum Beispiel schnell Ursache und Wirkung und verfällt in einen blinden Aktionismus, der meist noch tiefer in die Krise und nicht aus ihr heraus führt.

Diese Gefahr ist gerade in der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise groß. Denn sie kann leicht vorschnell als (alleinige) Begründung dafür genutzt werden, warum Unternehmen plötzlich die Umsätze und Kunden weg brechen. Oder warum diese in Liquiditätsschwierigkeiten geraten. Faktisch ist die aktuelle Finanzkrise und Wirtschaftsflaute jedoch oft nur ein Auslöser der Krise von Unternehmen. Die eigentliche Ursache ist zum Beispiel eine zu geringe Eigenkapitaldecke. Oder dass das Unternehmen zu abhängig von wenigen Großkunden ist. Oder dass es jahrelange nötige Strukturanpassungen auf die lange Bank schob. Oder dass es seinen Kunden keine (innovativen) „Problemlösungen“ bietet, auf die diese auch in schweren Zeiten ungern verzichten.

Wer die realen Ursachen der Krise von Unternehmen nicht sauber analysiert, greift schnell zu scheinbaren Lösungen, die noch tiefer in die Krise führen. Deshalb hier einige Tipps, wie Sie Krisen in Ihrer Organisation professionell managen können. Dabei sollten Sie in folgenden vier Schritten vorgehen:

Schritt 1: MOMENT MAL! Raus aus der Panikzone, rein in die Stretchzone!

Wenn Unternehmen scheinbar unverhofft in eine Krise geraten, beginnt oft das große Rätselraten: Wie konnte das geschehen? Oft (unausgesprochen) verbunden mit einer Suche nach Schuldigen und begleitet von Panikattacken. Das heißt, statt sich zu fragen „Was sollten wir tun?“, wird mit dem Brennglas auf die Vergangenheit geblickt und werden immer größere Schreckenbilder von der Zukunft entworfen. Deshalb folgende Tipps:

- Ändern Sie Ihre Denkmuster über die Krisensituation: Weg von „Was denke ich über die

Krise?" (was meist zu „Kaffeesatzleserei“ führt), hin zu „Wie denke ich über die Krise?“. Betrachte ich sie eher als unvermeidbare „Naturkatastrophe“ oder auch als Resultat gewisser Versäumnisse in der Vergangenheit? Suche ich primär nach „Schuldigen“ oder nach Auswegen aus der Krise? Erlebe ich sie primär als Bedrohung oder auch als Chance? Erachte ich die Krise eher als Situation, die es zu „erleiden“ gilt, oder als Situation, die es zu bewältigen gilt?

- Versuchen Sie, die möglichen Auswirkungen der Krise realistisch einzuschätzen (best case – worst case). Verharmlosen Sie die Krise weder, noch entwerfen Sie Horrorbilder - so als ginge morgen die Welt unter.

Schritt 2: STOPP! Rauf auf die Bremse!

Für das Bewältigen von Krisen ist in der Regel ein Musterwechsel nötig. Das heißt, gewisse Probleme und Aufgaben müssen künftig ganz anders als bisher gelöst werden. Unternehmen neigen in Krisenzeiten aber meist dazu, nur die „Taktzahl“ zu erhöhen. Sie machen also das, was sie schon immer taten, nur schneller. Dies führt meist in eine Sackgasse. Deshalb folgende Tipps:

- Verlangsamen Sie in Krisenzeit - auch wenn es Ihnen schwer fällt - Ihre Entscheidungsfindung.
- Investieren Sie ausreichend Zeit in die Reflexion: Warum gerieten wir in die Krise? Warum erwischte es uns früher/heftiger als die Mitbewerber (oder Unternehmen anderer Branchen)? Welche Denk- und Verhaltensmuster führten dazu?
- Entwickeln Sie Szenarien, wie sich die Krise weiterentwickeln könnte, wenn sich im Unternehmensfeld gewisse Rahmendaten ändern, und bewerten Sie diese bezüglich ihrer möglichen Auswirkungen und Wahrscheinlichkeit.
- Analysieren Sie, welche Handlungsoptionen Sie haben. Stellen Sie dabei auch bisher unumstößliche Entscheidungen sowie Denk- und Verhaltensmuster in Frage, damit Sie zu neuen Lösungsansätzen und -ideen gelangen.
- Fragen Sie sich auch: Wie habe ich mich (beziehungsweise haben wir uns) bisher in Krisen verhalten? Und: Was möchte ich/können wir beibehalten, und was muss sich ändern?
- Analysieren Sie zudem, bevor Sie eine Entscheidung treffen, welche Folgeentscheidungen damit verbunden sind und welche Maßnahmen zur Umsetzung nötig sind.
- Überlegen Sie sich auch, wie Sie den zur geplanten Veränderung nötigen „Dampf“, sprich die erforderliche Handlungsenergie, erzeugen können - bei sich und den anderen Mitgliedern der Organisation.

Schritt 3: LOS! Geben Sie Gas!

Oft registriert man in Unternehmen, dass sie in Krisensituationen zwar hektisch irgendwelche Entscheidungen treffen, doch dann werden diese

nur zögerlich umgesetzt - sei es, weil sie nicht sauber vorbereitet wurden (siehe Schritt 2) oder weil in der Organisation die nötige Veränderungsenergie fehlt. Deshalb folgende Tipps:

- Nehmen Sie sich zwar ausreichend Zeit zum Treffen der Entscheidung, wie Sie auf die Krise reagieren, aber zögern und zaudern Sie, nachdem diese getroffen ist, nicht bei deren Umsetzung. Handeln Sie sofort!
- Nehmen Sie in Kauf, dass anfangs gewisse Dinge schief laufen. Das ist, wenn Sie neue Wege beschreiten, normal. (Und im Rückblick weiß man immer alles besser.)
- Sorgen Sie nach der Basisentscheidung dafür, dass schnell die nötigen Folgeentscheidungen getroffen und Umsetzungsmaßnahmen in die Wege geleitet werden.
- Werfen Sie Ihre gesamte Autorität als Führungskraft in die Waagschale, um zu erreichen, dass die Entscheidungen schnell und konsequent umgesetzt werden.

Schritt 4: UND DANN! Am Ball bleiben!

Wenn Unternehmen sich in einer Krise befinden, lässt sich vielfach in der Phase der Entscheidung nur bedingt einschätzen, wie diese sich weiter entwickeln wird - insbesondere bei solchen, die von außen ausgelöst wurden (wie häufig in der aktuellen Wirtschaftssituation). Außerdem gilt: Wenn Unternehmen beschließen „Wir beschreiten beim Meistern der Krise neue Wege“, dann lässt sich meist nur bedingt abschätzen, welche Probleme bei deren Beschreiten auftreten. Deshalb folgende Tipps:

- Reflektieren Sie regelmäßig die Auswirkungen Ihrer Handlungen und Folgeentscheidungen. Analysieren Sie: Sind die eingetretenen Wirkungen beabsichtigt und kompatibel zur getroffenen Basisentscheidung? Sind Korrektur-entscheidungen und weitere Umsetzungsmaßnahmen nötig?
- Haben Sie den Mut, (Teil-)Entscheidungen zu korrigieren, wenn dies zum Erreichen des großen Ziels „Bewältigen der Krise“ nötig ist. Denn ein partielles Fehlentscheiden ist meist weniger schlimm als ein Nichtentscheiden, denn mit dem Nicht-Entscheiden geht in der Regel ein Verzicht auf ein aktives Gestalten der Zukunft einher.

Und noch etwas: Nehmen Sie sich nach der Krise ausreichend Zeit, um zu analysieren: Was habe ich (was haben wir) aus der Krise gelernt? Fragen Sie sich zudem: Wie können wir verhindern, dass wir künftig in Krisen hineinrutschen? Und fangen Sie danach wieder bei Schritt 1 an - nun aber mit noch größerer Gelassenheit. Denn Sie haben ja die aktuelle Krise gemeistert.

WSFB in der Presse

Auf unserer Homepage finden Sie unsere neuesten Veröffentlichungen.

wsfb.de - Presse



Die WSFB-Beratergruppe Wiesbaden auf Expansionskurs

Auf unserer Homepage unter „[WSFB.DE – PROFIL – DIE MENSCHEN](http://WSFB.DE)“ finden Sie Informationen über unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, das was uns charakterisiert und wie wir uns weiterentwickeln.

WSFB-Beraterporträt: Christiane Kolberg

In loser Folge porträtieren sich die Beraterinnen und Berater der WSFB-Beratergruppe Wiesbaden

Meine Tätigkeitsschwerpunkte...

- Strategische Personal- und Organisationsentwicklung
- Begleitung und Gestaltung von organisationalen Veränderungsprozessen
- Führungskräfteentwicklung
- Team- und Einzelcoaching
- Durchführung und Konzeption von Assessment Centern

Einige meiner Lebenserkenntnisse...

- Das einzig Sichere ist die Veränderung
- Lächeln ist der kürzeste Weg zwischen zwei Menschen;und es hilft, sich besser zu fühlen
- Wir entscheiden selbst über unsere Gedanken
- Wirklich gerecht ist nur, dass wir alle jeden Tag 24 Stunden zur Verfügung haben.

Was mich außerdem interessiert...

- Kochen und Leben nach Grundsätzen der Vollwerternährung
- Täglich Spaziergehen, Aerobic, Yoga, Physiotherapeutische Verfahren
- System- und Chaostheorie/ Quantenphysik, aktuelle Hirnforschungsergebnisse und Neurobiologie
- Internet-Surfen, Musik, Freunde treffen

Mein Know-how und meine Erfahrungen...

- Seit 1998 Diplom-Psychologin
- Branchenerfahrung in öffentlich-rechtlichen Unternehmen/Verbänden der Finanzwirtschaft und im Gesundheitswesen, sowie mit teilautonomer Gruppenarbeit in der Automobil- und Schienenfahrzeugproduktion
- Management-Assistenz und Projektleitung in der Unternehmensberatung
- Systemische Organisationsberatung (WSFB)
- Kommunikation/Gesprächsführung, Moderation und Präsentation
- Klientenzentrierte Gesprächsführung und Psychotherapie nach C. Rogers
- Psychologische Einzelberatung und Gruppenleitung
- Entspannungstechniken und Yoga



Auswahl meiner medialen „Lieblingsprodukte“ ...

- TV: Die Sendung mit der Maus
- Bücher: Die Naturküche (Halma Danner), Yoga-Sutras des Patanjali
- Hörbücher á la: Vollidiot (Tommy Jaud) und Fleisch ist mein Gemüse (Heinz Strunk)
- Der Kurzfilm: „Wenn Gott ein DJ wäre“

Zukunfts-Workshop : In der Krise agieren – statt reagieren

Steht auch Ihr Unternehmen in dieser Situation vor der Frage: „Was tun?“ – Abwarten und sehen, was passiert? Oder proaktiv handeln und frühzeitig die Weichen so stellen, dass Probleme wie Umsatzeinbrüche, Liquiditätsengpässe usw. vermieden werden?

Wir von der WSFB-Beratergruppe Wiesbaden unterstützen Sie, wenn Sie Ihr Unternehmen für die unsichere Zukunft wappnen möchten – z. B. indem wir mit Ihrem Führungskreis einen zweitägigen Zukunfts-Workshop mit folgenden Inhalten durchführen:

- Ist-Situation analysieren: Was hat sich geändert?
- Szenarien entwerfen: Womit müssen wir rechnen?
- Handlungsoptionen ermitteln: Was können/sollten wir tun?
- Entscheidungen treffen: Was tun wir?
- Fahrplan erarbeiten: Wer tut was bis wann?

Ihr Nutzen: Nach dem Workshop, der auf den Bedarf Ihres Unternehmens zugeschnitten wird, besteht im Führungskreis ein Konsens darüber, was es zu tun gilt. Und: Sie haben einen Fahrplan, wie Sie Ihr Unternehmen durch die „Krise“ führen.

Sind Sie interessiert? Wenn ja, dann vereinbaren Sie mit einem unserer geschäftsführenden Gesellschafter Johann Scholten, Rainer Flake oder Hans-Werner Bormann ein Gespräch.

Wir freuen uns über Ihren Anruf (0611/15766-11) oder auf Ihre E-Mail (wsfb@wsfb.de).

Offene Veranstaltungen

Beratungssupervision	16.-18.04.09
Narrative Interventionen	02.- 04.11.09
Innovation als gewollte Überraschung	02.-07.08.09
Führungsreflexion	29.-31.10.09
Organisationale Gruppendynamik	14.-17.12.09

- Weitere Informationen zu unseren offenen Veranstaltungen erhalten Sie unter wsfb.de - [Dienstleistungen](#) - oder unter 0611/15766-11.

Aus Capital 04/2009

„Systemisch“

Bis vor kurzem kannten Politiker das Systemische nur vom Kalten Krieg: Die Dauerkrise zwischen Ost und West, Diktatur und Demokratie, Kommunismus und Kapitalismus war ein Konflikt zweier gegensätzlicher Systeme, der daher folgerichtig systemisch hieß.

Nun ist der Begriff zurück und beschreibt eine ähnlich brisante Krise: Die Probleme im Finanz- und Wirtschaftssystem führen die Welt erneut an den Abgrund. Da ist es für die Politiker wichtig, den Eindruck zu erwecken, retten zu wollen, was zu retten ist - und das Systemische ins Spiel zu bringen. Mit diesem Attribut versehen sie neuerdings nicht nur die lebenswichtigen Institutionen unserer Republik, sondern gleich alles, was sie in Gefahr sehen, aber ungedingt erhalten wollen.

Bei der Hypo Real Estate war das berechtigt: Ohne Staatshilfe wäre tatsächlich das deutsche Finanzsystem zusammengebrochen. Doch plötzlich erklärt SPD-Chef Franz Müntefering auch Opel zum „systemischen Unternehmen“. Dabei könnte die Autoindustrie eine Pleite trotz schlimmer Folgen für Zulieferer natürlich verkraften. Zudem leidet Opel mehr unter der Geschäftspolitik der US-Mutter GM als unter der Krise. Es ist wie mit dem Kalten Krieg: Auch der diene oft als Rechtfertigung für Beschlüsse, die gar nichts mit ihm zu tun hatten.

Wird nun auch der Bergbau zur systemischen Branche? Schalke 04 zum systemischen Verein? Und „Wetten, dass..?“ zur systemischen Sendung? Eines zumindest gilt es hier anzuerkennen - und das ist doppelt ernst gemeint: Die SPD ist eine systemische Partei.

Kommentar der Newsletter Redaktion:
Systemische Organisationsberatung ist unter diesen Umständen ein Muss! ☺

Innovationskraft im Unternehmen erhöhen

Zur Steigerung der Innovationskraft in Unternehmen veranstaltet die WSFB-Beratergruppe für Interessierte einen Workshop.

„Innovation als gewollte Überraschung“ – so lautet der Titel eines Workshops, der vom 2. bis 7. August in Umbrien (Norditalien) durchgeführt wird. Er wird von dem niederländischen Systemtheoretiker und Organisationsberater Frans Boeckhorst geleitet. In dem Workshop, der in einem kleinen Familienhotel in der Nähe von Assisi stattfindet, befassen sich die Teilnehmer unter anderem mit den verschiedenen Methoden, um die Innovationskraft von Organisationen zu erhöhen. Außerdem entwerfen sie Konzepte, um Innovationsprozesse in ihren Unternehmen zu initiieren und zu steuern.

Der fünfeinhalb-tägige Workshop ist laut WSFB-Geschäftsführer Johann Scholten für Personen konzipiert, zu deren Aufgaben es zählt, „gestaltend auf Organisationen einzuwirken“. Als Beispiele werden Unternehmer, (Personal-)Manager, Projektleiter sowie firmeninterne und -externe Berater genannt. Sie beschäftigen sich in dem nahe dem Monte Subasio gelegenen Hotel, unter anderem mit der Frage: Wie können wir ein innovatives Denken und Handeln in Organisationen stimulieren – selbst wenn Teile der Belegschaft Neuerungen eher skeptisch gegenüber stehen? Des Weiteren: Welche Potenziale in der Organisation können wir nutzen, um die gewünschten Veränderungen zu erreichen? Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf die Frage gerichtet: Warum kommen die von der Unternehmensführung ausgesandten Botschaften oft nicht bei den Mitarbeitern an und warum haben diese wiederum häufig das Gefühl, dass ihre Interessen und ihr Know-how „von denen da oben“ nicht ausreichend gewürdigt wird? Untersucht wird also, wie Scholten dies formuliert, „warum die Koppelungsprozesse zwischen der Makroebene der Organisation und der Mikroebene des Individuums oft nicht funktionieren, was zu einer Minderung der Schlagkraft der Unternehmung führt“.

Mit all diesen Fragen befassen sich die Teilnehmer nicht nur in der Theorie. Vielmehr werden auch Frage- und Aufgabenstellungen bearbeitet, die die Teilnehmer aus ihrem persönlichen Arbeitsumfeld in die Gruppe einbringen. Außerdem wird in dem Workshop eine innovative Organisation simuliert, um die Tragfähigkeit der entwickelten Lösungsansätze auszuprobieren und diese zu optimieren. Die Teilnahme an dem Workshop kostet 2650 Euro. Hinzu kommen die Übernachtungskosten (im Einzelzimmer 490 Euro, Doppelzimmer 440 Euro), sowie die Anreise.

Nähere Infos erhalten Sie unter Tel: 0611/15766-11, E-Mail: wsfb@wsfb.de, Internet: www.wsfb.de, Ansprechpartner ist Johann Scholten.

Eine kleine Geschichte...

Falke zu Taube

Nasrudin fand eines Tages einen königlichen Falken auf seinem Fenstersims hocken. Er hatte noch nie eine so komische „Taube“ gesehen. Denn in seinem ganzen Leben hatte er keine anderen Vögel gesehen als Tauben. Und alles, was da flog, war für ihn selbstverständlich eine Taube. Im Vergleich dazu nimmt sich ein Falke doch tatsächlich recht sonderlich aus.

Nasrudin empfand es als seine Pflicht, diesem armen, verwahten Vogel wieder zu dem Aussehen einer ordentlichen Taube zu verhelfen. Nachdem er dem Falken also seinen aristokratischen Schnabel gerade geschnitten und seine Krallen gestutzt hatte, ließ er ihn mit den Worten frei: „Jetzt siehst du schon eher nach einem Vogel aus. Irgendjemand muss dich vernachlässigt haben“.

Quelle: „Dream Teams“ 110 Stories für erfolgreiches Team-Coaching. Von Wolf W. Lasko

Die Welt der Zahlen

- Anteil der Unternehmensleiter, die Informationen über die Risiken ihres Geschäfts für sehr wichtig halten, in Prozent: 92
- Anteil der Unternehmensleiter, die angeben, dass sie darüber ausreichend Bescheid wissen, in Prozent: 23
- Anteil der Unternehmensleiter, die angeben, dass sie wissen, was ihre Kunden wollen, in Prozent: 21
- Anteil der deutschen Männer, die sich als zu dick empfinden, in Prozent: 75
- Anteil der deutschen Frauen, die sich als zu dick empfinden in Prozent: 59
- Anteil der Menschen in Deutschland, die abnehmen wollen, in Prozent: 40
- Zeit, die Volkswagen für die Herstellung eines Autos braucht, in Stunden: 35,2
- Zeit, die Nissan für die Herstellung eines Autos braucht, in Stunden: 14,2
- Ungefähre Zeit, die Marcel Proust für sein Romanepos „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“ brauchte, in Jahren: 17
- Anteil der Menschen in Deutschland, die wegen Morgenmuffeligkeit mehrmals den Wecker nachstellen, in Prozent: 31
- Anteil der Menschen in Deutschland, die sich beim Aufstehen energiegeladen fühlen, in Prozent: 7
- Tagesration von Obst und Gemüse, die von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung empfohlen wird, in Gramm: 650
- Durchschnittlicher Verbraucherpreis für ein Kilo Obst und Gemüse in Deutschland in Euro: 1,68
- Durchschnittlicher Verbraucherpreis für einen Liter püriertes Obst und Gemüse, der sogenannten Smoothies, in Euro: 5,80

(Alle Zahlen stammen aus deutschen und internationalen Medien, sowie anderen Quellen)

28 frisch gebackene kompetente systemische Organisationsberater!

2008 und Anfang 2009 haben vier weitere Gruppen die WSFB-Weiterbildung zum Systemischen Organisationsberater erfolgreich abgeschlossen:

2006/B



Von links: Barbara Hofbauer, Hans-Joachim Freyberg, André Kasiske, Ute Labinsky, Wolfgang Friedl, Dietmar Tenne, Nina Kastner

2007/A



Von links: Daniel Schumann, Christiane Bieker, Christian Lorenz, Bernd Rademächers, Andrea Wassner, Pit Rohwedder

2007/B



Von links: Conny Britsch, Klemens Walter, Yvonne Weber, Birgit-Elisabeth Neumann, Sabine Schreiber, Nicole Hasler, Sonja Rohleder

2007/C



Von links: Marianne Trottier, Renate Höpp, Stefan Lammers, Peter Bargstedt, Daniel Dücker, Evelyn Sindermann, Petra Kniesburgers, Annette Weissing

Wir gratulieren allen unseren Absolventen von Herzen und wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg bei ihrer Führungs- und Beratungsarbeit.

Anzeige

Unsere Kernkompetenzen:
**Strategieberatung,
Change Management,
Umsetzung von
Veränderungsprozessen**
und die

WSFB-Beraterweiterbildung

„Organisationale
Veränderungsprozesse gestalten“
- Systemische Organisationsberatung für
Change Agents und Berater

Sie sind ProzessberaterIn, Coach, Change Agent, UnternehmensberaterIn, TrainerIn, PersonalentwicklerIn oder Führungskraft.

Sie suchen nach Möglichkeiten der Kompetenzerweiterung und sind an einer Weiterbildung interessiert, die Ihnen Professionalisierung, neue Impulse und Unterstützung für die Gestaltung, Begleitung, Beratung, Supervision und das Coaching von Veränderungsprozessen bietet.

Kurz: Sie wollen einen Quantensprung für Ihre Beratungskompetenzen? Dann bilden Sie sich bei uns weiter, denn:

Wir sind in Deutschland die Nr. 1 in der systemischen Organisationsberatung!

Beginn des nächsten Startworkshops:
11.06.2009

Wer Wege kennt, kann wählen – **WSFB**

Strategische Entscheidungen treffen und umsetzen

Sie wollen, dass sich Ihr Unternehmen entwickelt und auch künftig mit Erfolg im Markt agiert?

Wir unterstützen Sie dabei, indem wir

- ◆ mit Ihnen den Weg zum Ziel ermitteln
- ◆ Ihre Organisation auf dem Weg zum Ziel begleiten und
- ◆ Ihren Mitarbeitern das nötige Wissen und Können vermitteln

Für wen arbeitet die WSFB-Beratergruppe?

Jedes Unternehmen hat seine eigene Geschichte, Struktur und Kultur. Entsprechend verschieden sind unsere Klienten. Sie haben jedoch folgendes gemeinsam:

Unsere Klienten stehen vor einer Herausforderung, die sie mit

- ◆ ihrer aktuellen Struktur und/oder
- ◆ ihrer gewohnten Art, Aufgaben zu lösen, nicht mehr bewältigen können.

Sie müssen einen so genannten Musterwechsel vollziehen, also Ballast über Bord werfen und neue Strukturen, Abläufe sowie Denk- und Verhaltensmuster in ihrer Organisation verankern, damit sie auch künftig erfolgreich sind.

Bei diesem Veränderungsprozess unterstützen wir unsere Auftraggeber, indem wir

- ◆ mit ihnen den geeignetsten Weg zum Ziel ermitteln,
- ◆ ihre Organisation auf dem Weg zum Ziel begleiten und
- ◆ ihren Mitarbeitern das Bewusstsein, Wissen und Können vermitteln, das sie zum Erreichen des Ziels brauchen.

Befindet sich Ihr Unternehmen in einer ähnlichen Situation?

Welche Aufgaben lösen wir für Unternehmen?

So verschieden wie die Herausforderungen sind, vor denen Unternehmen stehen, so verschieden sind die Anlässe, warum sie uns kontaktieren. Hier einige typische Anlässe:

- ◆ Unser Unternehmen möchte sich von einem Produktionsunternehmen (von einer Verwaltung) zu einem Dienstleistungsunternehmen entwickeln. Deshalb ... – Können Sie uns dabei unterstützen?

- ◆ Der Markt befindet sich in einem radikalen Umbruch. Darum muss unser Unternehmen ... – Können Sie uns...?
- ◆ Unser Unternehmen ist stark gewachsen. Deshalb braucht es ... – Können Sie uns...?
- ◆ Unser Unternehmen steht unter einem hohen Markt- und Wettbewerbsdruck. Darum muss es schneller und innovativer werden. – Können Sie uns...?
- ◆ Unser Unternehmen fusioniert mit einem anderen Unternehmen. Daher prallen in unserer Organisation zwei verschiedene Kulturen aufeinander. – Können Sie uns...?
- ◆ Zwischen den Bereichen unseres Unternehmens sowie deren Leitern kommt es regelmäßig zu Konflikten. Daraus resultieren hohe Reibungs- und Effizienzverluste. – Können Sie uns...?
- ◆ Wir müssen unsere Produktion (unsere Verwaltung, unseren Vertrieb) umstrukturieren. Dadurch verändern sich auch die Arbeitseinhalte und die Ablaufprozesse. – Können Sie uns...?
- ◆ In unserem Unternehmen werden viele kluge Entscheidungen getroffen. Doch leider wird nur ein Bruchteil umgesetzt. – Können Sie uns...?
- ◆ Unsere Unternehmensleitung hat entschieden. Doch wir sind unsicher, wie wir vorgehen sollten, um dieses Ziel zu erreichen. – Können Sie uns...?
- ◆ Für unser Unternehmen arbeiten viele hochqualifizierte und entsprechend selbstbewusste Spezialisten. Von denen kocht jeder sein eigenes Süppchen. – Können Sie uns...?
- ◆ Wir haben neue Führungsleitlinien eingeführt. Doch leider klappt die Umsetzung nicht ... – Können Sie uns...?
- ◆ In unserem Markt herrscht ein scharfer Verdrängungswettbewerb. Deshalb müssen unsere Mitarbeiter den Markt aktiver bearbeiten ... – Können Sie uns...?
- ◆ Ich habe das Gefühl: Unser Unternehmen steht an einem Scheidepunkt. Es muss etwas geschehen, sonst ... – Können Sie ...?

Stehen Sie oder Ihr Unternehmen vor einer ähnlichen Herausforderung?

Wenn ja, dann sollten wir miteinander sprechen.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf

WSFB-Beratergruppe Wiesbaden

Aarstraße 1

65195 Wiesbaden

0611/15766-11 / wsfb@wsfb.de / →

Antwort-Fax

Fax 0611/15766-22

Ich bin interessiert. Senden Sie mir Informationen zu...

- Systemischer Organisationsberatung
- Prozessberatung zur Visions- und Strategieentwicklung
- Planung und Umsetzung von komplexen Veränderungsprozessen
- Beratung zu Teamentwicklung und Teamproduktivität
- Weiterbildung und Coaching von Führungskräften und Projektleitern
- Weiterbildung und Coaching von Beratern und Change Agents
- WSFB – Beratergruppe Wiesbaden

Ich bin an Ihren Informationen nicht interessiert. Streichen Sie mich aus Ihrem Verteiler.

Senden Sie mir bitte zukünftig Ihre Informationen an meine E-Mail-Adresse:

_____ @ _____

Ich bin nicht der "richtige" Ansprechpartner. Senden Sie Ihre Unterlagen bitte an:

Ich kenne eine Kollegin/einen Kollegen, die/der auch Interesse an Ihrem Newsletter hat. Senden Sie Ihre Unterlagen bitte an:

Ich bin an einem persönlichen Gespräch mit Ihnen interessiert.

Nehmen Sie mit mir Kontakt auf. Meine Telefon-Nr. _____

Name

Firma