Schau

INS G.A.S. BLATTL 01/18

Neue Werte.

Wertschöpfung durch Wertschätzung: Kamingespräch zu Herausforderungen und Chancen des Wertewandels für die Unternehmenspolitik.

Seite 8

GAS geben und lernen.

Vom Marketing-Abc über Computer-Kompetenz bis zum Management: das G.A.S. College.

Seite 15

GO FOR GOLD.

G.A.S.

19 Jahre, unerschrocken und ehrgeizig. Trotz einer starken Sehbehinderung hat Carina Edlinger nie den Mut und die Lebensfreude verloren. Nach vier Weltcupsiegen und dem Gesamtweltcupsieg 2016/17, dem Doppelweltmeistertitel und einer WM-Bronzemedaille strebt die Para-Langläuferin im Team mit ihrem Bruder Julian Edlinger nun eine Medaille bei der Olympiade in Südkorea an. Fakt ist: Was die beiden angehen, hat Hand und Fuss. Wir durften das Power-Duo näher kennenlernen.

Seite 2

GEISTERUNG

Klaus Meingassner

SELBSTREFLEXION UND FEEDBACK SIND DIE BESTEN MESSLATTEN.
“Klaus Meingassner

DIE MOTIVATION UNSERER ZEIT?

Es gibt sie. Diese Persönlichkeiten, die uns mitreißen, denen wir an den Lippen hängen, von denen wir uns gerne anstecken lassen. Und es gibt Unternehmen, bei denen man sofort den positiven Spirit fühlt und am liebsten gleich bleiben möchte. Beim G.A.S. Kamingespräch kehrten wir die Werte der Zeit vor den Teppich und diskutierten, warum der Mitarbeiter auch einmal König, die Großmutter eine Persönlichkeit und das Sein doch vor dem Schein sein sollte. Eines vorweg: Die Begeisterung war eine große.

Ein Unternehmen, das begeistert. Wie steckt man seine Mitarbeiter an, die eigene Vision zu leben?

Helmut Gruber (G.A.S.): Ich verlange viel, gebe aber auch viel. Ein attraktives Arbeitsumfeld und Zusatzleistungen sind das eine. Das andere ist der Vertrauensvorschuss, den ich jedem Mitarbeiter entgegenbringe. Ich mische mich nicht in alles ein, sondern ermutige dazu, eigene Entscheidungen zu treffen. Das ist für mich eine wichtige Form der Wertschätzung: dem Mitarbeiter zu zeigen, dass er wichtig ist. Dazu gehört auch das gemeinsame Bier am Feierabend. Das Ergebnis überrascht mich ja oft selbst, weil es so gut ist. Das merkt dann auch der Kunde. Kurz gesagt: Der Mitarbeiter ist bei mir König, damit der Kunde bei ihm Kaiser sein kann. Und es funktioniert.

Gabi Wimmler: Gelebte Wertschätzung und vorgelebte Begeisterung. Das sind für mich zentrale Punkte einer gesunden Unternehmenskultur. Der Chef muss selbst von dem überzeugt sein, was er tut. Das Ausnutzen von Machtpositionen ist hingegen ein absolutes No-Go. Nur Vertrauen schafft Kontrolle, weil gute Leute dann frei arbeiten und automatisch viel zurückkommt. Ich bin zu 100 % überzeugt, dass nur solche Firmen langfristig erfolgreich sind.

Stefanie Aunitz (G.A.S.): Es ist ein Unterschied, ob du still in deinem Büro dahinarbeitest oder auch mal gefragt wirst, wie es läuft. Feedback ist für mich das Wichtigste. Ohne direkten Kundenkontakt weißt du oft gar nicht, wie deine Arbeit angenommen wird. Auch negative Rückmeldungen gehören dazu, wir sollen ja besser werden. Ein positives Feedback wiegt definitiv fünf negative auf.

Motivation durch finanzielle Anreize. Reicht das noch aus?

Tanja Bauer: Ein gutes Gehalt ist Teil der Wertschätzung. Trotzdem kannst du damit keine Begeisterung auslösen. Mein Thema, der Sport, ist pure Begeisterung. Nur so kannst du über deine Kräfte hinaus arbeiten. Und Lob ist für mich immer noch die beste Motivation, wird aber viel zu selten ausgesprochen.

Gabi Wimmler: Begeisterung ist nicht käuflich. Mit der Begeisterung kommt auch der Erfolg, während Topverdiener ganz leicht ausbrennen können, wenn sie nicht von ihrer Arbeit überzeugt sind. Spitzenleistungen kann man da nicht erwarten.

Klaus Meingassner: Finanzielles ist vielleicht auf den ersten Blick wichtig. Auf den zweiten Blick geht es um das Klima im Team, um das eigene Wohlbefinden bei der Arbeit.

Wie erreicht man also innere Stabilität? Selbst in unsicheren Zeiten?

Klaus Meingassner: Eine gute interne Kommunikation macht viel aus. Stille Post ist immer ein schlechter Stimmungsmacher. Miteinander zu reden, Dinge nicht totzuschweigen, ist der richtige Weg.

Tanja Bauer: Selbst wenn es oft leichter ist, eine Mail zu schreiben – du wirst nur im persönlichen Kontakt alles richtig verstehen und deuten. Gestik, Mimik, die unmittelbare Reaktion – all das geht durch die digitale Kommunikation verloren. Die Kommunikation im Team ist das Allerwichtigste.

Gabi Wimmler: Die interne Gesprächskultur ist das eine, die Erfahrung und Lebensgeschichte, die jeder Einzelne von außen mitbringt, das andere. Jeder bringt seine eigene Persönlichkeit mit ins Unternehmen.

Stichwort Persönlichkeit. Eine zu sein, bedeutet gleichzeitig eine zu haben?

Tanja Bauer: Eine Persönlichkeit steht für mich zu 100 % zu dem, was sie sagt und tut, und kann sich auch Fehler eingestehen. Jemand, der jedem auf Augenhöhe begegnet, einer Servicekraft genauso wie einem Rennfahrer. Niki Lauda ist für mich eine solche Persönlichkeit. Ich habe ihn noch nie wanken gesehen.

Gabi Wimmler: Persönlichkeiten sind doch allgemein Menschen, in deren Gegenwart man sich wohlfühlt. Authentizität spielt eine große Rolle. Zu seinen Werten zu stehen, zu begeistern, das ist für mich Charisma und daraus entsteht der positive Spirit. Und: Persönlichkeiten handeln automatisch aus dem inneren Antrieb zum Wohle aller Beteiligten.

Helmut Gruber: Für mich ist es auch Persönlichkeit, Höchstleistungen zu erbringen und sich nur mit dem Besten zufrieden zu geben. Marcel Hirscher zum Beispiel, der mir beim Shooting letztens sagte, er habe im letzten Jahr bis auf Weihnachten keinen einzigen Tag freigehabt. Jemand, für den der Zweite immer der erste Verlierer sein wird. Oder auch Markus Meindl und Didi Mateschitz, die einfach richtig lässige Typen sind. Es ist schon auch die Leidenschaft, die erfolgreich macht.

Gabi Wimmler: Raus aus dem Mittelmaß ist sicher die Devise. In unserer Gesellschaft gibt es leider auch zu viel Mittelmaß.

Liegt Mittelmaß im Trend? Abseits der Ausnahmeerscheinungen? Gibt es Persönlichkeit nicht auch im Kleinen?

Tanja Bauer: Natürlich. Meine Großmutter zum Beispiel ist so eine Lichtgestalt. Sie hat sich immer Zeit genommen, und das mit größter Begeisterung. Eine so bedingungslose, authentische Liebe zu vermitteln, bedeutet für mich auch Persönlichkeit.

Klaus Meingassner: Oder eine Mutter, die zehn Kinder aufgezogen hat, die alle fest im Leben stehen.

Gabi Wimmler: Ja, das Große entsteht ja immer aus dem Kleinen. Der Erfolgsfaktor Mensch gewinnt an Bedeutung. In Zeiten des digitalen Wettbewerbs sehnen wir uns wieder mehr nach Werten wie Herzlichkeit, Empathie und Authentizität. Darin liegt die Zukunft. Menschen, die nicht danach leben, was sie sagen, werden es viel schwerer haben, erfolgreich zu sein.

Leistung von sich und anderen zu fordern soll auch sinnvoll sein. Stellen wir uns doch die Frage nach dem Sinn.

Stefanie Aunitz: Zu lernen, sich weiterzuentwickeln, besser zu werden, das bedeutet Sinn für mich. Ich habe mich sehr früh für eine Richtung entschieden, doch der Weg ist trotzdem nicht vorgezeichnet. Links und rechts zu schauen kann nie schaden.

Tanja Bauer: Das verstehe ich gut. Am Anfang gehört viel Mut dazu, sich abseits von Vorschlägen anderer darüber klar zu werden, was man wirklich will. Und Nein zu sagen ist die größte Herausforderung. Nur wer mutig ist, gewinnt. Ich selbst habe mich erst mit 35 gefunden. Kein junger Moderator ist seiner selbst. Das kommt erst nach zehn, zwanzig Jahren. Irgendwann stehst du zu dir und alles, was du ausprobiert hast, ergibt Sinn.

Gabi Wimmler: Mut wird immer belohnt. Sich aus der Komfortzone zu wagen, beruflich oder privat, bedeutet immer, Ängste zu überwinden. Doch nur wer sich verändert, entwickelt sich weiter. Aus der Veränderung entstehen erst charismatische Persönlichkeiten, wie Helmut zum Beispiel.

Helmut Gruber: Vor zehn Jahren konnte ich mir den heutigen Erfolg nicht ausmalen. Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht, die richtigen Leute getroffen und an das geglaubt, was ich tue. Ich bin mir und meinen Werten immer treu geblieben. Aber auch Klaus ist ein gutes Beispiel: Als wir uns kennenlernten, warst du Sachbearbeiter in einer Druckerei. Heute bist du Abteilungsleiter einer großen Firma.

Klaus Meingassner: Nach einem schweren Autounfall habe ich mir die Frage nach dem Sinn gestellt. Ich bin aus der Mühle ausgebrochen, habe mich richtig angestrengt und mich für einen neuen Weg entschieden. Seither macht alles für mich Sinn, das Negative wie Positive.

ERFOLG = 85 % PERSÖNLICHKEIT, 15 % FACH-KOMPETENZ.

"Gabi Wimmler

Gabi Wimmler

Helmut Gruber & Tanja Bauer

LOB IST DIE BESTE MOTIVATION.

"Tanja Bauer

Stefanie Aunitz

Helmut Gruber (G.A.S. Geschäftsführer): gelernter Kellner, Vertriebsprofi, Firmengründer.
Stefanie Aunitz (G.A.S. Grafik): ausgebildete Mediendesignerin im Maturajahr.
Gabriele Wimmler (Motivations- und Mentaltrainerin): Vertriebs- und Marketingspezialistin. gabriele-wimmler.at
Klaus Meingassner (Marketingleitung Bayerwald): gelernter Drucker, studierter Druck- und Medientechniker. bayerwald-online.com
Tanja Bauer (Sport-Moderatorin bei Sky TV): Journalistin. tanjabauer.com

...OPTIK. HAPTIK.

WANT IT!

DAS KANN MEHR.

Man nehme ein feines Hideaway auf der Alm, rücke es mit professionellen Fotos ins beste Licht, überlege sich ein paar messerscharfe Botschaften und verpacke das Ganze in ein Layout, das richtig Eindruck hinterlässt. Dann wähle man unter den feinsten Papieren und lasse es von der Druckerei des Vertrauens in ein Objekt der Extraklasse verwandeln. Und fertig ist die Imagebroschüre für die Forsthofalm. Oder ist es doch nicht ganz so einfach gewesen? Wir haben uns etwas überlegt – etwas Außergewöhnliches und Raffiniertes, das bis ins kleinste Detail durchdacht ist.

FÜHL MAL.

Du merkst es gleich, wenn du es angreifst. Der Umschlag ist aus Baumwolle, das Papier ist anders und vielseitig. Die Farben und lackierten Elemente sprechen dich an. Du wirst neugierig und verspürst plötzlich das Bedürfnis, dir Zeit dafür zu nehmen. Du willst Seite für Seite durchblättern und entdecken, was dahintersteckt. Du gewinnst langsam mehr Einblick: Es geht um ein Holzhotel mitten auf der Alm, umgeben von Bergen und Wäldern. Es wirkt bodenständig und cool, aber doch mit jedem Komfort ausgestattet. Luxus und doch Gemütlichkeit zum Wohlfühlen. Du siehst junge Menschen, die Emotionen zeigen und von denen du spürst, dass sie ihr Leben genießen. Darunter mengen sich leuchtende Farben, die nur so vor Lebendigkeit sprühen. Du tauchst immer mehr ein und spürst, wie die Zeit am Berg plötzlich zu deinem eigenen Abenteuer wird. Je öfter du es in die Hand nimmst, desto mehr entdeckst du. Lebensgefühl und Lebensfreude, Liebe zum Detail und Leidenschaft – und das alles zum Angreifen und Fühlen.

HANNA AM WORT.

„Modern, jung, lässig: So präsentiert sich das Hotel Forsthofalm in Leogang. Bei der grafischen Umsetzung der Imagebroschüre war mir also eines klar: Es sollte ungewöhnlich viel Mut zur Farbe zeigen und damit kontrastreich gegenüber anderen Natur- und Holzhotels mitten am Berg hervorstechen. Es sollte Lebenslust und das Gefühl der Freiheit, andere Wege zu gehen und dabei Neues zu entdecken, vermitteln. Zum Entdecken gibt es auch verkürzte Seiten, hinter denen der Text bewusst versteckt ist, um die volle Kraft der Bilder entfalten zu lassen. Die Texte drängen sich nicht auf, sondern man kann sie suchen. Statt Worten kann man auch nur ebenso aussagekräftige Bilder wirken lassen. Das Thema „Verstecken und Entdecken" findet sich auch im Hotel selbst in Form von vielen Details im Kleinen wieder. Ein besonderes Erlebnis ist auch die Haptik. Die Rauheit des Umschlagspapiers spiegelt die Natur und die silberne Heißfolie den Luxus wider. Die Pinselstriche am Cover stehen für das Ungezähmte und die Freiheit der Natur, die auch das geprägte Rechteck durchbricht. Ein Umschlag aus 100 % Baumwolle, der die Natürlichkeit ebenso verkörpert wie das mit dem EU-Ecolabel und FSC-zertifizierte Kernpapier. Generell lebt die gesamte Titelseite von Gegensätzen, die aber eine Einheit bilden: rau und glatt, weich und hart, gerade und schräg, still und bewegt, matt und glänzend. Von der ersten bis zur letzten Seite ist das Konzept durchdacht: Das Rechteck auf der Titelseite ist genau so breit wie die verkürzten Seiten im Innenteil, wodurch eine Verbindung zwischen Kern und Umschlag hergestellt wird. Die verkürzten Seiten im Kern sind im goldenen Schnitt angelegt und dadurch ein Eyecatcher."
"Hanna Auer, Design