

Weiterbildung Wirtschaftsenglisch und Projektmanagement: Wofür qualifiziert das Intensivseminar bei der Berlitz Sprachschule? Seite 67
 Online Karrieretipps, Interviews, Arbeitsrecht – alles rund um die Themen Job, Aufstieg und Berufsleben Abendblatt.de/karriere

ARBEITSRECHT

Soll ich einem Betriebsübergang zustimmen?

Die Leserfrage: Ein Teil des Betriebs, in dem ich tätig bin, soll verkauft werden. Mein Chef hat mitgeteilt, dass wir nun die Wahl haben, für den Käufer weiterzuarbeiten oder gekündigt werden würden. Wie ist das zu verstehen?

Das sagt Rechtsanwältin Silke Grage: Wird ein Betrieb oder Betriebsteil verkauft, gehen nach Paragraph 613a Bürgerliches Gesetzbuch die Arbeitsverhältnisse auf den Käufer über, und dieser tritt in die Rechte und Pflichten aus den bestehenden Arbeitsverhältnissen ein. Vorab müssen die betroffenen Arbeitnehmer entweder von ihrem alten Arbeitgeber oder von dem Erwerber umfassend über den Betriebsübergang unterrichtet werden. Ist ein Arbeitnehmer mit dem Betriebsübergang nicht einverstanden, kann er innerhalb eines Monats widersprechen. Die Widerspruchsfrist beginnt aber erst mit vollständiger und ordnungsgemäßer Unterrichtung.

Bei einem Widerspruch laufen Sie unter Umständen Gefahr, betriebsbedingt gekündigt zu werden, wenn Ihr alter Arbeitgeber keine Beschäftigungsmöglichkeit mehr für Sie hat. Nach Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts (Urteil vom 31.5.2007, 2 AZR 276/06) muss dann jedoch innerhalb der gesamten Belegschaft eine Sozialauswahl erfolgen. In Ihrem Fall müssten bei einer Kündigung alle Kollegen, die mit Ihnen vergleichbar sind, auch diejenigen, die nicht von dem Teilbetriebsübergang betroffen wären, mit in die Auswahl einbezogen werden.

Eine Ausnahme macht die Rechtsprechung aber, wenn der Widerspruch einer größeren Anzahl von Arbeitnehmern gegen einen Teilbetriebsübergang tiefgreifende Umorganisationen notwendig machen würde, die zu schweren betrieblichen Ablaufstörungen führen können. Dann würden nur die Arbeitnehmer, die dem Betriebsübergang widersprochen haben, von einer betriebsbedingten Kündigung betroffen sein.

Bevor Sie entscheiden, ob Sie für den Erwerber arbeiten, sollten Sie das Informationsschreiben zum Betriebsübergang genau prüfen und Auskünfte über den Käufer und dessen Solvenz einholen. Weiter wäre zu prüfen, ob Sie im Falle eines Widerspruchs von einer Kündigung bedroht wären.



Unsere Autorin Silke Grage ist Fachanwältin für Arbeitsrecht in Hamburg. www.ra-grage.de

Liebe Manager, schlafen Sie mehr!

Gestressten Führungskräften serviert Berater Ulrich Bauhofer Ingwer-Wasser statt Kaffee – und verändert ihr Leben

LARS HAIDER

Stressexperte Ulrich Bauhofer will Managern zu mehr Ausgeglichenheit und neuer Energie verhelfen. Wie macht er das?

Hamburger Abendblatt: Herr Dr. Bauhofer, Sie locken Führungskräfte mit „zehn Erfolgsgeheimnissen für ihre Führungskraft“ in Ihr Seminar – und reden dann über Ernährung, Bewegung, über Entgiften und Schlafen, warum? **Ulrich Bauhofer:** Führungskräfte sind darauf getrimmt, auf positive Bilanzen zu achten. Doch wie achtsam gehen gerade sie mit ihrer persönlichen Energiebilanz um? Mit Energie nämlich verhält es sich nicht anders als mit Finanzen: Wenn wir kontinuierlich mehr ausgeben, als wir einnehmen, endet das in absehbarer Zeit in der Insolvenz. Auf einen energetischen Konkurs zuzusteuern bedeutet, sich zunehmend müde, erschöpft, lustlos, leer, ohne Motivation und Begeisterung zu fühlen – einfach an nichts mehr Freude zu empfinden. Viele Führungskräfte unterschätzen total, wie stark ihre energetische Verfassung die Performance ihrer Mitarbeiter beeinflusst. Denn ganz instinktiv prüfen Mitarbeiter am Morgen die Befindlichkeit ihrer Chefs und stellen ihr Verhalten darauf ab. Inspiriert, energetisiert und mitgerissen können sie jedoch nur von einer Führungspersönlichkeit werden, die selbst brennt.

Wie reagieren Manager, wenn Sie sie mit diesen Thesen konfrontieren, Ingwer-Wasser servieren und ihren Ayurveda-Typ bestimmen?

Bauhofer: Teilweise überrascht, aber interessiert. Sie sind ja daran gewöhnt, mit Kaffee versorgt zu werden. Doch zu viel Kaffee macht den Organismus sehr sauer. Heißes Ingwerwasser hingegen regt Verdauung und Stoffwechsel an, entsäuert und entgiftet. Ingwer wirkt außerdem antioxidativ, also gegen freie Radikale, antibakteriell und entzündungshemmend. Und was die Typologie eines Menschen betrifft: Die Erfassung des ayurvedischen Konstitutionstypen ermöglicht es individuell maßgeschneidertes Energiemanagement. Es geht ja nicht darum, Manager mit Ayurveda vertraut zu machen, sondern lang erprobte ayurvedische Konzepte zu nutzen.

Einer Ihrer wichtigsten Ratschläge ist: Schlafen Sie mehr. Wie soll das gehen?

Bauhofer: Meine Empfehlung ist, sich so viel Schlaf zu gönnen, wie man braucht. Das ist individuell sehr unterschiedlich. Fest steht jedoch: Die meis-

ten Menschen schlafen, gemessen an ihrem persönlichen Bedarf, zu wenig. In den vergangenen Jahren hat sich die durchschnittliche Schlafdauer in Deutschland auf sieben Stunden verkürzt – und das bei stetig wachsender psychischer Belastung. Schlaf ist aber der wichtigste regenerative Prozess, über den der Körper verfügt. Wenn Sie pro Nacht nur eine Stunde zu wenig schlafen, summiert sich dieses Defizit auf fast volle zwei Wochen im Jahr. Unvermeidliches Resultat: geringeres Leistungsvermögen, weniger Belastbarkeit,

Gereiztheit, Unlust, kaum mehr Freude. Darum gibt es eine einfache Antwort auf die Frage: Gehen Sie so früh ins Bett, dass Sie ausreichend schlafen können. Es lohnt sich, Ihre gesamte Lebensqualität profitiert davon.

Sie raten auch, auf das Frühstück zu verzichten. Aber wir haben doch in der Schule gelernt: Frühstücke wie ein Kaiser ...

Bauhofer: Auch das lässt sich nicht verallgemeinern. Wer Hunger hat, soll essen. Das Sprichwort, auf das Sie sich beziehen, stammt aus einem Jahrhundert, in dem 90 Prozent der

Bevölkerung in der Landwirtschaft gearbeitet haben. Zu dieser Zeit haben sich die Menschen nicht sofort nach dem Aufstehen an eine reich gedeckte Tafel gesetzt. Sie haben erst im Stall und auf dem Feld geschuftet, ihren Stoffwechsel dadurch in Schwung gebracht und erst nach einigen Stunden gefrühstückt. Abends haben sie kaum etwas gegessen, auch um besser zu schlafen. Heute nehmen viele Menschen abends ihre Hauptmahlzeit zu sich, Manager bei ihren Geschäftsessen oft viel zu spät und zu schwer, frühstücken dann gleich wieder am Morgen, obwohl die vorige Mahlzeit noch gar nicht richtig verdaut ist. Dadurch wird die Nahrung nicht zum Energiespender, sondern zu einem Energieräuber.

Die wichtigste Frage zuletzt: Wie erkennt man denn, dass der Akku leer ist?

Bauhofer: Müdigkeit, Schlaf- und Lustlosigkeit, Konzentrations- und Gedächtnisschwäche, Angstzustände, depressive Verstimmung – das sind Signale chronischer Erschöpfung. Aber auch körperliche Störungen wie Spannungskopfschmerzen, Rückenprobleme, Reizmagern oder Bluthochdruck können auf übermäßige Belastung hinweisen. Die Zahl der Fehlzeiten von Arbeitnehmern mit psychischen Erkrankungen ist seit 1994 um 88 Prozent gestiegen. Diese alarmierende Entwicklung weist auf die dringende Notwendigkeit eines wirksamen Energiemanagements hin. Unsere wichtigsten Energiespender sind ausreichend Licht, frische Luft, Ruhe und Schlaf, ausgewogene Ernährung, genügend Flüssigkeit, regelmäßige Entgiftung, Bewegung, eine erfüllte Partnerschaft, Erfolg, Lachen und Sinn.

Zur Person

Dr. med. Ulrich Bauhofer, 61, ist Arzt, Autor und Meditationstrainer. Er gilt als einer der renommiertesten Ayurveda-Spezialisten außerhalb Indiens und hat sich als Experte für Stressmanagement etabliert. Zehn Jahre leitete er eine große Ayurveda-Klinik. Derzeit betreibt Bauhofer eine Arztpraxis in München, berät Firmen beim Gesundheitsmanagement, hält Seminare und Vorträge. Er ist Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Ayurveda und Mitinitiator des Zukunftslabors Weimarer Visionen. Sein aktuelles Buch heißt „In Balance leben: Wie wir trotz Stress mit unserer Energie richtig umgehen“ (Südwest Verlag, 16,99 €). www.drbaufhofer.de



Ayurveda-Arzt Ulrich Bauhofer coacht Manager. Foto: API

BUCH DER WOCHE

Was bringt Beratung?

ANDREAS MATZ

Inhalt: ●●●●●

Sie gehört zu ihnen. Seit mehr als 30 Jahren arbeitet die Autorin als Unternehmensberaterin. Im Vorwort entschuldigt sie sich ein wenig pathetisch im Namen aller Kollegen für den Schaden, den Berater in Unternehmen anrichten. Der Vorwurf an die eigene Zunft lautet: In immer wiederkehrenden Wellen kommen Berater mit neuen Managementmethoden um die Ecke und verkaufen diese als der Weisheit letzten Schluss. Häufig bringt das gar nichts. Dass zu einem solchen Geschäft immer zwei gehören, verschweigt sie geflissentlich. Letztlich wird jedes Beratungsmandat von einer Unternehmensführung beauftragt und bezahlt.

Der wirklich interessante Aspekt an diesem Buch ist die detaillierte und kritische Würdigung verschiedener Managementmethoden und Beratungsansätze der vergangenen 30 Jahre. Das beginnt mit Porters Klassiker zur Wettbewerbsstrategie aus den frühen 80ern und führt über viele Stationen bis zu den gegenwärtig noch virulenten Themen Talentmanagement und Führungskräfteentwicklung. Phelans Botschaft: Das wird alles überschätzt. „Ein guter Manager zu sein ist nicht viel anders, als ein guter Mensch zu sein.“ Und an anderer Stelle heißt es: „Was die Welt garantiert nicht braucht, sind weitere Managementmodelle.“

Präsentation: ●●●●●

Karen Phelan nimmt kein Blatt vor den Mund. Sie erzählt sehr authentisch und ehrlich. Mehr als einmal schildert sie, wie sie selbst als Unternehmensberaterin völlig falsch lag. Es gibt aber auch mehr als ein positives Beispiel dafür, wie sie mit dem richtigen Tipp ihren Klienten hohe Verluste erspart hat. Eine so ungeschminkte Sicht aus Beraterperspektive ist selten zu finden.

Praxiswert: ●●●●●

Erfolgreiche Unternehmen werden heute anders geführt als vor 30 Jahren. Natürlich helfen neue Denkansätze und Methoden der veränderten Realität Rechnung zu tragen. Wenn Firmen dabei die Hilfe von Unternehmensberatern in Anspruch nehmen, ist das auch völlig in Ordnung. Es gibt allerdings keinen Grund, ihnen blind zu vertrauen. Wer dieses Buch gelesen hat, kann besser kritisch nachfragen.



„Hoppla, ich habe Ihre Firma versenkt“ von Karen Phelan. Erschienen bei Orell Füssli, 224 Seiten, 21,95 Euro

Preisnachlässe von Hotels finden

Gründerköpfe Drei Mittdreißiger haben sich mit einem Reise-Vergleichsportal selbstständig gemacht

ANDREA PAWLIK

Ein Jahr lang haben sie ihr Portal im Betrieb getestet und verfeinert. „Jetzt können wir sagen, es ist cool und läuft“, zieht Carlos Borges Bilanz. Im März soll die finale Version online gehen. „TripRebel“ haben Borges und seine zwei Mitstreiter ihr Hotel-Vergleichsportal genannt. „Die Marke steht für ein anderes Reisen“, sagt der Gründer. „Unsere Zielgruppe sind vor allem Individualreisende.“ Ihnen soll es weniger auf Schnäppchen als auf günstige Qualität ankommen. Vor allem Drei- bis Vier-Sterne-Hotels hat TripRebel darum im Angebot, erklärt Carlos Borges.

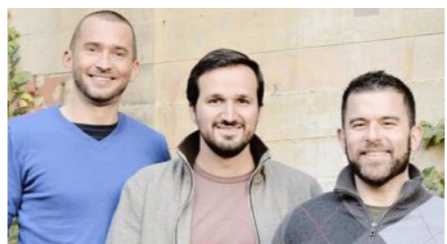
Zurzeit leben die drei Gründer – außer Wirtschaftswissenschaftler Borges sind das der IT-Manager Arthur Kullnig und Neurowissenschaftler Gernot G. Supp – noch von ihren Rücklagen. Ihre alten Jobs in IT, Wissenschaft und Produktmanagement haben die drei Mittdreißiger für ihre Gründung aber längst gekündigt. Denn dass ihr Reiseportal sich am Markt etablieren wird, steht für sie außer Frage. „Der Preisvergleich ist für Kunden nicht alles“, sagt Borges. „Ein Vergleich der Leistungen ist das Wichtige – und das bieten die anderen am Markt nicht.“

Die Geschäftsidee geht so: Jemand bucht auf TripRebel ein Hotel. Durch eine Kooperation mit einem großen Reiseanbieter stehen den Kunden dort zurzeit rund 205.000 Hotels zur Aus-

wahl. „Der Preis wird dann von unseren Algorithmen verfolgt“, sagt Carlos Borges. Wird dasselbe Hotel mit vergleichbaren Services bis zum Reiseantritt noch einmal billiger angeboten, schlägt die Software zu: bucht das neue und storniert das alte Angebot. „Und die Differenz zwischen den Preisen wird dem Kunden zurücküberwiesen.“

Das Vergleichsportal lebt von den Provisionen, die Hotels für die Vermittlung von Gästen zahlen. Dass sie den Kunden ja schon einmal für mehr Geld an der Angel hatten, darf sie nicht stören: „Wir agieren gemäß deren Konditionen“, sagt der Gründer. Wehren werden sich die Hotels nicht gegen TripRebel, glaubt Borges. „Die Anbieter haben immer Angst, nicht dabei zu sein, wenn sich ein neues Instrument am Markt etabliert.“

Laut Carlos Borges können sich die bisherigen Erfolge sehen lassen: Ihre Auswertungen hätten ergeben, dass



Die Gründer der Hamburger Firma TripRebel (v. l.): Gernot Supp, Carlos Borges und Arthur Kullnig. Foto: privat

TripRebel in 32 Prozent der Fälle bessere Preise findet und die Kunden durchschnittlich 16 Prozent sparen. „Wir arbeiten aber weiterhin permanent an den Algorithmen“, sagt Carlos Borges. „Das wird noch besser werden“, kündigt er an.

Die Idee zu TripRebel entwickelten die drei Freunde unter anderem auf gemeinsamen Reisen. „Dabei haben wir auch festgestellt, dass wir gut zusammenpassen“, erzählt Borges. Er und Gernot Supp kannten sich vom Fußballspielen, Supp wiederum war schon länger mit Kullnig befreundet. Dass zwei von ihnen in Hamburg ansässig sind, der dritte in Graz, funktioniere problemlos. Ein Umzug, egal in welche Richtung, hätte nur Zeit, Geld und Nerven gekostet und keinen Vorteil gebracht, findet Borges. Schließlich arbeite TripRebel auch reibungslos mit einem Designer in Italien und Programmierern in Indien zusammen.

Nach der intensiven Phase der Entwicklung des Internetauftritts und seiner Funktionen steht für die Gründer jetzt erst einmal das Thema Kapital im Vordergrund: Ein Investor wird gesucht. „Außerdem wollen wir unser festes Team verstärken“, erzählt Borges. Demnächst sollen erst einmal ITler und ein Marketingexperte an Bord kommen – weitere Mitarbeiter könnten folgen.

www.triprebel.com

Ihr Kontakt zum Stellenmarkt
 Anzeigenberatung Hamburg
 Tel. 040/347-2 84 44
 Anzeigenannahme für Kleinanzeigen
 Tel. 040/35 10 11
 Hamburger Abendblatt
 ANZEIGE

KOMPASS



Mehr Mut zur Freundlichkeit

EIN KOMMENTAR VON JOACHIM PAWLIK

Egal, ob Sie Kaffee, Luxusautos oder Unternehmensberatung verkaufen wollen – Voraussetzung ist eine intakte Beziehung zu Ihrem Kunden. Und dafür legen Sie in dem Moment den Grundstein, wenn Ihr Kunde zur Tür hereinkommt, Sie anruft oder Sie in seinem Haus empfängt. Sie wissen schon – für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance, die Begrüßung ist maßgeblich für den Erfolg.

Aber worauf ist in diesen Sekunden achten? Die wichtigste Regel: Freuen Sie sich, seien Sie neugierig, und lassen Sie sich das auch anmerken. Machen Sie ein freundliches Gesicht, suchen Sie den direkten Blickkontakt und verwenden Sie eine offene Gestik. „Wie geht es Ihnen?“ Diese Frage können Sie so stellen, dass bei Ihrem Gesprächspartner der Eindruck entsteht, dass es Sie wirklich interessiert. Sich das bewusst zu machen, klingt leichter als es ist – da wir uns selbst nicht im Spiegel sehen. Wir ärgern uns zwar über andere Menschen, doch unserer eigenen Wirkung sind wir uns nur selten bewusst.

Die größte Herausforderung beim Aufbau der Beziehungsebene ist es jedoch, als erster freundlich zu sein. Denn jeder herzliche und wertschätzende Erstkontakt birgt immer auch das Risiko, nicht erwidert zu werden. Und das ist schmerzhaft. Die emotionale Wirkung ist ähnlich wie in der „Sozialakquise“. Wenn wir jemanden fragen, ob er mit uns ausgehen will – und die Reaktion fällt eher nüchtern oder sogar ablehnend aus.

Daraus resultiert oft eine abwartende Haltung beim nächsten Versuch. Denn wir wollen uns sicher sein, dass wir gute Chancen haben. Doch dieses Denken funktioniert im Vertrieb nicht. Denn der Kunde, bei dem Sie das Risiko nicht einzugehen bereit sind, ist wahrscheinlich schon verloren.

Seien Sie also mutig, und bleiben Sie freundlich. Denn die wahrgenommene Ablehnung ist vielleicht gar keine. Ihr Kunde hat wahrscheinlich nur nicht in den Spiegel geschaut. In Wahrheit mag er Sie auch – und möchte bei Ihnen kaufen. Es sieht nur auf den ersten Blick nicht so aus.

Joachim Pawlik ist Personalentwickler, Vortragendredner und Geschäftsführer der Strategieberatung Pawlik Consultants. www.pawlik.de

WER VERDIENT WIE VIEL?			
Grafiker			
Jahresbrutto, ohne Personalverantwortung			
	Unteres Quartil	Median**	Oberes Quartil
Gesamt	25.935	30.867	36.916
Frauen	25.340	30.270	35.950
Männer	26.881	32.627	39.075
Nach Alter			
25 Jahre	22.642	26.234	30.270
35 Jahre	28.585	34.196	39.010
45 Jahre	32.462	36.728	47.881
Nach Unternehmensgröße			
Bis 100 Mitarbeiter	24.772	30.270	36.130
101 – 1000	29.026	33.978	39.827
> 1000	30.270	34.052	41.158

* Quartil = Ober- oder unterhalb dieses Wertes verdienen nur noch 25 % besser oder schlechter.
 ** Median = 50 % verdienen mehr, 50 % weniger
 PERSONALMARKT