FIND YOUR LINE

IHRE KRAFT IM UNTERNEHMERISCHEN WILDWASSER

Herbert Schreib

Impressum

HERBERT SCHREIB

Markt 271

A-5441 Abtenau

info@herbertschreib.com

V.i.S.d. § 55 RStV: Urheberrecht: Die durch den Anbieter erstellten und eingestellten Inhalte und Werke auf diesen Seiten unterliegen dem Urheberrecht. Beiträge und Werke Dritter sind als solche gekennzeichnet. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung, soweit gesetzlich nicht zulässig, bedürfen der Zustimmung des Autors.

Inhaltsverzeichnis

Intro: Kopf unter	4
1. Auf der falschen Spur	8
2. FIND YOUR LINE	12
3. Auf der Ideallinie	18
4. In eigener Sache	22
Outro: Kopf hoch	25
Angebot	28
Über den Autor	29

Intro: Kopf unter

„Liebe Kollegen, Sie wissen: Unsere Lage ist nicht rosig.“ Mit diesen Worten eröffnet Zoltan das erste Treffen mit seinem sechsköpfigen Führungsteam in der neuen Konstellation.

Er ist gerade erst – nach sechs Jahren Tätigkeit als COO – zum CEO des Unternehmens aufgerückt. Die ungarische Firma war vor gut zehn Jahren als verlängerte, günstige „Software-Werkbank“eines international operierenden deutschen Konzerns gegründet worden.

„Denn uns allen ist klar“, fährt er fort, „dass in Ländern wie Rumänien oder Indien ernstzunehmende Konkurrenz heranwächst, die ihre IT-Leistungen noch billiger anbieten können als wir.“

Alle am Tisch nicken zustimmend.

Zoltan nickt ebenfalls und fügt hinzu: „Und ich erzähle Ihnen nichts Neues, wenn ich Ihnen sage, dass wir uns extrem schwer tun, motivierte, gut ausgebildete und engagierte Software-Spezialisten

anzuheuern. Unsere Fluktuation ist hoch, die Kosten für Akquise und Einarbeitung beträchtlich. Wir sind als Arbeitgeber aktuell nicht attraktiv genug.“

Wieder allseitiges Nicken, gepaart mit einem fast resignativen Schulterzucken.

Zoltan breitet die Arme aus und sagt: „In einem Satz: Dieses Unternehmen muss sich verändern, um am Markt bestehen zu können.“

„Also, was sollen wir tun, um zukunftsfähig zu werden?“, fragt der nachgerückte COO.

„Das ist eine gute Frage.“, antwortet Zoltan, „aber nicht die erste, der wir uns zuwenden sollten …“

Wenn ein Unternehmen vor großen Herausforderungen steht, wenn alle Beteiligten ernsthaft daran zweifeln müssen, dass die Firma in fünf Jahren noch existiert, dann fühlen sich Manager und Mitarbeiter oft macht- und hilflos. Und immer mehr Unternehmen geht es angesichts der Dynamik der Märkte so.

Gerade die Führungskräfte haben den Eindruck, dass sie wie in einem Kajak durch einen wilden Fluss steuern, so wild, dass das Wasser über ihren Köpfen zusammenschlägt, sie mit ihrem Boot hin- und hergewirbelt werden und womöglich umkippen. So wild geht es her, dass sie nicht mehr wissen, wo oben und wo unten ist.

Das Unternehmen verliert die Orientierung.

Das ist keine gute Voraussetzung, um die Optionen für eine zukunftsträchtige Aufstellung zu erkennen und umzusetzen. Und auch, um für diese Zukunft die besten Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten.

Doch aus meinen Erfahrungen als Wildwasserfahrer heraus habe ich eine Strategie für Führungskräfte und Mitarbeiter von Unternehmen entwickelt, mit der

sie mit genau solchen Situationen umgehen lernen und wieder an Orientierung gewinnen. Ich nenne sie die WILDWASSER-STRATEGIE. Sie besteht aus fünf Disziplinen, die ineinander greifen: NOW steht für den Fokus auf das Jetzt, LEAN INTO IT für den Mut, Neues zu wagen, THINK WE für die Zusammenarbeit im Team, KEEP IT UP für das Motiviert- und Kraftvoll-Bleiben und eben FIND YOUR LINE – das Element, das ich Ihnen in diesem eBook vorstellen möchte.

Jede Disziplin ist für sich wertvoll und bringt Sie und Ihr Team weiter, deshalb ist es gar nicht so wichtig, wo Sie einsteigen. Wichtig ist nur, DASS Sie einsteigen und mit der WILDWASSER-STRATEGIE effektive Wege finden, wie Sie alle gemeinsam in dynamischen Zeiten stark und souverän sein können. Und noch viel mehr: Diese Methode können Sie genauso auch auf private Herausforderungen anwenden.

Let’s go, FIND YOUR LINE!

1. Auf der falschen Spur

Die Schwierigkeit, die Orientierung zu behalten, sehe ich bei Firmen in den unterschiedlichsten Situationen. Einige davon, die ich in letzter Zeit selbst erlebt habe, will ich Ihnen vorstellen.

Da ist zum Beispiel das Familienunternehmen, das der Vater gegründet und mit harter Hand in den letzten Jahrzehnten groß gemacht hat. Die gesamte Organisation ist auf diesen Patriarchen ausgerichtet. Nach seinem Tod herrscht Ratlosigkeit, sowohl bei der Eigentümerfamilie als auch bei der Belegschaft. Das Management ist weder gewohnt noch qualifiziert, ohne Vorgaben zu arbeiten. Die Ansagen des Gründers waren Programm. Und nun? Keiner weiß, wofür die Firma in Zukunft stehen kann. Und ob es sie überhaupt noch lange geben wird.

Ein ganz anderes Beispiel: Ein Geschäftsführer kündigt. Sein Nachfolger muss feststellen, dass die Zügel in diesem Unternehmen schon lange schleifen gelassen wurden. Offensichtlich hatte sein Vorgänger schon seit zwei oder drei Jahren seine Energie

vorrangig darauf verwendet, eine günstige Gelegenheit zum Absprung vorzubereiten. Es war zwar viel Geld für Pseudo-Workshops und -Trainings ausgegeben worden, doch eine echte Ausrichtung auf die Zukunft war unterblieben. Der neue Geschäftsführer stellt darüber hinaus gemeinsam mit seinem neuen Führungsteam fest: Die Firma befindet sich in Schieflage, sowohl finanziell als auch in Sachen Marktversprechen.

> Die Fragen „Was bieten wir an?“ und „Für was stehen wir?“ müssen dringend beantwortet werden.

Und noch ein drittes Beispiel, damit Sie einen Eindruck von der Bandbreite der Situationen bekommen: Mehrere Firmen im Green-Business-Bereich waren zusammengekauft worden, in der Hoffnung, dass sie als größere Einheit reüssieren könnten. Sie sind gerade nolens volens dabei, eine Gruppe zu formieren, die eine gemeinsame Ausrichtung hat, mit der sie am Markt bestehen können. Sie sehen ihre Chance darin und doch fällt ihnen diese Integration schwer.

Ein letztes Beispiel, um Ihr Bild abzurunden: Ein kreativer Gründer eines mittelständischen Unternehmens und sein mindestens ebenso kreativer Nachfolger haben im Laufe ihrer Karriere mehr als zehn verschiedene Geschäftsfelder entwickelt. Die erste Zeit waren sie sehr erfolgreich damit, doch seit etwa fünf Jahren haben sie teils massive wirtschaftliche Probleme, weil die Felder nicht zueinander passen. Es fehlt der rote Faden, was dieses Unternehmen eigentlich ausmacht.

So unterschiedlich die Firmen auch sind, eines haben sie doch gemeinsam …

Was fehlt

Das Potenzial ist da! Jedes dieser Unternehmen ist sich bewusst, dass es durchaus Schlagkraft besitzt. Und dass es – wenn es dieser Schlagkraft nur die richtige Richtung geben könnte – voller Optimismus auch in die wildesten Zeiten gehen könnte.

Das was ihnen fehlt, ist ihr Vertrauen in sich, diese Richtung zu finden.

Sie brauchen eine starke innere Richtschnur, um ihre Linie zu bestimmen.

Diese Überzeugung, dass Sie selbst Ihre Linie finden KÖNNEN, ist von extrem großer Bedeutung. Denn in bewegten Zeiten ist es wichtig, die Linie zwar nicht im Grunde zu verändern, sie aber kontinuierlich anhand neuer Gegebenheiten auszurichten. Deshalb ist Ihnen nicht geholfen, wenn Sie sich Hilfe holen und Ihre Linie festlegen lassen. Sie braucht morgen vielleicht schon eine neue Auslegung. Was hilft, ist, dass Sie selbst eine Vorstellung entwickeln, welche Kriterien eine Linie zu Ihrer Erfolgslinie macht. Und mit Mut und Vertrauen diese Kriterien jeden Tag neu auslegen, neu interpretieren.

Und genau dabei kann ihnen meine Methode helfen! Denn im Wildwasser ist das nicht anders, wie ich aus eigener Erfahrung weiß: Ganz in meiner Nähe fließt ein Fluss, den ich schon sehr oft gepaddelt bin. Man müsste meinen, ich kenne ihn in- uns auswendig. Doch auch ein Fluss verändert sich: Spätestens im Frühjahr, wenn das übliche Hochwasser durchgezogen ist, liegen die Felsen, teils auch die großen, anders. Würde ich meine Ideallinie vom letzten Jahr fahren, könnte das richtig gefährlich werden. Doch ich weiß: Ich kann auf meine Kompetenzen vertrauen. Ich werde die aktuelle Ideallinie finden.

Und das können Sie auch!

2. FIND YOUR LINE

Die Ideallinie Ihres Unternehmens ist das, was ich Ihre Kraft-Spur nenne. Sie ist so etwas wie der Persönlichkeitskern Ihrer Firma. Sehen Sie sich diese so genau wie möglich an: Diese Kraft-Spur ist

Ihre Konstante. Sie hebt Sie von der Masse ab, gibt Ihnen Profil und macht Sie attraktiv für Ihre Kunden und Ihre Mitarbeiter – aktuelle wie potenzielle. Und die Kraft-Spur gibt Ihnen die Klarheit und die Sicherheit zu unterscheiden: Wann und zu was sagen Sie als Unternehmen „Ja“, wann sagen Sie „Nein“?

Dieser Kern ist – wenn er auch wirklich Ihr Kern ist – erstaunlich beständig. Und das ist gut so.

> Egal wie die Märkte sich verändern: Solange Sie sich an Ihrer Kraft-Spur orientieren, sind Sie auf dem richtigen Weg.

Ich bekomme manchmal den Einwand zu hören, dass so eine unveränderliche Ausrichtung das Unternehmen starr und weniger anpassungsfähig macht. Dabei ist das Gegenteil der Fall: Das Bewusstsein für die beständige Kraft-Spur im Inneren macht Sie flexibel im Äußeren. Sie wissen genau, welche der vielen Optionen zu reagieren, zu Ihrem Unternehmen passt – und welche nicht. Sie können schneller und sicherer Ihre Wahl treffen.

Ich möchte Ihnen gerne ein Beispiel geben: Vor gut 50 Jahren gründete Yvon Chouinard, ein begeisterter Kletterer, das Unternehmen Patagonia. Am Anfang produzierten sie Sicherungshaken, die sicher waren und nach dem Klettern wieder leicht zu demontieren waren. Die Grundidee war also, den Kletterern Sicherheit zu bieten und im gleichen Zuge dem Fels keinen – oder zumindest nur überschaubaren – Schaden zuzufügen. Heute gilt Patagonia als attraktive und sehr erfolgreiche Marke im Bereich Outdoor-Ausrüstung und -Bekleidung. Profis und Spezialisten schwören auf die Produkte genauso wie Otto Normalverbraucher.

> Bei allen Evolutionsschritten blieb sich das Unternehmen treu.

Der Kern, die Grundidee blieb immer die selbe: Innovative Top-Produkte für Outdoor-Liebhaber anbieten und dabei gleichzeitig so ressourcenschonend wie nur irgendwie möglich zu handeln. Für Patagonia zahlt sich dieser Kern mehr als aus. So haben sich zum Beispiel für einen

interessanten Job vor Kurzem mehr als 800 Personen beworben.

Wenn Sie wissen, für was Sie stehen, können Sie zum Beispiel besser definieren, was das Thema Digitalisierung für Sie im Moment bedeutet, und entscheiden, wie Sie Ihr Unternehmen digitalisieren. Sie sparen sich, einmal dies und einmal das zu versuchen, so wie viele andere es derzeit tun. Das spart Zeit, Geld und Energie gleichermaßen.

Und erinnern Sie sich an die beiden kreativen Geister mit ihren zehn Geschäftsfeldern, von denen ich weiter oben geschrieben habe? Nachdem sie auf Anregung ihres neuen Geschäftsführers nach ihrer Kraft-Spur geforscht hatten, machten sie klar Schiff: Sie verkauften vier der zehn Sparten und fokussierten sich auf diejenigen, die zu dieser Linie

passten. Und kaum drei Jahre später stand die taumelnde Firma wieder glänzend da.

So geht es allen Unternehmen, die ich bis jetzt auf der Suche nach ihrer Kraft-Spur begleiten durfte: Es wirkt wie eine Befreiung, wenn Sie auf einmal die Klarheit haben, für was Sie stehen.

Nur wie kommen Sie zu dieser Klarheit?

Dreimal klarer

Jede Kraft-Spur besteht aus drei Komponenten: dem, was Ihrem Unternehmen SINN gibt, dem, was Ihren WERTEN entspricht, und Ihren STÄRKEN.

Auf drei einfache Fragen reduziert bedeutet das:

- Wozu gibt es uns (weit über das Geldverdienen hinaus) und was ist unser Wertversprechen?
- Was macht uns aus und wie machen wir die Dinge?
- Worauf können wir setzen und was machen wir besser als andere?

Wenn Sie mit Ihrem Unternehmen die Antwort auf diese drei Fragen gefunden haben, haben Sie Ihren gemeinsamen Nenner, Ihre gemeinsame Linie gefunden. Das ist der Prozess von FIND YOUR LINE.

Die Klarheit, die Sie auf diese Weise finden, strahlt auch nach Außen. Ich werde immer wieder gefragt, wie es sein kann, dass die kommunizierten Definitionen der Kraft-Spur des Unternehmens in Bewerbungsverfahren überhaupt als Einstellungskriterium taugen: Die Formulierungen wirkten doch oft eher schwammig. Ich kann darauf nur mit der Erfahrung der Firmen antworten, die für sich diese Klarheit geschaffen haben: Diese berichten davon, dass sie mehr geeignete Bewerber anziehen. Es bewahrheitet sich, dass Sie Mitarbeiter heute nicht mehr mit abstrakten Kennzahlen gewinnen oder auch halten können, sondern viel mehr mit der Sinnhaftigkeit und Ihrer Idee von der Zukunft.

Purpose trumps purse.

Gleichzeitig können die Firmen eine gezieltere Auswahl unter den Bewerbern treffen. Die Beteiligten wundern sich oft selbst, wie schnell klar wird, ob ein Kandidat im Sinne der Unternehmenslinie „tickt“ oder nicht – auch wenn solche Dinge wie Sinn und Werte schwer greifbar sind. Und das gilt für alle Abteilungen, so wie auch die Kraft-Spur für alle gilt.

3. Auf der Ideallinie

Die Linie, die Sie finden, steht für den Kern Ihres Unternehmens im Ganzen. Die einzelnen Abteilungen, Einheiten oder Teams können sich, an der Kraft-Spur orientiert, über ihre speziellen Stärken im Klaren werden und wie sie diese im Sinne der Kraft-Spur einsetzen können. Umso wichtiger, dass Sie Ihr FIND YOUR LINE nicht im stillen Kämmerlein vollziehen, sondern Ihre Mitarbeiter mal gerichteter, mal offener einbeziehen.

Zoltan, der ungarische CEO aus der Anfangsgeschichte – es gibt ihn übrigens wirklich, auch wenn er anders heißt –, zum Beispiel hat es so gemacht: Zunächst ist er mit seinem Führungsteam in Klausur gegangen. Sie haben erste Ideen entwickelt, wie sie den Sinn des Unternehmens definieren würden, für welche Werte es steht und auf welche Stärken es sich stützen kann. Nur eines war klar: Sie wollten raus aus der Mission der verlängerten Werkbank hin zu einer innovativen, autonomen Softwareschmiede, die mit ihren Leistungen am Markt bestehen kann.

Nach diesen ersten Überlegungen hob Zoltan die Hand und sagte:

„Stopp!“

„Nicht wir alleine arbeiten nun daran weiter, sondern wir beziehen eine große Zahl an Mitarbeitern ein. Und zwar auf eine möglichst offene, transparente Art und Weise.“ Er leitete anschließend zügig einen Prozess ein, der über vier oder fünf Monate ging. Er überzeugte alle Führungskräfte und lud auch alle

Mitarbeiter ein, daran mitzuwirken. Etwa einhundert der tausend Beschäftigten meldeten sich aus freien Stücken.

In der ersten Phase ging es ihm darum, gemeinsam herauszufiltern: Wofür stehen wir jetzt und wofür wollen wir in Zukunft stehen? Im Zentrum stand der unternehmerische Sinn.

Im nächsten Schritt loteten die Beteiligten aus: Was sind die Werte, an die wir uns im Zusammenspiel nach innen, also untereinander, und nach außen, also mit Partnern, Kunden, Wettbewerbern, orientieren wollen?

In dynamischen, kreativen Formaten wie Open-Space-Workshops arbeiteten die Teilnehmer fünf Werthaltungen heraus. Doch bevor diese fixiert wurden, ließ Zoltan diese Vorschläge über das Intranet verbreiten, zusammen mit der Bitte um Feedback. Und die Führungskräfte hielt er an, mit ihren Mitarbeitern darüber zu sprechen. Er wollte wissen, wie die entwickelten Werte ankommen, wie die Leute dazu stehen, ob die Sätze Energie erzeugen oder nicht.

Auf der Grundlage der Rückmeldungen zurrten die Prozessbeteiligten die Werte fest. Für die Präsentation des Ergebnisses wählte Zoltan ganz bewusst nicht das übliche Format einer Bühnenveranstaltung, sondern er integrierte verschiedenste neue Medien in die Vorstellung: Er nahm selbst mit dem Handy kurze Videos auf und stellte sie ins Intranet. Er animierte Führungskräfte und Mitarbeiter dazu, ebenfalls Video-Statements abzugeben, was sie von den Werten halten, wie sie sie leben und auch, wo sie sie im Unternehmen noch nicht verwirklicht sehen. So initiierte er erfolgreich einen dynamischen, unkomplizierten Dialog. Diesen Dialog pflegt er auch weiterhin in regelmäßigen Webcasts.

Mithilfe dieser Basis an Werten entwickelte er mit seinen Führungskräften Prinzipien zur Führung, die er zum „Must“ erklärte: Wer sich damit nicht identifizieren kann, kann – fachliche Eignung hin oder her – in dieser Firma keine leitende Position einnehmen.

Mit diesen Werten ging Zoltan auch aktiv nach außen: an Kunden, an Partner – und auch an Universitäten, um neue Mitarbeiter anzuwerben. Und Zoltan und sein Team haben großen Erfolg damit.

4. In eigener Sache

Wie sehr FIND YOUR LINE gleichzeitig auf Beständigkeit und auf tägliche Überprüfung entlang der Gegebenheiten ausgerichtet ist, ist mir in diesem Frühjahr durch ein dramatisches Ereignis besonders bewusst geworden: Ich bin gemeinsam mit meiner Frau von einer Lawine erfasst worden. Wie durch ein Wunder haben wir beide überlebt, meine Frau fast

unverletzt, ich mit schweren, aber nicht lebensbedrohlichen Verletzungen.

In der Zeit im Krankenhaus und in der Zeit der Rekonvaleszenz stellte sich mir fast täglich die Frage: Wie definiere ich in dieser Situation meine Kraft-Spur? Was ist mein Kern? Würde ich mich darauf beschränken, ein herausragender Kajakfahrer zu sein, wäre das viel zu eng gegriffen und jetzt, angesichts des lädierten Armes, auch für eine Zeitlang nicht zutreffend. Worum es mir bei all meinen Tätigkeiten immer ging – was sozusagen meine Sinn-Komponente bildet –, ist mir selbst und anderen bewusst zu machen, wie faszinierend es letztendlich ist, an Herausforderungen zu wachsen.

> Das war im Wildwasser so. Das ist im Business so. Und das ist für mich auch jetzt nach dem Unfall so.

Es wäre ein Leichtes, in Selbstmitleid zu verfallen und voller Frust darüber zu jammern, was im Moment alles nicht möglich ist. Was mir aber hilft, die fordernde Situation konstruktiver anzugehen, ist das,

was mir im Kern wichtig ist: die Bereitschaft, mich auf immer neue Situationen und Entwicklungen einzulassen, die Fähigkeit, auch in schwierigen Lagen lösungsorientiert zu bleiben, das Durchhaltevermögen, selbst wenn es um langwierige Prozesse geht oder Rückschläge passieren. Diese Stärken, die mich zu einem guten Wildwasser-Kajaker machen, bleiben, auch wenn aktuell mein linker Flügel lahmt und ich vorerst mit dem SUP auf dem See vorlieb nehmen muss, wenn ich aufs Wasser will.

Die Lawine hat mich gelehrt, dass meine Kraft-Spur bleibt und ich sie dennoch ständig überlegen muss, wie ich sie wirksam halten kann. Und das gilt für Ihr Unternehmen ganz genauso: Daher ist FIND YOUR LINE keine einmalige Aufgabe, an die Sie einen Haken machen, sobald Sie gemeinsam Ihre Kraft-Spur gefunden haben. Es ist eine stete Herausforderung – und auch eine Freude –, der Sie sich täglich stellen sollten.

Outro: Kopf hoch

„Ihr Unternehmen hat also jedes Jahr um 10 bis 15 Prozent im Umsatz zugelegt?“, fragt die Wirtschaftsjournalistin, die Zoltan gegenüber sitzt. Die Redaktion hat sie zum Interview hergeschickt, um endlich einmal wieder von einem Erfolg in der ungarischen Wirtschaft berichten zu können.

Zoltan nickt.

Die Journalistin tippt „Ja“ in ihren Laptop und stellt die nächste vorbereitete Frage: „Ist es richtig, dass Sie trotz der stetig wachsenden Konkurrenz aus Asien kontinuierlich neue Kunden gewinnen?“

„So ist es“, antwortet er.

„Und Sie haben letztes Jahr 400 – ich wiederhole – 400 neue Mitarbeiter eingestellt. Also so oben drauf auf die bestehende Belegschaft?“, legt sie nach.

„Auch das ist richtig“, erwidert Zoltan. „Gleichzeitig sind wir sehr stolz darauf, dass unsere Fluktuationsrate deutlich zurückgegangen ist und

nun wesentlich unter dem Durchschnitt in unserer Branche liegt. Auch gewinnen wir über zwei Drittel unserer neuen Mitarbeiter durch Empfehlung von aktuellen Mitarbeitern – statt wie früher durch teure Headhunter.“

Die Journalistin lässt die Finger über die Tastatur flitzen, dann hebt sie den Kopf und sieht dem CEO direkt in die Augen: „Und nun sagen Sie unseren Lesern bitte, wie Sie das gemacht haben.“

Er hebt abwehrend die Hände: „Nicht ich, sondern wir alle gemeinsam haben das hinbekommen. Wir haben uns einfach auf unsere Linie besonnen.“

„Auf Ihre Linie? Und das reicht, um so erfolgreich zu sein?“, fragt sie misstrauisch.

„Nicht ganz, aber diese Linie macht alles andere erst möglich“, antwortet Zoltan und lächelt.

Und Zoltan hat recht: Wenn Sie den Kopf oben haben, also Orientierung an Ihrer Kraft-Spur finden, haben Sie einen entscheidenden, wenn auch nicht

den einzigen Schritt in Richtung Erfolg in unruhigen Zeiten getan.

FIND YOUR LINE ist ein essenzieller Part meiner WILDWASSER-STRATEGIE, aber eben nur einer von fünf.

Wenn Sie einen Eindruck von den weiteren Disziplinen erhalten wollen, schauen Sie einfach auf meine Website.

Ihr Herbert Schreib

Angebot

Mein Angebot für Sie!

Wollen auch Sie ein schlagkräftiges Team führen, das seine Kraft-Spur gefunden hat, dann empfehle ich Ihnen meine Workshops EXPEDITION *OBEN-BLEIBEN* FÜR TEAMS: „Als Team stark und souverän in unruhigen Zeiten.“

Die Workshops ist aktiv, dynamisch und:

- bieten eine ideale Kombination aus wertvollen Impulsen zur WILDWASSER-STRATEGIE und dem Bearbeiten eigener wichtiger Zukunftsthemen,
- motivieren mit kraftvollen Impulsen, Stories, wirksamen Aktivitäten und interaktiven Workshop-Sequenzen,
- vermitteln wirkungsvolle Methoden und Tools, wie es Teams schaffen in unruhigen Zeiten souverän und stark zu bleiben,

- machen Mut und regen an die Erkenntnisse und Vorhaben aktiv umzusetzen.

Weitere Informationen, auch zu meinen anderen Workshops, finden Sie unter: Zum Angebot.

Über den Autor

Menschen zu stärken ist das Lebensmotto von Herbert Schreib. Dass der Weg zu Stärke und Souveränität auch durch Schwierigkeiten und Niederlagen führt, hat er früh gelernt. Sein Kajaklehrer bläute ihm in jungen Jahren ein: „Wenn du nicht ins Wasser fällst, gehst du nicht an deine Grenzen und scheust dich vor neuen Erfahrungen.“ Das ist es, was er nun seinen Kunden vermittelt.

Und neue Erfahrungen sind das, was Herbert Schreib sucht – privat wie beruflich. Österreich, Deutschland, USA – er fühlt sich auf der ganzen Welt zu Hause. Der ehemalige Vizeweltmeister im

Wildwasser-Rafting verbindet heute seine Erfahrung auf unruhigen Gewässern mit jenen als Unternehmensberater. Mit seinen Erkenntnissen aus dem Mindfulness-Training kombiniert ergibt das ein starkes Paket, mit dem er Entscheider unterstützt, ihre Führungskräfte für die Herausforderungen in ungewissen Zeiten zu stärken. Er coacht, moderiert, trainiert, schreibt Bücher und hält viel beachtete Vorträge. Und das seit 20 Jahren mit großer Begeisterung.

Herbert Schreib weiß, dass es ein Leben abseits von Zahlen, Daten und Fakten gibt. Im Privatleben hält er sich gerne und aktiv in der Natur auf, genießt Freundschaften und nützt die Stille der Berge auch mal zu kurzen Auszeiten. Gemeinsam mit seiner Frau lebt Herbert Schreib in Abtenau im Salzburger Land. Er ist stolzer Vater zweier erwachsener Kinder.

Mehr über Herbert Schreib