



EDITORIAL

LIEBE
LESERINNEN,
LIEBE LESER,

herzlich willkommen zum „NAA-Marketingblick“,

dem Online-Newsletter der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft.

Auch heute möchten wir Sie wieder über aktuelle und praxisbezogene Themen informieren. Mit uns sind Sie jederzeit auf dem neuesten Stand.

Wünschen Sie sich auch einen zufriedenen und begeisterten Kunden? Welche Eigenschaften Sie als HARDELLER besitzen sollten, erläutert Ihnen unser Experte Martin Limbeck.

Als Führungskraft müssen Sie eine Vielzahl an Aufgaben übernehmen. Welche Fähigkeiten für Sie dabei am wichtigsten sind, erfahren Sie von Annette Hentschel.

Auch Online-Rollenspiele, wie „Second Life“ erfordern einen rechtlichen Rahmen. Wie der Spieler auch in der virtuellen Welt rechtlich geschützt ist und was von Firmen beim Handel beachtet werden muss, erläutert Ihnen Dr. Ulrich Michel.

Vom 11.-12. September fand in Köln die 8. Fachmesse „Zukunft Personal 2007“ statt. Die NAA war erstmals auch vertreten und freut sich über die positive Resonanz der Messebesucher. Weitere Neuigkeiten und Interessantes von der Messe erfahren Sie auf Seite 3.

Wir freuen uns, Sie auch weiterhin über interessante Neuigkeiten und aktuelle Seminare rund um das Thema Marketing, Kommunikation und Führung informieren zu können.

Ich wünsche Ihnen nutzbringende Lektüre!

Ihre Anett Schmidt

INHALTSVERZEICHNIS

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance Martin Limbeck	1
Fähigkeiten von Nachwuchskräften im 21. Jahrhundert Annette Hentschel	2
Neues aus Recht und Marketing – Rechtsbeziehungen in Onlinespielen Dr. Ulrich Michel	3
8. Fachmesse für Personalwesen in Köln „Zukunft Personal 2007“ vom 11.-12. September in Köln NAA, Stefanie Funk	3

Seminarangebot November - Dezember 2007	4
Impressum	4

Im Folgenden finden Sie aktuelle Beiträge unserer NAA-Referenten und weiterer Experten. Die NAA bietet Ihnen dazu und zu vielen weiteren Themen hochwertige Trainings und Seminare an, die Sie jeweils über den entsprechenden Link am Ende der Beiträge finden.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance



→ Martin Limbeck

Ob privat oder im Beruf: Wir kommunizieren immer auf zwei Ebenen – Inhalts- und Beziehungsebene, Verstand und Gefühl. Das gilt auch für den Verkauf. Der Verkäufer nutzt sie als positive Faktoren im Verkaufsgespräch, damit sein Kunde seine Kaufentscheidung letztlich ohne Kaufreue vor sich selbst verantworten kann: „Super, jetzt habe ich genau das Produkt gefunden, das ich gesucht habe. Mein Verkäufer hat mich ausführlich beraten und ich konnte mir genau das aussuchen, was ich mir vorgestellt habe.“

Werden Sie zum Beziehungsprofi

Eine Reihe von persönlichen Eigenschaften

helfen Ihnen dabei, einen derart zufriedenen und begeisterten Kunden für sich zu gewinnen. Diese Attribute ergeben sich zwangsläufig aus einer positiven Einstellung Ihren Gesprächspartnern gegenüber. Sie sind Ausdruck sozialer und emotionaler Kompetenz und gewinnen angesichts immer kritischerer und „verwöhnterer“ Kunden im Verkauf zunehmend an Bedeutung. Welche Eigenschaften zeichnen nun den Verkäufer im NEUEN HARDELLING® ganz speziell aus?

Höflichkeit und Taktgefühl: Die Beherrschung von Normen, das Auftreten und Verhalten bei Terminen, Pünktlichkeit, angemessene Sprache und Distanz zum Gesprächspartner sorgen nicht nur für Ab-

stand, sondern bilden in ihren ritualisierten Formen auch die Basis für künftige Verbundenheit mit dem Gesprächspartner.

Stellen Sie sich daher immer mit Ihrem vollen Vor- und Nachnamen vor – das wirkt persönlicher und schafft sofort eine Atmosphäre der Freundlichkeit, denn Ihr Name ist Ihre Marke!

Wer kein Taktgefühl besitzt, macht sich unbeliebt: Es ist altmodisch aber treffend formuliert die Fähigkeit sich in den Gesprächspartner „hineinzufühlen“, sich in seine Situation zu versetzen und sich selbst die Frage zu stellen: „Wie würde ich an seiner Stelle empfinden?“

Hilfsbereitschaft: Bauen Sie Ihrem Gesprächspartner eine Brücke zu Ihrem Angebot, begleiten Sie ihn über diese Brücke und passen Sie sich dabei dessen Tempo an, statt ihn in großen Schritten mitzuschleifen. Machen Sie es Ihrem Kunden möglich, den Weg zur Erfüllung seiner Wünsche zu finden, und führen Sie ihn dorthin. Unterstützen Sie Ihren Kunden, wo

immer es geht und helfen Sie ihm dabei, erfolgreich zu sein!

Beharrlichkeit und Hartnäckigkeit: Signalisieren Sie dem Kunden stets Ihr Interesse an der Zusammenarbeit, geben Sie ihm Wertschätzung und unaufhörliche Aufmerksamkeit, selbst wenn sich nicht sofort ein Auftrag daraus ergibt. Bleiben Sie dran am Kunden, denn ein „Nein“ bedeutet nichts anderes, als dass nur noch ein weiterer (Kauf-)Impuls fehlt.

Sicherheit: Ihr Kunde fürchtet sich vor falschen Kaufentscheidungen. Deshalb sollten Sie vorbauen, zum Beispiel durch Referenzen, einen umfassenden Kundendienst und -service, ausführliche Einweisungen und Schulungen, Informationen über neue Produktentwicklungen, Innovationen etc. – einfach, indem Sie Ihrem Kunden das Gefühl geben, als sein persönlicher „24/7-Mann“ (24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche) immer für ihn da zu sein!

Zuverlässigkeit: Zur Sicherheit gehört auch, Versprechen zu halten. Machen Sie niemals Versprechen, die Sie nicht halten können. Denn Ihre Aufgabe ist nicht mit dem Verkaufsabschluss beendet, sondern sie beginnt dann erst richtig!

AUFGESCHNAPPT

„Es ist nicht genug zu wissen, man muss es auch anwenden; es ist nicht genug zu wollen, man muss auch tun.“

Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832)

Dankeschön: Bedanken Sie sich bei Ihrem Kunden für dessen Vertrauen, für Reklamationen, die es Ihnen ermöglichen, Ihren Service zu verbessern, für Empfehlungen, die dieser ausspricht – bedanken Sie sich jedoch nicht für einen Termin oder für einen Auftrag! Warum auch sollten Sie das tun? Sie arbeiten höchst professionell, Ihre Zeit ist ebenso kostbar wie die eines potenziellen Kunden, und Sie verschwenden Ihre Zeit nicht an Kunden, die nur mal sehen wollen, was Sie so anzubieten haben.

→ [Zum Seminarangebot](#)

Fähigkeiten von Nachwuchsführungskräften im 21. Jahrhundert



→ Annette Hentschel

Die Grundlage für eine effektive und lösungsorientierte Führungsarbeit ist die richtige Kombination aus unterschiedlichsten und gut aufeinander abgestimmten Fach- und Softskills (Fachwissen, Sozialkompetenzen und Führungswissen). Während der letzten 15 Jahre als Trainerin und Coach für Führungskräfte im mittleren Management und der Topebene habe ich immer wieder beobachtet, dass die Abstimmung zwischen den nötigen Fähigkeiten als Führungskraft nicht ausgewogen ist. Gerade im mittleren Management konzentriert man sich häufig auf die fachlichen Kompetenzen, welche natürlich in einem sehr hohen Maße entwickelt sein müssen. Um jedoch die anspruchsvollen und sehr facettenreichen Aufgaben als leitender Mitarbeiter meistern zu können, reicht das ausgeprägte Fachwissen nicht aus. Fachwissen allein befähigt die Führungskraft nicht Mitarbeiter, Teams und Projekte in

verschiedensten Ausprägungen zu leiten.

In vielen Unternehmen wird der Fokus auf das Fachwissen gelegt, was bei kurzem Betrachten sicherlich auch verständlich ist, doch bei näherem Hinsehen deutlich macht, dass dies nicht ausreicht. Der Schlüssel zu einer guten Führungskraft ist die Kombination der Fähigkeiten, die zu ca. 60% aus Fachwissen und zu ca. 40% aus Führungswissen und Sozialkompetenzen bestehen sollte.

Ein Beispiel: Eine Führungskraft ist in ihrem Fachgebiet absoluter Spezialist und soll neben hohem Fachwissen:

- das Team entwickeln und fördern
- es in die Prozesse stärkenorientiert integrieren
- Ergebnisse präsentieren
- professionelles Zeitmanagement betreiben
- mit allen nötigen und unterschiedlichen Ebenen im

Unternehmen und beim Kunden kommunizieren

- Eskalationsmanagement betreiben
- Konflikte zwischen Mitarbeitern lösen
- betriebswirtschaftlich denken und handeln
- Budget planen, u.v.m.

All dies wird von einer guten Führungskraft erwartet.

Dies bedeutet, dass ein maßgeblicher Anteil der Führungsarbeit folgende Fähigkeiten voraussetzt:

- Professionelle Team- und **Mitarbeiterführung**
- **Personalentwicklungsfähigkeiten** (z.B. Stärken/Schwächenanalysen)
- **Präsentationskompetenzen** und professioneller Auftritt
- konsequente **Zeitmanagementmethoden**
- umfangreiches **Projektmanagementwissen**

- > - funktionales **Konfliktmanagement** und Einwandsbehandlung
- **betriebswirtschaftliches Basiswissen**
- Grundlagen im **Finanzmanagement** fürs Budget
- ausgeprägte **Kommunikationsfähigkeiten**
- gekoppelt mit einer großen Portion Sozialkompetenz

Resümee: Eine Führungskräftenachwuchsentwicklung sollte kontinuierlich und strategisch auf die zukünftigen Aufgaben gestaltet sein. Dabei helfen die vier Säulen der Führungsarbeit (Grafik).

→ zum Seminarangebot



Neues aus Recht und Marketing - Rechtsbeziehungen in Online-Spielen



→ Dr. Ulrich Michel

Onlinerollenspiele, wie „Second Life“, erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Doch die Möglichkeit, in diesen Spielen virtuelle Spielausrüstungen, Kleidung oder Immobilien für

echtes Geld zu erwerben, erfordert die Einordnung in einen rechtlichen Rahmen. Es stellt sich die Frage nach dem anwendbaren Recht für Geschäfte, die innerhalb dieser Spiele getätigt werden. Nach Art. 28 EGBGB ist grundsätzlich das Recht des Staates anwendbar, zu dem der Vertrag den engsten

Bezug aufweist. Hier können sich Unterschiede ergeben, je nachdem, ob das Spiel über den Server des Betreibers läuft, oder ob der Server des Spielers als „Host“ dient. Auch spielt in der Regel Art. 29 EGBGB eine Rolle, nach dem bei Verbraucherverträgen das Recht des Staates Anwendung findet, in dem der Benutzer seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat. Dies bedeutet, dass für den deutschen Verbraucher in der Regel deutsches Recht anwendbar ist.

Für den Handel mit virtuellen Gegenständen ist zu beachten, dass die Vorschriften über den Kauf von Gegenständen in der realen Welt keine direkte Anwendung fin-

den. Mangels Körperlichkeit sind virtuelle Gegenstände keine Sachen im Sinne des Bürgerlichen Gesetzbuches. Dennoch gelten die Vorschriften über den Sachkauf entsprechend. Der Käufer virtueller Gegenstände ist demnach unter anderem über das Mängelgewährleistungsrecht geschützt. Jedoch ist ein umfassender Schutz der Nutzer derzeit nicht gewährleistet. Die Rechte des Betreibers auf Eigentum an der gesamten Software sind gegebenenfalls stärker als die Rechte der Nutzer an ihrem Erworbenen. Zudem kann der Betreiber den Nutzer unter Umständen von dem Onlinespiel ausschließen. Der Betreiber hat damit das letzte Verfügungsrecht über die Inhalte.

8. Fachmesse für Personalwesen „Zukunft Personal 2007“ vom 11. - 12. September in Köln

Europas größte Personalmesse „Zukunft Personal“ ist **der** Branchentreff Deutschlands für Verantwortliche aus dem Personalwesen.

Zum achten Mal präsentierten über 400 Aussteller von Produkten und Dienstleistungen für das Human Resource Management aktuelle Trends und Entwicklungen.

An den beiden Messetagen, am 11. und 12. September 2007 wurden vom Veranstalter

insgesamt 6.094 Besucher gezählt, was der Fachmesse für Personalmanagement einen neuen Rekord einbrachte.

Die NAA-Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft konnte mit ihrem Stand in Halle 2.2 „Weiterbildung, Training, E-Learning“ zahlreiche Besucher für Ihr Angebot interessieren. Viele Besucher der „Zukunft Personal 2007“ haben den Dialog mit uns gesucht und unser Katalogbuch 2008 ger-

ne mitgenommen um sich von dem vielseitigen und anspruchsvollen Angebot der NAA zu überzeugen.

Durch die Gespräche mit den Besuchern der „Zukunft Personal“ können wir die zunehmende Wichtigkeit der Personalpolitik in Unternehmen bestätigen. HR-Fachleute sind stets auf der Suche nach Lösungen im Bereich der betrieblichen Weiterbildung und der Personalentwicklung. Ralf Kurschildgen,



„Übergabe des Gutscheins an den Gewinner C. Damaske“; rechts Stefanie Funk, Mitte Dietmar Fischer von der NAA

Personalleiter AXA Services AG, äußerte sich dazu folgendermaßen:

„Die Zukunft Personal hat für den Fachbesucher die Möglichkeit eröffnet, sich von

vielen Ideen und neuen Produkten inspirieren zu lassen. Man merkt deutlich, dass das Thema HR wieder stark an Stellenwert gewinnt, vom Anspruch an Professionalität getrieben wird und auch einen beträchtlichen Teil zur Wertschöpfung in Organisationen beiträgt.“

Großen Zuspruch fand das Gewinnspiel der NAA. An den Messtagen wurden drei Seminargutscheine im Wert von 990 Euro für ein Seminar nach Wahl verlost.

Die Gewinner der Verlosung sind Reiner Kafitz, Geschäftsführer des KMS Kafitz Medienservice GmbH, Herr Christoph Damaske, Geschäftsführer der B.fit- Business Fitness OHG sowie Judith Häfner, Personalleiterin bei COMMERZ GRUNDBESITZ.

Wir gratulieren unseren Gewinnern und bedanken uns für die rege Teilnahme am Gewinnspiel. Ebenso danken wir allen Mes-

sebesuchern unseres Standes für die vielen, angenehmen Gespräche auf der „Zukunft Personal 2007“ in Köln.

Pünktlich zur Messe ist am 10. September auch unser neues Katalogbuch 2008 „Perspektive Bildung“ erschienen. Sie finden darin wieder rund 50 Seminare aus sieben verschiedenen Themenbereichen. Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Das aktuelle Katalogbuch können Sie telefonisch unter 09 11/ 91 97 69 – 0 bestellen oder direkt über unsere Homepage – durch klicken auf das Katalog-Bild.

Stefanie Funk (Bildquelle: NAA)



SEMINARANGEBOTE NOVEMBER – DEZEMBER 2007

REFERENT		DATUM	ORT
Dr. M.-Oliver Zomer	Gehirngerechtes Marketing	05. - 06. Nov.	Leonberg/Stuttgart
Ralph E. Hartleben	Marketing I	05. - 07. Nov.	Frankfurt/ Main
Ralph Ohnemus	Marketing II	08. - 10. Nov.	Frankfurt/ Main
Klaus J. Aumayr	Key Account Management	08. - 09. Nov.	Frankfurt/ Main
Rolf H. Ruhleder	Brillante Rhetorik und Körpersprache	11. - 13. Nov.	Bad Harzburg
Annette Hentschel	Führung für Nachwuchsführungskräfte	12. - 14. Nov.	Frankfurt/ Main
Martin Limbeck	Verkaufstraining Premium	12. Nov.	Königstein
Tom Schmitt	Führen von Teams	14. - 16. Nov.	Wartmannsroth
Prof. Dr. Elke Theobald	Online-Marketing	22. 23. Nov.	Wartmannsroth
Klaus J. Aumayr	Produktmanagement I	26. - 27. Nov.	Frankfurt/ Main
Klaus J. Aumayr	Produktmanagement II	28. - 29. Nov.	Frankfurt/ Main
Prof. Dr. Werner Correll	Psychologie und Technik der Führung und Überzeugung	30. Nov. - 01. Dez.	Frankfurt/ Main
Sabine Lanus	Strategien und Methoden gewinnender Gesprächsführung	03. - 04. Dez.	Berlin
Matthias Pöhm	Rhetorik Premium	03. - 05. Dez.	München
Matthias Pöhm	Sicher und schlagfertig sprechen und reagieren	06. - 07. Dez.	München
Eva Brandt	Emotionale Intelligenz und Sozialkompetenz	10. - 11. Dez.	Frankfurt/ Main
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining I	11. - 12. Dez.	Stuttgart
Eva Brandt	Selbst- und Zeitmanagement	12. - 13. Dez.	Frankfurt/ Main

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns an. Unter der Telefonnummer 09 11/ 91 97 69 -0 sind wir gern für Sie da. Weitere Seminare aus unserem aktuellen Katalog finden Sie auch unter www.naa.de.

IMPRESSUM

Herausgeber: NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH

Anschrift: NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH
 Fürther Straße 212 | D-90429 Nürnberg | Telefon ++49.911.919769-0 | Fax++49.911.919769-20 | E-Mail:
service@naa.de | Internet: www.naa.de
 Handelsregister Nürnberg HRB 11584

Geschäftsführer: Peter Karg

Bankverbindung: Postbank Nürnberg | Kto.-Nr.: 68384-855 | BLZ: 760 100 85
 Steuerangaben: USt.-IdNr.: DE 157417032 | Steuer-Nr.: 24118881835

Gestaltung, Inhalt, Layout: NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH

Disclaimer: „Für die technische und konzeptionelle Erstellung des PDF-Newsletter ist die finanzpark AG verantwortlich. Die redaktionellen Inhalte stammen von Seiten der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft. Wir weisen darauf hin, dass es sich bei Links, die auf fremde Internet-Angebote hinweisen, um unverbindliche Empfehlungen handelt. Die NAA GmbH vermittelt über die Links lediglich den Zugang zu diesen Angeboten; sie hat keinen Einfluss auf deren Inhalte und macht sich diese Inhalte auch nicht zu Eigen.“

Copyright © 2007 NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH
 Alle Rechte vorbehalten. All rights reserved.