

Hans-Dieter Zöphel weckt Unternehmergeist - zum Selbstkostenpreis.

SOZIALER UNTERNEHMER

Robin Hood im Schwarzwald

Hans-Dieter Zöphel, 49, hat ein Vorbild: Robin Hood. Wie der Held aus dem Sherwood Forest sagt der Unternehmer aus dem Schwarzwald: »Wir müssen den Schwachen helfen.« Zöphel meint explizit kleine Firmen, nannte seine vor zwei Jahren gegründete Unternehmensberatung deshalb Robin-Akademie. Fast zum Selbstkostenpreis erklärt er aus eigenen Erfahrungen, wie Unternehmer zu Größe und Stärke finden: Seine Druckerei in Villingen-Schwenningen führte er vom Familienbetrieb zum europaweit erfolgreichen Anbieter für Haftetiketten (15 Mitarbeiter, 3,2 Millionen Euro Umsatz). Die richtige Marktposition (»Besser Erster in der Provinz als Zweiter in Rom«). die Umstrukturierung des Unternehmens (»Ich habe mich auf das konzentriert, was mir Spaß macht, und nicht mehr benötigte Firmenteile an ehemalige Mitarbeiter übergeben«), Wege zur Selbstmotivation sind die Themen. Dozent Zöphel: »Wir müssen die Leidenschaft im Unternehmer wecken.« 15 Seminare hatte er für 2006 geplant, 22 sind es geworden, 2007 sollen es noch mehr werden. Meist melden sich Handwerker und Kleinun-

ternehmer aus der Region für die Kurse in Profilstärkung, Kundenzufriedenheit und Mitarbeitermotivation. Bei den Gebühren will der Schwarzwald-Robin bescheiden bleiben: »Ich bin kein Berater, der auf Zahlen schaut. Mir geht es um die Menschen.« HEU

LEISE PR

Der Charity-Man

Tu Gutes und rede darüber - das Glaubensbekenntnis vieler PR-Strategen empfinden manche Kunden als aufdringlich. Wer seine Wohltaten daher lieber mit leisen Tönen bekannt machen will, kann jetzt eine Internetplattform nutzen. Auf www.charitylabel.com stellt Patrick Ehring (Foto) Unternehmen und alle ihre guten Taten vor. Die Firmen können in ihren Publikationen, auf dem Briefbogen, in Anzeigen - also überall, wo sie öffentlich auftreten - mit dem kleinen Logo »We care. Charity-label.com« darauf hinweisen, dass sie erstens wohltätig sind und zweitens auf der Webseite

LEISTUNG

Bessere Mitarbeiter

Mit ihren Beschäftigten sind mittelständische Firmen in Deutschland sehr zufrieden. Drei von vier Unternehmern geben ihrer Belegschaft ein »Sehr gut« oder »Gut« für hohe Motivation und Leistungsbereitschaft. So das Ergebnis einer repräsentativen Erhebung der Nürnberger Unternehmensberatung Weissman & Cie. Befragt wurden 500 Geschäftsführer und Gesellschafter von Firmen mit einem Umsatz zwischen drei Millionen und einer Milliarde Euro. »Die guten Noten zeigen, dass sich die Mitarbeiter im Mittelstand mit ihrem Unternehmen identifizieren«, erklärt Jill Schmelcher, Geschäftsführerin bei Weissman & Cie. Weitgehend einig sind sich die Firmenchefs, wie sich die Motivation noch steigern lässt: Rund 92 Prozent sehen in persönlicher Wertschätzung und Anerkennung den Schlüssel zum Erfolg. 80 Prozent fördern die Leistungsbereitschaft durch zusätzliche Entscheidungsfreiheit. Nur jeder zweite Unternehmer glaubt, dass mehr Gehalt zu besserer Leistung führt.



des Bonner Unternehmers die Liste ihrer Zuwendungen für jedermann abrufbar veröffentlichen. Den dezenten Weg des Sich-auf-die-Schulter-Klopfens wählten bereits Drogeriekönig Dirk Rossmann, Schokoladehersteller Ritter, die Krombacher Brauerei und der Verlag Klett. Charity-Label bietet auch eine Suchfunktion, um geeignete spendenwürdige Hilfsorganisationen aufzuspüren. Der Eintrag in das Portal kostet je nach Unternehmensgröße ab 350 Euro pro Jahr.