

US-Guru im Einsatz für die GSA

MARKETING MASTERY BOOT CAMP IN FRANKFURT

■ „Falls Sie die Beschreibung bis zum Ende gelesen haben, wissen Sie mit Sicherheit, ob das Programm das Richtige für Sie ist oder nicht.“ Mit dieser vorsichtigen Botschaft an mögliche Interessenten endet die Broschüre, mit der die German Speakers Association (GSA) den Auftritt ihres Gastredners Randy Gage vom 14. bis 16. November 2008 in Frankfurt/Main bewirbt. Gage ist – das weiß die GSA – ein Typ, der polarisiert. Der US-Amerikaner und Star-Speaker – üblicher Tagessatz: 65.000 US-Dollar – geizt nicht mit Superlativen, wenn es darum geht, seine Leistung für den Kunden anzupreisen. Laut Programm verrät er „Geheimformeln“, verschafft seinen Kunden einen „großartigen Mehrwert“ und verspricht Tipps für ein „äußerst lukratives Geschäft“. Ehrensache – schließlich ist Gage als Experte in Sachen Selbst-Marketing unterwegs. In Frankfurt will er seinen Teilnehmern innerhalb dreier intensiver Veranstaltungstage unter anderem zeigen, wie man sich als Speaker, Trainer und Berater einen Namen macht, „aus dem Beratungsgeschäft richtig Geld herauschlägt“ und „Produkte in großen Mengen verkauft“. Klotzen statt Kleckern lautet das Motto. Gage pflegt den Habitus des Self-

made-Millionärs, Erfolgsgurus und Showmans. Dafür muss man schon etwas übrig haben, wenn man das Seminar bucht.

Man muss außerdem hart im Nehmen sein, warnt der Veranstalter. Denn: Die drei Tage sind nicht umsonst als „Marketing Mastery Boot Camp“ titulierte. Boot Camp – das verheißt Einsatz bis an die persönlichen Grenzen. In diesem Fall: zwischen 12 und 14 Stunden Seminararbeit an den beiden ersten Tagen. Und strenge Auflagen. Wer nämlich der Aufforderung, sein Mobiltelefon zu Hause oder im Hotelzimmer zu lassen, zuwider handelt, wird zur Kasse gebeten: 100 Euro Bußgeld sind pro Klingeln fällig. Ein besonderes Special ist auch Randy Gages „heißer Stuhl“. Dort zerpfückt der Meister Marketing-Ideen und -Konzept eines Freiwilligen vor versammelter Mannschaft. „Obwohl Gage trotz aller Deutlichkeit immer sehr positiv mit



Der US-amerikanische Spezialist in Sachen Selbst-Vermarktung Randy Gage rät Kollegen: „Vermarkten Sie sich nicht als Trainer, Autor oder Redner, sondern als der absolute Experte auf Ihrem Gebiet.“

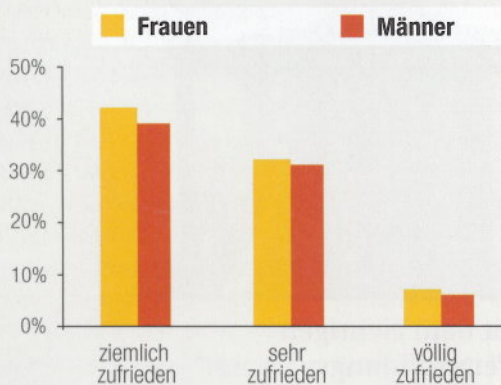
dem Menschen umgeht und konstruktive Lösungen herbeiführt, ist das nichts für Personen, die schnell beleidigt sind“, warnt GSA-Vizepräsident Siegfried Haider. Zu haben ist das Ganze übrigens zum Preis von 1.497 Euro (GSA-Mitglieder 1.097 Euro). Als GSA-Sponsor nämlich verzichtet Gage auf seine übliche Gage von 5.000 bis 10.000 US-Dollar pro Teilnehmer ... ► **Infos unter www.gsa-marketing-mastery.org.** jum ■

Mitarbeiter sind zufriedener als gedacht

ARBEITNEHMER-STUDIE

Zufrieden mit der Arbeit

So viel Prozent der Deutschen sind mit ihrer Arbeit ...



Quelle: Befragung von über 37.000 Mitarbeitern in 300 Unternehmen/ öffentlichen Verwaltungen. Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Berlin 2008.

■ Um die Zufriedenheit in den deutschen Unternehmen ist es offenbar besser bestellt als gemeinhin angenommen. Laut einer groß angelegten Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) sind acht von zehn Arbeitnehmern mit ihrer Arbeit zufrieden. Sechs Prozent der über 37.000 Befragten gaben sogar an, „völlig zufrieden“ zu sein. Als „sehr zufrieden“ bezeichneten sich 31 Prozent, 40 Prozent sind „ziemlich zufrieden“. Unterstrichen wird dieses Ergebnis durch den von einer Dreiviertelmehrheit geäußerten Wunsch, noch mindestens fünf Jahre im Unternehmen zu verbleiben. Knapp zwei Drittel sagten zudem, sie seien stolz auf ihren Arbeitgeber. An einigen Ecken und Enden klemmt es in den Unternehmen gleichwohl. So wünscht sich über die Hälfte der Befragten, dass sich ihr Chef mehr um sie kümmert und sie in Entscheidungen mit einbezieht. In puncto Führungsintegrität und Team-

orientierung sehen 44 Prozent Verbesserungspotenzial. Parallel zu den Mitarbeitern wurden 265 Führungskräfte befragt. Dabei kam heraus, dass sich die Manager den von den Mitarbeitern angemahnten Schwachpunkten bezüglich Führung und Unternehmenskultur durchaus bewusst sind. Die meisten haben auch bereits konkrete Vorstellungen davon, was zu tun ist: Vier Fünftel haben sich vorgenommen, Best-Practice-Beispiele zu studieren. Drei Viertel wollen zusammen mit anderen Firmen und in Netzwerken an den Mängeln arbeiten und Untersuchungen zur Unternehmenskultur zu Rate ziehen. ► **Weitere Informationen unter www.bmas.de.** ama ■