

TVjournal

Das Magazin der Tina Voß GmbH für Kunden und Mitarbeiter

DIGITALISIERUNG mit **HIRN**





Liebe Leserinnen und Leser,

bis 2030 fällt jeder zweite Arbeitsplatz weg, behauptet eine „große Oxford-Studie.“ Die Hälfte (!) aller Arbeitsplätze soll in 12 Jahren nicht mehr da sein? Diese Nachricht schwirrt durch die Medien und wurde mindestens 800-mal zitiert. Wo aber kommt eine solch steile These her?

Ein schwedischer Ökonom und ein Informatiker stellten sich 2013 eine Liste von 702 Berufen zusammen, für die in den USA ausführliche Tätigkeitsbeschreibungen öffentlich zugänglich waren. Dann baten sie 10 Robotik- und Computerforscher zum Tee und diskutierten via „eyeballing“ (meint auf Deutsch Pi mal Daumen) darüber, welche Berufe automatisierbar sein könnten und welche nicht.

Lediglich bei 70 Berufen waren sie überzeugt, dass ihre Einschätzung zutrifft. Dann bezifferten sie noch wie viel Kreativität, soziale Kompetenz, Fingerfertigkeit und Routinetätigkeit diese 70 Jobs benötigten. Anschließend mischten sie etwas Mathematik dazu und verallgemeinerten ihre Erkenntnisse auf alle 702 Berufe. Telefonmarketingmitarbeiter und Rechercheure belegen Platz 702 und 703 der Berufe. Also in 12 Jahren ausgestorben. Als Physiotherapeut (Platz 1) und als Einsatzleiter in Katastrophenfällen und Sozialarbeiter ist man auf der sicheren Seite.

Der Schwede Benedikt Frey ist nun durch die Studie berühmt und die Medien und „Experten“ überbieten sich in weiteren Schätzungen dazu.

Das Nürnberger Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung hat eine Gegenstudie veröffentlicht, in der sie von 9 % automatisierbaren Berufen ausgeht. Vielleicht liegt die Wahrheit irgendwo in der Mitte. Wir werden es irgendwann erfahren. Fakt ist, dass der berühmte Satz „Alles, was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert werden“ wahr ist. Aber wir können es gemeinsam gestalten, uns qualifizieren und Teil des Prozesses werden. Das ist allerdings mühsamer, als nur auf die „große Studie aus Oxford“ zu schauen und sich den vermeintlichen Erkenntnissen zu ergeben.

Ihre

Geschäftsführung Tina Voß GmbH

Inhalt

Vorwort

Tina Voß: Die Spinne in der Yucca-Palme 2

TV Titel

Digitalisierung kann auch nur Knoblauch sein 4

TV Aktuell

Wie wird man eigentlich: Graphic Recorder? 3

Kundenportrait: Directors Academy 7

TV Kolumne: Lambada vorm Kamin 10

Fachthema Personal: Achtsamkeit in der Digitalisierungsfalle 12

Verlosung: Wandkalender Sternzeichen* 2019 14

TV Tipp

vilisto GmbH: Wir digitalisieren die Heizung 8

Buchempfehlung: Digitalisieren mit Hirn 10

TV Intern

Der Coyo-Effekt 11

Connected Company statt „cc“ 11

Erfolgreiche Mitarbeiterübernahme: Celine Knaak 13

Wir gratulieren 14

Kleine Leute werden groß 14

TV PERSONALMARKETING Aktuelle Workshoptermine

Bewerbermarketing

20.09.2018

06.11.2018

Mitarbeiterbindung

23.10.2018

noch freie
Restplätze

Infos: www.akademie.tina-voss.de

Melden Sie sich jetzt an und freuen Sie sich über
22 % Jubiläumsrabatt.

WIE WIRD MAN EIGENTLICH: GRAPHIC RECORDER?

Die Ankerfrau



Das Zeichnen war schon immer ihre Leidenschaft, zum Graphic Recorder kam sie mehr oder weniger zufällig. Seit 2015 erschafft Sabine Müller-Waltle visualisierte Protokolle, gezeichnete Live-Dokumentationen als Gedächtnisstützen für Workshops und Konferenzen. Die Nachfrage ist groß. „Der Mensch denkt schon immer zuerst in Bildern“, sagt sie.

Die Idee, Gespräche und Geschehnisse bildlich festzuhalten und so besser im Gedächtnis zu verankern, habe man in der jüngeren Vergangenheit – im wahrsten Sinne des Wortes – aus den Augen verloren. Für Sabine Müller-Waltle ist Graphic Recording als visuelle Dokumentation und Gedankenstütze im Prinzip Tausende von Jahren alt, selbst Höhlenzeichnungen könne man als frühe menschliche Bildprotokolle sehen. Erst in jüngster Zeit – die Komplexität zu verarbeitender Informationen hat sich permanent erhöht – sei die unmittelbare Visualisierung von Informationen wieder ins Blickfeld gerückt.

Seit 2015 arbeitet Sabine Müller-Waltle als Graphic Recorder, ein Beruf, für den es keine spezielle Ausbildung gibt, der zunächst vor allem eines voraussetzt: Talent. Ihr Weg dorthin führte über ein Industriedesign-Studium an der FH München. Zwölf Jahre verbrachte sie anschließend bei Audi-Design, ein Jahr bei Lamborghini in Italien. Vor ein paar Jahren zog es die gebürtige Österreicherin privat in den Norden nach Hannover. 2006 machte sie sich in der Region erfolgreich selbstständig. Zu ihren Kunden gehören Schwergewichte wie Bahlsen und Adidas. 2015 dann überraschend der erste Auftrag für ein Graphic Recording, Thema: Geo-Daten. Müller-Waltle ist begeistert. Aus ihrem Beruf wird eine Berufung, wie sie sagt. Von nun an stehen die gezeichneten Live-Dokumentationen im Mittelpunkt ihrer Selbstständigkeit.

In Deutschland ist Graphic Recording im Gegensatz zu den USA auch drei Jahre danach noch eine Nische. Allerdings wachsen Popularität und Nachfrage stetig. Immer mehr Unternehmen erkennen das Potential. Das Festhalten wichtiger Inhalte als Wort-/Bildkombination ist mehr als eine bleibende Erinnerung für die Beteiligten. Graphic Recording ist ein visueller Anker. Schlagwortartig betextete Bilder sind dazu geeignet, unsere Gehirnhälften zu verknüpfen, also die linke, logisch-analytische, mit der kreativ-intuitiven rechten Gehirnhälfte. „Der Mensch denkt schon immer zuerst in Bildern, erst dann kommt das Wort“, unterstreicht die zweifache Mutter.

Sabine Müller-Waltle arbeitet häufig live, parallel zu einer Veranstaltung. Sie setzt dann den Kern von Strategien und Konzepten grafisch um. Sie muss erfassen, filtern, Prioritäten setzen und die Essenz von Stunden am Ende in ein stimmiges Gesamtbild überführen, das die

Veranstaltung präzise untermalt. Was benötigt ein guter Graphic Recorder an Handwerkszeug? „Flexibilität, Konzentrationsfähigkeit, Kreativität, und ein gewisses künstlerisches Talent kann auch nicht schaden.“ Wobei sie betont, dass sie mit dem Graphic Recording keine Kunst verkaufe, es sei vielmehr eine kreative Dienstleistung. Dass das Firmenlogo auf der Zeichnung erscheint, die Unternehmensfarben dominieren – für Sabine Müller-Waltle Teil des Jobs.

” Der Mensch denkt schon immer zuerst in Bildern, erst dann kommt das Wort.

Zunehmend entstehen die Zeichnungen auf einem Pad; das digitale graphische Protokollieren erlaubt Korrekturen und ist schneller zu vielfältigen – zwei große Vorteile gegenüber Papier. Der Digitalisierung begegnet Sabine Müller-Waltle aber nicht nur in Form des Digital Recording, sondern auch in anderer Form: als Inhalt. „Die meisten Veranstaltungen, zu denen ich gebeten werde, drehen sich um Digitalisierung“, berichtet die 43-Jährige. Um abstrakte Dinge wie Cloud oder Nachhaltigkeit schnell zeichnen zu können, greife sie in Gedanken auf ihre Bild-Bibliothek zurück. „Für alles andere verlasse ich mich auf meine Intuition. Und die Tatsache, dass ich viele Jahre als Kreative gearbeitet habe, hilft mir in vielen Momenten, wenn schnell eine zündende Idee her muss“, sagt sie.

Das neueste Standbein der Illustratorin: Ideation, eine Art Graphic Recording von Produkten. Aus Gedankenspielen werden Produktzeichnungen. Sabine Müller-Waltle verleiht den Ideen der Projektmanager umgehend Gestalt. „Hier begleite ich Produkte in ihrer Geburtsstunde, das finde ich wahnsinnig spannend. Technisch kommt mir hier sehr zugute, dass ich ursprünglich aus dem Industriedesign komme.“ Ihr Kunde Bahlsen greife gerne auf diese Kreativtechnik zurück. Wer weiß: Vielleicht hat die Wahl-Hannoveranerin bereits den Keks der Zukunft gezeichnet. Ohne es zu wissen.

www.waltledesign.de



DIGITALISIERUNG KANN AUCH NUR KNOBLAUCH SEIN

Das Bundeswirtschaftsministerium erklärt die Digitalisierung zur Pflichtaufgabe „auch für Mittelständler“. Digitalisierung ist „Revolution“ und „Zeitalter“ zugleich. Die Ansicht, dass man bei diesem Megatrend auf gar keinen Fall den Anschluss verpassen dürfe, ist in der Wirtschaft Konsens. Also wird alles digitalisiert. Weil alle alles digitalisieren. Aber: „Was ist Digitalisierung?“, fragt Dr. Gerhard Wohland, langjähriger Unternehmensberater. Der Mann kennt sich mit Fragen aus. Und er liefert überraschende Antworten.

Am Anfang eines langen Gesprächs mit Gerhard Wohland steht diese grundsätzliche Frage, gestellt von ihm selbst: „Was ist Digitalisierung“? Der promovierte Physiker ist im Hauptberuf Fragensteller. Einen „lernenden Berater“ nennt er sich, einen Firmenbegleiter, „der sich beim Irren beobachten lässt“. Aber Gerhard Wohland fragt nicht nur, er gibt auch Antworten, unbequeme Einsichten inklusive. Zum Beispiel zur Digitalisierung.

DIGITALISIERUNG IST RATIONALISIERUNG

Digitalisierung ist für Wohland nichts anderes als Rationalisierung durch Computertechnik, eine Bemühung, so alt wie der Computer. Schon immer setzten Produzenten neue Techniken ein, um ihre Produktivität zu erhöhen. Das habe schon mit dem Faustkeil angefangen, der erste Schritt, um menschliche Beschränkungen zu überwinden. Es folgten unterschiedliche Phasen der Rationalisierung: die Dampfmaschine, deren Einsatz das Industriezeitalter einläutete, später dann der Computer, der die vom Gehirn gesetzten Grenzen erweiterte.

Digitalisierung – also nur ein anderes Wort für das Bestreben der Menschen nach höherer Wirksamkeit? Ein anderes Wort für das stete Bemühen nach einem verbesserten Wirkungsgrad? Ja, sagt Gerhard Wohland. Neu sei lediglich der Name. Digitalisierung ist für den 71-Jährigen ein Marketingbegriff, ein Modewort. Hard- und Software entwickelten sich schneller, als sie verstanden werden könnten. In Unternehmen entstehe die Befürchtung, den Anschluss zu verlieren. Diese Furcht werde von Beratern und Herstellern genutzt – ein sehr lukratives Geschäftsmodell, vermutet Wohland.

DIGITALISIERUNG IST NICHT ZWINGEND DIE LÖSUNG

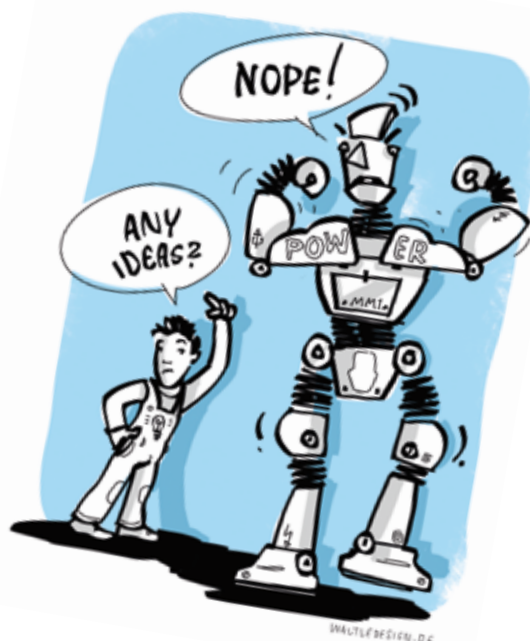
Er ist überzeugt, dass Digitalisierung nicht alle Probleme eines Unternehmens lösen kann. Wohlands Kritik richtet sich gegen den Begriff der Digitalisierung und dessen Verwendung, nicht gegen Rationalisierung. Diese betrachtet er als notwendig und richtig. Er selbst hat acht Jahre als Software-Ingenieur gearbeitet. Seine Erkenntnis: Viele Kunden bekamen mit seiner Software mehr Probleme als ohne. Digitalisierung ist nicht die Universallösung für alle Probleme eines Unternehmens, auch wenn es oft so dargestellt werde, behauptet der Unternehmensberater. Womit wir beim Knoblauch seiner Oma wären.

Gerhard Wohland vergleicht die Kampagne zur Digitalisierung mit „dem Knoblauchrat meiner Oma“. Die habe die Gesundheitsvorsorge in ihrer Familie mit Knoblauch organisiert. Motto: Esst viel Knoblauch, dann bleibt ihr gesund. Wenn alle gesund blieben, lag's am Knoblauch. Wer krank wurde, hatte einfach zu wenig Knoblauch gegessen. Mit der Digitalisierung verhalte es sich ähnlich. Neues EDV-System installiert, Umsatz gesteigert – Digitalisierung wirkt. Vielleicht ist der Umsatz nicht wegen der neuen Software gestiegen, sondern weil Mitarbeiter mit klugen Ideen das Geschäft befördert haben. Existiert eine Kausalität, also ein Wirkzusammenhang zwischen Digitalisierung und langfristigem Unternehmenserfolg? Gerhard Wohland würde das nicht gänzlich ausschließen wollen. Er sagt aber auch, dass sich wirklich leistungsfähige Firmen weniger um Digitalisierung kümmern. Sie kümmern sich ums Geschäft und beurteilen daraus die Nützlichkeit neuer Technik.

„WIR BRAUCHEN WIEDER IDEEN!“

Es sind die talentierten Köpfer in den Unternehmen, auf die Gerhard Wohland aufmerksam machen möchte. Für die Besten unter ihnen benutzt er den Begriff „Meister“. Unternehmen, die sich der Bedeutung dieser „Meister“ bewusst sind, können sich „robust gegen die Dynamik des Marktes“ verhalten – sie sind in dieser Terminologie „dynamikrobuste Höchstleister“ (s. Seite 6). Wenn Problem und Talent zueinander passen, seien talentierte Köpfer in der Lage, auch überraschende, also neue Probleme zu bearbeiten.

Um diesen Ansatz zu verstehen, nimmt Wohland seine Gesprächspartner mit auf eine kleine Reise durch die Zeit. Früher, in der Zeit der Manufakturen, sei individuelles Talent gefragt und gefördert worden, weil es ein Wettbewerbsvorteil gewesen sei.



Dynamikrobuste Höchstleistung ist also nicht neu. In der Phase der Industrialisierung reagierten die Unternehmen auf die damals neuen großen Weltmärkte. Sie steigerten ihre Produktivität vor allem durch neue, strenge Arbeitsprozesse. Menschliche Kreativität und Mitdenken waren weniger gefragt als die fehlerfreie Wiederholung dieser Prozesse. Diese als Taylorismus bezeichnete Arbeitsorganisation funktionierte fast 100 Jahre ganz wunderbar, auch weil eine zunehmend organisierte Arbeiterschaft die inhumanen Wirkungen abmilderte. In dieser Zeit bestand die Rationalisierung fast nur aus technischen Innovationen – neue Maschinen, Industrieroboter, Computer, Software. Das Problem: Seit ungefähr 30 Jahren funktioniert dies immer weniger. Der Grund: Globalisierung, die Wirtschaft ist wieder dynamischer geworden. Wohland: „Das neue Problem war die erneute Verengung der Märkte und die dadurch wieder ansteigende Dynamik. Wachsende Dynamik, also mehr überraschende Ereignisse, lassen sich mit technischen Mitteln nicht bewältigen. Deswegen braucht es wieder menschliche Talente in der Produktion.“ Die Reintegration der menschlichen Fähigkeiten in die Wertschöpfung ist für Gerhard Wohland das größte Problem der aktuellen Wirtschaft: „Die Wirtschaft ist wieder dynamisch. Die Produktion braucht wieder jeden Tag Ideen!“

Dynamikrobust – was ist das?

Die Dynamik globaler Märkte hat die Wertschöpfung verändert. Die Folgen steigender Wettbewerbsintensität und Veränderungsdynamik: abnehmende Planungshorizonte, verkürzte Produktlebenszyklen und individuellere Kundenanforderungen – dynamische Märkte von hoher Komplexität. Dynamikempfindliche Organisationsstrukturen werden für Unternehmen zum Problem.

Die Lösung: dynamikrobuste Höchstleister. Dabei handelt es sich um Unternehmen, die sich der Dynamik anpassen und den menschlichen Ideenreichtum wieder in die Wertschöpfung integrieren. Höchstleistung kann man nicht durch Anstrengung erreichen – sie ist bereits da oder entsteht. Man muss sie allerdings erkennen und diese Talente zum Wohle des Unternehmens nutzen.



Gerhard Wohland

WER-DENKER GESUCHT

„Die alltäglichen problemlösenden Ideen der vielen talentierten Köpfer“, sie sind nach Überzeugung Wohlands das entscheidende Konkurrenzmittel der Zukunft. Dieses Potential durch passende Probleme zu provozieren und zu fördern, sei heute eine wichtige Aufgabe fürs Management. Dort, wo diese Erkenntnis genutzt wird, entstehe hohe Konkurrenzkraft. Bei Problemen sei aus alter Gewohnheit immer noch die meistgestellte Frage „Wie“. Wie kommen wir aus der Krise? Wohland sagt, er kenne viele Beispiele von Firmen, die bei der Wie-Frage bis heute steckengeblieben seien. Eigentlich müsse man aber nach dem „Wer“ fragen. Wer kann unser Problem lösen? Toyota sei mit seiner Meister-Kultur ein schönes Beispiel für diese Art der Talentorientierung. Dass dieses Umdenken hin zu personalisierten Lö-

sungsansätzen mit Schwierigkeiten verbunden ist, verhehlt Gerhard Wohland nicht. Ausnahmekönner seien in ihren Firmen häufig Fremdkörper, die in klassischen Organisationen störende Regeln ignorieren, sich eine eigene, dynamikrobuste Arbeitswelt schaffen würden, sogenannte „Höchstleistungsinseln“. Selbst in maroden Strukturen existierten diese Höchstleistungsinseln, hat Wohland beobachtet. Man müsse sie nur finden und fördern, statt sie zu entsorgen, wie es in konservativen Organisationen geschehe. Das Potential sei in den meisten Unternehmen bereits reichlich vorhanden. „Wenn Manager zu Wer-Denkern werden und die immer vorhandenen Talente schnell genug entdecken, ist ihr Unternehmen meist weit vorne – wie jede Technik kann auch passende Software dabei helfen.“

DAS RISIKO DER WAHRHEIT

Wenn Gerhard Wohland Unternehmer oder Manager beraten soll, dann setzt er auf Analytik gepaart mit Intuition – Kopf und Bauch. Sein Ziel: Falsch formulierte Probleme – „Wir brauchen Digitalisierung!“ – zu entsorgen und durch tatsächliche Probleme – „Wer fördert unsere Talente?“ – zu ersetzen. Dazu führt er „verkettete Gespräche“ mit Beschäftigten der Firma. „Ich versuche zu erfühlen, was hinter ihrer individuellen Verschiedenheit an gemeinsamer Kultur steckt“, erklärt Wohland seine Technik. Der 71-Jährige benutzt das Bild von einer Vorderbühne und einer Hinterbühne. Die Vorderbühne bildet das Gesagte, Offensichtliche. „Die Hinterbühne beherbergt die Wertekultur einer Organisation, den Kern. Mit den Gesprächen schleiche ich mich dort hin.“



In der Regel sei er, unabhängig von der Größe des Unternehmens, nach zwölf Gesprächen auf der Hinterbühne angekommen, sagt Wohland. Nach zwölf Einheiten kämen keine neuen Erkenntnisse hinzu. Am Ende seien die entscheidenden Antworten häufig die, nach denen er gar nicht hätte fragen können. Bei der Bewertung verlasse er sich auf sein Gefühl, was zunächst wenig wissenschaftlich und willkürlich klinge, aber nach seiner Erfahrung durchaus nützlich sei. Den Schluss seiner beratenden Begleitung bildet das Gruppengespräch, Gerhard Wohland benennt die tatsächlichen Probleme. Ob er immer richtig gelegen habe? Nein, aber mit zunehmendem Alter liege er immer häufiger weniger falsch. Trotzdem: „In diesem Moment des Abschlussgesprächs muss ich dann das Risiko der Wahrheit übernehmen.“



EINE AKADEMIE FÜR AUFSICHTSRÄTE

„DIRECTORS ACADEMY“: BILDUNGSFERNSEHEN FÜR DIE KONTROLLEURE DER REPUBLIK

Gunter Dunkel nennt es „das erfolgreichste Rentner-Startup Deutschlands – und das einzige“. Dunkel hat mit zwei Mitstreitern vor einem Jahr die „Directors Academy“ gegründet, ein E-Learning-Portal für Aufsichtsräte. Ein im deutschen Sprachraum einmaliges Projekt.

Dass die „Directors Academy“, wie von Gunter Dunkel behauptet, Deutschlands erfolgreichstes Rentner-Startup sein soll, stimmt natürlich nur bedingt. Zwar verfügen die drei Gründer des Unternehmens über viel Berufs- und Lebenserfahrung, Rentner im klassischen Sinne sind sie aber ganz gewiss nicht. Was allein schon die Gründung besagter „Directors Academy“ beweist. Mitte 2017 haben die Unternehmerin Viktoria Kicking, der emeritierte Wirtschaftsstatistiker Gerhard Arminger sowie Gunter Dunkel die „Directors Academy“ aus der Taufe gehoben.



Gunter Dunkel

Gunter Dunkel ist in Hannover kein Unbekannter. Bis Ende 2016 stand der gebürtige Österreicher als Vorstandsvorsitzender der Nord/LB vor. Nach seiner Pensionierung widmete er sich verschiedenen Projekten, darunter der „Directors Academy“, einer im deutschen Sprachraum einmaligen E-Learning-Plattform für Aufsichtsräte. Wie seine beiden Mitstreiter, so ist auch Dunkel über viele Jahre als Aufsichtsrat tätig gewesen oder noch im Amt, aktuell

beispielsweise bei der Continental AG. Aus eigener Anschauung weiß der 65-Jährige um die Herausforderungen, denen sich ein Aufsichtsrat gegenüber sieht. „Das Bankgeschäft ist so kompliziert geworden, dass jeder Aufsichtsrat dieser Aufgabe mit großem Respekt begegnet“, sagt Gunter Dunkel. Im Prinzip sei jeder Aufsichtsrat für seine Ausbildung selbst verantwortlich. Zwar gebe es für Aufsichtsräte Präsenzs Schulungen. Aber die regulatorischen Entwicklungen oder aktuelle Schwerpunktsetzungen der Aufsicht seien mit den ständig aktualisierten vi-

deobasierten Modulen der „Directors Academy“ für die Aufsichtsräte besser zu bewältigen und dazu noch vom eigenen Tablet oder dem Smartphone flexibel handhabbar. Präsenzs Schulungen seien geeignet, spezifische Themen dann viel effizienter zu ergänzen, ohne dass man bei „Adam und Eva“ anfangen müsse, so Dunkel, der von der Geschäfts-idee des Trios überzeugt ist.

Die Klientel sei anspruchsvoll, räumt Gunter Dunkel ein. Aber er und seine beiden Partner seien mit ihrer langjährigen Erfahrung in Aufsichtsgremien glaubwürdige Botschafter der Idee, Wissen über die verschiedenen Aspekte der Aufsichtsrats Tätigkeit online zur Verfügung zu stellen. Das Senior-Startup möchte Aufsicht auf Augenhöhe herstellen. Nicht alle Aufsichtsräte seien mit der ihnen zugeordneten Materie von Haus aus so vertraut wie die Vorstände, die sie zu kontrollieren haben. Gunter Dunkel weist in diesem Zusammenhang auf Quereinsteiger und die 50 Prozent der Kontrolleure hin, die von der Arbeitnehmerseite zu stellen sind und die sich in Teilen mit der Materie erst vertraut machen müssen.

Noch beschränkt sich das Online-Angebot auf Module für Bankenaufsichtsräte und Aktiengesellschaften. Später sollen Lern-Videos für Aufsichtsräte in Versicherungen, Personengesellschaften und öffentlichen Unternehmen hinzukommen. Über 100 Experten-Videos sind online, erste Abonnements seien verkauft. Das Interesse sei definitiv vorhanden, zeigt sich Dunkel optimistisch. „Wir haben die Angel ausgeworfen und gemerkt: Der Köder schmeckt dem Fisch. Jetzt brauchen wir nur noch ein wenig Geduld.“

ERFOLGREICHE MITARBEITERÜBERLASSUNG

2016 hat Tina Voß der in Hannover beheimateten Dunkel.investments GmbH eine Mitarbeiterin in Zeitarbeit überlassen – Ines Koch. Seit Ende 2017 ist sie bei Gunter Dunkel fest angestellt und mittlerweile teilweise auch für das Startup „Directors Academy“ tätig.

„Wir digitalisieren die Heizung!“

Wie ein Schaf und ein Hirte uns helfen könnten, sehr viel Energie einzusparen

Vilisto – der Firmenname kommt aus dem Spanischen und ist eine Kombination aus „vivid“ (leben) und „listo“ (klug). Ein wenig klüger leben – genau das ist das Ziel von drei Startup-Gründern aus Hamburg. Selbstlernende Heizkörperthermostate sollen dazu beitragen, den Energieverbrauch in Bürogebäuden zu reduzieren. „TVjournal“ hat dazu mit Christian Brase (32) gesprochen, Leiter Vertrieb bei „vilisto“. Das „Du“ ist in der Startup-Szene nicht ungewöhnlich.

Christian, wie seid ihr auf die Idee zu „vilisto“ gekommen?

Die ursprüngliche Idee stammt vom Mitgründer Christoph Berger. Christoph studierte 2014 noch an der TU Hamburg und dort entstand eine Projektarbeit. Inhalt: Wie kann man mithilfe von Wettervorhersagen Aussagen zu künftigen Raumtemperaturen treffen? Christoph fand das spannend, wollte das weiterentwickeln. 2015 wechselte dann Lasse Stehnen von BMW ins Startup, damit hatten wir neben den Algorithmen von Christoph die nötige technische Kompetenz an Bord. 2016 bin ich dann zu „vilisto“ gekommen.

Was ist eure zentrale Geschäftsidee?

Künstliche Intelligenz gegen Energieverschwendung. Wir bieten selbstlernende Heizkörperthermostate an, die Räume nur noch nach Bedarf beheizen. Wir digitalisieren die Heizung und helfen unseren Kunden, mühelos Energie zu sparen!

Wie funktioniert das?

Unser Thermostat ist mit einer Präsenzerkennung ausgestattet. Mehrere Sensoren registrieren, wenn Menschen im Raum sind. Diese Information wird an ein Steuergerät übermittelt. Dieses Steuergerät entscheidet nun aufgrund einer Vielzahl von Daten, ob und wie geheizt werden muss. Das alles geschieht absolut vollautomatisch.

Und wenn es draußen 30 Grad im Schatten sind?

Die Außentemperatur ist selbstverständlich Teil des Datensatzes. Bei 30 Grad im Schatten würde unser Thermostat geschlossen bleiben – es sei denn, der Kunde wünscht Raumtemperaturen jenseits der 30 Grad.

Aber das System kann mehr, oder?

Ja, wir arbeiten mit selbstlernenden Algorithmen. Das System erkennt Muster, also einen bestimmten Anwesenheitsrhythmus, und wendet diese an. Und heizt zum Beispiel morgens schon mal vor, bevor die Mitarbeiter ins Büro kommen.

Ihr habt das Thermostat „ovis“ genannt, das Steuergerät „shepherd“. Also Schaf und Hirte. Zufall?

Nein, das geschah schon bewusst. Das Thermostat an sich ist ja nicht sehr klug, viel klüger ist das Steuergerät, also der Hirte. So verhält es sich bei uns auch mit ovis und shepherd.

Ihr habt euch anfangs auch an Endverbraucher gewendet, dann die Strategie gewechselt. Warum?

Weil wir gemerkt haben, dass wir auf dem Endverbrauchermarkt nicht allein sind. Unsere Prototypen in Privatwohnungen waren durchaus erfolgreich, aber wir hatten so um die 20 Mitbewerber, die ähnliche Produkte im Portfolio hatten. Außerdem ist das Thema Smart Home hier in Deutschland überhaupt noch nicht angekommen.

Was habt ihr dann gemacht?

Eine Marktanalyse. Die hat gezeigt, dass wir im B2B-Bereich mit unserem System zweierlei sind: noch effektiver und das einzige vollautomatische Thermostat auf diesem Markt. Andere Thermostate benötigen eine Programmierung oder eine App, um zu funktionieren. Unser Prototypentest Anfang 2017 mit rund 50 Thermostaten bei unserem Kooperationspartner RheinEnergie in Köln hat unsere Einschätzungen bestätigt.

Inwiefern?

Die Geräte wurden in Büroräumen installiert, der Einspareffekt lag bei 28,6 Prozent. Und das trotz einer bereits vorhandenen zehnstündigen Nachtabsenkung.

Seitdem konzentriert ihr euch komplett auf Büroräume?

Ja. Weil wir gemerkt haben, dass es bei Unternehmen und Kommunen gleichermaßen ein bestimmtes Problem gibt: das Trittbrettfahrer-Problem.

Was ist das?

Unternehmen und Kommunen wollen Energie und Geld sparen. Die Mitarbeiter müssen aber für die Heizkosten nicht aufkommen, dementsprechend nachlässig wird das Heizverhalten reflektiert. Da bleibt schon mal der Heizkörper über Nacht an. Unser selbstlernendes Thermostat löst dieses Dilemma vollautomatisch. Wir bieten große Einsparungen bei kleinen Investitionen.

Wie hoch schätzt du das Einsparpotential ein?

Wir haben Zahlen aus der Praxis, da wurden mehr als 32 Prozent ein-

gespart. Wir rechnen mit einem Einsparpotential von bis zu 40 Prozent. In Büroräumen hängt der Energieverbrauch zu 50 Prozent vom Nutzerverhalten ab.

Seid ihr bereits in der Serienproduktion?

Ja, Anfang 2018, zwei Jahre nach Unternehmensgründung, wurden die ersten 1000 Serienthermostate ausgeliefert.

Schon verkauft?

Die waren alle vorbestellt. Selbst die 2. Serie Ende 2018 ist teilweise bereits verkauft.

Die Serienmodelle habt ihr, unterstützt von einem Dienstleister, selbst hergestellt. Warum die Mühe?

Weil wir wissen wollten, wie es geht. Und was es kostet. Wir werden das sicherlich irgendwann extern machen lassen, aber in dieser Phase war es uns wichtig, möglichst viele Erfahrungen mit der Hardware und den Produktionsprozessen zu sammeln.

Eine eigene Hardware, ist das der entscheidende Unterschied zu vielen anderen Startups?

Was wir machen, nennt sich „Deep Tech“. KI-Anwendungen in Verbindung mit neuer Hardware. Später können dann verschiedene Softwarelösungen, auch von Drittanbietern, eingebunden werden. Das ist am Anfang sehr aufwendig und teuer, eröffnet uns und unseren Investoren aber auch die Möglichkeit, auf einem Markt nachhaltig Fuß zu fassen.

An welchen Markt denkst du dabei?

Unsere Produkte sind ideal für digitales Facility-Management. Diese „PropTech“ genannte Branche ist noch recht klein und entwicklungs-fähig. Sie liefert Optimierungen nicht nur bei Heizkosten, auch andere Betriebskosten können gesenkt werden. Unser Thermostat kann

die Raumbelastungsquote erfassen, damit ließen sich zum Beispiel Reinigungskosten sparen.

Welche Chancen rechnet ihr euch dabei aus?

Wir sind mit derzeit sechs Festangestellten noch ein kleines Startup. Aber wir haben mit der KIC InnoEnergy SE einen finanzstarken, gut vernetzten und sehr hilfreichen Partner an unserer Seite, der schon bei uns investiert hat und an uns glaubt. Darüber hinaus kooperieren wir mit großen Industriepartnern. Die RheinEnergie AG hat uns beispielsweise bei der Produktentwicklung unterstützt. Bei der Digitalisierung gilt die Immobilienbranche als schlafender Riese. Ich würde sagen: Wir schwimmen auf einer Welle!

Vilistos Schaf-Herde hat bei Tina Voß die Räume im Blick

Seit Anfang Februar dieses Jahres sorgen die Systeme „ovis“ und „shepherd“ auch bei der Tina Voß GmbH für Wärme nach Bedarf. Einer der Hamburger Startup-Gründer ist ein Bekannter von Julia Wohlfeld, so kam der Kontakt zustande. Dass sich die selbstlernenden Heizkörperthermostate gerade zu Beginn als ein wenig lernschwach erwiesen, hat Tina Voß in ihrer mit klammen Fingern geschriebenen Kolumne „Lambada vorm Kamin“ festgehalten. Im Sommer dann noch einmal eine kurze Delle im Lernprozess, dieses Mal schweißtreibender Natur. Im Winter wird es dank des tollen Supports aus Hamburg bestimmt super klappen. Und falls nicht – dann freuen wir uns auf die gemeinsame Lernkurve.



Vilisto - das sind v. l. Christian Brase, Christoph Berger und Lasse Stehnen.



TINAS KOLUMNE

Lambada vorm Kamin

Einige von uns gehören zur Generation Y. Die wollen morgens kein Feuerholz anzünden, sondern finden es fancy, wenn die Heizung spürt, dass menschliches Leben morgens ins Büro rollt.

Wir haben seit letztem Winter intelligente Thermostate, deren Lernkurve nach zwei Wochen so hoch war, dass sie alles über uns wussten und ihr Bestes dafür getan haben, um mit einer Wohlfühltemperatur die individuelle Laune zu steigern. Beim Tippen dieser Kolumne fielen mir noch vor Kälte die Finger ab. Da aber der projektverantwortliche Kollege bei mir keinen Heizkörper gefunden hatte, ging es dem Thermostat vielleicht genauso? In den Toiletten tanzten einige Kollegen Lambada und kreischten, weil die Heizung einen Bewegungsmelder und akustischen Regler hat.

Meine erste Besprechung war früh am Morgen um 8 Uhr in einem großen Raum. Der externe Besucher und ich haben die Thermostate angebrüllt, einen Boxkampf simuliert, den Wetterbericht der sibirischen Tundra runtergeladen und ins System eingespeist. Die Anlage berücksichtigt nämlich auch die Vorhersagen. Danach war uns immerhin warm.

Nach zwei Wochen kannte die Software all unsere Empfindlichkeiten und befeuerte diese durch die erlernten individuellen Heizkurven. Meine Sorge, dass wir dann vermutlich für Monate in Flammen stehen hat sich Gott sei Dank nicht erfüllt ...

Ihre
Tina Voss

Digitalisieren mit Hirn

Wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter für den Wandel gewinnen

„Ich glaube, es wird oft unterschätzt, wie tiefgreifend die Veränderung einer ernstgemeinten digitalen Transformation für Mitarbeitende und Führungskräfte sein kann“, sagt der Vorstandsvorsitzende der Otto-Group, Alexander Birken, im Buch „Digitalisieren mit Hirn“. Er ist einer von 80 Gesprächspartnern, deren Erfahrungen mit der Digitalisierung der hannoversche Autor Henrik Kehren zusammengetragen hat. Der 43-jährige Unternehmer hat gemeinsam mit Co-Autor Sebastian Purps-Pardigol in 150 Unternehmen Tiefeninterviews zum Thema Digitalisierung geführt. Am Ende wählte das Duo für das Buchprojekt zwölf namhafte Unternehmen aus, deren Vertreter im Buch zu Wort kommen. In sieben Kapiteln arbeiten Kehren und Purps-Pardigol die wesentlichen Hebel für eine digitale Transformation abseits bekannter Ratgeberpfade heraus. „Kein Unternehmen gleicht dem anderen. Jeder Betrieb hat seine eigene Wertekultur, unterschiedlich verfügbare Ressourcen, um den Wandel zu beschreiten. Insofern gibt es nicht den einen richtigen Weg, sondern eine Vielzahl individueller Wege, um die digitale Transformation im Unternehmen ganzheitlich zu leben und damit zu kultivieren“, sagt Kehren.

Erschienen im
Campus-Verlag,
249 Seiten,
ISBN 978-3-593-50842-9,
34 Euro



GEWINNSPIEL

Wir verlosen zwei Bücher. Einfach bis zum 05.10.2018 eine E-Mail an gewinnspiel@tina-voss.de mit dem Stichwort „Digitalisieren mit Hirn“ senden. Das Los entscheidet. Viel Glück!

Der Coyo-Effekt

Social Intranet auf neuer Plattform – ist die E-Mail bald Vergangenheit?

Was haben die Deutsche Bahn, Adidas und Tina Voß gemeinsam? Sie alle nutzen Coyo! Coyo ist eine Kommunikationsplattform mit Arbeitsumgebung, eine Art Social Intranet mit Anwendungen, deren Aufbau sich sehr eng an Apps orientiert, wie man es aus dem privaten Umfeld kennt – also beispielsweise WhatsApp oder Facebook. Anfang des Jahres wurde das Programmpaket bei Tina Voß installiert. Betreut wurde das Einrichten der neuen Software von Benjamin Tasche. Tasche ist bei Digital Mindset beschäftigt, einem Integrationspartner der Hamburger Firma Coyo. Tasche nennt sich selbst Digitalotse. Ein Lotse, der Firmen sicher durch die Untiefen der Digitalisierung führt. Tatsächlich ist der 31-jährige Software-Spezialist vor seiner digitalen Lebensphase sechs Jahre zur See gefahren.

Und worin besteht der Coyo-Effekt? „Ich spare mir das ganze E-Mail-Gedöns“, sagt Benjamin Tasche. Er ist bekanntermaßen kein Freund der Elektropost, ein Vortrag von ihm steht unter dem Motto „Die Last des Tagesgeschäfts – Raus aus der E-Mail-Falle“. Tasche beschreibt Coyo als transparent und selbsterklärend – einfach eine neue Art der Kommunikation. Zudem soll Coyo dazu beitragen, Medienbrüche zu vermeiden. Anders ausgedrückt: Man braucht im Prinzip für die tägliche Arbeit nur noch ein Programm – Coyo. Aktuell sei Coyo noch eine rein interne Lösung, aber Ende des Jahres soll es möglich sein, auch externe Partner auf der Plattform einzubinden, kündigt der Coyo-Administrator an. Von seinem Schreibtisch in Laatzen aus kann Benjamin Tasche sehen, wie das System genutzt wird. Seine Zwischenbilanz: „Coyo wird bei Tina Voß gut angenommen.“



Coyo-Workshop bei der Tina Voß GmbH



Connected
Company
statt „cc“



Daniela Klemp findet die neue Kommunikationsstruktur gut

Connected Company, eine neue, schnellere und übersichtlichere Kommunikationskultur – und einfach soll sie zudem sein, die Coyo-Welt. Seit einem knappen dreiviertel Jahr ist das neue Intranet bei Tina Voß auf den Computern, Daniela Klemp aus dem Recruiting hat sich mit der Oberfläche und den Funktionen rasch angefreundet. „Es ist überhaupt nicht kompliziert. Wenn man sich ein bisschen mit Facebook auskennt, findet man sich dort schnell zurecht“, so ihr Urteil. E-Mails setze sie nur noch für externen Kontakt ein, die gesamte interne Kommunikation laufe über die Chats und Protokolle bei Coyo. „Ich kann jetzt viel besser entscheiden, was ich sehen möchte und was nicht. Das ist anders als bei den Mails, wo man immer wieder mal im cc landete. Bei Coyo kann ich viel besser filtern“, beschreibt Klemp die Vorzüge der neuen Software. Die Workspaces als universelle Schnittstellen zwischen den Abteilungen machten das Arbeiten zusätzlich strukturierter. Ganz nebenbei erleichtert Coyo den privaten Austausch im Büro.



vorgestellt von

Dr. Melanie Cordini

systemischer Management Coach
Expertin für Führung und
Kommunikation
www.fuehrungsgeber.de

Kontakt: cordini@fuehrungsgeber.de



Achtsamkeit in der Digitalisierungsfalle oder nur Altes in neuem Gewand?

Die Digitalisierungsdiskussion ist überall präsent. Wie beeinflusst sie die Unternehmen? Was macht sie mit den Mitarbeitern? Was wir hier gerade erleben ist die aktuelle Version eines Dauerthemas, und das heißt: Veränderung. Hier gilt: Schauen Sie auf Ihre Unternehmenskultur.

Achtsame Führungskultur – die Basis von allem

„Was ist Ihren Mitarbeitern wichtig?“ „Keine Ahnung.“ „Wann haben Sie das letzte Mal darüber gesprochen?“ „Noch nie, ich habe genug mit dem Tagesgeschäft zu tun.“ Die Führungskraft war seit 10 Jahren in dieser Position und hatte noch nie geführt. Sie kannte keinen einzigen ihrer Mitarbeiter, nur deren Funktion.

Loyalität braucht Sicherheit, Anerkennung und Vertrauen. Das geht in Change-Zeiten schnell verloren. Als achtsame Führungskraft kenne ich die Bedürfnisse und Abneigungen aller, auch meine eigenen. Wer den Sinn einer Veränderung nicht sieht, ist in einer belastenden Situation.

Erfolgreiche Veränderung braucht Einbindung

Team x eines mittelständischen Unternehmens hatte einen Change-Workshop, die Maßnahmen waren noch nicht umgesetzt, aber die Stimmung bereits auf dem Tiefpunkt: „Wir hätten bessere Ideen gehabt, aber wir wurden nicht mal nach unserer Meinung gefragt!“

Egal, wie sich Ihr Unternehmen verändert, 90 % einer erfolgreichen Idee macht aus, die Mitarbeiter mitzunehmen. Mehr noch: Innovative Mitarbeiter haben bei der Bewertung neuer Ideen eine deutlich höhere Trefferquote als die Führungskräfte. (Justin Berg, 2016, Prof. in Stanford) Je mehr ich mich als betroffener Mitarbeiter für die Zielerreichung einbringen kann, desto höher ist meine Identifikation, Motivation und auch meine Wertschätzung des Ergebnisses. Wer sich aber übergangen oder unfair behandelt fühlt, fällt schnell in den inneren Widerstand.

Die richtige Lösung braucht Fehler

Erfolgreiche Maßnahmen sind nie komplett planbar. Wer das akzeptiert, sieht eine gescheiterte Maßnahme oder Idee nicht als Fehler, sondern als wichtigen Schritt zur richtigen Lösung. Das macht einen großen Unterschied in der Unternehmenskultur. Kreativität des einzelnen wird gewürdigt. Schaffen Sie ein Budget zum Ausprobieren neuer Ansätze. Auch aus Ideen, die in der Probephase scheitern, ziehen Sie

wichtige Erkenntnisse. Ein Kunde eines gescheiterten Digitalisierungsprojektes hatte zunächst seine Mitarbeiter lediglich per Mail informiert. Den Frust, den diese auslöste, bekam er zu spät mit. Mittlerweile geht das Projekt in die zweite Runde, mit Workshops für alle und regelmäßigen persönlichen Informationsmeetings.

Sonderfall Digitalisierung

Wenn maschinelle Prozesse und Mailverkehr Interaktion und persönliches Handeln ersetzen, sind Motivation und Beziehungen gefährdet. Der eigene Einfluss auf das Ergebnis ist ein großer Motivator. Das unmittelbare Erleben von Reaktionen zu verlieren, ist eine gravierende Veränderung. Diese Verbundenheit mit den eigenen Arbeitsergebnissen ist bei Digitalisierungsprojekten oft in Gefahr, kann aber teils aufgefangen werden, zum Beispiel indem positive Kundenreaktionen für alle erlebbar gemacht werden.

Achten Sie auf Ängste wie:

Sinnverlust, Beziehungsverlust, Statusverlust, Anerkennungsverlust

Ist Veränderung immer sinnvoll?

Manchmal heißt die Antwort nein. Was macht diese Veränderung mit der Identität meines Unternehmens? Verändere ich die Identität, verändere ich auch die Beziehung zu meinen Mitarbeitern und zum Kunden.

Fragen Sie sich deshalb vorab:

Was bringt es? Was spart es? Was opfert es? Wer will das? Wer braucht es?

Achtsamkeit bei der Umsetzung von Veränderung:

- Wie werden Mitarbeiter wertgeschätzt?
- Wie werden Ängste berücksichtigt?
- Werden Mitarbeiter nach ihrer Einschätzung zum Erfolg des Projektes gefragt?
- Wie können Mitarbeiter ihre Ideen zum Change-Prozess regelmäßig einbringen?
- Gibt es eine Fehlerkultur im Haus?

Ein herzlicher Empfang



Eine Erfolgsgeschichte für alle Beteiligten: 2016 absolvierte Celine Knaak ein sechswöchiges Schulpraktikum bei der Tina Voß GmbH. 2020 wird sie voraussichtlich die Vorstandsassistentin bei der Ostland eG übernehmen. Eine steile Karriere, und wie es dazu kam.

Für Celine Knaak läuft es beruflich gerade wirklich rund. Wenn alles gut geht, ist sie gerade auf dem Weg von der Aushilfe zur Assistentin des Vorstands eines Traditionsunternehmens. Es ist eine Erfolgsgeschichte in drei Kapiteln. Aber der Reihe nach...

ERSTES KAPITEL: 2016

Celine Knaak lernt Fremdsprachenkorrespondentin an der Buhmann-Schule in Hannover. Ein sechswöchiges Betriebspraktikum führt die damals 17-Jährige 2016 zur Tina Voß GmbH. Daniela Klemp begleitet die Praktikantin in der für diese ungewohnten Umgebung und steht der jungen Frau mit Rat und Tat zur Seite. Sie trifft auf einen Menschen, der auf der Suche ist. Klemp: „Was ihre berufliche Zukunft anging, war Celine wie viele Jugendliche ihres Alter noch sehr unsicher.“ An ihrem Praktikumsplatz fühlt sich Celine Knaak gut aufgehoben. Der Hannoveranerin, die von sich selbst sagt, sie sei ein Familienmensch, gefallen der persönliche und herzliche Umgang in der Firma sowie die übersichtlichen Strukturen bei Tina Voß. Selbst als Praktikantin sei sie von Anfang an Teil des Teams gewesen, berichtet Knaak. „Ich wurde gleich zum Sport eingeladen, habe dort neben der Chefin die Medizinbälle gestemmt – das hat mich echt beeindruckt, diese Wertschätzung hat mich gefreut. Man bekam so sehr schnell Zugang zu den Kolleginnen und Kollegen, das fand ich klasse.“ Nach Beendigung des Praktikums bleibt Celine weiter im Kontakt mit der Voß-Crew, im Sommer 2017 beginnt die Suche nach einer festen Stelle für sie. Daniela Klemp kann sich an ihr Bauchgefühl zu jener Zeit erinnern: „Was die Berufswahl angeht, da war 2017 einfach noch zu früh für Celine.“

ZWEITES KAPITEL: 2018

Im Februar 2018 hat Personalmanagerin Anna Wiegmann eine Anfrage auf dem Schreibtisch, die Wohnungsgenossenschaft Ostland sucht kurzfristig eine verlässliche Aushilfe für den Empfang. Ostland und die Tina Voß GmbH stehen in regelmäßigem Kontakt, man kennt und schätzt sich. Celine Knaak und Ostland? Daniela Klemp und Anna Wiegmann sind sich einig, dass das funktionieren könnte. Und es funktioniert. Zunächst übernimmt Celine eine Zeitvertretung über acht Wochen, anschließend wird der Vertrag zwei Mal verlängert. Nach eigenen Worten findet sie ein sehr harmonisches Umfeld mit vielen netten Kolleginnen

und Kollegen vor, als „herzlich“ empfindet Celine Knaak das Miteinander in der kleinen Firmenzentrale in Hannover-Linden. Auch bei Ostland ist man von der jungen Frau angetan. Die kaufmännische Leiterin Kerstin Ellerhold entwickelt gemeinsam mit Celine Knaak einen Plan für deren berufliche Zukunft. Man einigt sich auf eine Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement, wegen der Vorbildung verkürzt von drei auf zwei Jahre. Nach erfolgreicher Beendigung der Ausbildung soll Celine Knaak die Assistenz der Ostland-Geschäftsführung übernehmen. Ein Traumangebot, eine echte Chance. Am 1. August 2018 hat sie ihre Ausbildung begonnen. Wie ihr die Ausbildung gefällt, wie sie ihre berufliche Perspektive einschätzt? Celine kann das in einem Satz zusammenfassen: „Das ist der Wahnsinn!“

DRITTES KAPITEL: 2020

Bei Ostland hat man Celine Knaak parallel zur Ausbildung auch gleich eine klare berufliche Perspektive gegeben, die Übernahme in ein festes Beschäftigungsverhältnis. Prokuristin Kerstin Ellerhold ist von der Lösung überzeugt: „Wir können uns sehr gut vorstellen, gemeinsam mit Celine diesen Weg zu gehen und freuen uns, einem jungen Menschen ein solches Angebot unterbreiten zu können. Die eigene Ausbildung der Mitarbeiter, von morgen“ wird bei der Ostland, insbesondere aufgrund der dabei entstehenden Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, präferiert, so Ellerhold. Die Vakanz in der Ostland-Chefetage, eine Vermittlung zur rechten Zeit – im Fall Celine Knaak hat für beide Seiten alles wunderbar zusammengepasst. Dass sie 2020 dann mit gerade einmal 22 Jahren schon Vorstandsassistentin sein könnte und damit sicherlich eine der jüngsten ihres Fachs in Hannover, auch das ist für Celine Knaak vor allem eines: „Wahnsinn!“

OSTLAND

Die 1950 gegründete Ostland-Wohnungsgenossenschaft beschäftigt rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche sich um die wohnlichen Belange von über 3.000 Mitgliedern kümmern. Das Unternehmen verfügt über rund 2.000 eigene Wohnungen und verwaltet zudem 1.200 Wohnungen für Fremdeigentümer. Unter anderem entwickelte die Ostland das städtebauliche Vorzeigeprojekt Gilde-Carré in Linden, wo sich auch der aktuelle Firmensitz befindet.



Ein gutes Team: Anna Wiegmann (li.) und Daniela Klemp (re.) mit Celine Knaak und Bürohündedame Frida



Anna Wiegmann

Personalmanagement,
On-Site-Management

„Frau Gasinski ist eine sehr aufgeschlossene und sympathische junge Frau. Sie macht einen sehr engagierten Eindruck und ist eine gepflegte Persönlichkeit.“ Das war die Beurteilung, die eine Kollegin vor vielen Jahren über Anna – die mittlerweile Wiegmann heißt – nach dem Vorstellungsgespräch geschrieben hat. Daraufhin haben wir Anna umgehend für einen Kundeneinsatz eingestellt.

Wie so oft finden wir dann Verstärkungen für uns intern bei den externen Kollegen im Zeitarbeitseinsatz. Vor zehn Jahren haben wir Anna gefragt, ob sie Lust hat, zu uns ins Büro zu kommen. Seitdem hat sie sich vom Empfang über Dispo-Assi bis hin zur ausgewachsenen Personaldisponentin entwickelt. Und nicht nur das, denn Anna betreut unsere wichtigsten Kunden im On-Site-Management und ist für alles eine kompetente Ansprechpartnerin. Das schätze nicht nur ich, sondern auch die Kollegen um sie herum.

Zudem ist Anna eine der wenigen tapferen Kolleginnen, die unser Sportprogramm voll durchzieht und sich auch vor dem schlimmsten Muskelkater nicht scheut.

Liebe Anna, zehn Jahre sind hölle schnell vergangen. Herzlichen Glückwunsch auch dir zur überstandenen Bewährungszeit. Und falls du mal Sport absagen willst, zeige ich dir diesen Text.

Deine Tina



10
JAHRE

TEAM TINA VOß GMBH



Julia Hümmer

Recruiting

Welcher Beruf qualifiziert jemanden im Bereich Service, Kundenzufriedenheit und für den Umgang mit ungewöhnlichen Situationen wohl am besten? Für mich immer ganz klar alles rund um Ausbildungen im Hotel und in der Gastronomie. So war schnell klar, dass jemand wie Julia mit ihrer großen Kundenorientierung super zu uns passen würde.

Julia hat die ersten Jahre in spannenden Projekten mitgearbeitet, in denen wir für unsere Kunden Telefoninterviews mit ihren Bewerbern geführt sowie die Bewerber verwaltet und klassifiziert haben. Dabei musste sie eine Menge Bälle in der Luft halten und hat das großartig gemeistert. Von daher war es nur naheliegend, dass wir nach dem Abschluss der Projekte neue Aufgaben finden werden. Zwischenzeitlich hatte Julia aber noch ein ganz eigenes Projekt mit langer Laufzeit begonnen: Luis. Das ist der Name ihres Sohnes.

Nun ist Julia mittlerweile nicht nur seit Jahren bei uns im Recruiting unterwegs, sondern sie hat auch nebenberuflich eine Weiterbildung zur Personalfachkauffrau aufgesattelt. Sie geht auf Messen, spricht mit den Bewerbern bei Vorträgen und tummelt sich in sozialen Netzwerken, um da die passenden Kandidaten für uns und unsere Kunden zu finden. Alle, die mit Julia zu tun haben, freuen sich über die freundliche Ansprache, die sie bei uns durch sie erleben.

Herzlichen Glückwunsch, liebe Julia, zu zehn Jahren Betriebszugehörigkeit! Damit ist auch deine Probezeit offiziell beendet.

Deine Tina

WIR GRATULIEREN
UND FREUEN UNS, DASS
IHR BEI UNS IM TEAM SEID.

PERSONAL IST UNSER JOB

- Personalvermittlung
- Zeitarbeit
- Recruiting
- Personalmarketing
- Trennungsmanagement
- key4you-Persönlichkeitsanalyse
- Outplacement
- Business-Coaching
- On-Site Management
- Zeugniserstellung

SIND SIE SEXY FÜR BEWERBER?

- Bewerbermarketing
- Mitarbeiterbindung
- Bewerberprozessanalyse
- Team-Coaching
- Trennungsmanagement

VERSTÄRKUNG AUF JEDER POSITION

- kaufmännisches Personal
- IT-Fachkräfte
- gewerblich-technisches Personal

IMPRESSUM

TVjournal September 2018

Herausgeber:

Tina Voß GmbH

Tintengraben 6–9

30177 Hannover

Tel.: 0511/69 68 48-0

www.tina-voss.de

akademie.tina-voss.de

V.i.S.d.P.:

Bruno Brauer (bb)

Redaktionsbüro bb-kontor

Redaktionsteam:

Tina Voß, Daniela Klemp, Julia Wohlfeld, Christian Wienhöfer

Fotos:

shutterstock, Dr. G. Dunkel, G. Wohland, S. Müller-Waltle,
vilisto GmbH, Tina Voß GmbH, privat

Gestaltung und Produktion:

novum! Werbemedien GmbH & Co. KG

Auflage:

2.500 Exemplare

