Wissensbilanz 2006

Aktivsenioren Bayern e.V.
Regionalgruppe Mittelfranken

WISSENSBILANZ

IMPRESSUM

Aktivsenioren Bayern e.V.
Regionalgruppe Mittelfranken
Kurt Opfermann
Charlottenhöhe 2
91522 Ansbach
www.aktivsenioren.de

Inhaltsverzeichnis

► Inhalt

Vorwort 2

Wissensbilanzmodell 3

Ausgangssituation 5
- Einleitung
- Chancen und Risiken
- Geschäftserfolg

Erfassung und Bewertung von Humankapital, Strukturkapital und Beziehungskapital 6
- Erfassung der Einflussfaktoren 6
- Bewertung der Einflussfaktoren 8
  - Humankapital 8
  - Strukturkapital 10
  - Beziehungskapital 12
- Schlussfolgerungen aus dem Potenzial-Portfolio 14

Ausblick 16
- Bearbeitung des Wissensbedarfs der Mitglieder
- Firmenbesuch
- Ausweitung des Beratungsspektrums
- Aktives Einholen von Feedback
- Kundennetzwerk aufbauen
- Referenzen aufbereiten

Fazit der Aktivsenioren 17

Fazit der Moderatoren 18

Vorwort

Als ich im Dezember 2005 von unserem Vorstand, Herrn Langer das Angebot erhielt, über die AKTIVSENIOREN BAYERN e.V. für die Regionalgruppe Mittelfranken, eine Wissensbilanz erstellen zu lassen, war ich zuerst etwas ratlos. Wissensbilanz, was ist das, was soll das? Wir AKTIVSENIOREN sind alle in einem Alter, in dem das Wissen durch unsere Lebens- und Berufserfahrung einfach vorhanden ist. Das im Laufe des Lebens erworbene Wissen aktualisieren unsere Mitglieder sogar durch permanente Weiterbildung.

Auf dieser Basis mit langjähriger Erfahrung und aktueller Kompetenz leisten die AKTIVSENIOREN der Regionalgruppe Mittelfranken ehrenamtliche Beratung für mittelständische Unternehmen und Existenzgründer. Unsere Lebens- und Berufserfahrung ist unser Alleinstellungsmerkmal, wenn Unternehmer Beratung bei uns nachfragen. Unsere Beziehungsnetze z.B. zur Arbeitsagentur, HWK, IHK, DATEV, Schulen und vielen anderen Institutionen und Experten unterstützen uns, die individuellen Problemfelder unserer Mandanten optimal abzudecken. Somit sind auch unsere Beziehungen ein wesentliches Potenzial.

Nach und nach wurde mir klar, dass unser wichtigstes Kapital ein immaterieller Vermögenswert ist; nicht greifbar, aber entscheidend für erfolgreiche Arbeit mit unseren Kunden. Von daher erschien es mir wichtig, genauer zu reflektieren, wie es um unsere wertvollen Ressourcen steht und ob wir nicht noch besser werden können. Mit diesen Argumenten konnte ich auch einige meiner Vereinskollegen davon überzeugen, eine Wissensbilanz zu erstellen.

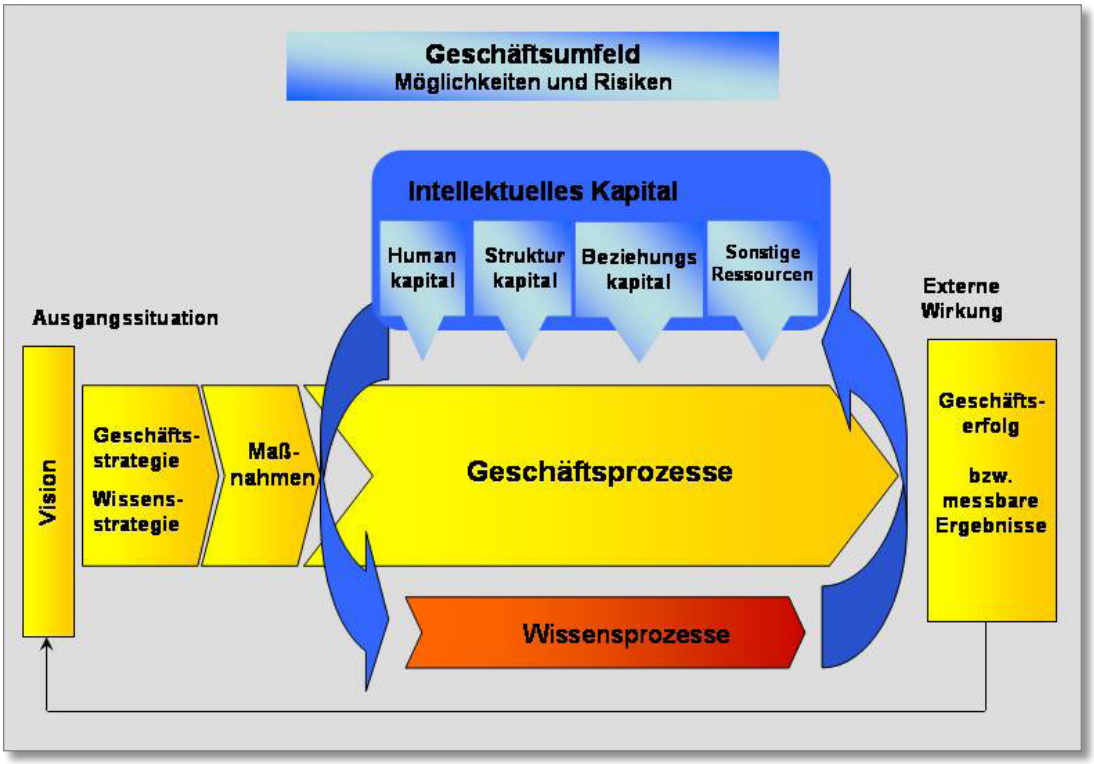
Natürlich war ich selbst auch neugierig darauf, was hier alles auf uns zukommt und wie das externe Moderatorenteam mit uns „alten“ Hasen den Prozess der Wissensbilanzierung nutzbringend durchführt. Umso angenehmer berührt war ich, wie die Damen Fleck-Gottschlich, Arndt, Böhm und Herr Weiß uns die Wissensbilanz präsentierten, den Nutzen aufzeigten und das Ergebnis unserer Arbeit beleuchteten.

Kurt Opfermann,
Regionalleiter Mittelfranken, Ansbach
Oktober 2006

Wissensbilanzmodell

Im Folgenden soll das Modell der Wissensbilanz mit seinen wesentlichen Begriffen kurz vorgestellt werden. Wer sich damit näher beschäftigen möchte, sei auf das Projekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit verwiesen.
Im Internet unter www.akwissensbilanz.org

Die Wissensbilanz basiert auf dem vom Arbeitskreis Wissensbilanz entwickelten Modell. Ausgangspunkt sind das Zukunftsbild und die Strategie mit Blick auf die Möglichkeiten und Risiken im Geschäftsumfeld. Daraus werden Maßnahmen abgeleitet, wie die Organisation, in unserem Fall die AKTIVSENIOREN der Regionalgruppe Mittelfranken, sich entsprechend den verschiedenen Dimensionen des intellektuellen Kapitals, nämlich des Human-, Struktur- und Beziehungskapitals, positionieren möchten.



Das **Humankapital** charakterisiert Kompetenzen, Fertigkeiten und Motivationen der AKTIVSENIOREN.

Das **Strukturkapital** umfasst alle Strukturen und Prozesse, welche die AKTIVSENIOREN benötigen, um in ihrer Gesamtheit erfolgreich und innovativ zu sein – kurz gesagt all jene Strukturen, die von den Mitgliedern des Vereins unabhängig sind.

Das **Beziehungskapital** stellt die Beziehung zu Mandanten, anderen Regionalgruppen sowie zu sonstigen Experten, Instituten und der Öffentlichkeit dar.

Die Wissensbilanz misst und bewertet die Dimensionen des intellektuellen Kapitals und bildet sie in einer Wertschöpfungskette ab. Ebenfalls erfasst werden die Wissensprozesse, d. h. die Wechselwirkungen zwischen den Dimensionen des intellektuellen Kapitals. Dabei zeigt sich, welchen Stellenwert die einzelnen Faktoren für die Organisation haben, welche davon besonders risikoanfällig sind oder welche stabilisierend wirken.

Ausgangssituation

► Einleitung

Hauptzweck des Vereins ist, das im Berufsleben und durch Lebenserfahrung erworbene Wissen seiner Mitglieder als Hilfe für Existenzgründungen, Existenzerhaltungen und Existenzübernahmen/-übergaben einzusetzen, um die Wirtschaft in der Region zu unterstützen, neue Arbeitsplätze zu schaffen und vorhandene zu erhalten.

Zum Vereinszweck gehört insbesondere auch

die selbstlose Hilfe bei der Gründung und Erhaltung von Lebensexistenzen, insbesondere von jungen Existenzen durch Beratungstätigkeit, z.B. Bewerbertraining.

► Chancen und Risiken

Unser Leistungsangebot (Existenzgründungs-, Existenzerhaltungs- und Themenberatung) wird unausgewogen nachgefragt. Es besteht der Wunsch, künftig wieder mehr Themen- und Existenzerhaltungsberatung zu machen.

Nicht alle Mitglieder sind zufrieden mit der derzeitigen Beratungssituation. Deshalb besteht die Chance, die Zufriedenheit der Mitglieder durch anspruchsvolle Beratungsaufgaben zu steigern. Gleichzeitig bietet auch die Erhöhung der Anzahl von Nachfolgeaufträgen und Fördermitgliedschaften die Möglichkeit, die Zufriedenheit zu erhöhen.

Ziel ist, die Zusammenarbeit im Team zu steigern, die Beratungsqualität zu optimieren, die Klarheit und Struktur bei der Aufnahme von Mitgliedern und Kundenaufträgen zu verbessern sowie den Anteil an mittelständischer Beratung zur Existenzerhaltung/Fachthemen zu erhöhen.

Auch unser Geschäftsumfeld ist ständigen Veränderungen unterworfen, sei es die Änderung der Existenzgründungsförderung oder die Herausforderung der Globalisierung. Deshalb ist es für unsere künftige Beratungssituation notwendig, dass wir unser Wissen permanent aktualisieren und uns die Flexibilität bewahren, mit den Veränderungen Schritt zu halten.

► Geschäftserfolg

Der Geschäftserfolg der Aktivsenioren zeigt sich dadurch, dass Unternehmen überleben und sich gut entwickeln. Das heißt, dass Menschen erfolgreich Unternehmen gründen oder auch vor Fehlern bewahrt werden sowie Ausbildungsplätze geschaffen und besetzt werden.

Als Erfolg bezeichnen die Aktivsenioren ebenfalls Lob und Anerkennung von außen sowie die Zufriedenheit der Kunden und Netzwerkpartner.

Die Zufriedenheit der Mitglieder, die Anerkennung von Kunden und Kollegen, interessante Projekte und die Möglichkeit sich weiterzuentwickeln, sind weitere Erfolgsfaktoren.

Erfassung und Bewertung von Humankapital, Strukturkapital und Beziehungskapital

Ausgehend von den benannten Erfolgsdimensionen der Aktivsenioren der Regionalgruppe Mittelfranken, wurde die Frage gestellt, welche Einflussfaktoren relevant sind, um mit den angebotenen Beratungsleistungen die genannten Erfolge erreichen zu können.

Erfolgsfaktoren:
- **Unternehmen überlebt und entwickelt sich gut weiter**
- **Lob und Annerkennung von außen**
- **Aktivsenior ist persönlich zufrieden**

► Aus dem Bereich des Humankapitals wurden folgende Einflussfaktoren identifiziert:

Humankapital	
Einflussfaktor	**Was ist damit gemeint?**
• Lebens- und Berufserfahrung	• Die langjährige Lebens- und Berufserfahrung der Aktivsenioren
• Breites Beratungsspektrum	• Bei Beratungsanfragen kann über den Kompetenzkatalog der passende Berater gefunden werden. Der Kompetenzkatalog zeigt auf, dass ein breites Beratungsspektrum vorhanden ist.
• Auswahlkompetenz	• Idealbesetzung für Beratungsanfragen finden.
• Soziale Kompetenz	• z.B. zuhören können, Einfühlungsvermögen, Diskretion
• Flexibilität	• Keinen Zeitdruck haben • Sich Zeit nehmen für Kunden • Sich nach den Bedürfnissen des Kunden richten

- Aus dem Bereich Strukturkapital wurden folgende Einflussfaktoren festgelegt:

Strukturkapital	
Einflussfaktor	**Was ist damit gemeint?**
• Wissenserwerb	• Möglichkeiten zum Wissenserwerb wie: monatliche Treffen, Wissensaustausch zwischen den Mitgliedern, Seminare/ Training/Vorträge. • Lernen aus der Praxis der durchgeführten Beratungen
• Kollegialität	• Die Möglichkeit, bei Bedarf Kollegen hinzu zu ziehen oder im Team zu arbeiten.
• persönliches Qualitätsmanagement	• Persönliche Ziele setzen und kontrollieren, kritisches Fazit der Beratung ziehen (vor allem aber auf persönlicher Ebene).

- Aus dem Bereich Beziehungskapital benannten die Aktivsenioren folgende Einflussfaktoren:

Beziehungskapital	
Einflussfaktor	**Was ist damit gemeint?**
• Kundenbeziehungen	• Zufriedene Kunden/Klienten haben.
• Sponsoren und Fördermitglieder	• Sponsoren und Fördermitglieder gewinnen.
• Öffentlichkeitsarbeit und Netzwerke	• Der Kontakt und die Zusammenarbeit mit Medien (Zeitung, Radio, Fernsehen), Sprechtag-Partnern (LRA, Sparkassen), Kammern und Verbänden, persönlichen Netzwerken, Banken, bayerischer Staatsregierung, Wirtschaftsförderung, Schulen.

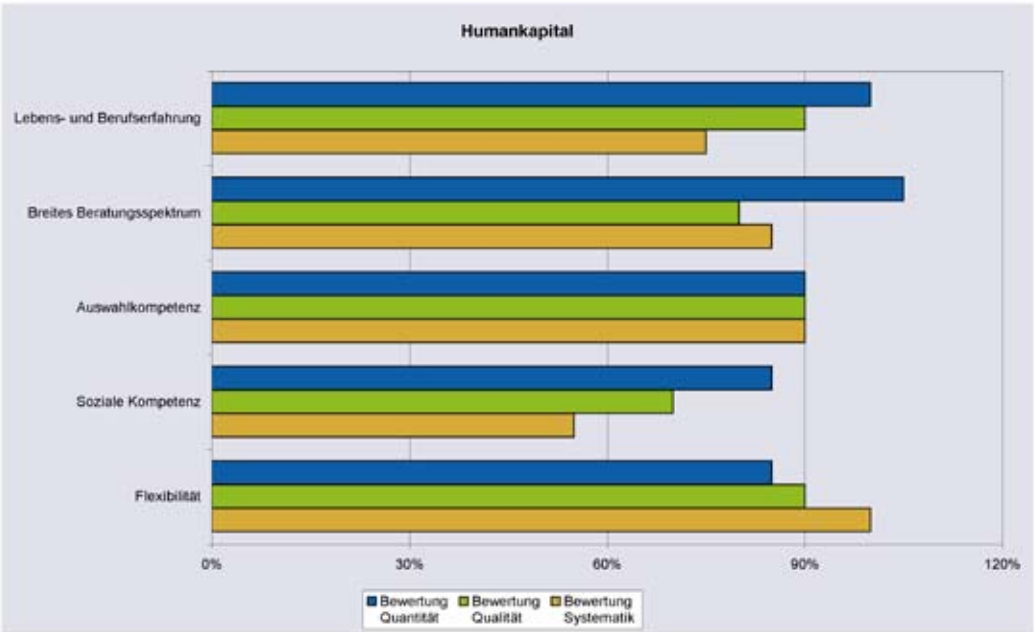
► Bewertung der Einflussfaktoren

Alle Einflussfaktoren wurden beurteilt nach:

- Quantität: ist dieser Einflussfaktor in ausreichender Menge vorhanden?
- Qualität: ist die Qualität dieses Einflussfaktors ausreichend?
- Systematik: wie systematisch wird dieser Einflussfaktor weiterentwickelt?

► Humankapital

Das Balkendiagramm gibt einen Überblick, wie die Aktivsenioren, die am Workshop teilnahmen, die fünf Einflussfaktoren im Hinblick auf das Humankapital aus ihrer persönlichen Einschätzung bewertet haben.



► HK-1 Lebens- und Berufserfahrung

Die Aktivsenioren sind der Auffassung, dass sie über eine sehr hohe Lebens- und Berufserfahrung verfügen, an der sie ihre Mandanten teilhaben lassen. Sie waren aber auch der Meinung, dass die Weitergabe ihrer Erfahrungen an den Kunden noch systematischer betrieben werden könnte.

► HK-2 Breites Beratungsspektrum

Das Beratungsspektrum wurde als überaus breit bewertet. Mit der Qualität und Systematik, in der das angebotene Beratungsspektrum genutzt wird, waren die Aktivsenioren sehr zufrieden. Dennoch wurde darüber diskutiert, ob man nicht auch neue Projekte ins Auge fassen sollte. Gleichzeitig erhoffen sich die Aktivsenioren, dass durch neue interessante Beratungsfelder sie selbst noch mehr Zufriedenheit bei ihrer Arbeit erfahren.

► HK-3 Auswahlkompetenz

Die Aktivsenioren haben nach eigenem Eindruck festgestellt, dass es ihnen bisher gut gelingt, den passenden Berater für den Kunden und seinen Beratungsbedarf zu finden. Bei der mündlichen Kommentierung der Bewertung wurde von den Aktivsenioren allerdings eingeräumt, dass die ideale Besetzung für den Kunden und sein Beratungsthema trotzdem noch gezielter betrieben werden könnte.

► HK-4 Soziale Kompetenz

Die Bewertung dieses Einflusses fiel den Teilnehmern nicht leicht, da sie eigentlich nur von sich ausgehen können. Schließlich ist man nur gelegentlich bei den Beratungen mit anderen Kollegen zusammen, es fehlen Erfahrungen. Da man sich aber untereinander dennoch aus verschiedenen Situationen kennt, wurde dieser Eindruck als Bewertungsgrundlage herangezogen. Wie der einzelne Aktivsenior seine soziale Kompetenz einsetzt, ist seinem persönlichen Beratungsstil überlassen. So ist es auch zu erklären, dass die Systematik, in der die soziale Kompetenz in die Beratung Eingang findet, mit 55% eher niedrig bewertet wurde.

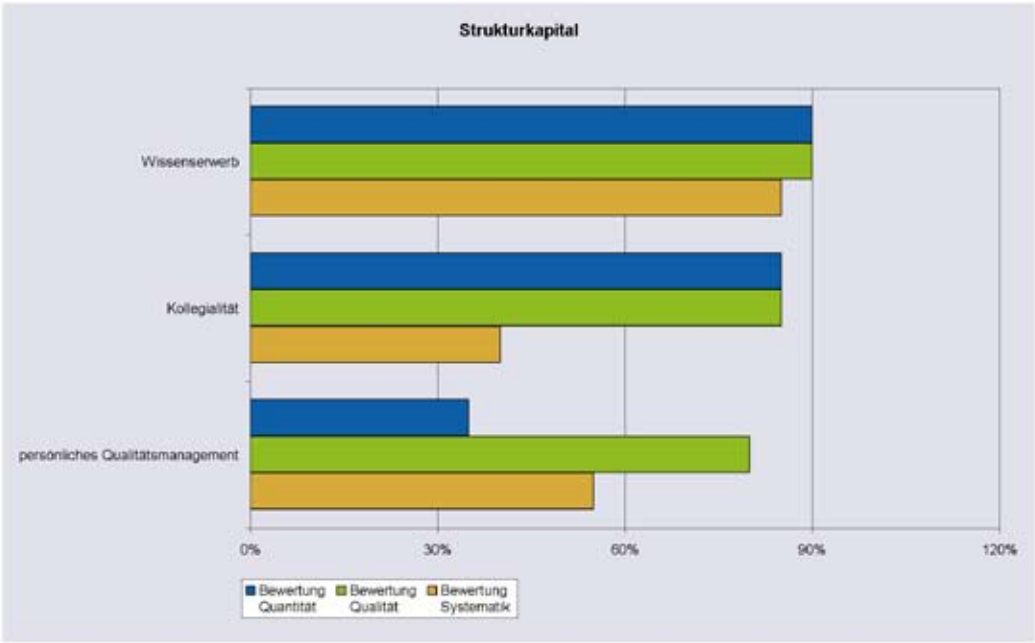
► HK-5 Flexibilität

Das Beurteilungsergebnis ist auch in puncto Flexibilität mehr als gut. Die Aktivsenioren erklärten dazu, dass sie sich meist ganz nach ihrem Kunden richten könnten, sie würden sich ausreichend Zeit für das Beratungsgespräch nehmen und hätten nicht den Zeitdruck, der im heutigen Geschäftsleben ansonsten vorherrsche.

(siehe Grafik auf Seite 8)

► Strukturkapital

Das folgende Diagramm zeigt die Bewertung der Infrastruktur und der unterstützenden Arbeitsfaktoren.



► SK 1 Wissenserwerb

Die Aktivsenioren beurteilten die bisherigen Angebote zum Wissenserwerb als mengenmäßig hervorragend und als qualitativ sehr hochwertig. Auch die Bewertung der Systematik, mit der die Weiterbildungsveranstaltungen und Seminare angeboten werden, liegt bei 85%. – Das klingt zunächst fantastisch, aber in der Diskussion wird auch deutlich, dass längst nicht alle Aktivsenioren die Angebote nutzen. Und vereinzelt werden Stimmen laut, die einen zusätzlich Bedarf äußern, der bislang noch nicht abgedeckt wurde; z.B. aufbereitetes Material, das die Plattform für eine gemeinsame Wissensbasis bildet.

► SK 2 Kollegialität

Kollegialität ist Voraussetzung, damit ein Verein oder eine Arbeitsgruppe zusammenarbeiten kann. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass die Aktivsenioren hier bei der Quantität und Qualität auf jeweils 85 % kommen. Bei der Bewertung der Systematik wird deutlich, dass man sich aber für verschiedene Situationen noch mehr Zusammenarbeit mit den Kollegen wünscht, z.B. wenn Neumitglieder sich einarbeiten und die Kompetenz der erfahrenen Kollegen dringend brauchen oder wenn Beratungsthemen komplex und schwierig sind.

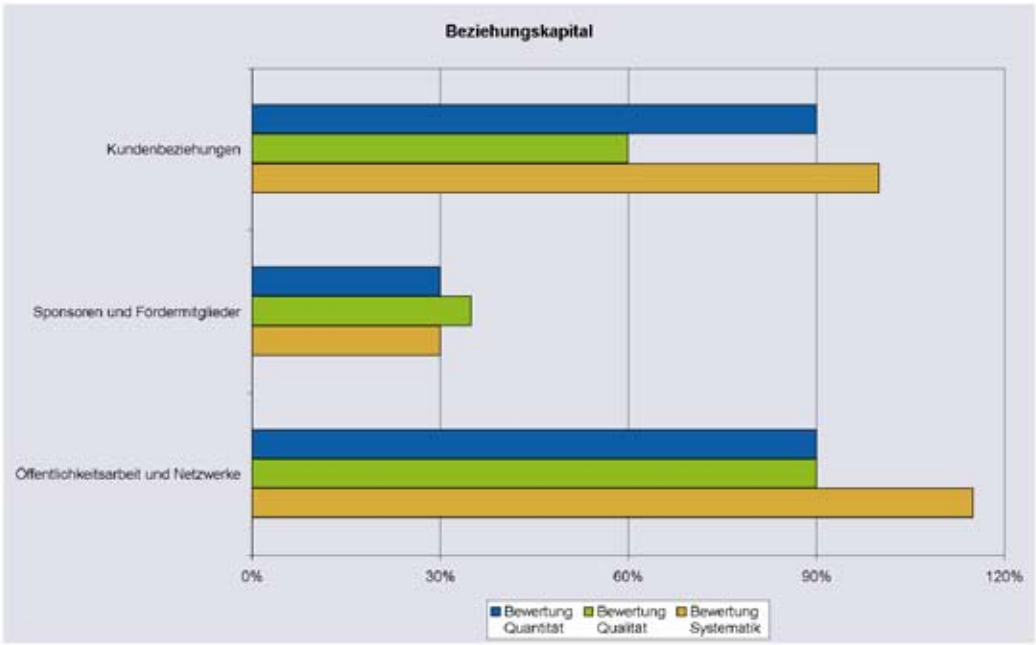
► SK 3 persönliches Qualitätsmanagement

Das Betreiben eines persönlichen Qualitätsmanagements wird jedem Mitglied freigestellt. Schließlich hat man im zurückliegenden Berufsleben genügend formale Zwänge gehabt, die sich ein Aktivsenior nur noch freiwillig auferlegen möchte. Immer da, wo es dem jeweiligen Mitglied als wichtig und nützlich erscheint, arbeitet er nach Checklisten oder schreibt Berichte. Mit diesem Hintergrundwissen wird auch nachvollziehbar, warum Quantität und Systematik niedrig bewertet wurden. – Allerdings muss auch bei den Aktivsenioren ein Minimum an Qualitätsmanagement erfüllt werden, z.B. um Beratungsaufträge an Kollegen weiter zu geben oder um statistische Erfassungen vornehmen zu können.

(siehe Grafik auf Seite 10)

► Beziehungskapital

Wie die Einflüsse hinsichtlich der Beziehung zu Kunden, Partnern, Netzwerken, etc. bewertet wurden, zeigt das nächste Schaubild:



► BK 1 Kundenbeziehungen

Die Beziehungen der Aktivsenioren zum Kunden werden als sehr systematisch bewertet. Auch die Häufigkeit der Kundenkontakte wird mit 90% als völlig ausreichend beurteilt. Im Hinblick auf die Qualität möchte man künftig noch besser werden, z.B. durch den Einsatz von Kundenbindungsinstrumenten wie regelmäßigen Veranstaltungen mit Kunden und Einholen von Rückmeldungen bei Mandanten, um den mittel- und langfristigen Erfolg der Beratungsleistung zu überprüfen.

► BK 2 Sponsoren und Fördermitglieder

Wie jeder Verein sind auch die Aktivsenioren auf Sponsoren und Fördermitglieder angewiesen, um bestimmte Maßnahmen und Projekte voran zu bringen. Gleichzeitig sind viele spendable Sponsoren und Fördermitglieder ein zusätzlicher Gradmesser für die Wertschätzung der ehrenamtlichen Arbeit. Die Bewertung fällt in allen drei Bereichen, wie das Balkendiagramm zeigt, schlecht aus. Man ist sich einig, dass hier viel Verbesserungspotential erkennbar ist.

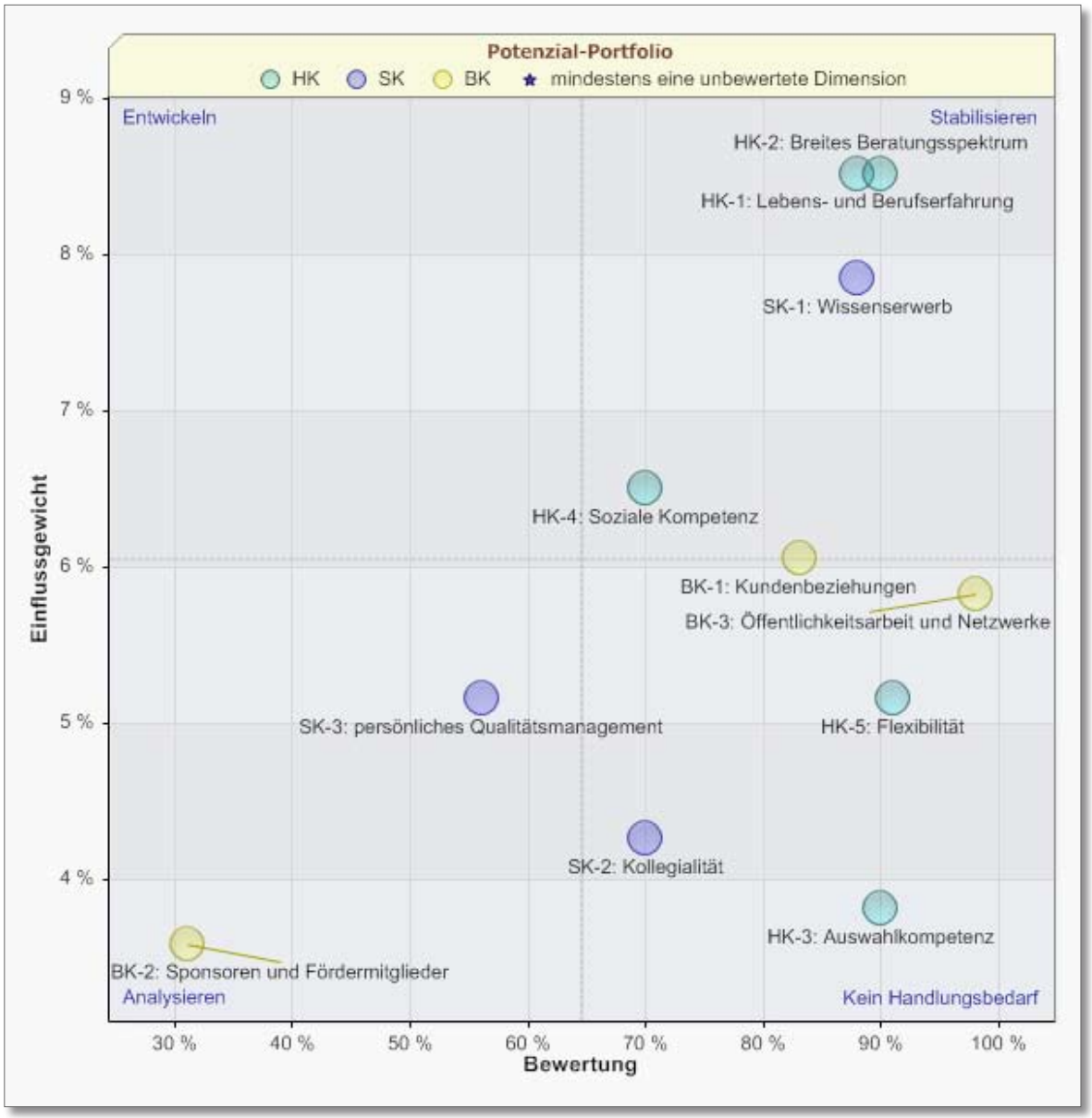
► BK 3 Öffentlichkeitsarbeit und Netzwerke

Aktive Öffentlichkeitsarbeit und Netzwerken werden von den Aktivsenioren sehr intensiv betrieben. Mit dieser Arbeit, die überwiegend und mit viel Engagement vom Vorsitzenden der Regionalgruppe geleistet wird, sind alle Anwesenden sehr zufrieden. Es zeigt aber auch das Risikopotential auf. Was ist, wenn der Vorsitzende sich nicht mehr in dem bisherigen Maße engagieren kann oder will?

(siehe Grafik auf Seite 12)

► Schlussfolgerungen aus dem Potenzial-Portfolio

Wie der bisherige Prozess zeigt, gibt es Verbesserungspotential, doch worauf konzentrieren sich die Kräfte?



Der Fokus der Verbesserungsmöglichkeiten richtet sich auf den Quadranten rechts oben, die dort sichtbaren Faktoren haben einerseits einen großen Einfluss auf den Erfolg der Aktivsenioren und sind andererseits auch gut steuerbar.

Das bedeutet, HK-1 Lebens- und Berufserfahrung, HK-2 Breites Beratungsspektrum, SK-1 Wissenserwerb und HK-4 Soziale Kompetenz haben eine gute Hebelwirkung. Wenn also die Aktivsenioren stabilisierende Maßnahmen dafür festlegen und umsetzen, investieren sie in die richtigen und aussichtsreichsten Vermögenswerte.

Interessant ist die Position von BK-2 Sponsoren und Fördermitglieder. Dieser Faktor hat nur wenig Einfluss und ist gering steuerbar. Das heißt, dass die Erwartungen bei Verbesserungsmaßnahmen nicht zu hoch sein sollten.

(siehe Grafik auf Seite 14)

Ausblick

Im Laufe dieses und des kommenden Jahres sollen Maßnahmen mit folgenden Schwerpunkten erarbeitet werden:

► Bearbeitung des Wissensbedarfs der Mitglieder

Es ist geplant Lernpartnerschaften zu verstärken. Es sollen Beratungstermine beispielsweise öfter als bisher zu zweit wahrgenommen werden, um miteinander und voneinander zu lernen. Ziel ist eine gemeinsame Wissensbasis der Mitglieder. Darüber hinaus soll auch Material aufbereitet werden, das als gemeinsames Basiswissen den Aktivsenioren zur Verfügung gestellt wird.

► Firmenbesuch

Es ist angedacht, für interessierte Mitglieder einmal pro Kalenderjahr einen Firmenbesuch zu organisieren. Im Mittelpunkt soll dabei die Frage stehen, was die Erfolgsfaktoren der besuchten Firma sind und wie die Firma arbeitet. Ziel ist es, Wissen zu aktualisieren und „best practice“ kennen zu lernen.

► Ausweitung des Beratungsspektrums

Bei folgenden Projekten wollen sich die Aktivsenioren der Regionalgruppe Mittelfranken zusätzlich engagieren:

- Lebensberatung für Schüler und Vorbereitung auf Bewerbungen
- Evaluation an gewerblichen Schulen
- Wohnberatung – „Wohnen im Alter“
- Lehrstellenakquise
- Umweltsiegel für gewerbliche Betriebe

Damit soll, weiteren bedürftigen Zielgruppen die Lebens- und Berufserfahrung der Mitglieder zur Verfügung gestellt werden. Die beabsichtigten Projekte versprechen, den Aktivsenioren mehr Abwechslung und Farbe in das Beratungsspektrum zu bringen.

► Aktives Einholen von Feedback

Die Aktivsenioren wollen sich selber in die Pflicht nehmen und aktiv persönliches Feedback bei ihren Kunden einholen. Unterstützen soll dabei eine Checkliste, die erstellt wird. Anschließend soll über die eingeholten Rückmeldungen in den Sitzungen der Aktivsenioren berichtet werden. Ziel ist es, Lob selbst zu ernten und durch das Einholen von Kundenfeedback die soziale Kompetenz zu fördern.

► Kundennetzwerk aufbauen

Idee ist, die Kunden der Aktivsenioren miteinander zu vernetzen. Einmal, um gegenseitig von den Entwicklungen während und nach der AS-Beratung zu berichten - vielleicht können die Informationen einem anderen Kunden auch nützlich sein. Zum anderen soll damit eine Art Kundenbindung aufgebaut werden. Hierzu ist ein spezielles Veranstaltungsdesign geplant, der auf jeden Fall ausprobiert werden soll.

► Referenzen aufbereiten

Gemäß der Devise „Tue gutes und sprich darüber“ soll auf der eigenen und evtl. auch auf der Webseite des beratenen Kunden über erfolgreiche Projekte berichtet werden. Bekannte Firmen, die von den Aktivsenioren beraten wurden, könnten auch in der Referenzliste erscheinen. Hiermit möchten die Aktivsenioren ihren Bekanntheitsgrad erhöhen und Sponsoren sowie Fördermitglieder zu gewinnen.

► Fazit der Aktivsenioren

Wir haben uns für den Prozess dreimal sechs Stunden Zeit genommen. Nach den drei Prozesstagen bin ich richtig begeistert vom Ergebnis unserer Wissensbilanz. Und nicht nur ich, sondern auch die Kollegen, die mit mir an der Erstellung der Wissensbilanz gearbeitet haben. Wir sind der Meinung, dass die Auseinandersetzung mit unseren Erfolgsfaktoren und die Diskussion darüber, wie wir den Erfolg heute und in Zukunft sicherstellen können, uns als Team gut getan haben. Dabei wurde uns auch bewusst, wie wertvoll unser Wissen ist. Das gilt sowohl für die Beratung von Kunden als auch für uns als Mitglied. Denn uns wurde klar, dass wir Mitglieder der Aktivsenioren uns untereinander unsere Kompetenz und Erfahrung stärker zugänglich machen sollten. Wenn wir beispielsweise zu zweit Beratung machen, dann können die neuen Mitglieder von den Erfahreneren lernen und den „Neuen“ Sicherheit geben.

Wir erhielten Transparenz über unsere schwachen und starken Seiten und irgendwie ist dabei ein ganz neues Gefühl entstanden, ich meine damit auch in unserem Alter zu sehen, was alles nicht ganz rund läuft. Deshalb bin ich der Meinung, dass die Erstellung einer „Wissensbilanz“ allen meinen Regionalleiter-Kollegen ermöglicht werden sollte.

Zusammenfassend kann ich nur jeder Organisation empfehlen, egal ob Verein oder Wirtschaftsunternehmen, eine Wissensbilanz in Angriff zu nehmen. Denn gerade zur Bewältigung einer nicht leichten Zukunft, benötigen wir Transparenz über unsere immateriellen Vermögenswerte und eine effektive Methode diese gewinnbringend zu steuern.
Kurt Opfermann, Regionalleiter Mittelfranken

Fazit der Moderatoren

Mir hat es gefallen, wie offen und direkt die Meinungen und Standpunkte ausgetauscht wurden. Der „gute Draht zueinander“ war dabei immer spürbar. Mit viel Humor und Mutterwitz haben die Herren es verstanden, über sich selbst zu lachen und Situationen zu entspannen. - Ein Beispiel dazu sei mir erlaubt. Als einer der Teilnehmer sich darüber beklagte, dass die Aktivsenioren Mittelfranken keine längerfristigen Ziele hätten, antwortete ein Kollege: „Mehrjahrespläne sind in unserem Alter einfach unmoralisch“.

Gabriele Fleck-Gottschlich,
Social Systems
Telefon: 08453 / 7711
email: g.fleck-gottschlich@social-systems.de
www. social-systems.de

Obwohl die Individualität der einzelnen Aktivsenioren von ihnen selbst immer wieder, teils mit viel Humor, betont wurde, hat es mich sehr beeindruckt, dass sich die Aktivsenioren darauf besonnen haben, grundsätzlich an einem Strang zu ziehen und somit ein sehr konstruktives Arbeiten mit ihnen möglich war. Der Workshop hat mir sehr viel Spaß bereitet.

Susanne Arndt,
On-site Consulting Arndt
Telefon: 0841 / 96929133
email: arndt@osc-arndt.com
www.osc-arndt.com

Es hat mir richtig Spaß gemacht, mit den Aktivsenioren zu arbeiten. Positiv überrascht war ich von dem Engagement mit dem das Thema angegangen wurde. Die Diskussionen und Kommentare waren immer wieder erfrischend und auch mit dem Ergebnis kann man sehr zufrieden sein.

Andrea Böhm,
AB Consulting
Telefon: 08456 / 913832
email: a.boehm@gmx.com

Die Arbeit mit den Aktivsenioren war angenehm und spannend. Mich hat vor allem das Engagement beeindruckt, mit dem die Herren sich für Ihre Sache einsetzen und Ihre Ziele verfolgen. Als reine Freiwilligenorganisation sind die Motivationen und die Begrifflichkeiten anders als in einem „typischen" Unternehmen und dennoch gibt es viele Parallelen. Dies war für alle ein sehr interessanter Annäherungsprozess. Mit dem Ergebnis bin ich sehr zufrieden und bin mir sicher, dass die Aktivsenioren die Erkenntnisse und die daraus abgeleiteten Maßnahmen konsequent umsetzen werden.

Stefan Weiß,
Futurelab Consulting GmbH
Telefon: 089 / 89428728
email: stw@futurelab.de
www.futurelab.de

AKTIVSENIOREN BAYERN e.V.

Helfer in Wirtschaft und Technik

Regionalleitung Mittelfranken

Kurt Opfermann

Charlottenhöhe 2
91522 Ansbach
Tel.: 0981 – 9 72 17 71
Mobil: 0151 – 10 66 31 17
Fax: 0981 – 9 72 17 72
E-Mail: kurt.opfermann@aktivsenioren.de

Geschäftsstelle München, Thierschstr. 17, 80538 München
Tel.: 089 – 22 22 37, Fax: 089 – 22 99 68
E-Mail: info@aktivsenioren.de - Web: www.aktivsenioren.de

Es gibt zwei Arten von Software. Die eine hat Ihr Steuerberater, die andere liefern wir.

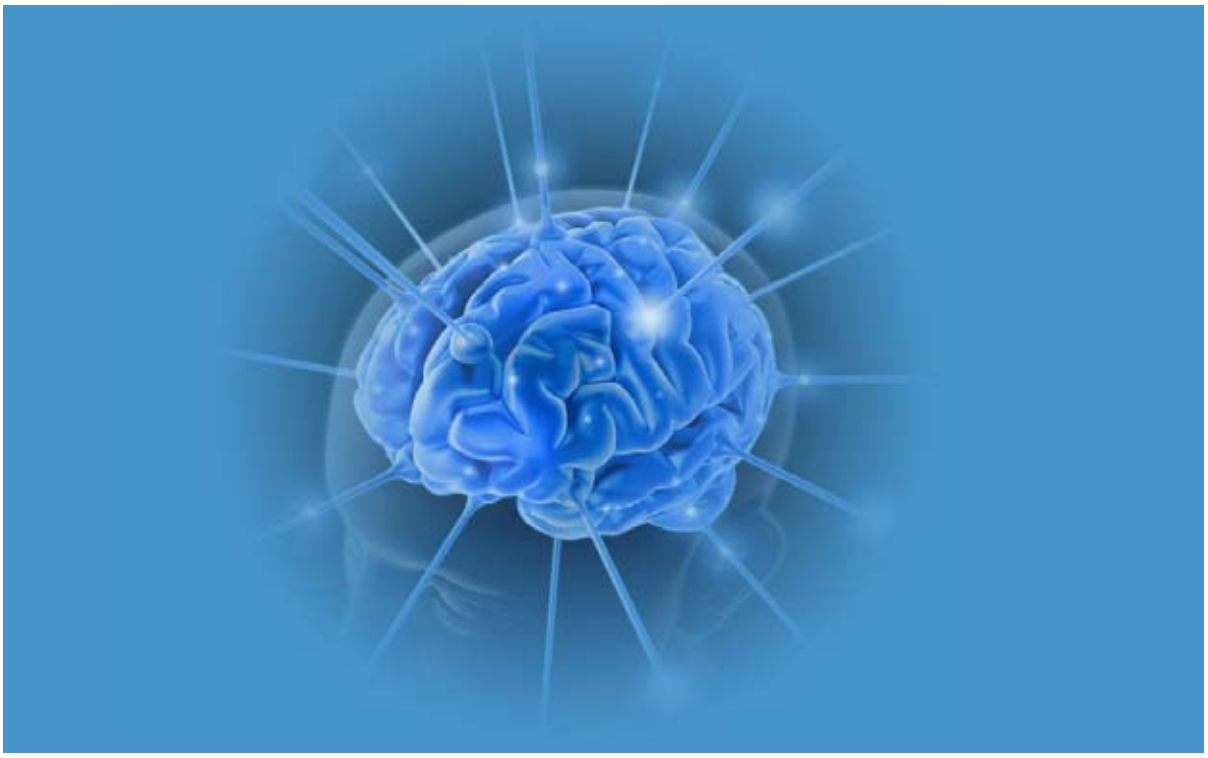
Die unschlagbare „Software“ des Steuerberaters ist in seinem Kopf. Mit seinem Wissen und Know-how hilft er Ihnen, Ihr Unternehmen zu steuern. Mit seiner betriebswirtschaftlichen Beratung trägt er zu Ihrem Erfolg bei. Die andere Software liefern wir. Mit unseren vielseitigen und flexiblen Programmen gewinnt der Steuerberater die aktuellen Daten und Informationen als Basis für seine individuelle Beratung. Aus dem gleichen Guss und in derselben Qualität gibt es auch Programme, die Sie in Ihrem Unternehmen einsetzen können. Von der Warenwirtschaft bis zum Rechnungs- und Personalwesen. Da die DATEV-Programme perfekt zusammenarbeiten, können Sie mit Ihrem Steuerberater exakt abstimmen, wer im Sinne einer Prozessorganisation welche Arbeitsschritte durchführt. Ganz nach Ihrem Bedarf.

Wir denken schon mal vor.

DATEV

www.datev.de/unternehmensloesungen, Telefon 0800 1001116

Zukunft gestalten. Gemeinsam.



Aktivsenioren Bayern e. V.
Regionalgruppe Mittelfranken