

# CLUB 100

**MAGAZIN**

Getränke  
Gastronomie  
Veranstalter

Ausgabe: 1/07  
3. Jahrgang  
[www.pk-club100.de](http://www.pk-club100.de)

So schön,  
kann

sein...

## Power Briefing Interview mit Hans-Jürgen Hartauer

Club 100: Power Briefing – nur ein weiterer Anglizismus von vielen oder birgt die Methode wirklich Kraft und Energie in sich?

Antwort:

Alles braucht einen Sound. Da sind Wörter eine wichtige Botschaft um auf dem Markt eine Sogwirkung auszulösen. Egal ob deutsch oder englisch. Kein Mensch lernt ein Wort, es ist viel mehr ein Gefühl das man aufnimmt. Der Sound muss dir einen Zukunftsnutzen versprechen. Die Welle auf der AIDA verspricht dir etwas. Vor 15 Jahren kannte niemand das Wort Internet und wie schnell haben wir uns an iPad, WLAN usw. gewöhnt. Der Begriff „Briefing“ ist ein Anglizismus (engl. brief = kurz, briefing = Einsatzbesprechung). Im Deutschen werden auch Begriffe wie *Unterrichtung* oder *Einweisung* verwendet. **Power** steht im englischen für *Kraft* und *Energie*. So müsste das power briefing im deutschen Kraft - Einsatzbesprechung heißen. Das hört sich genauso bescheuert an wie ein Luftprallsack, so müsste nämlich ein Airbag lauten. Übrigens hat jeder 5. Deutsche mittlerweile einen Migrationshintergrund. Die neue Welt hat den Geist des Miteinander und nicht Gegeneinander und das macht auch bei der Vermischung der Sprache nicht halt. Power Briefing soll eine kurze prägnante Botschaft vermitteln: Power (Energie) und Briefing (Kurzbesprechung).

Club 100: In wenigen Worten kurz zusammengefasst: Wie funktioniert Power Briefing?

Antwort:

Ein power briefing ist ein kurzes interaktives Training. Alle stehen in einem Kreis und in einer bestimmten Kommunikations- Technik werden Standards und Systeme auf spielerischer Art vermittelt und trainiert. Persönliche Entfaltung, Know-how Transfer, Teamgeist und die Selbstmotivation werden dadurch entfacht.

Club 100: Was kann man im Optimalfall bei den Mitarbeitern herauskitzeln?

Antwort:

Man kitzelt auf spielerischer Weise deren Potential an die Oberfläche. Z.B. ihre positiven Seiten, ihre Verkaufsaktivität, ihr Talent, Team-Bewusstsein, den Fokus auf den Kunden richten...

Club 100: In der Kürze liegt ja sprichwörtlich die Würze. Aber genügen 3 Minuten täglich tatsächlich, um mit Power Briefing Erfolge zu erzielen?

Antwort:

Wenn sie den exakten Aufbau des power briefings einhalten, reichen 3 Minuten am Tag völlig aus. Denn das power briefing soll ja power in das Team tragen und sie nicht ermüden. Die Effizienz liegt in der Kontinuität, jeden tag ein power briefing ergeben im Monat 30 briefings. Steter Tropfen höhlt den Stein.

Club 100: Was unterscheidet das Power Briefing von herkömmlichen Briefing-Methoden?

Training macht dann Spass, wenn es interaktiv ist. Wenn der „Trainierte“ selbst Erfolgserlebnisse produziert, wenn er zum Star in einem

Hochleistungsteam wird. Genau das ist der Unterschied von herkömmlichen briefings zum neuen – von uns entwickelten -power-briefing. Denken Sie an Sendungen wie Voice of Germany oder Deutschland sucht den Superstar: hier werden aus „Nobodies“ selbstbewusste junge Menschen, die sich nicht scheuen vor einem Millionenpublikum ihr Können zu zeigen. So werden auch Mitarbeiter durch das interaktive Gruppenerlebnis zu Stars im Team, ein völlig neuer Aspekt im Leistungsspektrum eines Unternehmens.

Antwort:

Club 100: Welchen besonderen Zweck hat die Aufstellung im Kreis und das Zuwerfen eines kleinen Balls im Rahmen Ihrer Methode?

Antwort:

Damit erreicht man mehrere Dinge. Zum einen ist es ein klarer Start. Privates bleibt jetzt draußen – ist vorbei – jetzt geht es los: „Showtime“. Oft ist in Betrieben gerade der Start verhuscht - jeder macht irgendwo etwas, andere können zu spät kommen ohne das es groß auffällt und plötzlich ist „Primetime“. Da werden noch schnell ein paar Informationen an einige wenige weiter gegeben und das war es. Der gemeinsame Start im Kreis ist ein klares Signal für - jetzt geht es los.

Auch zeigt er dass alle gleich sind. Jeder erhält alle Informationen. Nicht nur die alten Hasen. Jeder hat den gleichen Wert. Das ist etwas was den Mitarbeitern, egal in welchen Positionen sie sind, immer wichtiger wird.

Als Chef habe ich so auch schnell die Möglichkeit die Stimmung zu checken – wie ist das Team heute drauf? Was benötigen sie? Power? Liebe? Aufmerksamkeit? Eine kurze Rüge? Was auch immer, durch das Versammeln des kompletten Teams kann ich die „Temperatur“ prüfen und darauf reagieren.

Auch löst das kurze Beisammensein in dem Team immer einen stärkeren Zusammenhalt aus. Das ist wie in Familien die sich kurz 1x am Tag an einem Tisch treffen um zu essen. Diejenigen die das machen, haben oft größeres Verständnis füreinander und stehen füreinander ein.

Sie sehen, dieses kleine Ritual bewegt und erreicht viel. Sogar noch viel mehr....

Club 100: Was bringt Power Briefing mir als Führungsperson?

Antwort:

Durch kontinuierliche power briefings bringt man jedes Team innerhalb kürzester Zeit in die Champions League. Das tägliche power-briefing im Team schöpft alle Umsatzquellen konsequent aus, führt zu hoher Kundenbindung und zu einer abgestimmten, inneren Motivationsharmonie im Team. Die Führungsperson verwandelt sich vom Führen (ich sage wo es lang geht) zum leader (Lenker eines Unternehmens). Das ist ein entscheidender Unterschied im heutigen Management. Die neue Generation der Mitarbeiter will ein Teil des Ganzen sein.

Club 100: Sie benutzen im Zusammenhang mit Power Briefing auch gern die Attribute „fit“ und „sexy“. Das klingt sehr nach Äußerlichkeiten, was meinen Sie aber wirklich damit?

Antwort:

Wie im Buch beschrieben sind diese Wörter Synonyme. „Fit“ in der Gastronomie steht für: Angebotskenntnisse, Fachwissen, reibungslose Abläufe, Verkaufstechniken, gute Organisation oder klare Regeln z.B. bei Reklamationen.

„Sexy“ ist ein anderes Wort für: Charme, Witz, Humor, Schlagfertigkeit usw. So wie ein Flugzeug nur mit zwei Flügel fliegen kann muss jeder der Erfolg haben möchte, diese beiden Gebiete kennen, immer wieder trainieren und lebendig halten.

Club 100: Haben Sie in der Praxis eigentlich festgestellt, dass Power Briefing bei jüngeren Mitarbeitern besser ankommt als bei „alten Hasen“? Oder ist die Akzeptanz altersunabhängig?

Antwort:

Mit dem Alter hat das nichts zu tun. Entweder hat man Lust oder nicht. Gerade eingefahrene Teams erleben einen Sauerstoffschub. Alte Hasen können ihre Erfahrung einbringen und erleben eine Wertschätzung. Die Neuen/Jungen können mit ihrem Elan punkten. Es geht um Bewusstsein.

Club 100: Wie kann man skeptische Mitarbeiter, die ihre Unlust vielleicht auch deutlich signalisieren, auf Kurs bringen?

Antwort:

Das passiert von alleine. Wir alle wollen Teil einer Gruppe sein und in gelingenden Beziehungen leben. Derjenige der nicht mitspielen möchte spürt schnell dass er keinen Teamgeist zeigt und ändert sein Verhalten. Entscheidend ist dass der Leader/Chef darauf besteht und keine Extrawürste zulässt. Mit Sätzen wie: „es ist mir wichtig dass auch du dabei bist“ motiviert man den Mitarbeiter zum mitmachen. Oft hat dieses „sich ausgrenzen“ und nicht mitmachen wollen, etwas mit Ängsten zu tun. Vielleicht blamiere ich mich oder stelle mich dumm an? Deshalb braucht der ein oder andere eine Hilfestellung und die klare Vorgabe dass alle dabei sind. Ohne Wenn und Aber.

Club 100: Wie macht sich der Erfolg von Power Briefing im Gesamtergebnis eines Unternehmens bemerkbar?

Antwort:

Der Energielevel steigt bei den Mitarbeitern. Teamgeist und Teamspirit entstehen oder werden gestärkt. Durch das Trainieren von Wissen und Verkaufstechniken steigt der Umsatz. Durch das „immer wieder wiederholen“ steigt dieser auch nachhaltig. Meistens gehen die Krankmeldungen zurück und Mitarbeiter bleiben länger d.h. geringere Fluktuation. Außerdem steigt mit einem funktionierenden und leistungsstarken Team auch die eigene Freude am Job. Und man gewinnt Zeit.

Club 100: Sind es nur bestimmte Betriebe, für die sich Power Briefing eignet?

Antwort:

Power briefing ist für absolut jedes Team in jeder Branche geeignet. Das zeigt uns die Praxis und 15 Jahre Erfahrung.

Club 100: Besteht nicht die Gefahr, dass dem Führungspersonal nach einigen Wochen die Inhalte und Themen fürs Power Briefing ausgehen? Was empfehlen Sie dann?

Antwort:

Es ist unmöglich dass die Themen ausgehen. Wenn ja, ist das System und seine Möglichkeiten nicht ausgeschöpft oder verstanden worden. Aber dafür haben wir unzählige Beispiele und Tipps in unserem Buch. Alleine bei den großen Grundthemen wie: Angebotskenntnis, Produktkenntnis, Abläufe, Kasse/Boniersystem, Reklamation, Allgemeinwissen, Verkaufstechniken gibt es schier unerschöpflich viele Themen.



Hans-Jürgen Hartauer

Club 100: Vielen Dank für das Gespräch!