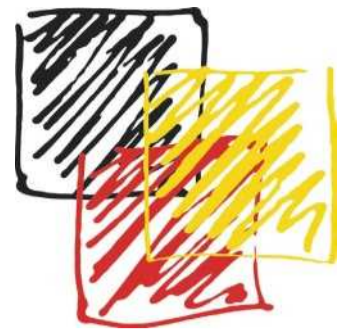


SUMMER CAMP



Das Weiterbildungsforum der ZEIT · Heiligendamm · 30. Juni bis 2. Juli 2017



Wissenstransfer: 51 Nachwuchsführungskräfte kamen nach Heiligendamm, um am ZEIT Summer Camp, dem Weiterbildungsforum der ZEIT, teilzunehmen. In Workshops und Coachings teilten Manager und Experten ihr Wissen mit High Potentials verschiedener Branchen. Ebenfalls dabei: der Geschäftsführer des Grand Hotels Heiligendamm, Thomas Peruzzo, sowie Convent-Geschäftsführer Mark Schiffhauer (2. u. 3. v. r.).



Füße hoch und mit Spaß bei der Sache: Start-up-Gründer Waldemar Zeiler (l.) und Philip Siefer (r.) von einhorn sprachen im Panel mit dem Psychologen Louis Lewitan (m.) über Humor.



Eine Lösung für alle? ZEIT ONLINE-Chefredakteur Jochen Wegner sprach mit den Experten Christian Miele, Sebastian Herzog und Gleb Tritus (v. l.) über die Notwendigkeit, bedarfsgerecht zu digitalisieren.



Kein echter Angriff auf den Experten Frank Asmus: Mithilfe eines Stocks veranschaulichte er die Kunst des Präsentierens und warum es dabei wichtig ist, auch mal einen Schritt zur Seite zu treten.



Schlagfertig: FDP-Politiker Wolfgang Kubicki (r.) im Gespräch mit Marc Brost, dem Leiter des Hauptstadtbüros der ZEIT (l.). Anschließend stellte er sich den Fragen des Publikums.



Aufmerksam und interessiert verfolgten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer das Weiterbildungsprogramm des ZEIT Summer Camps im Kurhaus-Ballsaal des Grand Hotels Heiligendamm.



Von oben herab? ZEIT-Journalist Marc Brost erklärte anschaulich, wie Journalisten ihre Interviewpartner bisweilen betrachten und mit welchen Techniken ein Austausch auf Augenhöhe stattfinden kann.

»Die digitale Transformation ist alternativlos«

Was Einhorn nachhaltig macht, wie der digitale Wandel im Mittelstand funktioniert und welche Verhandlungsstrategie Donald Trump verfolgt – beim zweiten ZEIT Summer Camp in Heiligendamm gaben Coaches und Experten ihr Wissen in praxisorientierten Trainings und Paneldiskussionen an 51 Nachwuchsführungskräfte deutscher und österreichischer Unternehmen weiter.

»Ob es uns passt oder nicht, Donald Trump ist der Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika und es wäre wichtig, mit ihm zu verhandeln«, meint Matthias Schranner, der von Polizei und FBI für Verhandlungen im Grenzbereich ausgebildet wurde und heute internationale Unternehmen und politische Organisationen berät. Beim ZEIT Summer Camp in Heiligendamm teilte er sein Verhandlungswissen mit den anwesenden Nachwuchsführungskräften aus deutschen und österreichischen Unternehmen. Dass viele deutsche Politiker Trump als »Hassprediger« bezeichnen, hält Schranner für gefährlich. In Verhandlungen gelte: »Es ist respektlos, dem Gegenüber zu sagen, dass er falsch liegt.« Wer ausschließlich gegen jemanden verhandele, werde scheitern. Das gelte für jede Verhandlung. Bei Trump beobachtet Schranner eine ungewöhnliche Strategie: Trump starte mit der Konsequenz. Er kündige Verträge auf, weil er sie verhandeln möchte. Eine Strategie, die vor allem Machtdemonstration sei. »Wer sich stark fühlt, stellt hohe Forderungen«, erklärte der Verhandlungsexperte. Neben Einblicken in Verhandlungsstrategien erfuhren die ZEIT

Summer-Camp-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer Wissenswertes über Kommunikations- und Präsentationstechniken. Am Beispiel des Apple-Gründers Steve Jobs führte Kommunikationsexperte Frank Asmus in die Kunst des Präsentierens ein und stellte dabei die Bedeutung von Mimik und Körpersprache heraus. Im Interviewtraining mit dem Leiter des Hauptstadtbüros der ZEIT Marc Brost ging es um Fallstricke, die Führungskräften in Interviews begegnen können. Wer ein Interview gibt, sollte immer eine klare Botschaft haben und inhaltlich gut vorbereitet sein. Wie ein gutes Interview aussehen kann, zeigte Brost im Gespräch mit dem FDP-Politiker Wolfgang Kubicki, der in Heiligendamm zu Gast war.

Digitale Transformation im Mittelstand

Bei den Experten-Panels standen vor allem die Themen digitaler Wandel und unternehmerische Werte auf der Agenda. Für Christian Langer, Chief Digital Officer der Lufthansa Group, der im ersten Panel auf Christoph Bornschein, Gründer und Geschäftsführer der Agentur Torben, Lucie und die gelbe Gefahr, traf, ist die digitale Transformation alternativlos. »Konzerne, die sich nicht digitalisieren, sind irgendwann keine Konzerne mehr.« Statt sich auf die Prozessoptimierung durch Software zu konzentrieren, sollten deutsche Unternehmen eher schauen, welche Wertschöpfung sich dadurch erreichen lässt, findet Christoph Bornschein. Ein strategischer Fehler, den er aus seiner Tätigkeit als Berater von DAX-Konzernen kennt. Unternehmen müssen sich fragen,

was Software mit ihrem Geschäftsmodell und den Kundenschnittstellen macht.

Ein Prozess, den Langer in seinem Unternehmen in Gang bringt. »Wir denken derzeit noch in Segmenten und arbeiten mit Plänen, die lange zeitliche Vorläufe haben. In Zukunft werden wir im Kundensegment auf Individuen gehen und vom langen Planungshorizont zur Echtzeit wechseln.« Eine wichtige Rolle im Wandlungsprozess spielt die Kommunikation. Langer führt die Nutzung von Slack, einem webbasierten Instant-Messaging-Dienst, ein. Ein Ansatz, den Bornschein begrüßt: »Tools wie Slack bauen Kommunikationshierarchien ab und schaffen Offenheit. So kollidieren Ideen, die sich sonst nie getroffen hätten.« Wichtig sei auch, alle in den Digitalisierungsprozess einzubinden. Bornschein: »Unternehmen haben eine gesellschaftliche Verpflichtung, das digitale Wissenslevel ihrer Angestellten stetig anzuheben und über die gesamte Mannschaft zu verteilen.«

In digitale Start-ups investieren

»Digitale Transformation kann nur gelingen, wenn auf oberster Ebene Verständnis dafür herrscht«, sagte



Total digital: Ursula Schütze-Kreilkamp, Leiterin Personalentwicklung Konzern und Konzernführungskräfte bei DB Mobility Logistics, hielt den Workshop »Digitalisierung – Führung – Persönlichkeit«.

Christian Miele, Principal bei der Risikokapitalgesellschaft e.ventures. Ein Unternehmen, dem laut Miele die Transformation vorbildlich gelang, sei Otto. Der Konzern begann früh systematisch in Venture Capital zu investieren und eigene Plattformen wie »About You« aufzubauen.

Mittelständler, die in digitale Start-ups investieren wollen, sollten insbesondere auf das Wie und Wann achten. In vielen Unternehmen haben Vorstände keine Zeit, sich mit Start-ups auseinanderzusetzen, beobachtet Miele. An diesem Punkt setzen Beratungsunternehmen wie das zur Axel-Springer-Gruppe gehörende hy! an, das Starthilfe beim Transformationsprozess bietet. »Wir organisieren etwa den Austausch von Vorständen und Start-ups zu digitalen Themen ihres jeweiligen Geschäftsbereichs«, sagte Sebastian Herzog, Senior Vice President bei hy!. Ein Start-up-Investment kann für Mittelständler auch Rendite- und Radarfunktion haben; zudem können sich laut Miele dadurch neue Geschäftsfelder auftun. Häufig fehle Mittelständlern jedoch ein Netzwerk in der Gründerszene. Eine gute Möglichkeit, sich diesem Feld zu nähern, seien Hubs wie der Luft-



Gab wertvolle Impulse: Wie wichtig Stressprävention ist und warum Humor ein Erfolgsfaktor sein kann, erläuterte Louis Lewitan den ZEIT Summer-Camp-Teilnehmerinnen und -Teilnehmern.

hansa Innovation Hub, der Unternehmen berät, aber auch eigene digitale Produkte und Services entwickelt.

Die Wirtschaft von innen heraus verändern

Transformation ist auch das Lebensthema von Bodo Janssen, Geschäftsführer der Hotelkette Upstalsboom. Nach einer Mitarbeiterbefragung mit niederschmetterndem Ergebnis zog sich der Unternehmer eine Zeit lang in ein Kloster zurück und erneuerte danach seine Unternehmenskultur. »Wer als Führungskraft etwas ändern möchte, sollte zunächst bei sich selbst anfangen«, sagte Bodo Janssen im Interview. Für ihn stehen Freiheit und Wertschätzung des Einzelnen im Mittelpunkt. »Noch immer werden Menschen in Unternehmen instrumentalisiert, um die Börsenkurse nach oben zu bringen. Die Wirtschaft muss dem Menschen dienen, nicht umgekehrt«, so Janssen. In seinem Unternehmen gibt es kein Controlling und keine Budgets mehr. Die Belegschaft bestimmt ihre Gehälter in transparenten Prozessen selbst.

Ein Weg, den auch Waldemar Zeiler und Philip Siefer, Gründer und Geschäftsführer bei einhorn, einem Start-up für nachhaltige Kondome, gehen. Rund 50 Prozent des Unternehmensgewinns fließen in Projekte zur sexuellen Aufklärung von Jugendlichen oder in die Aufzucht von Kautschukplantagen. Ihre Angestellten bestimmen selbst über Urlaub und Gehalt und sind seit Kurzem nicht mehr weisungsgebunden. Derzeit experimentieren sie mit verschiedenen Arbeitsmodellen. Ihr Ziel: die Wirt-

schaft von innen heraus zu verändern. »Dabei ist Humor das trojanische Pferd, mit dem wir unsere Kunden für ernste Inhalte interessieren«, erklärte Zeiler.



Einblicke: Im Gespräch mit Maria Exner von ZEIT ONLINE sprach Upstalsboom-Geschäftsführer Bodo Janssen über seine persönliche Transformation.

Wir bedanken uns bei den folgenden Unternehmen für die Teilnahme am Summer Camp:

- Aareal Bank AG
- Adelta Finanz AG
- ALBA Berlin GmbH
- Aurelis Real Estate GmbH & Co. KG
- Axians IT Solutions GmbH
- Bender GmbH & Co. KG
- Berlin Recycling GmbH
- BwFuhrparkService GmbH
- CMS Legal
- Deutsche Bahn AG
- Deutsche Bank AG
- EOS Health Honorarmanagement AG
- European Energy Exchange AG
- HanseWerk AG
- Haufe-Lexware GmbH & Co. KG
- Helvetia Schweizerische Versicherungsgesellschaft AG
- hülsta-werke Hüls GmbH & Co. KG
- ING-DiBa AG
- INTERPANE Glasgesellschaft mbH
- KNAPP Versicherungsmakler GmbH
- krauth technology GmbH
- L-Bank
- Lechner Immobilien Development GmbH
- Ledermais Verkehrsservice GmbH
- Lufthansa Global Business Services GmbH
- Neuvians & Co.
- Omexom GA Süd GmbH
- Otto GmbH & Co. KG
- Pfeifer & Langen GmbH & Co. KG
- PricewaterhouseCoopers AG
- Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC Strategy& (Germany) GmbH
- REMAG AG
- Rodriguez GmbH
- Schloss Elmau
- Luxury Spa Retreat & Cultural Hideaway
- TEMPUS CORPORATE GmbH
- THIMM Group GmbH + Co. KG
- TÜV Technische Überwachung
- Hessen GmbH
- WAREMA Renkhoff SE



Machbar: Wie digitale Transformation praktisch gelingt, entlockte ZEIT ONLINE-Chefredakteur Jochen Wegner (m.) Christoph Bornschein (l.) und Christian Langer (r.).



Geschwindigkeitsliebend und wagemutig: Die ZEIT Summer-Camp-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer beim Speedboot-Fahren im Nachbarort Kühlungsborn.

»ZEIT Summer Camp«

Mit dem »Summer Camp« bietet DIE ZEIT bereits zum zweiten Mal ein Format für den deutschen Management-Nachwuchs an, um die Kernkompetenz der ZEIT im Bereich Bildung mit der Zielgruppe des Deutschen Wirtschaftsforums zu vereinen. Junge Führungstalente kommen dabei mit Managern, Unternehmern und Coaches im vertraulichen Umfeld zusammen. Ein umfangreiches Programm ermöglicht es den Teilnehmern, Wissen auszutauschen und gemeinsam über Erkenntnisse zu diskutieren. Rahmenveranstaltungen wie ein Tapas-Abend oder Speedboot-Fahren runden das Camp ab. Weitere Infos: www.convent.de/summercamp



Verhandlungen im Grenzbereich sind das Spezialgebiet von Matthias Schranner, der von Polizei und FBI ausgebildet wurde und heute u. a. DAX-Konzerne berät.