

Motivationskick für Mitarbeiter & Kunden

Incentives bringen Spaß, Begeisterung und bessere Kommunikation

Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner lassen sich gerne mit Incentives motivieren. Nur sollten es die richtigen Incentives für die Zielgruppe sein. **Eva Selan** recherchierte neue Ideen, Trends und gelungene Beispiele aus der Praxis.

Was ist ein Incentive? Jeder hat eine Vorstellung, was darunter zu verstehen ist, doch die klare Definition, die liegt schon seltener auf der Zunge.

Ist ein Teamtraining ein Incentive? Nein, wohl kaum, da Teamtrainings Teil der „normalen“ Personalentwicklung sein sollten. Ist ein Seminar ein Incentive, weil es in einer schönen Landschaft abgehalten wird? Das Seminar an sich kann hier nicht als Incentive gelten. Wohl aber ist der Incentive-Charakter vorhanden, wenn die schöne Umgebung für Incentives genutzt wird. Es ist zwar noch kein Incentive, das Seminar in einem Seminarhotel inmitten der beeindruckenden Dachsteinkulisse – beispielsweise im Landgasthof

Koller, einem alten restaurierten Jagdschloss (www.hotel-koller.com) – abzuhalten. Schön ist es dennoch. Das darauf aufbauende Incentive kann sein, im Anschluss an das Seminar die Höhlen des Dachsteins (www.dachsteinwelterbe.at) zu besuchen, um dort eine normale Führung, Zeitgeschichtliches oder Abenteuerliches zu erleben. Eine Klettertour durch die Höhlen kann beispielsweise mit einem unterirdischen Buffet gekrönt sein. Nur: Finger-Food eignet sich wohl wenig bei den durchs Klettern doch sehr lehmigen Händen.

Noch einmal die Frage: Was ist ein Incentive? „Incendo“ – lateinisch für Incentive – bedeutet anzünden, erleuchten, steigern,

anbrennen. Zielgruppe von Incentives können Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner etc. sein. „Dadurch sollen Beziehungen gefestigt, Begeisterung erzielt, Loyalität & Engagement verstärkt, aber auch Kooperation und Kommunikation verbessert werden mit Hilfe verschiedener teilweise ungewohnter Aktivitäten in lockerer freudvoller Atmosphäre, wo der Spaß nicht zu kurz kommt. Lachen bringt die Menschen einander näher!“, beschreibt Edith Berger (Leitung Mentor Consulting) den Sinn von Incentives. Inge Tremmel (Leiterin austrian business and convention network) ergänzt: „Incentives entwickelten sich erst in den letzten Jahren zu dem, was sie heute für ein Unternehmen bedeuten: Waren es früher die jährliche Geldprämie oder ein Luxusartikel, so steht heute ein strategisches Konzept hinter dem Begriff. Incentives sind ein effizientes Marketinginstrument, mit dem Unternehmen ihre Mitarbeiter zu Höchstleistungen bewegen möchten.“



Sammelsurium an Ideen

Neue Ideen sind gefragt wenn es darum geht, Incentives auszuwählen. Etwas Neues, Überraschendes, etwas das in Erinnerung bleibt. Wie wäre es beispielsweise mit ...?

Emotionliner: Postbus hat sich angeschickt, vom reinen Transport von Personen zu einer Destination einen Schritt weiter zu gehen. In Richtung Tourismus, Meeting, Eventmöglichkeit. Und dieser Schritt ist gewaltig: Mit dem „Emotionliner“ wurde etwas geschaffen, das in Europa einzigartig ist. 15 bequeme Sitze, die sich raumnehmend angeordnet um 360° drehen lassen – um aus den Panoramafenstern zu blicken, offizielle Besprechungen abzuhalten oder informelle Gespräche zu führen. Der Emotionliner transportiert die Personen wohl zur Destination wie ein gewöhnlicher Bus auch, aber eben auf stilvolle, bequeme, entspannte Weise. Gedacht ist der Bus als Möglichkeit, wichtige Kunden, Geschäftspartner, Führungskräfte etc. während der Fahrt zu verwöhnen (u.a. durch hervorragendes Catering) und gleichzeitig beispielsweise durch Präsentationen zu informieren. Wireless Lan, digitales TV, große Monitore



Inge Tremmel



Roman Neubauer



Eva Wieder

und kleine individuelle Bildschirme etc. sind Teil des Pakets. Er bietet einfach die Möglichkeit, einer Fahrt zusätzlichen Nutzen zu geben, Geschäftspartner zu beeindrucken und ihnen ein besonderes Erlebnis zu bieten. (www.emotionliner.at)

Lentos: Das Linzer Museum Lentos beherbergt nicht nur Seminarräume, sondern lädt die Teilnehmern ein, die jeweiligen Ausstellungen kostenfrei zu besuchen. (www.lentos.at)

St.Wolfgang: Ein interessantes Spektrum bietet etwa St.Wolfgang am Wolfgangsee an. Der Ort ist nicht nur bekannt und wartet mit pittoreskem Flair auf, sondern hat viel mehr zu bieten: einen One-stop-Shop für eine perfekt inszenierte Veranstaltung

(und alle Abstufungen davon). Und das muss man sich auf der Zunge zergehen lassen: Einige Betriebe – namhafte wie Scalaria, Weißes und Schwarzes Rössl etc. – schlossen sich zusammen und bieten als Gesamtpaket Veranstaltungsräume in allen Größen, eine auf jeden Fall ausreichende Bettenzahl, Rahmenprogramm das unerschöpflich scheint und – vorzugsweise bei Großveranstaltungen – die Möglichkeit, im Ort das Firmen-CD mit Logo, Firmenfarben, Banner etc. durchgängig entstehen zu lassen. Ein Ort, der zahlreiche Incentives zu bieten hat und sich als Gesamtes auch als Incentive darstellt.

(www.congress-wolfgangsee.at)

Wellness: Die Kombination von Seminar und Wellness kommt immer gut an. Dass



TAGEN UND MOTIVIEREN IN OBERÖSTERREICH

Die zentrale Lage ermöglicht eine rasche Anreise aus ganz Österreich - die professionellen Seminarhotels sorgen für Ihren Erfolg. Ist es Ihr Anliegen Mitarbeiter zu motivieren, die Beziehung zum Kunden zu verbessern oder Lösungen für Konflikte zu finden? Unser Tipp:

ROBINSON Club Ampflwang – „Freiräume für Ihre Ideen“

Die 8 neu ausgestatteten Seminarräume (20 - 222m²) mit Blick ins Grüne werden durch ein eigenes Seminaroffice betreut. Ausgebildete Trainer erarbeiten für Sie maßgeschneiderte Gruppenprogramme.

Nutzen Sie das Gesamtangebot:

- Sport-Angebote für die Gruppendynamik: 9-Loch Golfanlage, Reiten, Tennis, Biken, Beachvolleyball, Fußball, Stockschießen, Bogensport, Nordic Walking
- Erholung & Entspannung und WellFit® - Angebote: Hallenbad, Außenpool, Fitness-Studio, Saunalandschaft mit Dampfbad, Massage, Beauty-Anwendungen und Solarium
- HOCHSEILGARTEN „ABENTEUER SEILPARCOURS“
- Führungskräfte trainings mit Pferden
- „Offroad Buggy Parcours“ in der Nähe des Clubs
- TEAMSPORT & SPASS OLYMPIADE

ROBINSON CLUB AMPFLWANG

Preis pro Person/Nächtigung

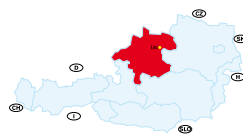
€ 96,-

Inkl. Vollpension aller clubeigenen Einrichtungen. Somit ist eine absolute Kostentransparenz vom Beginn Ihrer Planung an gewährleistet. www.robinsonclub-ampflwang.at

KOSTENLOSE ANFRAGEN ODER MAGZIN BESTELLEN:

Oberösterreich Tourismus Information

Tel.: +43(0)732/22 10 22, E-Mail: info@oberoesterreich.at, www.tagung.info



LANDSCHAFTEN FÜR LEIDENSCHAFTEN



das Seminarhotel einen Swimmingpool hat ist beinahe schon Standard, beispielsweise das Hotel Alpenrose hat Seminar-räumlichkeit und verwöhnt die Gäste mit Indoorpool und Outdoor-Schwimmteich, zahlreichen Massagemethoden, Wellness-Anwendungen, Vital-Paketen und einem spannenden Sauna- und Dampfbadbereich auf hochqualitativem Niveau.

Es ist eben etwas mehr als nur ein „Danke“ an Mitarbeiter oder wertschätzendes Asset für Geschäftsführung und Geschäftspartner. (www.alpenrose.at)

Nachgefragt

Wir fragten einige Experten (vom HR-Manager über das Seminarhotel bis zum Incentive-Veranstalter), wo sie ihre Schwerpunkte setzen, worauf sie besonders Wert legen, wer konkret Zielgruppe ist und baten, einen besonders gelungenen Event zu beschreiben (günstigstenfalls mit Angabe von Kosten):

Hübner & Hübner Steuerberatung GmbH & Co KEG (Mag. Michaela Eder, HR-Managerin, www.huebner.at):

Bei Incentives handelt es sich bei uns um Mitarbeitererevents und eine Reihe anderer Benefits, wie z.B. die verbilligte Jahreskarte im Fitnesscenter oder wöchentliche Gratis-Aerobicstunden.

Letzten Sommer hatten wir außerdem in unserem Empfangsbereich einen Softeis-Automaten, der wöchentlich neu aufgefüllt wurde, die Mitarbeiter konnten sich nach Belieben bedienen. Das war DER Renner! Ein anderes Beispiel: Unsere letzte Mitarbeiterveranstaltung stand unter dem Motto „c.s.i. – wir sind die Spurensucher“. Es war ein zweiteiliger Workshoptag: Vormittags war das Thema „Clients-Service-Innovation“, nachmittags „Colleagues-Spirit-Imagination“ – eben c.s.i. – und wir waren „auf der Suche“ nach noch besseren Möglichkeiten unsere Kunden zu begeistern und etwas über uns selbst zu lernen im Umgang mit Kollegen. Es war zwar ein Workshop mit Vorträgen, aber der Fokus lag doch klar auf dem „funfactor“. Am Abend war dann das Motto „Chill-Out-Soul-Inspiration“, was in der Sprache von Hübner & Hübner bedeutet: gut essen, abtanzen und einfach nettes Beisammensitzen und Tratschen mit Kollegen und Chefs.

Der c.s.i.-Event war ursprünglich als Sommerfest mit anschließendem Grillabend geplant. Dadurch, dass dann eine Ganztagesveranstaltung daraus wurde mit Vorträgen, Videosequenzen und eigens gedrehtem Film, wurde das Budget natürlich bei weitem gesprengt (die Gesamtkosten für den c.s.i.-Tag beliefen sich auf ca. € 21.000), aber die Investition hat sich absolut gelohnt! Da wurde so viel Energie frei, dass wir die 21.000 € mit Freuden bezahlt haben.

Hotel Kitzhof (Stephan Walzl, Sales & Marketing Manager, www.hotel-kitzhof.com): Wir bieten die Räumlichkeiten in Form von Tagungsräumen, einer Lounge für „meet'ngreet“ bzw. „Chill Out“, Kontakte zu diversen Outdoor- und Teambuilding-Partnern und (Motivations-)Trainern in der Region, Logis und die kulinarische Versorgung. Kunden schätzen vor allem das stylische Ambiente des Hauses, die große Zahl an Tagungsräumlichkeiten inkl. der

Finger-Food eignet sich wohl wenig bei den durchs Klettern doch sehr lehmigen Händen.

großen Betten- bzw. Zimmeranzahl und die Nähe zur Stadt ohne im Zentrum zu sein. Zielgruppe sind vor allem mittelständische Unternehmen und Großkunden primär im deutschsprachigen Raum, Anfragen aus dem EU-Ausland nehmen zu.

Ein Beispiel: Ein internationaler Beratungskonzern mit Sitz in GB hat seine neuen Mitarbeiter zu einem „Kick-Off-Incentive“ zu uns ins Hotel geladen. Breakout-Rooms für Einzelcoaching, ein Plenarsaal für die allgemeinen Besprechungen, abendliches Chill Out am offenen Kamin. Outdoor-Aktivitäten am Sportplatz, ein Beachvolleyballturnier am Schwarzsee.

Oberösterreich Tourismus (Eva Wieder, Themenmanager Geschäftstourismus, www.tagung.info): Besonders gefragt sind neue Produkte abseits der „Masse“, Erlebnisse, die einzigartig sind und die man sich sonst nicht gönnen könnte, auch oder vor allem Heimat & regionale Angebote, die das „Herz erreichen“ und die emotionale Bindung an die Unternehmens-Werte unterstützen.

Unsere Zielgruppe sind Firmen mit großem Anteil an Vertrieb, Firmen, die auf Mitarbeitermotivation setzen und Firmen, die den Kunden auch als „Partner“ sehen und emotional an sich binden möchten.

Vergessen werden auch nicht die tüchtigen Mitarbeiter, wenn es um nicht verkaufsorientierte Ziele geht – z.B. Ideen für Energiesparmaßnahmen, weniger Krankentage, Einsparungsmaßnahmen im Unternehmen etc. In Oberösterreich findet man individuelle Angebote wie Begegnung mit dem Berg-Knappen, genauso wie mit Hubert v. Goisern, von Red-Bull-Flug-Shows bis zum Naturerlebnis – eben Landschaften für Leidenschaften in OÖ. Es sind die Ideen, der Wow-Effekt bei den Teilnehmern und nicht die Kosten, so mancher Tag/Teilnehmer kostet nicht mehr als € 150.

abcn (Inge Tremmel, Leiterin austrian business and convention network, www.abcn.at): Das austrian business and convention network unterstützt als nationale Dachorganisation der österreichischen Kongress- und Incentive-Wirtschaft seine Kunden kostenlos bei der Planung und Organisation von Tagungen, Kongressen, Meetings, Incentives und Events in Österreich. Egal ob erfolgreiche Firmenmeetings mit Abschlag am Golfplatz oder ein gruppendynamisches Incentive beim imperialen Citypuzzle. Abgewickelt und organisiert werden Incentive-Veranstaltungen entweder durch firmeneigene Abteilungen oder In-plant-Agenturen, die sich wiederum der Professionisten des Landes bedienen. Incentives als Ansporn, Dankeschön und Marketinginstrument finden sich in vielen Sparten der Industrie (IT & Telekommunikation, Automobil, Pharma, Kosmetikindustrie etc.) als auch in Dienstleistungsunternehmen (Banken, Versicherungen, Consulting etc.) wieder.

Mentor Consulting (Edith Berger, Leitung, www.mentor.at): Wir haben uns spezialisiert auf individuell gestaltete Veranstaltungen mit abwechslungsreichem Verlauf, die auf das jeweilige Unternehmen, dessen Kultur und Mitarbeiterstruktur Rücksicht nehmen. Vom Gestalten eines Sporttages, der Erarbeitung einer Zirkusvorstellung oder Entwicklung eines internen Sambaorchesters bis hin zur Durchführung einer Minirallye mit professionellen Rallyefahrzeugen ist vieles möglich. Unsere Veranstaltungen haben aber fast immer auch einen „sachlichen“ Kern, d.h. die Verbindung zu einem aktuellen Ereignis, einer Entwicklung oder geplanten Ausrichtung – um diesen mit dem Auftraggeber besprochenen Kern entsteht dann die Dramaturgie der Veranstaltung (wichtig: auch den

Teilnehmern ist dies bekannt!). Besonders gefragt sind unter den Teilnehmern jene Veranstaltungen, die zum aktiven Mittun unter Berücksichtigung unterschiedlicher Persönlichkeitsstrukturen einladen und bei dem auch die obersten Hierarchieebenen mit dabei sind.

Konkretes Beispiel: Eine Tagesveranstaltung für 150 Mitarbeiter samt Vorständen eines österreichischen Dienstleistungsunternehmens, das vielerlei Elemente der Erlebnispädagogik in freier Natur vereinte, aber auch einen inhaltlichen Verbindungskern zur aktuellen Tagesarbeit (neues Leitbild) bot; die aufwendige Gestaltung verlangte den Einsatz von 15 erfahrenen Trainern & Begleitern aus meinem Team.

EventB2B (Ing. Roman Neubauer, Inhaber, www.evntb2b.at): EventB2B bietet das Konzept LUDodynamic an. Mittels großer, exklusiver Spiele wird die Kommunikation unter den Teilnehmern stimuliert. Es werden Gruppenwettbewerbe organisiert, die sowohl indoor als auch outdoor durchgeführt werden können. Die Spiele sind Geschicklichkeitsspiele, für die man keine Vorkenntnisse braucht.

Sie sind ideal bei Meetings, Seminaren, Konferenzen und Firmenfeiern, um Teams zu entwickeln und zu festigen. Ein Zitat von

Beim Spiel kann man einen Menschen in einer Stunde besser kennen lernen als im Gespräch in einem Jahr.

Plato bringt es auf den Punkt: „Beim Spiel kann man einen Menschen in einer Stunde besser kennen lernen als im Gespräch in einem Jahr.“

Für die Unternehmen steht ganz klar die Förderung der Kommunikation und des Teamgeists im Vordergrund. Bei den Mitarbeitern kommt LUDodynamic sehr gut an, da die Spiele riesigen Spaß machen. Für Dynamik ist von Anfang an gesorgt, da es darum geht, so viele Punkte wie möglich zu erspielen. Der Vorteil, von dem sowohl der Auftraggeber als auch die Mitarbeiter profitieren ist, dass sich alle Teilnehmer von einer „anderen“ Seite kennen lernen und daher die Kommunikation im Unternehmen nachhaltig erleichtert wird.

Wir arbeiten meist mit Gruppen von 20-150 Personen. Die Kosten für den Einsatz von LUDodynamic betragen € 1.400 bis € 4.000. Ein Gedanke, den ich den Unternehmen gerne bzgl. finanziellen Aufwands von Incentives mitgeben möchte, ist folgender: Jedes Meeting, jedes Seminar oder jede Konferenz ist bereits eine große In-



Michaela Eder



Stephan Waltl



Marcus Görig



Edith Berger

vestition, alleine schon durch die bezahlte Arbeitszeit. Wann immer es notwendig ist eine Firmenveranstaltung durchzuführen, sollten daher die Unternehmen darauf achten, so viel wie möglich von dem Investment zurückzubekommen. Daher ist es sehr sinnvoll, etwas mehr Geld in die Hand zu nehmen und das Meeting oder Seminar mittels Incentives zu nutzen, um einen Zusatznutzen zu generieren und an der Motivation der Mitarbeiter zu arbeiten.

Global Player Marketing (Marcus Görig, Geschäftsführer, www.zeitreise-Rallye.de): Zielgruppe unserer Oldtimer-Rallyes sind Unternehmen. Das heißt, unsere Kunden

buchen unsere Rallyes für Mitarbeiter-Incentives, Kundenveranstaltungen oder als PR-Veranstaltungen. Das Tolle ist, dass der Teambuildinggedanke im Mittelpunkt steht – sowohl im Fahrzeug zwischen Fahrer und Beifahrer als auch in der gesamten Gruppe untereinander, sie wird zu einer Rallyegemeinschaft. Wir sind kein Autovermieter, sondern eine Eventagentur, die Events auf Rädern veranstaltet: Wir stellen nicht nur die Autos zur Verfügung, sondern auch Drucksachen, Streckenauswahl, Abendveranstaltungen, Essen etc., kümmern uns um Hotel und einen runden Ablauf. Weiters beherrschen wir das, was wir als Soft Skills bezeichnen: Wir schaffen eine positive Grundstimmung, ähnlich wie beim Skifahren. Nur wenn die Teilnehmer sich gut verstehen, dann entsteht dies einmalige

„Rallye-Feeling“! Das Komplettpaket beginnt pro Person ab € 950 (eintägig ohne Übernachtung), abhängig von Sonderwünschen kümmern wir uns auch um Übernachtungsmöglichkeiten, Rahmenprogramm, Siegerehrung etc. Die Rallyes finden individuell an dem Ort statt, den der Kunde wünscht, das weiteste war Barcelona und Paris! Wir haben 14 eigene Oldtimer: Porsche, Mercedes-Benz, Austin Healey, Alfa Romeo, Lancia etc. aus den Jahren 1958-1973.

Trends

Eva Wieder fasst den Trend zusammen: „Incentives wird es auch in Zukunft geben, teilweise werden sie sogar noch wichtiger werden. Angebote/Produkte werden immer professioneller und auch austauschbarer. Viele Geschäfte laufen über persönliche Beziehungen – Kommunikation und ein gemeinsames Erlebnis stärken (Geschäfts)Beziehungen und werden auch in Zukunft über (neue) Geschäfte entscheiden. Und auch als ‚Dankeschön‘ werden Incentives bleiben: Freude über Geld (z.B. eine Provision, Gehaltserhöhung ...) ist nur von kurzer Dauer, ein tolles Erlebnis bleibt länger in Erinnerung und stärkt für die weitere Zusammenarbeit. Incentives müssen nicht noch größer und spektakulärer werden – in Zukunft wird es immer wichtiger, ehrliche, authentische Erlebnisse zu generieren. Außerdem muss die Veranstaltung eine gewisse Exklusivität haben. Programme, die nicht von der Stange sind.“

Zeitreise
CLASSIC CAR RALLYES - Events zum Selberfahren!
 Wir bieten Ihnen ein einzigartiges Event – eine schlüsselfertige Classic Car Rallye maßgeschneidert für Ihr Unternehmen.
 www.zeitreise-rallye.de
 GLOBAL PLAYER MARKETING GmbH • Phone: +49 (0)7 11 / 2 26 23 80 • kontakt@zeitreise-rallye.de