

# Chancen & Karriere

ARBEIT, STELLENMARKT UND WEITERBILDUNG IN TIROL

Samstag, 5. Juli 2014 70. Jahrgang | Nummer 182

## 3 Fragen an



**Peter Taschler**

Tiroler Eventdienstleister

### Herausfordern, nicht überfordern

Mit Incentive-Events versuchen Unternehmen unter anderem die Motivation der Mitarbeiter zu fördern, die Moral innerhalb eines Unternehmens zu steigern, ebenso die Loyalität der Mitarbeiter, oder auch den Teamgeist zu fördern.

**1 Was macht Incentives schwierig?** Wir haben es meistens mit großen Gruppen von 50, 100, 300 und mehr Personen zu tun. Da ist vom Marathonläufer bis zum 150-Kilo-Mann alles dabei. Es geht darum, Programme zu finden, die für alle herausfordernd sind, aber niemanden überfordern.

**2 Gibt es ein Zuviel an Incentives?** Es kommt vor, dass wir es mit „Incentive-versauten“ Teilnehmern zu tun haben, die seit 20 Jahren zweimal pro Jahr auf Incentive geschickt werden, die schon überall auf der Welt waren und meinen, schon alles erlebt zu haben.

**3 Springt da der Funke noch über?** Wir kommen in solchen Fällen betont bodenständig daher, vermeiden jede Animation, servieren einfaches Essen, lassen die Natur sprechen. Da dauert es in der Regel nur kurz, bis der Funke überspringt und wir auch zu solchen Teilnehmern einen Zugang finden.

Das Interview führte Barbara Egger

Foto: Eventation

## Gemeinsame Events motivieren

Wenn Mitarbeiter vom Chef auf ein Incentive geschickt werden, steckt immer ein Erlebnis dahinter. Im besten Fall denkt man gerne zurück und hat tolle Bilder im Kopf.

Von Barbara Egger

**Innsbruck** – 48 Unternehmensberater der Siemens Management Consulting sitzen gemütlich bei einem Cappuccino im Innsbrucker Hotel ThePenz und genießen auf der Dachterrasse den Sonnenuntergang. Peter Taschler stört das Vergnügen und rüttelt die Anwesenden mit einer überraschenden Ansage auf: „Wir brechen in einer Stunde zu einer Biwaktour auf und schlafen die kommende Nacht im Freien bei minus 8 Grad. Es gibt keine Hütte in der Nähe, wir werden selbst kochen. Sie haben eine Stunde Zeit, um Lebensmittel und Getränke einzukaufen und den Rucksack zu packen.“

Jetzt ist Zeitmanagement gefragt. „Eine Stunde später saßen alle im Bus mit den wesentlichen Dingen im Gepäck“, erzählt der Tiroler Incentivespezialist. Es geht von Innsbruck nach Igls, weiter mit der Patscherkofelbahn und von dort in zwei Gruppen zu Fuß in zwei Routen über die Viggarspitze und die Neunerspitze. In der Senke zwischen den beiden Gipfeln auf 2.200 Metern errichten die Manager ein Biwak-Lager. Nach Minestrone kochen und Gesprächen am Lagerfeuer, verkriechen sich alle in ihre Schlafsäcke. Die Nacht ist sternenklar und bitterkalt, die Schlafsäcke bei Sonnenaufgang mit einer dünnen Eisschicht bedeckt. Niemand beschwert sich. Die Stimmung beim Frühstück auf der Tulfeinalm ist ausnehmend gut, auf Mountainbikes kehren die Betriebsberater müde, aber zufrieden nach Innsbruck zurück.

Schauplatzwechsel in die Stubai Alpen. 33 Elektromeister des mittelständischen deutschen Elektro-Unternehmens



Ein Gipfelkreuz aufstellen, Flying Fox, Quad-Schnuppern, Bagger fahren: Das sind nur einige Beispiele für Incentives, die Anreize für die Motivation und für das Teambuilding bieten. Gemeinsame Erlebnisse können Mitarbeiter nachhaltig zusammenschweißen.

Foto: Eventation

mens Gira fahren auf den Stubai Gletscher, steigen zur Hildesheimer Hütte ab und übernachten dort. Über Pfaffenjoch, Sulzenauerferner und Pfaffensattel nimmt

**„Gemeinsame Erlebnisse sind für viele motivierender und wirksamer als finanzielle Zuwendungen.“**

Peter Taschler (Eventation)

die Gruppe mit Steigeisen im Morgengrauen das Zuckerhüt in Angriff. Auf den letzten hundert Metern droht das geplante viertägige Incentive zu kippen. Einige Teilnehmer haben Höhenangst. Fünf erfahrene Bergführer sind mit von der Partie, retten die Situa-

on. Alle erreichen sicher den Gipfel. Der Rückweg führt zu einem bis dahin noch namenlosen Nachbargipfel des Zuckerhüt. Die Elektromeister errichten dort ein Gipfelkreuz und taufen den Berg auf den Namen „Pfaffenkogel“. „Das war eine einmalige Geschichte. Ein Gipfelkreuz aufstellen, das wird man in seinem Leben nicht noch einmal erleben“, sagt später Jörg Hessler, Leiter der Gira Marktkommunikation.

Wie nachhaltig sich Incentives auf die Motivation auswirken, lässt sich schwer nachvollziehen. Peter Taschler: „Gemeinsame Erlebnisse sind für viele motivierender und wirken langfristiger als finanzielle Zuwendungen.“ Als stichhaltiges Argument lässt



Taschler Emotionen sprechen: „Die Gipfelkreuz-Errichtung war ein erhebendes Gefühl. Alle fühlten sich eng verbunden und zusammengehörig, die meisten genossen still den Moment.“

Bei der Biwaktour sei es darum gegangen, wie man Ziele mit Ressourcen verknüpft, eine Marschrichtung festlegt, organisiert, seine Stärken nutzt und entscheidet. Ohne die praktische Erfahrung zu erahnen, waren die Siemens-Mitarbeiter im Rahmen eines Führungs-Seminars mit Prof. Fredmund Malik entsprechend vorbereitet worden.

Welche Ziele die Aufgaben im Rahmen eines Incentives auch immer verfolgen, müssen in jedem Fall Grundregeln beachtet werden. „Wir üben

niemals Druck auf die Teilnehmer aus. Wir motivieren, aber die Teilnahme muss freiwillig erfolgen.“

### Mitarbeiter-Incentive

**Definition:** Das englische Wort „incentive“ stammt vom lateinischen Wort „incentivus“ und bedeutet „anregend“, „reizend“.

**Ziele:** Steigerung der Motivation, Teamfähigkeit und der Loyalität, Erfüllung eines Unternehmenszieles (z. B. Verkaufszahlen).

**Regeln:** Rücksichtnahme auf das individuelle Können der Teilnehmer, die Teilnahme muss freiwillig erfolgen, Risiken müssen so minimiert sein, dass Unfälle möglichst vermieden werden.



Firmen nehmen bei Incentives viel Geld in die Hand, um Mitarbeiter bei Laune zu halten. So mancher Manager wird da zum Lausubben. Foto: Wodicka

## Teambuilding auf Sterne-Niveau

Im Interalpen-Hotel Tyrol in Buchen bei Telfs dürfen Incentives alles sein, nur nicht 08/15.

Von Barbara Egger

**Telfs** – Ein Fünf-Sterne-Hotel, 5000 Quadratmeter Spa, ausgezeichnete Küche, tolle Umgebung. So darf es gerne sein, wenn Mitarbeiter von der Firmenleitung auf Kurzurlaub geschickt werden. Wobei ein Incentive nicht mit Urlaub verwechselt werden sollte. Die Teilnehmer genießen zwar, wie im Falle des Interalpen-Hotels Tyrol in Buchen bei Telfs, ein erstklassiges Ambiente, im Vordergrund stehen aber Teambuilding und Motivationssteigerung. „Bei unseren Kunden handelt es sich zumeist um große internationale Firmen und gehobenes Management“, erzählt

Barbara Staudacher, Leiterin der Abteilung Meetings und Events im Interalpen-Hotel.

Da werden z. B. für 250 Mitarbeiter aus dem gehobenen Management der Nahrungsmittelindustrie Incentives wie Eisskulpturen-Schnitzen ausgerichtet. Auch Winter- und Sommerolympiaden am Lottensee oder Sightseeing in Innsbruck gibt es. „Incentive darf alles sein, nur nicht 08/15“, betont Staudacher. Für sie sei es rührend zu beobachten, wenn Manager bei den einzelnen Herausforderungen aussehen „wie kleine Jungs, die etwas ausgeheckt haben“. Doch es gibt auch andere Reaktionen. „Wenn Teilnehmer anreisen, sind sie

oft sehr hektisch, hantieren mit Laptop und Handy.“ Nach wenigen Stunden im Hotel würden die meisten aber bereits sehr viel entspannter wirken. Gerne werde auch über das Wetter gemeckert und über die Location, wo das Incentive stattfinden soll, gemutmaßt. Aber selbst bei Kritikern kippe die Stimmung spätestens, wenn die Aufgabe vollbracht ist, ins Positive. Staudacher: „Da ist es auch plötzlich egal, ob es draußen regnet oder schneit.“ Erstaunlich findet sie, welche „unglaubliche Kreativität“ sich bei den gestellten Aufgaben oft in wenigen Minuten entfalte. „Es ist interessant zuzusehen, wie die Teams zu-

sammenarbeiten.“

Für Teambuilding-Maßnahmen sehr gut eignen sich auch Outdooraktivitäten wie Rafting oder Klettern. So nutzt der Sportartikelhersteller Adidas immer wieder die Area 47 im Ötztal für Incentives seiner Führungsmannschaft. Aus langjähriger Erfahrung weiß Area-47-Geschäftsführer Hansi Neuner aber, dass die Hochblüte großer Incentives vorbei ist. „Es gab vor gut 20 Jahren einen regelrechten Boom. Mittlerweile sind die Unternehmen aber spürbar zurückhaltender. Der Trend hat sich dabei von Massenevents weg hin zu kleineren, hochkarätig besetzten Gruppen verlagert.“