



unternehmer.de

Das ePaper für Gründer, Selbständige & KMU

FÜHRUNG

**10 Tipps für die
Gehaltsverhandlung**

SELBSTMANAGEMENT

**Zeit kannst du nicht
organisieren. Aber dich!**

Konkurrenz im Job

**Brauchen wir sie oder macht sie
uns kaputt?**

EXTRAS: ► SOCIAL-MEDIA-TRENDS ► RECHTSTIPP ► BUCHTIPPS

Brauchen wir Konkurrenz?



Konkurrenz belebt das Geschäft und spornt zur Höchstleistung an. Wettbewerb bereinigt den Markt. So lautet das Credo unserer Leistungsgesellschaft. Doch wieviel davon ist überhaupt gesund – für Mitarbeiter und Unternehmen?

Guerillakämpfe zwischen Abteilungen, Boykott zwischen CEOs und Abteilungsleitern. So sieht die dunkle Seite des Wettbewerbs in Unternehmen aus. Die Schäden, die daraus entstehen sind enorm. General Motors hat dieses Silodenken, also die mangelnde Beachtung übergeordneter Zusammenhänge, nicht nur über 4 Milli-

arden Dollar an Reparaturkosten, Strafen und Entschädigungen gekostet. Silodenken hat auch den Tod von mindestens 124 Menschen und 275 Verletzte verursacht. Ein Problem mit dem Zündschloss wurde aufgrund GMs interner Silokultur Jahr um Jahr verschleppt. Informationen wurden anderen Abteilungen vorenthalten und →

die Problemlösung nicht gemeinsam angegangen, so lautet es in einem abschließenden Untersuchungsbericht.

„Aber das ist ja sicher nur in den großen Unternehmen so“, magst du jetzt denken. Tatsächlich hängt es jedoch nicht von der Größe des Unternehmens ab, sondern von dem Maß an Konkurrenz, das zwischen Mitarbeitern oder Abteilungen herrscht.

Einzelinteressen im Fokus

Unter Konkurrenzdruck jagst du blindlings vorgegebenen Zielen nach, selbst dann, wenn du inhaltlich gar nicht dahinterstehst oder es anderen sogar schadet.

Warum? Weil Belohnungssysteme genau diesen Egoismus fördern.

Der Vertriebler hat am Jahresende sein → **Umsatzziel** noch nicht erreicht? Dann müssen noch ein paar Abschlüsse her:

- ▶ Mit guten Rabatten geht das schon. Schlecht für das Unternehmen, aber gut für seinen Bonus.
- ▶ Zur Not kann er ja auch mal im Gebiet des Kollegen wildern. Schlecht für den Kollegen, aber gut für seinen Bonus.
- ▶ Die besten Strategien behält er natürlich für sich. Schlecht für den IQ des Unternehmens, aber gut für seinen Bonus. →

ANZEIGE



Grün hinter den Ohren.

Grün im Kopf.

Stehen deine eigenen Interessen an erster Stelle, richtest du deinen Fokus und deine Energie automatisch darauf, wie du sie möglichst schnell erfüllen kannst. Die Interessen anderer sind nachrangig, du agierst rücksichtsloser und nimmst billigend in Kauf, dass dein Gewinn für sie einen Verlust bedeutet. Wie beim Poker bringen alle ihre Einsätze und am Ende heißt es: „The winner takes it all!“

Konkurrenzdenken macht krank

Konkurrenz heißt, sich ständig mit anderen messen zu müssen. Die Folge: Du bist ständig unter → **Leistungsdruck**. Gehörst du nicht zu den Schnellsten und Besten, gehörst du zu den Verlierern. Das ist nicht nur unbefriedigend, sondern bedeutet auch einen Ansehensverlust – vom Verlust der eigenen Gesundheit ganz zu schweigen. Burnout lässt grüßen! In einer von der Körber-Stiftung in Auftrag gegebenen Studie klagten fast 80 Prozent der befragten Angestellten über:

 **Extra: 6 einfache Mittel gegen Stress und Burnout [Infografik]**

Artikel lesen



- ▶ extremen Leistungsdruck
- ▶ steigenden Egoismus
- ▶ mangelnde Solidarität

Das heißt: Nur einen von fünf Mitarbeitern belebt Konkurrenz, die anderen leiden darunter. Sicher einer der Hauptgründe, warum heute 70 Prozent der Beschäftigten emotional gering gebunden sind und lediglich Dienst nach Vorschrift machen.

Der einzige Weg zum Erfolg?

Trotz der Nebenwirkungen, spielst du das Wettbewerbsspiel doch immer weiter mit. Weil das scheinbar der einzige Weg zum Erfolg ist. Dabei übersiehst du, dass → **Kooperation** uns weiterbringt. →

 **Extra:** Projektmanagement: Wie es optimal funktioniert [+Checkliste]

Artikel lesen



Wettbewerb ist eine Strategie aus dem Industriezeitalter, wir befinden uns aber längst im Wissenszeitalter. Und da gelten neue Regeln. In einer vernetzten und komplexen → **Arbeitswelt 4.0** geht es darum, Expertenwissen zusammenzuführen und Innovation zu nähren. Unternehmen mit Einzelkämpfern und Konkurrenzdinosauriern sind nicht überlebensfähig. Im Wissenszeitalter brauchen wir Mitarbeiter mit einem sogenannten T-Profil: Expertise gepaart mit der agiler Anpassungsfähigkeit und Flexibilität.

Kooperation ist natürlich

Die gute Nachricht: Kooperation ist – genau wie Konkurrenz – ein natürliches

Grundprinzip des Menschen. Unsere Unternehmenskultur hat das Konkurrenzprinzip allerdings in den letzten 30 Jahren überbetont. Um in Balance zu kommen, gilt es nun, den Kooperationsfähigkeiten deutlich mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Nicht um heile Welt zu spielen oder zu kuscheln, sondern um die Herausforderungen der modernen Wirtschaftswelt erfolgreich zu bewältigen und deren Chancen zu nutzen.

Die Basis dafür ist eine Unternehmenskultur, die ein "Wir" aus starken Ichs fördert. Und da wir alle ein Teil dieser Kultur sind, kann jeder Einzelne den ersten Schritt tun: Weg von sinnloser Konkurrenz hin zu gesunder Kooperation. ■

Autorin: Ulrike Stahl



Als Speaker und Coach inspiriert → **Ulrike Stahl** mit ihrem Credo: Kooperativ, kollaborativ, kokreativ.



Das anständige Unternehmen

Was richtige Führung ausmacht – und was sie weglässt. Diese Fehler sollten dir nicht unterlaufen.

Brochiert: 384 Seiten

Preis: 18,00 €

▷ ▷ [Auf Amazon ansehen](#)

Der ewige Bestseller

Die Kunst, etwas zu schaffen und zu vermarkten, das für immer bleibt und sich ewig verkauft.

Gebundene Ausgabe: 272 Seiten

Preis: 19,99 €

▷ ▷ [Jetzt entdecken](#)



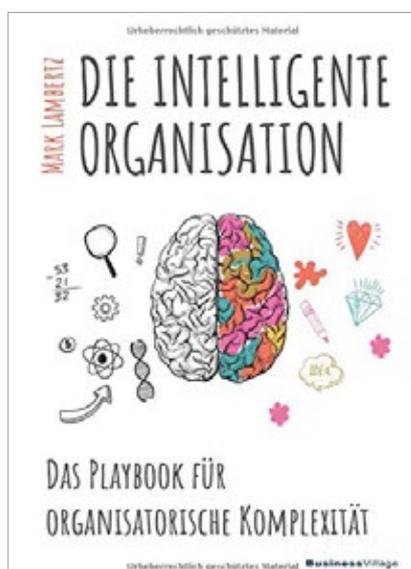
Die intelligente Organisation

Ein Denkwerkzeug, das dabei hilft, den Herausforderungen komplexer Systeme zu begegnen.

Taschenbuch: 286 Seiten

Preis: 24,95 €

▷ ▷ [Im Shop ansehen](#)



Top-Artikel auf unternehmer.de



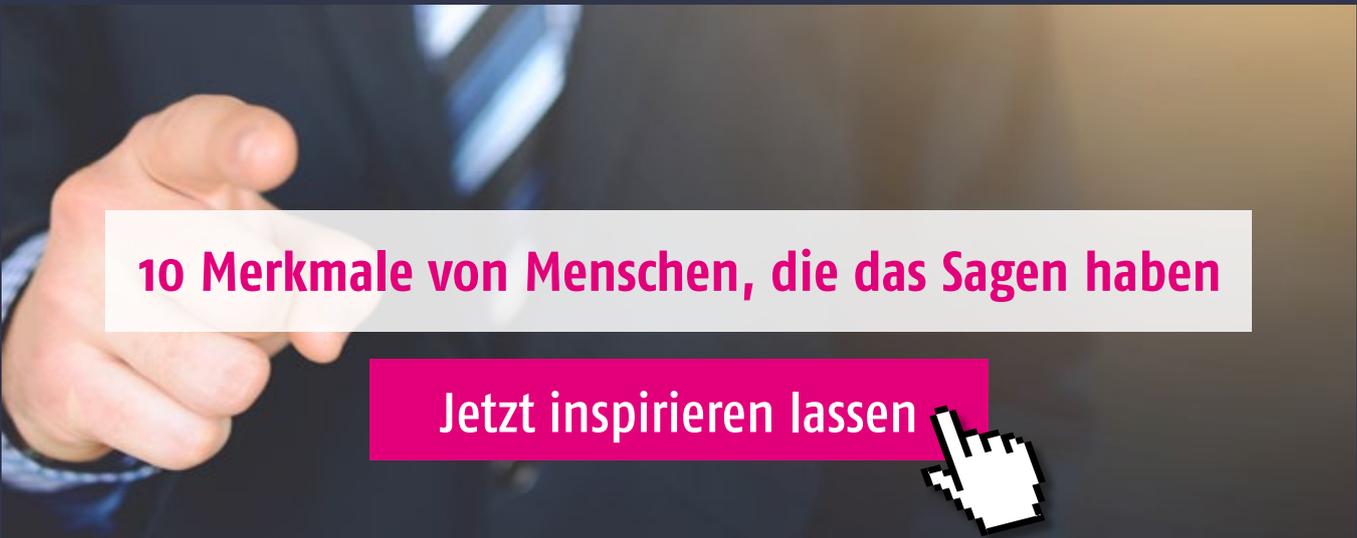
100 Guerillamarketing-Tipps in 5 Minuten

Zu den Tipps



Kollegenschweine erkennen & besiegen

Artikel lesen



10 Merkmale von Menschen, die das Sagen haben

Jetzt inspirieren lassen



Selbstmanagement: 3 Methoden, die wirklich funktionieren



Zeit kann man nicht managen, aber was man managen kann, ist man selbst. Optimales Zeitmanagement sollte also gutes Selbstmanagement sein.

Beim Selbstmanagement geht es darum, sich selbst besser zu organisieren, Aufgaben zu planen, zu priorisieren und natürlich über den Tag motiviert zu bleiben.

Für erfolgreiches → **Selbstmanagement** gibt es mehrere Ansätze. Jeder muss die passende Methode für sich finden. Dazu musst du dich selbst richtig einschätzen:

- ▶ Welcher Typ bin ich?
- ▶ Wie ticke ich?
- ▶ Was ist mir wirklich wichtig?

1 Das Eisenhower-Prinzip

Setze dir Prioritäten, denn du kannst nicht alles erledigen. Dwight D. Eisenhower, ehemaliger Präsident der Vereinigten Staaten, hatte eine todsichere Methode, um in →

all dem Chaos, das das Amt mit sich bringt, den Durchblick zu behalten. Er ordnete alle Aufgaben in vier Kategorien ein.

Kategorie A:

Wichtig und dringlich:

Aufgaben, die sehr dringend und wichtig waren, die er also nicht an jemanden anderen delegieren konnte und die noch dazu sofort erledigt werden mussten, erledigte er selbst.

Kategorie B:

Dringlich, aber nicht wichtig:

Hier entschied er, ob er diese zur sofortigen Erledigung an seinen Assistenten weitergab oder ob er sie schnell selbst erledigen musste.

Kategorie C:

Wichtig, aber nicht dringlich:

Darin packte er alle Aufgaben, die nicht dringend, aber wichtig waren. Diese schob er auf den Nachmittag.

 **Extra: Uhrzeit-Monster & Störungen: Darum haben wir keine Zeit!**

[Artikel lesen](#)



Kategorie D:

Weder wichtig noch dringlich:

Alles, was in dieser Kategorie landete war weder wichtig noch dringend – das schmiss er kurzerhand in den Papierkorb.

Diese Methode hilft dabei, Aufgaben klarer zu strukturieren und eine Basis zum Planen zu schaffen. Dabei ist die Definition von „wichtig“ und „dringlich“ natürlich ein Kunstgriff, um überhaupt eine Entscheidungsgrundlage zu haben.

SMART-Methode

Die SMART-Methode hilft dabei, ein genaues Bild des gewünschten Ergebnisses →

vor Augen zu haben, und den Fokus der Aufgaben darauf zu setzen.

S – Spezifisch

Man braucht konkrete und präzise Aussagen, die keine Zweifel daran lassen, was genau erreicht werden soll.

M – Messbar

Um rückblickend eindeutig feststellen zu können, ob du dein Ziel erreicht hast, muss dieses von Anfang an so formuliert werden, dass es messbar ist.

A – Attraktiv

Ein Ziel kann nur dann erreicht werden, wenn alle Beteiligten und vor allem du selbst dahinter stehst, dich einbringst und tatsächlich auch Lust hast, das gesteckte Ziel in die Tat umzusetzen.

R – Realistisch

Setze dir keine utopischen Ziele, die du nicht erreichen kannst.

T – Terminiert

Jedes Ziel braucht einen zeitlichen Rahmen, eine Deadline, bis zu der etwas erledigt werden soll. Der Termin ist dabei gleichzeitig der Kontrollpunkt.

3 ALPEN-Methode

Die Buchstaben stehen für:

A – Aufgaben aufschreiben

L – Länge der Erledigung schätzen

P – Pufferzeiten einplanen

E – Entscheidung über die Priorität

N – Nachkontrolle

Diese von Lothar J. Seiwert entwickelte Methode dient dazu, den eigenen Tag zu strukturieren. Das ist wichtig, um seinen Weg zum Ziel genau zu kennen. ■

Autor: Thomas Graber



Thomas Graber ist Unternehmer im Handwerk, Trainer und Autor des Buches → **MeTime**.

EINE BELOHNUNG? JA, BITTE!

Warum Sie sich ab und zu etwas gönnen sollten

Schokolade, ein Shoppingtrip oder ein Abend auf der Couch - haben wir etwas erreicht, gönnen wir uns gerne eine Belohnung. Sie sorgt für mehr Motivation und macht unangenehme Aufgaben leichter.

Das Belohnungssystem im Gehirn

Hirnforscher wissen: Wenn wir etwas „Gutes“ tun, schüttet unser Körper Glückshormone aus. So werden wir zum Beispiel belohnt, wenn wir trinken, essen oder Zeit mit anderen verbringen. Je öfter wir dieses Gefühl haben, desto häufiger wünschen wir es uns – und wiederholen das Verhalten.

So können Sie das Belohnungssystem nutzen

Gönnen wir uns etwas, greifen wir unbewusst auf das Belohnungssystem unseres Gehirns zurück. Das können Sie natürlich auch nutzen, wenn Sie sich motivieren möchten. Denn gestatten Sie sich eine Belohnung für eine schwierige Aufgabe, fällt diese Ihnen das nächste Mal leichter.

Wichtig dabei:

1. Sie müssen sich etwas gönnen, was Ihr Vorhaben unterstützt. Belohnen Sie sich für ein unangenehmes Telefonat, indem sie ein anderes auf morgen schieben, hat das eher den gegenteiligen Effekt.
2. Die Belohnung muss so schnell wie möglich erfolgen. Dauert es zu lange bis das Glücksgefühl eintritt, wird das Belohnungssystem nicht aktiviert.



© deagfreez - Fotolia

Mehr zum Thema
Belohnungssystem
www.aerzte.de



ÄRZTE.DE
Das Plus für Ihre Gesundheit!

Sichern Sie sich exklusive Texte rund um die Themen Medizin, Fitness und Gesundheit.

Kontaktieren Sie uns unter:
kooperationen@aerzte.de

Ihre Leser warten bereits!



Gehaltsverhandlung ist Chefsache: 10 Tipps



 **V**iele Studien weisen darauf hin, dass sich jeder zweite Mitarbeiter für unterbezahlt hält. Aber was wünscht sich der Arbeitnehmer von heute?

In einer Zeit, in der Unternehmen um Fachkräfte buhlen, ist eine Gehaltsverhandlung längst kein lästiger Pflichttermin mehr, in der der Chef die Bedingungen diktieren kann. Auch wenn sich der Arbeitnehmer in der schwächeren Position fühlen mag – bei dauerhafter → **Unzufriedenheit** wird er innerlich

kündigen und sich über kurz oder lang einen neuen Arbeitsplatz suchen. Wer dagegen engagierte Mitarbeiter möchte, muss ihnen auf Augenhöhe begegnen und ihre Vorstellungen ernst nehmen. Denn Faktoren wie Wertschätzung, Motivation und Zufriedenheit genießen einen immer höheren Stellenwert. →

1 Vorbereitung muss sein

Dein Mitarbeiter wird sich auf die Gehaltsverhandlung gründlich vorbereiten. Tu es ihm gleich, sonst verspielst du unnötig sein Vertrauen! Zeige, dass du wahrgenommen hast, wie er sich in deinem Unternehmen entwickelt und was er geleistet hat. Im → **Small Talk** kannst du ihn mit Wissen über seine private Situation überraschen und eine warme Gesprächsatmosphäre schaffen. Damit zeigst du deinem Mitarbeiter, dass du dich für ihn als Person interessierst.

2 Zeit nehmen

Für den Arbeitgeber ist eine Gehaltsverhandlung nur ein Termin von vielen. Für den Arbeitnehmer ist sie möglicherweise der „Schlüssel“ zu einer Urlaubsreise oder einem neuen Auto. Nimm dir also Zeit und wickle das Gespräch nicht auf dem Flur oder in der Kaffeeküche ab. Vereinbare einen festen Termin: „Möchten Sie mor-

gen Nachmittag in mein Büro kommen? Dann können wir uns unterhalten.“

3 Grenzen festlegen

Eine sofortige Einigung ist unwahrscheinlich – nicht zuletzt, da sich auch dein Gegenüber genau überlegt haben wird, welche Forderungen er stellen kann. Bestimme deshalb im Vorfeld deinen Verhandlungsspielraum. Überlege dir, bis zu welcher Grenze du eine Gehaltsanhebung verkraften kannst. Bedenke aber, dass die Erhöhung nicht nur symbolischer Natur sein darf. Dein Mitarbeiter sollte sie auch in seinem Portemonnaie merken.

4 Du lenkst das Gespräch

Behalte die Kontrolle über das Gespräch. Gib den Gesprächsverlauf durch prägnante Anstöße und Fragen vor. Natürlich solltest du auch die Fragen des Arbeitnehmers berücksichtigen (zum Beispiel danach, wie Sie ihn wahrnehmen). Eine Gehaltsverhandlung ist keine Einbahnstraße. →

5 Die Leistungsanalyse

Bevor über Geld gesprochen wird, erfolgt eine gemeinsame Leistungsanalyse. Dein Mitarbeiter soll darstellen, in welche Projekte er eingebunden war und wie er sie durch sein Engagement zum Erfolg führen konnte. So erfährst du, wie er seine Arbeit wahrnimmt. Sei dabei aufrichtig, wenn du anderer Meinung bist. Schließlich möchte dein Mitarbeiter mit der Leistungsanalyse seine Gehaltserhöhung begründen.

6 Die Entwicklungsziele

Wie sieht sich dein Mitarbeiter in den kommenden Jahren? Wie beurteilt er seine Zukunft im Unternehmen? Ist er bereit, für ein höheres → **Gehalt** auch zusätzliche Aufgaben zu übernehmen? Stellt er sehr hohe Ansprüche, kannst du diese an Bedingungen knüpfen. Erfüllt dein Mitarbeiter die gesteckten Entwicklungsziele, kannst du vereinbaren, sein Gehalt stufenweise anzupassen.

 **Extra:** Der Feedback-GAU: So geht dein Mitarbeiter in die Luft

[Artikel lesen](#)



7 Lob im richtigen Maß

Spare nicht mit Lob. Zeige deinem Mitarbeiter, was dir sein Engagement wert ist. Hebe hervor, wenn du besondere Einsatzbereitschaft wahrgenommen hast („Durch Ihr Engagement für Projekt X konnten wir den Zuschlag gewinnen.“). Indem du herausstellst, wie viel dein Mitarbeiter geleistet hat, kannst du ihn binden.

8 Kompromissbereitschaft

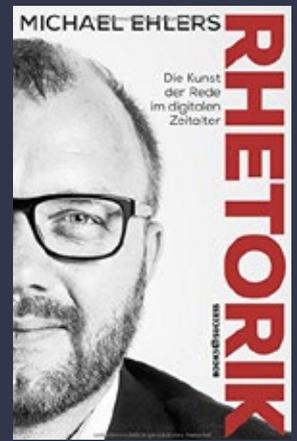
Beide Seiten müssen kompromissbereit sein. Dein Mitarbeiter wird nicht erwarten, seinem Wunsch in vollem Umfang nachzukommen. Ebenso solltest du sein Anliegen nicht gänzlich abweisen, wenn →



BUCHTIPP: Rhetorik – Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter

Preis: 39,99 € | 448 Seiten | 1. Aufl. (2018)

Auf Amazon ansehen



er gute Arbeit geleistet hat. Ist dein finanzieller Spielraum begrenzt, kannst du ihm andere Vergünstigungen anbieten, etwa flexiblere Arbeitszeiten oder die private Nutzung des firmeneigenen Handys.

9 Zufriedenheit

Nur mit Geld gewinnt man keine zufriedenen Mitarbeiter. Sehr viel stärker wiegt das eigene Empfinden, wie sehr sich jemand an seinem Arbeitsplatz wohlfühlt. Erkundige dich deshalb immer nach der Zufriedenheit deines Mitarbeiters. Vielleicht ist er unterfordert oder wünscht sich einen anderen Aufgabenbereich? Stelle deshalb am Ende des Gesprächs offene Fragen (z.B.: „Gibt es sonst noch etwas, worüber Sie mit mir sprechen wollen?“).

10 Ende gut, alles gut

Eine Gehaltsverhandlung gleicht im Wesentlichen einem → **Verkaufsgespräch**. Wenn du einen neuen Fernseher kaufst, solltest du am Schluss zufrieden mit einem passenden Gerät aus dem Laden gehen, während der Verkäufer ebenso zufrieden mit seinem Verkaufserfolg zurückbleibt. Gleichmaßen sollten nach einer Gehaltsverhandlung auch Arbeitnehmer und Arbeitgeber glücklich sein. ■

Autor: Michael Ehlers



Michael Ehlers ist → **Der Rhetoriktrainer** und seit 2000 einer der Top-Speaker in der DACH-Region.

Diskriminierung in Stellenanzeigen



Hilfreiche Tipps, wie Stellenanzeigen zu gestalten sind, damit sie den Anforderungen des AGG entsprechen.

Das sogenannte Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) soll vor Diskriminierungen schützen. Daher besteht kein Zweifel, dass die insgesamt 33 Paragraphen des AGG zur Pflichtlektüre für Arbeitgeber gehören. Denn wer gegen sie verstößt, muss oft tief in die Tasche greifen.

Ein zentraler Aspekt wird hierbei allerdings oft übersehen. Das AGG verbietet Diskriminierung aus Gründen des Ge-

schlechts, der Weltanschauung, des Alters oder der sexuellen Identität nicht nur im Arbeitsverhältnis, sondern bereits in Stellenanzeigen.

Schließlich soll jeder Bewerbungskandidat auf Chancengleichheit bauen können. Statt nebensächlicher Faktoren wie Geschlecht, Familienstand und Nationalität sollen die Kompetenzen des Kandidaten maßgeblich sein. →

3 Stolperfallen bei der Gestaltung von Stelleninseraten

Um potenziellen Verstößen gegen das AGG vorzubeugen, empfiehlt es sich unbedingt, Ausschreibungen möglichst neutral zu verfassen. Das bedeutet zunächst, dass alle Formulierungen, die sich als eine Diskriminierung mit Blick auf das Geschlecht auslegen lassen, zu vermeiden sind.

1 Geschlechterdiskriminierung

Aus diesem Grund haben sich mittlerweile Schreibweisen wie „Softwareentwickler/in“ oder „Content Manager (m/w)“ durchgesetzt. Wer darauf verzichtet, beide Geschlechter zu berücksichtigen, und sich stattdessen auf „Softwareentwickler“ und „Content Manager“ beschränkt, muss mit einem Verstoß gegen das AGG rechnen, der den Diskriminierten berechtigt, eine Entschädigung zu verlangen.

Nicht nur die gewählten Tätigkeitstitel können problematisch sein. Wer etwa

 **Extra:** Mitarbeiter gesucht? Schalte jetzt deine Stellenanzeige!

[Talente finden](#)



in einer Stellenausschreibung nach einer Arbeitskraft mit „hoher körperlicher Belastbarkeit“ sucht, erweckt schnell den Eindruck, dass er sich auf eine männliche Zielgruppe beschränkt, was ebenso als Verstoß gegen das AGG zu werten ist. Auch wer gezielt weibliche oder männliche Bewerber ansprechen möchte, kann sich Ärger einhandeln.

2 Altersdiskriminierung

Inserate, die auf bestimmte Altersgruppen ausgelegt sind – wie etwa eine Stelle für „Berufsanfänger“, die Aussicht auf ein „junges Team“ oder eine Tätigkeit als „Junior-Sachbearbeiter“ –, verstoßen ebenfalls gegen das AGG. Hierzu gehört auch →

ein angegebenes Mindestalter oder die Forderung nach „langjähriger Erfahrung“.

3 Ethnische Diskriminierung

Genauso unzulässig gemäß AGG ist eine Diskriminierung aufgrund der Herkunft des Bewerbers. In einem Fall vor dem Landesarbeitsgericht Hessen wurde die Forderung nach einem Kandidaten mit „Deutsch als Muttersprache“ als solche gewertet, da die Richter einen engen Zusammenhang zwischen Muttersprache und Herkunft als gegeben sahen (LAG Hessen, Urteil v. 15.06.2015, Az.: 16 Sa 1619/14).

Wichtige Ausnahmen

Doch es gibt auch Ausnahmen. So ist es etwa zulässig, für die Einstellung eines

evangelischen Pfarrers die Religionszugehörigkeit zur evangelischen Kirche vorauszusetzen, obwohl gemäß AGG eine Ungleichbehandlung aus Religions- und Weltanschauungsgründen als Diskriminierung gilt. Auch die gezielte Einstellung von Schwerbehinderten sowie die Frauenförderung gelten als denkbare Ausnahmen.

Konsequenzen eines Verstoßes

Kann der Geschädigte schlüssig vorbringen, dass er benachteiligt und diskriminiert wurde, hat er die Möglichkeit, eine Entschädigung zu verlangen. Hierbei muss seine Klage jedoch innerhalb von zwei Monaten ab Zustellung der Absage erfolgen, sonst wird sie als verjährt betrachtet.

Ist der Kläger erfolgreich, kann zusätzlich →

ANZEIGE



Kosten im Büro senken: Geld sparen durch günstige Wasserspender

Jetzt informieren



zu einem Ausgleich für den entstandenen finanziellen Verlust (z.B. entgangenes Einkommen, Kostenaufwand für die Bewerbung) ein Ausgleich in Höhe von bis zu drei Monatsgehältern anfallen. Unternehmer, die ihre Inserate nicht AGG-konform gestalten, riskieren also einen beträchtlichen finanziellen Schaden – und einen Imageverlust noch dazu.

Beweislast liegt beim Arbeitgeber

Allerdings kann sich der Autor des Inserats gegen den Vorwurf der Diskriminierung wehren. Nun ist es seine Aufgabe, zu beweisen, dass keine Ungleichbehandlung gemäß AGG vorgelegen hat.

Klagt etwa ein 45-Jähriger wegen Altersdiskriminierung, weil er sich auf ein Stellenangebot für einen „Berufsanfänger“ beworben hat und abgelehnt wurde, muss der Arbeitgeber beweisen, dass das Alter bei der Auswahl kein maßgebliches Kriterium gewesen ist.

Und das lässt sich in den meisten Fällen nur mit einer lückenlosen Dokumentation und Archivierung des vollständigen Bewerbungsvergangs realisieren. Denn nur wenn der Arbeitgeber glaubhaft belegen kann, dass der Bewerber tatsächlich nicht die vorausgesetzte fachliche Kompetenz für die ausgeschriebene Stelle mitbringt, wird er vor Gericht den nötigen Rückenwind haben. ■



Extra: Angebliche Diskriminierung: So wehrst du dich gegen AGG-Hopper!

Online weiterlesen



Autor: Johannes Schaack



Redakteur –
Juristische Redaktion
anwalt.de services AG

→ www.anwalt.de

Unsere Lexika

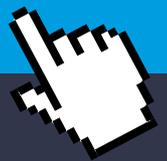
5 x einfach mehr WISSEN



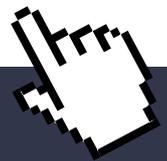
Du bist über einen Fachbegriff gestolpert, mit dem du nichts anfangen kannst? Kein Problem, dafür gibt's uns - und unsere Lexika für einfach mehr WISSEN!



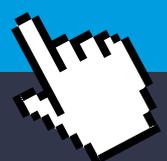
RECHTSLEXIKON



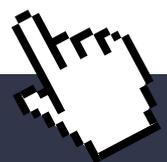
ONLINEMARKETING-LEXIKON



GRÜNDER-LEXIKON



IT-LEXIKON



FINANZLEXIKON



Social Media

»Was sind die Trends 2018?«

1 Video

Videos sind inzwischen das bevorzugte Content-Format, denn sie sind sowohl ansprechend als auch einprägsam. Gute Videos ziehen: 66 Prozent der Befragten einer → [Studie](#) animieren sie dazu, nach weiteren Inhalten eines Unternehmens zu suchen. Für den Einsatz in sozialen Medien sollten Videos kurz und werbefrei sein.

2 E-Commerce

51 Prozent der Befragten nutzen Facebook, um neue Produkte, Trends und Services zu entdecken. Zwar gibt es bereits Shopping-Optionen für soziale Netzwerke, aber sie haben sich bislang nicht durchgesetzt. Vor Kurzem hat jedoch die E-Commerce-Plattform Shopify eine Integration für

→ [Instagram](#) eingeführt, mit der Online-Händler direkt zum Kaufen anregen können. Der Vorteil: Bezahlvorgang und Support werden direkt abgewickelt. Das Potenzial ist groß: In China laufen bereits rund 30 Prozent des digitalen Absatzes über die führende App WeChat.

 **Extra: 10 Gründe, warum Unternehmen an Social Media scheitern**

[Artikel lesen](#)



3 Messenger & Chatbots

Ein weiterer Trend für Unternehmen sind Chats über Facebook Messenger oder → [WhatsApp](#). Wenn Verbraucher eine →

schnelle Antwort brauchen, würden 72 Prozent eine Anfrage per Messenger stellen. Bei Support-Anfragen sind es 70 Prozent. WhatsApp hat darauf im Januar mit seiner neuen Business-App reagiert, die vor allem für kleine Unternehmen interessant ist. Darüber können Dienstleister Termine mit ihren Kunden abstimmen oder Lieferdienste Bestellungen entgegen-

nehmen. Im nächsten Schritt bieten sich dann Chatbots an, die die standardisierten Anliegen beantworten. ■

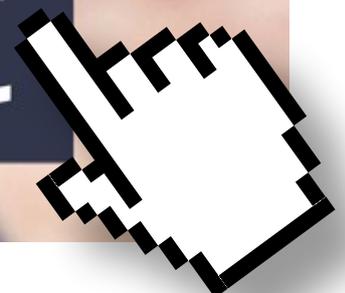
Expertin: Inken Kuhlmann



ist Senior Manager Growing Markets bei → **HubSpot**, einer All-in-one-Plattform für Marketing & Vertrieb.

SOCIAL-MEDIA

Wieso sich
niemand für deine
Social-Media-Kanäle
interessiert



Werbung im ePaper? Gerne!

zum Anfrageformular



... oder einfach anrufen unter:
0911-37750-333



Vorschau ePaper Ausgabe 3/18: **Verkaufen**



unternehmer.de

Ausgabe verpasst?

Zum Archiv



Bildnachweis:

In dieser Zeitschrift wurden Bilder von Fotolia.com von folgenden Urhebern verwendet: © All Vectors (4), © pathdoc (15, 30), © deagreez (31)

Hinweis:

Das vorliegende Magazin enthält Affiliate-Links.

IMPRESSUM & KONTAKT

Herausgeber: unternehmer.de – ein Projekt der united vertical media GmbH
Pretzfelder Str. 7-11, D-90425 Nürnberg
info@unternehmer.de
Gesellschaft mit beschränkter Haftung:
Sitz Nürnberg,
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer:
DE291221203,
Handelsregister: Amtsgericht Nürnberg –
HRB 28744

Geschäftsführer: Jürgen Renghart,
Michael Amtmann
Redaktion & Layout:
Hana Kus, redaktion@unternehmer.de
Erscheinungsweise: alle zwei Monate,
jeweils zur Monatsmitte
Anmeldung zum kostenfreien Bezug
des PDF-Magazins unter:
www.unternehmer.de/newsletter

Anzeigenleitung:
Sinndi von Ebner-Eschenbach
united vertical media GmbH
Tel.: 0911/37750-333, Fax: 0911/37750-350
sinndi.vonebner@unitedverticalmedia.de
werbung@unternehmer.de
Urheberrechte:
Der gesamte Inhalt sowie die Struktur
unterliegen dem Urheberrecht.

„unternehmer.de“ ist ein Produkt der united vertical media GmbH

NEU!

Der E-Mail-Kurs von **unternehmer.de**

"Newsletter erstellen"

ZEITSPAREND

20-30 Min./Lektion

BEQUEM

Alle 3 Tage per Mail

PROFESSIONELL

Tipps von Experten

- ▶ In 9 Lektionen zum eigenen Newsletter
- ▶ Hochwertige Materialien + Zertifikat
- ▶ Inkl. Abschluss-Beratung zum fertigen Entwurf
- ▶ Für unschlagbare 149,00€ (zzgl. MwSt.)

JETZT ENTDECKEN

