



HERZLICH WILLKOMMEN!

Begeisternde Vorträge
Seminare | Private Coachings

www.pauljohannesbaumgartner.de

© PAUL JOHANNES BAUMGARTNER





Schön, dass Sie hier sind und
ich Sie weiter Euchzen darf.
Bevor die Folien kommen,
erst eine Überraschung:



Es müssen nicht immer gute
Whiskys, Handtaschen
oder Koi-Karpfen sein.





Investieren Sie doch in das
Wertvollste, das Sie haben:
BEGEISTERUNG!



**Sparen Sie jetzt
bis zu 1.000,- EUR
bei der Buchung eines Seminars.**



Begeistern Sie sich und Ihre Mitarbeiter mit begeisternden Workshops.

- ✓ 50,- Euro Ermäßigung pro Teilnehmer eines öffentlichen oder In-House-Seminars.
- ✓ Angebot gültig für max. 20 Teilnehmer drei Monate ab Erhalt.
- ✓ Pro Unternehmen ist nur eine Wertanlage einlösbar.

Infos und aktuelle Termine finden Sie auf meiner Website.

www.pauljohannesbaumgartner.de



**UND JETZT
DAS BEST-OF
(UND MEHR)
AUS MEINEN
VORTRÄGEN.
VIEL FREUDE!**

© PAUL JOHANNES BAUMGARTNER





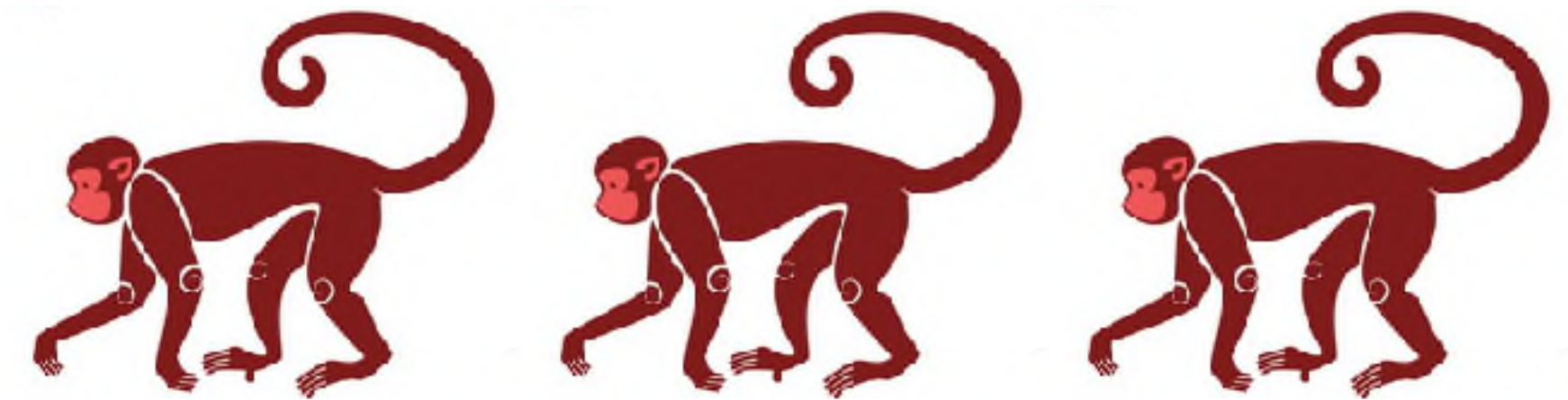
01 Vortrag | Seminar | Coaching Leadership

NEW WORK & POSITIVE LEADERSHIP

Jetzt alle Seminar-Termine und Infos [hier](#).



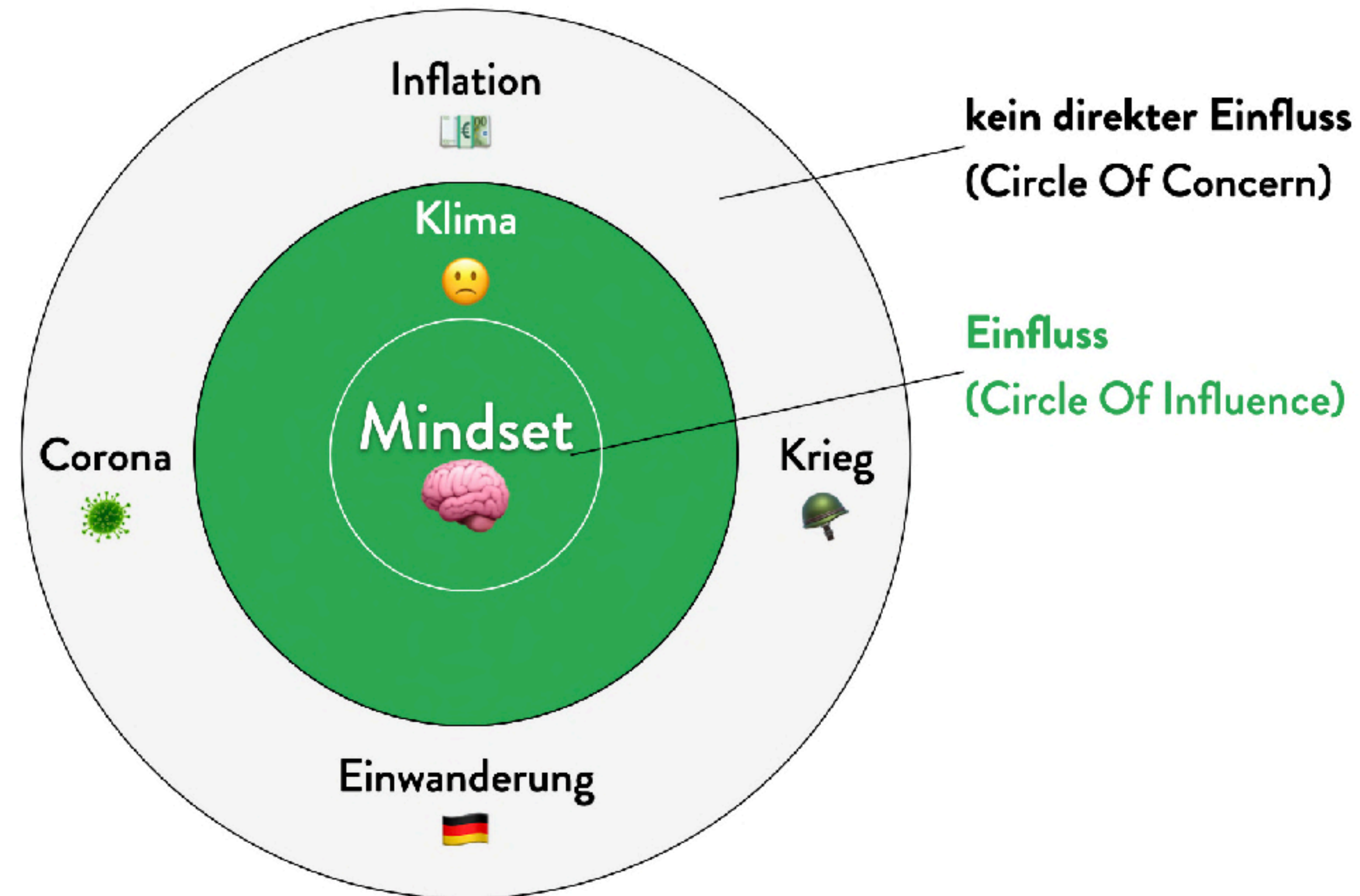
**IHR MÜSST ERST DIESE
AFFEN IN EUREM KOPF
ZÄHMEN. ERST DANN
SEHT IHR KLAR.**





Der Circle of Influence.

Worauf wir Einfluss haben - und worauf nicht.





SCHOCK

- Erhöhte Aufmerksamkeit
- Gewisse Bewegungsunfähigkeit
- Tonische Immobilität (Muskelähmung)
- Tauchen komplett ab
- "Sich tot stellen"



FLUCHT



- Übersprungshandlungen
- Ersatzhandlungen
- Hecke trimmen mit Nagelschere
- Manisches Laden des Newsfeeds: LinkedIn, Instagram, Facebook...





KAMPF

- Wutausbrüche
- Gewalt
- Der verzweifelte Versuch, durch Angriff, Kontroll -und Machtausübung so etwas wie „Sicherheit“ herzustellen
- Stress pur
- Engt unser Denken ein



KAMPF



- Reflektiertes Handeln
- Diese Menschen bleiben fluide, flexibel, optimistisch
- „Wo sind die Chancen?“
- Lieblingswort: „JETZT!“
- Wissen: „Der Sprung ins kalte Wasser fühlt sich nicht wärmer an, wenn man später springt“





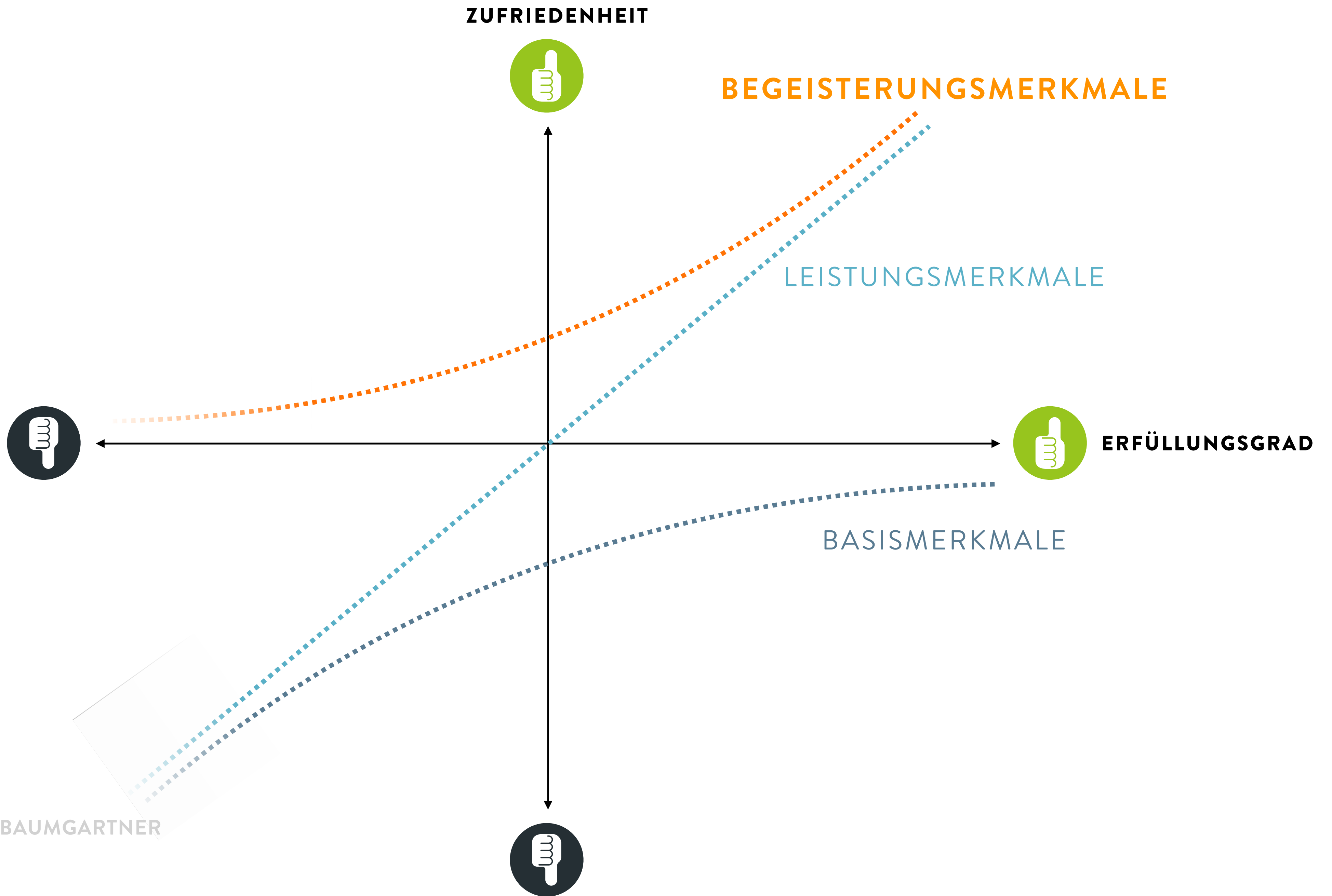
HELIOTROPISCHER EFFEKT: IHR SEID DIE SONNE!



WEG MIT DEM BENEFITQUATSCH!

Wie Mitarbeiter
aufblühen, bleiben
und wachsen.

DILEMMA 1



DILEMMA 2

$$\text{B} = \text{E} + \text{X}$$

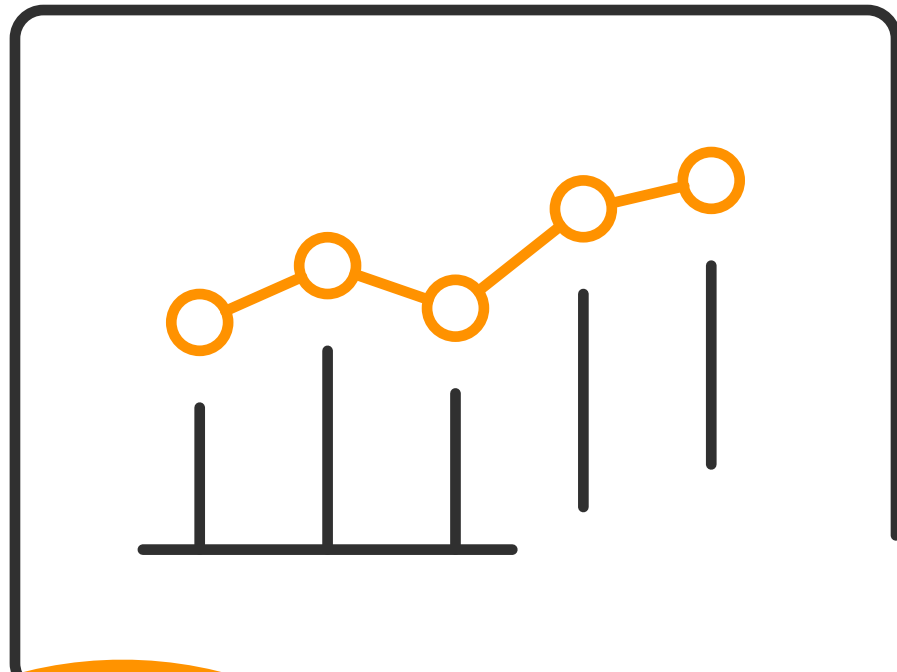


„**THEY CHANGED
THE RULES –**

**WE CHANGED
THE SYSTEM.“**



... *evidenz*basiert.



POSITIVE
LEADERSHIP
HAT...

... wissenschaftlich nachgewiesen einen
messbaren ***positiven Effekt auf KPIs.***



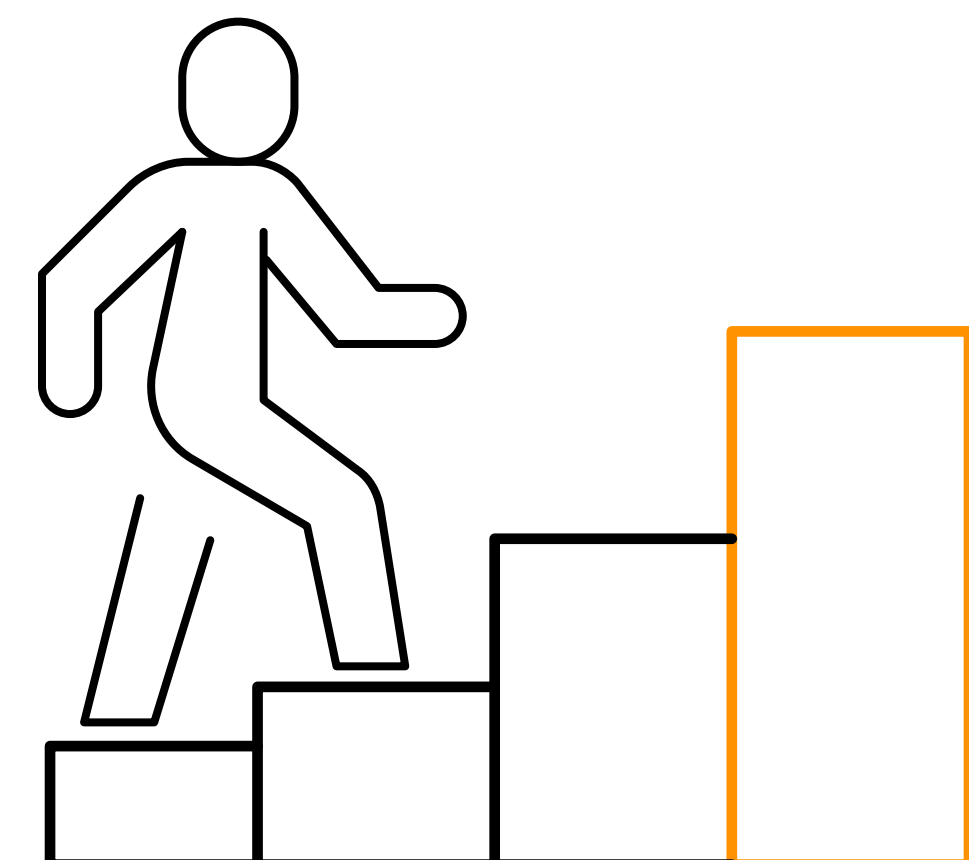
... die Logik der Passung: **Welche Stärken** brauche ich an einer Position und **welcher Mitarbeiter** bringt diese mit?



... **Führungskonzept:** Mitarbeiter werden zu **eigenem Handeln** ermächtigt und ermutigt.



... sowohl das **Wohlbefinden der Menschen** als auch die **Leistungsfähigkeit der Organisation** im Mittelpunkt.





... ***eine Haltung,
eine Einstellung &
ein Verhalten,***
das man mit Leben füllen kann.



DAS MEINT POSITIVE LEADERSHIP

NICHT:



... Führungstechnik im Sinne von „Baumgartner, zeig mir mal zwei, drei **schmutzige Tricks**, wie ich meine Mitarbeiter motivieren kann!“



... **Happyology. Kein Ausblenden des**
Negativen wie Korrekturen, Kritik,
Fehlerbenennung, unangenehme
Mitarbeiterfeedbacks ...



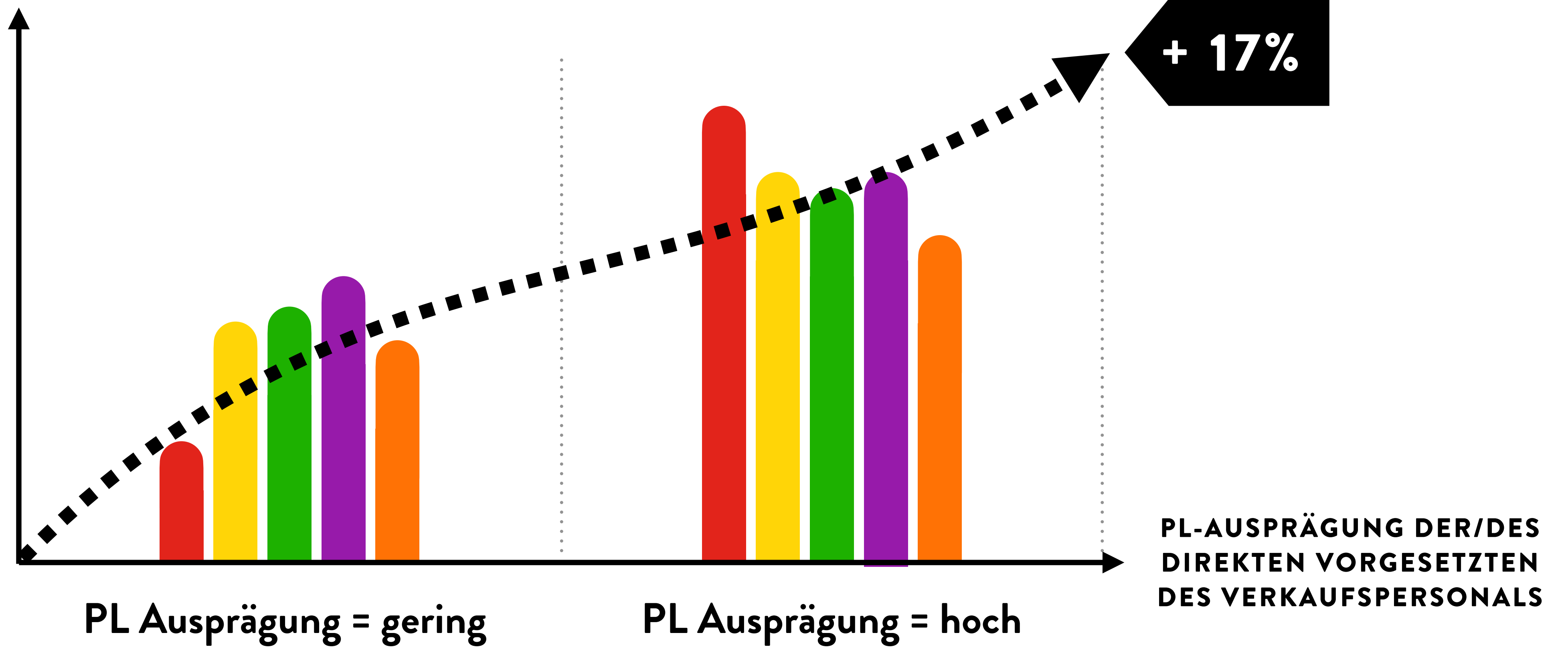


... **Ignorieren von Schwächen der Mitarbeiter.** Auch: **Trennung** von einem Mitarbeiter, der andere Stärken hat, als ich brauche.



EINKAUFSMENGE

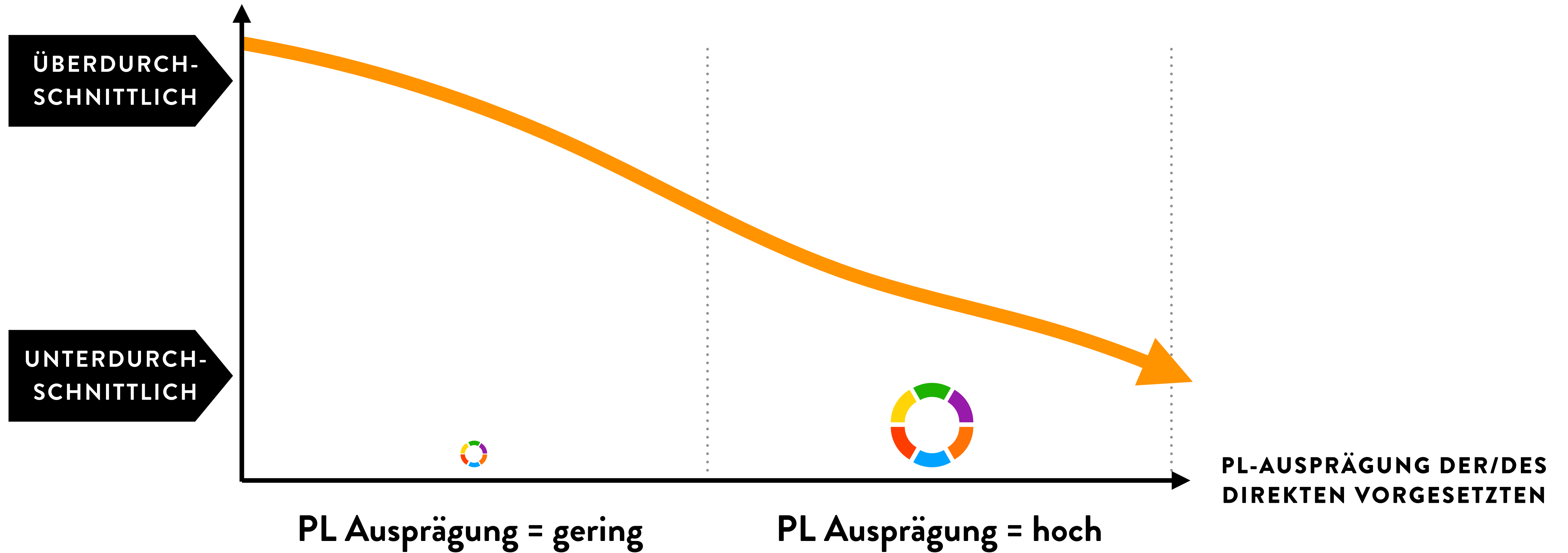
EINKAUFSMENGE PRO
KUNDIN / KUNDE



KRANKENFEHLTAGE



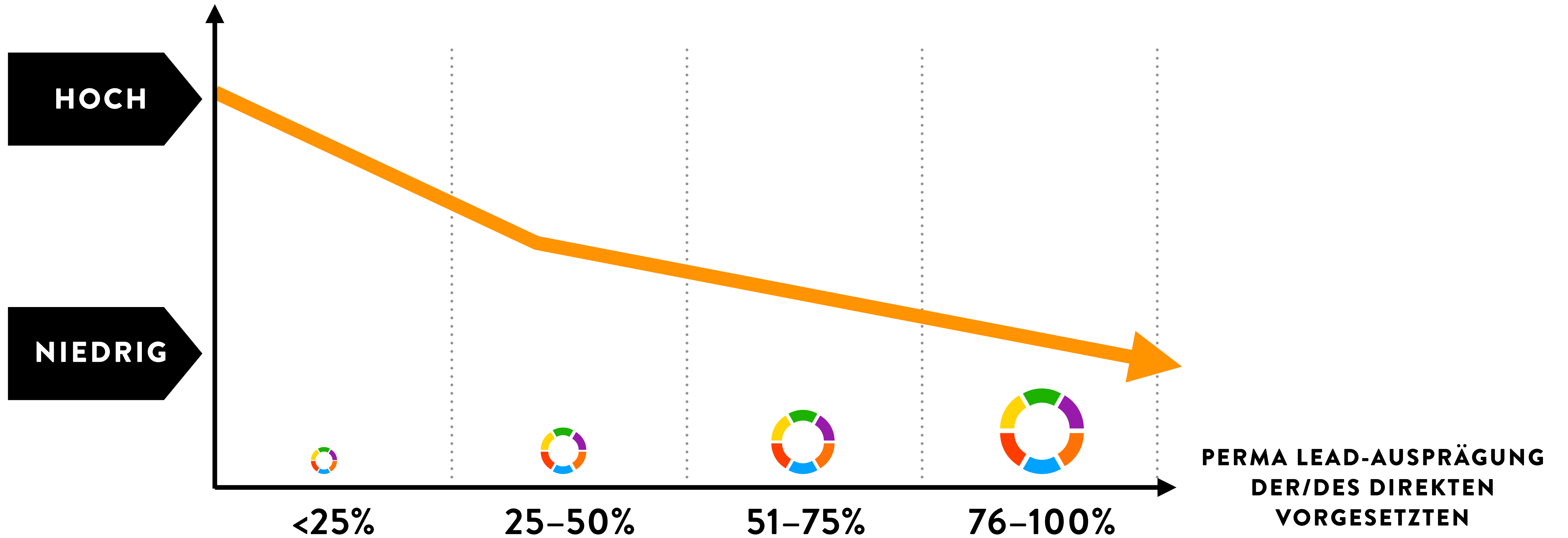
KRANKENFEHLTAGE
DER MITARBEITER





BURNOUTRISIKO IM GESUNDHEITSWESEN

**BURNOUT-GEFÄHRDUNG
DER MITARBEITER**

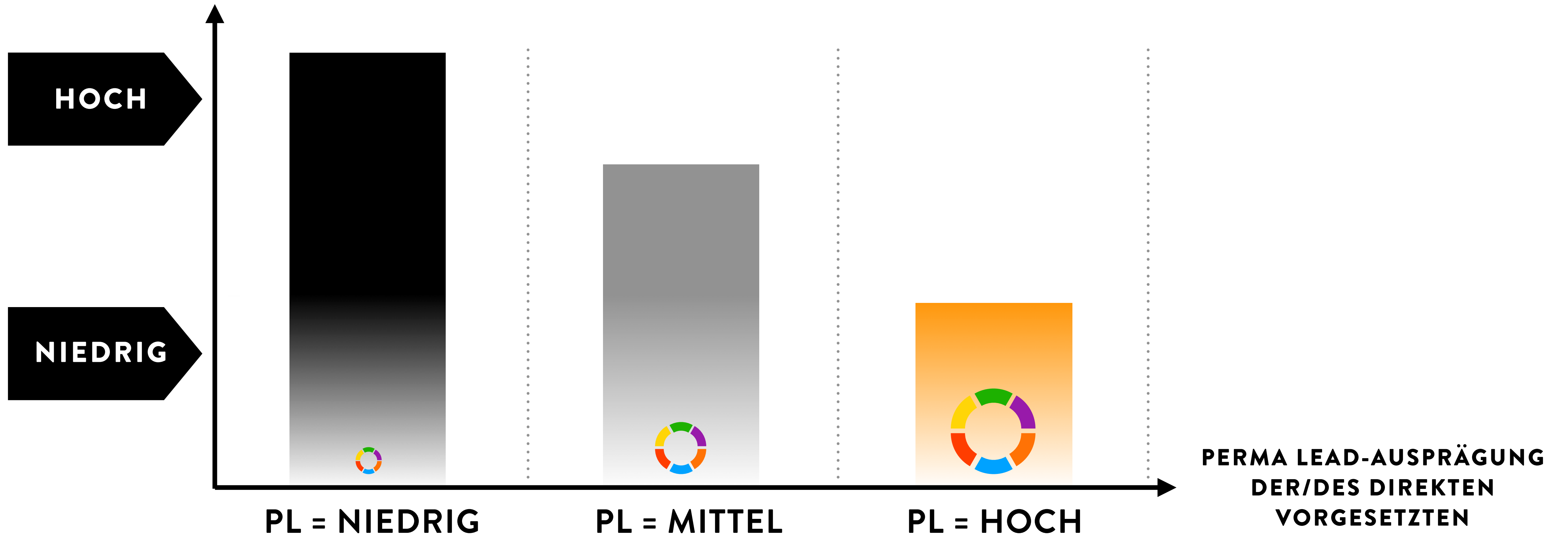




BURNOUTRISIKO

BRANCHENMIX

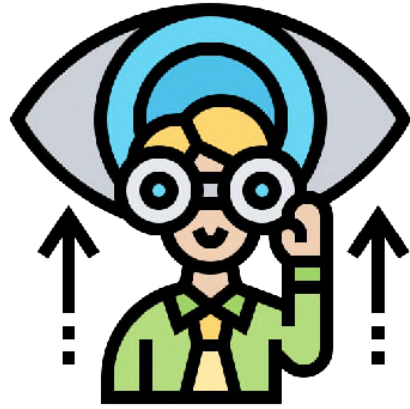
BURNOUT-GEFÄHRDUNG
DER MITARBEITER



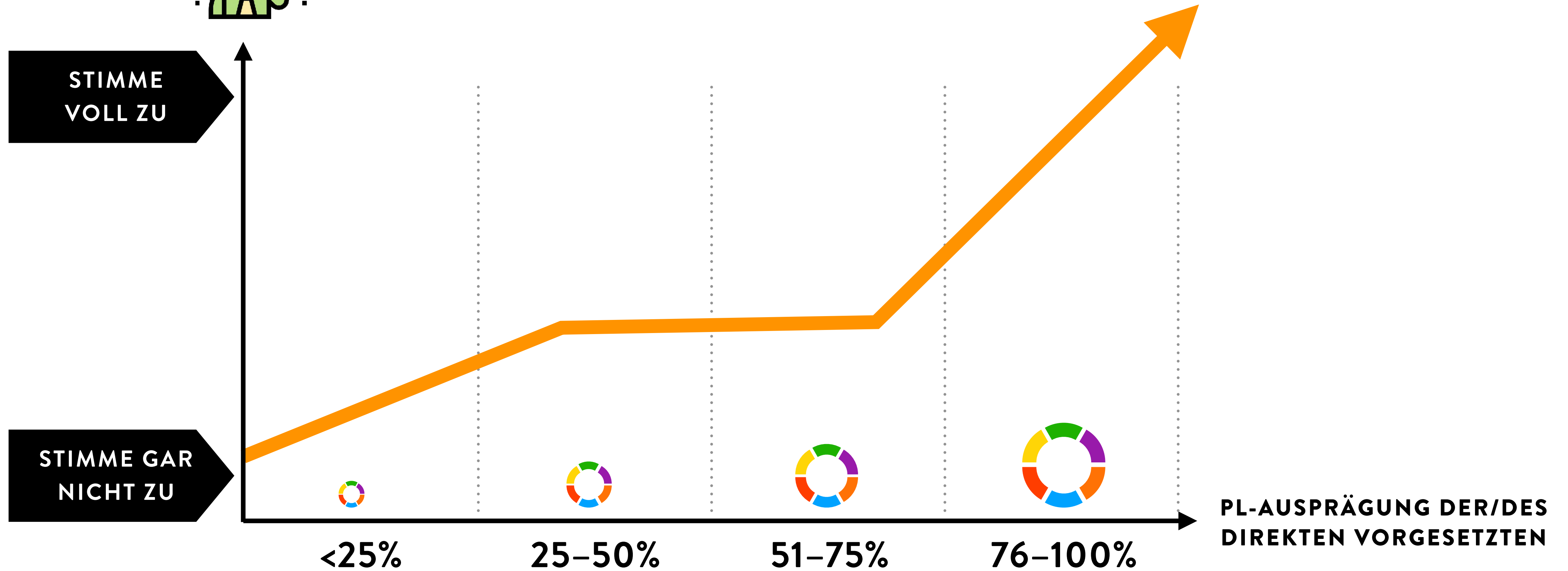


„Ich mache mir kein Kopfzerbrechen über **Veränderungen** in meinem Unternehmen, da ich glaube, dass es immer einen Weg gibt, um diese zu bewältigen“

„Ich mache mir kein Kopfzerbrechen über **Veränderungen** in meinem Unternehmen, da ich glaube, dass es immer einen Weg gibt, um diese zu bewältigen“



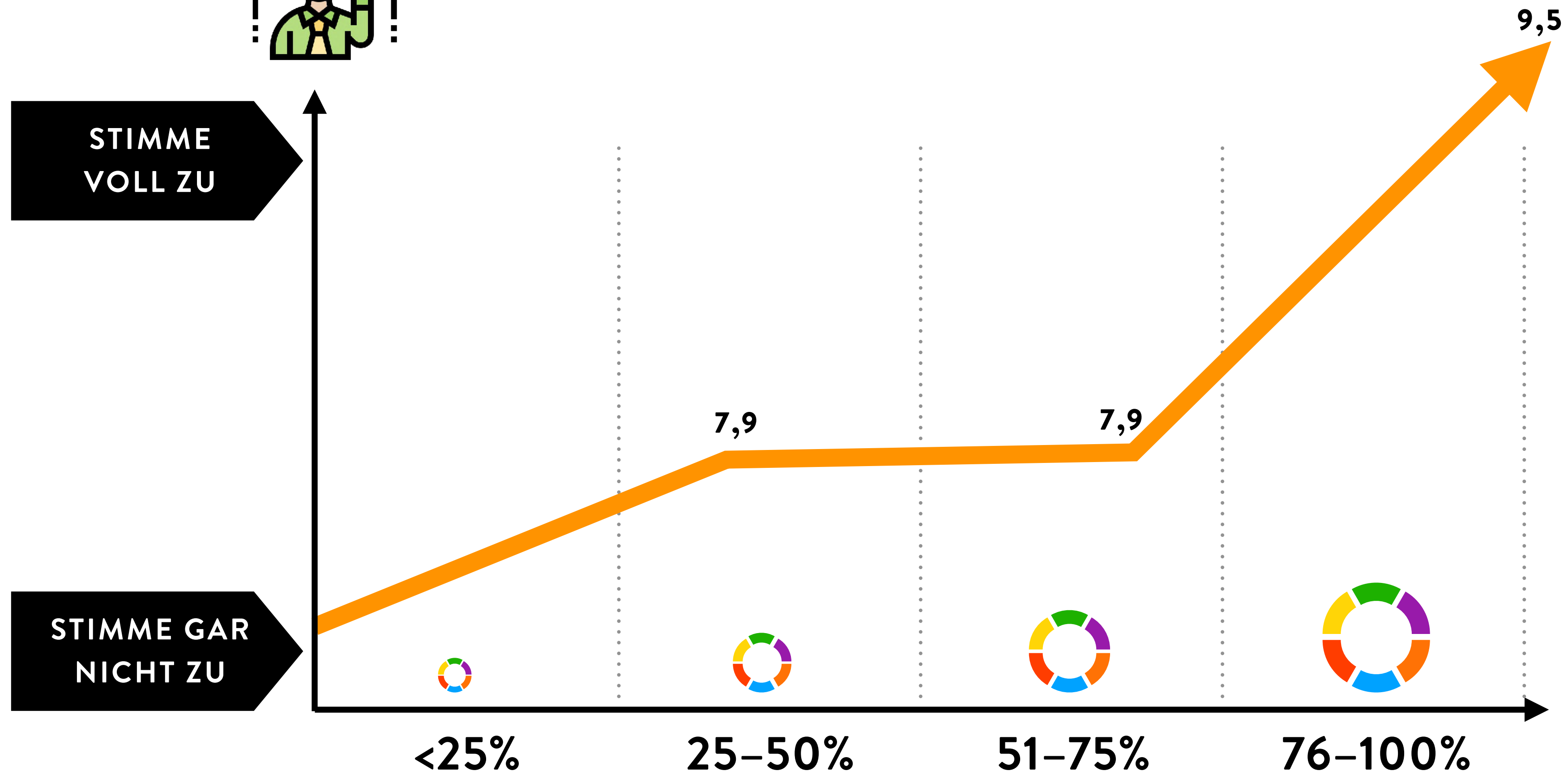
ZUVERSICHT



„Ich mache mir kein Kopfzerbrechen über **Veränderungen** in meinem Unternehmen, da ich glaube, dass es immer einen Weg gibt, um diese zu bewältigen“



ZUVERSICHT





„Ich kann mich über
Erfolge im Job
nachhaltig freuen.“

STUDIE

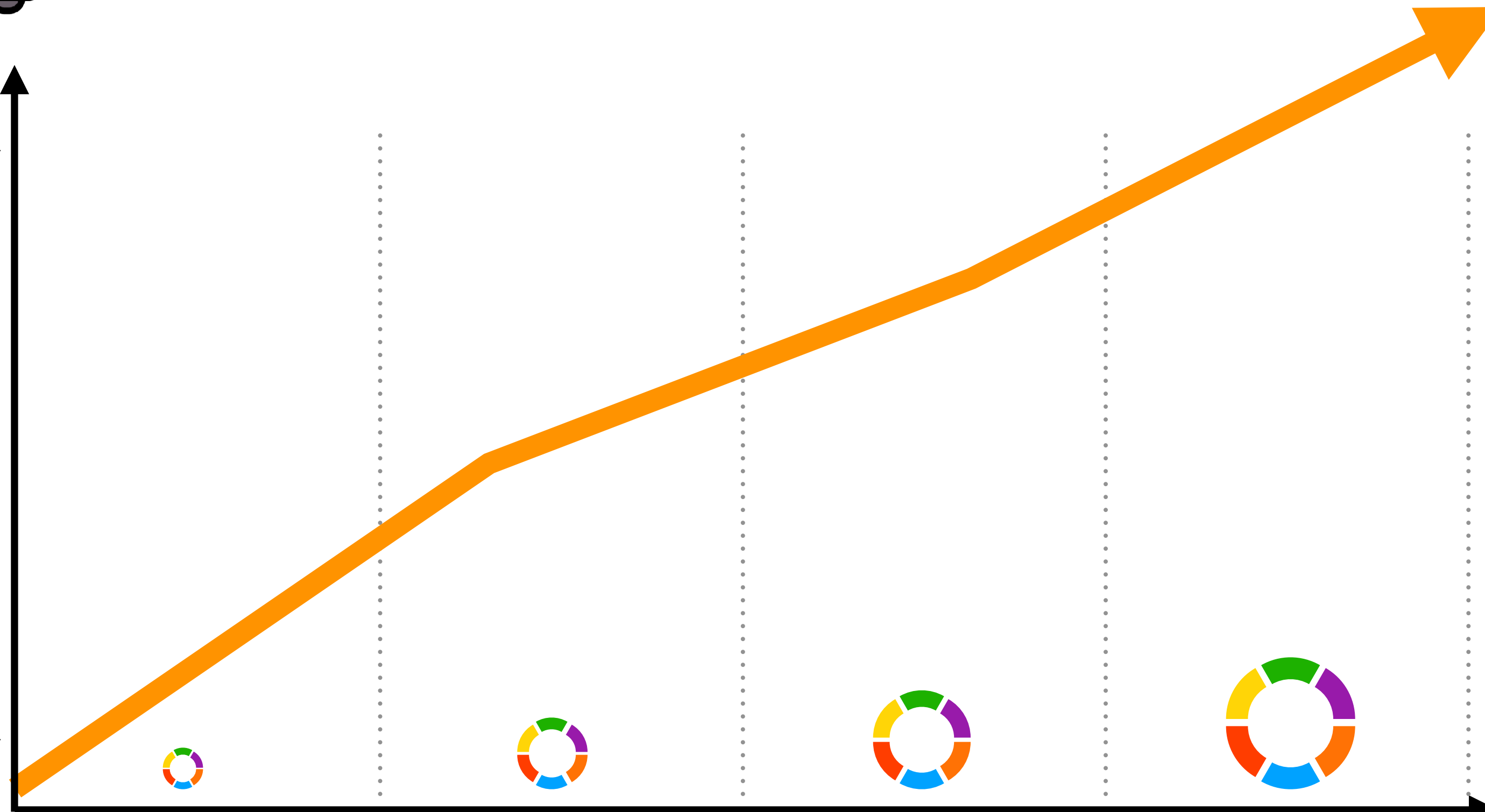
„Ich kann mich über Erfolge im Job nachhaltig freuen.“

FREUDE



STIMME VOLL ZU

STIMME GAR NICHT ZU



<25%

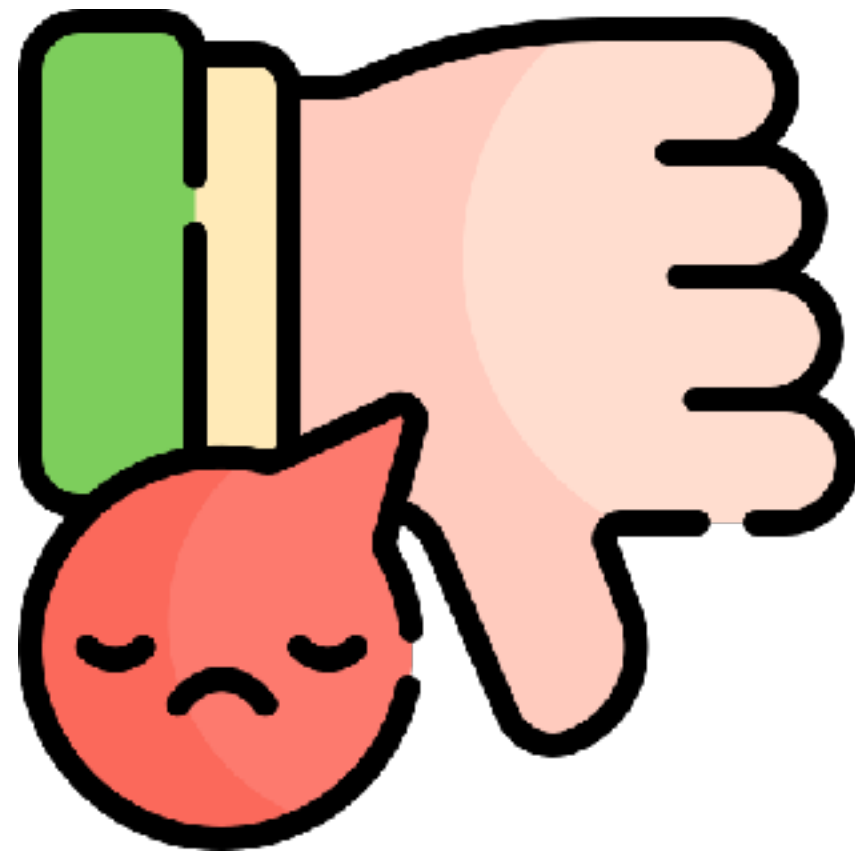
25-50%

51-75%

76-100%

PERMA LEAD-AUSPRÄGUNG DER/DES DIREKTEN VORGESETZTEN

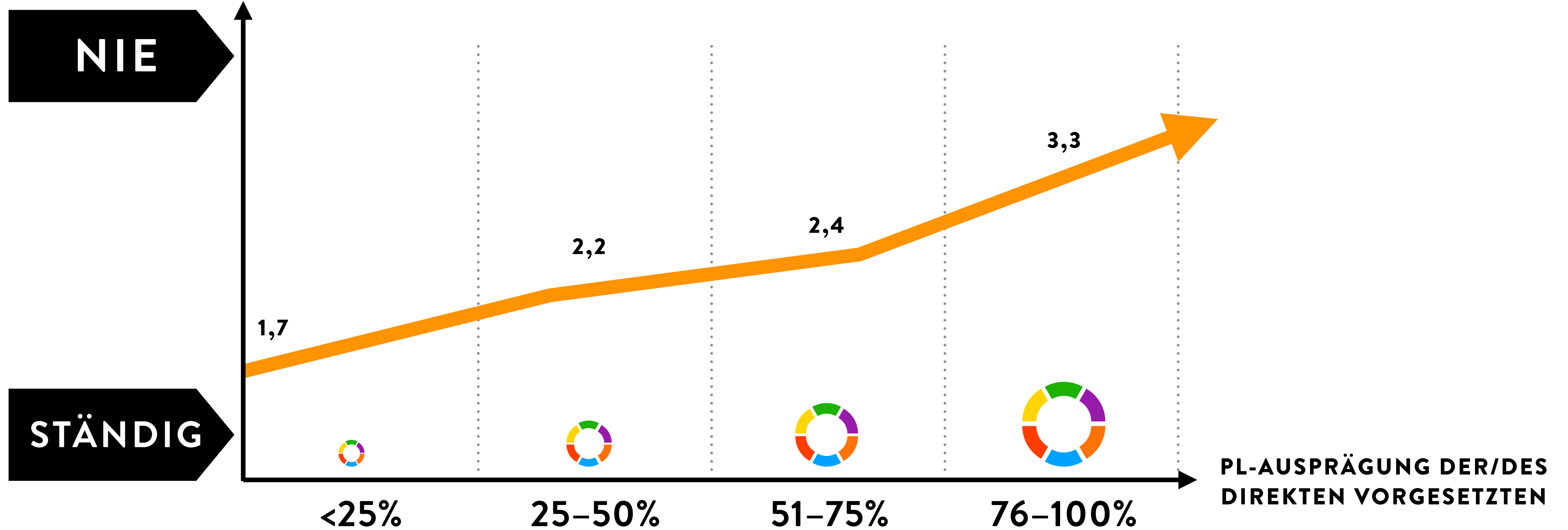
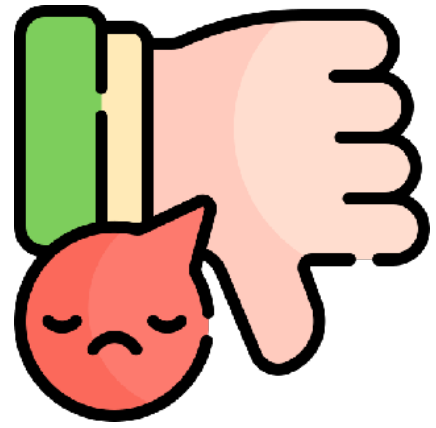
Quelle: Longinus A. & Ebner, M. [Blog 20, LinkedIn, 2022]: Studie Sozial- und Gesundheitswesen in Coronazeiten: Wie der Führungsstil die Burnout-Gefährdung beeinflusst.



„Wie häufig haben Sie innerhalb der letzten 9 Monate überlegt, Ihren Job zu verlassen?“

FLUKTUATION

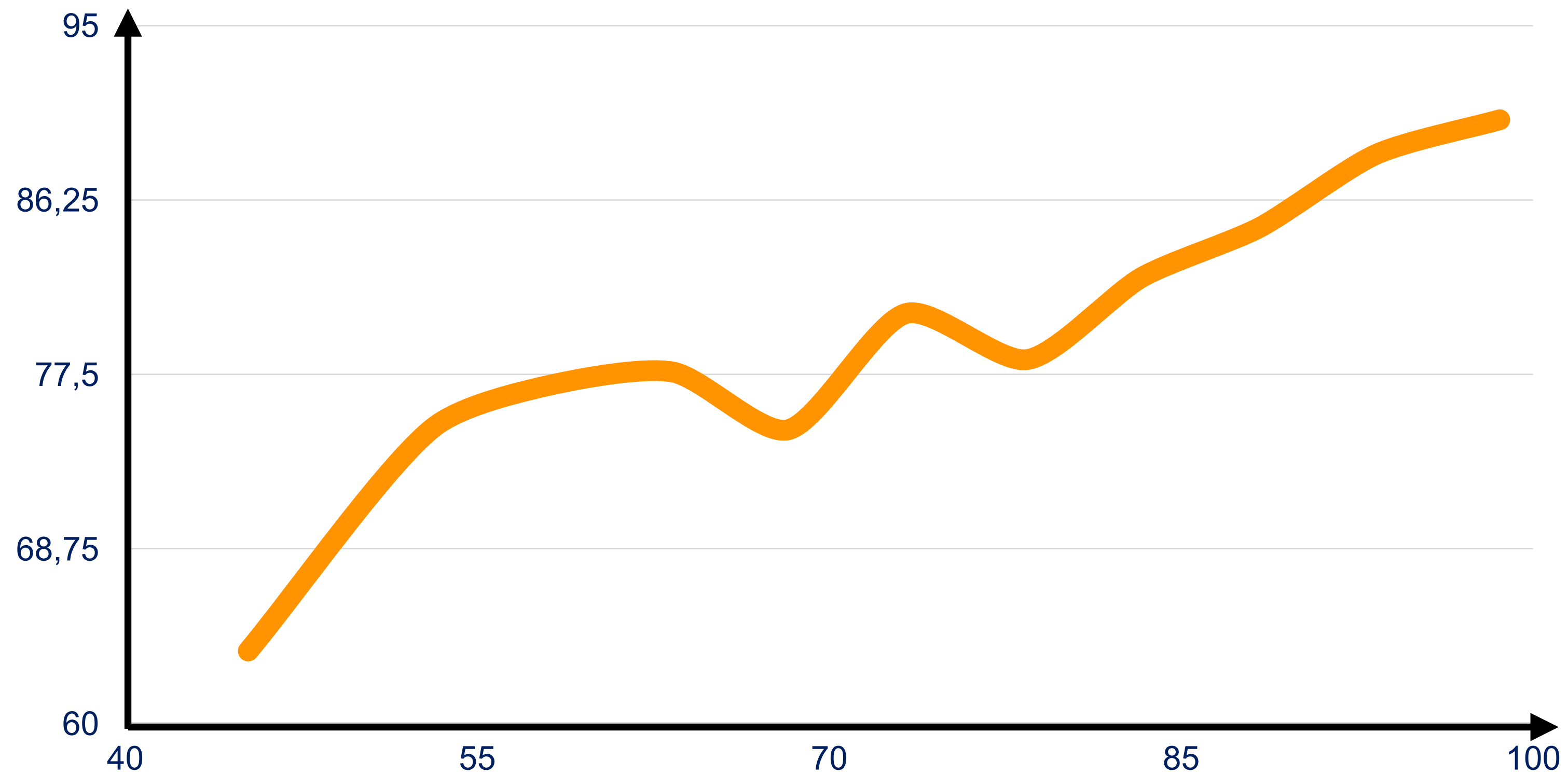
„Wie häufig haben Sie innerhalb der letzten 9 Monate überlegt, Ihren Job zu verlassen?“



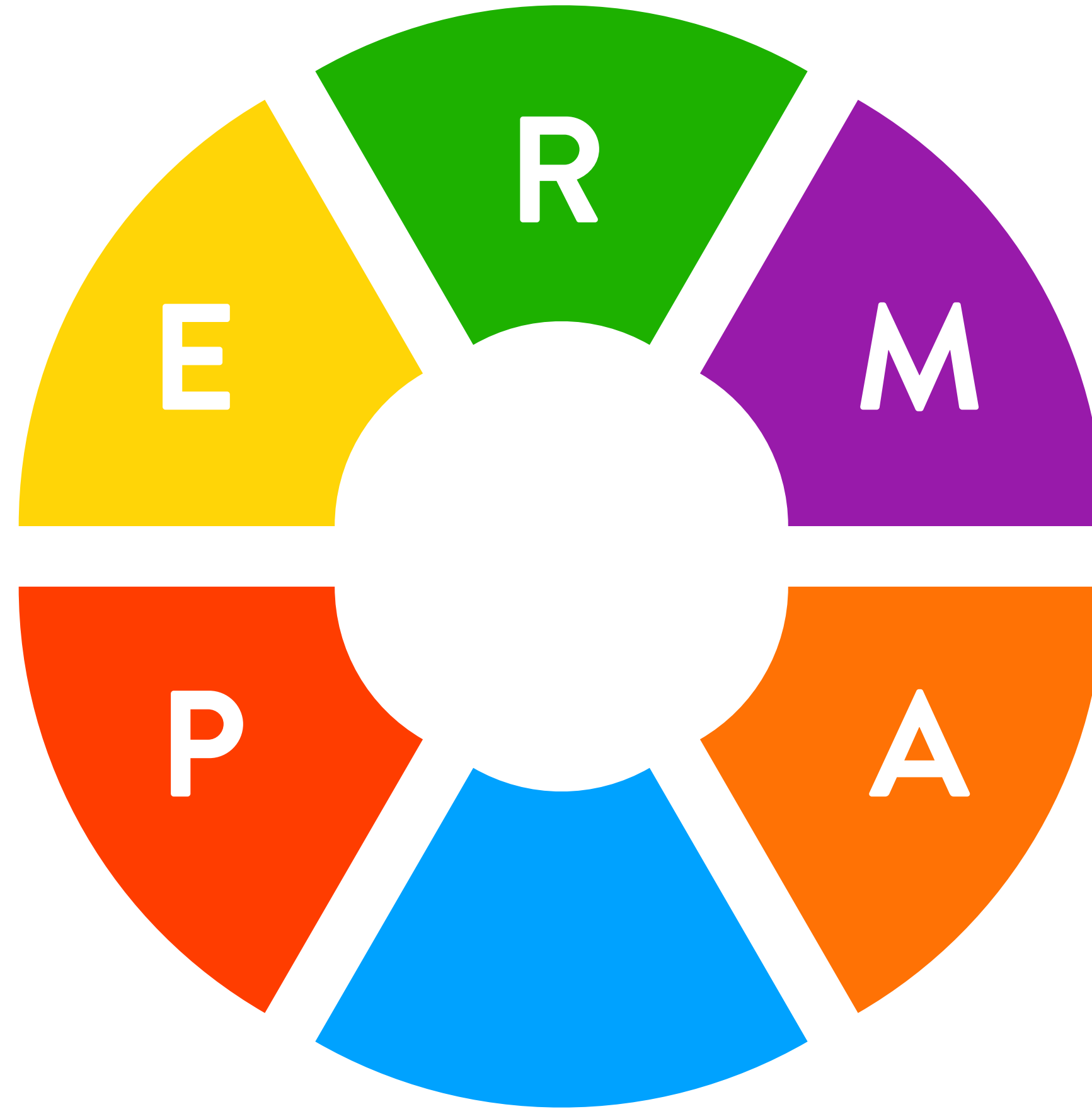


PERMA LEAD-AUSPRÄGUNG DER/DES DIREKTEN VORGESETZTEN

KREATIVITÄT



**KREATIVITÄT BEI
LÖSUNGSFINDUNGEN**





POSITIVE EMOTIONS



PositivityRatio,
Dr. Barbara Fredrickson



3 : 1

positive Äußerungen

- Unterstützung
- Wertschätzung
- Lob

kritische Äußerungen

- Korrektur
- Kritik
- Fehler benennen



PositivityRatio,
John Gottman



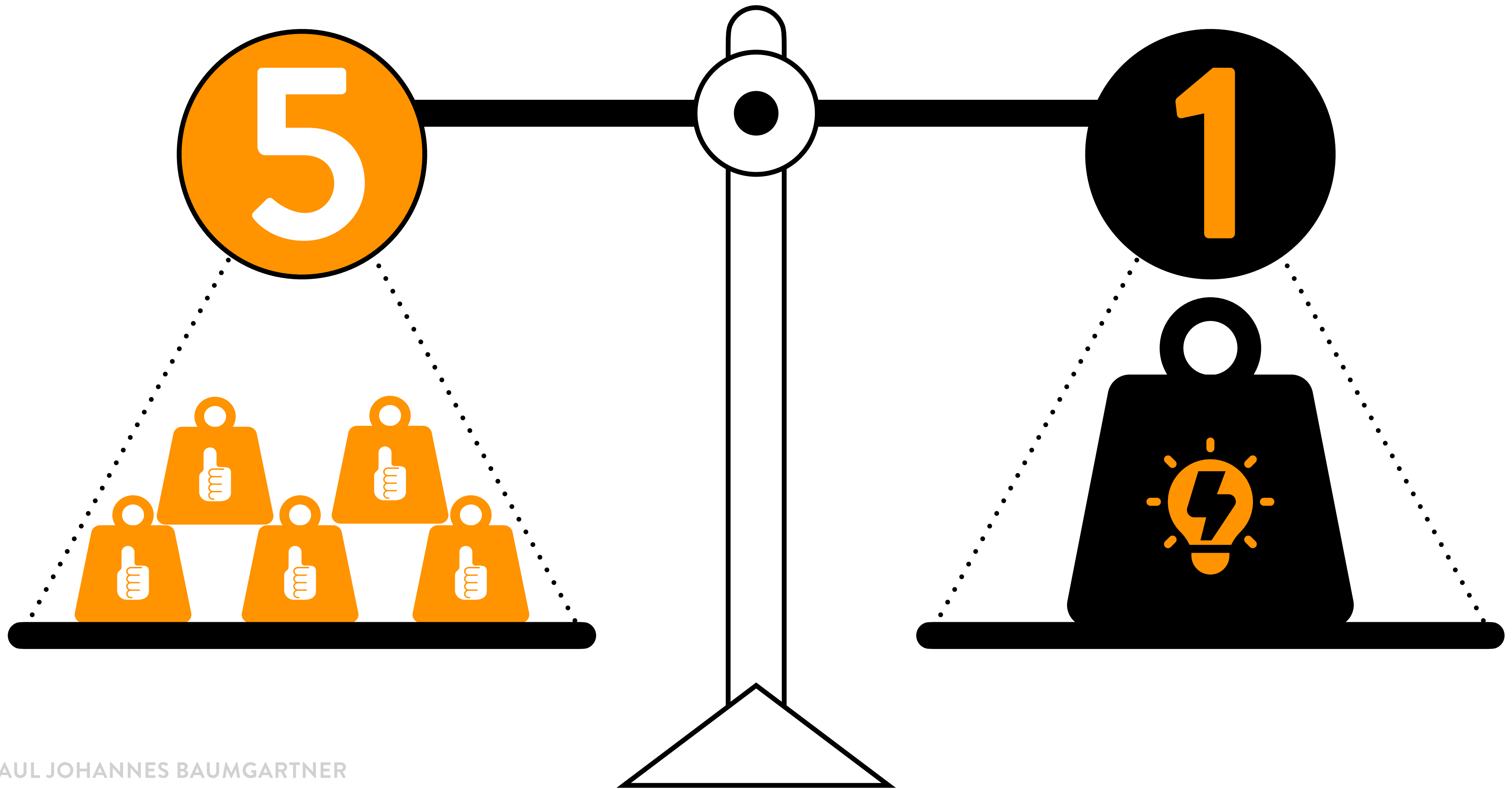
5 : 1

positive Äußerungen

- Unterstützung
- Wertschätzung
- Lob

kritische Äußerungen

- Korrektur
- Kritik
- Fehler benennen





IWF Prognose

Viele Risiken für die Weltwirtschaft

IWF-Prognose

Viele Risiken für die Weltwirtschaft

1

Der Internationale Währungsfonds erwartet eine leichte Erholung beim globalen Wachstum. Doch die Inflation könnte die Finanzmärkte in neue Schwierigkeiten bringen.

2

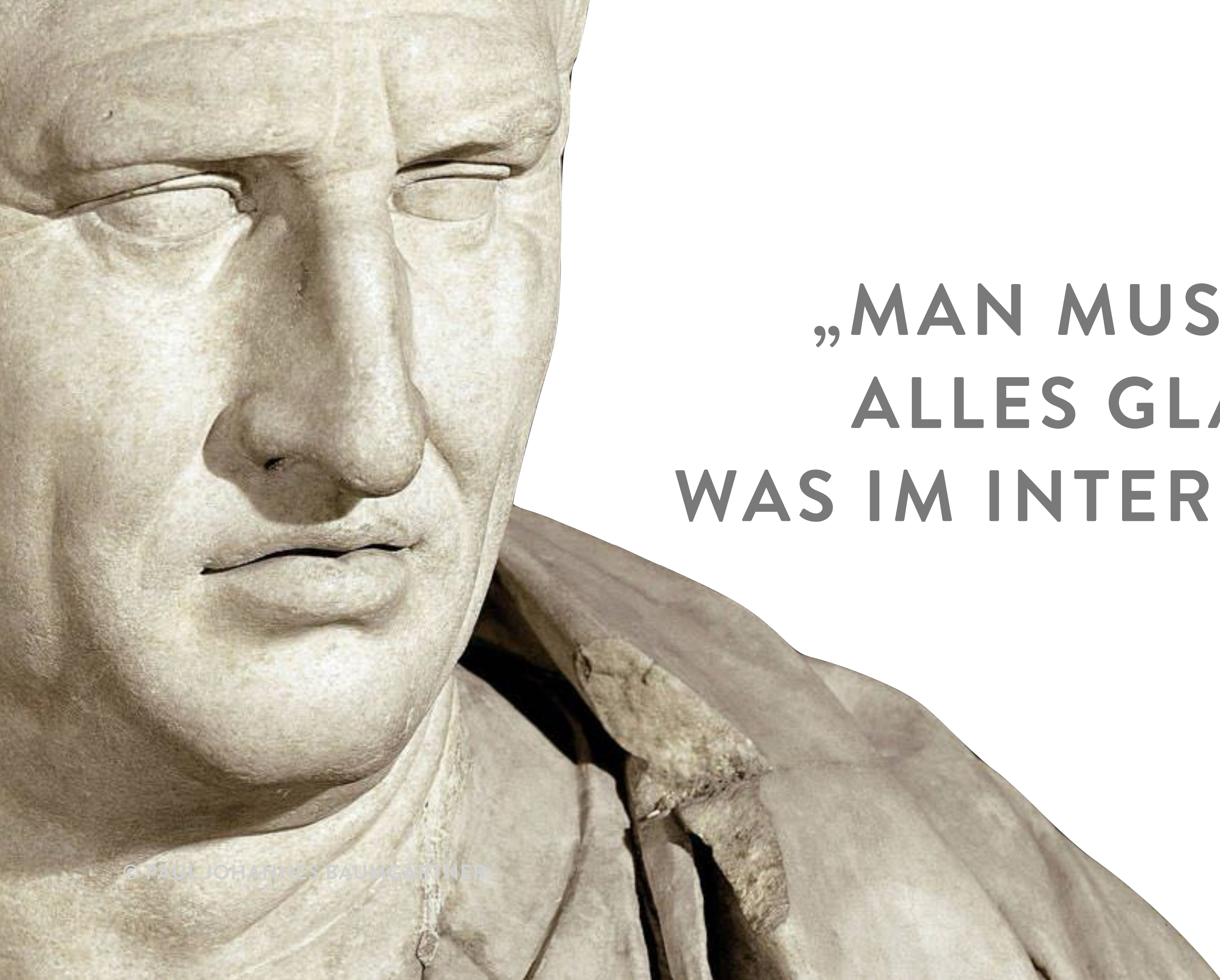
VON CLAUD HULVERSCHEIDT

Berlin – Land in Sicht – aber auch jede Menge gefährlicher Klippen, die noch umschifft werden müssen: So lässt sich der jüngste Weltwirtschaftsausblick des Internationalen Währungsfonds (IWF) zusammenfassen, der am Dienstag in Washington vorgestellt wurde. Demnach wird sich die leichte konjunkturelle Erholung der vergangenen Wochen und Monate zwar mutmaßlich fortsetzen. Auf das ge-

3

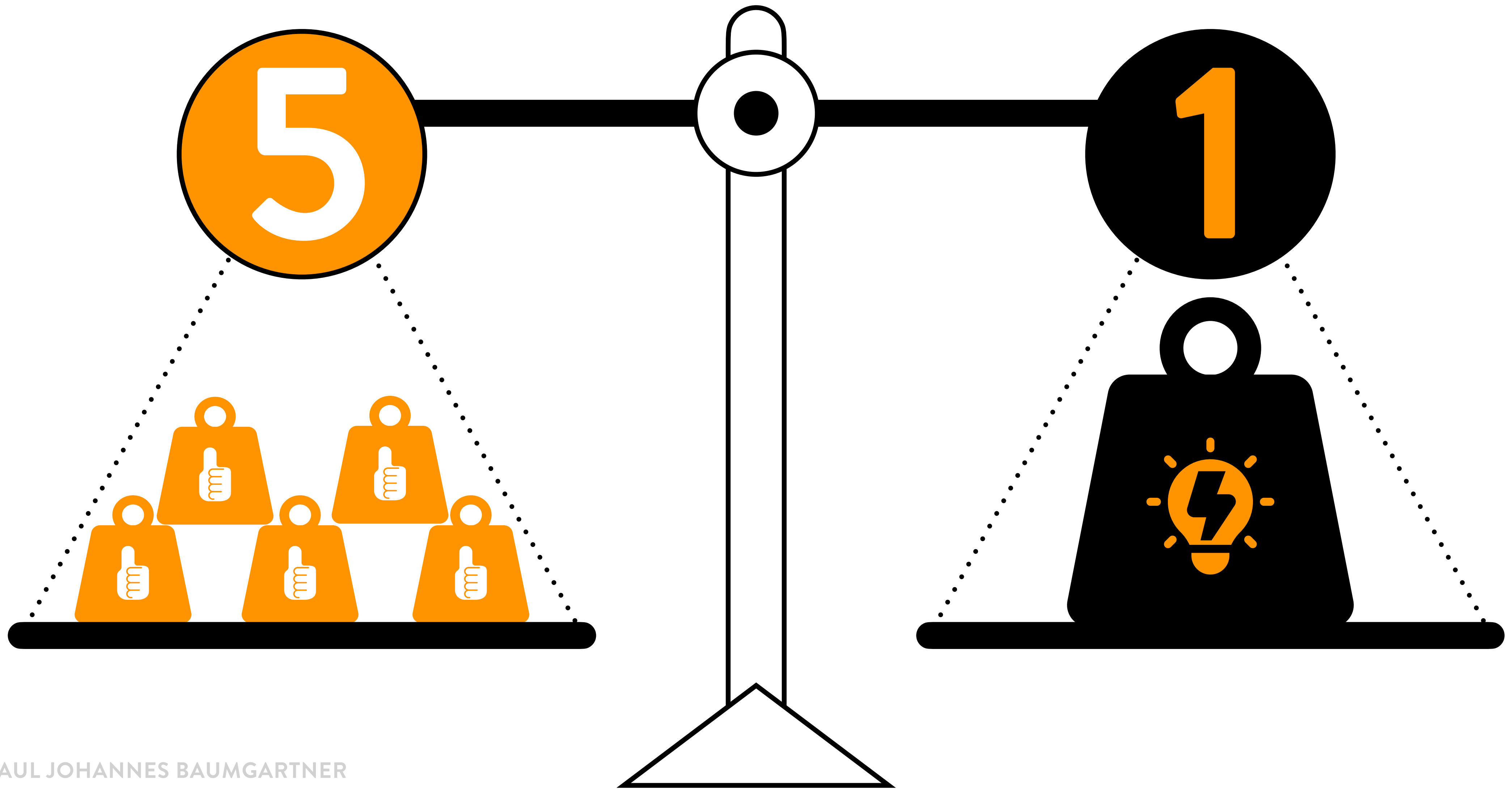
„Wir müssen endlich verstehen, dass „Die Medien“ nicht dazu da sind, uns die Wirklichkeit zu zeigen, sondern uns zu Klicks zu verführen, damit die Werbung weitergeht, was besonders gut mit Angst, Übertreibung, Hysterie und zynischer Negativität funktioniert.“





**„MAN MUSS NICHT
ALLES GLAUBEN,
WAS IM INTERNET STEHT.“**

(CICERO)





PRAISE



Google Play

KUDDOS

3 GOOD THINGS

1

Welche drei
Situationen
waren heute
schön?



2

Was hast Du konkret
dazu beigetragen,
dass Du das als
schön empfinden
durftest?

1

Welche drei
Situationen sind
letzte Woche im
Unternehmen
richtig gut
gelaufen?

G 😊 😊 😊 D

2

Was hast Du konkret
dazu beigetragen,
dass diese drei Dinge
im Unternehmen
so gut gelaufen sind?





ENGAGEMENT



**„MENSCHEN KÖNNEN SICH
IN ALLEM ENTWICKELN,
WENN SIE NUR WOLLEN!“**

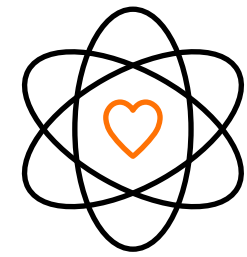
GALLUP, LEADERSHIP 2011 - WORLDWIDE

**„DER GRÖSSTE RAUM FÜR DIE
LEISTUNGSSTEIGERUNG EINES
JEDEN MENSCHEN LIEGT
IN SEINEN/IHREN
GRÖSSTEN SCHWÄCHEN.“**



RELATIONSHIPS

CHECK-IN

1 

Wie fühlst Du
Dich gerade?

2 

Was ist der
Grund dafür?



MEANING



ACCOMPLISHMENT





**JETZT
BESTELLBAR BEI
AMAZON!**



Audio Book





02 Vortrag | Seminar | Coaching Kundenbindung

VOM KUNDEN ZUM FAN!

Jetzt alle Seminar-Termine und Infos [hier](#).



**NUR EIN BEGEISTERTER
KUNDE IST EIN GUTER KUNDE**





Begeisterung - Triebfeder für Höchstleistungen

Begeisterung ist kein nettes Gimmick, Begeisterung ist ein Wirtschaftsfaktor.

Ohne Begeisterung wäre nie Großes zustande gebracht worden. Das gilt für Menschen in Unternehmen genauso wie für die großen Errungenschaften der Menschheitsgeschichte:

- moderne Medizin (Robert Koch)
- Luftfahrt (Gebrüder Wright)
- Wikipedia (Jimmy Wales)...



Kundenzufriedenheit war gestern. Kundenbegeisterung ist die Zukunft!

Das Thema „Kundenzufriedenheit“ entstand in den 1970er Jahren.

Können wir Herausforderungen der Neuzeit
mit Mitteln aus der Steinzeit begegnen?

„Kundenzufriedenheit sagt nichts über die Treue eines Kunden aus“.

(Loyalitätsforschung, Joost van Treeck).



Der Unterschied zwischen Kunden und begeisterten Fans

- ✓ Kunden muss man locken – Fans kommen von alleine.
- ✓ Kunden geben ihr Geld – Fans geben ihr Herz.
- ✓ Kunden sind Kritiker – Fans sind Werbeträger.
- ✓ Kunden reklamieren – Fans verzeihen.



DIE VIER BEGEISTERUNGSTYPEN

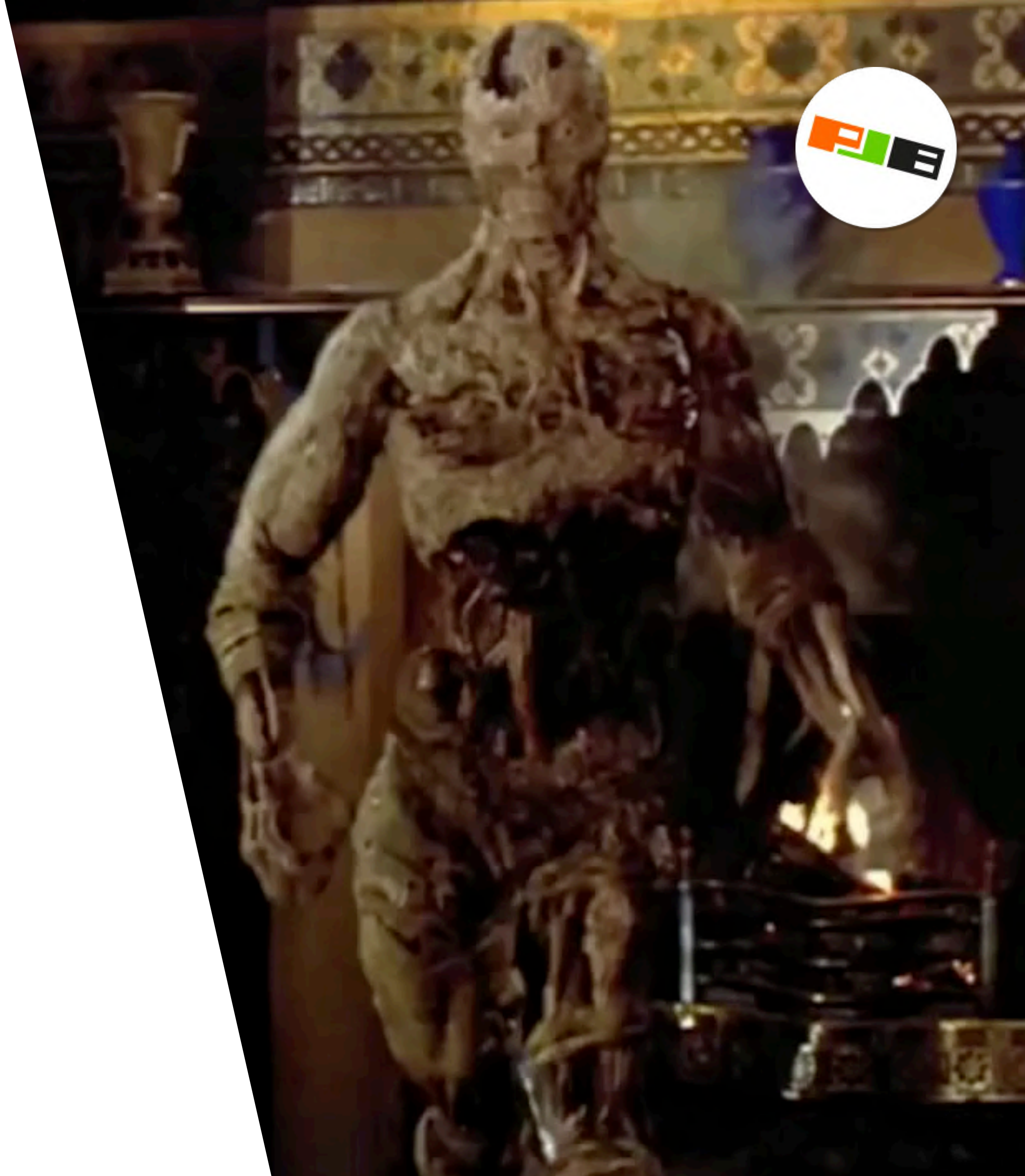


DIE 4 BEGEISTERUNGSTYPEN



MUMIE

ENERGIE





01. DIE MUMIE



Hat mit der Firma abgeschlossen. Sie ist müde, frustriert, phlegmatisch, lethargisch, hat mit dem Unternehmen abgeschlossen und ist wenig an den Zielen des Unternehmens interessiert. Innere Emigration.

„Montagsmorgen, 08:02 Uhr - die Woche zieht sich“.

 **PJB Tipp: Auswickeln und schauen, ob noch Leben drin ist!**



DIE 4 BEGEISTERUNGSTYPEN

BRAND-STIFTER

ENERGIE





02. DER BRANDSTIFTER



Hat viel Energie – leider, denn diese Energie ist durchweg negativ und richtet sich gegen das eigene Unternehmen. Er ist frustriert, aggressiv, ein zerstörendes und zersetzendes Element. Sabotage, Kampf, Destruktion – darum geht's ihm. Und er steckt damit seine Kolleginnen und Kollegen an. Fatal: Er ist in der Regel gut vernetzt.

 **PJB Tipp:** Fragen, was ihn/sie zum Brandstifter gemacht hat und eventuell die geballte negative Energie umlenken auf die gute Seite der Macht (Leadership).

DIE 4 BEGEISTERUNGSTYPEN



BLÜMCHEN

ENERGIE





03. DAS BLÜMCHEN



Findet alles gut soweit, ist happy mit dem Status Quo, immer freundlich. Blümchen bewahren lieber, als dass sie gestalten. Nicht zu eigeninitiativ, aber das Blümchen versprüht eine „angenehme Energie“ (Bruch/Vogel).

Blümchen sind Kümmerer. Die Basis eines jeden gesunden Unternehmens.

Blümchen backen auch gerne mal einen Kuchen, wenn´s der Stimmung zuträglich ist.

 **PJB Tipp: Hegen, pflegen, gießen!**

DIE 4 BEGEISTERUNGSTYPEN

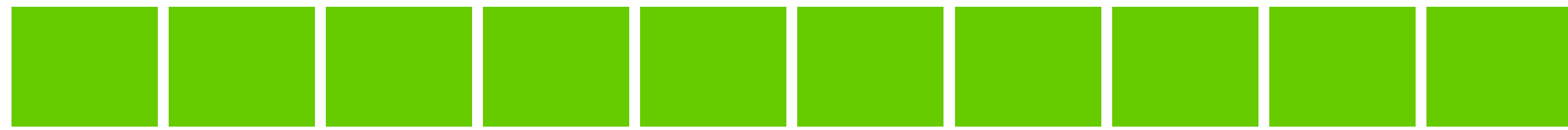
RAKETE

ENERGIE





04. DIE RAKETE (Zur Erinnerung: Das sind Sie!)



„Endlich Montag“! Die Rakete steckt alle mit ihrer positiven Energie an.

Sie ist hochengagiert, zeigt hohe Aktivität, hat ein hohes Commitment mit dem Unternehmen. Sie ist leidenschaftlich, mitreissend, phantasievoll, energetisch, frisch und voller Power. Sie nervt auch manchmal, aber die Rakete weiß: Am Effektivsten ist eine gelebte Überzeugung.

 **PJB Tipp:** Akzeptieren, dass da jemand ist, der etwas bewegen möchte.

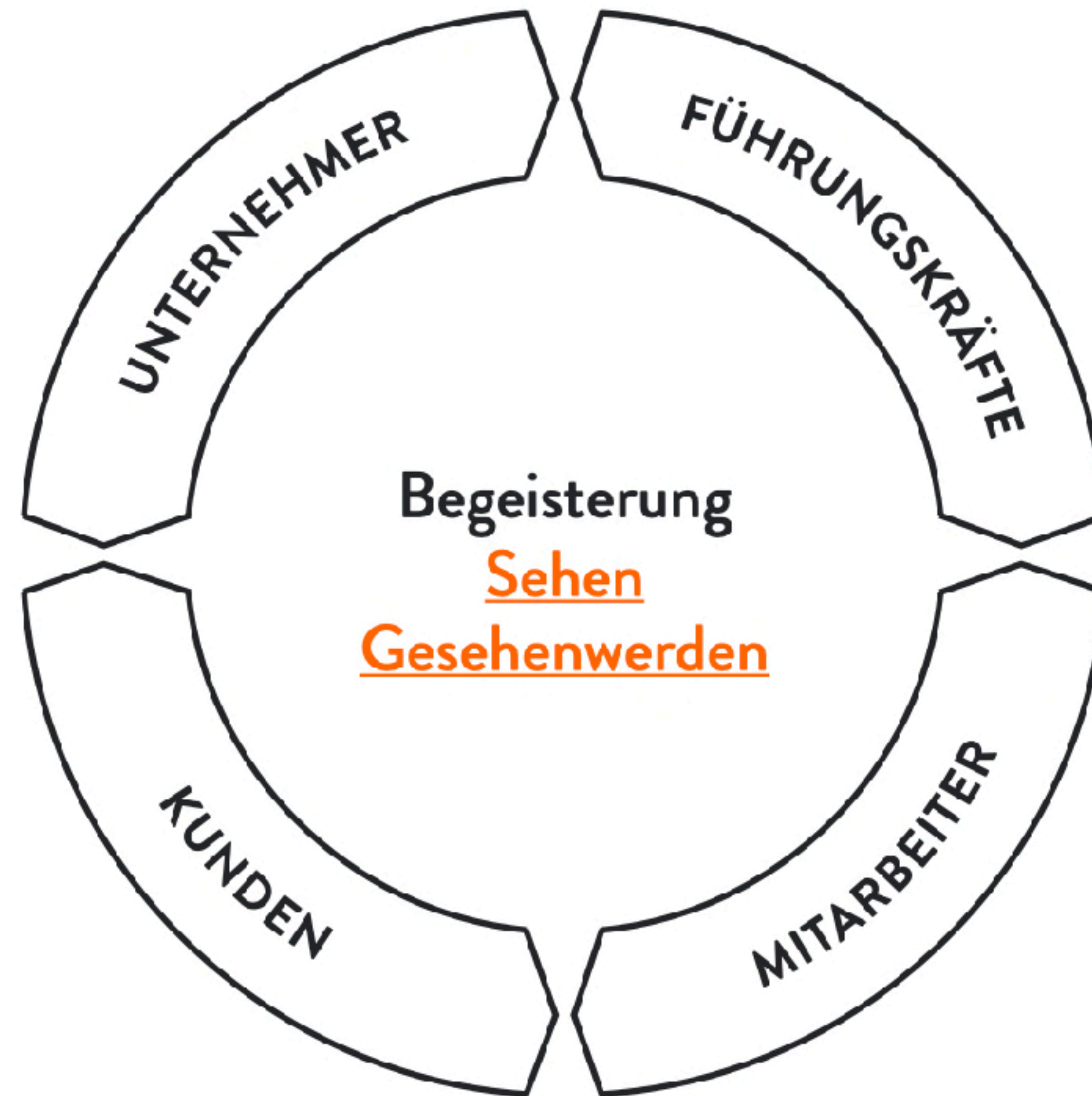


KREISLAUF DER BEGEISTERUNG





Der Kreislauf der Begeisterung





Begeisterung - keine freiwillige Zusatzleistung

Der Kreislauf der Begeisterung: Begeisterte Unternehmer -> begeistern ihre Führungskräfte -> diese begeistern ihre Mitarbeiter -> und diese wiederum begeistern ihre Kunden.

An allen Verbindungspunkten in diesem Kreislauf der Begeisterung geht es nur um eines: Sehen und Gesehenwerden.

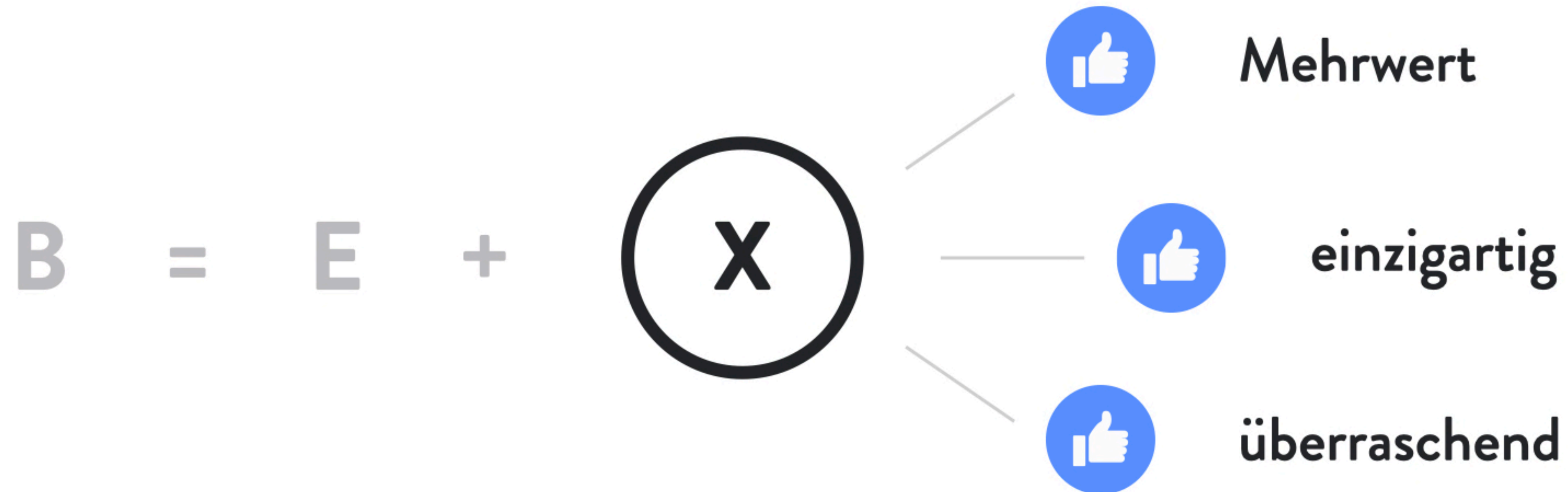


DIE UNIVERSELLE BEGEISTERUNGSFORMEL

$$\textcircled{\text{B}} = \text{E} + \text{X}$$



Die universelle Begeisterungsformel





Begeisterung ist ein strategisches Spiel mit der Erwartungshaltung: $B=E+X$

Erwartungen lenken die Realität. Für Sie, Ihre Kunden und Ihre Mitarbeiter gibt es insgesamt drei erlebte Realitäten, die Auswirkung auf die langfristige Beziehung haben:

1. Bleibt etwas unter der Erwartungshaltung, so heisst die Realität Enttäuschung.
2. Erfüllen Sie die Erwartungshaltung, erzeugen Sie Zufriedenheit.
3. Übertreffen Sie die Erwartungshaltung Ihrer Kunden, ernten Sie Begeisterung.

**Der Becher
für alle
Raketen!**



ENDLICH
MONTAG!



pauljohannesbaumgartner.de

**Bestellbar
ab 10 Stück.**

9,90 EUR netto / St.



Paul Johannes
Baumgartner

Vorwort von
Prof. Dr. Dr. h. c.
Hermann Simon

DAS GEHEIMNIS DER
BEGEISTERUNG

Mehr Leidenschaft.
Mehr Umsatz.
Mehr Erfolg.

GABAL

GABAL

Kunden,
Mitarbeiter,
sich selbst
begeistern.

**Bestellbar
ab 5 Stück.**

24,90 EUR (die meisten geben 25,00)



Vortrag | Seminar Stimmtraining

_03 VOICE SELLS

DIE MACHT DER STIMME

Jetzt alle Seminar-Termine und Infos [hier](#).



**BEGEISTERUNG MUSS
NACH BEGEISTERUNG
KLINGEN**





Wie klingt Begeisterung? Begeisterungsfaktor „Menschliche Stimme“

Ein 2 Millionen Euro teurer Bugatti, der wie ein Trabbi hustet? Lustig, aber nicht unbedingt verkaufsfördernd.

Sounddesign ist nicht nur in der Automobilbranche ein wichtiger Absatzbeschleuniger.

Wie klingen Sie, wenn Sie beraten, verkaufen oder präsentieren? Die schärfste Waffe eines Menschen ist seine Stimme. Stimme erzeugt Stimmung.



Vortrag | Seminar | Coaching Presentation Skills

_04 BEGEISTERN PRÄSENTIEREN

Jetzt alle Seminar-Termine und Infos [hier](#).



**OHNE EMOTIONEN
KEINE OVATIONEN.**





Zwischen Lachen und Weinen - der tiefe Ozean der Langeweile.

Die Reputation eines Unternehmens hängt immer vom schwächsten Glied ab.

Neun Sympathieträger und ein Kotzbrocken – Ihre Kunden werden sich immer an den Kotzbrocken erinnern.

Es ist neurologisch erwiesen, dass Entscheidungen über Gefühle gesteuert werden.

Nur was und wer positiv emotionalisiert, wird nachhaltig positiv wahrgenommen und weiterempfohlen.



Der größte Begeisterungsfaktor? Natürlich Sie!

Der größte Begeisterungsfaktor ist nicht das Produkt. Und auch nicht die Dienstleistung. Und erst recht nicht ein großer Firmenname.

Die größte Motivationsdroge für einen Menschen ist der Mensch.

Produkte, Dienstleistungen und Services sind vergleichbar und meist austauschbar – Persönlichkeiten nicht.



Humor - eine treibende Kraft hinter vielen Erfolgen.

Dass Humor beim Menschen etwas zum Positiven bewegt – diesen Beweis liefert seit Jahren bereits eindrucksvoll die Stiftung Humor hilft heilen. Oder um mit Stiftungsgründer Eckart von Hirschhausen zu sprechen: „Gesunde können sich krank lachen – und Kranke gesund“.

- Wer nicht lachen kann, sollte kein Geschäft eröffnen.
- Wer nicht lachen kann, sollte nicht in den Vertrieb gehen.



**FRAGEN SIE NICHT
„WO STEHEN SIE?“**





Fragen Sie nicht „Wo stehen Sie?“!

Ein Problem war noch nie ein Begeisterungsfaktor – erst recht nicht für den, der es hat.

Frage: Betreiben Sie Problemhypnose oder positionieren Sie sich als gewinnbringender Lösungsanbieter? Sehen Sie sich als zentraler Bestandteil der Lösung oder des Problems?

- Fragen Sie Ihre KUNDEN statt „Wo stehen Sie?“ lieber „Wo wollen Sie hin?“
- Fragen Sie Ihre MITARBEITER „Wo wollen Sie hin?“
- Fragen Sie SICH SELBST „Wo will ich hin?“



Werden wir uns wiedersehen? Call a Paul!

Begeisternde Vorträge
Seminare | Private Coachings

www.pauljohannesbaumgartner.de

© PAUL JOHANNES BAUMGARTNER

