



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_1/15

Leitlinien der BC GmbH

Beschlossen auf der Betriebsbesprechung am 16.8.1994

Ergänzt auf der Mitarbeiterbesprechung vom 29.05.2000

Die folgenden Leitlinien für die innerbetriebliche Zusammenarbeit sind eine Vereinbarung aller Mitarbeiter der BC GmbH. Sie können keine Korsettstange für das Verhalten eines jeden Einzelnen sein. Sie sind jedoch Orientierungslinien, um eine möglichst menschliche und effektive Atmosphäre zu schaffen, in der die wirtschaftlichen Aufgaben auf möglichst hohem qualitativen Niveau realisiert werden können. Jeder hat das Recht, sich in der Zusammenarbeit auf diese Leitlinien zu berufen. Die Leitlinien beschreiben gleichzeitig den anzustrebenden Standard unserer Betriebskultur.

Wiesbaden, 16.8.1994



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_2/15

Inhalt:	Seite
Qualitätssicherung	3
Qualität sichern und kreative Atmosphäre ermöglichen	3
Ungewöhnliches denken	3
Kundenorientiert arbeiten	4
Interne und Externe Impulse suchen und nutzen	4
Arbeit gegenchecken lassen	5
Konstruktive Atmosphäre beim Gegencheck herstellen	6
Ständig weiterbilden	7
Persönliche Aspekte der Zusammenarbeit 8	8
Längerfristig planen	8
Belastungsverlagerung vermeiden	8
Überlastung signalisieren	9
Alle Möglichkeiten effizienten Arbeitens nutzen	10
Organisatorische Aspekte der Zusammenarbeit	11
Informationsaustausch garantieren	11
Über die Gesamtentwicklung informiert sein	11
Voraussetzungen für kundenorientiertes arbeiten schaffen	12
Jeden Kontakt nutzen um unser Bild bei den Kunden zu verbessern	13
An Besprechungen alle Betroffenen beteiligen und konkrete Beschlüsse fassen	13
Gesprächszirkel zu Problemlösungen initiieren	14
Gesundheit erhalten durch ergonomisch gestalteten Arbeitsplatz und Arbeitsumgebung	15
Teamarbeit in Projekten	15



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_3/15

Qualitätssicherung

Qualität sichern und kreative Atmosphäre ermöglichen

Voraussetzung für Qualitäts- und Kreativitätssicherung ist die Schaffung von Freiräumen und Freiheiten, in denen ungewöhnliche, kreative Gedanken möglich sind. Dazu gehört auch eine angstfreie und kommunikative Atmosphäre. Das bedeutet unter anderem:

- Andere einbeziehen
- Gesprächsbereitschaft zeigen
- Hilfe anbieten und Hilfe annehmen
- Schwächen und Unsicherheiten zugeben
- Konflikte gleich ansprechen
- gesamtheitliches Verantwortungsbewußtsein fördern

Qualitäts- und Kreativitätssicherung bedeuten sowohl die eigenen Stärken, als auch die Stärken des Teams nutzen: Eigenverantwortlich Handeln und Denken aber auch gleichzeitig die Gruppe für kreative und innovative Prozesse nutzen.

Ungewöhnliches denken

Alle Methoden und Techniken der Qualitäts- und Kreativitätssicherung sind zu nutzen, da sich innovatives Denken und Handeln nicht aus sich selbst heraus entwickeln kann. Eine wesentliche Voraussetzung dafür ist die Bereitschaft, Ungewöhnliches zu denken. Ungewöhnliches Denken bedeutet unter anderem:

- geistige Sperren überwinden
- Regeln in Frage stellen und heilige Kühe schlachten
- sich nie mit der erstbesten Lösung zufrieden geben
- Die Fragestellung ändern
- mit Ideen spielen
- mehrdeutig denken
- Grenzen überschreiten
- verrücktes, verspieltes denken



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_4/15

- sich von Gruppendenken lösen

Kundenorientiert arbeiten

Wir leben von unseren Kunden. In den Kontakten zu unseren Kunden entscheidet sich der Erfolg unserer Arbeit. Kundenorientiert arbeiten heißt für uns:

- Möglichst zu jedem Kunden eine menschliche, offene, nicht untertänige Beziehung aufbauen, ohne den eigenen Stil und die eigene Persönlichkeit zu verbiegen.
- Im Kundenkontakt versuchen wir auf den Kunden einzugehen und das auszudrücken, was der denkt, fühlt oder was ihn beschäftigt. (z.B. "Ich merke dass Sie in Eile sind, ich habe es gleich geschafft".)
- Wir glauben dem Kunden zunächst einmal, was er sagt.
- Wir erklären dem Kunden, warum etwas wie gelaufen ist (z.B. wenn Wartezeiten entstehen) und weisen ihn frühzeitig darauf hin, wenn wir einen Termin nicht einhalten können.
- Wir machen dem Kunden im Kundenkontakt keine Schuldzuweisungen, sondern versuchen immer eine Lösung anzubieten.
- Wir versuchen die Kunden in die Entwicklung unserer Leistungen einzubeziehen. Wir versuchen die Kundenwünsche und die Vorstellungen von Problemlösungen zu erfragen und auf sie einzugehen.
- Wir informieren Kunden, wenn sich durch Änderungen im Projekt der angebotene Preis ändert. Wir gehen die Änderung erst an, wenn wir die finanziellen Auswirkungen mit dem Kunden vereinbart haben.
- Wir versuchen die Meinung des Kunden über unsere Leistung zu erfahren, um die Schwachstellen unserer eigenen Leistung zu erfahren und unsere Leistungen ständig zu verbessern. ("Sind Sie zufrieden?"; "Fehlt noch etwas?"; "Können wir noch etwas für Sie tun?")
- Wir hören dem Kunden zu und versuchen zunächst herauszubekommen, was er will, bevor wir unsere Konzepte entwickeln.

Interne und Externe Impulse suchen und nutzen

Qualität und Kreativität sind besonders im gemeinsamen Kontakt mit anderen möglich. Diese Kontakte sind von jedem zu suchen und zu nutzen. Dazu gehört beispielsweise:



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_5/15

- Interne Impulse wie zum Beispiel
 - spontaner Austausch über Inhalte, Gestaltung, Arbeitsweisen
 - fremde Medien gemeinsam analysieren
 - Hausfrauentest gegen Betriebsblindheit
 - regelmäßige Produktkritik zu zweit oder in kleinen Zirkeln
 - kritische Analyse aller im Haus entstandenen Medien einmal im Jahr
 - Expertenwissen von Kollegen nutzen
- Externe Impulse wie zum Beispiel
- Neue Fachzeitschriften und Fachliteratur
- Externe Experten
- Kontakte zu Forschungsinstituten
- Messen und Kongresse
- Herstellerinfos
- Erfahrungen vor Ort
- Über den eigenen Tellerad schauen.
Zum Beispiel Trends und Entwicklungen medienübergreifend beobachten: Computerprogramme, Filme, Fernsehen, Werbung, Mode, Zeitschriften, Jugendmedien, Musik etc.

Arbeit gegenchecken lassen

Es sollten möglichst keine Produkte aus dem Hause gehen, die nicht gegengecheckt worden sind. Änderungen müssen immer möglich sein, wenn es der Sache dient.

Es gibt drei Arten von Gegenchecks

1. Der inhaltliche - oft zeitaufwendige - Gegencheck (muß vorangekündigt werden)
2. Der gestalterische Gegencheck
3. Der technische Gegencheck (z.B. Lithoandruck)

Gegenchecks dienen ausschließlich der Qualitätssicherung und Produktoptimierung. Daher sollten möglichst folgende Bedingungen erfüllt sein:

- Kritik nie persönlich nehmen
- offen und ehrlich sein



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_6/15

- konstruktive Kritik akzeptieren/suchen
- keine Gefälligkeits-Gegenchecks einfordern
- nicht manipulieren ("Ist doch toll, oder "?)
- niemanden vorschieben ("Der Kunde wollte es so")
- keine Verantwortung abgeben. Erst, wenn man für sich selbst das Optimale erreicht hat, sollte man gegenchecken lassen
- die Rahmenbedingungen/Hintergründe der Entstehung des Produktes kurz aufzeigen
- frühzeitig gegenchecken lassen (nicht erst bei Lithoandruck); gegebenenfalls auch mehrstufig bei aufwendigen Projekten
- zeitliche Belastung auf ein Minimum reduzieren
- auch und besonders "Schnellschüsse" gegenchecken lassen

Konstruktive Atmosphäre beim Gegencheck herstellen

Als Gegenchecker kommen in Frage

- Kollegen/innen mit besonderer fachlicher Qualifikation, die vergleichbare Produkte (z.B. Zeitschriften) bearbeiten; wichtig bei inhaltlichen Gegenchecks
- Kollegen/innen aus anderen Bereichen, die unbefangen beurteilen können, z.B. für Verständlichkeits-Checks
- "gemischte" Gruppen (intern) bei komplizierten Produkten oder gegensätzlichen Meinungen
- Externe (z.B. Fachleute für Grafik, Fotografie, Litho, Druck)

Entscheidend für die Qualität des Gegenchecks ist die Atmosphäre, in der über das Produkt gesprochen wird. Der Gegencheck sollte deswegen

- vermeintliche Hierarchien und zwischenmenschliche Beziehungen unberücksichtigt lassen
- nicht den Standpunkt vertreten, beim Gegencheck sei grundsätzlich gegenteilige Meinung gefragt
- offen und ehrlich sein
- nach möglichst objektiven Kriterien vorgehen (Einhaltung von CD, Qualität der Fotos, typografische Fehler etc.)
- subjektive Bewertung als solche deutlich machen
- niemanden verletzen wollen

Dem Gegenchecker sollte genau gesagt werden, was das Ziel des Checks ist.



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_7/15

Ständig weiterbilden

Jeder hat das Recht auf und die Pflicht zur Weiterbildung. Jeder ist für die eigene Weiterbildung selbst verantwortlich (mit Ausnahme der Organisation). Über Zeitpunkt und Häufigkeit entscheidet jeder unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Gründe selbst. Die Weiterbildung sollte sich zunächst am Nutzen für den eigenen Arbeitsbereich/Ablauf orientieren. Jeder sollte auf die Entwicklung folgender Qualifikationen achten:

- fachliches Wissen
- Arbeitstechniken
- Umgang mit den eigenen Werkzeugen
- methodische und kommunikative Kompetenzen
- soziale und persönliche Fähigkeiten
- strategische Kompetenzen



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_8/15

Persönliche Aspekte der Zusammenarbeit

Längerfristig planen

Längerfristige Planung ist die Voraussetzung, um die Projekte so abwickeln zu können, damit man sich selbst und andere nicht in zu großen Zeitdruck bringt. Längerfristige Planung ist bei komplizierten und umfangreichen Projekten nötig,

- für jeden selbst in Bezug auf die eigene Arbeitsplanung
- für die involvierten Kollegen (Gegenchecks, technische Abwicklung)
- für externe Mitarbeiter (Grafiker, Fotografen, Redakteure, Texter, Lithografen, Drucker etc.)
- um unbelastet Urlaub machen zu können

Die Vorteile von längerfristiger Planung wirken sich auf den gesamten Arbeitsprozess aus. Längerfristige Planung

- ist förderlich für die Produktqualität (Streß kann blockieren)
- schafft Zeitpolster für unerwartete "Schnellschüsse"
- verhindert Überlastung und Belastungsverlagerung
- ist ein Ausdruck der Wertschätzung gegenüber internen und externen Mitarbeitern (Verhindert das "Ich brauch das bis morgen" und den Eindruck "Hat sonst nichts zu tun")
- ermöglicht es, neue Externe "auszuprobieren"
- spart Kosten

Längerfristige Planung erfordert in erster Linie Selbstdisziplin ("Bisher ging's auch ohne"). Längerfristige Planung muß für alle Betroffenen transparent sein.

Belastungsverlagerung vermeiden

Belastungen sollten nicht verlagert werden, weil das ein Problem nicht löst, sondern nur bei einem anderen ein neues Problem schafft.

Belastungsverlagerungen lassen sich vermeiden

- durch vernünftige Planung, die die Arbeitsbelastung anderer (intern u. extern) einbezieht



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_9/15

- durch eine selbstkritische Einstellung gegenüber der eigenen Arbeit
- durch sorgfältiges, eindeutiges Briefing (intern/extern)
- durch eine sorgfältige Auswahl externer Mitarbeiter
- durch Ordnung - und damit Transparenz - im eigenen Arbeitsbereich
- durch die Weitergabe relevanter Informationen
- durch Information, wann man abwesend und wo man erreichbar ist
- durch eine vollständige Information aller Mitarbeiter (intern), welche externen Dienstleister (Redakteure, Grafiker, Fotografen, Texter, Lithografen, Druckereien, Hilfskräfte, Elektriker, Installateure usw.) zur Verfügung stehen.

Überlastung signalisieren

Wenn Überlastung signalisiert werden muß, ist es eigentlich schon zu spät und führt fast automatisch zur Belastungsverlagerung.

Wichtig ist:

- Wir können bei uns über alles reden.
- Jeder kann sagen, daß er sich belastet oder überlastet fühlt, ohne jedwede Nachteile befürchten zu müssen.

Unsere personelle Decke ist aus wirtschaftlichen Gründen recht kurz. Deswegen kann es auch bei jedem von uns zu persönlichen Engpässen kommen.

Es gibt kein Patentrezept, wie man Überlastung vermeiden oder signalisieren kann.

Schlecht ist nur eines: Sich erst dann zu rühren, wenn das "Kind bereits im Brunnen" ist. Denn das führt automatisch zu einer zwanghaften Belastungsverlagerung auf andere. Deswegen sollten alle möglichst frühzeitig sagen, wann und wie es zu einer Überlastungssituation kommt.

Wir sollten uns alle darüber im klaren sein, daß qualitativ hochwertige Arbeit nur dann geleistet werden kann, wenn der psychische/physische Druck erträglich bleibt.

Also ist gerade bei absehbarer Überlastung Offenheit unabdingbar. Das ist auch eine Frage der Fairness und Wertschätzung gegenüber den Kollegen, weil es ihnen eine Problemlösung ermöglicht, die nicht erneut zur Überlastung führt.



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_10/15

Alle Möglichkeiten effizienten Arbeitens nutzen

Alle Möglichkeiten sollten genutzt werden, um ein qualitativ hochwertiges Produkt zu entwickeln. Es darf keine formalen Gründe geben, die die Schaffung möglichst hoher Qualität verhindern. Dies darf allerdings nicht zur internen Belastungsverlagerungen beitragen. Qualität wird auf Dauer auch nur möglich sein, wenn es jedem einzelnen gelingt, den immer wieder entstehenden Zeitdruck in den Griff zu bekommen. Dies wird dann eher gelinden, wenn beispielsweise folgendes beachtet wird:

- Geschlossene Aktionszyklen organisieren
- Abschirmung in Streßzeiten (Telefon, Gespräche usw)
- Die Fähigkeit "Nein" zu sagen
- Klare Tagesplanung mit Prioritätenfestsetzung
- Ablenkung durch Entspannung im Team
- Nutzung aller technologischen Hilfsmittel
- Einhaltung der in den Job-Beschreibungen festgelegten Verantwortungsbereiche
- Delegation von Arbeiten (Autoren, Kopieren, Korrekturlesen usw)
- Jeder kann arbeiten wo und wie er will, er muss nur für den Kunden erreichbar sein und die Zentrale muss wissen, wo und wie er erreichbar ist.



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_11/15

Organisatorische Aspekte der Zusammenarbeit

Informationsaustausch garantieren

Voraussetzung für eine angenehme Arbeitsatmosphäre und die Qualität der Produkte und die Erhaltung unserer Geschäftsgrundlage ist die optimale Nutzung aller im Haus vorhandenen Informationen. Jeder muß alle Informationen erhalten, die es in seinem Arbeitsbereich gibt. Informationsaustausch ist vor allem wichtig,

- weil es eine Frage der Wertschätzung ist, jedem alle Informationen aus seinem Arbeitsbereich zukommen zu lassen
- weil nur so eine geschlossene Präsentation nach außen möglich ist
- weil alle verfügbaren Informationen und Ressourcen optimal genutzt werden müssen (Grundlage unseren Geschäfts)

Es gibt folgende Möglichkeiten des Informationsaustausches:

- informell, zwischen "Tür und Angel"
- in ad-hoc-Gesprächskreisen (besser als lauter Einzelgespräche)
- in Gesprächszirkeln
- in Verlagsbesprechungen

In jedem Fall zu vermeiden sind Vermerke, als erster Schritt zur Bürokratisierung.

Jeder Verantwortliche erhält den vollständigen finanziellen Überblick über seine Projekte. Für die Informationen über den Stand des Etats seines Projekts ist jeder selbst verantwortlich.

Über die Gesamtentwicklung informiert sein

Jeder Mitarbeiter sollte über die Gesamtentwicklung des Betriebes informiert sein. Das ist eine Frage der Wertschätzung allen gegenüber, die durch ihre Arbeit zur Entwicklung des Betriebes beitragen.

Diese Informationen erfolgen unter anderem auf den Betriebsbesprechungen. Unter anderem wird hier informiert über

- die wirtschaftliche Situation des Betriebes in detaillierter und nachvollziehbarer Form



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_12/15

- den Stand der Entwicklung und Planung von Produkten sowie die Verlagskonzeption
- den Stand der PR-Maßnahmen, Akquisitionen, Verkaufserfolge

Generell gilt:

- Jeder Mitarbeiter bekommt alle Produkte des Hauses
- Plakate und sehr aufwendige Produkte werden auf Betriebsbesprechungen gezeigt

Auch alle Lieferanten erhalten alle Produkte, an denen sie beteiligt sind. Das erhöht die Identifikation und Motivation der Lieferanten.

Voraussetzungen für kundenorientiertes arbeiten schaffen

Um kundenorientiert arbeiten und Kunden freundlich behandeln zu können, müssen inhaltliche und formale Voraussetzungen geschaffen werden. Dazu gehört unter anderem:

Im Vertrieb

- Es findet eine sorgfältige Einführung über unsere Programme und im Umgang mit Kunden statt (jeder erhält eine halbtägige Einführung in die Programme -Programme werden durch die Projektverantwortlichen vorgestellt; Erklärung und Übergabe der Leitsätze)
- Es wird eine Infodatei auf dem Server eingerichtet und gepflegt, in der alle Preise und Varianten der Verlagsprojekte abzurufen sind und auch alle geplanten Projekte mit zu erwartenden Auslieferungstermin – verantwortlich sind die jeweiligen Projektleiter
- Es findet eine regelmäßige Supervision statt. Diese ist nicht als kritische und besserwisserische Kontrolle zu verstehen, sondern als gemeinsamer Versuch die Dienstleistung am Telefon zu verbessern.
- Beschwerden inhaltlicher Art werden an den Projekt-/bzw. Vertriebsverantwortlichen weiter geleitet.

Bei Auftragskunden

- Wenn Zentrale nicht besetzt ist, werden eingehende Gespräche auf Durchwahlnummern von anderen übernommen (72 wählen), wenn der Angewählte nicht im Raum ist– nicht denken "Gott sei dank klingelt es nicht bei mir".
- Gästebetreuung ist nicht nur Sache des entsprechenden Projektverantwortlichen und des Büromanagements sondern von allen andern auch (Kaffee, Kopien, Versorgung, usw.). Der Kunde soll sich wohl fühlen und der Projektverantwortlich soll sich auf die inhaltliche Arbeit konzentrieren können.
- Jeder der einen Außertermin hat, gib in der Zentrale an, wo er zu erreichen ist. Grundprinzip sollte sein: denjenigen, der einen



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_13/15

Außentermin hat möglichst nicht anrufen. Die Entscheidungen im Verlag/Institut selbständig treffen (andere Projektverantwortliche kurz zur Rate ziehen).

- Interne Infos über Programme, Softwareaufbau, verwendete Hilfen und interne Zeitplanungen gehen den Kunden nichts an und werden nicht weitergegeben. Konzeptionelle und grundlegende Fragen sowie Termine eines Projektes werden nur vom Projektverantwortlichen mit dem Kunden geklärt. Fragen des konkreten Arbeitsablaufes kann jeder, der an dem Projekt arbeitet, mit dem Kunden klären,.

Jeden Kontakt nutzen um unser Bild bei den Kunden zu verbessern

- Nicht davon ausgehen, dass die Kunden wissen, was wir neben dem Projekt tun, das wir für sie realisieren. Das Bild, das Kunden von unseren Kompetenzen und Produkten haben ist immer viel eingeschränkter, als wir vermuten.
- Jeden persönlichen Kundenkontakt nutzen, um informell über neue Produkte, Leistungen und Projekte zu informieren – Faltblätter mitnehmen, Prospekte verteilen usw. Aber nicht penetrant werden.
- Im Vertrieb bei jeder Aussendung Prospekte mit verschicken.
- Darauf achten, dass aktuelles Briefpapier usw. verwendet wird. (richtige Adressen) Was raus geht muß professionell aussehen und aktuell sein.
- Darauf achten, dass die Räume einen angenehmen Eindruck machen (z.B. rumliegende Dinge wegräumen usw.). Jeder sollte einmal am Tag den Blick eines Außenstehenden einnehmen, und aufräumen.

An Besprechungen alle Betroffenen beteiligen und konkrete Beschlüsse fassen

Besprechungen sind in vielen Fällen erforderlich, wenn keine formalen bürokratischen Strukturen Einzug halten sollen bzw. wenn keine Willkür Einzug halten soll. Um zu keinem Sitzung-Wildwuchs zu kommen sollten folgende Regeln eingehalten werden:

- immer pünktlich beginnen
- Ende festlegen und einhalten
- immer alle Beteiligten an einem Problem zusammenholen
- Verantwortlichkeiten festlegen (Organisation, Umsetzung der ergebnisse, Information über den Fortgang); in der Regel sollte der verantwortlich sein, der Initiator des Gespräches ist



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_14/15

- einen gemeinsamen Beschluß fassen, der verbindlichen Charakter hat
- an das Ergebnis müssen sich alle halten; Veränderungen sind nur gemeinsam möglich
- in den Besprechungen soll eine offene, vertrauensvolle Atmosphäre herrschen, alle müssen ihre Meinungen und Vorbehalte sagen dürfen
- die Moderation der Besprechung kann wechseln

Gesprächszirkel zu Problemlösungen initiieren

Viele inhaltlichen Probleme lassen sich nicht alleine lösen. In vielen Fragen sind gemeinsame Problemlösungen erforderlich, um die vorhandenen Ressourcen zu nutzen und ein möglichst optimales Ergebnis zu erzielen. Für derartige Problemlösungsprozesse sind Gesprächszirkel zu bilden. Bei der Arbeit der Gesprächszirkel sind unter anderem folgende Regeln zu beachten:

- Die Zusammensetzung eines Gesprächszirkels liegt in der Verantwortung des Initiators.
- Die ideale Besetzung eines Gesprächszirkels liegt bei drei Personen
- Der Initiator muß immer bei einer Zirkelsitzung dabei sein; Aufgabendelegation an einen Zirkel sind nicht sinnvoll
- Der Initiator trägt die Verantwortung für die Organisation. Wichtig ist dabei vor allem, daß die Zirkelmitglieder über den Weitergang des Projektes informiert werden. Dies ist eine Frage der Fairneß und wichtiger Bestandteil der zu entwickelnden Zirkelkultur.
- Bei der Zusammensetzung der Zirkel sollten nicht immer die gleichen zusammensitzen; es sollten keine eingefahrenen Beratungsteams entstehen.
- Bei den Zirkelbesetzungen werden nicht alle gleichermaßen berücksichtigt werden; wer meint, zu oft "ausgeschlossen" zu sein, muß sich äußern. Andererseits sollte der jeweilige Initiator selbst darauf achten, daß alle gleichermaßen an den Zirkeln beteiligt werden.

Die Arbeit eines einzelnen Gesprächszirkels sollte eine "geschlossene Gestalt" haben, die jeweilige Besetzung ist ein offener Prozess.



BC Verlag & Medien



BC Forschung

BC-Leitlinien_081994_15/15

Gesundheit erhalten durch ergonomisch gestalteten Arbeitsplatz und Arbeitsumgebung

Jeder sollte eigenverantwortlich dafür sorgen, daß sein Arbeitsplatz und Arbeitsalltag so gestaltet ist, daß es nicht zu unnötigen Belastungen kommt. Ein ergonomisch optimal gestalteter Arbeitsplatz trägt zur Erhaltung der Gesundheit, Leistungsfähigkeit und dem Spaß an der Arbeit bei.

- Bei Bildschirmarbeitsplätzen neue Erkenntnisse
- berücksichtigen
- Auf ausreichende Beleuchtung des Arbeitsplatzes
- achten
- Für frische Luft am Arbeitsplatz sorgen
- Unnötigen Lärm vermeiden
- Bei der Arbeitszeitgestaltung Erholungsphasen berücksichtigen.

Teamarbeit in Projekten

Bei Projekten arbeitet ein Team zusammen. In diesem Team gibt es manchmal mehrere Projektverantwortliche für einzelne Bereiche. Voraussetzungen für unsere Professionalität und Glaubwürdigkeit nach außen und für unsere Professionalität und Wertschätzung nach innen sind, dass

- das Team sich auf eine einheitliche inhaltliche Linie verständigt und sie beschließt,
- das Team diese Linie jederzeit an die neuen Entwicklungen und Kundenwünsche angepasst,
- das Team diese Änderungen gemeinsam bespricht und beschließt,
- das Team diese einheitliche inhaltliche Linie verfolgt und nicht von ihr abweicht, es sei denn sie wird gemeinsam geändert.
- alle im Team diese Linie kennen,
- der Kunde ein einheitliches Bild erhält und ihm die Verantwortlichkeiten klar sind,
- eine Information immer bei all denjenigen vorhanden ist, die sie haben müssen. Auch unwichtig erscheinende Infos können manchmal wichtig sein, dies im Kopf haben.