



IDEEN
WAS UNTERNEHMER ANTREIBT
Porträts | Reportagen | Geschäftsmodelle



Ein Ort aus einer anderen Zeit
Der Garten im Sengoku-Hotel
Lieblingsplatz. Der Baum pflanzen
sein seine Ahnen vor 450 Jahren.
Die traditionellen Kutschellen,
die er trägt, kommt jeder Gast
am Eingang des Hotels

Quelle: Impulse 10/13

1295 Jahre treu

ÜBERLEBEN Das älteste Familienunternehmen der Welt liegt in Japan. 46 Mal ging es vom Vater an den Sohn. Nun steht die Geschichte an einem Wendepunkt
Text: Antonia Göttsch, Fotos: Dorothea Hübner



Das älteste Familienunternehmen der Welt: Hotel Hoshi Onsen n der 46.sten Generation!



Quelle: Impulse 10/13

5586 Unternehmen weltweit sind älter als 200 Jahre;
auf Platz 2: Deutschland mit **837** Firmen (Studie von 2008)





**Eine strategische Vision
ist ein klares Bild von dem, was
man erreichen will.**

**Jede strategische Planung
ist wertlos - es sei denn,
man hat zuerst einmal
eine strategische Vision!**





**In einem Unternehmen
ist zunächst das
visionäre „grand design“
gefragt!**

John F. Kennedy





**Vision ist ein ganzheitliches
Bild unserer Zukunft.**

„Der ganze Himmel!“

Matthias von Bonsen



**Die *Vision* ist eine
Idealvorstellung,
unsere Werte sind darin
verwirklicht,
sie enthält einen Nutzen
für Andere!**

Matthias von Bonsen





Die **Vision** ist ein lebendiges,
geistiges Bild,
wird innerlich erlebt, als ob
sie schon wahr wäre!

Matthias von Bonsen





Die Sinn-Vision der Familie ist die Grundlage für die Werte in einem inhabergeführten Familien- Unternehmen:

- Was die Hauptsache in unserem Leben?
- Wofür sind wir bereit, Schweres zu erdulden?
- Was ist das tiefste Bedürfnis unserer Herzen?





Welche Werte uns wichtig sind!

Renate, Nicole & Klaus Kobjoll



Freude Freiheit

daraus abgeleitete Verhaltensnormen:

- freizeitähnliche Arbeit (Lust statt Last)
- kein Hierarchieverhalten
- keine Privilegien
- höchste Entscheidungsspielräume
- Übernahme von Verantwortung
- Fehlerfreudigkeit (no risk no fun)





**Freiheit ist nicht nur,
das zu tun,
was man liebt,
sondern auch das
zu lieben,
was man tut**

Aus Japan





Welche Werte uns wichtig sind!

Renate, Nicole & Klaus Kobjoll



Freude

Freiheit

Harmonie

daraus abgeleitete Verhaltensnormen:

- freizeitähnliche Arbeit (Lust statt Last)
- kein Hierarchieverhalten
- keine Privilegien
- höchste Entscheidungsspielräume
- Übernahme von Verantwortung
- Fehlerfreudigkeit (no risk no fun)
- Freundschaftlicher, liebevoller Umgang miteinander

„Mission Statement = Leitbild“ kommunizieren
„zum Leben bringen...“



= Basis der Selbstorganisation

Willst Du ein Schiff bauen...



...so rufe nicht Menschen zusammen,
um Pläne zu machen, Arbeit zu verteilen,
Werkzeuge zu holen und Holz zu schlagen,
sondern lehre sie die Sehnsucht
nach dem großen, endlosen Meer.



Antoine de Saint Exupéry



Was heißt das für uns im Schindlerhof?

**„Freizeitähnliche Arbeit
bei höchsten Entscheidungsspielräumen
in einem Team, das sich freundschaftlich
verbunden ist!“**

Klaus Kobjoll





Mitarbeiter enttäuscht von Werten

- * Es gibt nur wenige Unternehmen, die auf einen Wertekanon verzichten...
- * Diese Leitlinien werden in sechs von zehn Fällen nicht beachtet, oder sie sind den Teammitgliedern erst gar nicht bekannt.
- * **Zwölf Prozent der „Kundigen“ sehen große Diskrepanzen zwischen den Leitlinien und der unternehmerischen Wirklichkeit!**
- * Rund ein Viertel empfindet das Betriebsklima als kontrollierend hierarchisch.
- * Nur zwanzig Prozent bezeichnen Ihr berufliches Umfeld als kreativ-dynamisch.





Das Modell der Mission



Vision wird mehr mit einem Ziel assoziiert,
während Mission mehr mit einer Verhaltensweise in Verbindung gebracht wird.



SpieleKultur

Maxime unseres Handelns



The maxim behind our actions

Playculture



Willkommen

Diese SpielKultur gibt es nun schon etliche Jahre.
Sie ist unser Kompass nach innen und außen.

Wir engagieren uns täglich aufs Neue, um das Ziel
zu erreichen, perfekte Organisatoren und herzliche
Gastgeber zu sein.

Inhalt

- 4 Unsere KurzGeschichte
- 5 Die unendliche Geschichte ...
- 8 GrundSätze
- 12 KernKompetenz
- 14 Vision & Zitate
- 15 Ohne Fleiß kein Preis
- 16 SpielMacher

Gültig ab 1. Mai 2018 / Schutzgebühr: € 5,00

Schindlerhof Kobjoll GmbH
Steinacher Straße 6-10
90427 Nürnberg-Boxdorf
Fon +49 (0) 911.93 02-0
Fax +49 (0) 911.93 02-620
hotel@schindlerhof.de
www.schindlerhof.de

DenkWeise

Wir konzentrieren uns, in einem wichtigen
Geschäftsbereich »state of the art« zu sein!

Wir erfüllen die hohen Ansprüche unserer Ziel-
gruppen ohne Einschränkungen. Aufmerksame
Freundlichkeit mit Herz bestimmt die Einmaligkeit
unseres Service.

Unser Unternehmen ist der Ort für leistungsorien-
tierte, karrierebewusste und unternehmerisch
denkende Menschen, denen wir sehr viel Freiheit
einräumen. Spaß bei der Arbeit und Freude an
den Ergebnissen beflügeln unser Tun.

Das persönliche Wachstum unserer Mitarbeite-
rinnen, Mitarbeiter und das aller an unseren
Kernprozessen Beteiligten liegt uns am Herzen.

Unsere Vision von Harmonie lässt uns immer
liebvoll miteinander umgehen - wohl wissend,
dass eine kreative Spannung förderlich ist.

Die ständige Herausforderung, uns selbst zu
führen und unsere Fähigkeiten zu erweitern,
lässt uns hochgesteckte Ziele erreichen.

Der Aufbau einer lernenden Organisation ver-
pflichtet uns zu außergewöhnlichem Engagemet
und Innovation. Wir verfolgen hohe Ziele für den
Schindlerhof und unsere Familie.

Unsere Vision von Freiheit verlangt auch
finanziell größtmögliche Unabhängigkeit,
die wir als Verantwortung begreifen.

Der Schindlerhof ist unser gemeinsames Lebens-
werk und bleibt Eigentum unserer Familie.

Nürnberg, im Dezember 2000
Klaus, Renate und Nicole Kobjoll

stateoftheart



A
Der Gast steht im Mittelpunkt unseres Tuns. Daher sind alle MitunternehmerInnen vor allem Gastgeber, für die Herzlichkeit und Freundlichkeit oberstes Gebot sind.

B

Alle im Unternehmen orientieren sich in ihrem Tun und Handeln am Wohl des Gastes und des Unternehmens. Dies ist möglich durch die Transparenz aller Unternehmensziele und den Einsatz aller MitunternehmerInnen entsprechend ihren Neigungen und Fähigkeiten.

C

Der Erfolg unseres Unternehmens resultiert aus den Erfolgen unserer MitunternehmerInnen. Alle können ihren Erfolg durch den Grad ihrer Identifikation mit diesem Unternehmens-Credo klar steuern.

D

Alle MitunternehmerInnen setzen ihr Wissen und ihr Können dafür ein, neue und bessere Lösungsmöglichkeiten zu finden. Auch Gutes kann verbessert werden. Veränderungen werden nur dann nicht mehr vorgenommen, wenn sie keine Verbesserungen mehr bewirken.

E

Dienen kommt vor dem Verdienen. Je mehr Nutzen wir unseren Gästen bieten, desto höher wird der Nutzen sein, den wir dafür ernten. Alle MitunternehmerInnen sollen wissen, dass Leistung zählt, sich aber auch bezahlt macht.

F

Alle MitunternehmerInnen haben die Chance, an dem Unternehmens-Credo mitzuwirken.



Handwritten signatures and names on a yellow and white striped background. Legible names include: Philipp Hof, M. Fink, M. Böhler, Julia Weichlein, Minikun, S. Pank, Pascal Debrinon, Anna-Lena Baum, and Tina Bannier. There are also several illegible signatures and names.





Identifikation = Produktivität

Wenn der Unternehmer es schafft, dass sich seine Mitarbeiter stärker mit den Werten eines Unternehmens identifizieren, wird er automatisch eine höhere Produktivität erreichen.





Ways of life:

Love it
change it
leave it...





Ways of life:

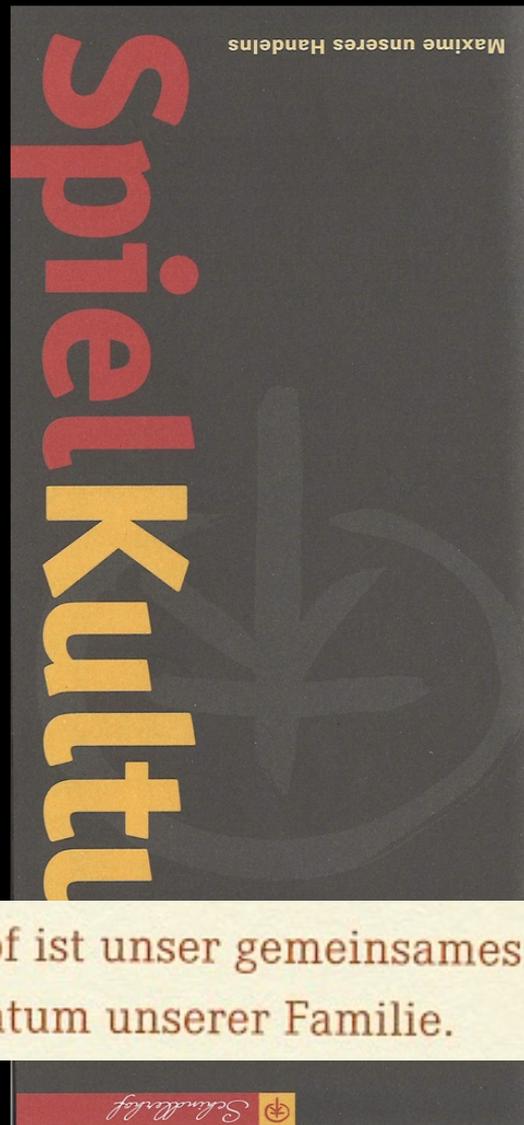
Love it

change it

Accept it!

leave it...





Der Schindlerhof ist unser gemeinsames Lebenswerk
und bleibt Eigentum unserer Familie.





Glück...







Langfristig erfolgreiche
Familienunternehmen bauen
auf drei Grundlagen:

- **Grundbesitz**
- **Erziehung**
- **Innovation**









Start der 3. Generation...





Ein freier Mensch

Ich will unter keinen Umständen ein Allerweltsmensch sein.
Ich habe ein Recht darauf, aus dem Rahmen zu fallen,
wenn ich es kann.

Ich wünsche mir Chancen, nicht Sicherheiten.

Ich will kein ausgehaltener Bürger sein, gedemütigt und abgestumpft,
weil der Staat für mich sorgt.

**Ich will dem Risiko begegnen, mich nach etwas zu
sehnen und es zu verwirklichen, Schiffbruch zu
erleiden oder Erfolg zu haben.**





Ein freier Mensch

Ich will unter keinen Umständen ein Allerweltsmensch sein.
Ich habe ein Recht darauf, aus dem Rahmen zu fallen, wenn ich es kann.
Ich wünsche mir Chancen, nicht Sicherheiten. Ich will kein
ausgehaltener Bürger sein, gedemütigt und abgestumpft, weil der Staat
für mich sorgt. Ich will dem Risiko begegnen, mich nach etwas zu
sehnen und es zu verwirklichen, Schiffbruch zu erleiden oder Erfolg zu
haben.

**Ich lehne es ab, mir den eigenen Antrieb mit einem Trinkgeld abkaufen
zu lassen.**

**Lieber will ich den Schwierigkeiten des Lebens entgegentreten
als ein gesichertes Dasein führen;**

lieber die gespannte Erregung des eigenen Erfolges als die dumpfe Ruhe
Utopiens.

Ich will weder meine Freiheit gegen Wohltaten hergeben noch meine
Menschenwürde gegen milde Gaben.

Ich habe gelernt, selbst für mich zu denken und zu handeln, der Welt
gerade ins Gesicht zu sehen und zu bekennen, dies ist mein Werk:

Ich bin ein freier Mensch.





Ein freier Mensch

Ich will unter keinen Umständen ein Allerweltsmensch sein.
Ich habe ein Recht darauf, aus dem Rahmen zu fallen, wenn ich es kann.
Ich wünsche mir Chancen, nicht Sicherheiten. Ich will kein
ausgehaltener Bürger sein, gedemütigt und abgestumpft, weil der Staat
für mich sorgt. Ich will dem Risiko begegnen, mich nach etwas zu
sehnen und es zu verwirklichen, Schiffbruch zu erleiden oder Erfolg zu
haben.

Ich lehne es ab, mir den eigenen Antrieb mit einem Trinkgeld abkaufen
zu lassen. Lieber will ich den Schwierigkeiten des Lebens
entgentreten als ein gesichertes Dasein führen;
lieber die gespannte Erregung des eigenen Erfolges als die dumpfe Ruhe
Utopiens. Ich will weder meine Freiheit gegen Wohltaten hergeben noch
meine Menschenwürde gegen milde Gaben. Ich habe gelernt, selbst für
mich zu denken und zu handeln, der Welt gerade ins Gesicht zu sehen
und zu bekennen, dies ist mein Werk:

Ich bin ein freier Mensch.

(Albert Schweitzer)



An alle
Mitglieder unseres Ensembles
im Schindlerhof

Nürnberg, 15. April 2012

Neuer Gesellschafter im Schindlerhof



Liebe Damen, liebe Herren!

Heute habe ich das große Vergnügen, Sie über einen neuen Mitgesellschafter
in unserer KG zu informieren:

**Mein Enkel Maximilian Klaus (!) Friedrich Setzer ist ab heute Kommanditist
mit einem - vorerst noch bescheidenen - Anteil von 3% an unserer
Besitzgesellschaft.**

Wir haben Max zunächst aus rein energetischen Gründen mit einer Schenkung in unser
Familienunternehmen aufgenommen, damit er bei einer Firmen- oder
Familienaufstellung schon seinen festen Platz einnehmen kann.

Bis zur Volljährigkeit vertritt seine Interessen Nicole, bzw. unser langjähriger Freund
und großartiger Unternehmer, Dr. Franz Ehrnsperger, der Inhaber der Lammsbräu in
Neumarkt.





	Restaurant & Bankett		<i>Schindlerhof</i> SCHINDLERHOF KOBJOLL GMBH
	DenkArt Kreatives Tagen		
	Hotel		Maximilian Setzer 3. Generation im Schindlerhof Steinacher Straße 6-10 90427 Nürnberg-Boxdorf





Kernleidenschaft

- Welche Tätigkeit oder Tätigkeiten lieben wir wirklich?
- Bei dem Gedanken an was fühlen wir uns besonders lebendig?
- Welche besonderen, uns auszeichnenden Eigenschaften lieben wir und machen uns stolz?
- Welchen ganz besonderen Nutzen wollen wir stiften?
- Welche besondere Qualität möchten wir gerne in die Welt bringen?
- Für welche Art von Kunden wollen wir wirklich arbeiten?





**Welche Kompetenzen braucht
unser Unternehmen morgen?**

Was müssen wir morgen können?

Eine Balance aus:

Wachstum, Rendite, Risiko und Liquidität.





Wie halten Sie in
ihrem Unternehmen
dauerhaft den
Gründergeist
lebendig?



Das Geheimnis des Erfolges
ist die Beständigkeit des Ziels.

Benjamin Disraeli

