NEW/ORK

04.2024 ______ 4.80 €

4, 3, 2, 1-TAGE-WOCHE?

WELCHE BEDEUTUNG HAT ARBEITSZEIT NOCH?

NICHT ERST SEIT KI, ABEF
DADURCH BEFLÜGELT,
DISKUTIEREN WIR DARÜBER, WELCHEN UMFANG
ARBEIT IN UNSEREM
LEBEN HAT UND HABEN
SOLLTE. IST DIE 4-TAGEWOCHE EINE LÖSUNG
ODER ZEIGT SIE NUR
AUF, WIE SICH UNSERE
WAHRNEHMUNG DES
THEMAS VERSCHOBEN
HAT? IST DIE REINE BETRACHTUNG DER ARBEITSTAGE VIELLEICHT
SOGAR EIN IRRWEG?

Immer öfter und lauter werden die Rufe nach neuen Arbeitszeitmodellen. Wir in Westeuropa, die irgendwann einmal von der 6-Tage-Woche auf das gegenwärtig dominierende Modell mit 5 Tagen gewechselt haben, stehen in zahllosen Branchen vor der Tatsache sowie

NICHT ERST SEIT KI, ABER
DADURCH BEFLÜGELT,
DISKUTIEREN WIR DARÜArbeitszeit hinterfragt wird.

Natürlich hat der Wechsel von der Anwesenheit im Büro zu einem immer größeren Anteil von Home- oder Remote-Office diesen Impuls verstärkt. Wir haben Erfahrungen damit sammeln können, wie es ist, wenn wir unsere Arbeit anders strukturieren. Das ist Ansporn genug, jetzt über die neue Verteilung von Arbeit und Freiräumen nachzudenken.

Stehen wir vor einem kompletten Umbruch der Arbeitswelt in Sachen Zeit-aufteilung? Wo liegen die Vorteile und welche Risiken birgt der Wechsel auf ein neues Modell?

weiter auf Seite 14



0175-ÄÄÄÄÄÄÄÄÄÄÄ

KEIN ANSCHLUSS UNTER DIESER NUMMER

SIE ERREICHEN TELEFONISCH NIEMANDEN? VIEL-LEICHT LIEGT ES AN IHRER TELEFONNUMMER.



Da ist sie wieder, diese Mobilfunknummer. Seit Corona und der damit verbundenen Home-Office-Offensive kommt der Großteil der Anrufe aus dem Mobilfunknetz. Toll, dass das technisch geht, aber zu Zeiten von Festnetznummern konnte man zumindest ahnen, woher der Anruf kommt und damit dessen Wichtigkeit einschätzen. Und jetzt? Für einen belanglosen Cold Call den kreativen Arbeitsprozess unterbrechen? Auf keinen Fall. Also läuft der Anruf ins Leere und wird auch nicht als wichtig genug für einen Rückruf "abgespeichert".

Die Lösung? SIP-Telefonie, mit der Mitarbeiter, egal, von wo sie anrufen, unter ihrer bewährten Firmennummer anklingeln. Wetten, dass Sie dann auch öfter zurückgerufen werden?





....

BESPRECHUNGEN AN DER BAR UND ANDERE REIZVOLLE ARBEITSUMGEBUNGEN

SEHENSWERTE ARBEITSWELTEN, DIE DEN BEGRIFF BÜRO NEU DEFINIEREN

EIN BÜRO IST HEUTE MEHR ALS NUR DER ORT, AN DEM MAN SEINE VERTRAGLICH VEREINBARTE ARBEITSZEIT ABLEISTET. ES IST EIN ORT, DER IDENTITÄTSSTIFTEND WIRKEN KANN UND SOLL. ZWEI FABELHAFTE UMSETZUNGEN FINDEN SICH IN DIESER AUSGABE.

Zum einen hat sich Pernod Ricard Deutschland ein komplettes Umstyling geönnt und dabei die eigenen Marken gekonnt in Szene gesetzt. Vom Büdchen bis zur Bar reichen die Szenarien, in denen die Mitarbeiter des Hauses nun effektiv und kreativ arbeiten können.

Realisiert wurde diese Umgestaltung von Schwitzke

Project, die die 3.000 qm in Köln so gelungen gestaltet haben, dass man wünschte, man könnte abends zum Barhopping kommen.

UnternehmenForm hat die Räumlichkeiten der Agentur Philipp und Keuntje mit viel Farbeinsatz zu einem idealen Umfeld für inspirierende Meetings und die resultierenden Arbeiten gemacht. Neben Netto, Astra und Golden Toast entstanden hier auch Kampagnen für LinkedIn

Bei soviel Kreativität dürfe das neue Umfeld den idealen Nährboden für zukünftige Projekte bilden.

Beide Themen ab Seite 8

NEU, JETZT IM XXL-ZEITUNGSFORMAT

GESCHÄFTE UND MENSCHEN

GESCHÄFT UND FRUNDSCHAFT SOLLTE MAN TRENNEN, ODER?

Text: Stefan Koll und Sascha Hoselmann

DIE REDEWENDUNG IST IHNEN SICHER ALLEN BEKANNT. WIR WOLLEN NICHT ÜBER DEN SICHER SEHR UNTERSCHIEDLICH ZU INTERPRETIEREN-DEN BEGRIFF FREUNDSCHAFT PHILOSOPHIEREN, SONDERN EINEN EIN-BLICK IN UNSERE ART DES NETZWERKENS GEBEN, AUS DER AUCH UNSE-RE KOOPERATION SOWIE UNSERE KOLUMNEN ENTSTANDEN SIND.



wir trennen Freundschaft und Geschäft nicht voneinander. Ganz im Gegenteil. Ausgehend davon, dass eine Freundschaft, ganz gleich welcher Tiefe, auf ähnlichen Werten und einer verbindenden Idee für die Zukunft basiert, war uns dies auch immer die Basis für erfolgreiche Projekte. Und so wandelten sich über die Jahre Geschäftsbeziehungen in Geschäftsfreundschaften und nicht selten Freundschaften über das Geschäftliche hinaus. Das Wissen, mit wem man es zu tun hat, wie der Gegenüber tickt und welche Fähigkeiten in einem stecken, scheint für die Wahl eines Partners sehr relevant.

Mit einem Schuss Sympathie wird dann aus erfolgreichen Projekten echte Freude am eigenen Handeln. Das kann System haben, denn wie im privaten Leben, wächst ein Freundeskreis im Laufe der Zeit, und so gesellten sich über die Jahre Menschen aus den unterschiedlichsten Geschäftsbereichen in unseren "Inner Circle". Heute stellen diese behutsam gepflegten Beziehungen einen starken Verbund von Menschen gleicher Haltung dar und ermöalichen immer wieder, wunderbare Ideen in die Tat umzusetzen

MIT FREUNDEN ESSEN, REDEN UND - GESCHÄF-TE MACHEN

Ein Beispiel dafür ist unser "Pirelli Fine Dining", bei dem wir gemeinsam mit dem Plugged Media Verlag (CEO Frank Kreif), Smart Homes Pro (Filiz Bragulla, Frank Kreif) und Elvie Barlach (Inhaberin der Barlach K Halle in Hamburg) ein exklusives Dinner inmitten einer musealen Kunstaustellung in Hamburg geben. Auch hier steht das Ziel im Fokus, eine gute Zeit mit Freun-

den zu verleben und diesen Kreis zu erweitern. Ein Kreis, in dem wir beim "Du" sind, aber den Respekt füreinander nicht verlieren. Ein Kreis, in dem wir einander zuhören, um zu verstehen. Ein Kreis, in dem wir gemeinsam Mehrwerte schaffen.

Ein solcher Kreis kann nur dann ent- und bestehen. wenn man achtsam Sorge trägt, dass man nur jene kuratiert, die Men-schen auch wirklich zusammenpassen. Denn schließlich führt man eine Freundschaft doch auch nicht mit jedem. Was aber wollen wir Ihnen damit sagen? Nun ja, vielleicht einfach nur, dass es sich manchmal mehr lohnt, den Menschen zu betrachten als den direkten Umsatz. Denn mit den passenden Menschen ent-steht so viel mehr als Umsatz.

NEUES ENTDECKEN

Das Jahr 2024 startete mit einer glücklichen Zeit, und wir durften uns besinnen und zur Ruhe kommen. Der ausklingende Winter war dafür wie geschaffen, und doch war es auch eine Zeit des Aufbruchs, in der wir uns um Neues, Spannendes kümmern durften. Wir sind ist im letzten Quartal des alten Jahres auf eine neue Entwicklung des Herstellers PURSONIC gestoßen, der seit einiger Zeit zum Mutterkonzern von REVOX gehört und jetzt sein Potenzial richtig entfalten kann.

Zusammenschluss wird noch viel Freude be-reiten, ob unter Bauherren, Architekten, Interior De signern, TGA-Planern etc. bei Stephan oder bei Geschäftsführern mittelständischer Unternehmen, Dienst-leistern und Künstlern bei Sascha - durch tiefgehende Gespräche im Rahmen der Projekte entstehen oft Freundschaften, aus denen tiefes Vertrauen erwächst.

GEMEINSAME LEIDEN-SCHAFTEN Bei unseren Freunden von

unsichtbaren Lautsprechern steht vor allem eines im Vordergrund: dass die gewünschte Technik nicht zu sehen und doch akustisch voll präsent ist. Die notwendige Elektronik ist problemlos in 19-Zoll-Schränke zu integrieren, und Kabel können in Wände und Kabelkanäle verlegt werden. Für Lautsprecher wird so die Zukunft minimalistisch bzw. am liebsten unsichtbar, damit Puristen, Ästheten und Liebhaber schönen Designs Ihre Videokonferenzen in bester Qualität erleben können.

So hat REVOX® jetzt auch unsichtbare Lautsprecher im Produktportfolio. INV UNIT Flächenlautsprecher, die unsichtbar unter Putz, Anstrich oder Tapete ver-baut werden. Diese Fullrange Lautsprecher mit flächi-Abstrahlcharakteristik ger eignen sich zur unsichtbaren Integration in Wände und Decken von Trocken- und Massivbau. Die Technologie setzen wir in unserem Flagship-Showroom im Hause Beton.Gold in Kampen auf Sylt um – ein Besuch, der der sich lohnt und der Beginn einer leidenschaftlichen Freundschaft sein wird.

In diesem Sinn wünschen wir Ihnen/Euch ein herrliches Frühjahr mit lieben Freunden, viel Geschäft und der Leidenschaft für gelebte Freundschaft.

alles von Herzen Liebe.

Stephan Koll & Sascha Hoselmann

VON CHEFSESSELN, KULIS UND LEITERN

FAXEN IM JAHR 2024 -EIN ANACHRONISMUS?

Text: Frank Kreif

ZUGEGEBEN, WIR HABEN SEIT JAHREN KEIN ECHTES FAX MEHR IM BÜRO. **DENNOCH ERREICHEN UNS EIN PAARMAL DIE WOCHE LUSTIGE** WERBEFAXE. GRUND GENUG FÜR EINE SENTIMENTALE BETRACHTUNG.

Alle paar Tage kommt wieeins. Ein Fax. Nicht wirklich in Form eines oder mehrerer Blätter, Stattdessen verkündet eine Mail im gemeinschaftlichen Posteingang des Verlages, dass mal wieder jemand den Versuch gemacht hat, uns per Fax zu erreichen. Und wirklich ausnahmslos handelt es sich dabei um monochrome Werbebotschaften, die uns lederne Chefsessel, multifunktionale Ausziehleitern. Radarwarner oder auch Werbekulis verkaufen wollen. Alle kommen sie ohne übertragene Rufnummer, dafür mit einer Nummer zur Bestellung per Fax (sic) aus den Niederlanden. Sind da Faxe noch ein so aroßes Dina?

EIN BISSCHEN SCHWER-MUT

Dabei spielte das Fax eine durchaus relevante Rolle im redaktionellen Dasein. Nicht nur, dass es die Kommunikation mit unseren Ansprech-partnern in der Industrie und bei PR-Agenturen mehr als ein Jahrzehnt gewissermaßen "spontan" und zugelich verbindlich gemacht hat. Nein, es war in einem früheren Leben, also bei einem anderen Verlag, sogar eine echte Erlösquelle. Per "Faxabruf" konnten sich interessierte Leser früher erschie-Berichte und nach Hause holen - weit vor Paid Content im Internet.

GUTER CHARAKTER

Ein Fax war zugleich schnell und verbindlich. Über die Ankunft beim Empfänger

petzte der Sendebericht und man kann wohl sagen, dass die Öffnungsquote damals bei 100 Prozent lag. Eat this, Newsletter.

Und heute? Heute sind es die weiter oben erwähnten Werbefaxe, was eigentlich schade ist, denn im Grunde unseres Herzens vermissen wir das Fax. Nicht jetzt das Stück Papier in der Hand, aber die Konzentration auf eine Seite, verbunden mit der Tasache, dass man nicht nur auf farbige Bilder, sondern selbstverständlich auch GIFs, Hyperlinks, Tracking-Elemente und den ganzen neumodischen anderen, Schnickschnack verzichten muss, wären eine gelungene Fingerübung für all diejenigen, die meinen, sich in zwanzig Zitatebenen verlieren zu müssen und das auch noch per cc und bcc an alle Beteiligten und Unbeteiligten. Und klar, es gab Farb-faxe. Aber mal ehrlich? Hat die jemand genutzt?

Ein Fax ist straight, schnörkellos und unmissverständund die verzweifelte Meldung: "Der Absender möchte diese Nachricht zurückholen" gibt es hier auch nicht. Gefaxt ist gefaxt.

DER FUNKE HOFFNUNG

Vielleicht, ja ganz vielleicht, erlebt ja das Fax eine Renaissance wie die Schallplatte. Auch wenn wir nicht wirklich daran glauben, hoffen wird man ja dürfen.



Teleskopleitern von 2,60 bis 5,60 Meter Gesamtlänge





AKTION: FIX EIN FAX

Wir suchen kreative Könfe Oder vielmehr deren Faxe. Schickt uns ein Fax auf die 0211-78177919. Die kreativsten Onepager (bitte nur eine Seite) veröffentlichen wir in den kommenden Ausgaben von NEW WORK.

Finen Finsende- Pardon -Einfaxschluss gibt es nicht, aber es gilt das Motto: "First come, first serve" bis wir die Lust am Thema verlieren. Vielleicht wird es ja auch ein Dauerbrenner. Nutzt den Platz, den euch A4 bietet,

um uns und unsere Leser zum Lachen zu bringen, zum Nachdenken oder schlicht als Werbefläche für euch.

Fix ein Fax an die: 021178177919