

Mai 2014 • Jubiläumsedition
10 Jahre Plattform
www.orhideal-image.com
SONDERDRUCK

Interview mit
Arielle Thürmel
Atelier für
Kunstgeschichten
Expertin für Kunstprojekte

O R H
IMAGE **IDEAL**®

Podium der Starken Marken



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...



durch das

objektiv gesehen

Kunstgeschichten für Klein und Groß

Auf den Buchmessen wird es demnächst eine Sensation geben. Buchautorin und Ideengeberin Arielle Thürmel steht für innovative Kunstprojekte. Die Expertin, mit dem feinen Gespür für lebendiges, bebildertes Storytelling, lässt uns Kunstgeschichte neu erleben. Das Ziel der Kunstkennerin ist, Kunstgeschichte für Kinder lebendig zu gestalten. Aktuell arbeitet sie an dem Thema „Giotto und die Geheimnisse der Malerei“, ein Buch für Kinder von acht bis 10 Jahren. Die jungen Leser begeben sich auf eine Zeitreise nach Florenz ins Jahr 1277. Gemeinsam mit Giotto lernen sie die faszinierende Welt der Malerei und gleichzeitig eine aufregende mittelalterliche Stadt kennen. Wir durften hinter die Kulissen des Buchprojektes schauen!

Kunstgeschichte für Kinder erlebbar machen

IMAGE: Frau Thürmel, Sie interessieren in der Kunst Umbrüche und neue Ideen. Sie gehen der Frage nach, warum und wie etwas „Neues in der Kunst“ entsteht.
Arielle Thürmel: Ich beschäftige mich generell mit Innovation, Ideen und deren Umsetzung. Mich interessieren besonders Denkanstöße, die nicht linear sind, wie zum Beispiel mittelalterliche Denkstrukturen, bei denen Symmetrie keine Rolle spielt



hat, oder heutige Entwicklungen, wie Effectuation oder Internet.

Sie sagen, die Welt lebt von Ideen und Menschen, die es schaffen ihre Visionen umzusetzen?

Ich möchte vor allem Kindern und jungen Erwachsenen Mut machen, Ideen und Visionen zuzulassen! Indem ich meinen Lesern Beispiele aus der Welt der Kunst zeige, wie etwas „Großes“ entstehen kann, bin ich

Das aktuelle Buchprojekt
Giotto, das Malergenie zwischen Mittelalter und Renaissance

Im Jahr 1277 beginnt Giotto, ein 10jähriger Bauernjunge aus den Bergen, seine Lehre in der Werkstatt des berühmten Malers Cimabue. Giotto ist beeindruckt und überwältigt, als er Florenz betritt. In der damals größten Stadt des westlichen Abendlandes stehen mehr als 200 Wohntürme. Ritter, Handwerker, Kaufleute und Händler leben Tür an Tür. Florenz ist eine reiche aufstrebende Stadt, die vom Tuchhandel und Geldgeschäften lebt. Für Giotto, der im Mugello aufgewachsen ist, ist es nicht immer einfach sich in dieser für ihn völlig neuen Welt zurecht zu finden.

Gemeinsam mit Luca, dem Sohn des Malers Cimabue, durchstreift Giotto die Stadt und erlebt so manches Abenteuer.

Die gefragte Geschichtenerzählerin und Mutmacherin Arielle Thürmel packt es an: Die Zeit ist reif für eine neue, kreative Umsetzung der Kunstgeschichte. Die Daten und Fakten liegen bereit. Sie warten darauf einfach, spannend, trotzdem unverfälscht und lebendig erzählt zu werden.



www.kunstgeschichten.net

gleichzeitig Mutmacherin, dem eigenen Herzen zu folgen. Ich erzähle in meinen Geschichten von Ideen, die die Welt verändert haben, aber ich erzähle auch von Ideen, die grandios gescheitert sind. Ich erzähle davon, dass es im Leben nicht nur einen Weg gibt, sondern viele. Kindern sollen ermutigt sein, ihre eigenen Fähigkeiten zu entdecken, zu erfahren und zuzulassen. Es freut mich, wenn ich Kinder zum Staunen bringe, indem ich Faszinierendes aus der Welt der Kunst sichtbar mache.

Ihr mutiger Satz „Müllt die Kinder nicht mit Fakten und Anforderungen zu, sondern eröffnet ihnen neue Horizonte“ klingt revolutionär!? Fakten sind aber doch zum Lernen erforderlich...

Natürlich. Jedoch werden oft nur die Fakten ohne Lernerlebnis serviert. Ich erinnere mich da an mein Studium an der LMU für Kunstgeschichte. Fakten, Zahlen und Fachausdrücke. Aber mich interessieren die Ideen, die Menschen und die Geschichte hinter den bloßen Fakten. Ich gebe mich nicht mit Zahlen zufrieden. Ich recherchiere und beobachte sehr genau, bis mir klar wird, was haben die Menschen gedacht und gefühlt. Oft fehlt Kindern gerade heute der Freiraum, beobachtend zu lernen und sinnliche Erfahrungen zu machen. Das sehen Sie am besten an den aktuellen Generationen. Die Generation „Rücksitz“ wird überbehütet von einem Event zum anderen gekarrt (*sie lächelt*) und die Generation „Lebenslauf“ ist angepasst und unter Druck, was sich gut im Lebenslauf macht. Ich möchte Kindern unbeschwerte Momente schenken: „fühlen – zuhören – beobachten“. Sie dürfen ohne Leistungsdruck etwas Neues entdecken, entspannen und staunen.

Was können wir denn beispielsweise aus der Betrachtung der Kunst für den Alltag lernen?

Kunst macht kollektive Phänomene sichtbar. Wir erfahren, was Menschen gedacht und gefühlt haben, und wie sie „Aufgaben“ gelöst haben. Welche Visionen sie hatten, und wie sie diese umgesetzt haben.

Ich nehme mir die Zeit, die Ideen hinter dem Kunstwerk aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten. Ich will wissen, was Menschen antreibt. Man kann daraus viel lernen. Warum hat ein mittelalterlicher Maler Ikonen und Monet Seerosen gemalt? Ich fühle nach, was den Künstler dazu bewogen hat, genau so zu malen, wie er es getan hat.

Das Nachdenken darüber eröffnet uns neue Welten. In welchem Kontext haben die Menschen gelebt? Wie haben Sie ihre Welt empfunden? Was war dem Künstler wichtig? Welche Mittel hat er gewählt? Wer hat bestimmt, was schön ist? Die Kirche? Die Gesellschaft? Die Künstler selbst? Wer bestimmt heute, was „schön“ ist? Wie sehr lässt man sich beeinflussen, manipulieren, mitreißen? Wie frei sind eigene Entscheidungen wirklich? Der Blick auf die Kunst zeigt mir, dass es kein „richtig oder falsch“ gibt, sondern dass es immer viele Möglichkeiten gibt. Das sollte uns Mut geben. Und den brauchen wir auch, um uns in einer sich immer schneller drehenden Welt wohl zu fühlen und schnelle Entscheidungen zu treffen. Ich selber gehe keine ausgetretenen Pfade nach, sondern bilde mir immer meine eigene Meinung.

Ihr nächstes Buchprojekt ist sehr begehrt. Es geht um den Maler Giotto. Sie haben 5 Jahre zum Giotto-Projekt recherchiert....?

Ich habe die gesamte Fachliteratur gelesen. Der eine behauptet dies, der andere das Gegenteil. Wem soll man glauben? Um mir meine eigene Meinung zu bilden, habe ich den Kontext studiert. Was haben die Menschen damals gedacht, was hat sie bewegt? Welche Malmaterialien hatten sie zur Verfügung? Wer hat bestimmt, was gemalt werden darf? Wie war die politische Situation, wie war die Rolle der Kirche? Wie war eine Malerwerkstatt organisiert?

Ich bin zu den Schauplätzen gereist und habe ganz schnell festgestellt, dass ganz viel, was in den Büchern steht, leider gar nicht oder nur teilweise stimmt. Ich bin mit meiner unkonventionellen Herangehensweise zu ganz erstaunlichen, neuen Ergebnissen gekommen. Ich habe die Expertenmeinungen nicht einfach so übernommen, sondern kritisch überprüft, und mir mein eigenes Bild von der damaligen Zeit gemacht, indem ich aus unterschiedlichen Blickwinkeln das Ausgangsmaterial neu bewertet haben. Durch den Perspektivenwechsel habe ich sensationelle Dinge herausgefunden, die in dieser Weise noch nicht veröffentlicht wurden. Erst jetzt kann ich den Kindern wirklich erklären, warum Giotto ein so wunderbarer Maler war, und wie es zu dem großen Umbruch zwischen Mittelalter und Renaissance kam.

„Ich möchte Kindern zeigen, wie wichtig es ist, zu beobachten. Keine vorgefertigten Meinungen zu übernehmen, sondern sich sein eigenes Bild zu machen.“



Das Thema Malerei wird in der Schule eher stiefmütterlich behandelt. Großes Interesse wird da nicht geweckt.

Eben darum wähle ich komplexe, bislang in der Kunstgeschichte wenig aufgearbeitete Themen und mache sie Kindern, sinnlich und sachlich, leicht verständlich. Die Kinder erleben dadurch Gefühle. Kunstgeschichten mit sehr vielen Illustrationen werden durch zusätzliche Erklärungen ergänzt. Text und Bild stehen im Dialog. So lernen sie Mut, Zuversicht, Ausdauer, Vertrauen, Begeisterungsfähigkeit kennen und die Offenheit, die Menschen schon damals hatten, großartige Dinge zu leisten. Und ich glaube das sind auch genau die Fähigkeiten, die man heutzutage braucht, um die Anforderungen einer immer schneller und komplexer werdenden Welt zu meistern.

Sie beschäftigen sich intensiv mit dem Thema Wahrnehmung und Wirklichkeit. Inwieweit spielt Wahrnehmung im Alltag eine Rolle?

Ein Beispiel: ich sage „malt einen Baum“. Welche Vorstellung hat man nun im Kopf? Zwei gerade Striche als Stamm und darüber eine Kugel oder ein Dreieck. Das ist das vereinfachte Bild eines Baum, das man abgespeichert hat. Das ist praktisch, aber unendlich viele Informationen fehlen. Wenn man Kindern zeigt, wie beobachten geht, erfahren sie sehr viel über den Baum. Ein Baum wächst mal spiralenförmig, mal schief, er kann eine raue Borke oder eine papierartige Rinde haben... Kinder sollen wir spüren und beobachten lassen, wie die Welt aussieht, wie sie sich anfühlt.

Es ist sehr sinnvoll ein vereinfachtes Bild der Dinge im Kopf abgespeichert zu haben. Selektive Wahrnehmung ist sehr effizient. Aber es ist auch wichtig zu wissen, dass es sich nur um ein vereinfachtes Symbol handelt. Es ist notwendig, dass man sich die Gabe zur Beobachtung erhält und schult. Wer gut beobachten kann, wird andere Menschen besser einschätzen und verstehen. Das ist für das ganze Leben wichtig, im Privaten, wie im Business. Nach dem Beobachten kommt das Selektieren. Das heißt ich muss das Wesentliche erkennen und mich darauf konzentrieren.

So eingespannt Sie sind, sind Sie da überhaupt noch offen für Kooperationen?

(sie lacht) Natürlich. Nur so entstehen doch neue Projekte. Ich bin mit verschiedenen Geschäftspartnern und Verlagen im Gespräch. Denn neue Projekte stehen schon an.

GIOTTO-BUCH-PROJEKT (Auszug aus dem Exposé)

2017 feiert Giotto seinen 750. Geburtstag

Wie bei einer Zeitreise tauchen die Leser in Giotto's Leben ein, als er 10 Jahre alt ist, und begleiten ihn auf seinem Weg vom Schafhirten zum Maler. Giotto ist die Hauptfigur und die Figur, mit der sich die Kinder identifizieren können. Wir schreiben das Jahr 1277 in Florenz, es ist die Zeit zwischen Mittelalter und Renaissance.

Der Maler Cimabue, bei dem Giotto seine Lehre in Florenz beginnt, ist noch ganz der mittelalterlichen Tradition verpflichtet: Die Kirche bestimmt nicht nur was, sondern auch wie gemalt werden darf. Es ist eine Welt der Symbole und der festgelegten Motive. Fantasie und neue Ideen waren nicht gefragt.

Während Giotto gemeinsam mit seinem Freund Luca, dem Sohn des Malers Cimabue das aufregende Leben im mittelalterlichen Florenz entdeckt und die Spielregeln der Malerei (Farben reiben, Pinsel binden, Zeichenkohle brennen, Fresken malen) kennen lernt, ziehen die Franziskanermönche im Geheimen die Fäden für eine völlig neue Richtung in der Kunst: von der Ikone zur Bildergeschichte.

Giotto ist ein unkomplizierter Junge, der neugierig und mutig seine Chance ergreift, als er im März 1277 vom Mugello nach Florenz zieht, eine Stadt, die für den Hirtenjungen aufregend und neu ist. Viele Sitten und Gewohnheiten in dieser Stadt sind ihm fremd und verwirren ihn. Erst nach und nach lernt er, sich in seiner Umgebung zurechtzufinden. Giotto's Freund Luca ist ein liebenswerter Luftikus, der gerne Späße auf Giotto's Kosten macht. Auf der einen Seite lässt Luca keine Gelegenheit aus, Giotto an der Nase herum zu führen, auf der anderen Seite kann er auch sehr charmant und nett zu ihm sein. Giotto weiß nie, woran er bei Luca ist: Kann er ihm vertrauen oder muss er sich vor der nächsten Stichelei fürchten?

Die Angst vor Teufel und Dämonen im Mittelalter ist allgegenwärtig. Immer wieder tauchen drohende Gefahren und Ängste auf? Giotto muss sehr mutig sein. Giotto lässt sich nicht beirren, weder von Lucas Sticheleien noch von seinen Ängsten vor Dämonen. Sein Lebenstraum, Maler zu werden, und die vielen Möglichkeiten, die ihm Florenz bietet, motivieren ihn immer wieder, seinen Weg zu gehen.

Genau geprüfte Fakten und sorgfältig untersuchte Details bilden das Fundament der Erzählung. Da es mir wichtig ist, zwischen Tatsachen und Fantasie zu unterscheiden, fasse ich in einem Begleitheft für Erwachsene die gesicherten Daten über Giotto's Leben und Werk zusammen und erläutere die politischen, gesellschaftlichen und künstlerischen Rahmenbedingungen der Giottozeit.


Damit wird genau ersichtlich, welche Passagen der Geschichte auf gesicherten Quellen, Anekdoten oder Vermutungen beruhen und welche Erlebnisse und Personen fiktive Ergänzungen sind.

Arielle Thürmel
Atelier für
Kunstgeschichte(n)

Ludwigshöherstr. 64
81479 München

**Booking für Events,
Vorträge, Lesungen,
Projekte, Verlags- und
Interviewgespräche
per Email an:**

info@kunstgeschichten.net



„Beobachten.
Selektieren.
Fokussieren.
Kunstverständnis
macht stark für viele
Lebensbereiche!“

Ein Buch entsteht - meterweise Skripte und Zeichnungen... die Autorin illustriert selbst



e-match Unternehmertreff online

Rückblende April 2014

Lernen Sie die Unternehmer aus Orhideal IMAGE Magazin persönlich kennen....

Unsere plattform-beteiligten Arbeitgeber, Unternehmer und Geschäftsführer haben einen großen Anspruch an Kontaktqualität, Effizienz und Gedankenaustausch auf Augenhöhe. Das gemeinsame Kommunikationsinstrument Orhideal IMAGE Magazin steht für gelebte Geschäftsbeziehungen und gezieltes Maßnahmen-Sharing.

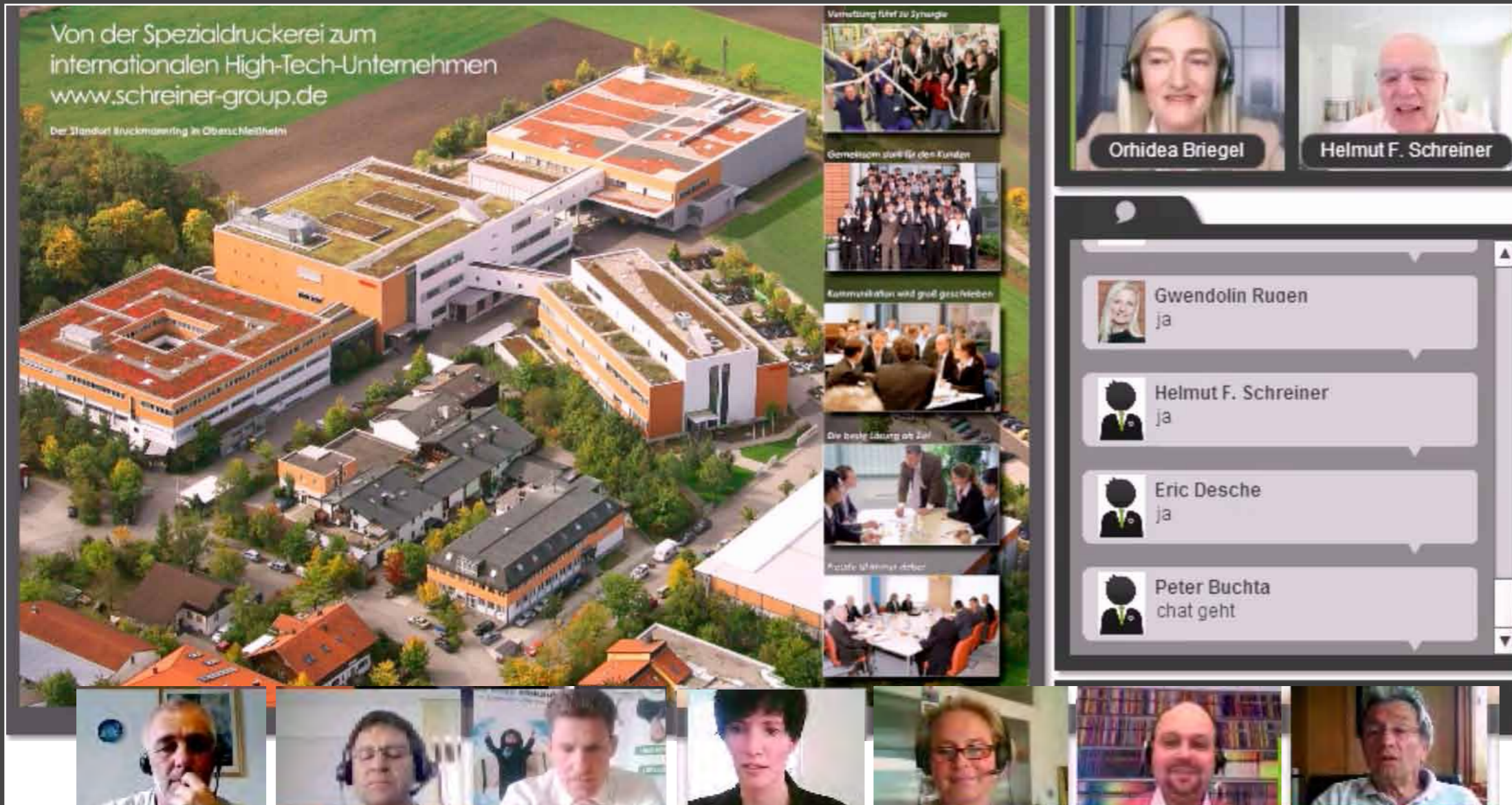
Mit der Ausdehnung unserer Unternehmertreffen auf die virtuellen Ebene werden wir dem wachsenden Bedarf NACH EFFIZIENZ gerecht, sich nicht nur regional zu stärken, sondern global zu verbinden. Beim Orhideal Unternehmertreff können Magazin-beteiligte ihre Vertriebspartner kennen lernen und interessierte Unternehmer/Zuschauer können sich einen Eindruck machen, ob sie aktiv beim Magazin-Sharing mitwirken wollen.

Wenn Ihnen Netzwerken alleine zu wenig ist, Sie nach einem professionellen Maßnahmenmix suchen, oder wenn sie ganz effizient AN Ihrem Unternehmen und Markennamen arbeiten wollen, ohne in „Meet-eritis“ oder „Social-Media-Wahn“ zu versinken - dann haben Sie hier etablierte Kooperationspartner und Ihren Maßnahmen- und Ideen-Pool gefunden.

Bei Interesse rufen Sie mich einfach an:
 0177 3550112

Fragen können Sie mir gerne an orhidea@orhideal-image.com mailen. Entweder hören Sie dann von mir oder unserer Supervision Angelina Naglic.

Bis dahin gute Geschäfte,
 Orhidea Briegel
www.orhideal-image.com

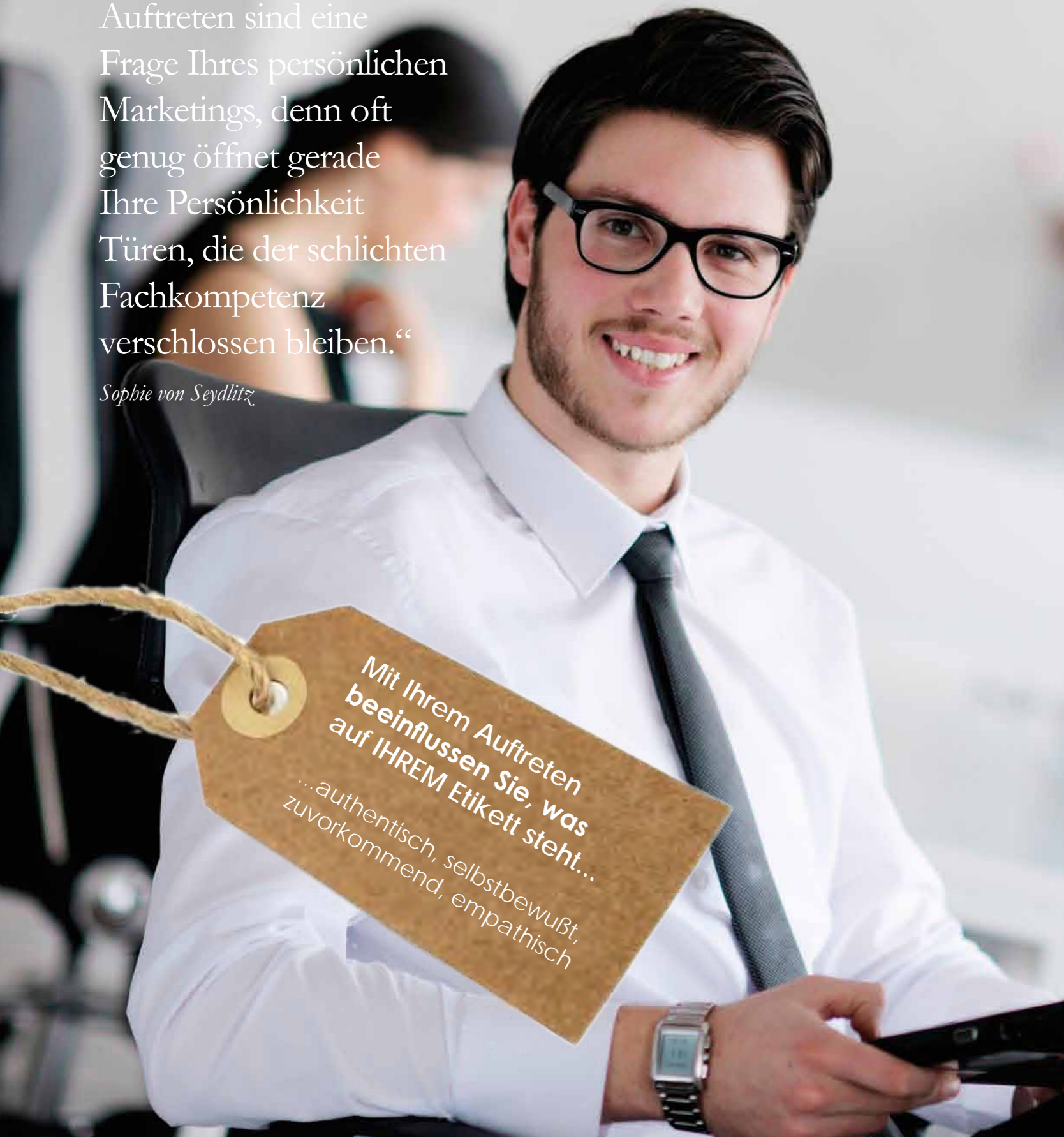


mit 53 Magazinbeteiligten und Zuschauern aus aller Welt

Eintrittskarte in die BusinessWelt

„Ihre Umgangsformen und Ihr sicheres Auftreten sind eine Frage Ihres persönlichen Marketings, denn oft genug öffnet gerade Ihre Persönlichkeit Türen, die der schlichten Fachkompetenz verschlossen bleiben.“

Sophie von Seydlitz



Mit Ihrem Auftreten beeinflussen Sie, was auf IHREM Etikett steht...
...authentisch, selbstbewußt, zuvorkommend, empathisch

Wirtschaftsfaktor SOZIALE KOMPETENZ

Die angenehme Begegnung mit einer sehr lockeren, humorvollen Sophie von Seydlitz vor der Kamera hat mir wieder einmal gezeigt, dass das Fachgebiet der guten Umgangsformen nichts mit dem Klischee der „Etepetete-Allüren“ zu tun hat. Ganz im Gegenteil: Soziale Kompetenz ist der Wirtschaftsfaktor Nr. 1! Die Expertin des „bon ton“ sieht den guten Umgang nicht als starres, übertrieben konventionelles Regelgerüst, sondern als Wegweiser und intelligentes Instrumentarium, sich im Leben Türen zu öffnen. Um so mehr freue ich mich, Ihnen diese Geschäftsfrau von Welt im IMAGE Magazin zu präsentieren, die ich als gedankliche Unterstützerin unserer IMAGE-Arbeit sehe: Fachliche Qualifikation ist die erforderliche Basis, aber die Persönlichkeit und das Auftreten entscheiden über Erfolg und berufliches Weiterkommen.

Auch wenn Sie dem Thema Umgangsformen als selbstverständlichen Soft-Skill keine große Beachtung schenken, so werden Sie doch zugeben müssen, dass keiner von uns den Rollenerwartungen im Berufsleben aus dem Weg gehen kann. Egal welche Rolle Sie einnehmen - ob als Unternehmer, als Führungskraft, als Bewerber, es gibt allgemeine Regeln, die als ungeschriebene Gesetze im Raum stehen. Wer die allgemeinen gesellschaftlichen Regeln und zeitgemäßen Umgangsformen kennt, schafft einen sicheren und authentischen Auftritt. Allem einen guten, respektvollen Platz zu geben, sich dabei der eigenen Position bewusst zu werden und hieraus Kraft zu schöpfen, das ist die Formel für den Erfolg.

Durch Ihre langjährige Berufserfahrung hat Sophie von Seydlitz viel über den Umgang mit Menschen lernen können. Ursprünglich von der Textil- und Fashionseite kommend, wo sie viele Jahre für Messeorganisation und Kollektionserstellung verantwortlich war, ist sie heute Vorstandsmitglied der Deutschen Knigge Gesellschaft und trainiert erfolgreich Firmen, Privatpersonen, Kinder und Jugendliche in Inhouse - und offenen Seminaren. Es dreht sich alles um den gekonnten Auftritt, den berühmten ersten Eindruck, der entscheidet, ob sich eine Tür für uns öffnet oder schließt.

Ihre Umgangsformen und Ihr sicheres Auftreten sind eine Frage Ihres persönlichen Marketings und der entscheidende Faktor zu gesellschaftlicher Anerkennung und beruflichem Erfolg. Sorgen Sie mit Ihrem Verhalten dafür, dass auf Ihrem gesellschaftlichen „Etikett“ die richtigen Attribute stehen: Denn wenn es mit der Etikette, klappt, dann sind die ersten Weichen - sowohl beruflich als auch privat - bereits gestellt!

Orbidea Briegel, Herausgeberin



Sophie von Seydlitz
Vorstandsmitglied der
Deutschen Knigge Gesellschaft

Nördliche Münchner Straße 43
82031 Grünwald

Infotelefon: 089 - 642 69 73

info@sophie-von-seydlitz.de
www.sophie-von-seydlitz.de

Hilft Ihren Kunden,
sich auf dem
wirtschaftlichen
Parkett fettnäpfchenfrei
zu bewegen:
Sophie von Seydlitz

Das Vorzeigegesicht und
Vorstandsmitglied
der Deutschen
Knigge Gesellschaft
ist gern gebuchte
Interviewpartnerin
rund um Arbeitgeber-
Attraktivität,
Wertschätzenden Umgang
und sicheren Auftritt.

„Auf Augenhöhe
kommunizieren, die
Hirarchie-Ebenen
beachten und dennoch
jeden Einzelnen in sei-
nem Tun wertschätzen.“

Sophie von Seydlitz

Attraktive Arbeitgeber

Wie Sie mit einer respektvollen Umgebung Mitarbeiter binden

Frau von Seydlitz, Sie sind im deutschsprachigen Raum für Unternehmen im Einsatz?

Richtig, ich unterstütze Unternehmen branchenübergreifend, durch den richtigen Einsatz von Business- und gesellschaftlicher Etikette zu profitieren und mit gestärktem Arbeitgeber-Branding nach außen aufzutreten. Ein Unternehmen das seine Werte nach Außen transportieren möchte, muss diese zunächst einmal im Inneren pflegen. Eine Arbeitgeber, der in Weiterbildung investiert erzielt eine emotionale Bindung des Arbeitnehmers ans Unternehmen. Das reflektiert auch nach Außen, bringt ein gutes Image und somit auch ein erhöhtes Interesse in diesem Unternehmen zu arbeiten. Zugleich sinkt die Fluktuationsrate. Sowohl die Unternehmen, als auch die Mitarbeiter müssen sich im Klaren sein, das man auch privat als Mitarbeiter des Unternehmens wahrgenommen wird, sowohl die Umgangsformen als auch das Auftreten betreffend.

Was umfasst Ihr Leistungsspektrum für den Unternehmensbedarf?

Meine Seminare sind ganz individuell auf die Ansprüche der Unternehmen zugeschnitten. Einfühlungsvermögen, Wertschätzung und korrekte Umgangsformen sind der Schlüssel für eine motivierende Arbeitsatmosphäre und eine reibungslose Zusammenarbeit. Nur wer es versteht, mit Fingerspitzengefühl die Nuancen und Stimmungen im Verhalten zu erkennen und positiv zu steuern, wird nachhaltig Erfolg haben. Selbstbewusste, zufriedene Mitarbeiter die im Außenauftritt den Kunden mit seinen Bedürfnissen wahrnehmen und diese zeitnah zufriedenstellen, sorgen nachhaltig für eine hohe Kundenbindung und eine gute Auftragsentwicklung.

Hierzu gehören selbstverständlich gute Umgangsformen, Sensibilität, Empathie und Respekt, verbunden mit einem Lächeln. Hierin sehe ich meine Verantwortung und Verpflichtung den Unternehmen gegenüber. Meine Seminare doktrinieren die Teilnehmer nicht, sondern geben ihnen ein Gefühl von Wertigkeit und die Sicherheit im Umgang mit Kunden, Vorgesetzten und Kollegen. Nur wenn ich die Regeln kenne kann ich selbstbewusst Dinge weglassen und bin damit nicht passiv Situationen ausgesetzt die zum Fettnäpfchen werden können, sondern aktiv entscheidend und sicher in meinem Auftreten.

Ich habe gesehen dass Sie auch sehr aktiv die Jugend unterstützen? Betrifft das auch den Ausbildungsbereich, der ja für Unternehmen ein hart umkämpfter Markt ist, die Arbeitgeberattraktivität betreffend?

Von der Betriebsseite aus, ist mein Leistungsportfolio für Auszubildende sehr gefragt, um als Arbeitgeber im Wettbewerb um attraktive Ausbildungsplätze zu bestehen. Es ist wichtig Auszubildende möglichst schnell in ein geregeltes Arbeitsumfeld zu integrieren. Dazu gehören Pünktlichkeit, Sicherheit im Auftreten Vorgesetzten gegenüber und ein respektvolles Miteinander. Das fällt vielen Jugendlichen anfänglich schwer und da können meine Seminare sehr viel erreichen. Wenn ein Unternehmen seine Werte in die Unternehmenskultur einfließen lässt und faire Arbeitsbedingungen bietet, gewinnt und bindet es engagierte und motivierte Mitarbeiter. Dadurch steigt selbstverständlich die Arbeitgeber-Attraktivität. Wer Positives sät, wird Positives ernten.

Sie bieten auch offene Seminare an, wie zum Beispiel Kinder-Knigge sowie Präsentations- und Bewerbungstrainings? Ist hier von Elternseite großer Bedarf?

Das kommt wirklich ausgezeichnet an. Die Zielgruppe Eltern legt großen Wert darauf ihre Kinder schon sehr früh an gute Umgangsformen heranzuführen. Das geht in der Gruppe viel einfacher als zu Hause. Vor allem meine Minis von 6-8 Jahren sind natürlich nicht immer freiwillig zum Seminar angemeldet. Nach kürzester Zeit sind aber alle so begeistert, dass sie am liebsten öfters kommen würden. Ich leite die Kinder mit viel Freude und Spaß durch alltägliche Situationen, wie gemeinsame Mahlzeiten, den Schulweg, die Schule, das Miteinander unter Freunden, in der Öffentlichkeit und in der Familie.

Von „Bitte“ und „Danke“ bis hin zum Krawattenknoten binden bei den Teenagern, in den Etikette-Kursen für Kinder und Jugendliche im Alter von 7 bis 18 Jahre kann jeder etwas fürs Leben lernen. In kleinen Übungssequenzen lernen die Kinder, dass Aufrichtigkeit, Respekt und gute Manieren sofort positiv auffallen und damit das Selbstwertgefühl enorm steigern. Die Ergebnisse sind sofort spürbar und ermutigen die Kinder sich immer mehr in Höflichkeit auszuprobieren und der damit verbundenen allgemeinen Akzeptanz.

Macht müde Wände munter

Mit REVIFLEX, den neuen patentierten, standardisierten Brandschutz-Wandelementen aus hochwertigen Materialien in Möbelbauqualität, bietet die Firma INOSYST Brandschutzplanern und Architekten völlig neue Möglichkeiten zur Gestaltung von Flucht- und Rettungswegen. Die flächenbündig einsetzbaren Brandschutz-Wandelemente können sowohl links- wie auch rechtsdrehend geöffnet werden. Vertikale voneinander unabhängige Verriegelungssysteme dienen zugleich als Drehöffnungspunkte. Da einzelne Elemente einfach herausgenommen werden können, ist eine 100%ige Öffnung ohne Zwischensteg für Revisionsarbeiten möglich.

Neben der Standardausführung in Leitopal reinweis stehen für individuelle Gestaltungsmöglichkeiten die gesamte Dekorvielfalt der Hauskollektion der Firma Leitermann sowie Schichtstoffe aller namhaften HPL-Hersteller zur Verfügung. Sondergrößen und auch -dekore sind auf Anfrage realisierbar. Zudem sind die REVIFLEX Brandschutz-Wandelemente im Gegensatz zu herkömmlichen Systemen schnell, einfach und zeitsparend zu montieren.

Das REVIFLEX-System ist nach EN 1363-1 und 1364-1 zugelassen und hat eine Feuerwiderstandsdauer über 60 Min. von beiden Seiten erreicht (E160). Wir helfen Ihnen bei der Realisierung.

www.inosyst.de

ORH
IDEAL
media
face 2014
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen



Mai 2014 • Jubiläumsedition
10 Jahre Plattform
www.orhideal-image.com
SONDERDRUCK

Begegnung mit
dem Vorstand und Mitgliedern von
Network Women Grünwald e.V.
Expertinnen für Networking und Mentoring



ORH
IDEAL
IMAGE



Geschäftsfrauen unter sich

Network Women Grünwald wurde im September 2008 als unabhängige und gemeinnützige Organisation gegründet. Seit dieser Zeit wurde eine Vielzahl von weiterbildenden Vorträgen organisiert, die im Anschluss die Möglichkeit boten die professionellen und persönlichen Netzwerke zu erweitern und zu bestärken.

Durch eine nicht wettbewerbsorientierte, inspirierende und unterstützende Umgebung, innovativ ausgerichtete Weiterbildungsveranstaltungen und Fachvorträge, außerdem Mentoring durch erfahrene Mitglieder bei beruflichen Fragen, die Gewinnung von Synergieeffekten und die uneigennützig Weitergabe von Fachwissen und einen lebhaften und interessanten Austausch untereinander, bietet NETWORK WOMEN e.V. in Grünwald den Frauen, die sich in den unterschiedlichsten Phasen ihres Berufslebens befinden, professionelle und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten. Ein Netzwerk, das die Vielfalt unterstützt, den Einzelnen stärkt, die Familien integriert. Ein nicht wettbewerbsorientiertes, effektives, enges und vertrauensvolles Miteinander gibt Halt und schafft eine Basis für neue Aktivität.

„Unser Netzwerk lebt von der Unterschiedlichkeit und Qualifikation unserer Mitglieder. Der Willen und die Fähigkeit Erkenntnisse mit anderen zu teilen, schafft eine starke Gemeinschaft“ sagt Frau Raithel.

Vorteile

- Kostenlose Teilnahme an den Vortragsabenden
- Mitgliedsgebühr steuerlich absetzbar
- Teilnahme an Wochenendseminaren zu Mitgliedspreisen
- Teilnahme an geselligen Veranstaltungen (Sommerfest, Ladies Brunch, Wiesntisch)
- Zugang zu unseren XING- und Facebook-Seiten mit der Möglichkeit Veranstaltungen anzukündigen und Kontakte zu generieren

Und ganz nebenbei:

- Kurbeln Sie Ihren Enthusiasmus für den Erfolg an
- Teilen Sie Erfahrungen, die Sie im Beruf gemacht haben
- Knüpfen Sie Kontakte
- Finden Sie Unterstützung bei Problemen
- Bilden Sie sich weiter
- Schaffen Sie wertvolle Verbindungen und Synergieeffekte

Gäste sind bei unseren Meetings herzlich willkommen.
Teilnahmegebühr € 10,00 (Abendkasse ohne Voranmeldung € 15,00)

Vorstands- und Beiratsmitglieder sind eine aktive Gruppe von Frauen, die sich zum Ziel gesetzt haben, sich für das Wachstum und den Erfolg von Network Women Grünwald einzusetzen. Bei den regelmäßigen Treffen, arbeitet man daran, die gesetzten Ziele zu verwirklichen.



Network Women Grünwald e.V.
Wendelsteinstr. 12b
82031 Grünwald

info@network-women.de

www.network-women.de

„Unser Netzwerk lebt von der Unterschiedlichkeit und Qualifikation unserer Mitglieder.“



Kirsten Raithel
1. Vorstand



Anita Huber
2. Vorstand



Andrea Präuner
3. Vorstand

Nachlese über
„Light the Fire“ von
Angelina Naglic
Supervision
Orhideal IMAGE Int.






Home | Über uns | Presse | Testimonials | Das Besondere | AGBs | Kontakt | Impressum

Kinder + Teens

Educational Camps

Englisch im Kindergarten

Englisch an Grundschulen

Einzelcoaching/Nachhilfe

InterAct Conversation

Englisch im Ausland

Erwachsene

Business English Coaching

Über uns:

Seit mehr als vierzehn Jahre ist English Education eine zuverlässige Anlaufstelle für das aktive Erlernen von Fremdsprachen für Kinder und Erwachsene im Münchner-Süden. Mit einem ausgereiften Konzept, das auf die Erfahrung vieler Jahre im Bereich der Pädagogik und der Fremdsprachenlehre zurückgreift, sowie lückenlosen Lehrplänen die bis hin zum Schulenglisch perfekt ineinander greifen, haben wir bereits hunderten von Kindern, Jugendliche und Erwachsene erfolgreich an die englische Sprache herangeführt und weiter gecoach.

Kirsten Raithel

Gründerin von English Education und Discovery4KidZ ist in den USA aufgewachsen. Dort Besuch der Elementary bis zur Jr. High School. 1975 Umzug nach Deutschland, Abitur und Ausbildung zur Kauffrau. Anschließend Studium der Tiermedizin mit Approbation 1997. Aufbaustudium Praxiskolleg Betriebswirtschaft und Management/ Marketing und Vertrieb, ATV GmbH in Kooperation mit der FH München.

- Weiterbildung und Diplom zum TESOL (Teacher of English to speakers of other Languages).
- Autorin des Teachers' Manual zu Ben und Bella's Sprachenwelt.
- Anerkannter Kooperationspartner des Staatsinstituts für Frühpädagogik im Projekt "Mathematisch-naturwissenschaftliche und technische Bildung im Kindergarten".
- Projektleitung und erfolgreiche Umstrukturierung des Ferienprogramms der Gemeinde Grünwald.



ORH IDEAL[®]
IMAGE

Podium der Starken Marken

zu Gast bei **Light the Fire** im **CCH**

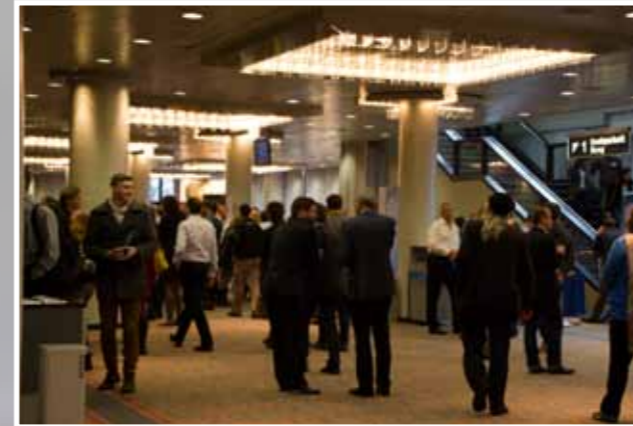
Keinen besseren Kongressort konnte sich unser Titelgesicht Stefan Merath (Mai 2008) ausdenken, um seinen Traum wahr zu machen und Sir Richard Branson nach Deutschland zu holen. Viele Unternehmer haben ihn bei seinem Projekt tatkräftig unterstützt. *(Wir haben 2013 mehrfach darüber berichtet)*

Das Congress Center in Hamburg, direkt beim Bahnhof Hamburg-Dammtor, ist ein imposanter Gebäude-Komplex mit integriertem Hotel Radisson BLU. Aus dem Hotel kommt man direkt durch einen Gang in die Kongressräume. Es verfügt über insgesamt 23, teilbare, vollklimatisierte Säle und insgesamt 12.500 Sitzplätze. Das angeschlossene Hotel Radisson BLU hat unsere Erwartungen erfüllt. Am Abend beim guten Essen erblickten wir schon einige Teilnehmer und bereits da wurde kräftig genetztwerkt.

CCH - Congress Center Hamburg
Am Dammtor / Marseiller Str.
20355 Hamburg

Tel. +49 40 3569-0
Fax +49 40 3569-2183
info@cch.de

www.cch.de



Der Veranstaltungsort.

Das Hotel.



www.radissonblu.de/hotel-hamburg



Orhideal-Community in der Foto-Ecke.



Es war ein buntes Treiben in den kurzen Pausen. Viele haben die Gelegenheit für Networking genutzt und besuchten die Stände der Veranstalter und Partner-Firmen, die in der Aula ausstellten. Orhidea sorgte in ihrer Unternehmer-Foto-Ecke für ausgelassene Stimmung. Viele unserer Titelgesichter, wie zum Beispiel Hermann Wagnermeyer (April 2014) waren - anlässlich unserer Sonderverteilung von Orhideal IMAGE Magazin - nach Hamburg gereist. Mit dem straffen Programm, den vielen Vorträgen und Eindrücken waren die ersten beiden Tage im Nu vorbei. Am Abend trafen wir uns in einer netten Runde von Titelgesichtern und Netzwerkpartnern. Alle waren schon aufgeregt und gespannt auf den Sonntag und das Highlight-Interview mit Sir Richard Branson.

Angelina Naglic



Die Sonderverteilung.

Die April- Titelstory in 1200 Light The Fire Gästetaschen



Ein Highlight für Jungunternehmer und Unternehmensnachwuchs war der Berufungs-Think-Tank unserer Titelfrau April 2014, Ursula Maria Lang, die aktuell mit den Industriepreis 2014 in der Kategorie „Best of Dienstleistungen“ ausgezeichnet wurde!





Das Podium.

*Titelgesicht Januar 2008 Gabriele Kowalski
Als sympathische Brücke zwischen Bühne und Publikum
Herausforderungen einer Großveranstaltung, Bedürfnisse der Speaker und Vorgaben der Veranstalter auf einen Nenner zu bringen und
sorgte für harmonische Themenübergänge.*

*www.deltainstitut.de bei der Moderation mit Gastgeschenk für Sir Richard Branson:
schaffte die charmante, medienerfahrene Unternehmerin routiniert und flexibel alle*

Beim „Light the Fire“ Event war die Orhideal Community mit 14 Titel-Gesichtern -aus 10 Jahren IMAGE Magazin - vertreten. Es sind alles Menschen, die für ihre Ideen brennen.

Titelleiste oben: (von links) Stefan Merath, Christoph Rave, Ursula Maria Lang, Tino Ahlers, Gabi Kowalski (moderierte Light the Fire), Marion Lang, Martina Prox, Ulrike Hartmann, Mathias Knörich, Sabine Köbel, Hermann Wagnermeyer, Heiko Gärtner, Stefan Schraner und (rechts unten) die zukünftige Titelfrau Juni 2014 Marion Oswald. *Angelina Naglic*

Titelgesichter auf der Bühne und im Ausstellungsbereich.

*Titelshooting für die Juni Ausgabe bei Light the Fire mit Unternehmerin Marion Oswald
www.moin-hotel.de*



Das Interview.

Der Milliardär Richard Branson ist als Lichtgestalt in der internationalen Unternehmerszene bekannt. Bei "Light the Fire" in Hamburg erzählte er von seiner ersten Gründung - und erklärte, warum er sich selbst als Werbegesicht vermarktet hat. Ich war gespannt auf seine Ausführungen, wollte ich doch unbedingt wissen, ob wir uns mit seinen Ansichten identifizieren können oder ob diese zu „abgehoben“ für den mittelständischen Alltag sind. „Gründer sollten zu ungewöhnlichen Werbemaßnahmen greifen.“, ist die wiederholte Aussage von Richard Branson. Als ich 1992 Orhidea vorgeschlagen habe, sie soll ihr eigenes Magazin herausgeben, erschien ihr diese Idee sowohl ungewöhnlich als auch unbezahlbar. Zugegeben, von Richard Branson und seinen Aussagen habe ich damals noch keine Ahnung gehabt. Ich wusste, wir müssen als Gründer den Markt mit ungewöhnlichen Werbemaßnahmen aufbrechen.

Dass Richard Branson, auf Anraten seines Mentors Freddie Laker, sich selbst als Person vermarktete, wusste ich damals auch nicht, aber ich schlug es meiner Tochter in der Tat vor. Sie hatte auch keinen Werbeetat, der so groß wie der von British Airways gewesen wäre. Also nutzte sie sich, schon wegen ihren außergewöhnlichen Namen, selber als Marke. Orhidea flog nicht, wie Branson mit einem Heißluftballon über den Atlantik, aber uns schien damals als Gründer Bayern nicht weniger "unüberwindbar".

„Ich wurde Unternehmer, weil ich das Leben von Menschen positiv verändern will.“, sagte Branson bei der Veranstaltung „Light the Fire“ in Hamburg und ich sah darin, Parallelen zu unseren Überlegungen. Nach einigen Diskussionen wussten wir damals: der Erfolg wird uns nur dann beschert, wenn wir das Leben unserer Mitstreiter positiv verändern. Wir entdeckten den Mittelstand als unsere Zielgruppe. Er brauchte uns!

Richard Branson, mittlerweile Milliardär lebt auf seiner eigenen Insel in der Karibik, aber nach seiner Aussage, war Geld nie die Motivation zur Unternehmensgründung. Branson sagt:

„Den meisten Unternehmern, die ich kenne, geht es nicht ums schnelle Geldverdienen, sondern darum, etwas zu bewegen. Sie hatten eine Idee, die sie antrieb.“ Das kann ich bestätigen, denn in diesen 20 Jahren, in denen ich Orhidea begleite, sind mir fast ausschließlich Unternehmer begegnet, die von einer eigenen Idee beflügelt waren und sie unbedingt realisieren wollten.

Orhideas unermüdliche Mission ist, diesen Ideen eine Gestalt zu geben und diese Unternehmer zu unterstützen, sich ebenfalls mit ihrer Idee als Experten zu vermarkten. Dass die erste Unternehmensgründung die schwierigste ist, glaube ich Sir Richard Branson auf's Wort. „Bei der zweiten oder dritten Gründung lernt man, wie wichtig es ist, Aufgaben an Menschen zu delegieren, die das Alltagsgeschäft viel besser im Griff ha-

ben.“, sagt der beliebte Grenzgänger. „Viele Gründer können nicht sehr gut delegieren. Entscheidend ist es, früh zuverlässige Mitarbeiter zu finden – und diesen dann zu vertrauen.“ Eine dieser "Branson Weisheiten" trifft auf Orhidea besonders zu: „Behandeln Sie Menschen wie Blumen: Sie gedeihen nur, wenn sie regelmäßig gegossen und pfleglich behandelt werden.“ So hegt und pflegt Orhidea ihre Geschäftsbeziehungen, so gut sie kann.

„Nicht alles auf eine Karte setzen.“, betont Sir Richard Brensons ausdrücklich. Den wenigsten Unternehmer zog es immer wieder in neue Branchen. 1984 gründete er die Fluggesellschaft Virgin Atlantic Airlines und trat damit gegen etablierte Linien wie British Airways an. „Als ich darüber nachdachte, eine Fluglinie zu gründen, hatte ich

schon ein erfolgreiches Musiklabel. Die Kollegen hielten mich für verrückt. Aber ich versicherte ihnen, dass ihre Jobs nicht gefährdet seien.“, erzählt er mit großer Selbstverständlichkeit. „Beim Kauf des ersten Flugzeugs habe ich ausgehandelt, dass ich es innerhalb der ersten zwölf Monate zurückgeben kann.“ Er fügt lachend hinzu: „Wenn es nicht funktioniert hätte, dann hätten wir die Umsätze von sechs Monaten verloren.“ Eine seiner wichtigsten Botschaften an dem Nachmittag war also die Warnung davor, alles auf eine Karte zu setzen. „Sie sollten sich absichern, dass Sie - wenn etwas schief läuft - nicht ganz abstürzen.“

Und der ganze Saal hört gebannt zu! Danke an alle, die durch ihren Einsatz diese interessante Begegnung möglich gemacht haben.

Angelina Naglic

Richard Branson (links) im Gespräch mit Orhidea Titelmann April 2009 Stefan Merath, Veranstalter von "Light the Fire" in Hamburg
© Foto: Stephan Heemken



Red Carpet For Your Business

ORHIDEAL[®]
IMAGE

Podium der Starken Marken



IMPRESSUM

www.orphideal-image.com

Das Orhidea[®]-IMAGE Magazin ist ein Cross-Marketing-Projekt der internationalen Marke Orhidea und erscheint monatlich als Gemeinschaftswerbung der beteiligten Unternehmer.

Interviewpartner aus dem Mittelstand

IMAGE Plattform für professionelle Imagepflege & Business Relation Management

Liebe Leser,

Sie sind nicht alleine, auch wenn es Ihnen an der Spitze manchmal einsam vorkommt. Viele andere Unternehmer aus dem Mittelstand im deutschsprachigen Raum haben ähnliche Herausforderungen und Spaß an ihrem Wirken, so wie Sie. Leider werden sie nur selten sichtbar! Die wirklich coolen Unternehmervorbilder finden Sie auf einer „Bühne“, die Tagesgeschäft heißt. Und dort sind sie die wahren Stars mit Fans, sprich ihren Kunden, die exzellente Leistung wertschätzen und größtmöglichen Kundennutzen mit langjähriger Geschäftsbeziehung belohnen. Sie sind „berühmt“ und geschätzt in „ihrer kleinen Öffentlichkeit“ - und die ist oft alles andere als breit angelegt - meist nur auf eine enge Zielgruppe begrenzt und doch: sie sorgen dafür, in ihrer Zielgruppe den notwendigen Bekanntheitsgrad und das Ansehen zu erhalten. Und das funktioniert nur mit persönlichem Engagement und der erforderlichen Qualität dahinter. Sie kennen das ja...

Solche „Stars des Geschäftsalltags“ zeige ich Ihnen als **Orh-IDEALE**: keine unerreichbaren Ideale, sondern ermutigende Beispiele aus dem bodenständigen Mittelstand, die wissen, dass sie als Persönlichkeit ihre Unternehmensmarke prägen. Jedes Unternehmen ist nur so gut und markant, wie der Unternehmer dahinter. Sie alle verbindet die Tatsache, dass sie als Visionäre für eine Idee brennen, mit der sie Nutzen stiften und „die Welt positiv mitgestalten.“ Karl Pils, Autor und Redner, nennt diese Energie in seinen Büchern Überwinderkraft. Der Erfolg der vorgestellten Unternehmer basiert auch darauf, dass sie nicht nur Spezialisten in ihrem Fach,

sondern auch Menschenspezialisten sind. Weil sie genau wissen, wer sie sein wollen und was die anderen brauchen, tun sie die richtigen Dinge und ziehen die passenden Menschen an.

Es ist Zeit, dass der Mittelstand mit seinen wertigen Leistungen „ein Gesicht bekommt“. Wer ist den dieser oft gepriesene „Wirtschaftsmotor Mittelstand“? Uns interessieren die „hidden champions“ mit ihren engagierten Teams, die bescheiden im Hintergrund, aber mit viel Hingabe zur Sache agieren. Mein Beruf ermöglicht mir, Ihnen diese kompetenten Persönlichkeiten sichtbar zu machen. Bühne frei für Unternehmer mit Vision und Verantwortungsbewusstsein, die nicht zögern, mit ihrem guten Namen für ihre Firma zu stehen. Wir können voneinander lernen und uns gegenseitig begeistern. Geben Sie Ihren Ideen den nötigen Raum. Hier haben Sie die Plattform dafür gefunden: einen Ideen-pool für Macher aus dem Mittelstand.

Vergessen Sie nicht:

Eine Vision, die keiner kennt, kann auch niemanden mitreißen. In diesem Sinne bis bald

...immer eine gute Orb-idee für Sie.



Sie möchten Ihr Business präsentieren?

Info bei Orhidea Briegel Tel: 0177 3550 112

Bezugsquelle: Printausgabe monatlich bei beteiligten Unternehmen, im ABO, bei Verbreitungspartnern in D, A, CH erhältlich. PDF Ausgabe zum Download.

Verbreitungspartner auszugsweise unter: www.image-magazin.com PARTNER je nach Bedarf und Möglichkeiten limitierte Printexemplare, Online-Streuung unbegrenzt in Zeitraum und Menge, 12.000 Zugriffe im Monat

Koordination/ PR-Konzeption:

Orhidea Briegel • Herausgeberin
Orhidea[®] International
Erlkamer Str. 68 • 83607 Holzkirchen
www.orphidea.de • www.orphideal.com
Direkt Leitung: 0177 - 3550 112
E-mail: orphidea@orphideal-image.com

Orhidea-Magazin-Sharing[®] - sich ein Magazin teilen und sich gegenseitig bekannt machen! So wird ein eigenes Kundenmagazin bezahlbar und optimal verbreitet:

Nach diesem Prinzip verteilen die präsentierten & präsentierenden Unternehmen das IMAGE Magazin als schriftliche Referenz aktiv und ganz persönlich in ihren Wirkungskreisen, an ihre Kunden und Geschäftspartner direkt am Point-of-Sale, durch ihre Vertriebssteams, in ihren Kursen und Seminarunterlagen, auf ihren Messständen, durch monatlichen Postversand, in ihren Räumlichkeiten, auf ihren Hotelzimmern, auf Veranstaltungen u.v.m. Zur Zeit erreichen wir auf diese persönliche Weise monatlich über 20.000 Unternehmer, Entscheidungsträger und Top-Verdiener in D, A & CH als Multiplikatoren.

Alle Inhalte basieren auf Angaben der empfohlenen Unternehmen. Das Magazin dient dazu, auf Persönlichkeiten und deren Leistungen aufmerksam zu machen. Bedenken Sie: Alle Leistungen, die im Magazin empfohlen werden, können nicht durch die Experten überprüft werden. Empfehlungen bleiben Empfehlungen und sind keine Garantie für die Qualität einzelner Leistungen und Produkte. Für die Richtigkeit der Angaben und Folgen aus der Inanspruchnahme empfohlener Leistungen haften ausschließlich die empfohlenen Unternehmen.

Seitens Orhidea Briegel und der Experten kann keine Haftung übernommen werden. Nachdruck und Kopie - auch auszugsweise -, Aufnahme in Online-Dienste und Internet, Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-Rom, DVD usw. nur mit schriftlicher Genehmigung von Orhidea Briegel und der Experten. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos keine Gewähr. Die für sich werbenden Unternehmen (Experten) tragen alleine die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelierten Werbemittel. Der Experte stellt Orhidea Briegel im Rahmen seines Kolumnen-Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können.

Mai 2014 • Jubiläumsedition
10 Jahre Plattform
www.orhideal-image.com
SONDERDRUCK



Interview mit
Oliver Damm
Limbic Personality GmbH
Unternehmer des Monats

ORH
IMAGE **IDEAL**®

Podium der Starken Marken



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das

objektiv gesehen

Grüße aus der Machtzentrale



Kompetente Interviewpartner für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Der mit den Synapsen tanzt..
rund um den Globus abgerufen wird Oliver Damm's Limbic® Personality Check, der „Schlüssel zum Herzen Ihres Gehirns“, denn mit dem Test kann die emotionale Persönlichkeitsstruktur eines Menschen erfasst werden. Der authentische Multi-Entrepreneur lebt, wovon er spricht !

Was Forscher an Erkenntnissen zur Neurowissenschaft zusammengetragen haben, stellt uns der international gefragte Neuro-Experte und Buchautor Oliver Damm in einem revolutionären Persönlichkeits-Check für die Anwendung in der Praxis zur Verfügung. Der Spezialist für limbisch-orientierte Strategie ist geschäftsführender Gesellschafter der Limbic Personality GmbH und der Brain & Performance GmbH, sowie Inhaber der Strategiefirma Damm Consulting, in Nuolen in der Schweiz.

Als Begründer des Limbic® Personality Checks zur Bestimmung emotionaler Persönlichkeitsprofile ist er das Vorzeigegesicht und Implementierungs-Profi für neurowissenschaftliche Themen in die Wirtschaft. Aus der ganzen Welt lassen

Auftraggeber - basierend auf den Ergebnissen des Checks - eine Reihe von Analysen durchführen, mit denen Ziele schneller, effizienter und nachhaltiger erreicht werden. Die Strategien zur Optimierung des Erfolges für Menschen und Unternehmen basieren auf seiner 25-jährigen Unternehmererfahrung und wissenschaftlichen Studien.

Die Brücke von wissenschaftlicher Analyse zum Einsatz im Business-Alltag gelingt dem fesselnden Begründer des Neuro-Selling® und People Tuning® spielerisch. In Interviews und Vorträgen übersetzt Mr. Neuro die Zusammenhänge aus dem Schaltzentrum Gehirn anschaulich in die Unternehmer-Praxis und begeistert das Publikum. Und wen wundert es? Das Herz sitzt doch höher als vielleicht gedacht? *Orhidea Briegel*

Emotio schlägt Ratio ?

Sie sind gefragter Experte auf dem Gebiet der Neurowissenschaften, haben Wirtschaft und Neuroscience of Leadership studiert. Warum stehen die Neuro-Themen so im Fokus?

Mit zunehmender Komplexität wird es immer schwieriger auf Faktenlage zu entscheiden. Bei mehr als 20.000 Entscheidungen, die ein Mensch pro Tag durchschnittlich trifft, sind die Emotionen die Wegweiser, die den Informationsfluss im Gehirn steuern. In den emotionalen Gehirnzentren erfolgt ein ständiger Abgleich, ob die empfangenen Informationen, die tief in der Persönlichkeit verankerten Werte und Motive unterstützen oder bedrohen. Die Ergebnisse der Bewertungen werden in automatische Handlungen und Reaktionen umgesetzt.

Um diese unbewusst ablaufenden Programme herauszufinden, haben

Sie den Limbic® Personality Check entwickelt. Dabei konnten Sie auf Forschungsergebnisse von Dr. Hans Georg Häusel zurückgreifen, der die internationalen Markenrechte an Limbic® hält und Sie bei der Entwicklung des Testverfahrens unterstützt hat. Was können sich unsere Leser unter dem Limbic® Personality Check vorstellen?

Der Limbic® Personality Check öffnet die Tür zu den individuellen, unbewussten Programmen, die im Gehirn angelegt sind. Dort wird in jeder Sekunde entschieden, wie Sie auf welche Reize reagieren, was für Sie wichtig ist und was Sie letztendlich bewusst wahrnehmen. Sie erfahren also, welche Filter Ihr Gehirn ansetzt, um Ihre Realität abzubilden. Dazu werden 162 Aussagen zu Situationen des geschäftlichen Alltags verwendet, die Sie nur mit „Stimmt“ oder „Stimmt nicht“ beantworten können. Ziel ist die spontane Bewertung der Behauptungen, ohne darüber nachzudenken.

Wir machen uns dabei den Ablauf der emotionalen Bewertung durch das limbische System des Gehirns zunutze, die grundsätzlich immer zuerst stattfindet. Erst danach erfolgt die entsprechende Weiterverarbeitung der emotional kodierten Informationen im Gehirn. So sind wir in der Lage, das emotionale Persönlichkeitsprofil eines Menschen zu erstellen.

Wie nutzen Menschen dann die Erkenntnisse aus ihrem emotionalen Persönlichkeitsprofil?

Mit diesem Wissen können Sie Ihr Verhalten und Ihre Entscheidungen so beeinflussen, dass Sie erreichen, was Sie sich wirklich wünschen. Sie werden ein Meister Ihres eigenen Erfolges und lassen sich nicht länger von Umständen bestimmen, die ausserhalb Ihrer Kontrolle liegen.

Mit dieser Analyse wird der Mensch also zum bewussten Gestalter seiner Realität?

„Emotionen sind die Wegweiser, die den Informationsfluss im Gehirn steuern.“

www.limbic-personality.com

In den emotionalen Gehirnzentren liegt der Schlüssel für den Erfolg



Der Schlüssel zum Herzen Ihres Gehirns.

Ganz genau. Normalerweise realisieren Sie lediglich die Ergebnisse Ihrer - tief in Ihrem Gehirn verborgenen - Programme. Vielleicht fragen Sie sich manchmal, warum Sie in einer bestimmten Situation so und nicht anders reagiert haben. Stellen Sie sich vor, Sie sind in der Lage herauszufinden, wie diese Programme angelegt sind. Das ermöglicht es Ihnen, Ihr Leben wesentlich erfolgreicher und auf der Basis Ihrer wirklichen Grundbedürfnisse zu gestalten. Damit bekommen Sie eine Art Abkürzung, um Ihre persönlichen Ziele schneller und sicherer zu erreichen. Oft sind es nämlich genau diese unbewusst wirkenden Programme, die Ihnen im Weg stehen, ohne dass Sie das wissen.

Diese bahnbrechenden Erkenntnisse eröffnen zahlreiche Einsatzmöglichkeiten in unternehmerischer Hinsicht?

Allerdings. Bei Personalauswahl und -entwicklung ermöglicht es, richtiges Personal auszusuchen und richtig zu führen. Jeder will seiner ART GERECHT behandelt werden. Da gibt es Menschen, die brauchen viel Abwechslung, während andere Ruhe und Routinen suchen. Beide versagen, wenn sie im falschen Umfeld leben. Das ist übrigens einer der Hauptgründe, warum Menschen in einem Unternehmen erfolgreich arbeiten und beim Stellenwechsel sang- und klanglos untergehen.

Niemand würde erwarten, dass man einen prämierten Apfelbaum in Wüstensand einpflanzen kann und dieser dann noch immer dieselben guten Früchte

trägt. Diese Binsenweisheit des gesunden Menschenverstandes gilt leider nicht für Mitarbeiter. Hier passiert täglich genau das und weil die Menschen sich selbst nicht richtig kennen, erkennen sie natürlich auch nicht, welche Umgebung für sie Muttererde und welche Wüstensand ist. Hier lohnt es sich, Zeit und Geld zu investieren, denn jedes Grundbedürfnis, das nicht erfüllt wird, löst Stress aus, der das Abliefern einer guten Leistung immer schwieriger macht. Schon das Orakel von Delphi offenbarte die Worte: Erkenne dich selbst!

Kann so ein Limbic Check einem mittelständischen Unternehmen im „War for Talents“ auch weiterhelfen? Hier sind die Mittel für das Talentmanagement ja wirklich begrenzt.

Wer einmal die Gelegenheit hatte, einen Abstecker zu Google zu machen und zu sehen, was dieses Unternehmen Arbeitnehmern bietet, sieht schnell ein, dass er beim Kampf um Spitzenkräfte einem übermenschlichen Wettbewerber gegenübersteht. Also müssen die mittelständischen Unternehmen auf die Suche nach ungeschliffenen Diamanten gehen, aber auch die sind nicht so einfach zu finden. Dazu kommt noch, dass diese versteckten Talente einer neuen Generation angehören. Generation Y oder auch Digital Natives beschreiben einen vollkommen neuen Typ Mitarbeiter, bei dem die bisher angewendeten Strategien versagen müssen. Für diese Menschen steht nicht mehr der Arbeitgeber im Vordergrund; er

ist nur noch Mittel zum Zweck, um die eigene Persönlichkeit zu verwirklichen. Von daher kämpfen sogenannte Talentmanager mit der heroischen Aufgabe, diese neue Generation von Arbeitnehmern zu finden und an das Unternehmen zu binden.

Für mich hörst sich das nach David gegen Goliath an?

Was unheimlich schwierig klingt, kann mit den richtigen Instrumenten relativ leicht bewältigt werden. Dabei hilft es, sich die folgende Frage eingehender zu beantworten: Wann ist ein Mensch bereit, sich auf eine gemeinsame Zukunft mit einem Arbeitgeber einzulassen? Die Antwort ist relativ einfach: Wenn möglichst viele der eigenen Grundbedürfnisse nachhaltig befriedigt werden. Wenn ein Arbeitnehmer ein ideales Umfeld vorfindet, dann verspürt er viel weniger den Drang, sich zu verändern. Auch dafür haben wir Instrumente entwickelt, die es ermöglichen, den heiss begehrten Mitarbeitern ein ideales Umfeld zu bereiten. Interessanterweise ist es primär nicht das Gehalt, was bei der Wahl des neuen Arbeitgebers ausschlaggebend ist. Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten und familiäre Aspekte sind die wahren Zuggpferde, die den interessanten Kandidaten in das Unternehmen bringen. Wer diesen Trend verschläft, wird sich früher oder später massiven Problemen gegenüber sehen.

Da helfen sich die meisten Unternehmen selbst und suchen nach Persönlichkeiten, die sie zu Spitzenführern oder Spitzenverkäufern entwickeln können.

Stimmt. Bleibt nur eine Frage: Welche Eigenschaften haben solche Persönlichkeiten? Wussten Sie, dass Spitzenführerkräfte über 100 Eigenschaften und Verhaltensweisen haben und Spitzenverkäufer immer noch mehr als 70? Die wenigsten Menschen sind sich der Komplexität bei den Anforderungen für solche Positionen bewusst. Hier wird viel Budget verschwendet, wenn man nicht weiss,



People Tuning

„Mit Hilfe von People Tuning® befähigen wir diese Menschen, bewusst diejenigen Verhaltensweisen umzugestalten, die dem eigenen Erfolg oder dem des Teams im Weg stehen.“

OR IDEAL
**media
face**
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

LIMBIC SHOW

Discovering Personality

„Durch die praktische Anwendung neurowissenschaftlicher Erkenntnisse können Sie Ihr Unternehmen schneller, sicherer und effizienter ganz nach vorne bringen.“

www.brainperf.com
BRAIN & PERFORMANCE EXPERTS

wie solche Idealprofile aussehen und in welchen Gebieten der Persönlichkeit sich ein Mitarbeiter entwickeln muss, um in diese Liga aufzusteigen. Mit unseren Analysen kann mit den entsprechenden Trainings- und Coachingmassnahmen auf die Idealprofile hingearbeitet werden. Dieser Aufwand lohnt sich für die meisten Unternehmen, denn der Austausch von Mitarbeitern oder auch Erkrankungen kosten die Unternehmen ein kleines, manchmal auch ein grosses Vermögen.

Zeitalter der Emotionen

Wie brisant ist dann der Einsatz Ihres Wissens im Vertrieb? Ihr bekannter Markenbegriff Neuro-Selling® erklärt, warum viele Verkaufsschulungen überhaupt nicht funktionieren... Sie meinen die sogenannten Werkzeugkoffer, die auf alle Einwände des Kunden eine Antwort haben?

Tja, trotzdem verkauft die Mehrheit der Teilnehmer nach solchen Schulungen nicht besser. Warum? Erstens spielt beim Verkauf die Persönlichkeit des Verkäufers eine entscheidende Rolle. Diese bestimmt nämlich nicht nur, wie er beim potenziellen Kunden ankommt, oder eben auch nicht, sondern auch, wie er den Kunden und dessen Bedürfnisse wahrnimmt. Auch hier gilt: Wenn ich mich und meine automatischen Muster nicht kenne, dann habe ich einfach massiv schlechtere Karten im Verkaufsgespräch. Das alles handeln wir unter dem Begriff Neuro-Selling® ab.

Dazu gehört auch, wie ein Verkäufer mit wenigen Fragen herausfinden kann, welche Muster beim potenziellen Kunden in dem entsprechenden Kontext aktiv sind. Wenn ich diese kenne, muss ich mich nur noch innerhalb dieser Muster bewegen und schon wird der Erfolg wahrscheinli-

cher. Ich bin ein grosser Gegner davon, Menschen zu schubladisieren. Mittlerweile gibt es Seminare ohne Ende, in denen der Teilnehmer lernt, wie man z.B. einen „Dominanten“ erkennen kann. Auftreten, Auto, Büroeinrichtung etc. sollen Hinweise darauf geben. Forscht man ein bisschen nach, wie sich diese Pseudokenntnisse auswirken, dann sind die Ergebnisse katastrophal. Die Verkäufer haben zwar die Werkzeuge, aber verstehen überhaupt nicht, wie sie funktionieren und betrachten vor allem den Kontext nicht! Kontext ist alles und zu verstehen, welches Bedürfnis ein Mensch in diesem Kontext hat, ist die hohe Kunst wirklich erfolgreicher Verkäufer.

Ein „Dominanter“ kann je nach Kontext ganz schön unterwürfig sein. Das sind alles Aspekte aus dem Neuro-Selling, die natürlich nicht nur für Verkäufer-Kunden-Beziehungen zutreffen, sondern auch bei Teams

und im Konfliktmanagement zum Einsatz kommen.

Das bedeutet, die Idee des rein rationalen Menschen ist endgültig geschlagen?

Sie können die emotionalen Fakten auf keinen Fall unter den Tisch kehren. Warum gehen denn gut geplante, RATIONALE Dinge schief? Immer wieder fragen mich Unternehmer, wie ihre perfekt erarbeitete Strategie scheitern konnte. Beim genaueren Hinschauen stellt sich dann heraus, dass die Ursache nicht mangelhafte Planung war, sondern schlicht und ergreifend das Ignorieren von emotionalen Einflüssen. In unserer von Ratio geprägten Welt ist immer noch nicht genügend Platz für emotionale Faktoren.

Interessanterweise sind es aber gerade diese, die über Sein oder Nichtsein bei einem Projekt entscheiden. Wenn Rationalität auf emotionale

Widerstände trifft, scheitert fast immer die Rationalität. Von daher macht es Sinn, die eigene Strategie auf mögliche, emotionale Stolperfallen zu untersuchen. In der Mehrzahl der Fälle können diese nämlich im Vorfeld identifiziert und entsprechend ausgemerzt werden.

Habe ich das richtig verstanden: je komplexer die Welt, um so emotionaler fallen die Entscheidungen? Das ist ja geradezu revolutionär einfach.

Während im vergangenen Jahrhundert die Menschen ihre Emotionen noch wesentlich besser kontrollieren konnten, hat sich das heute geändert. Unser Gehirn ist so aufgebaut, dass zunehmende Belastungen dazu führen, dass die emotionalen Gehirnbereiche mehr und mehr die Kontrolle übernehmen. Die Menschen werden in ihrem Verhalten deshalb zunehmend von ihren emotionalen Programmen gesteuert, da die Ge-

hirnbereiche für bewusstes Nachdenken und Entscheiden immer stärker überlastet werden. Von daher ist das auf Kontrollzahlen und rationalen Denksätzen beruhende Treffen von Entscheidungen ein Auslaufmodell. Dieser Tatsache müssen sich Unternehmer stellen, wenn sie auch morgen noch eine Rolle im Markt spielen wollen. Diese Tendenz gilt für das Zusammenleben ebenso, wie für Marketing, Personalwesen und das ganze Unternehmertum. Wer diesen Trend verpasst, wird nur noch die Rücklichter des Zuges der Realität sehen, von dem er überholt wurde.

Limbic Personality GmbH
Ochsenbodenweg 9
CH-8855 Nuolen SZ

Fon +41 (0)55 460 21 36
info@limbic-personality.com
www.limbic-personality.com



„Weg vom
Kaffeersatzlesen -
hin zu Fakten:
XPS ist der
Schlüssel zur
transparenten und
glaubwürdigen
Finanzberatung.“

ORHIDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

*Volker Weg, Diplom-Mathematiker,
Aktuar (DAV) und IVS-Gepriüfter Versicherungsmathematischer
Sachverständiger für Altersversorgung*

XPS Finanzsoftware GmbH

Macht den Königsweg der Finanz-
planung leicht und effizient begehbar:
Volker Weg, GF XPS Finanzsoftware GmbH

**Professionelle Software
für Finanzplanung
und Ruhestandsplanung**

Wir bieten mathematisch hochwertige,
anbieterneutrale Software für Finanz-
planung und Ruhestandsplanung an.

Zu unseren Kunden zählen ausgebildete
Finanzplaner, qualifizierte Finanzberater
und Makler, Steuerberater und Banken.

XPS-Vermögensplaner

für die integrierte Finanzplanung.
Excel-basiert, schnell und einfach
im Handling.

XPS-Rentenplaner

für die Ruhestandsplanung
mit leistungsfähigem Optimierer
und Beratungsprotokoll.

XPS-Finanztools

für die Standardaufgaben.
Tools für den Finanzberater als
Online- oder Offline-Lösung.

XPS-Verwaltungssystem

für Finanzberater und Vermögens-
verwalter. CRM-System mit
Vertragsverwaltung.

www.xps-finanzsoftware.de



Mai 2014 • Jubiläumsedition
10 Jahre Plattform
www.orhideal-image.com
SONDERDRUCK



Interview mit
Rositta Beck
denkvorgang
Büroorganisation und
Kommunikation
Expertin des Monats



ORHIDEAL[®]
IMAGE

Podium der Starken Marken

Rettung aus der Informationsflut

„Machen Sie das Beste aus Ihrer Arbeitszeit.“ Das ist seit 1999 das Anliegen von Rositta Beck, Inhaberin von denkvorgang. Ihre Kunden erleben dabei einen qualitativen Sprung auch im privaten Bereich. Wenn es im Job „rund läuft“, wirkt sich das auch auf Lieblingsemenschen, Familie und Freizeit aus. Statt angespannt und unzufrieden erleben sich denkvorgang Kunden mit den neuen Methoden entlastet, klar, motiviert und souverän. „Lifestyle beginnt schon am Arbeitsplatz.“, erklärt Rositta Beck, Organisationsexpertin und Autorin. Zum Angebot zählen Lösungen für die Büroorganisation (Clean Desk, Struktur für Schrank und PC), Arbeitsorganisation und Kommunikation. Deutschlandweit stehen denkvorgang Coaches und Trainer mit Beratung oder Inhouse-Seminaren bereit. Immer gewürzt mit einer Prise Humor. So gelingt Zusammenarbeit.

IMAGE: Oft hören wir von Unternehmern, dass sie über E-Mailflut verärgert sind.

Rositta Beck: (lächelt verständnisvoll) Ja, das Volumen ist im Vergleich zu den Vorjahren gestiegen, ebenso Erwartungen an Erreichbarkeit und Reaktionszeit. Es gibt Menschen, die haben ihren E-Mail Account auf dem Smartphone immer bei sich. Das verleitet zu spontanem Beantworten oder Senden von E-Mails. Leicht entstehen Missverständnisse. Dazu kommt, nicht jeder hat die „klassische Büroarbeit“ (Ablageorganisation, Schreibregeln der DIN 5008) gelernt. Da werden E-Mails gerne im Posteingang aufbewahrt, statt sie in eine Aufgabenplanung zu überführen oder in einer stimmigen Struktur zu organisieren. Das verursacht Druck. Wer hat schon gerne Chaos im Posteingang?

IMAGE: Prioritäten setzen und Überlastung begrenzen - nur das bringt Struktur im Büro und entlastet den Kopf für das Kerngeschäft. Aber wie packt man das an?

Rositta Beck: Auf Basis einer durchdachten „Büro Logistik“, geht es auf der Verhaltensebene darum, die Arbeit richtig zu planen, zwischen wichtig und dringlich zu entscheiden. Hier helfen kommunikative Kompetenzen. Denn annahmegerechtes Begrenzen, ein „Nein zur Sache zu jetzt“, das fällt vielen Menschen schwer. Meine Empfehlung, wenn Sie sich das Arbeitsleben erleichtern wollen:

gönnen Sie sich ein Coaching. Schöpfen Sie aus dem Erfahrungsschatz unserer Coaches. Sie arbeiten deutschlandweit, stellen sich auf Ihre individuellen Besonderheiten ein, haben Humor und arbeiten mit Ihnen auf Augenhöhe. Sie erhalten eine nachhaltige Büro- und Arbeitsorganisation, schaffen sich Freiräume, Entlastung – Sie haben Zeit für das Wesentliche.

IMAGE: Sie sprechen vom „Roten Faden“ und ausgesuchten Methoden aus der Arbeits- und Büroorganisation, die am besten zu jedem einzelnen passen.

Rositta Beck: Richtig. Wir machen individuelle Angebote, wie es funktionieren kann. Dabei stellen wir uns auf den Menschen ein, ohne nur einen Weg zu „verordnen“. Der Rote Faden beginnt beim Anordnen von Arbeitsmitteln, Dateien und führt hin zu einer Arbeitszeit, die motiviert und mit Leichtigkeit erlebt wird. Das wirkt sich auch auf das Gefühl am Ende des Arbeitstages aus. Mit klarem, freien Kopf genießen Kunden die Zeit, die vom Tag noch übrig ist, mit ihren Lieblingsemenschen oder Dingen, die sie immer schon einmal tun wollten.

IMAGE: Welche Möglichkeiten bieten Sie Ihren Kunden zum Einstieg?

Rositta Beck: Ein kostenloses telefonisches Gespräch. Darin besprechen wir, welcher Lösungsweg für das jeweilige Anliegen am einfachsten zum gewünschten Ziel führt. Dem einen reicht ein Webinar von 1,5 Stunden. Der andere möchte eher von einem dreistündigen Arbeitsplatz-Coaching direkt an seinem Schreibtisch profitieren. Oder wir richten einen Tag ein, an dem wir gemeinsam die Ärmel hochkrempeln, das ganze Büro aufräumen und eine stimmige „Büro Logistik“ einrichten. Sie sehen – es richtet sich ganz nach dem Veränderungswunsch des Kunden. Wie viel Entlastung und Freiraum darf es denn sein?

IMAGE: Sie sprechen auch vom „Zauberwort Soft Skills“?

Rositta Beck: Ja, dabei geht es um das Weiterentwickeln persönlicher, kommunikativer und sozialer Kompetenzen. Denn wenn es auf der Beziehungsebene zwischen Kollegen, Vorgesetzten, Kunden oder Lieferanten „verbrannte Erde“ gibt, kostet das Energie, Zeit

und Geld. Insofern sind Soft Skills elementar für jeden Einzelnen in Bezug auf Arbeitsfreude, Beschäftigungsfähigkeit und auch Unternehmen profitieren davon in der Außenwirkung und Wettbewerbsfähigkeit. Soft Skills tragen zu einem positiven Arbeitsleben bei. Das Zitat von C. C. Vigil finde ich in diesem Zusammenhang sehr passend: „Menschen sind wie Musikinstrumente. Ihre Resonanz hängt davon ab, wer sie berührt.“

IMAGE: Sie wollen damit sagen, dass Chaos-Beseitigung nicht nur in Büroräumen, sondern auch im Kopf stattfinden sollte? Ein Investieren in sich selbst, um dadurch neue Fähigkeiten zu erlangen?

Rositta Beck: Ja – Klarheit im Außen wirkt sich auf Klarheit im Innen, im Denken aus. Stellen Sie sich einmal vor, wie leicht es gehen könnte, wenn Menschen optimal vorbereitet in Besprechungen gehen. Was alles möglich wird, wenn Konflikte lösungsorientiert bearbeitet werden. Gelungene Zusammenarbeit schafft Lebensqualität. Denn wer seine Termine und Aufgaben bei guter Kommunikation zielorientiert bewältigt, genießt mit einem freien, vergnügten Kopf sein Privat- und Familienleben.

denkvorgang

Rositta Beck • Tools und Trainings für Büroorganisation & Kommunikation
Hortensienweg 1 • 70374 Stuttgart

Telefon + 49 (711) 505 69-290
Telefax + 49 (711) 505 69-299
info@denkvorgang.com

OR IDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Büroorganisation und Kommunikation
denkvorgang
So gelingt Zusammenarbeit.

www.denkvorgang.com

Hotel des Monats



Friedrich Halder
Hotel Weisses Ross
Salzstr. 12 / Kalchstr. 16
87700 Memmingen/Allgäu

Tel. +49 8331 936-0
Fax. +49 8331 9360-150
info@hotelweissesross.de
www.hotelweissesross.de





Michael & Brigitte Menter Experten

Ansprechpartner Michael Menter wird gerne gebucht, um Sportler aus der „Nix-geht-mehr-vorwärts-Falle“ zu befreien. Der charismatische Antreiber setzt hohe Maßstäbe und ist erst dann zufrieden, wenn die Klienten ihre Ziele wirklich erreichen. Der „Profi-Einsteller“ unterstützt Sportler in der Findung Ihrer individuellen Vitalstoffe und mit seiner Hilfe gibt es keine Ausreden mehr, warum ein Leistungslimit nicht überschritten werden sollte. *Orhidea Briegel*



Eine Empfehlung der
Vitality Company
Vitalität für Anspruchsvolle

Mai 2014 • Jubiläumsedition
10 Jahre Plattform
www.orphideal-image.com
SONDERDRUCK



ORHIDEAL
media
face 2013
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Mrs. & Mr.

VitalOvation

Vitality meets Innovation.

Vitalität trifft innovative Konzepte. Mit dieser Formel inspirieren Brigitte und Michael Menter seit Jahren. Die Mission des pragmatische Ehepaars, über die Basis für mehr Leistungsfähigkeit und Verbesserung der Lebensqualität aufzuklären, geht in die nächste Stufe: das Vitality Company BusinessBaseCenter wurde im September 2013 eröffnet.

Neben der Vermittlung von innovativem Grundlagenwissen zu zellbiologischen Zusammenhängen ist der Fokus auf dem Ausbau des etablierten Partnernetzwerkes, in Form von Kooperationen und Franchise-Konzepten. Das engagierte Paar wird damit dem wachsenden Bedarf gerecht und schafft eine neue Qualität in der Gesund-

heits- und Wellnessbranche. Die Nachfrage nach kompetenten, zielgerichteten und persönlichen Vitalstofftrainings ist groß und die Informationen auf dem Gebiet der orthomolekularen Medizin unüberschaubar. Zielgerichtet, kompetent und glaubwürdig geben die beiden Orientierung und sorgen für ausgezeichnete Ergebnisse. Hier wird nicht nur strukturiertes Know-how transportiert, sondern allen Wissenshungrigen ein cleveres Konzept zur Verfügung gestellt, das Gesundheits- und Wellnessdienstleistungen ergänzt, aufwertet und gleichzeitig erfolgsbringender macht. Für den Laien und auch für den Fachmann erschließen sich in diesem besonderen Angebot neue faszinierende Erkenntnisse zu Kundennutzen

und zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten. Wer klares, gradliniges und partnerschaftliches Geschäftsgebahren schätzt, wird sich in ihrer Mitte sehr wohl fühlen.

Orhidea Briegel Herausgeberin

Für die Interviewfotos verwende ich in dieser Ausgabe Produkte der Linie „Flawless Sonya“, die Sie bei Vitality Company beziehen können.



www.vitality-company.de



Begegnung mit
Brigitte Bückle
Vital & more

Vitalstoff-Expertin des Monats

ORHIDEAL®
IMAGE

Podium der Starken Marken

Vitalität ist keine Frage des Alters

„Was kann besser
sein, als in die
eigene Gesundheit
zu investieren?“

Kooperationen sind willkommen

Als Brigitte Bückle ihr eigenes Geschäft **Vital&more** in Bernstadt gründete, ahnte sie noch nicht, dass sie ihre Passion gefunden hatte. Obwohl sie auch schon Jahre zuvor lange im Gesundheitsbereich gearbeitet hatte, ist die sympathische Bernstadterin erst in der Selbständigkeit in ihrem Element. Mit Erfahrung und viel Begeisterung konnte sie sich ihr Netzwerk kontinuierlich ausbauen: medizinische Berufe, wie Ärzte, Heilpraktiker, Physiotherapeuten, Kosmetik-, Friseur- und Sport-Studios arbeiten mit der quirligen Powerfrau genauso gerne zusammen wie interessierte Laien, die sich nach neuen Berufsmöglichkeiten umsehen und das **Vital&more**-Team ergänzen wollen. Vorkenntnisse sind dafür nicht notwendig, denn fundierte Schulungs- und Ausbildungsmöglichkeiten werden angeboten.

„Meine Vision ist, mit gleichgesinnten Geschäftspartnern, vielen Menschen die Chance auf Gesundheit und geschäftlichen Erfolg zu bieten. Jeder, der seine Träume, von einer verbesserten Lebensqualität bis hin zum Geschäftsaufbau erfüllen will, kann mit meiner Unterstützung rechnen. Ich liebe es, mit Menschen zu arbeiten und es gibt für mich nichts Spannenderes als ihr Leben zu beleben, ihnen ganz individuell auf jeden Einzelnen abgestimmt zu zeigen, wie sie ihre Lebensqualität, ihre Vitalität, ihren Lifestyle steigern können.“, schwärmt Brigitte Bückle.

Vitalstoffanalysen und Prävention

In ihrem Beratungsalltag gibt Brigitte Bückle und ihr Team Gesundheitsinteressierten mit einer Vitalstoffanalyse ganz individuell einen umfassenden und verständlichen Einblick in die ganzheitlichen Möglichkeiten zur Erhaltung, Steigerung oder Wiedergewinnung ihrer Vitalität.

Aus so einem Beratungstermin ergeben sich die daraus entwickelten Empfehlungen, wie vorhandene Befindlichkeitsstörungen am Schnellsten behoben werden können. Diese Empfehlungen entsprechen den neuesten ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und sind sorgfältig recherchiert. Sie dienen einzig und allein der Prävention und Unterstützung des körpereigenen Selbstheilungssystems. Auf dem stets neuesten Stand hält sich die anpackende Geschäftsfrau

durch engen Austausch mit der Vitality-Company, dem größten Ausbilder für orthomolekularer Medizin im deutschsprachigen Raum, für Ärzte, Therapeuten und medizinische Laien. „Diese Plattform steht für Ausbildung, ständige Weiterbildung und Persönlichkeitsentwicklung. Gegenseitige Unterstützung ist hier selbstverständlich. Als Partner stehen mir monatliche Mentorings zur Verfügung in denen ich mein Wissen zum Nutzen meiner Kunden ständig vertiefen und professionalisieren kann. Das ist sehr wertvoll und wichtig“, erklärt die Vitalstoff-Expertin voller Überzeugung.

Ob Sie sich zum Befindlichkeits-Check oder aus Kooperationsgründen mit Brigitte Bückle in Verbindung setzen - freuen Sie sich auf einen angelegten Austausch mit einer begeisterten Persönlichkeit.



Umfassendes Wissen will weitergereicht werden...Brigitte Bückle ist in vielen Fachrichtungen ausgebildet.

- Zahntechnikerin
- Vitalstofftrainerin
- Vitalitätstrainer
- SportVitalizer
- VitalityBeautyStylist
- Gesundheitsberater für Rücken, Füße und Gelenke nach Dorn
- Animal Instructor

Ein Termin

mit Brigitte Bückle

IMAGE: Sie arbeiteten 25 Jahre als Zahntechnikerin, durch mehrere Gesundheitsreformen. Wieso haben Sie diesen Beruf an den Nagel gehängt?

Brigitte Bückle: Ich hatte anhaltende Rückenprobleme und - wie viele Angestellte - wenig Zeit für mich selbst. Ja, dann versuchte ich einen beruflichen Wechsel und hoffte, die Beschwerden würden sich verbessern. Es veränderte sich nicht viel, Stress und Rückenprobleme waren meine ständigen Begleiter. Es waren keine leichten Zeiten. Auch zu Hause waren Belastungen da. Meine Tochter hatte von Geburt an schwerste Neurodermitis. Später gesellte sich bei ihr noch Heuschnupfen und Asthma dazu. Es gab keine Alternativmethode, neben der Schulmedizin, die wir nicht ausprobiert haben um die Beschwerden meiner Tochter zu lindern. Nichts half anhaltend.

Dann gab es den ersten Schritt für Sie in eine ganz andere Richtung?!

Es war so zu sagen ein Zufall. Ein Dorntherapeut bewahrte mich schließlich vor einer Bandscheiben-OP. Ich war begeistert von der Dorntherapie und machte eine Ausbildung zum Gesundheitsberater für Rücken, Füße und Gelenke. Ich hörte einen Vortrag von Michael Menter über orthomolekulare Medizin. Das war für meine Familie die lang ersehnte Lösung.

Ihre Rückenbeschwerden sind Vergangenheit?! Wie geht es ihrer Tochter?

Auch meine Tochter ist gesund. Sie hat weder Neurodermitis, noch Heuschnupfen und auch kein Asthma mehr. Das bedeutet für uns absolute Lebensqualität.

Dieser gesundheitliche Erfolg in Ihrer Familie hat Sie begeistert und auf den Weg gebracht zu dem, was Sie schon immer wollten: Menschen zu helfen.

Ich machte bei Vitality Company die Ausbildung zum Vitalstofftrainer und Vitalitätstrainer. Die Ausbildung eröffnete mir Einblicke in das „Wunderwerk Mensch“, wie genial alles zusammenspielt, wie sensationell unser

Körper arbeitet. Viele Fragen wurden mir beantwortet: Warum werde ich überhaupt krank? Was kann ich für meine Vitalität und Lebendigkeit selber tun? Hab ich die Möglichkeit für mehr Lifestyle, mehr Sexappeal? Auch im Alter?

Wie können Sie uns dieses Feuerwerk an Erkenntnissen zusammenfassen? Was machen wir falsch?

Es reicht einfach nicht mehr aus, was wir mit unserer Nahrung zu uns nehmen. Durch ausgelaugte Böden, lange Transportwege, industrielle Verarbeitung, chemische Behandlung, Bestrahlung, sowie lange Lagerhaltung hat die Nahrung immer weniger Nährstoffe. Dazu kommt, dass Gemüse und Früchte aus aller Welt unreif geerntet wird, d.h. bevor die Vitaminsynthese abgeschlossen ist.

Sie wollen sagen, dass unser Bedarf an Vitalstoffen nicht nur bei Stress, Krankheit, Diäten, Sport, Pubertät, Schwangerschaft, Stillzeit steigt, sondern auch wegen unserer Nahrungsmittel, die vitalstoffarm sind?

Viele Lebensmittel sind doch nur noch Magenfüllstoffe. Dazu kommt, dass die ständigen Belastungen steigen: Abgase, Gifte, Elektrosmog, Strahlenbelastung und Einnahme von Medikamenten. Schon zwei von drei Menschen erkranken im Laufe ihres Lebens an Diabetes, Krebs oder am Herz-Kreislaufsystem.

Ist es nicht erstaunlich. Wir leben in einer hochmodernen Zeit und sind körperlich trotzdem überfordert?

Eben darum, würde ich mal sagen. Der berufliche Alltag fordert immer mehr Konzentration, Belastbarkeit und Ausdauer. Wir sind ständig abrufbereit. Immer öfter endet dies in Erschöpfungszuständen, Infektanfälligkeit, Migräne bis hin zu Burn out ob beim Mitarbeiter, Angestellten oder beim Unternehmer selbst.

Das bedeutet auch für Unternehmen, dass sie immer mehr mit nicht belastbaren Mitarbeitern, Arbeitsausfällen und Krankheitstagen kämpfen. Für Kleinbetriebe bedeutet dies zum Teil Angst um ihre Existenz!?

Prävention wird leider immer noch viel zu sehr vernachlässigt. Warum Geld ausgeben, wenn es noch nicht „brennt“? Zum Glück denken nicht alle so kurzzeitig. Es gibt Unternehmer, die holen mich in die Firma und da mache ich dann einen Befindlichkeits-Check für die Mitarbeiter.

Geht es denn wirklich um die Investition oder um das Wissen?

Wahrscheinlich um beides. Bei manchen fehlt das Wissen, bei anderen die Einsicht, dass sie in ihre Gesundheit selbst investieren sollten. Die Selbstverantwortung für den persönlichen Lifestyle ist noch in den Kinderschuhen! Mit einer exakten Analyse der mangelnden Vitalstoffe und deren sinnvolle Ergänzung könnte jeder den Stress-Symptomen vorbeugen und seine körperliche und geistige Belastbarkeit steigern. So dass noch genügend Power für die Aktivitä-

ten nach der Arbeit bleibt; für Kinder, für Sport und einfach mehr Spaß am Dasein.

Sportler - egal ob im Leistungssport oder Freizeit - haben den Präventions- und Vitalitätsgedanken schon verinnerlicht. Sie haben sich meist schon Gedanken darüber gemacht, wie sie ihre Leistung auf gesunde Art und Weise steigern und ihre Regenerationsphase verkürzen. Auch hier ist die Lösung eine, auf den Sportler individuell eingestellte und zusammengestellte, Gabe von Vitalstoffen, um den erhöhten Bedarf zu decken. Mittlerweile gibt es viele Anbieter für Gesundheits-, Wellness- und Sportprogramme, doch sie vernachlässigen oft den großen Bereich der Zellbiologie.

Wie steht es um Ihre Vitalität und Zellpower? Terminvereinbarungen mit Brigitte Bückle unter Tel: 0172-7530361

- Befindlichkeits-Check
- Vitalstoffanalyse
- Gesundheitsberatung für Rücken, Füße & Gelenke
- Breussmassage
- Honigmassage
- Energiemassage

Vital&more
Brigitte Bückle
Gartenstrasse 2
89182 Bernstadt
brigitte.bueckle@t-online.de

„Auf Fragen meiner Kunden: Wie lange muss ich die Produkte nehmen? Müsste ich die Produkte immer nehmen? Die sind ja so teuer?! kann ich aus Erfahrung antworten: Investition in die eigene Gesundheit ist nie teuer. Bedenken Sie wie viel Geld und Zeit Sie selbst bei einfachen Krankheiten verlieren!“

Dankeschön

OR #IDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Implementierungsprofis

SAS-Lösungen, die begeistern



Mit einem begeisterten und auf SAS spezialisiertes Expertenteam kümmern sich die Geschäftsführer Torsten Grigull und Michael Trommer um das Datenmanagement und Business Analytics für größere Industrieunternehmen, Banken, Dienstleister, Versicherungen, Energiewirtschaft, den Öffentlichen Sektor. Als Partnerunternehmen von SAS, dem Marktführer bei Business-Analytics-Software und weltweit größtem unabhängige Anbieter im Business-Intelligence-Markt, sind sie bekannt und geschätzt für ihre Kompetenz in professioneller, branchenübergreifende Beratung und Systementwicklung. Authentisch überzeugend!

Herr Grigull, Sie haben langjährige Erfahrung mit SAS und ich habe gehört, man schätzt vor allem Ihrem Qualitätsanspruch bezüglich Projektabläufen und Umsetzung.

Wir sind interessiert an langjährigen Partnerschaften und Kundenbeziehungen. Das kann nur funktionieren, wenn man Mitarbeiter und Kunden durch ein angenehmes Arbeitsklima, reibungslosen Ablauf und letztendlich mit der nachhaltigen Qualität der Umsetzung überzeugt.

In Ihrer Branche geht es um Daten und Zahlen. Zählt am Ende nicht einfach nur das Ergebnis?

Sie spielen auf den menschlichen Faktor an? Natürlich zählt das Ergebnis. Dieses wird aber nur gut, wenn bei der Bedarfsermittlung sehr genau zu- und hingehört wurde. Sie müssen eine Abteilung und deren tägliche Herausforderung als Ganzes erfassen, um eine Software in ein Haus zu implementieren. Wenn Sie nicht in der Lage sind, die Menschen und die Unternehmensprozesse auch von der „menschlichen“ Seite zu erkennen, können Sie kein dauerhaft gutes Ergebnis erzielen. Es geht hier um große Investitionen und der Kunde will langfristig davon profitieren.

Ich kann mir gut vorstellen, dass es da große Unterschiede in der Dienstleistungsbranche gibt. Ist es denn schon ein Qualitätskriterium, offizieller Partner von SAS zu sein?

Ich würde sagen, ein Qualitätskriterium ist vor allem die Begeisterung, mit

der man seine Partner anstecken sollte. Denn in erster Linie macht uns unser Geschäftsfeld Spaß und die logische Konsequenz ist dann der Erfolg.

Mit anderen Worten, Ihr Name ist Programm?

Natürlich. Mit der täglichen Portion „Sasisfaction“ haben wir die Kunden auf unserer Seite. Außerdem steht unser Firmenname für Zufriedenheit. Das leben wir täglich vor.

Ist denn SAS Software auch für den Mittelstand tauglich?

Aber sicher! Das sind etwas größere Investitionen, die sich auch auf Dauer kaufmännisch lohnen. Wir wären dabei noch der kleinere Kostenfaktor (*er lächelt*). An uns wenden sich Versicherungen, Banken, Rechenzentren oder der Industriemarkt in Deutschland, Schweiz und Österreich. Die Kunden sind überhaupt alle, die Analytics und Datenaufbereitung in größerem Umfang umsetzen und anderen Abteilungen zur Verfügung stellen müssen.

Beim Imagefoto-Termin mit Ihren Mitarbeitern ist mir folgendes aufgefallen: Sie haben sehr markante, hochbegabte und gebildete Persönlichkeiten in Ihrem Team und alle haben eine sehr positive Ausstrahlung. Offensichtlich fühlen sich alle bei Sasisfaction sehr wohl.

In meiner Laufbahn habe ich schon alle Varianten des Arbeitsumfeldes miterlebt. Nicht immer ist der wertschätzende Umgang gang und gäbe.

Sehr oft geht es nur um die Ausbeutung des Know-hows und der Mensch bleibt auf der Strecke. Als ich mit Michael Trommer Sasisfaction gründete, war uns vor allem wichtig, dass alle sich mit ihren Aufgaben identifizieren können und ein Zusammenhalt entsteht. Das merkt der Kunde immer. Ein gespaltenes Team kann nicht optimal leisten. Es ist doch ein Kompliment für den Arbeitgeber, wenn er gefragt wird: „Bitte, ich will bei DIR arbeiten, hier fühle ich mich wohl.“. Wir unterstützen einen Mitarbeiter auch, wenn es bei ihm mal persönlich nicht rund läuft, aber auch fachlich, wenn er das Gefühl hat, er benötigt Schulungsmaßnahmen oder Weiterbildung.

Machen Sie mit solchen Referenzen überhaupt Ausschreibungen mit?

Wir machen jede Ausschreibung mit, die wir auch bedienen können. Es ist wichtig auf dem Markt auch nur die Projekte zu bedienen, wo man die Qualität leisten kann. Ansonsten verbrennt man sich nur die Finger. Wir können mit Stolz aber sagen, dass in der Regel die Kunden auf uns zu kommen und nach Rat, einer Lösung oder Empfehlung fragen. So reicht man uns weiter und das ist unser persönliches Erfolgserlebnis.

sasisfaction Gesellschaft für IT mbH
Ansprechpartner: Torsten Grigull
St. Anna Str. 8 • 86825 Bad Wörishofen
Tel: +49 (0)176 2408 2564
info@sasisfaction.de
www.sasisfaction.de

Über SAS

SAS ist einer der größten Softwarehersteller der Welt. Im Business Intelligence-Markt ist der unabhängige Anbieter von Business Analytics Software führend. Die Lösungen werden an ca. 55.000 Standorten in 129 Ländern eingesetzt – darunter in 90 der Top-100 der Fortune-500-Unternehmen. Die Lösungen von SAS unterstützen Unternehmen, aus ihren vielfältigen Geschäftsdaten eine konkrete Informationsbasis für strategische Entscheidungen zu gewinnen. Mit SAS Business Solutions steuern Unternehmen die eigene Leistungsfähigkeit, entwickeln neue Strategien und gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel.

In Zusammenarbeit mit seinen Kunden und aus den langjährigen Projekterfahrungen hat SAS Softwarelösungen für eine integrierte Unternehmenssteuerung entwickelt. Diese Lösungen kommen im Bereich Kundenbeziehungsmanagement, Risikosteuerung, strategisches Personalmanagement, Finanzcontrolling und IT-Gesamtsteuerung erfolgreich zum Einsatz. Firmensitz der 1976 gegründeten US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina (USA). SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg. Für die optimale Betreuung der Kunden in Deutschland befinden sich weitere regionale Standorte in Berlin, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln und München.

„Mit der Qualität der Umsetzung haben wir uns einen Namen gemacht“

Wenn Sie Unterstützung bei der Planung und Realisierung von SAS-basierenden Informationssystemen und Data Warehouse Solutions benötigen, dann sind Sie bei uns richtig.

Torsten Grigull
SASISFACTION

OR IDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen



Kundenverstehender und Sicherheitsmacher

mit großem Erfolg hat sich die LargeNet GmbH auf Dienstleistungen und Lösungen im Bereich der IT-Sicherheit spezialisiert. Das inhabergeführte, mittelständische Unternehmen am Standort Hamburg und Hannover ist bekannt als Spitzen-Adresse für IT Security.

www.LargeNet.de



Mai 2014 • Jubiläumsedition
10 Jahre Plattform
www.orhideal-image.com
SONDERDRUCK



Interview mit
Brigitte Reuter
Coaching
Karriereschritte
mit System
Expertin des Monats

„Die Komplexität des Internets erfordert eine wachsende Bandbreite an Kompetenz.“

ORHIDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Orhideal-IMAGE.com • Das Businessportrait-Magazin für Präsentation & Cross-Marketing

ORHIDEAL[®]
IMAGE

Podium der Starken Marken

„Ich begleite
Sie ein Stück
auf Ihrer
Wegstrecke zur
erfolgreichen
Veränderung!“

Die personalerfahrene Expertin Brigitte Reuter ist in ihrem Element, wenn sie Persönlichkeiten bei Veränderungsprozessen begleitet. Kenntnisse aus jahrelanger Personalarbeit fließen in die Beratungen oder Coachings der lebenslustigen und anpackenden Menschenversteherin ein. Mit dem gewissen Fingerspitzengefühl bringt sie ihre Klienten sicher an das gewünschte Ziel.

Karriereschritte mit System

IMAGE: Wie sehen Sie als Karriereberaterin die heutigen Anforderungen an den Lebenslauf?

Brigitte Reuter: Da hat sich viel verändert. Wenn man bedenkt, daß die Entscheider oft nur 1 - 2 Minuten Zeit haben, um einen CV zu screenen, kann man sich vorstellen, wie wichtig ein professionell erarbeiteter Lebenslauf ist. Er ist gewissermaßen wie eine Visitenkarte. Und da spielt es keine Rolle ob wir hier über den Mittelstand oder grosse Industrieunternehmen reden.

Weil die Anforderungen sehr unterschiedlich bemessen werden, sind Menschen in beruflicher Veränderung häufig verunsichert. Sie fragen sich: Habe

ich mich optimal dargestellt? Genügt meine Positionierung als Arbeitnehmer im Wettbewerb? Bin ich überhaupt auf dem richtigen beruflichen Weg?

Sie begleiten Ihre Klienten auf dem Veränderungsweg?

Ja! Gemeinsam mit dem Kunden finde ich heraus, welche Tätigkeit die „Richtige“ für ihn ist. Ich bereite ihn professionell auf Vorstellungsgespräche oder Mitarbeitergespräche vor. Wir trainieren ein anstehendes Interview oder Assessment Center. Ob Jobwechsel oder Karriereplanung, ich helfe weiter, wenn meine Kunden „schwimmen“, weil Sie spüren, dass das Alte nicht mehr greift und das Neue noch nicht in Sicht ist.

Manche haben das Gefühl, dass sie auf der Stelle treten, sich nichts mehr bewegt. Andere sind auf der Suche nach einer Aufgabe, in der sie ihr Potenzial einsetzen können, dass sie abends zufrieden nach Hause gehen. Dann gibt es auch solche, die vor Ihrer ersten Führungsaufgabe stehe und nicht wissen nicht, wie Sie die ersten 100 Tage überleben sollen.

Sie brennen sehr für Ihr Thema. Was treibt Sie dabei an?

Wahrscheinlich ist es die Vielfalt der Situationen, in denen ich Menschen begegnen darf. Es wird nie langweilig. Ich sehe meine Mission darin, mit meinem Kunden seine Situation optimal zu re-

geln. Es beflügelt mich, wenn ich sehe, dass ich positiv zu einem guten Ergebnis beitragen konnte.

Sie schlagen Möglichkeiten vor, die der Kunde selber nicht sieht?

Nicht ganz. Ich unterstütze als Coach den Klienten, bei sich selbst genauer hinzusehen und zu beobachten. In einem gemeinsamen Prozess erarbeiten wir - entweder in einem Coaching- oder in einem Beratungsgespräch - die nächsten Schritte und gehen den neuen Weg gemeinsam. Ich gebe dabei die Unterstützung, die der Kunde braucht, um seinen Impulsen und Träumen zu folgen. Das heißt, aus dem neu gewonnenen Verständnis heraus findet der Klient selbst seine Lösungen und Wege. Coaching ist immer eine neutrale Unterstützung, die das Potenzial eines Menschen freisetzt, damit er seine eigene Leistung wieder herstellen und optimieren kann. Ich helfe sozusagen Entscheidungs- und Handlungskraft wieder zu erlangen.

Woher schöpfen Sie die Erfahrung für die diversen Situationen?

Ich kenne Personalarbeit aus vielen Perspektiven - auch im internationalen Kontext, habe Kenntnisse aller Profile - von der Teamassistenz bis zur TOP-Ebene - und weiß, wie Führungskräfte ticken. Durch mich lernt mein Kunde deren Sicht kennen und erfahren, wie schwierige Interviews erfolgreich zu meistern sind. Die Brille des Gegenübers aufzusetzen, macht Verhandlungen viel einfacher. Darüberhinaus kommt meine langjährige Erfahrung als Outplacementberaterin beratungssuchenden Kunden zu Gute. Veränderungen laufen immer in Prozessen ab, da gehören auch die Tiefs dazu. Auch darin begleite ich Menschen und freue mich mit ihnen, wenn das erste Hoch in Sicht ist.

Muss sich ein Bewerber bei einem Großunternehmen anders positionieren als beim Mittelstand?

Das muss individuell analysiert werden. Hier können Sie die Vorgehensweise nicht über einen Kamm scheeren. Grundsätzlich kann man für jede Unternehmensgröße festhalten, dass

berufliche Veränderungen dann notwendig sind, wenn die Firma Personal einsparen muss, es Konflikte gibt oder der Arbeitnehmer sich weiterentwickeln will. Zunächst analysieren wir die Ist-Situation, konzentrieren uns auf die Potentiale. Erst nach dieser Bestandsaufnahme werden weitere Schritte eingeleitet.

Viele berufliche Veränderungen passieren auch unfreiwillig. Wie helfen Sie bei Konflikten?

Wir reflektieren gemeinsam beide Seiten - die eigene Seite und die des Konfliktpartners, z.B. die der Führungskraft oder des Kollegen. Mit meinem klugen Konfliktmanagement habe ich schon viele Kunden sicher ans Ziel gebracht. Entweder erreicht er eine positive Zusammenarbeit oder er braucht meine Hilfe für eine Umorientierung. Natürlich bezieht sich meine Arbeit nicht nur auf Konfliktsituationen, sondern auch auf grundlegende Karrierefragen, wenn sich der Kunde verändern will oder muss.

Sie sind offen für Kooperationen und Projekte, auch ausgefallener Art. Über Ihr Tango-Coaching für Frauen habe ich schon gelesen.

Für gute Ideen bin ich immer ansprechbar. Das Tango-Coaching habe ich schon lange nicht mehr im Programm. Aber es ist ein gutes Beispiel, dass Coaching viele Gesichter haben kann. Wie zum Beispiel auch Ihr Fotocoaching für die Mimik. Wir haben damals erfolgreichen, aber ausgelagerten Geschäftsfrauen Lebensfreude zurückgegeben. Wer vieles erreicht und managt, sagen wir wer gut funktioniert, fühlt sich manchmal müde und ausgebrannt. Im Tango-Coaching hatten wir durch das Wiederaufleben der Ressource „Weiblichkeit“ viele positive Energien freigesetzt. Die Damen gingen mit einer veränderten HALTUNG nach Hause - innen und außen.

Verstehe. Auch wenn Sie kein Tango-Coaching mehr anbieten, ist der Effekt, den Sie mit ihren Kunden erreichen, vergleichbar. Sie haben Recht. Die Ergebnisse, die Aufgaben richtig und mit mehr Schwung anzupacken, sind die gleichen wie beim Tanzen. Es kommt im richtigen Leben eben auch auf die korrekte Schrittfolge an.

Ich danke Ihnen für das erfrischende Gespräch.



Brigitte Reuter
Coaching & Beratung
Blücher Str. 10
80634 München

Tel. 0 15 22 / 298 84 61
info@brigitte-reuter-coaching.de
www.brigitte-reuter-coaching.de



FINAT Labelling Competition und World Label Awards

Innovationen auf dem Siegertreppchen

Unter dem Motto „Label your future“ traf sich der weltweite Verband der Selbstklebeindustrie (FINAT) vom 12. bis 15. Juni 2013 in München. Einen Einblick in die technischen Möglichkeiten der Branche geben die Gewinnerprodukte der diesjährigen FINAT Labelling Competition und der World Label Awards, die im Rahmen des FINAT-Kongresses prämiert wurden. In beiden Wettbewerben haben Produkte der Schreiner Group den ersten Platz in der übergreifenden Kategorie „Innovation“ belegt.

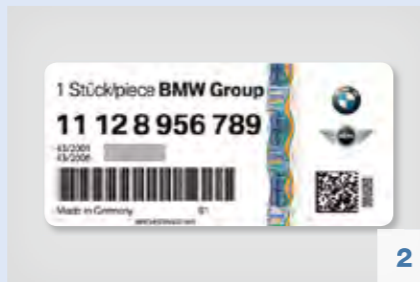
Bei der FINAT Labelling Competition 2013 erreichten die Electric Conductive Films in der Sonderkategorie „Innovation“ den ersten Platz. Die filigranen Metallfolien werden mithilfe modernster Stanz- und Drucktechniken hergestellt. Sie realisieren flexibel einsetzbare Funktionsfolien wie Leiterbahnen für flache Aufbauten, die als kapazitive Taster in Bedienfeldern integriert sind. In der Kategorie „Sicherheit“ überzeugte das Automotive-Logistiksigel die Jury und erhielt dafür den ersten Platz. Das Label kombiniert die Möglichkeiten

eines Logistiketketts für den individuellen nachträglichen Eindruck in der Kommissionierung mit innovativer, fälschungssicherer Produktkennzeichnung. Unterschiedliche offene und verborgene Sicherheitsmerkmale erlauben die Echtheitsprüfung durch Verbraucher oder Experten. Beim FINAT-Wettbewerb ist die Schreiner Group damit das 14. Jahr in Folge Sieger in der Kategorie Innovation. Das beweist die besondere Stellung des Unternehmens als Innovationsträger in der Etikettenindustrie.

Auch die World Label Awards – in die Einrichtungen aus weltweit sieben Verbänden einfließen – wurden in München vergeben. Hier zählen zwei Lösungen der Schreiner Group zu den prämierten Produkten: Die Color-Laserfolie für die Verblendung von Bauteilen und Gehäusen erreichte den ersten Rang in der Kategorie „Flexo Line“, und die in Typenschilder integrierten Druckausgleichselemente wurden in der Kategorie „Innovation“ ausgezeichnet.



1



2



3



4

- 1 Electric Conductive Films
- 2 Automotive-Logistiksigel
- 3 Color-Laserfolie für die Verblendung von Bauteilen und Gehäusen
- 4 Typenschild mit integriertem Druckausgleichselement

Mit Spaß zum Ziel

Nachhaltige Veränderungen in Unternehmen mit innovativen Konzepten

Mit Herz und Verstand unterstützen wir mit unserer jahrelangen Erfahrung Unternehmen, damit Führungskräfte und Mitarbeiter ihre Fähigkeiten und Kompetenzen am Arbeitsplatz nicht nur optimal einsetzen, sondern auch weiterentwickeln. Erfolgreiche Unternehmen brauchen erfolgreiche Menschen, die alle gemeinsam an einem Strang ziehen, gesteckte (Unternehmens)-Ziele zu erreichen. Wir wollen, dass Führungskräfte und Mitarbeiter sich an ihr Unternehmen gebunden fühlen, sich einbringen und (wieder) Spaß an der Arbeit haben.

Wir beraten Unternehmen und konzipieren innovative Konzepte zur Organisations- und Personalentwicklung, damit notwendige Veränderung im Unternehmen nachhaltig umgesetzt werden.

Wir trainieren moderne Kompetenzen, die Führungskräfte und Mitarbeiter aufgrund der heutigen Anforderungen in Unternehmen benötigen. Hierfür haben wir neue, ungewöhnliche Formate.

Wir coachen Führungskräfte und Mitarbeiter, um Veränderung auf individueller Ebene zu begleiten oder persönliche Weiterentwicklung zu unterstützen.

Unternehmen benötigen in der heutigen Zeit ganzheitliche Persönlichkeiten, die sich auf Veränderungen und neue Bedingungen einstellen. Unser Ziel ist, Unternehmen und Menschen auf diesem Weg mitzunehmen und so für Entwicklung zu sorgen!



„Ein energetischer Ort - wie dieser - kann Ihnen die fehlende Energie wieder geben!“

Bettina Barth

Bettina Barth

Reikimeisterin/-lehrerin
Ernährungs- & Gesundheitsberaterin
psychologische Beraterin

Tel.: 089-63 84 84 84
Mobil.: 0171-46 90 549
Fax.: 089-68 09 8 724

bettina.barth@
energetischer-ausgleich.de

Zurück in das **Gleichgewicht**

Durch die Beanspruchung in Beruf, Umwelt und Beziehungen werden wir oft immer energieloser. Als Folge fühlen wir uns schlapp, antriebslos oder es fehlt uns an Lebensfreude. Durch verschiedene Techniken aus der Energiearbeit ist es möglich, den gestörten Energiefluss wieder auszugleichen, weiß Bettina Barth. Dabei lässt sie sich durch intuitive Wahrnehmung mittels Bilder, ihrer Hände oder durch die Unterstützung eines Tensors leiten. Diese Harmonisierung kann bewirken, dass

- der energetische Körper von Belastungen gereinigt wird
- unser Wohlbefinden und die Lebensenergie gesteigert werden
- der Körper entspannt wird
- Harmonie und geistiges Wohlbefinden wieder hergestellt werden

Außerdem bildet Bettina auch in Reiki bis zum Großmeistergrad aus und gibt weitere Workshops - siehe Homepage.

„Meine Erfahrungen, die ich durch persönliche Umstände erlebt habe, gebe ich gerne an Menschen weiter, die ihr Leben auch in die eigenen Hände nehmen wollen.

Wenn Sie wieder in ihre Mitte finden wollen, aber nicht genau wissen wie, stehe ich Ihnen gerne zur Seite. Dabei arbeite ich z.B. mit Methoden wie

- Ernährungs- und Gesundheitsberatung
- psychologische Beratung
- Aurareading, auch als Kommunikation mit Tieren einsetzbar
- EFT und BSFF
- Reiki (geistiges Heilen in japanischer Tradition)
- Energetische Begradigung
- Bachblütenberatung
- Magnified Healing®
- Jin Shin Jyutsu
- Geführte Meditationen
- Energetische Hausreinigung und weiteres je nach Intuition

Bei der Arbeit ist es mir sehr wichtig, dass wir gemeinsam Übungen machen, die Sie dann auch später alleine und leicht im Alltag anwenden können. Wenn Sie einen Schritt weiter gehen möchten, gebe ich auch sehr gerne mein Wissen in Form von Seminaren und Ausbildungen weiter.

Ich bin gerne für Sie da. Ihre
Bettina Barth“

www.energetischer-ausgleich.de





Stevemoe Experte für luftiges Webdesign präsentiert

web'n stuff Die Kolumne

Gute Lösungen. Visuell und technisch.

Ich bin seit mehr als 20 Jahren in der IT-Branche tätig, realisiere kleine und mittlere Projekte und arbeite gerne für freundliche Menschen, die Handwerk zu schätzen wissen, die „nix von der Stange“ möchten, die Wert auf Individualität und folglich auch Wert auf eine individuell gestaltete Website legen. Dabei achte ich auf Webstandards und ausführliche, browserübergreifende Tests.

So auch beim Luftfahrtunternehmen Ballonteam Auerberg meines langjährigen Freundes & Geschäfts-Partners Michael Regler – bei dem ich inzwischen selbst Ballon fahre, nach dem ich die Ausbildung zum Freiballonführer 2010 abgeschlossen habe. Auf der Website wurde bewusst auf moderne Trends verzichtet, um das Zeitlose des Ballonfahrens nicht mit dem „Allerlei der Vielen“ zu verwässern. Passend dazu und mit einem „Augenzwinkern“ wurde der Flash-Vorspann und die Auto- & Hängerwerbung realisiert. Der Relaunch der Website war 2009.

Sie bekommen bei mir u.a.

- Websites (spezialisiert auf Joomla)
- Panoramaphotographie (360°x180°)
- Interaktive Flash-Magazine
- Vorbereitung für die Druckvorstufe

Besuchen Sie mich doch mal auf meinen Websites, darüber freue ich mich immer sehr...

Stephan Heemken Stevemoe's Websitedesign

Jaspersallee 31 81245 München Tel.: +49 (0) 89 8909 15 371 Mobil: +49 (0) 163 784 37 88 E-Mail: info@stevemoes.de

www.stevemoes.de

www.miles4help.de Stefan Pallhorn und mein Charity-Projekt mit echtem Nutzen für Sie.

Impressum AGB

Ballonteam Auerberg

Kirchweg 12 · 86944 Unterdießen bei Landsberg am Lech
Fon 08243 / 9930-645 · Mobil 0175-17 17 872 · Fax 08243 / 9930-646 · info@ballonteam-auerberg.de

Ballonteam Auerberg

Herzlich Willkommen!

Ton an -fabstollen Intro überspringen

Ballonfahren in seiner schönsten Form. Genießen Sie mit uns das wunderschöne Alpenpanorama im bayerischen Voralpenland...

...EINFACH ABHEBEN!

Ballonteam Auerberg

www.ballonteam-auerberg.de

Geschichte und Informationen

Die Geschichte des Ballonfahrens

Die Geschichte des Ballonfahrens beginnt eigentlich im Jahre 1783 mit dem Seitenuntersock von Madame Montgolfier aus Annonay, einer Ortschaft in Frankreich. Offen blinde und in Richtung Dörfle schwebte. Durch diese Erkenntnis, dass warme Luft leichter sein muss als kalte, kam ihm die Idee. Mit seinem Bruder, Jacques Étienne Montgolfier konstruierte er den ersten Heißluftballon - die Montgolfiere. Dieser Name ist bis heute erhalten geblieben. Aus Leinwand, Papier und Holz war dieser Prototyp gefertigt und stieg am 2. Juni 1783 in eine Höhe von 1.800 m auf. Dieser erfolgreiche Versuch näherte den Gedanken, doch selbst in die Lüfte steigen zu können. Aufgrund der Bedenken, in diesen Höhen vielleicht nicht mehr allein zu einem Heimort, entschlossen sich die Gebrüder Montgolfier zur Entdeckung mit einem Hahn, einer Ente und einem Hahn. Am 19. September 1783 stiegen diese Passagiere in den Himmel und landeten auch wieder unversehrt. Zwei Wochen danach, am 15. Oktober startete der erste bemannte Heißluftballon mit dem Apotheker Jean-François Rozier, der damit zum ersten Luftfahrer dieser Welt gekürt wurde. Dieser ersten Fahrt in einem angeblähten Ballon ließ er einen Monat später eine weitere folgen, als er mit dem Marquis d'Arlandes in einem Fenchel zum Kilometer über Paris hinaus im Luftmeer fuhr. Per Gesetz erließ König Ludwig XVI., das es fortan nur dem Adelstand erlaubt war den Luftraum für Ballonfahrten zu nutzen. Daher stand auch die Tradition, Erstballonfahrer mit einer symbolischen Taufe in den Ballonbad zu erheben. Die Entwicklung auf diesem unverständlichen Heißluftballon führte dann zum modernen Ballon.

Der Ballon

Heute verwendete Ballonhüllen bestehen aus beschichteten Nylon, mit angehängten Lastbänden. Das beschichtete Material ist sowohl nicht brennbar und gewährt damit ein Maximum an Sicherheit. So kann die Erwärmung der Luft mittels glühender Steine, anstatt durch einen Brenner (ca. 4.000 PS Leistung) gut steuerbar und präzise erfolgen. Stattdessen verbindet die Ballonhülle über dem Brenneraufbau mit dem Korb und durchdringt diesen auch noch über die Entwürfe. Der Korb ist ein Wabengeflecht und dies nicht nur aus Tradition. Dieses Naturmaterial ist bis heute in Punkte stabil und elastisch nicht durch High-Tech-Materialien zu ersetzen. Als Treibstoff sind umweltfreundliches Pflanzenöl oder Ethanol zu verwenden.



Das Ballonfahren mit dem Ballonteam Auerberg

Unter den Ballonfahrtunternehmen sehen wir uns als die Spezialisten für Individualität.

Die Fahrt mit einem Ballon ist die älteste Art der Fortbewegung in der Luft und steht in der Natur der Sache schon für das ganz Besondere. Doch betriebswirtschaftliche Aspekte haben lange schon Einzug gehalten und das Ballonfahren in neue Größenordnungen gebracht.

So ist es inzwischen eher normal, mit bis zu 20 Personen in einem Korb die Fahrt zu erleben. Die Anfahrt zum Startplatz erfolgt mit Kleinbussen, der Auf- und Abbau des Ballon ist mit entsprechend großem Aufwand verbunden, die Körbe sind parzelliert und die Taufe gleicht dann eher einer Großabfertigung.

Dieser Entwicklung haben wir uns mit Freude verweigert und bieten unseren Gästen das persönliche Erlebnis.

Eine extralange Romantikfahrt zu Zweit, anlässlich eines Heiratsantrages, einer Fahrt zum Hochzeitstag, zum Geburtstag, als Überraschung, die kleine Familienfahrt mit maximal vier Personen oder zu anderen privaten Festen und Feierlichkeiten – wir haben die Ideen und die Möglichkeiten das umzusetzen.

Trotz gut gefüllter Buchungslisten und der absoluten Wetterabhängigkeit des Ballonfahrens versuchen wir auch Wunschterminen immer gerecht zu werden.

Überwiegend befahren wir das bayerische Luftmeer da, wo es am schönsten ist: Im Voralpenland oder in der vorgelagerten Region um den Ammersee.

Bei Exklusivfahrten heben wir auch aus Ihrem Garten ab, vorausgesetzt, dieser ist dafür groß genug. Freuen Sie sich auf ein Abenteuer der ganz besonderen Art.

Michael Regler Ballonteam Auerberg

Kirchweg 12 86944 Unterdießen bei Landsberg am Lech Tel.: +49 (0) 8243 9930-645 Fax.: +49 (0) 8243 9930-646 Mobil: +49 (0) 175 17 17 872 E-Mail: info@ballonteam-auerberg.de

www.ballonteam-auerberg.de



Michael Regler, Gründer von HIFI-Regler, Inhaber verschiedener Unternehmen (Elektronik, Reitsport, Luftfahrt) und leidenschaftlicher Musiker.

Mit einem Heißluftballon stieg auch der aus München zum Auerberg „emigrierte“ Unternehmer zum ersten Mal in den Himmel des Allgäu.

Vorbelastet durch die frühe Zeit als Privatflieger war schon bald der Entschluss zu Anschaffung eines eigenen Ballons gefasst.

Die Lizenzierung zum Luftfahrtunternehmen erfolgte durch das Luftfahrtbundesamt und so gewährleiste höchste Standards den sicheren Ablauf einer jeden Fahrt – und das erfolgreich und unfallfrei seit dem Jahr 1999.

ORH IDEAL[®]

IMAGE

Podium der Starken Marken

DANKE!

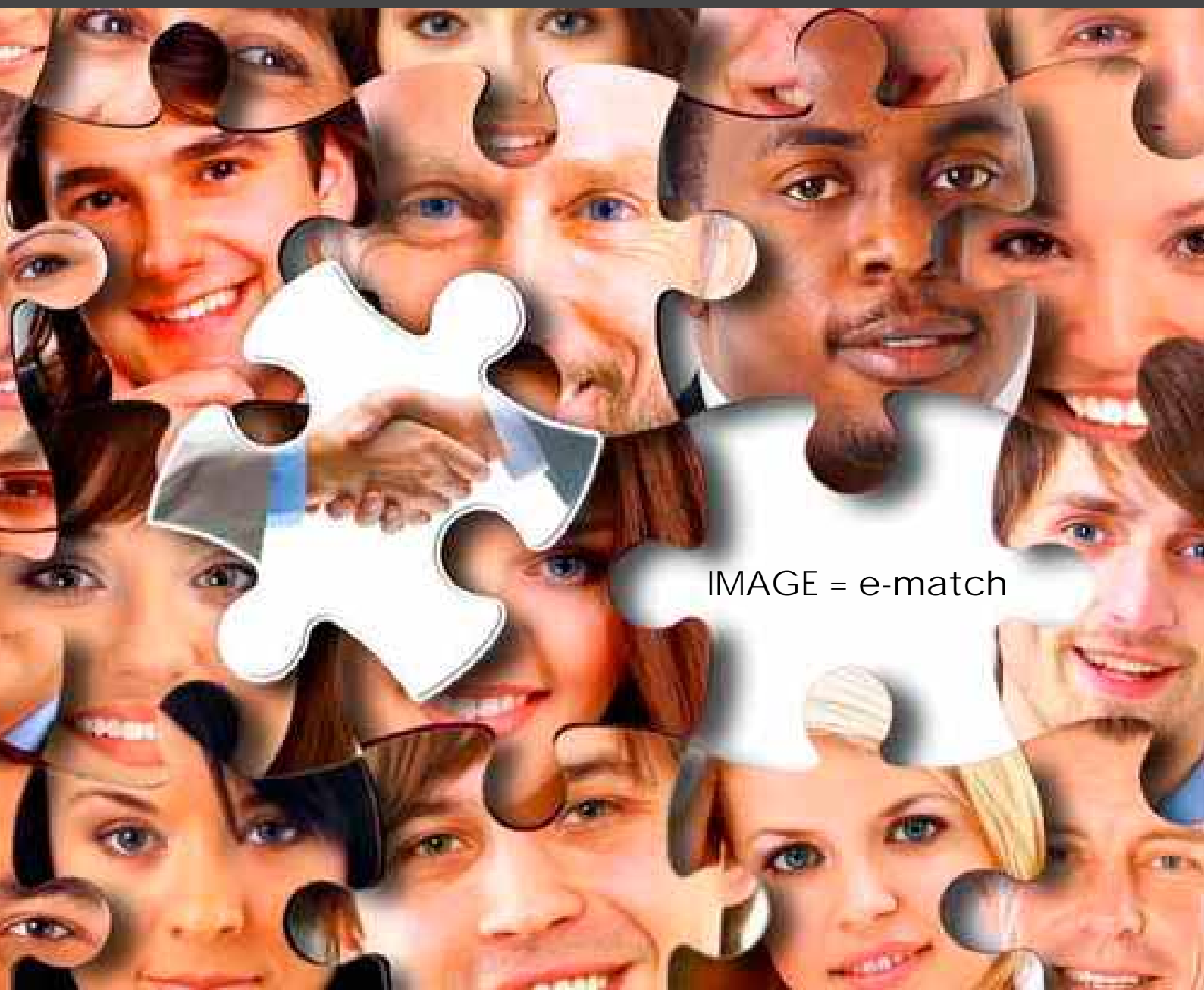


IMAGE = e-match

20 Jahre Orhideal • 10 Jahre IMAGE Plattform

Liebe Freunde von IMAGE, sehr geehrte Geschäftspartner,

mit einem Strauss an blühenden Orh-IDEEN bedanke ich mich für die Treue und das konstruktive Mitwirken: Wir führen 2014 unsere Plattform in eine neue Dimension und verbinden unsere Partner noch zielgerichteter mit einem einzigartigen Mix aus on- und offline Maßnahmen. Besuchen Sie uns doch beim Online Treff.
Herzlichst, Orhidea Biegel