

Mai 2017 • **Sonderedition**
13 Jahre Plattform
www.orphideal-image.com



Begegnung mit
Werner Sulzinger
Steuerberater

Experte des Monats

Podium der Starken Marken

ORPH
IDEAL®
IMAGE



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das **objektiv** gesehen

Steuern - aber bitte in die richtige Richtung:
Top-Beratung in allen Steuerfragen
für Unternehmer & Privatpersonen

Preisgekrönte Wegbegleiter

Der Paragraphen-Dschungel lässt in seiner Komplexität viele Unternehmer, Geschäftsleute und Privatpersonen erschauern. Wem vertrauen, die Sorgen oder Ängste und die Besonderheiten im eigenen (Geschäfts-)Alltag erzählen? Es ist seine vertrauenswürdige und verbindliche Art, mit der Steuerberater Werner Sulzinger seinen Mandanten die Nervosität bei dem Thema Steuern nimmt. Im Dialog mit ihm und seinem Team weicht die undurchdringlich gewachsene Wand von Paragraphen und Vorschriften. In seinem Orbit kann der Mensch wieder Mensch sein, nicht nur der gepeinigter Steuerzahler.

Für ihre vorbildliche Unternehmenskultur wurde der Steuerkanzlei Werner Sulzinger der „Traumfirma“-Preis bereits mehrfach verliehen. Dieser wird nur an solche Firmen vergeben, die den „Traumfirma“-Check in Form einer anonymen Mitarbeiterumfrage bestehen. Nicht nur die persönliche Einschätzung der Mitarbeiter spiegelt die gelebte Realität im Unternehmen am besten wider, sondern auch die Begeisterung der Mandanten, die die Marke Sulzinger in ihren Empfehlungen weitertragen. In unserem Netzwerk ist die Sulzinger-Expertise geschätzte Wegbegleitung nicht nur in unternehmerischen, sondern auch persönlichen Fragen. **Wie der Chef, so sein Umfeld. Ein professioneller, menschen-naher und moderner Wegbegleiter. So gelungen kann Dienstleistung sein!** Orhidea Briegel, Herausgeberin

Mit BGM von Löwis und Orhidea Briegel, bei TRAUMFIRMA-Vergabe, als beliebter Ansprechpartner im Orhideal-Netzwerk und bei Events.



www.sulzinger-steuerberatung.de

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



„Wir nehmen
uns Zeit für
Gespräche,
um mehr
über unsere
Mandanten,
über ihre
Visionen
und ihre
Bedürfnisse
zu erfahren.“

ORHIDEAL
**media
face** 2017

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Serviceorientiert und modern:
Werner Sulzinger und sein Kollege
Thomas Stierstorfer informieren ständig über
neue Änderungen und Urteile oder geben
proaktiv Tipps zum Steuersparen.
„Wir informieren mittlerweile über Social Media
Communities, wie Twitter, Facebook
und auf unserer Homepage.
Dies ist sehr praktisch, da man immer auf
dem Laufenden gehalten wird.“

Infotelefon: 0049 (0)8024 305840
kanzlei@sulzinger.info



Werner Sulzinger

Diplom-Finanzwirt (FH)
Steuerberater
7 Jahre Tätigkeit bei der
Bayrischen Finanzverwaltung
2 Jahre leitender Mitarbeiter
in einer Steuerkanzlei

Kanzlei in Holzkirchen seit 1998

Telefon: +49 (0) 80 24 – 30 58 44
stb@sulzinger.de

Steuerberatung - Eine Frage der Chemie ?

Objektive Kriterien bei der Beraterauswahl

Das deutsche Steuerrecht gilt, verglichen mit anderen Ländern, als eines der kompliziertesten. Oft ist es besonders für Laien in seiner Fülle und Vielfalt nicht zu überblicken. Der Gang zum Steuerberater ist die logische Konsequenz, ganz unabhängig von dem Wunsch, Steuern sparen zu wollen. Für Gewerbetreibende und Freiberufler ist der Weg zum Steuerberater in der Regel sogar unvermeidbar. Steuerberater bieten auf der Basis ihres Fachwissens Ideen und Möglichkeiten an, auf legale Art und Weise so wenige Abgaben wie möglich an das Finanzamt zahlen zu müssen.

Je höher das Einkommen, desto mehr lohnt sich das Engagement eines Steuerberaters. Und es zahlt sich am Ende in barer Münze aus. Darüber hinaus gehen Mandanten sicher, dass sie keine einzuhaltenden Fristen versäumen und kontinuierlich über neue Steuersparmöglichkeiten- und gesetzliche Neuregelungen auf dem aktuellen Stand gehalten werden. Ein kompetenter Steuerberater macht Sie außerdem auf Fehler und Optimierungsmöglichkeiten aufmerksam. Die relevanten Gesetzesänderungen immer im Blick, informiert er Sie darüber unaufgefordert. Damit Sie alle festgesetzten Steuerbeträge fristgerecht zahlen, sollten Sie rechtzeitig auf fällige Zahlungen hingewiesen werden. Nicht zuletzt sollten Sie in allen Fragen rund um die steuerlichen Belange Ihres Betriebes stets das Gefühl haben, dass Ihr Berater Ihnen genau zuhört und in Ihrem Interesse handelt. Steuerliche und wirtschaftliche Beratung ist in jedem Fall eine Vertrauensfrage, die Sie als Mandant sorgfältig abwägen sollten.

Sie wünschen bestimmt, dass sich der Berater Zeit für Sie nimmt und Sie stets wissen, wie viel Sie für die Leistungen des Steuerberaters zahlen müssen, was bedeutet, dass ein Kostenrahmen besprochen werden sollte, bis klar ist, welcher Aufwand entsteht. Es ist wenig erfreulich, wenn man später vor vollendete Tatsachen gestellt und zur Zahlung aufgefordert wird. Das sind allgemeine und objektive Kriterien, den richtigen Steuerberater zu finden.

Subjektive Kriterien

Das subjektive Kriterium schlechthin bei der Wahl des Steuerberaters ist die sogenannte Chemie. Diese wird nur bei einem persönlichen Gespräch am Telefon oder beim Termin fühlbar, wenn Sie prüfen, wie der Steuerberater Ihre Wünsche aufnimmt und auf diese eingeht. Ein ungezwungener Dialog, bei dem Sie sich wohl fühlen, ist der Indikator für gute Chemie. Dieses Kriterium sagt zwar nichts über die Arbeit des Steuerberaters und seine Fähigkeiten als solchen aus, dennoch ist das Kriterium wichtig für die Zusammenarbeit und nicht zu unterschätzen.

Welches Erfolgsrezept hat sich bei Sulzinger Steuerberatung sehr gut bewährt?

Mit Offenheit und Schritt nach vorn seine Mandanten zu bedienen. Als moderner und kompetenter Steuerberater mit einem gut eingespielten Team ist Werner Sulzinger insbesondere für größere Mandate eine wertvolle Unterstützung und der Wegweiser. Seine Mandanten wissen, dass Steuern gezahlt werden müssen, um beispielsweise die Infrastruktur zu erhalten. Da er ein Mensch der klaren Worte ist, erklärt er seinen Kunden, dass es nicht unbedingt sinnvoll ist, Ausgaben hoch zu halten, nur um wenig Steuern zu zahlen. Steuerberatung ist eine durchaus kreative Arbeit und es gilt immer den optimalen Lösungsansatz zu finden! Steuern müssen also kein unangenehmes Thema sein.



Thomas Stierstorfer

Diplom-Jurist Univ.,
Steuerberater

In der Kanzlei tätig
seit 2007

Telefon:
+49 (0) 80 24 – 30 58 42
t.stierstorfer@sulzinger.de

WERNER SULZINGER

STEUERBERATER

Holzkirchen · www.sulzinger.info





Philosophie

Im Mittelpunkt steht der Mensch.

„Unser Ziel ist es, auf der Grundlage fundierter Fachkenntnisse und einer individuellen Betreuung mit unseren Mandanten gemeinsam optimale Ergebnisse zu erzielen.“

Der Faktor MENSCH wird bei uns groß geschrieben

Es wird behauptet, dass Mittelständler rund zehn Jahre ihrem Steuerberater treu bleiben. Viele Existenzgründer sind unsicher, wen sie beauftragen sollen. Wie kann man am Anfang erkennen, ob der Steuerberater gut ist, Herr Sulzinger?

Werner Sulzinger: Wenn ein Steuerberater am Anfang ausgesucht wird, muss einiges beachtet werden, um die Chancen auf eine lange und gute Kooperation zu erhöhen. Zum Beispiel Referenzen! Die können ein Indiz für gute Leistung sein. Oder die Suche im Internet: In Steuerberater-Suchservice-Portalen sind auch geprüfte Spezialisten zu verschiedenen Themen abzurufen. Ein Tipp ist auch, dass der Steuerberater Erstgespräche nur dann abrechnen sollte, wenn kein Mandat erfolgt. Wenn es um dringende Fragen geht, sollte der Steuerexperte erreichbar sein und vor allem über wichtige Fristen und Termine rechtzeitig informieren.

Die Auswahl an Steuerberatern ist groß. Den richtigen Fachmann oder -frau für die eigenen Bedürfnisse zu finden ist nicht leicht.

Eine große Auswahl ist im Grunde genommen gut, aber sie erschwert natürlich die Entscheidung. Einem Steuerberater vertraut man einiges an, wie zum Beispiel seine komplette Buchführung, Einkommens- und Vermögensverhältnisse etc. Bei solchen empfindlichen Themen muss ein Steuerberater diskret und vertrauenswürdig sein. Oft ist die sogenannte „Chemie“ schon bei der ersten Begegnung abzustimmen. Jahrzehntlang war die Branche verwöhnt. Diese Zeiten sind vorbei. Der moderne Kunde ist kritisch, schaut genau, wem er sein Geld anvertraut und erwartet Tipps und Tricks, wie man Steuern einspart. Aber auch umgekehrt muss ein Steuerberater auch seinem Mandanten vertrauen können. Im Vordergrund steht unter anderem die moderne Kommunikation mit dem Steuerberater, das Vermitteln von Know-how, heißt z.B. mit geeigneten Instrumenten seine Buchhaltungsbelege ohne Vorkenntnisse zu bearbeiten.

Die Finanz- und Steuerplanung gehört zum Standardrepertoire eines Steuerberaters. Was gehört zu Kernkompetenzen eines Steuerberaters?

Die Finanzplanung, Controlling, Bank- und Kreditgespräch, Unternehmensbewertung bis hin zur Unter-

stützung im Personal- oder Forderungsmanagement gehören auch dazu.

Welche Kriterien zur Erkennung des geeigneten Steuerberaters können Sie empfehlen?

Vor allem das Engagement! Ein vorbildlicher Berater interessiert sich für seinen Mandanten. Bei mir steht der Mensch im Mittelpunkt!

Schauen Sie, Frau Briegel, heutzutage betrifft das Steuerrecht fast alle Facetten des Lebens, wie beispielsweise Unterhalt für das Kind, Krankheiten mit hohen Behandlungskosten und vieles mehr. Alle Hinweise auf das Leben des Mandanten sind wichtig, da diese steuersparend sein können. Eine vertrauensvolle Atmosphäre und das Vorlegen der Fakten ist dabei von großer Bedeutung. Gute Berater haben Checklisten. Aber es ist nicht nur wichtig, diese abzuhaken, sondern darüber hinaus zu erfahren, was für den Mandanten wichtig ist; vielleicht ein Hauskauf oder Stiftungs-Gründung. Diese Informationen sammelt ein Spitzenberater und nennt seinen Mandanten unaufgefordert Gestaltungsmöglichkeiten zum Steuersparen. Es geht darum, die Mandantensituation ganzheitlich zu erfassen.

Welches ist Ihr Leistungsportfolio? Betreuen Sie auch Unternehmer oder nur Privatpersonen?

Ich berate sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen bei Steuererklärungen, Jahresabschlüsse, Buchführung, Lohn, steuerliche Gestaltungen, Schenkung- und Erbschaftsteuer, Nachmeldungen z.B. von Zinsen, Gemeinnützigkeitsrecht, kommunales Steuerrecht usw. Bedenken Sie, Unternehmer haben ja auch ein privates Leben.

Engagement ist sicherlich nicht das einzige Eignungskriterium?

Natürlich nicht. Verständlichkeit ist auch wichtig! Fachchinesisch bringt beide Seiten nicht weiter. Nach dem Termin sollten Sie mehr wissen als davor. Trotz riesigem Fachwissen sollte sich ein Steuerberater bemühen, Klartext zu reden. Nur so lassen sich im Dialog mit dem Mandanten Potenziale feststellen.

Erreichbarkeit ist auch ein Kriterium. In unserer Kanz-



lei ist zu normalen Geschäftszeiten immer jemand erreichbar, in der Regel einer der beiden Steuerberater, die weiterhelfen können. Dann ist ein wichtiger Aspekt die laufende Weiterbildung, denn der Steuerberater und sein ganzes Team müssen sich ständig neue Informationen holen. Darauf legen wir großen Wert. Nachvollziehbare Honorarpolitik wird vom Mandanten ebenfalls sehr geschätzt. Damit sie mit Preis und Leistung zufrieden sind, müssen die Mandanten gut über die Rechnung aufgeklärt werden.

Das Fazit: es gibt sehr viele Steuerberater...

...aber nur einer passt gut zu Ihnen. Wenn Sie den Eindruck haben, Ihr Steuerberater ist kompetent, zuverlässig, kommunikativ, engagiert und für Sie da, dann haben Sie den Richtigen gefunden!

Bieten Sie Ihren Mandanten auch einen Mehrwert?

Ich würde sagen, unsere betriebswirtschaftliche Begleitung und daraus resultierenden Steuerplanungen, unsere Hinweise auch außerhalb des Steuerrechts, sowie auf Wunsch, Netzwerke zu schaffen.

Es gibt Geschäftsleute, die gar keine Steuer zahlen wollen und sich das Steuerberater-Honorar am liebsten sparen würden....

Ja, die gibt es. Aus dem Grund sehen unsere Straßen, Schulen und Kindergärten so aus... Die Infrastruktur ist uns doch wichtig. Das müssen wir uns selbst finanzieren! Keiner wird uns das schenken! Natürlich muss auch die Politik dafür sorgen, dass die Steuergelder richtig eingesetzt werden. Steuern sind aber nicht als Last anzusehen, sondern dienen dem Gemeinwohl. Dennoch gilt: „Niemand ist verpflichtet, sein Vermögen so zu verwalten oder seine Ertragsquellen so zu bewirtschaften, dass dem Staat darauf hohe Steuern zufließen.“ (Preußisches Oberverwaltungsgericht, 1906)

Welche Besonderheiten machen Sie aus? Was sind Ihre Stärken und was macht Sie zum beliebten Lebensbegleiter in punkto Steuern?

Meine Erfahrung und unser zuvor-

kommendes Team zeichnet uns aus und macht uns kompetent. Wir haben Kenntnisse in Nischenangeboten wie Gemeinnützigkeit, wie Stiftungen, Vereine, kommunales Steuerrecht, Insolvenzsteuerrecht. Unsere Erfahrung in der Betriebsprüfung und Nachmeldungen von Einkünften machen die Dienstleistung unserer Kanzlei beliebt.

Ja, das habe ich gehört. Sie haben schon den Status einer Marke. Wie haben Sie das erreicht?

Die Marke bin ich (*er lacht*). Ich verstecke mich nicht hinter meinen Mitarbeitern. Ich bin an vorderster Front. Mein persönliches Leitmotiv: „Geben und Nehmen muss ausgeglichen sein.“

Was war Ihre bisher beste unternehmerische Entscheidung?

Meine letztendliche Entscheidung nur einen Standort zu haben, den ich gut überblicken und selbst führen kann, denn sonst verzettelt man sich. Die Qualität kann man am besten halten, wenn man selbst den Überblick behält. Ich will weiterhin kompetenter Ansprechpartner bleiben, vorausschauend und unterstützend.

Und wenn jemand überregional betreut werden will?

Wir kommunizieren sehr modern. Neben dem Kanzleibesuch gibt es weitere Möglichkeiten, mit uns in Kontakt zu treten. Beispielsweise per Skype. Das ermöglicht, über Kurznachrichten via PC oder Telefonat mit Menschen in Kontakt zu treten. Selbst Videokonferenzen können darüber abgehalten werden, falls der Mandant gerade nicht in der Nähe ist.

Herr Sulzinger, dann freuen wir uns über weitere gute Zusammenarbeit auch mit unserem Netzwerk.

Danke, Frau Briegel, dito!

Werner Sulzinger
Steuerberater
Marktplatz 18
83607 Holzkirchen

Info: 0 80 24 / 30 58 40
kanzlei@sulzinger.info
www.sulzinger.info

Im Dialog

Für Fragen offen – auch für Mandanten, die mit einem herausgerissenen Steuerartikel kommen und sich erkundigen wollen, ob sie von der geschilderten Neuregelung profitieren können. Warum nicht?



„Trotz aller Zahlen und Paragraphen – der Mensch und seine Anliegen stehen bei uns im Mittelpunkt.“

„Unser Team kümmert sich um Ihre Anliegen und ist immer für Sie da!“

DER MENSCH IM MITTELPUNKT.
WERNER SULZINGER
STEUERBERATER



Edith Derntl,
Empfang,
sorgt für
reibungslose
Abläufe



Ronny Hoffart



Wanda Kloo



Anja Künzel



Bettina Irrgang



Theresia Hinterseer



Christa Bernd



Karin Bülling



Roswitha Menge



Laura Huber



Philipp Juhrte



Inge Jänisch



Stefanie Baur



Martina Spindler



Jessica Hack



Eda Duman

ausgezeichnet als Traumfirma www.sulzinger-steuerberatung.de

Local Heros und Global Player verbinden sich auf der Orhideal B2B-Plattform
Konzentrierte Geschäftsführerkommunikation auf höchstem Niveau

Zu Gast bei unserem Titelgesicht Werner Sulzinger mit Unternehmern des Monats aus verschiedenen Jahrgängen und Spezial-Gästen aus D-A-CH

Entscheider Treffen



B2B Kommunikation auf allen Kanälen:
Gelebter Austausch mit den Titelgesichtern jeder Ausgabe und deren Lesern. Orhidea Briegel koordiniert die Plattformsynergien.

Titelgesichter auf der Bühne: Patrizia und Andreas Raders www.raders-beratung.de, Eva Mahkorn www.neumut.de, Frank Tyra www.schulte-franzheim.de/anwaelte/frank-tyra/, Katrin Oppermann-Jopp www.oppermann-consulting.de, Marco Altinger www.wemid.de, Andreas Berg www.andymen.de, Familie Felder www.memon.eu, Siegfried Förg www.gbn.de und viele mehr...

Siegfried Förg www.gbn.de ganz links im Bild



Eventfotos: Valentin Winhart

GF Petra Muthmann von www.distingo.de



Mit 180 Gästeanmeldungen war der Festsaal im Kultur im Oberbräu Holzkirchen am 17. März 2017 Anlaufstelle für Unternehmer und Magazinmitwirkenden vor allem aus dem überregionalen Umfeld. Gäste aus Schweiz und Österreich gesellten sich ebenso dazu, wie Besuch aus ganz Deutschland. **Gastgeber: Werner Sulzinger www.sulzinger-steuerberatung.de**



Werner Sulzinger www.sulzinger-steuerberatung.de



Wolfgang Schmid www.transformentor.de



Angelika Anderer www.lernberatung-anderer.de



Hans Felder www.memon.eu



Markus Wahle www.adfineo.de

Ingrid Kessler www.ikessler.com

Ernst Pecht www.pechtl.de







www.persoscreen.de
Verena Schraner
Schraner Group



www.bilgic-consulting.com
Kerim Bilgic





Warum eine
Orhideal Titelstory
als Geschäftsführer-
kommunikation?



„Liebe Orhidea,
wir möchten uns bei Dir
für die gelungene Veranstal-
tung bedanken. Ich bewun-
dere deine Gabe, dass Du
so aus dem Nichts heraus
weißt, wer mit wem wie was
machen könnte - einfach
unglaublich bei so vielen
Menschen, die anwesend
waren.“ **Peter Buchta**
www.bd-mechatronik.at

Sparte TECHNO-POOL:
hier mit Georg Schmidt, Dipl.-Ing, TACTRON ELEKTRONIK
GmbH & CO.KG und Anshi Hutter (immerfit Team)





Willkommen zur Wisdom Together Konferenz
München 2017 - Begegnen Sie Ihrer Intuition auf einer
Reise des Verstehens

13. - 14. Juni 2017

www.wisdomtogether.com

Wirken Sie mit !



WISDOM TOGETHER
Gemeinsam Zukunft gestalten.

Engagement des Monats

Rolf und Aucineide Garcia Gomes Kellner leben ihre Mission zum Erhalt des Amazonas Regenwaldes beizutragen



Hohe Ethik: mit einem Online-Shop den Amazonas schützen

www.amazonaschocolate.eu bietet viele Originalprodukte aus fairem Handel und trägt damit zum nachhaltigen Wirtschaften und Erhalt der Natur bei

Wenn Wettergott Sven Plöger beim Regenwald-Kongress über Klimafolgen durch die Zerstörung des Regenwaldes spricht, sind auch die Amazonas-Engel Rolf und Aucineide Kellner mit von der Partie, die mit ihrem Engagement und dem dazugehörigen Online Shop dazu beitragen, mehr Bewußtsein und Bezug zum schönen und lebenswichtigen Amazonas Regenwaldgebiet zu schaffen.

Aucineide Garcia Gomes Kellner stammt aus Manaus, der Hauptstadt des Bundesstaates Amazonas in Brasilien. Mit viel Energie unterstützt die Betriebswirtschaftlerin ihre Heimat und die Kultur der Indigenas (Ureinwohner). Ihr Wissen fließt in die Auswahl der originalen Amazonas Produkte ein, die sie einem breiten Publikum über den Vertrieb im Internet zugänglich macht. „Der Amazonas Regenwald hat uns so begeistert, dass wir sehr gerne Ihren Kindern und Kindeskindern eine bessere Zukunft durch den Erhalt des Regenwaldes und ein Entgegenwirken gegen den Klimawandel bieten wollen.“, so Rolf Kellner. Mit großer Leidenschaft organisiert das Paar Kooperationspartner für diverse Aufbauprojekte in der Region in Zusammenarbeit mit CIGS (Centro de Instrucao de Guerra na Selva - übersetzt: Zentrum für die Kriegsausbildung zum Schutz des Regenwaldes).

Es geht um Wiederaufbauprojekte oder um wirtschaftliche Förderung. Auf dem Plan steht beispielsweise die Gründung eines Vereins „Amazonia für die Welt e.V.“. Und Hilfe wird dringend gebraucht: beispielsweise bei einem Indigenengebiet von 57 Hektar Primärregenwald, welches von 22 Familien bewohnt wird und eine Schule für die 1. - 5. Klasse hat. „Auf diesem Indigenengebiet ist in 2016 eine Zeremoniehalle komplett abgebrannt, so dass wir diese wieder neu aufbauen werden. Kostenpunkt ca. 30.000 Euro. Ebenfalls könnten wir langfristig ein Urwaldhotel auf diesem Gebiet einrichten. Die 57 Hektar werden in Sicherheitsfragen direkt von CIGS betreut.“, erklärt Rolf Kellner (<https://www.facebook.com/rkellner>)

Die Kooperationen sind vielschichtig. So hat das Paar eine direkte Zusammenarbeit mit dem Chef des Militärzoos Major Ferreira initiiert, der über den geplanten deutschen Verein „Amazonia für die Welt e.V.“ mit Equipment (Röntgengeräte, Ultraschallgeräte, etc.) beliefert werden wird. Ein erster Kontakt ist zwischenzeitlich zu Siemens Healthcare Brasilien entstanden. Auch ein Reiseangebot für spezielle 3-tägige Survivaltrainings direkt im Regenwald unter Schutz von CIGS ist im Gespräch. **Es gibt viel zu tun - sie packen es an, die beiden Amazonas-Botschafter und wer Interesse hat, die Schätze des Amazonas zu erkunden, deckt sich ein über den Online-Shop oder nimmt Kontakt auf. www.amazonaschocolate.eu**



www.amazonaschocolate.eu

Mutmacher des Monats

Heldenreise für Unternehmer Bodenseelauf 2018

Mit der Vision „MUT zu neuen Wegen“ beschäftigen sich unsere Mutmacher des Monats auf www.mutpoint.de - denn mehr MUT bedeutet auch mehr Liebe, mehr Frieden, mehr Menschlichkeit:

Viele Impulse für neues Denken, neues Fühlen und neues Handeln geben die zahlreichen MUT-Points oder der MUT-Lauf um den Bodensee - in sechs Tagen 260 Kilometer, 6 1/2 Marathons. Mehr darüber online.



„Beim Foto-
coaching trinken
meine Kunden
ab heute aus dem
MUT GLAS...“

*Orbidea Briegel
Orbideal Unternehmertreff
mit den MUT POINT
Initiatoren:
Katrin Stigge
Burkhard Koller*

www.mutpoint.de

MUT POINT
Mut zu neuen Wegen





Kolumne von & mit
Patrizia Raders

„Selbst-Sabotage“

Wenn Gründerinnen trotz perfektem Businessplan nicht loslegen können

www.raders-beratung.de

„Die Hausfrauenehe wird in Deutschland zum Auslaufmodell“ (diewelt.de, Konrad – Adenauer – Stiftung) und Frauen in verschiedenen Lebensphasen machen sich auf den Weg zur beruflichen Neufindung oder Selbstverwirklichung. Wir als Raders Unternehmerlotsen begleiten die Gründerinnen dabei und führen sie zum Erfolg. Die ständig wachsenden Möglichkeiten auf unserem modernen Arbeitsmarkt gestützt durch professionelle Beratung und Coaching können den Flow der weiblichen Visionen tatkräftig unterstützen und der konkreten Umsetzung auf allen Ebenen einen realistischen Rahmen geben.

Aber diese Form des (Neu-)Anfangs bedeutet meist auch eine tiefgreifende Veränderung der Alltagsstruktur, den tradierten Gewohnheitsmustern und vor allem dem individuellen Selbstbild, z.B. wenn sich die Angestellte plötzlich als Unternehmerin präsentieren möchte. Daher liegt es nicht fern, dass in diesen Phasen gerne alte manchmal auch unterbewusste Konflikte, dysfunktionale Kognitionen oder Gefühle aktiviert werden, die wie eine angezogene Handbremse die Energie zum Fortkommen teilweise abwürgen oder ganz blockieren. Häufig erleben die Betroffenen diese Prozesse nicht bewusst, gerne manifestieren sie sich in körperlichen Symptomen oder Spannungszuständen, die eher ungreifbar wirken.

Aus diesem Grund arbeiten wir erfolgreich mit Eva Mahkorn, Praxis Neumut, zusammen. Sie macht sich auf Spurensuche, mögliche Selbstsabotage-Faktoren zu ergründen. Im Laufe der gemeinsamen Arbeit mit Eva Mahkorn berichten Frauen, dass es sich bei diesen Blocka-

den gerne um frühere Glaubenssätze oder Anweisungen der Eltern oder Lehrer bzw. Ausbilder handelt und „plötzlich fühlt man sich wieder wie ein kleines Mädchen“ – das natürlich mit den Anforderungen total überfordert ist.

Wenn also der Businessplan noch so perfekt, die Angst aber trotzdem da ist...dann kommt Eva Mahkorn gerne an Ihre Seite und schiebt den Entwicklungsprozess mit speziellen Techniken aus der Psychotherapie wieder an. Es geht darum, die hemmenden Anteile der Persönlichkeit wieder harmonisch ins Gesamte zu integrieren und damit eine emotionale Freiheit zu erlangen, die die entsprechende Energie zum Durchstarten beflügelt. Nicht selten kommen auch Erfahrungen „hoch“, die persönlich als extrem belastend erlebt wurden (gemäß eines Traumas) und obwohl der Kopf weiß, dass dies „altes Zeug“ ist, feuert das Gefühl entsprechende Impulse aus, die die Betreffende handlungsunfähig machen können.

„Über meine Qualifikation als Psychotherapeutin und EMDR Therapeutin ist es mir auch hierbei ein großes Anliegen eine vertrauensvolle Basis zu schaffen, die es ermöglicht mit derartigen Prozessen umzugehen. Wichtig dabei ist, dass jede Klientin selbst entscheiden kann, „wie tief“ sie blicken und gehen möchte – mir liegt es am Herzen Sie in Ihrer individuellen kognitiven und emotionalen Logik als Persönlichkeit verstehen zu können, damit wir uns gemeinsam auf einen völlig individuellen Entwicklungsprozess einlassen können.“, so Eva Mahkorn.

*Gute Geschäftsergebnisse wünscht Ihnen
Ihre Patrizia Raders*

Expertin Eva Mahkorn findet Hemmungsfaktoren und verhilft zu neuer Handlungsfähigkeit. Mehr über Praxis Neumut online .

„Gemeinsam
gehen wir
der Ursache
auf den Grund.“

www.neumut.de



„Sucht oder Gewohnheiten?“

CLEAN AND FREE steht seit Jahrzehnten für eine humane, sanfte Entgiftung: Ob Alkohol, Drogen oder legal verschriebene Medikamente, unser innovatives, natürliches Verfahren bringt innerhalb weniger Tage ihren Körper wieder so richtig in Schwung.

Unser Körper ist ein biochemisches Wunderwerk

Schon nach wenigen Stunden beginnt die Regeneration! Eine sanfte Stimulation des limbischen Systems sorgt für den Anschlag der Neurotransmitter. So schüttet der Körper wieder genügend Dopamin, Serotonin und Oxytocin aus um die Entgiftung ohne Probleme und Schmerzen schnell und sanft zu überstehen.

Ein neuro-dynamisches Mental-Training sorgt gleichzeitig für den Ausgleich der mentalen Alchemie. Sie nutzen den Körper mit ihrem Bewusstsein, um sich von der Abhängigkeit, die Sie so lange gequält hat, zu befreien. Die intelligenten Coaching-Tools werden ihr Suchtverhalten mit jeder Anwendung verändern und zum Schluss ganz auslöschen. Sie werden zu einer anderen Person.

Über 4000 Teilnehmer konnten sich schon in den letzten Jahrzehnten erfolgreich von ihrer Sucht verabschieden. Und Sie schaffen es auch! Ihr Wille, die Sucht zu beenden, reicht uns!

Was ihnen ihr Arzt nicht erzählt

Bei Krankheiten verändern sich die Organe und bei Abhängigen verändern sich die Strukturen im Gehirn. Das macht eine Sucht aber nicht zu einer Krankheit. Denn das Gehirn verändert sich im Laufe des Lebens ständig - weil es lernt. Die Droge selbst verändert das Gehirn nicht, sondern die Gewohnheit, also die Sucht an sich. Eine Sucht kann man also auch als Lernprozess sehen.

Suchtcoach Hans R. Hoffmann: „Bei Menschen mit Spielsucht oder Sexsucht zeigen sich im Gehirn dieselben neuronalen Veränderungen, die sich auch bei Heroin- oder Alkoholabhängigkeit beobachten lassen. Die Sucht sollte man eher als eine Gewohnheit betrachten, die außer Kontrolle geraten ist. Wir bei CLEAN AND FREE finden es extrem wichtig, diesen Unterschied zu machen. Denkt ein Mensch er sei krank, nimmt ihm das die Verantwortung ab. An einer Krankheit kann man schließlich selbst nichts ändern.“

Hoffmann weiter: „Der Arzt verschreibt Medikamente und nimmt ihm die Verantwortung ab. Der Aspekt der persönlichen Wahl und Selbstermächtigung ist aber entscheidend, um sein Verhalten zu ändern. Um mit einer Sucht aufzuhören, muss man mit der Sucht aufhören wollen.“

Medikamente helfen nämlich nur gegen die Entzugserscheinungen und nicht gegen die eigentliche Ursache einer Sucht. Die geht meist auf psychische Probleme zurück. Wenn ein Süchtiger aber glaubt, er habe eine unheilbare Krankheit,

denkt er, dass er nie wieder davon wegkommt. Aber eigentlich sind die meisten Süchtigen durchaus dazu in der Lage - sie müssen es nur wollen.

CLEAN AND FREE macht einen suchtbefreiten Menschen aus Ihnen

Wer eine Sucht übersteht, macht eine unglaublich wichtige und gute Entwicklung durch. „Man muss einen Sinn für sich selber gewinnen und die kognitiven Instrumente dazu entwickeln. Man wird zu einer anderen Person, einer, die konzentrierter, fokussierter ist, die Kontrolle hat“, so Hoffmann. Ein Feuerwerk aus intelligenten Tools und spezielle Übungen sorgen für eine schnelle und nachhaltige Veränderung ihres bisherigen Suchtverhaltens.

„In kleinen Gruppen werden Sie den Quantensprung in ein neues Leben machen. Wir freuen uns, ihnen zur Seite stehen zu dürfen und erwarten Sie zu unserem nächsten Power-Seminar bei München, oder zu einem Privat-Coaching auf Gozo/Malta“

*Suchtcoach Hans R. Hoffmann Naturheilpraktiker SVNH/
Psychologe Certified Clinical Hypnotherapist*

Streng limitierte Plätze! Bitte frühzeitig planen und rechtzeitig anmelden über www.cleanandfree.de oder die Info-Telefonhotline, auch für AT-CH-D: 00800 7237 1600

„Was Ihnen Ihr Arzt nicht über Ihre Suchtproblematik erzählt...“

Suchtcoach
Hans R. Hoffmann



www.cleanandfree.de

Lesetipp
des Monats

Ein Wegweiser
für konstruktives Miteinander im Heute

„Ich bin davon
überzeugt, dass
Werte als feste
Bezugsgrößen für
die Entwicklung
unserer Gesellschaft
unabdingbar sind.“



www.altinger.la

Grüße

aus der Machtzentrale

ORBITIDEAL
media
face 2014
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.

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? *Orbidea Briegel*

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

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 Zugpferde, 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 Gehirnnareale mehr und mehr die Kontrolle übernehmen. Die Menschen werden in ihrem Verhalten deshalb zunehmend von ihren emotionalen Programmen gesteuert, da die Ge-

hirnnareale für bewusstes Nachdenken und Entscheiden immer stärker überlastet werden. Von daher ist das auf Kontrollzahlen und rationalen Denkansätzen 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

„Fun ist just
another word
for learning.“

DR. H. IDEAL
**media
face** 2013
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Revolutionierung grauer Trainingswelten

Neue Lern- oder Trainingskonzepte fördern die intrinsische Motivation der Lernenden und geben den Freiraum für einen selbstorganisierten Lernprozess. Wir wissen heute, das Erwachsene zu 80-90% neues Wissen und neue Erfahrungen selbstorganisiert erwerben. Folglich finden selbstorganisierte Formen des Lernens die höchste Akzeptanz. Sie motivieren zugleich zum berufsbegleitenden und somit lebenslangen Lernen. Bevor wir uns neue theoretische Lernmodelle ausdenken, um die alten Modelle des Behaviorismus, Kognitivismus, Konstruktivismus oder des Konnektivismus abzulösen, wäre ein Blick über den Tellerrand bekannter lerntheoretischer Grundlagen ratsam.

Die Antwort auf die Frage nach fesselnder Begeisterung, der Lust am Lernen und anhaltender Motivation liefert uns eine weltweite riesige Fangemeinde. Es sind die Fans von Computerspielen, die Nerds, die Gamer.

Orhideal IMAGE: Was macht denn die Begeisterung der Gamer aus und wie können diese Erkenntnisse auf den Spaß am Lernen übertragen werden?

Peter Niermann: Schauen wir uns dazu die Game Industrie genauer an. Schon in den 1970er Jahren entdeckten Wissenschaftler eine besondere Form der intrinsischen Motivation, das freudige, selbst- und zeitvergessene Aufgehen in einer glatt laufenden Tätigkeit. Sie nannten diese optimale Erfahrung ‚Flow‘. Der Flow entsteht, wenn die Herausforderungen mit den eigenen Fähigkeiten im Gleichgewicht stehen.

Falls nicht, entsteht Langeweile und im schlimmsten Fall tritt Angst, innere Unsicherheit ein. Dieses Motivationsprinzip gehört heute zum Handwerkszeug der Spielentwickler. Spieler steigern von Level zu Level ihre Fähigkeiten und zugleich ihre Herausforderungen. Mit der heutigen Game Technologie lassen sich virtuelle, interaktive 3D Lernwelten bauen, die dem fotorealistischen Anspruch moderner Games gerecht werden. Das Beste daran ist, das diese Lernwelten nicht die Budgets eines Hollywood Blockbusters verschlingen. Dennoch verbinden wir das Beste aus der emotionalen, begeisternden Welt des Filmgenres mit den motivierenden, entdeckenden Facetten der Game Welt und der Kunst der Didaktik.

Es ist mir wichtig an dieser Stelle zu betonen, dass virtuelle Lernwelten keine elektronischen PowerPoint Präsentationen sind. Qualifizierung zu mehr Handlungskompetenz oder das Training von neuen Inhalten kann sich dem Trend, man könnte fast behaupten dem Siegeszug der Virtualität nicht entziehen. Der Vorteil für die Unternehmen liegt auf der Hand. Virtuelle Lernwelten verstehen sich als Ergänzung zu den nach wie vor berechtigten Präsenztrainings. Der Stellenwert von Präsenztrainings in Bezug auf interpersonelle Beziehungen steht außer Frage. Hidden Champions erreichen oder verteidigen ihre Pole Position durch Wissen und vor allem durch Wissenstransfer. Dabei soll der Spaß am Lernen nicht vergessen werden. Oder mit den Worten eines amerikanischen Game Designers: ‚Fun ist just another word for learning‘

www.niermann-consulting.com

Das Buch zum Thema:
**erschieden im Springer Verlag
Niermann/Schmutte (Hrsg.),
„Exzellente Managemententscheidungen“**

**Management und Unternehmensentwicklung –
Methoden, Tools und Taktiken, mit Beispielen aus der
Praxis und Checklisten für den „Stresstest“:**

Champions von morgen werden nicht über Nacht geboren. Sie wachsen, verändern sich, erleben gute und schwierige Zeiten. Was zeichnet erfolgreiche Manager und Unternehmer aus? Wie entwickeln sich Unternehmen und was sind die Erfolgsfaktoren für Wachstum?

Zusammen mit weiteren renommierten Experten vermitteln Niermann / Schmutte konkrete Handlungsempfehlungen für das Management. Transparent, klar und verständlich beschreiben sie Methoden, Tools und Taktiken, die zum Rüstzeug erfolgreicher Unternehmensführung gehören. Entscheider aus Großunternehmen und dem Mittelstand (von Audi, Telekom, Kathrein, Koenig, ...) erläutern in Interviews und Fallstudien ihre Erfahrungen und Vorgehensweisen. Umfangreiche Illustrationen und Reifegrad-Checklisten helfen den Lesern, den Status der eigenen Organisation zu bestimmen und notwendige Handlungsfelder zu entdecken: quasi ein „Stresstest“ für ihr Unternehmen.



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

ORIDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

*Volker Weg, Diplom-Mathematiker,
Aktuar (DAV) und IVS-Gepriifter 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



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



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

ORIDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

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

Wirtschafts Wunder

Matthias Ohde in meiner Unternehmer-Fotoecke: etwas Besseres könnte ich mir gar nicht wünschen. Der sympathische Freigeist und Vollblutunternehmer könnte sich in vielen Branchen aktiv zeigen und er wäre jedes Mal glaubwürdig, weil rundum erfahren in allen Unternehmeraufgaben. Im Moment ist er Geschäftsführer und Inhaber von „HOUSEOFSHOES“. Diese Aufgabe sieht er als sportliche Herausforderung und während manche sich mit der eigenen Firma Stress machen, ist er grundsätzlich „tiefenentspannt“. Schließlich hat er die beste Schule der Welt besucht: das Geschäftsleben; von Anfang an learning by doing. In das Abenteuer „Unternehmertum“ ist er früh eingestiegen. Das war mir auf Anhieb sympathisch, bin ich doch allergisch auf Theoretiker, die es nicht vormachen können. So turnten wir mit der Kamera in der Fotoecke, zwei Abgeklärte, die sich Unternehmer-Einsichten und Weisheiten nur so um die Ohren klatschen. Seine Haltung ist macherisch und das „Jetzt erst recht“ schwingt immer mit. Wie eine Art Business-Rebell, der Hindernisse wie einen Hürdensprung nimmt, um ins Ziel zu sprinten. Seine Aufgabe, die Unternehmensstrategie stets zu optimieren und flexibel mit sich ändernden Märkten umzugehen, gelingt ihm wie ein Kinderspiel. Auch wenn er sich nicht als Innovator sieht, kann ich ihn getrost so bezeichnen: Matthias Ohde ist für mich der Botschafter der Shop-Version 3.0! Er macht vor, wie Einzelhandel und Online-Marketing sich sinnvoll verbinden lassen, ohne Verlust von Qualität und persönlicher Betreuung. Vielleicht wird der Einzelhandel von solchen Köpfen lernen, um nicht komplett von der Online-Welt und den Preiskampfketten überrollt zu werden. Ich hoffe es.

Orhidea Briegel Herausgeberin

Orhidea Briegel: Sie sind ein glücklicher Fall. Mir begegnen meistens Einzelhändler, die zähneknirschend auch noch einen halbherzigen Online-Shop dazu gestalten. Oder Online-Händler, die mehr schlecht als recht mit ihren Ladengeschäften zurechtkommen. Sie haben beides locker im Griff?

Matthias Ohde: Man muss wissen was man will und darf sich nicht verzetteln. Ich habe die Internetentwicklung der letzten 10 Jahre bei laufendem Betrieb sehr intensiv begleitet und genügend Know-how sammeln können, um nicht abhängig zu sein von Online-Agenturen. Das spart natürlich den Beratungsbedarf und die Kosten. Mir kann man da kaum Neues erzählen, aber wer heute im Online-Bereich anfängt steht vor riesigen Aufgaben, da es ohne Ende „Spezialisten“ gibt, welche alle „Dein Bestes“ wollen – Dein Geld. Das ohne Vorkenntnisse zu bewerten, ist ganz schwer.

Orhidea Briegel: Offensichtlich können Sie anderen Unternehmern noch viele nützliche Aspekte über diese parallelen Vertriebswege geben.

Matthias Ohde: Ja, das stimmt grundsätzlich. Ich kann natürlich aus der Praxis zum Online-Marketing im Shop-Bereich viel sagen und umsetzen, auch wenn es je nach Branche gewaltige Unterschiede gibt. Punktuell kann ich mein Wissen gerne teilen. Noch ist aber mein Hauptaugenmerk natürlich auf HOUSEOFSHOES.

Orhidea Briegel: Welchen Vorteil haben HOUSEOFSHOES Kunden dadurch?

Matthias Ohde: Der persönliche Aspekt spielt hier eine wichtige Rolle, wir haben es immer mit Menschen zu tun, egal ob online oder offline. Ob im Ladengeschäft, per Telefon oder Mail, wir haben eine ganz andere Ansprachequalität als ein Konzern, da die Mitarbeiter die Produkte wirklich kennen und auch schon in der Hand und an den Füßen gehabt haben. Außerdem haben wir natürlich hochwertige Schuhe.

Orhidea Briegel: Und Sie legen Wert auf beste Qualität im Sortiment?

Matthias Ohde: Na klar, das ist elementar wichtig. Hohe Qualität unter anständigen Voraussetzungen produziert - das ist der Aspekt, mit dem auch eine kleinere Unternehmensgröße punkten kann. HOUSEOFSHOES ist ja kein Konzern.

Orhidea Briegel: Man muss nicht groß sein, um groß zu sein. Hat ja auch schon ein Autohersteller gesagt.

Matthias Ohde: ...und um Großartiges anzubieten. HOUSEOFSHOES Kunden legen Wert auf Hochwertigkeit und Nachhaltigkeit. Unser Sortiment zeichnet sich durch zeitloses Design, tolle Verarbeitung und fußschonenden Tragekomfort aus. Gegenüber den großen Anbietern haben wir einen unschlagbaren Vorteil: die Flexibilität und Kundenbindung. Der Schnäppchensucher wird immer da fremdgehen, wo er das billigste Angebot sieht. Der anspruchsvolle Kunde bleibt treu. Unter HOUSEOFSHOES bündeln wir die Marken Berkemann, Ganter und Jacoform und in Kürze kommt noch weiteres dazu...

Orhidea Briegel: Ist Berkemann nicht ein Traditions-Unternehmen aus Hamburg?

Matthias Ohde: Ursprünglich ja, inzwischen sitzt Berkemann aber in Zeulenroda und gehört zur Bauerfeind Gruppe. Ich stehe persönlich zu Marken, die das ganzheitliche Wohlbefinden garantieren! Dafür empfehlen unsere Kunden uns gerne weiter.

Orhidea Briegel: Ha, Wohlbefinden in aller Munde. So wie ich Sie hier erlebe, können Sie mir sicher eine tiefgründigere Definition zu diesem Begriff geben.

Matthias Ohde: Wenn ein Hersteller jahrzehntelange Erfahrung rund um den Fuß, die Anwendung neuester Erkenntnisse aus der Fuß-Orthopädie, den Gebrauch modernster Fertigungstechnologien sowie den Einsatz innovativer und natürlicher Materialien garantiert, dann kann ich das gewissenhaft in den Markt tragen. Made in Europe sozusagen. Kurze Wege, keine Kinderarbeit, Umweltschonung.

Orhidea Briegel: Das habe ich erwartet. Bei Herrn Ohde ist Wohlbefinden kein Modewort. Und wenn Sie mal keine Lust mehr auf Schuhe haben?

Matthias Ohde: Dann übertrage ich mein Wissen und Gewissen auf andere Bereiche. Diese Grundwerte lassen sich in vielen Bereichen umsetzen. Das ist wie Lego spielen für Große – mit den richtigen Bausteinen kann man nicht nur ein Haus bauen, sondern ganze Landschaften. Da bin ich erst mal ganz tiefenentspannt – es kommt wie es kommt. Derzeit machen meine Shops, der stationäre Handel und meine Kunden einfach zu viel Spaß – wir sind derzeit in Umbau- und Vergrößerungsmaßnahmen und freuen uns auf viel Neues in den nächsten Monaten.

„Wenn mir jemand sagt, es geht nicht, ist das für mich der beste Treibstoff, es trotzdem umzusetzen.“

Grenzensprenger, Ideenumsetzer, Online-Kenner:
Über HOUSEOFSHOES Inhaber Matthias Ohde ist online wenig zu erfahren, aber sein Commitment zu Nachhaltigkeit und Wertigkeit zieht sich im Online-Shop wie ein roter Faden durch das gesamte Sortiment und macht die Kunden glücklich.

Ladengeschäft:
HOUSEOFSHOES • Berkemann Store
Bredeneyer Straße 96± 45133 Essen
Tel: 0201 45048113
(ab September nach Umbau-
maßnahmen wieder für Sie geöffnet)

www.houseofshoes.de
www.ganterschuhe.com
www.jacoform-shop.de

Shop des Monats

www.houseofshoes.de
 www.ganterschuhe.com
 www.jacoform-shop.de

HOUSEOFSHOES

[Mein Konto](#) | [Merkzettel](#) | [Service/Hilfe](#)

HOUSEOFSHOES

Suche:

Sicher einkaufen
 Trusted Shops zertifiziert

WARENKORB 0,00 €
[Positionen anzeigen](#)

[Home](#) | [Damenschuhe](#) | [Herrenschuhe](#) | [Ganter AKTIV](#) | [Ganter SENSITIV](#) | [Ganter SERVICE](#)

DAMENSCHUHE

GANTER AKTIV EFFEKT
 FÜR FITNESS UND GESUNDHEIT

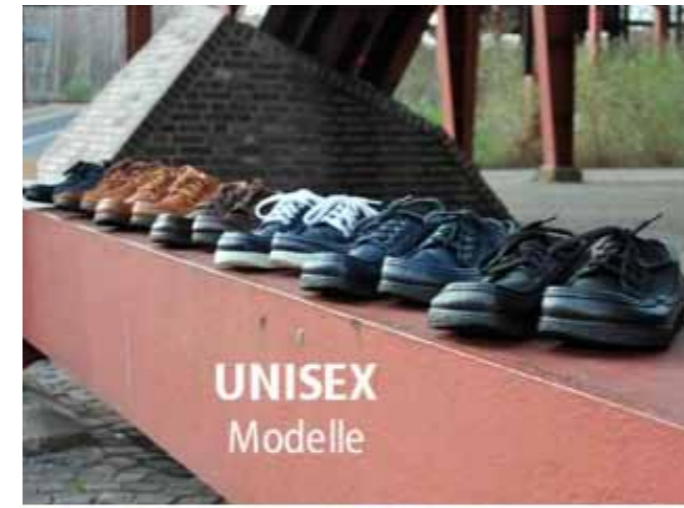
Fördert eine gesunde & natürliche Körperhaltung

Unterstützt die Entlastung von Rücken & Gelenken

Hilft bei der Aktivierung der Muskulatur

DAS ORIGINAL SEIT 1977

HERRENSCHUHE



BERKEMANN STANDARD-TOFFLER

Auch in folgenden Farben erhältlich:

BERKEMANN SOFT-TOFFLER

Auch in folgenden Farben erhältlich:

BERKEMANN VELOURS-TOFFLER

Auch in folgenden Farben erhältlich:

BERKEMANN RIEMEN-TOFFLER

Auch in folgenden Farben erhältlich:

25 Jahre Erfolgsportraits für Unternehmer und Geschäftsführer

Visuelles Storytelling • Positionierung von Unternehmerpersönlichkeiten • XXL-Visitenkarten

Orhideal Studios

„Herzlich Willkommen bei Orhideal -
Unternehmer- & Geschäftsführerkommunikation.“



Orhideal IMAGE präsentiert Christiane Paschka, Klaus-Dieter...
von Orhideal IMAGE U...
Quelle: youtube.com



Christiane Paschka
Orhideal IMAGE
Titelstory Dez 2015
von Orhideal IMAGE U...
Quelle: youtube.com



Heike Holz als "Starke Marke" auf Seite 31/32 bei Orhideal...
Gepinnt von: Orhidea Briegel



Firmen-Präsentation im ORHIDEAL IMAGE Magazin Podium der...
Gepinnt von: Orhidea Briegel



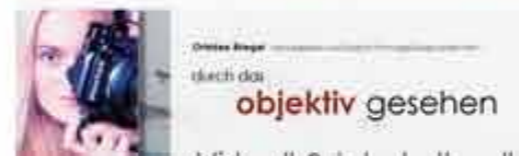
Orhideal IMAGE



Orhideal IMAGE Magazin - Januar 2016 - Magazine with 88...
Quelle: yumpu.com



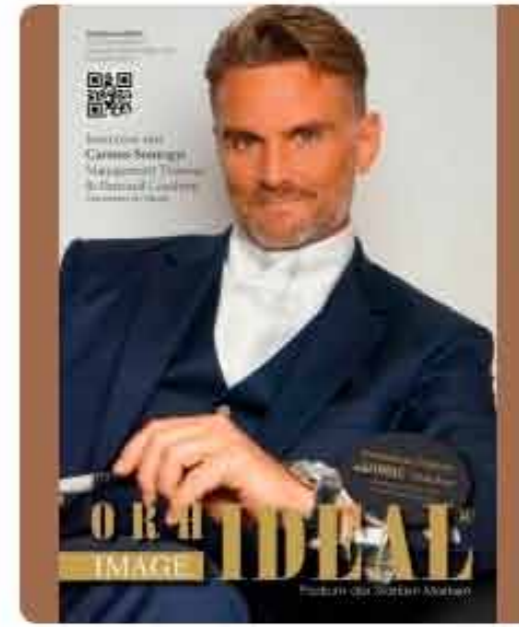
Thomas Vincon
Sonderdruck der Extrastory aus Orhideal IMAGE...
von berya113
Quelle: yumpu.com



Orhideal IMAGE präsentiert Christiane Paschka, Klaus-Dieter...
von Orhideal IMAGE U...
Quelle: youtube.com



Meine Titelstory des Jahres 2011 im Image Magazin. Mehr...
Quelle: orhideal-image.com



Orhideal IMAGE Jan Ausgabe 2016
von Orhideal IMAGE U...
Quelle: youtube.com



Robert Mücke
von Orhideal IMAGE U...
Quelle: youtube.com



Meine Empfehlung wurde prompt zur Titelstory. Olivia Moogk...
Quelle: orhideal-image.com



Unter-
nehmens
darstellung -
old school ?

„Nein danke!
Uns interessiert
das Gesicht dahinter!“

ORHIDEAL[®]
IMAGE
Podium der Starken Marken

zeigt Vorbilder, Originale, Visionäre,
Trendsetter, Querdenker, Bessermacher
20 Jahren Unternehmerportraits und
visuellen Storytelling mit Strategie
www.orphideal-image.com

Mai 2017 • **Sonderedition**
13 Jahre Plattform
www.orphideal-image.com



Begegnung mit
Dr. Verena Schraner
PERSOscreen®
Marke der Schraner Group
Unternehmerin des Monats

Podium der Starke Marken

ORPHIDEAL®
IMAGE



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das **objektiv** gesehen

Stefan und Dr. Verena Schraner: erfolgreiche Unternehmer auf Augenhöhe

Kundennutzen und Teamperformance sind Dreh- und Angelpunkt des unternehmerischen Schaffens

Schaltzentrale für Erfolg

In dieser Ausgabe präsentieren wir Ihnen zwei Unternehmerpersönlichkeiten, die unser Netzwerk seit Jahren außerordentlich schätzt. Beide hatten wir bereits einzeln als Geschäftsfrau und Geschäftsmann des Monats ausgewählt, denn sie stehen für innovative Erfolgsmethoden, ausgereiftes Unternehmerwissen und gesundes Wachstum. Im Duett erbringen Verena und Stefan Schraner Spitzenleistung. Beide verbindet die Leidenschaft für das Unternehmertum, das Wissen und die Überzeugung: Es kommt auf die richtigen Mitarbeiter, auf das Team und den konkreten Kundennutzen an. Ihre Erfolgsrezepte werden im Schraner Erfolgslabor zu übertragbaren Anwendungsmodellen weiterentwickelt, die sie gerne an andere Unternehmen weitergeben. Eine davon ist DAS Personalinstrument PERSOscreen® - ein Muss für jeden Mittelständler, der nicht nur Führungsstil, sondern auch seine Führungsbeziehungen als Schlüssel zum Erfolg sieht. Vergessen Sie die Lektüre von Führungsratgebern aller Art: nicht die Theorie, sondern die gelebte Praxis wird Sie zu Ihrem Spitzenteam und Top-Leistung bringen. *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

Schraner Group mit rund 100 Mitarbeitern führend in verschiedenen Segmenten



„Das Schraner Erfolgslabor ist erste Adresse für Unternehmer, die systematisch ihre Performance steigern wollen, statt sich in unternehmerischen Selbstversuchen und waghalsigem Experimentieren zu verzetteln.“

In 2017 vereinen sich alle Firmenbereiche im neuen Schraner Headquarter in Erlangen - der Geburtsstätte neuer Ideen für den Mittelstand. Mr. und Mrs. Schraner geben ihr Unternehmerwissen in ihren Markenprodukten weiter.



Mehrfachunternehmer im Dialog: Verena und Stefan Schraner mit Richard Branson

Stefan und Verena Schraner = Erfolg²

Einzel erfolgreich, gemeinsam spitze.

Mr. Innovation: Stefan Schraner

Als erfolgreicher Multientrepreneur im Mittelstand verkörpert Stefan Schraner die Schraner Group. Der smarte Familienunternehmer ist Geschäftsführer der Schraner GmbH, trägt Verantwortung für rund 100 Mitarbeiter. Sein erstes Unternehmen gründete der Innovator 1994 und spezialisierte sich auf brandmeldetechnische Systemtechnik. Mittlerweile ist die Unternehmensfamilie auf sechs angewachsen, die sich unter anderem auf unterschiedliche Anforderungen der Brandmeldetechnik fokussiert haben. Der Experte rund um das Thema Brandmeldeperipherie ist gefragter Visionär & Interviewpartner für Fachbeiträge und Unternehmerkönnen.

Kunden begeistern, Wissen weitergeben, Spuren hinterlassen, das ist es, was den Trendsetter antreibt. Mit satter Erfahrung, speziellem Know-how, dem Gespür für Technologie und Trends geht der Fortschrittlicher bei der Digitalisierung seiner Branche voran.

ausgewählt als Unternehmer des Monats Mai 2011



Mrs. Success: Dr. Verena Schraner

Dr. Verena Schraner bringt Unternehmen mit PERSOscreen®, einer Marke aus dem Schraner Erfolgslabor, zur Spitzenperformance. Die Unternehmerin aus Leidenschaft besitzt weltläufige Konzernenerfahrung und hat international erfolgreiche Unternehmen von Innen heraus kennen gelernt. Die pragmatische Geschäftsfrau mit wissenschaftlicher Expertise nutzt dieses Insiderwissen als Best Practice für Unternehmen, die sich mehr Erfolg wünschen und sich mit PERSOscreen® weiterentwickeln. Für die Mitglieder ihres Team steht sie als Chefin selbstverständlich ein. Deshalb besitzt sie deren Vertrauen, Loyalität und Leistungswillen. Die „Marathonfrau“ besitzt Charme, Disziplin und einen langen Atem. Diese Eigenschaften helfen ihr beim erfolgreichen Unternehmensaufbau.

ausgewählt als Unternehmerin des Monats Juli 2014



ORU IDEAL
media face 2017
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

www.schraner.de

www.persoscreen.de

Innovation ist das Programm

Die Firmen Ihrer Schraner Group sind sehr bekannt. Sie sind Trendsetter, Innovator und Experte rund um das Thema Brandmeldeperipherie. Hier sind Sie Marktführer. Das haben Sie sich innerhalb von 20 Jahren klug erarbeitet. Was treibt den Unternehmer Schraner zu diesen Erfolgen an?

Stefan Schraner: Ich wollte schon als Jugendlicher Unternehmer werden und mein eigenes Ding machen. Nach erfolgreichem Abschluss mehrerer Ausbildungen habe ich dann 1994 festgestellt, dass ich eine Firma gründen muss, damit ich verantworten kann, was ich tue. Für mich ist es wichtig, das umzusetzen, von dem ich überzeugt bin, dass die Gesellschaft oder andere Menschen es brauchen.

Seit wir Sie im Rahmen eines großen Unternehmertages als angesehenen Unternehmerrichter in unserer Titelstory Mai 2011 vorgestellt haben, ist viel Zeit vergangen. Vor allem der Erfolg Ihrer Marke PERSOscreen® ist derzeit in aller Munde. Die Schraner Group ist gesund gewachsen. Wie groß sind Sie denn momentan?

Stefan Schraner: Mittlerweile trage ich Verantwortung für rund 100 Mitarbeiter. Die Unternehmensfamilie ist auf Sieben angewachsen, die sich unter anderem auf unterschiedliche Anforderungen der Brandmeldetechnik fokussiert haben. Wir haben auch Marken, die gar nichts mit dem Brandschutzbereich zu tun haben.

Viele Unternehmer im Mittelstand wachsen schnell und kommen dann mit den neuen Strukturen nicht zurecht. Ihnen gelingt das offensichtlich mit Bravour. Sie werden deshalb öffentlich von Unternehmerplattformen und Wirtschaftspodien als Impulsgeber, Mentor und Business Angel hinzugezogen. Wie schaffen Sie es, den Überblick zu behalten?

Stefan Schraner: Mein Erfolgscredo als Multi-Entrepreneur kann ich klar auf den Punkt bringen: es braucht Mut und gesunden Menschenverstand. Ohne Investitionen und Risiko keine Innovation. Dabei behält ein Mehrfachunternehmer immer die übergeordneten Unternehmensinteressen im Blick. Proportional zum Erfolg des Unternehmens steigt die Freiheit für das Management in den operativen Einheiten und den einzelnen Unternehmen. Natürlich braucht man das passende Team, das mit dem eigenen Führungsstil harmonisiert.

Als Mehrfachunternehmer in verschiedenen Bereichen erfolgreich zu sein, zeugt von Unternehmerspirit durch und durch. Welche Unternehmerqualitäten muss man denn mitbringen, um mit mehreren Firmen gleichzeitig erfolgreich zu sein?

Stefan Schraner: Die Hartnäckigkeit ist ein wichtiger Faktor, denn selten kommt der Erfolg über Nacht. Es bedarf auch der guten Analysen, Situationen schnell zu erfassen, und der Offenheit, unkonventionelle Wege zu gehen. Dabei habe ich vor allem den Nutzen vor Augen, den meine Aktionen meinem Umfeld bringen sollen! Das bringt mich immer wieder erfolgreich ans Ziel. Ich bin ein Freund kleiner flexibler Einheiten, weil sie mehr Innovation und schnelleres Handeln ermöglichen als Konzernstrukturen. Außerdem gehe ich Unternehmungen sehr gezielt an. Bin also Vorweggeber, kein Nachahmer!

Apropos Nutzen für die Gesellschaft: Kein Wunder, dass Sie dann bei der Firmengründung mit Brandschutz angefangen haben. Ohne Brandschutz geht es nicht. Sie sind auch schnell Marktführer in Ihrem Bereich geworden.

Stefan Schraner: So ist es. Zunächst gründete ich die Schraner GmbH – ein Unternehmen, das sich auf Produkte der Brandmeldetechnik spezialisiert, die aufgrund gesetzlicher Bestimmungen und sich ändernder Normen in bauamtlich geforderten Brandmeldeanlagen installiert werden müssen. Die Produkte sind technologisch anspruchsvoll, sehr spezifisch und nur für den Brandmelde-Markt relevant. Zur Kommunikationszielgruppe zählen Fachrichter, Ingenieure, Architekten und Feuerwehren aus ganz Deutschland sowie dem angrenzenden Ausland. Ich habe mich immer wieder an Unternehmen beteiligt oder welche dazugekauft. Als Unternehmer muss man immer etwas unternehmen und mit dem Zeitgeist gehen. Deshalb führe ich gerade meine Branche in die Digitalisierung.

Ja, das habe ich in einer Fachzeitschrift gelesen. Spannende Patente haben Sie im Brandschutz-Bereich. Als Innovations-treiber geben Sie in der Branche viele interessante Impulse, stehen als Fortschrittmacher vor Fachpublikum auf der Bühne. Dabei sind Sie eher der Mann der Tat?

Stefan Schraner: Ja. Ich stehe auf Fakten. Meine nüchterne Praxisperspektive wird von den Zuhörern als authentisch und ermutigend geschätzt. Neben dem Themenfeld Sicherheit und Brandschutz gebe ich auch mein Wissen auf den Gebieten „passende Personalauswahl“, „visionäre Geschäftsmodelle“ und „marktreife Innovationen“ weiter.

Das ist sehr glaubwürdig, wenn ein Erfolgsunternehmer über Themenfelder spricht, in denen er auch durch Taten glänzt. Ein Unternehmen Ihrer Group ist das Schraner Erfolgslabor. Hier fördern Sie Entrepreneur mittelständischer Unternehmen und deren nachhaltigen Erfolg. Können Sie unseren Lesern kurz skizzieren, was die Idee dahinter ist?

Stefan Schraner: Für uns bedeutet „Labor“, dass wir unsere angebotenen Systeme und Methoden zunächst inhouse bzw. in den Unternehmen der Schraner Group testen, bevor wir sie den Kunden des Erfolgslabors anbieten. Nach diesen „Laborversuchen“ bringen wir nur die ausgereiften Methoden auf den Markt. Das ist unser Qualitätsversprechen. In unserem Büro im Headquarter arbeiten daher nicht nur Experten für Marketing, Unternehmenskommunikation und Personal, sondern in erster Linie Menschen, die am Puls der Zeit immer auf der Suche nach neuen Ideen sind.

Das ist jetzt wohl Ihr Part, Frau Schraner. Sie sind Geschäftsführerin vom Schraner Erfolgslabor und der Schraner-Marke PERSOscreen®. Sie betreuen mit dem Erfolgslabor auch andere Unternehmen?

Verena Schraner: Neben der Bereitstellung von kreativen Ressourcen, beginnend bei Mikroprojekten bis zu Großprojekten ist das Erfolgslabor der Ansprechpartner für strategische Positionierung, Unternehmens- und Projektkommunikation, Personalqualifizierung

Das alles mit wissenschaftlich erprobten Methoden. Unser Hauptfokus liegt momentan auf PERSOscreen, weil der Bedarf daran extrem hoch ist.

Wow, das ist natürlich eine gelungene Symbiose, Innovation meets Science! Ich erinnere mich gut, wie Sie mit dem Erfolgslabor ein breites Unternehmerpublikum bei einem Großprojekt mit VIP Gast Richard Branson durch Ihre Performance sehr überzeugt haben.

Stefan Schraner: Uns macht auf jeden Fall aus, dass wir Innovationen im Selbsttest erproben. Um Trends zu setzen, neue Erkenntnisse zu sammeln und immer besser zu werden, unterstützen wir manchmal auch Projekte, die nicht unbedingt in unser unternehmerisches Portfolio passen.

Verena Schraner: Die wir aber trotzdem angehen, weil wir sie spannend finden und Spaß daran haben. Wir geben unser unternehmerisches Know-how gerne weiter - gerade auch an junge Unternehmer oder solche, die es werden wollen, eine tolle Idee haben und etwas Struktur oder Kontakt zu Gleichgesinnten brauchen.

Mit Ihrem Anspruch, systematisches Wissen zur Steigerung der unternehmerischen Performance weiter zu geben, haben Sie sich einen Namen gemacht! Welche Zielgruppen sprechen Sie an?

Verena Schraner: Bei uns sind kleine und mittelständische Betriebe, hier vor allem die Unternehmer selbst oder auch deren Geschäftsführer, gut aufgehoben. Natürlich beraten wir auch Führungskräfte, Mitarbeiter in HR-Abteilungen, Personalexperten, wie z.B. Headhunter, Organisationsentwickler. Für konstruktive Zusammenarbeit mit interessanten und zuverlässigen Partnern sind wir immer zu haben.

Wie lautet Ihr persönliches Leitmotiv, Frau Schraner?


Verena Schraner: Ich schaue selten zurück, sondern immer nach vorne. Für mich ist es der bessere Weg, eine falsche Entscheidung zu treffen als gar keine. *(sie lächelt)*, also lieber unternehmen statt „unterlassen“.

Und Ihres, Herr Schraner?

Stefan Schraner: Finde für Schlüsselpositionen gute Leute, denen Du vertrauen kannst! Das ist auch meine Erfolgsmaxime. Ich arbeite lieber am, als im Unternehmen. Und weil es nicht so einfach ist, die passenden Menschen zu finden, haben wir mit PERSOscreen sehr großen Erfolg. Damit schließen wir die Bedarfslücke.

Gutes Stichwort, Personal. Da haben Sie verschiedene Kompetenzfelder unter der Dachmarke Schraner Erfolgslabor ausgearbeitet.

Verena Schraner: Der Markt verändert sich und wir reagieren darauf. Da Personalfragen zur Zeit bei vielen Unternehmen ein gravierendes Problem darstellen, sind unsere Kompetenzen in diesem Bereich gefragter denn je. Der „War for Talents“ ist im Gange, sowohl bei kleinen als auch bei sehr großen Unternehmen. Unser Vorteil ist, dass wir die Personalfrage mit einem generalistischen Blick



„Die in unserem Erfolgslabor entwickelten Systeme sind ausgereift und praxiserprobt.“

PERSOscreen® unterstützt Unternehmen dabei

- den richtigen Mitarbeiter für eine Stelle zu finden.
- die Teamperformance und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter zu erhöhen und Burn-Out zu vermeiden.
- hohe Kosten für Fehlbesetzungen zu vermeiden.

„Unsere Methoden sind absolut präzise und objektiv.“



betrachten. Stefan aus der Perspektive des Mittelständlers und ich bringe dazu noch die internationale Konzernfahrung in unser Team ein.

Eine personelle Fehlentscheidung kann im Mittelstand existenziell gefährdend sein. Kein Wunder, dass Unternehmer sich brennend für Ihre neueste „Erfolgslabor-Formel“ interessieren: PERSOscreen. Was ist das genau?

Stefan Schraner: PERSOscreen ist ein innovatives, onlinebasiertes Instrument zur Eignungsdiagnostik. Es unterstützt Unternehmer bei Personalentscheidungen, sowohl zur objektiven Ergänzung von Einstellungsprozessen und -gesprächen als auch zur Mitarbeiterentwicklung.

Sind die Personalprobleme bei mittleren Unternehmen ähnlich wie im Großkonzern?

Verena Schraner: In meiner Konzernzeit machte ich die Erfahrung, dass Abteilungen und einzelne Mitarbeiter nicht die Leistung, Effizienz und Effektivität brachten, die möglich gewesen wäre. Manche Führungskräfte passten nicht zu ihrem Team oder einzelne Mitarbeiter saßen schlichtweg an den falschen Stellen. Das gab mir den Ansporn, den Auswahlprozess wissenschaftlich unter die Lupe zu nehmen, damit Unternehmen besser und effizienter werden und alle Beteiligten, vom Chef bis zum Angestellten, zufriedener sind.

Sie sind Naturwissenschaftlerin, Frau Schraner, und keine Psychologin. Wie kommt es, dass Sie sich für so ein Instrument begeistern? Solche Analysen basieren doch immer auf psychologischen Betrachtungen.

Verena Schraner: Genau hier wurzelt unsere Innovation: Statt eines psychologischen Modells haben wir mit der probabilistischen Test-Theorie einerseits und dem Total Productivity Management andererseits zwei Verfahren gewählt, die mathematisch-naturwissenschaftlichen Ursprungs sind. Das Ergebnis der Zusammenarbeit mit Experten aus unterschiedlichen Bereichen ist das Personal diagnostiktool PERSOscreen, mit dem wir Unternehmer bei der Personalarbeit unterstützen. Denn für die Eignungsdiagnostik mit PERSOscreen werden nur die tätigkeitsrelevanten Aspekte einer Persönlichkeit betrachtet, und nicht – wie bei vielen anderen Tools – komplexe psychologische Gutachten erstellt. Überdies beleuchtet PERSOscreen das am Arbeitsplatz vorherrschende Betriebsklima und die Anforderungen der zuständigen Führungskraft. Damit werden die richtigen Weichen gestellt!

Was ist denn das Geheimnis einer erfolgreichen Mitarbeiterauswahl?

Verena Schraner: Indem man den Weitblick und Mut hat, Menschen, die charakterlich nicht zusammenpassen, nicht zusammenarbeiten zu lassen. Außerdem sollte niemand unter Bedingungen arbeiten, unter denen er nicht seine optimale Leistung abrufen kann. Ein sehr harmoniebedürftiger Mitarbeiter wird einem cholischen Chef wenig Nutzen bringen und ein Mensch, der feste Strukturen braucht, in einem kreativen Team verzweifeln. Selbst dann, wenn derjenige willig ist und die fachliche Qualifikation besitzt.

Stefan Schraner: Was Verena Ihnen hier erklärt, das wenden wir in der Schraner Group mit Erfolg an, Frau Briegel.

Es steht und fällt also mit dem Mannschaftsgeist?

Stefan Schraner: Auf jeden Fall. Ein Unternehmen ist in vielerlei Hinsicht mit dem Sport vergleichbar: Erfolg, Flow und Freude bei der Arbeit, sowie eine gute Qualität hängen maßgeblich von der Teamaufstellung ab.

Da kann ich nur sagen: Algorithmus schlägt Psychologie. Was sind denn die Vorteile Ihres Verfahrens?

Verena Schraner: Die Berücksichtigung der Anforderungen an den Arbeitsplatz steht bei PERSOscreen im Vordergrund. Bei der Ermittlung der Eignung einer Person werden also nur die tätigkeitsrelevanten Eigenschaften ermittelt, anstatt psychischer Krankheitsbilder oder ausführlicher Persönlichkeitsgutachten, die oft deutlich über das Ziel hinaus schießen und der Führungskraft trotzdem nicht weiterhelfen. PERSOscreen stellt also den Bezug her zwischen einer konkreten Arbeitsstelle mit ihrem sozialen Umfeld sowie den Anforderungen der zuständigen Führungskraft und der Leistung, die an diesem Arbeitsplatz und in diesem sozialen Umfeld voraussichtlich erbracht wird. Darüber hinaus beleuchtet PERSOscreen das Stenumfeld und die Gruppendynamik, die sich rund um diese Position entwickelt hat, und die Anforderungen der zuständigen Führungskraft.

Sie werden Ihrem Ruf gerecht: Effizienz pur! Eine auf Wahrscheinlichkeiten beruhende Betrachtungsweise ist zu hundert Prozent objektiv und nicht manipulierbar, oder?

Stefan Schraner: Definitiv ist es für den Unternehmer effizienter, schon vor der Besetzung einer neuen Stelle zu prüfen, welcher der Kandidaten am besten zu ihm, seinen unternehmerischen Zielen und dem existierenden Betriebsklima passt. Unsere Überzeugung bestätigt sich in der Praxis täglich: das berühmte Bauchgefühl, das jeder von uns in sich trägt und auch nicht vernachlässigen sollte, erfährt durch unser eignungsdiagnostisches System eine objektive Unterstützung, die für uns bei der Personalarbeit nicht mehr wegzudenken ist. So finden wir mit PERSOscreen - erfolgreicher und präziser als mit anderen Methoden - die am besten geeigneten Mitarbeiter für eine bestimmte Stelle und tragen damit langfristig zur Effizienzsteigerung in Unternehmen bei.

Die Betrachtung der Beziehungsebene finde ich sehr innovativ. Mich begeistert vor allem, dass Sie mit PERSOscreen ein Matching von Führungskraft und Mitarbeiter ermöglichen. Denn ich sehe im Unternehmer vorrangig immer den Beziehungsmanager. Leider wird diese Rolle von der Vielzahl täglicher Unternehmernaufgaben häufig verdrängt.

Verena Schraner: Dann können Sie sich vorstellen, wie froh Unternehmer sind, wenn wir ihnen mit unserem System den unkomplizierten Abgleich ermöglichen und Transparenz in die Beziehung zwischen dem Unternehmer und seinen Mitarbeitern bringen. So werden Werte, Anforderungen und Stärken beider Seiten miteinander verglichen und dadurch auf übersichtliche Art und Weise mögliche Konfliktpotentiale sowie Entwicklungsbereiche veranschaulicht. Denn wenn Mitarbeiter kündigen, verlassen sie normalerweise nicht das Unternehmen, sondern ihre Führungskraft!

Sie haben auch Instrumente zur Personalentwicklung und Mitarbeiterbindung entwickelt. Welche sind das?

Verena Schraner: Wir stellen dem Unternehmer Tools zur Seite, die ihm nicht nur als Momentaufnahme dienen, sondern langfristig zur Personalentwicklung und Mitarbeiterbindung beitragen.

gen können. Wir haben in den letzten Jahren unsere Produkte immer weiter entwickelt. PERSOscreen ist daher mittlerweile eine Toolfamilie geworden. Zu Beispiel ergänzt PERSOtalk als Tool für Personalgespräche die bei der Personalauswahl und -entwicklung eingesetzte PERSOscreen-Diagnostik. Es funktioniert nach dem gleichen Prinzip des Abgleichs der Führungskraft- und Mitarbeiterperspektive und liefert auf diese Weise eine zielorientierte Gesprächsgrundlage. Dann haben wir noch Stress-Prävention-Tools für das betriebliche Gesundheitsmanagement: Mit dem MENTALindicator können Sie Ihren Mitarbeitern einen Schnelltest zur Früherkennung von Stress anbieten. Ergänzend bietet sich bei Bedarf ein ausführlicher MENTALscreen an, der Stressresistenzen und -risiken analysiert. Gerne vermitteln wir Ihnen hierfür einen erfahrenen MENTALscreen-Coach.

Ach so, Sie zertifizieren auch Berater für den Bereich?

Verena Schraner: Ja, Frau Briegel, die Aufgaben im Personalmanagement sind komplexer denn je. Einstellung neuer Mitarbeiter, Auswahl von Fördermaßnahmen, Entscheidung über interne Umbesetzungen, Personalgespräche, betriebliche Gesundheitsvorsorge. Viele Unternehmen nutzen bei diesen vielfältigen Anforderungen das Know-how und die Ressourcen externer Fachleute. Insbesondere beim Einsatz eignungsdiagnostischer Verfahren greifen Unternehmen gerne auf die kompetente Unterstützung spezialisierter Dienstleister zurück. In unseren PERSOscreen- und MENTALscreen-Zertifizierungsseminaren vermitteln wir Beratern, Trainern und externen HR-Experten das notwendige Know-how über die mathematisch-naturwissenschaftlichen Hintergründe und die Funktionsweise der Tools. Anhand anschaulicher Praxistests eignen sie sich das nötige Fingerspitzengefühl an, das sie für den Umgang mit PERSOscreen benötigen. Wenn das Unternehmen nicht sehr groß ist, wendet der Chef oder sein zuständiger Mitarbeiter die Tools selber an.

Die Personalentwicklungstools sind eine wirklich spannende Lösung gerade für den Mittelstand. Damit lernen Unternehmer ihre Mitarbeiter und deren Motive noch besser kennen, oder?

Verena Schraner: Stimmt genau. Das sind sehr wichtige Fragen: wissen Sie, was Ihre Mitarbeiter antreibt und welche Anreize dafür geeignet sind, sie auch langfristig zu motivieren und an Ihr Unternehmen zu binden. Spielen in erster Linie materielle Interessen eine Rolle? Wie wichtig sind persönliche Handlungsfreiheit oder die Zugehörigkeit zu einer Gruppe? Die Antworten auf diese Fragen liefern dem Unternehmer wichtige Erkenntnisse; zum einen darüber, wie die Interessen seiner Mitarbeiter gelagert sind und zum anderen, ob diese auch mittel- bis langfristig zum Unternehmer und seiner unternehmerischen Vision passen.

Ich kenne Unternehmer, die verschlingen etliche Bücher über gutes Führen und verzweifeln doch. Statt ein Buch zu lesen, am besten Ihre Tools anwenden, oder? Das bedeutet, neue Klarheit für den Unternehmer in seiner Führungsrolle?

Verena Schraner: Mit dieser Klarheit wandelt sich die Führungsbeziehung von der lästigen Begleiterscheinung des Unternehmertums zu einem Schlüssel unternehmerischen Er-

folges. Es ist essentiell zu wissen, welche Art von Führung ein Mitarbeiter überhaupt braucht und erwartet. Handelt es sich eher um einen freiheitsliebenden Kandidaten, der eine legere Art der Führung benötigt und nicht zu sehr in seinen Handlungsspielräumen eingeschränkt werden möchte? Oder aber das Gegenteil, einen Mitarbeiter, der sich problemlos in bestehenden Hierarchien einordnen kann und aus diesem Grund auch durchaus autoritär geführt werden möchte? Allein die Beantwortung dieser Fragen stellt schon einmal eine wichtige Stütze im Alltag dar und hilft dem Unternehmer auch dabei, seine eigenen Ressourcen im Hinblick auf eine erfolgreiche und effiziente Personalführung sinnvoll zu balancieren.

Ihre zielgerichtete Betrachtung spricht mich sehr an, Frau Schraner. Für den voll ausgelasteten Unternehmer eröffnen sich ganz neue Perspektiven, dem wachsenden Fachkräftemangel, demographischem Wandel und sonstigen Personal-Herausforderungen zu begegnen. Vor allem, weil er mit diesem Instrument neue Chancen hat, sich zu überlegen, was er im eigenen Unternehmen anstoßen kann, um gegenläufige Trends zu setzen und langfristig erfolgreich mit seinen Mitarbeitern zusammenzuarbeiten und gemeinsam unternehmerische Visionen umzusetzen.

Verena Schraner: Für mich und mein Team ist unser System die Basis einer neuen Führungskultur: nicht die Entwicklung neuer Führungsstile, sondern besserer Führungsbeziehungen werden Unternehmen erfolgreicher machen. Denn, egal, ob es sich um die angeblich bindungsunwillige Generation Y oder um ältere Mitarbeiter handelt, die Grundbedürfnisse sind meist sehr ähnlich und altersübergreifend: Mitarbeiter wollen Unterstützung durch ihre Führungskräfte statt Kontrolle, regelmäßige konstruktive Rückmeldung sowie individuelle Weiterentwicklung ihrer Talente und Stärken statt Trainings und Weiterbildungsmaßnahmen nach dem Gießkannenprinzip.

Was steht dann als Nächstes an, Frau Schraner, Herr Schraner?

Verena Schraner: Wir haben immer wieder Interview- und Vortrags-Anfragen, um PERSOscreen vor Publikum zu erklären. Außerdem werden wir als Co-Moderatoren zu Webinaren, Vorträgen und Unternehmerpodien eingeladen. Dazu bauen wir unsere wissenschaftlichen Partnerschaften, beispielsweise mit Hochschulen, aus.

Stefan Schraner: Ende 2017 eröffnen wir übrigens unser neues Headquarter, die neue Heimat der Schraner Group.

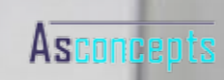
Dann sind ja bei Ihnen die Weichen wie immer auf gesundes Wachstum gestellt! Danke für Ihre Zeit! Vielleicht können Sie dann unsere Gastgeber für den nächsten Orhideal-Unternehmertreff sein!

Stefan Schraner: Sicherlich, Frau Briegel. Wir bedanken uns auch für das interessante Gespräch.

www.persoscreen.de



Qualitätsversprechen aus der Praxis mit Multientrepreneur®, Mentor und Fachbuchautor Stefan Schraner:
alle angebotenen Systeme und Methoden durchlaufen den „Laborversuch“ in den Unternehmen der Schraner Group bevor sie Kunden des Erfolgslabors angeboten werden



„Führungsbeziehung ist der Schlüssel zum Erfolg.“



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 Verbreitungspartner 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

Team 5 Mehr als nur CAD

Kolumne von & mit
Dr. Peter Burnickl



„Neue Funktionen
in der CAD-Abteilung.“

OR **IDEAL**
media
face 2017
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen



Zuverlässige Elektroplanung

Kolumne von & mit
Dr. Peter Burnickl

Um alle Aufträge als Elektroplanungsbüro zuverlässig ausführen zu können, ist in unserer Branche eine kompetente CAD-Abteilung unerlässlich.

Die ursprüngliche Aufgabe unserer CAD Abteilung war es, von den Projektleitern vorgegebene Planungen in das CAD-Programm zu übersetzen und planerisch darzustellen. Da aber unsere Projektleiter unter chronischem Zeitmangel leiden und sie immer weniger Zeit für reine Planungsarbeit hatten, kam die Idee, die CAD-Abteilung von einer reinen ‚Zeichenwerkstatt‘ in eine ‚Unterstützungsabteilung‘ für die Projektleiter und ihre Projekte umzuwandeln und neue Funktionen zu schaffen.

Im ehemaligen CAD-Team, das seit Beginn 2012 Teil des Unternehmens ist, gab es Kollegen, denen das reine Zeichnen zu wenig, die Verantwortung eines Projektleiters jedoch zu viel war. So entstand die Idee, die Position des Fachplaners zu schaffen, der die Projektleiter in ihrer Planungsarbeit tatkräftig unterstützt und die gemeinsam

erarbeiteten Vorgaben umsetzt. Zusammen mit den technischen Systemplanern und technischen Systemexperten ergibt sich daraus unser Team 5 mit momentan sieben Personen, die mittlerweile in die meisten unserer Projekte involviert sind. Der Name Team 5 ist der Tatsache geschuldet, dass das Team vor allem in den Leistungsphasen eins bis fünf zum Einsatz kommt.

Fachplanerin Lisa Hirschmann sieht sich als Schnittstelle und manchmal auch Vermittlerin zwischen den Projektleitern und den Zeichnern. Dort fühlt sie sich richtig aufgehoben und respektiert, da sie als Fachplanerin den Projektplanern Arbeit abnehmen kann und die ausgearbeiteten Vorgaben an die technischen Systemplanern und technischen Systemexperten mit Ihrem notwendigen Know-how weitergibt. „Die technische Ausstattung der Abteilung ist auf einem sehr hohen Niveau und wir versuchen, mit dem technischen Fortschritt immer Schritt zu halten. Wir sind momentan so gut aufgestellt, dass wir bis jetzt sämtliche planerischen Probleme lösen konnten“, so Lisa Hirschmann.

Wir erhoffen uns natürlich, diesen wichtigen Bestandteil unserer Firma zukünftig kräftig aufzustoßen, um alle unsere Projektleiter schlagkräftig unterstützen zu können. Geplant ist, dass die Projektleiter in Zukunft nur noch ‚Eckdaten‘ und ‚Leitplanken‘ vorgeben und das Team 5 alles Weitere selbstständig übernimmt.

Um das alles zu gewährleisten ist es sehr wichtig, dass die Planer und Zeichner nicht nur theoretisch zugange sind. Durch Baustellenbegehungen während der Planungs- und Bauphasen soll die Praxisnähe gefördert werden und den Kollegen ermöglichen, so ihre Aufgaben noch besser umsetzen können. „Ich wünsche mir, dass unser Team 5 immer weiterwächst und sich noch mehr etabliert. Und ich möchte noch sehr lange ein Teil davon sein“, so Fachplanerin Lisa. Dem kann ich mich nur anschließen. *Dr. Peter Burnickl.*

Mehr über das Team erfahren Sie im Archiv in der Titelstory November 2015.

www.burnickl.de

Spaß beim Arbeiten: selbstverantwortlich und praxisnah! Das Burnickl-Team rockt die Baubranche und bricht Klischees. Angestaubt ist höchstens die Baustelle!



Fachplanerin Lisa Hirschmann sieht sich als Schnittstelle und manchmal auch Vermittlerin zwischen den Projektleitern und den Zeichnern.



„Unsere
Planer und
Zeichner sind
nicht nur theoretisch
zugange.“

„Ich habe ein Attest von meinem Arzt!“



Vielleicht kennen Sie die Situation. Ein Mitarbeiter kommt mit einem Attest vom Arzt seines Vertrauens und darin steht, er könne diese und jene Tätigkeiten aus seinem Aufgabenbereich nicht mehr ausüben.

Was steckt dahinter?

Wie im richtigen Leben gibt es mehrere Möglichkeiten. Einmal kann es sein, dass tatsächlich eine gesundheitliche Einschränkung vorliegt. Genauso oft aber kommen Arbeitgeber zu mir, die mir berichten, dass dem Mitarbeiter neue, ungeliebte Aufgaben, zugewiesen wurden, oder es war eine Umorganisation der Arbeit notwendig und dem Mitarbeiter passt das Ergebnis nicht. Das nennen Psychologen dann passiven Widerstand.

Wie verhalte ich mich?

Was sie nicht machen sollten ist das Attest ungeprüft hinzunehmen. Sie haben mehrere Möglichkeiten. Zuerst einmal hilft es weiter, wenn sie wie bei jeder anderen schwierigen Situation im Geschäftsleben vorgehen, was ist Ursache und was ist Wirkung? Dann werden sie sehr schnell eine gut begründete Vermutung haben, ob tat-

sächlich ein gesundheitliches Problem dahinter steckt, oder ob das Attest nur vorgeschoben ist. Egal was der Hintergrund ist, sie müssen immer das Attest hinterfragen. Welcher Arzt hat es ausgestellt und von welchen Arbeitsbedingungen ist der Arzt ausgegangen. Sie müssen dem Attest genau entnehmen können, was der Mitarbeiter zukünftig noch darf und was nicht. Können sie diese Informationen dem Attest nicht entnehmen dürfen sie beim Arzt nachfragen. Ganz wichtig dabei, der Arzt kann sich dabei nicht auf die Schweigepflicht berufen, er muss ihnen Auskunft geben, sonst brauchen sie das Attest nicht zu beachten.

Liegt wirklich ein ernstes gesundheitliches Problem zugrunde, dann ziehen sie ihren Betriebsarzt hinzu und überlegen sich, wie sie die Arbeit umgestalten können.

Vermuten sie das Thema passiver Widerstand hinter dem Attest, dann schalten sie ebenfalls den Betriebsarzt ein und lassen diesen eine Einschätzung der Situation vornehmen.

Muss man dem Attest nachgeben müssen sie sich überlegen, ob sie den Mitarbeiter noch lange beschäftigen wollen, denn hat er einmal mit der Nummer Erfolg...

Wenn sie mittelfristig eine Trennung in Betracht ziehen, würde ich die Aufgaben die laut Attest nicht in Frage kommen weglassen und, Achtung, keine neuen Aufgaben übertragen.

Was ist das Risiko des Mitarbeiters?

Wieso schlage ich so etwas vor?

Das hängt mit dem Risiko des Mitarbeiters zusammen. So ein Attest hat nämlich einen ganz entscheidenden Hacken. Der Mitarbeiter belegt damit selbst, dass er für Teile der Arbeit nicht geeignet ist. Liegt der Anteil über 30 % seiner Aufgaben können sie eine personenbedingte Kündigung vorbereiten. Können sie dem Mitarbeiter glaubhaft keine neuen Aufgaben geben, dann können sie die Arbeitszeit und damit das Gehalt über eine Änderungskündigung reduzieren. Sie schlagen damit den Mitarbeiter im Fall des passiven Widerstandes mit seinen eigenen Waffen. Das finde ich persönlich ziemlich cool.

Markus Schleifer

lesen Sie auch
die Titelstory
März 2016

„Was Sie
tun können,
wenn Sie
Zweifel an
einem Attest
haben...“

„Über den Denkstil Ihrer (neuen) Mitarbeiter und Ihre Zukunftschancen“

Nehmen wir an: Sie haben Ihr Unternehmen weiter entwickelt und benötigen nun zusätzlich Mitarbeiter. Die Aufgabe erscheint rasch klar: ein Profil entwickeln, überlegen, wen Sie oder Mitarbeiter evtl. kennen und suchen oder suchen lassen. So läuft es in 99% aller Fälle. Und da liegt auch die Ursache, daß ein hoher Prozentsatz dieser Fälle mittelmäßig oder gar schlecht läuft. Warum?

Die Ursache ist ähnlich wie bei der Titanic: Man sieht so zwar die Spitze des Eisbergs, das meiste ist aber unter der Oberfläche und unsichtbar, daher oft eine unerwartete Überraschung. Ich möchte einen der wichtigeren Punkte herausgreifen, der ganz selten beachtet wird, eben weil er unter der Oberfläche liegt. Auf längere Sicht ist er aber von größtem Einfluß: Das Denken.

Denken ist der Auslöser für alles Handeln. Alles Handeln im Unternehmen hängt somit vom Denken ab. Beispiel: wie stark prägt das Sicherheitsbedürfnis das Denken? Wie stark

das Kontaktbedürfnis? Wie stark die Lust, neues zu riskieren? Wie stark die (Un-)Lust, sich mit Daten und Fakten zu befassen? U.s.w.

Diese Faktoren sind unterschiedlich stark ausgeprägt, sie reichen von „am liebsten“ bis hin zu „mag ich gar nicht“. So denkt Mensch in einer ganz individuellen Art und Weise und handelt somit ganz individuell, aber nachhaltig in der selben Art und Weise. Dies ist gänzlich unabhängig von seiner Ausbildung und Qualifikation.

Einwand: das mag ja stimmen – aber sind das nicht bloß Nuancen? Manchmal schon, doch in der Summe und über die Zeit ist ihre Wirkung enorm. Und sogar gefährlich, weil diese Nuancen oft kaum bemerkt werden und sich erst nach Jahren deutlich zeigen. Je weiter oben in der Hierarchie, desto deutlicher.

Warum konnte Apple die anfangs vergleichsweise übermächtige Microsoft einholen und überholen und ist heute das mit Abstand das wertvollste Unternehmen der Welt?

Weil Steve Jobs selbst ein extrem innovativer Denker mit hoher Risikobereitschaft war - und sich überdurchschnittlich viele ähnlich denkende Mitstreiter an Bord geholt hat.

Zurück zu unserer Ausgangsfrage: Es würde also naheliegen sich zu fragen, wie fachlich passende Mitarbeiter eigentlich denken! Dann könnte man beurteilen, wie dies zu den Zielen des Unternehmens paßt und dies in die Entscheidung einbeziehen. Ich habe damit über 25 Jahre extrem gute Erfahrungen machen dürfen.

Und das schöne: Die Mitarbeiter erkennen rasch, daß es ihnen beruflich wie privat ebenfalls sehr nutzt, so daß es denkbar einfach ist, solche Denkstile zu analysieren. Und das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist auch richtig gut. Ein Versuch lohnt sich!

Dr. jur. Ernst Pechtl, Dipl.-Kfm.

**Eine Frage genügt:
pechtl@pechtl.de
Tel. +49 89 20 500 86 86**



Bewegt durch's Bild

Kolumne von & mit Michael Kromschröder

Rückblende: mediabit am Orhideal Stand auf den www.instandhaltungstage.at 2017 in Klagenfurt

Heute eine Impression von:
Palfinger Imagefilm 2016 © mediabit Film



www.mediabit-studios.de

„Wir pixeln
Gefühle
nach Maß!“

**Emotions-Designer
Michael Kromschröder
verpackt mit seinem
mediabit-Team
Unternehmensbotschaften
in Kinofilm-Qualität:**
der sympathische Nutzen-
gestalter und Wirtschafts-
ingenieur agiert damit
- jenseits vom Klischee der
klassischen Filmproduktionen -
ganz nah an den Business-
Interessen seiner
Geschäftskunden.





Titelgesicht Michael Kromschröder, www.mediabit-studios.de am Orhideal Stand www.instandhaltungstage.at 2017

Inspirierend und vielfältig, so präsentierte sich die Instandhaltungsbranche Anfang April im Rahmen der 10. INSTANDHALTUNGSTAGE in Österreich. An drei Tagen referierten und diskutierten wieder mehr als 300 Praktiker und Experten aus Deutschland, Österreich, Belgien, Slowenien und der Schweiz. Besonders der Kongresstag bot einen guten Überblick über aktuelle Themenstellungen, neue Herausforderungen und erprobte Vorgehensweisen.

Da war vom klassischen Instandhalter die Rede, von Technikern, die sich selbst gerne als ‚Macher‘, kaum aber als ‚Verkäufer‘ ihrer Leistungen sehen, da wurde die zerstörerische Kraft der Innovation beschworen und praktisch dargelegt, dass langfristige Begleitung für die Instandhaltungsorganisation ebenso befruchtend sein kann, wie für den spezialisierten Dienstleister. Die Ausrichtung der Instandhaltung auf aktuelle Herausforderun-

gen kann ganz einfach sein, postulierte Andreas Dankl (dankl+partner consulting) und entführte die Teilnehmer auf eine Reise in ihre Kindheit. Stein für Stein, wie früher beim Zusammenbauen eines Baustein-Modells, solle man vorgehen, so sein Tipp. Mit Geduld, strukturiertem Vorgehen, den Fokus ausgerichtet auf das Erfolgserlebnis, wenn das (Zwischen-)Ergebnis erreicht ist.

Arnold Sommeregger (Evonik) und CM-Spezialistin Jutta Isopp (Messfeld) referierten gemeinsam über ihre bereits 10jährige Zusammenarbeit und die Synergieeffekte, die sich aus konsequenter Weiterentwicklung und gegenseitigem Vertrauen ergeben können. Anhand konkreter Anschauungsbeispiele wurden Best Practice-Vorgehensweisen dargestellt. Isopp: „Wir haben uns gemeinsam mit unserem Kunden Evonik entwickelt und der Kunde mit uns. Es geht primär darum, die Kunden zu befähigen, ihm also sprichwörtlich ‚Laufen zu lernen‘ – nur unter diesem Gesichtspunkt ist eine langjährige Partnerschaft für beide Seiten befruchtend.“

Von offizieller Seite eröffneten Claudia Mischensky (IV Kärnten), Franz Oswald (WKK, Stv. Gewerbe & Handwerk)

und Maria Mack (Parkmanagement Lakeside Park) den Kongresstag und zeigten sich beeindruckt von der Besucheranzahl und der Themenbreite.

Save the date



Die INSTANDHALTUNGSTAGE sind ein etablierter Fixpunkt im Veranstaltungskalender nationaler und internationaler Instandhaltungsexperten und -praktiker. Der Branchentreffpunkt wird von den Unternehmen dankl+partner consulting gmbh, Messfeld GmbH und MCP Deutschland GmbH abwechselnd in Salzburg und Klagenfurt organisiert. Die INSTANDHALTUNGSTAGE 2018 finden von 10. bis 12. April 2018 in Salzburg statt. Alle Infos: www.instandhaltungstage.at

**Foto links: von links nach rechts, Michael Kromschröder, Lydia Höller, Veranstalter Andreas Dankl
Foto rechts: Am Weg zur zukunftsorientierten Instandhaltung: Rainer Weissert (Alegri International Group, 1.v.l.), Claudia Mischensky (IV Kärnten, 2.v.l.), Zsolt Keller (Microsoft Österreich GmbH, 3.v.l.) © photo-baurecht**

Impressionen

Instandhaltungs
Tage '17
04. - 06. April 2017

Mai 2017 • Sonderedition
13 Jahre Plattform
www.orhideal-image.com

Eröffnung des Monats

Deutschlands
größter Showroom
für Gewächshäuser



JULIANA
GEWÄCHSHAUS-CENTRUM

In Deutschlands größtem Showroom für Gewächshäuser präsentiert Juliana mehr als 20 Gewächshäuser auf 1.000 Quadratmetern.

Die Juliana Gewächshaus GmbH ist einer der größten Hersteller von Gewächshäusern für Privatleute. Pro Jahr verkauft Juliana 30.000 Gewächshäuser europaweit (Zahl von 2016). Juliana besitzt mehr als 375 Showrooms in Europa.

Das neu eröffnete Juliana Gewächshaus-Cen-

trum in Hamburg ist die erste deutsche Niederlassung der Juliana Gewächshäuser GmbH. Weitere Niederlassungen sind geplant, um den Kunden die Gewächshäuser in ihren unterschiedlichen Größen und Funktionen nicht nur in einem Katalog, sondern live präsentieren zu können.

Verkaufsdirektor Gert Rasmussen: „Wir sind bereits seit mehreren Jahrzehnten in Deutschland aktiv. Denn Deutschland ist ein sehr interessanter Markt für uns: Wir verzeichnen hier eine steigende

Nachfrage für unsere Gewächshäuser. Deshalb lag es auch nahe, dass wir hier eigene Verkaufsplattformen etablieren, sowie jetzt mit dieser wunderschönen ehemaligen Industriehalle. Sechs bis acht weitere Standorte in Deutschland sind geplant. In den kommenden zwei Jahren eröffnen wir Showrooms in Berlin, Frankfurt, Köln, Leipzig, München und Stuttgart.“

Ansprechpartner für den Showroom in Hamburg ist Wolfgang Nitscher (Bild rechts).



 **JULIANA**
GEWÄCHSHAUS-CENTRUM

www.gewaechshauscentrum.de

Pressespektakel des Monats

mit TV-Moderator und Medienunternehmer Volker Westermann

Begeistert mit seiner mobilen Kochshow: Autonomievorbild und Inklusions-Lobbyist Volker Westermann kochte bereits zusammen mit Guido Horn, Stefan Marquard, Alfred Biolek oder Bernard Hoëcker und ist im Mai gleich auf zwei spannenden Events anzutreffen, auf der REHAB Karlsruhe und in Köln beim Tag der Begegnung in Kooperation mit dem Assistenzdienst Deutschland (siehe folgende Doppelseite)...immer mit der Mission: Kochen verbindet und Selbstbestimmtheit ist möglich! Das lebt der mit Glasknochen geborene Mutmacher täglich vor!

Inklusiv kochen mit Volker Westermann auf der REHAB Karlsruhe

Der im badischen St. Leon-Rot wohnhafte Koch aus Leidenschaft, Moderator und Inklusions-Lobbyist Volker Westermann schnibbelt, kocht und bruzzelt gemeinsam mit behinderten und nicht behinderten prominenten Gästen auf der diesjährigen Rehathechnik-Fachmesse REHAB in Karlsruhe.

„Die besten Partys finden in der Küche statt“ - bei Volker Westermanns Koch-Events kommen Menschen mit und ohne Behinderung locker und ganz ohne Barrieren ins Gespräch. Und auch auf der diesjährigen REHAB, einer der bedeutendsten Fachmessen für Rehabilitation, Therapie, Inklusion und Pflege, heißt es: an die Töpfe - fertig - los!

Gekocht und getalkt wird in der Messe Karlsruhe vom 11. - 13. Mai 2017 mit prominenten Gästen wie Samuel Koch, Schauspieler und Autor, der Landesbehindertenbeauftragten Stephanie Aeffner, Sandra Olbrich, Moderatorin der ZDF-Sendung „Menschen - das Magazin“ und dem Rollstuhlmodel Nina Wortmann. „Was wir an den Messetagen kochen, entscheiden wir kurzfristig. Ganz nach dem saisonalen Angebot, das uns frisch von den CAP-Märkten Karlsruhe zur Verfügung gestellt wird.“, so Westermann. Was der Koch mit seinen Gästen gezaubert hat, darf im Anschluss natürlich gerne probiert werden.

Auch am 20.Mai, beim Tag der Begegnung im Kölner Rheinpark, kocht der leidenschaftliche Vernetzer im Auftrag des Assistenzdienstes Deutschland (siehe nächste Doppelseite). Weitere Informationen finden Interessierte auf

www.inklusiv-kochen.de



Pressespektakel des Monats

Auf dem Tag der Begegnung in Köln kocht Volker Westermann in Kooperation mit dem Assistenzdienst Deutschland.

bekannt aus
dinner for every one



**ASSISTENZDIENST
DEUTSCHLAND**

Sie sind der Kopf, wir Ihre Arme und Beine.

Der Assistenzdienst Deutschland unterstützt Menschen, die zur Bewältigung ihres Alltags Hilfe benötigen. Zu unseren Kunden gehören Menschen mit körperlichen, geistigen und/oder kognitiven Behinderungen, Senioren sowie kurzzeitig Erkrankte.

Wir haben die Vision, dass alle Menschen – egal mit welcher Einschränkung – in allen Bereichen ihres Alltags selbstbestimmt leben können, denn wir sehen in jedem Menschen eine individuelle Persönlichkeit mit körperlichen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen. Für dieses selbstbestimmte Leben bieten wir unseren Kunden Assistenz für alle Lebenslagen, getreu unserem Motto: „Sie sind der Kopf, wir Ihre Arme und Beine“.

Hierzu haben wir eine Reihe von Assistenz-Angeboten entwickelt, die dem immer noch

großen Mangel an Inklusion in unserer Gesellschaft entgegentritt.

Die Assistenz ist ein lebendiger Prozess, der gemeinsam mit dem Kunden und gegebenenfalls dessen Bezugspersonen geplant und in der Entwicklung angepasst wird. Die Bedürfnisse des Menschen und seine Lebensgewohnheiten stehen dabei im Mittelpunkt. Unsere Leistungen reichen von punktuellen

Unterstützungsangeboten bis hin zu einer Alltagsassistenz rund um die Uhr. Dabei richten wir uns mit unserem Angebot ganz nach den Bedürfnissen und Möglichkeiten unserer Kunden und können so eine persönliche und maßgeschneiderte Hilfe bieten. Jeder Assistenznehmer bestimmt bei uns nicht nur Art und Umfang der Assistenz, sondern auch jeden unserer Schritte zu seinem selbstbestimmten Leben.

Unsere Mitarbeiter haben verschiedene Qualifikationen, sodass je nach Wunsch und Bedürfnis der Kunden ein spezielles Team zur optimalen Unterstützung zusammengestellt werden kann. Wir unterstützen vorrangig die Selbstversorgung im Alltag. Dies umfasst pflegerische Maßnahmen genauso wie die

Freizeitgestaltung, die Pflege persönlicher Kontakte und der Teilnahme an Veranstaltungen. Bei Bedarf und auf Wunsch unterstützen und fördern wir auch Lernprozesse und soziale Kompetenzen und stehen unseren Kunden mit fachlichem Rat zur Seite. Dabei versuchen wir stets, uns in die ganz persönliche Situation des Kunden hinein zu fühlen, um eine individuelle Versorgung anbieten zu können. Wir möchten die Selbständigkeit unserer Kunden sicherstellen, ihre Lebensqualität erhöhen und so ihr Wohlbefinden steigern.

Unsere Kundenorientierung ist die Basis unseres Unternehmens. Wir legen Wert auf die Pflege langfristig angelegter Kundenbeziehungen und schätzen den persönlichen und mitunter sehr offenen Kontakt zu unseren Kunden. Dieser ermöglicht es uns, Bedürfnisse schnell zu erkennen und entsprechend zu befriedigen. Denn die Zufriedenheit unserer Kunden ist unser höchstes Ziel.

Wir arbeiten auch eng mit Behörden zusammen und können in verschiedenen Bereichen auch umfassend beraten. Da unser Angebot deutschlandweit auf großes Interesse stößt, sind wir mittlerweile nicht mehr nur in Düsseldorf tätig, sondern assistieren Menschen in allen Bundesländern.

www.assistenzkraft.de



Attraktiv als Arbeitgeber

Wie Sie die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen und binden:

Das gefragte 5-Stufen-System nach Martina Schäfer, FINIS Kommunikation, ist bekannt als punktgenaue Unterstützung für Unternehmen, ihre Arbeitgebermarke aufzubauen und dadurch leichter die passenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden und ihre besten Kräfte zu halten. Mit ihrer Spezialmethode definiert die erfahrene Expertin zunächst die Stärken des Unternehmens als Arbeitgeber und ergänzt deren Marketingstrategien mit speziellen Employer Branding Maßnahmen. FINIS bedeutet auf Latein unter anderem auch das Ziel. Mit Martina Schäfer verfehlen sie es sicher nicht!

Orbidea Briegel, Herausgeberin

Das Interview mit Martina Schäfer, Expertin des Monats Mai 2017, führten wir in Co-Moderation mit Shailia Stephens-Würsig, www.shailiastephens.com (Geschäftsfrau des Monats Januar 2014)

Employer Branding

Orhideal IMAGE: Im Gegensatz zu großen Konzernen, die durch ihre Bekanntheit meist automatisch viele Bewerber anziehen, müssen Mittelständler sich oft erst einmal in deren Blickfeld bringen. Sie sind Expertin für attraktive Arbeitgebermarken. Skizzieren Sie uns kurz, wie Sie mit Employer Branding Ihre Kunden erfolgreich machen?

Gerne. Employer Branding ist grundsätzlich wirksam für alle Branchen. Dies gilt gerade auch dann, wenn sie unter Fachkräftemangel leiden. Durch eine gute Präsentation fällt es Unternehmen leichter, Mitarbeiter zu finden, sodass sie Vorsprung gegenüber ihren Wettbewerbern gewinnen. Außerdem hilft die Darstellung der „Eigenheiten“, die passenden Mitarbeiter zu gewinnen. Dadurch reduzieren die Unternehmen Kosten, die bei jeder Personalsuche und bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter entstehen. Eine gute interne Kommunikation sorgt zudem für die langfristige Mitarbeiterbindung und damit ebenfalls für Kosteneinsparungen.

Shailia Stephens: Mit anderen Worten Ihre Arbeit geht über das klassische Marketing oder Kommunikation hinaus? Was ist anders an Ihrem Ansatz?

funktioniert am besten, wenn Menschen schon einen sehr guten Eindruck vom Unternehmen als Arbeitgeber gewonnen haben. Ein durchdachtes Employer Branding sorgt dafür, dass es sich auf den geeigneten Kanälen gut präsentiert und so die Aufmerksamkeit geeigneter Kandidaten gewinnt – und weniger geeignete „abschreckt“.

Employer Branding ist mitarbeiterfokussierte Kommunikation. Für die Unternehmen ist es wichtig, nicht nur irgendwelche Mitarbeiter zu finden, sondern die richtigen. Und genau dies

Verschafft ihren Kunden den nötigen Vorsprung im Wettbewerb um die passenden Mitarbeiter:

Employer Branding Expertin und Buchautorin Martina Schäfer überzeugt mit messerscharfer Analyse und individuellem Maßnahmenplan.

Mit ihrer Spezialkommunikation hilft die sympathische Marken-Könnlerin Unternehmen Kosten zu reduzieren, die bei jeder Personalsuche und bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter entstehen. Auch im Arbeitgeber-Marketing gilt: Für jeden Topf der passende Deckel!

ORHIDEAL
media
face 2017

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

„Zeigen Sie durch Employer Branding, was Sie als Arbeitgeber auszeichnet.“

**Interview-
partnerin
und Autorin
rund um
Arbeitgeber-
Branding**

Shailia Stephens: Wie geht es denn weiter, wenn Sie die Stärken des Unternehmens als Arbeitgeber analysiert haben. Da ist man doch selber sicher gerne betriebsblind.

Ja, die Reflektion von außen wird nicht nur vom Geschäftsführer, sondern auch von deren Marketing- und Personalabteilungen geschätzt. Um einen umfassenden Eindruck zu bekommen, richtet sich deshalb mein Blick zunächst auf das Unternehmen selbst. Ebenfalls im Fokus stehen dann der Inhaber oder die Unternehmensleitung und auch die aktuellen Mitarbeiter. Nach dieser eingehenden Analyse erarbeite ich mit den Verantwortlichen geeignete Maßnahmen, um dies nach innen und nach außen zu transportieren. Darauf aufbauend entwickle ich erste Inhalte und führe die Unternehmen in die Umsetzung ein. Haben Unternehmen bereits ein Employer Branding etabliert und buchen mich ausschließlich für die Umsetzung der Maßnahmen, erstelle ich Inhalte für die verschiedenen Kommunikationskanäle – online und offline. Die Verbreitung erfolgt dann entweder durch mich oder durch das Unternehmen selbst.

Orhideal IMAGE: Das ist auch kluge Mitarbeiterbindung, nicht wahr?

Ganz genau. Damit Mitarbeiter nicht abwandern, sollte außerdem die interne Kommunikation gut funktionieren. Auch hier bietet gutes Personalmarketing einen wirksamen Ansatz. Entscheidend für die Unternehmen ist, dass Employer Branding ihnen hilft, Zeit und Kosten zu sparen. Alleine dadurch dass der Anteil passender Bewerber steigt, reduzieren sie ihren Aufwand bei der Bearbeitung. Sie können freie Positionen schneller besetzen und auch die Loyalität zum Unternehmen nimmt zu.

Shailia Stephens: Ist Ihre Vorgehensweise auch für kleinere Firmen geeignet?

Natürlich. Gerade dann kann Personalmarketing entscheidend für den Erfolg

bei der Personalgewinnung sein. Immerhin gilt es, erst einmal überhaupt Aufmerksamkeit zu wecken und in den Fokus möglicher Bewerber zu kommen. Als attraktive Arbeitgebermarke fällt dies deutlich leichter. Und die Maßnahmen des Employer Brandings sorgen erst dafür, dass kleine und mittelständische Unternehmen von den passenden Bewerbern wahrgenommen werden.

Shailia Stephens: Viele Mittelständler beklagen, dass es gar keine Fachkräfte in ihrer Branche mehr gibt. Sind Ihre Methoden auch nützlich, wenn die vorhandenen Fachkräfte aktuell bei Wettbewerbern arbeiten?

Definitiv. Diejenigen, die dort unzufrieden sind, sollte das Unternehmen über Employer-Branding-Maßnahmen anlocken. Dazu gilt es, sich entsprechend zu präsentieren und auch bezüglich der Personalentwicklung seine Hausaufgaben zu machen. Entscheidend ist schließlich, im Wettbewerb um das beste Personal, die Nase vorn zu haben. Wer dort trommelt, wo sich die passenden Kandidaten tummeln, hat allergrößte Chancen, diese auch anzuziehen. Viele Menschen lieben die persönliche Arbeitsatmosphäre, die mittelständische Unternehmen bieten.

Orhideal IMAGE: Das kann ich bestätigen. Viele Unternehmer aus unserem Netzwerk sind erfolgreich, weil sie ihre Mitarbeiter in das Personalmarketing einbinden. Das erzeugt Sogwirkung.

In der Tat. Manchen Kunden muss ich die erste Scheu nehmen. Sie befürchten, dass die eigenen, sehr sichtbaren Mitarbeiter dann von der Konkurrenz abwerben werden. Dagegen setze ich, dass abwanderungswillige Mitarbeiter auf Dauer ohnehin nicht zu halten sein werden. Vielmehr gilt es, intern durch Personalentwicklung dagegen zu halten. Außerdem fühlen Mitarbeiter sich häufig geehrt, wenn das Unternehmen sie als Botschafter einsetzt. Dies fördert entsprechend sogar die Loyalität.

Shailia Stephens: Nicht nur bei Mitarbeitern, sondern auch bei Kunden. Damit habe ich auch gute Erfahrung gemacht. Sie arbeiten dann nicht mit der Personal-, sondern mit der Marketingabteilung zusammen.

Mal so, mal so. Beim Employer Branding muss ich viele Interessen berücksichtigen. Beim Personalmarketing handelt es sich um einen Spezialbereich des Marketings und entweder arbeite ich Hand in Hand mit der Marketingabteilung oder mit dem Geschäftsführer. Da ich das Zusammenspiel zwischen Marketing und Recruiting bzw. Personalentwicklung kenne, entwickle ich geeignete Spezial-Strategien und setze passende Maßnahmen wirkungsvoll ein.

Orhideal IMAGE: Unsere sehr erfolgreichen Unternehmer gerade mit mittlerer Unternehmensgröße warten mit dem Employer Branding nicht erst bis zum akuten Mitarbeiterbedarf. Wie sehen Sie das in der Praxis?

Der Erfolg kommt über Nacht. (Sie lacht uns an) Nein, kein Unternehmer denkt so naiv. Employer Branding wirkt logischerweise langfristig wirkt. Das heißt, es dauert, bis ein Unternehmen seine Arbeitgebermarke aufgebaut hat. Entsprechend ist es nie zu früh damit anzufangen. Oder umgekehrt: Wer erst mit Employer Branding startet, wenn er konkreten Personalbedarf hat, darf nicht auf die schnelle Wirksamkeit hoffen. Ein solches Unternehmen muss meist andere Maßnahmen zwischenschalten und kann daher nicht von den eigentlich möglichen Wirkungen profitieren.

Shailia Stephens: Dann ist es gut, Ihre Vorschläge rechtzeitig anzuhören. Frau Schäfer, was macht Ihnen an Ihrer Arbeit besondere Freude?

Besonders begeistert mich an meiner Arbeit die Abwechslung. Das heißt, ich lebe mit der Vielseitigkeit eine meiner größten Stärken aus. Denn gerade für Mittelständler ist es wichtig, dass sie alle Leistungen aus einer Hand bekommen. Und so ge-



hört zu meinen Aufgaben die strategische genauso wie die operative Arbeit. Das gleiche gilt für die Umsetzung von Online- und Offline-Maßnahmen. Ich kenne die Arbeitswelt in Unternehmen und bringe mein Spezialwissen im Employer Branding erfolgsbringend ein. Ich scheue mich auch nicht, Unternehmen direkt anzusprechen, wenn ich sehe, dass sie von meinem Know-how profitieren bzw. sich durch Employer Branding andere Kosten einsparen können.

Shailia Stephens: Apropos Ansprache. Ihre „Schaltzentrale“ ist Berlin, aber Sie bedienen Unternehmen bundesweit. Dafür nutzen Sie sicher alle Möglichkeiten der modernen Technik?

Ja, ich denke für Neukunden ist wichtig zu wissen, dass die Zusammenarbeit mit mir zum großen Teil virtuell über Skype abläuft. Dadurch sparen die Unternehmen Zeit und Geld, da Reisekosten und Wartezeiten entfallen. Termine vor Ort biete ich aber selbstverständlich auch an. In der Beratung arbeite ich mit von mir entwickelten Programmen, mit denen Unternehmen ihr Employer Branding aufbauen bzw. ein vorhandenes weiter ausbauen. Bei der Umsetzung biete ich ein umfassendes Leistungsangebot, das bei Bedarf durch qualifizierte Kooperationspartner zum Beispiel aus den Bereich Grafik oder Personalentwicklung ergänzt wird. Hier erhalten Unternehmen alle Leistungen aus einer Hand und können auf mich als ihre Ansprechpartnerin vertrauen. Mein 5-Stufen-System zusammen mit den Beratungspaketten schafft das System, bei dem ich dennoch individuell auf die Anforderungen jedes Kunden eingehe. Das heißt, ich kann so eine hohe Qualität bei der Beratung und der Umsetzung der gewählten Maßnahmen sicherstellen.

Orhideal IMAGE: Ich denke mir, dass nicht alle Geschäftsführer oder Unternehmer den Begriff Employer Branding kennen, oder?

Es hat sich schon sehr herumgesprochen. Der Arbeitsmarkt ist umkämpft der je. Ich erlebe, dass Employer Branding zwar bekannt, aber noch stark erklärungsbedürftig ist. Es wird im Mittelstand doch oft dem Marketing

gleichgesetzt. Während Großunternehmen dies inzwischen völlig selbstverständlich etabliert haben, ist es bei Mittelständlern oft noch unbekannt oder sie sehen es als Mittel an, dass nur Konzerne nutzen können. Dabei profitiert gerade der Mittelstand enorm, wenn die Unternehmen durch Employer Branding sichtbar werden und sie das, was sie als Arbeitgeber ausmacht, stärker herausstellen.

Shailia Stephens: Sie sind Netzwerkerin und Kooperationspartnerin in vielen Bereichen. Welche Kontakte sind hier für Sie zweckdienlich?

Neben Unternehmen unterstütze ich übrigens auch Personalentwickler und Headhunter dabei, ihre Kunden durch Employer Branding interessanter zu präsentieren. Außerdem erstelle ich für sie Texte für Stellenanzeigen. Mittlergruppen sind oft Unternehmen, die selbst wiederum in Kontakt mit anderen Unternehmen stehen. Zum Beispiel erfahren Steuerberater von ihren Mandanten oft, wenn Fachkräftemangel – oder auch eine hohe Fluktuation – zu einer Herausforderung für das Unternehmen wird. Hier bieten sich entsprechend gute Anknüpfungspunkte. Aber auch Marketing- und PR-Beratungen oder Grafiker, die Unternehmen in Bezug auf die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit betreuen, können bei diesem Spezialthema gute Mittler sein. Das Gleiche gilt für Personalberater oder Recruiter, die das Marketingthema mit abdecken wollen und mich als Kooperationspartner ins Boot holen. Ich bin ein aufgeschlossener Mensch.

Orhideal IMAGE: Und deshalb passen Sie sehr gut in unser Orhideal Netzwerk. Frau Schäfer, wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Frau Briegel, Frau Stephens, danke Ihnen auch für das erfrischende Gespräch.

Ganz meinerseits.

Martina Schäfer
FINIS Kommunikation
Telefon: +49 30 31951208
info@finis-kommunikation.de
www.finis-kommunikation.de

ORHIDEAL
**media
face** 2017
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

FINIS Kommunikation schafft starke Arbeitgebermarken.
„In der Zusammenarbeit zählen für mich gegenseitiger Respekt und Wertschätzung.“

„Jedes Unternehmen verdient die richtigen Mitarbeiter – und das gilt auch umgekehrt!“

Dienstleister mit Esprit

On the Road again: das Leben ist eine Reise und der Weg ist das Ziel - und dieser will gut geplant sein! Fahrspaß-Touren in der Gruppe mit besonderem Flair: das sind Reif-Tours. Bei den Reifs fühlen sich alle gut aufgehoben. Privatiers, Unternehmen, Medien, Clubs, Verbände und Freizeitplattformen aller Art schätzen die professionelle Reiseveranstaltung in der Nische. Ob als Genessurlaub, Teambuilding-Maßnahme, zur Kunden-, Mitarbeiter und Mitgliederbindung, als Attraktion oder Medienspektakel, für extravagante Anlässe und Feiern (Hochzeiten, Jubiläen) sind die beiden erfahrenen Tourmanager besonders routinierte Ansprechpartner mit Aktions- und Bühnenerfahrung. Die Aufwertung und Veredelung für jeden Anlass!

Die Stärke des Unternehmerpaares Reif ist es, die unterschiedlichsten Charaktere spielerisch zusammenzuführen und daraus eine homogene Gruppe zu bilden. Sie schaffen es, dass sich die Teilnehmer wie in einer großen Familie fühlen. Wegen ihrer Kompetenz im Zielgebiet können Sonderwünsche in die Tour eingebaut werden. Mit enormer Expertise, Fingerspitzengefühl und Empathie agiert das Reiseleiterpaar on Tour. Sie haben im Laufe der vielen Jahre gelernt, was man von Roadguides bei den Veranstaltungen erwartet. Darum gibt es unterschiedliche Reisegruppen und manchmal sogar zwei Reiseleiterfahrzeuge in einer Gruppe, um individuelle Bedürfnisse besser abzudecken. Die beiden sind eingespielte Teamplayer. Ihr Erfolgsrezept hat sich bewährt: Diskretion on tour, dezentes Organisieren im Hintergrund, Flexibilität und dies alles bei einem akzeptablen Preisgefüge bringt ein rotierendes Tourensystem mit gleichem Datum pro Jahr. Denn Reif-Tours lebt von den Empfehlungen der begeisterten Tourteilnehmer und dies beschert treue Stammkunden!

Die Umsetzungskönner organisieren für ihre Auftraggeber die gewünschte Tour nach Maß. Investoren und Kooperationspartner aller Art geben den Eventrahmen vor und Mrs. und Mr. Road-Tour kümmern sich um die Realisierung. Immer offen für Zusammenarbeit sind derzeit folgende Projekte in Planung: Little Europe Tour (5 Country's in a week) für Unternehmen und Businessportale, Husky- und Motorschlitten Touren ab Wintersaison 2016 oder Kurztrips der besonderen Art im Alpenraum, Spezialreisen nach Frankreich, Irland und besonders Norwegen, Themenreisen und Kooperationen z.B. mit Single- und Partnerportalen und vieles mehr.

- Individual-Touren (siehe Programm auf der Homepage)
- Medienaktionen für Zuschauer, Zuhörer und Leser
- Kundenbindungs- und Businessaktionen für Unternehmen
- Teamentwicklungs-Programme und Sondertouren nach Wunsch

Klischees können Sie vergessen: er ist möglich, der individuelle Urlaub in der Gruppe - für Menschen, die Lust auf neue Begegnungen haben und Kommunikation mit netten Gleichgesinnten pflegen: Tolle Strecken, imposante Ausblicke, Sehenswürdigkeiten und Foto-Stops mit „Wow-Effekt“, Top-Hotels und delikates Essen bleiben in bester Erinnerung. Die Familie Reif lebt diese Mission mit Leidenschaft!

ORHIDEAL
**media
face** 2016
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Experten für das Besondere: mit ihren Touren werten die beiden Profis jeden Anlass auf! Die gut vernetzten Roadtour-Manager verstehen es seit Jahren mit ihrem Team ihre Klientel zu begeistern. „Wir sind Urlaubs- und Anlass-designer und unsere Mission ist, die wertvollste Zeit unseres Kunden, seine Freizeit, für ihn optimal und nach Maß zu gestalten. Er soll ein Erlebnis mit Erinnerungswert daraus haben!“

„Wir organisieren mit voller Begeisterung - für jeden privaten oder geschäftlichen Bedarf.“



„Unsere aktuellen Tour-Termine
finden Sie online: Wir verbinden Genuss und
die schier unendliche Freiheit des Autofahrens.
Tolle Strecken, malerische Aussichtspunkte, feines
Essen und entspanntes Miteinander!“

www.reif-tours.com



„Finanzierungs klima“



Interview mit Dagmar Kolmeder, Geschäftsstellenleiterin der Oberbank AG, Filiale Unterschleißheim (seit über 30 Jahren im Bankgeschäft tätig, davon seit mehr als 15 Jahren im Firmenkundengeschäft) über das Finanzierungs-klima für kleine und mittlere Unternehmen:

Gabriele Taphorn: Sagen Sie, Frau Kolmeder, ist es für Unternehmen schwieriger geworden, Kredite zu erhalten, wie es offenbar die meisten aktuell empfinden?

Dagmar Kolmeder: Aus unserer Sicht nicht, denn die Kreditinstitute verfügen i. d. R. über hohe Einlagenstände, die dzt. bei der EZB mit negativen Zinssätzen belegt sind. Sie haben also die Möglichkeit über die Kreditvergabe ein positives Geschäft für die Bank zu generieren. Allerdings kann es auf Grund der der Risikopolitik einiger Häuser zu erhöhten Anforderungen bei der Einreichung von Unterlagen kommen.

Woran liegt Ihrer Meinung nach das Empfinden der Antragsteller? Sind es die Geschäftspolitiken einzelner Kreditinstitute und/der gesetzliche Vorgaben, die die Kreditvergabe erschweren?

Im privaten Bereich sind es dzt. tatsächlich die neuen gesetzlichen Vorschriften im Bereich des „Verbraucherschutzgesetzes“, wodurch die Anforderungen bei privaten Finanzierungen stark gestiegen sind. Im Firmenkundengeschäft kann es durchaus mit der Geschäftspolitik der einzelnen Kreditinstitute zusammenhängen.

Was sind Ihrer Erfahrung nach die größten Hürden für Unternehmen bei Finanzierungsanfragen?

Die größte Hürde ist nicht vorhandenes Eigenkapital bzw. der fehlende Eigenmittelausatz bei Finanzierungen. Grundsätzlich sollte bei jeder Finanzierung ein Eigenmittelanteil von mind. 10 %, normal 15 %, eingebracht werden. Im Immobilienbereich wird dzt. ein noch höherer Einsatz gefordert, da man schon heute von einer Immobilienblase spricht, d. h. die aktuellen Immobilienpreise sind auf Dauer überhöht. Von unseren Kunden wissen wir, dass andere Kreditinstitute extrem lange Bearbeitungszeiten haben bis die Finanzierung steht. Außerdem hören wir immer wieder, dass die Mitarbeiter in den Banken oft nicht über entsprechendes Know-how verfügen, um den Kunden das richtige Finanzierungskonzept zu erstellen.

Welche Tipps können Sie Unternehmern zur Vorbereitung und Durchführung von Kreditgesprächen geben?

Das A und O sind sauber und plausibel aufbereitete Unterlagen, dazu gehören:

- eine Vorhabensbeschreibung, die kurz und knapp sein sollte, da die Berater heute keine Zeit mehr haben, umfangreiche Darstellungen zu lesen
- eine SWOT-Analyse, die die Investition selbst kritisch beurteilt (ist Bedarf gegeben? Was mache ich anders als die anderen? Warum sollte gerade meine Idee zum erwünschten Erfolg führen?)
- ein Investitionsplan sowie eine Umsatz- und Ertragsplanung unter Einbindung einer worst-case-Berechnung. Hierbei sollten Antragsteller den Ausführungen von eingeschalteten Beratern in der Existenzgründungsphase kritisch gegenüberstehen. Meiner Erfahrung nach werden hier oft zu positive Planungen erstellt.

Darüber hinaus sollten im Rahmen der Gesprächsvorbereitungen Überlegungen zur Dauer der Investitions-/Gründungsphase angestellt werden. Diese ist oftmals länger als gedacht und kann zu existenzbedrohenden Liquiditätsengpässen führen. Es sollten genügend liquide Reserven vorhanden sein.

Was geht gar nicht im Bankgespräch bzw. der weiteren Zusammenarbeit?

Dinge verschweigen, d. h. auch wenn es negative Sachverhalte gibt, sollten diese immer offen und zeitnah angesprochen werden. Nur so kann auf Dauer eine Beziehung und Vertrauen aufgebaut werden, was unbedingt notwendig ist, damit der Berater weiß, dass er sich auf die Aussagen des Kunden verlassen kann.

Was bedeutet für Sie persönlich bzw. Ihr Haus „vertrauensvolle Zusammenarbeit“?

Genau das, d. h. man versteht sich als Partner: beide Seiten sollten, sobald etwas unvorhergesehenes Negatives aufkommt, dies unverzüglich seinen Geschäftspartnern / Berater mitteilen. Je eher der Berater informiert ist, desto länger hat er Zeit, eine passende Lösung zu erarbeiten.

Des Weiteren sollten Dinge nicht auf die lange Bank geschoben werden, Bonitätsunterlagen und wirtschaftliche Daten sauber und zeitnah - am besten unaufgefordert - bei der Bank vorgelegt werden. Auch hier gibt es Vorgaben wie z. B. die Vorlage von betriebswirtschaftlichen Auswertungen spätestens 6 Wochen nach Quartalsende bzw. Jahresabschlüsse innerhalb des 1. Halbjahres des Folgegeschäftsjahres, spätestens bis 30.09..

Ein guter Berater wird seinen Kunden zu Beginn der Geschäftsbeziehung diesbezüglich umfassend informieren.

Zusammengefasst sind Sie, Frau Kolmeder, also der Meinung, dass bei einem vertrauensvollen Miteinander von Bank und Kunden - vorausgesetzt gewisse „Spielregeln“ werden eingehalten - zu einer für beide Seiten erfolgreichen Geschäftsbeziehung führt.

Ganz genau!

Haben Sie vielen Dank für das Gespräch, Frau Kolmeder. Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg und stets zufriedene Kunden.

Regelmäßige Informationen zur Fördermittelberatung?

Ganz einfach - melden Sie sich per Email für den Newsletter an: taphorn@foerdermittel-guide.de



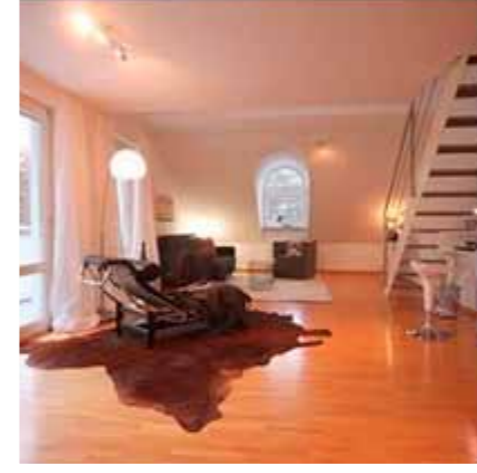
„Dank meinem Einsatz haben Makler oft ein gutes Nachfolgeschäft.“

homestaging münchen
Andrea Dangers
Tel: 08106-3070066
Mobil: 0177-8384260

**Preisgekröntes
Design mit Liebe
zum Detail**
www.homestaging-muenchen.de



vorher - nachher:
Top-Homestaging-Profi
Andrea Dangers
macht Immobilien
attraktiver



homestaging
münchen

„Mit Computern
lassen sich die
Probleme lösen,
die man ohne sie
nicht hätte...“

u.a. Finden und Programmieren von Sonderlösungen

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: Story-Sonderdrucke monatlich bei beteiligten Unternehmen. PDF Ausgabe unbegrenzt kostenfrei zum Download.

Verbreitungspartner auszugsweise unter: www.image-magazin.com PARTNER mit Online-Streuung unbegrenzt in Zeitraum und Menge, bis zu 12.000 Zugriffen der Flash-Ausgabe 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,ervielfältigung 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.