

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



Begegnung mit
Alfred Tolle
WISDOM together e.V.
Unternehmer des Monats

Podium der Starken Marken

ORH
IMAGE **IDEAL®**



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das **objektiv** gesehen

Impulsgeber Alfred Tolle:

Die internationalen Konferenzen von **WISDOM together** ziehen Entscheider aller Art an: Führungskräfte aus der Wirtschaft, Unternehmer, Investoren, Multiplikatoren und Prominenz.

Wisdom Together e.V.
V.i.S.d.P.: Alfred Tolle
c/o Impact Hub
Gotzinger Str. 8
81371 München

info@wisdomtogether.com
Telefon +49 (0)89 189 44 199

„In einer komplexen Welt sind Herzkompetenz und interkulturelles Verständnis die Grundlagen für den Aufbruch in eine neue Zeit.“

www.wisdomtogether.com

**DIE Plattform für inspirierende
Veränderungsinitiativen**
mit persönlichen Begegnungen,
weltweiter Vernetzung und lokaler Umsetzung.

Das **TOLLE** Konzept

Die einzigartige **WISDOM together** Plattform mit dem weltweiten Konferenzangebot bietet Gruppenweisheit in einer neuen Dimension: Mit seinem zukunftsorientierten Konzept ermöglicht Alfred Tolle, Initiator von **WISDOM together**, gemeinsame Lösungen, die den Menschen wieder in eine aktive Gestalterrolle versetzen. In einer Zeit der wachsenden Diskrepanz zwischen technologischer und digitaler Entwicklung einerseits und dem Bedürfnis nach mehr Menschlichkeit andererseits ist dies weichenstellend für unser zukünftiges Leben. Der charismatische Kosmopolit hat ein Podium geschaffen, um Dialoge, Transformation und Veränderungen zu ermöglichen, die eine ganzheitliche Perspektive einnehmen und dennoch lokalen Wandel unterstützen. Als Geburtshelfer für viele neue Ideen und Projekte haben nicht nur große Unternehmen, wie Bertelsmann, Lycos und Google, von seiner Antriebskraft profitiert. Er bietet Vordenkern, Erfindern und Machern eine Bühne, um Bewusstsein weiterzuentwickeln und das Voneinander-Lernen zu fördern. In Zeiten radikalen Wandels unterstützt **WISDOM together** Menschen in Unternehmen und Organisationen im Erkennen und Entwickeln der eigenen Stärken und Aufgaben des einzelnen Menschen, der Unternehmenskultur, des gesellschaftlichen Bewusstseins.

Neudenker Alfred Tolle schafft mit seinem Team Räume für kulturübergreifenden, interdisziplinären Austausch mit interessanten Initiativen und Persönlichkeiten. Sein tiefes Verständnis innerer und äußerer Zusammenhänge gepaart mit interkultureller Erfahrung machen Alfred Tolle zum inspirierenden Brückenbauer und Impulsgeber. Bekannt als Enabler von Teams und Persönlichkeiten gelingt ihm die Vernetzung mit Unternehmen, Organisationen und Einzelpersonen aus unterschiedlichen Feldern, wie Wissenschaft, Gesellschaft, Kunst, Unternehmen und Politik. Mit profunder Erfahrung in der Wirtschaft und hoher emotionaler Intelligenz, Empathie und Sensibilität verkörpert er **WISDOM together** nicht nur überzeugend, sondern führt Unternehmen in eine Zeit des neuen Wirtschaftens: Raus aus dem Konkurrenzdenken hin zu kollektivem Gestalten. **Tolles Wisdom Sharing erzeugt Freiheit, aus der Kreativität entspringt, die wiederum zu Innovation und Unternehmenserfolg führt. Mit seiner Mission wird Herzkompetenz zu einem harten Wirtschaftsfaktor. Nomen est Omen: lernen Sie das TOLLE Konzept kennen und schätzen, die erste Adresse für Ihren nächsten Innovationsschritt!** Orhidea Briegel, Herausgeberin



Ausgezeichneter Rahmen für Sichtbarkeit

Authentischer Imagetransfer: Unternehmen, die sich als Zukunftsweisend positionieren, nutzen die Möglichkeiten bei den WISDOM together Konferenzen als Sponsor wahrgenommen zu werden.

Das Ziel von WISDOM together e.V. ist Bewusstsein weiterzuentwickeln, Herz und Verstand zu verbinden. „Wir nennen es Herzensbildung. So entsteht kollektive Weisheit auf deren Basis wir gemeinsam unsere Zukunft gestalten und erschaffen. Inspiriert von innovativen Initiativen und Erkenntnissen bringen wir Menschen weltweit zusammen, um von- und miteinander zu lernen.“

„Wir schaffen Räume für kulturübergreifenden, interdisziplinären Austausch.“



Im Interview mit Alfred und Yuko Tolle

Orhideal IMAGE: Ich habe viel über die internationalen Erfolge Ihrer Initiative gehört, Herr Tolle. Jetzt kommt sie auch nach München?

Alfred Tolle: Ja, darüber freue ich mich sehr. Mit unserer Plattform wollen wir dazu beitragen Unternehmen zukunftsfähig machen, indem wir ihnen vielfältige Informationen und Lösungsansätze zeigen. Unternehmen der Zukunft brauchen eine starke Unternehmenskultur und die Fähigkeit zusammen zu arbeiten. Zu meiner Initiative kommen Menschen, die eigenverantwortlich handeln wollen und Mut besitzen. Solche, die jammern „Die Welt ist, wie sie ist....Da kann man nichts machen....Was kann ich schon tun.... Die anderen sind Schuld....“ werden Sie bei uns nicht antreffen..

Ihr Konferenzformat ist Teil eines erstklassigen Plattform-Konzeptes. Die Konferenzen finden weltweit statt. Gleichzeitig ist es auch eine Online-Plattform?

Yuko Tolle: Richtig. WISDOM together führt Menschen zusammen, die bereit sind Zukunft neu zu gestalten. Sei es bereits mit eigenen Ideen oder das sie sich inspirieren lassen möchten. Den intensivsten Austausch finden Menschen in persönlichen Begegnungen auf unseren Veranstaltungen. Unterstützt werden sie durch digitale Angebote, die derzeit entwickelt werden.

Das Motto ist voneinander zu lernen, Wissen zu teilen. Geht es da um Business Beispiele?

Alfred Tolle: Nicht nur. WISDOM together sucht den öffentlichen Raum, um gefundene Antworten zu kommunizieren, um Projekten, Unternehmen, Künstlern und Wissenschaftlern die Bühne zu geben, ihre Innovationen und Erkenntnisse vorzustellen. Und das ist

auch zwingend notwendig, um Zukunft konstruktiv zu gestalten: Wir verbrauchen mehr Ressourcen als die Welt in der Lage ist zu regenerieren. Mit 64 Milliarden, die mehr besitzen als die unteren 50 % der Weltbevölkerung, hat das Ungleichgewicht eine Dimension erreicht, die kulturübergreifend die soziale Sta-

bilität massiv gefährdet. Der massive Anstieg an Depressionen und Selbstmorden in den Industriestaaten, zeigt uns, dass materieller Reichtum und Glück nicht unmittelbar zusammenhängen. WISDOM together versucht Antworten zu finden, Konferenzen und Räume des Austausches, der Vernetzung und der Innovation zu schaffen. Unsere Konferenzen sollen Menschen inspirieren, ihnen Zugang geben zu ihrem eigenen inneren Wissen, um dies mit anderen auszutauschen und sich zu verbinden. So entsteht wirklich Neues!

Positive Energie beflügelt nicht nur das Business, sondern die ganze Gesellschaft. Alles ist miteinander verbunden!

Alfred Tolle: So sehe ich das auch. Ich bin der festen Überzeugung, dass jeder Gedanke, jedes Verhalten und jede Aktion einen Einfluss auf alles hat. Ein Mensch mit Herzensbildung, ist mit sich im Einklang, trägt diese Energie in die Welt und öffnet damit viele Tore in die Zukunft. So entsteht eine kraftvolle Bewegung für das Leben und positive Veränderung. Es gibt in der Geschichte genügend Beispiele von Einzelpersonen, die durch ihre innere Kraft und Vision Großes bewirkt haben. Jetzt ist die Zeit, die Kraft jedes Einzelnen zu entfalten und diese aktiv gemeinsam einzusetzen. Es liegt in unserer Hand, die Zukunft zu gestalten. Fortschritt soll nicht an den Menschen vorbei entwickelt werden.

Ist das der Grund, warum Unternehmen aller Art Ihre Initiative unterstützen?

Alfred Tolle: Definitiv, die teilnehmenden Unternehmen profitieren von unserem Innovationsgeist und der Kultur des Miteinanders. Sie sind zum Beispiel als Sponsor dabei, kaufen Kartenkontingente, haben Interesse an einem WISDOM-Talk oder beauftragen uns als Ideengeber.

Welche Zielgruppen sprechen Sie an?

Alfred Tolle: Bei uns treffen Sie auf Entscheider und Initiatoren aus unterschiedlichen Bereichen. Menschen, die Fragen nach dem woher, wohin und warum stellen. Die nach neuen Wegen suchen, offen und mutig sind, Neues in sich und der Welt zu entdecken und auf der Suche nach einer höheren Weisheit andere mitnehmen können.

Ausgezeichnet, Herr Tolle. Ich bewundere Ihre Qualitäten als Beziehungsmanager. Wie haben Sie denn Ihre vielen Erkenntnisse gesammelt und das Netzwerk aufgebaut?

Alfred Tolle: Ich habe schon immer Hochleistungsteams geführt und Einzelpersonen befähigt, mehr aus sich zu machen. Das alles im internationalen Kontext, zum Beispiel als VicePresident bol (*Bertelsmann online*) South East Asia, CEO Lycos in Boston, und Direktor Google Skandinavien und Benelux, als Auslandskorrespondent für VOX in Tokyo, Chefproducer von Fernsehsendern. Das Think Big hat mir gezeigt, dass Großes nur durch das Zusammenspiel aller kleinen Einzelteile funktioniert. Und umgekehrt, dass erst durch das Zusammenwirken im lokalen Bereich, die Welt als Ganzes funktionieren kann.

Und wie sind Sie auf die Idee gekommen, WISDOM together zu gründen? Gab es einen besonderen Impuls?

Alfred Tolle: Es gab mehrere Impulse. Unser Netzwerk an Partnern in der ganzen Welt ist verbunden im Bewusstsein für gemeinsames Handeln, bei dem jeder Einzelne wichtig ist. Schnell hatte ich erkannt, dass die nächste Stufe der Entwicklung nur mit Zusammenarbeit gemeistert werden kann. Mit WISDOM together möchte ich Begegnungsstätten der Sinnfindung und des Austauschs in kultureller Vielfalt erschaffen. Persönliche Begegnungen und gemeinsame Erlebnisse sind die Grundlage jeglicher positiver Veränderung. Durch meine langjährigen Erfahrungen und internationalen Kontakte bietet WISDOM together Orientierung und Kriterien für Weisheit, im Meer der zahlreichen Initiativen. Es geht nicht nur um Kooperation, es geht um Co-Kreation.

WISDOM together ist also eine Geburtsstätte neuer Ideen und Bewegungen.



Wisdom Together Pionier mit internationaler Erfahrung als Top-Media und Internetmanager ist ein gefragter Interviewpartner:

Alfred Tolle spricht über neuartige Erkenntnisse über Chancen der Zukunftsgestaltung für ein faires Miteinander. „Ich bin immer noch neugierig auf Menschen, auf das, was sie ausmacht. Darum kann ich gut zuhören, mich in andere einfühlen und schnell die Dinge auf den Punkt bringen.“

WISDOM together ist die gelungene Schnittstelle zwischen Technologie, Innovation und neuem Bewusstsein. Mit schnell wachsenden Herausforderungen im Sozial-, Wirtschafts- und Umweltbereich sind viele Menschen und Unternehmen, aber auch die Politik überfordert. Es braucht eine neue Sinnhaftigkeit und Verbundenheit. Nur Bester zu sein, um Bester zu sein, macht auf Dauer nicht erfolgreich, gibt Unternehmen und Gesellschaften nicht die nötige Identität, um mitreißend zu sein und die Zukunft besser zu gestalten.



„Weisheit ist ein tiefes, inneres Wissen, direkt aus der Urquelle des Lebens. Sie ist die Intelligenz des Herzens!“

Alfred Tolle: Ganz genau. Beispiele für Initiativen, die diesem Geist entspringen sind die „Business Alliance of Local living Economies“ aus Kalifornien, die zeigt, wie man gemeinsam zum Erfolg kommt. Oder wie in China an den Top Universitäten durch den Ansatz von Otto Scharmer (*U-Theory*) Offenheit, Bewusstheit und Verantwortungsgefühl gelehrt wird. Oder was Google unter Leadership versteht und wie das börsennotierte indische Pharmaunternehmen Cipla mit „Sinnhaftigkeit“ eine stabile Unternehmenskultur schafft.

Und was war Ihre bisher beste unternehmerische Entscheidung?

Alfred Tolle: Ich bereue keiner meiner Entscheidungen, bei der ich meiner Intuition vertraut habe.

Yuko Tolle: Ja, das kann ich bestätigen. Alfred hat oft gegen äußere Umstände und rationale Begründungen entschieden und auf seine innere Stimme gehört. Jeder seiner beruflichen Schritte ist auf dieses innere Wissen zurückzuführen. So entstand auch WISDOM together.

Alfred Tolle: Der eigenen Intuition sollten viel mehr Menschen trauen. Das führt leichter zu richtigen Entscheidungen. Unternehmerisch haben wir beispielsweise der inneren Stimme folgend in China eine lokale Internet-Lösung erfolgreich gemacht, anstatt sie in ein komplexes System zu integrieren. Als Geschäftsführer von Lycos in Boston konnte ich einen schmerzhaften Prozess der Umstrukturierung gemeinsam mit und für die betroffenen Menschen so umsetzen, dass jeder den Einschnitt für sich als neue Chance wahrgenommen hat. Und bei Google in Dublin konnte ich Projekte im Bereich Führungs- und Personalentwicklung, soziale Verantwortung und wirtschaftliches

Wachstum sinnvoll miteinander verbinden. Es ist das Bewusstsein für die Aufgabe und eine Kultur des Miteinander, das selbst in schwierigen Zeiten hochmotivierte Mitarbeiter und Erfolg bringt.

Was treibt den Top-Manager und Erfolgsunternehmer Alfred Tolle an?

Alfred Tolle: In tiefer Liebe für den Menschen, das Leben und die Erde eröffnen sich ungeahnte Möglichkeiten für den Einzelnen und die Gemeinschaft. Es geht darum Entwicklungsräume zu schaffen, die Tore zu öffnen, durch die sich neue Möglichkeiten für die Gemeinschaft erschließen. Mich treibt die feste Überzeugung an, dass die Welt wunderbar ist und Begrenzungen nur im Kopf existieren.

In der Wirtschaft geht es allerdings sehr oft um das persönliche Ego. Nicht jeder ist stark genug, sich dem Konkurrenzdenken zu entziehen. Die Berufung finden und sie leben. Das befreit. Ist doch auch Ihr Motto, nicht wahr?

Alfred Tolle: Ja, ich nenne das „Lebe Deine Berufung“. Unternehmer, die so handeln sind erfolgreich. Sie lieben was sie tun und sie tun was sie lieben. Dazu gehört auch das Bewusstsein der inneren Verbundenheit mit allem was existiert. In dieser Offenheit entsteht ein Umfeld für Innovation und Kreativität. So weicht das persönliche Ego einer übergeordneten Aufgabe.

WISDOM together fördert Menschen, Unternehmen und Organisationen in Zeiten permanenter und radikaler Veränderung eine stabile Kultur des Miteinander, des Vertrauens, der Achtsamkeit, der inneren Werte und einer höheren

Qualität von Innovation aufzubauen. Es geht darum, die eigene Herzkompetenz zu entfalten und zum Wohle aller einzubringen.

Und warum leben nicht viel mehr Menschen nach dem Motto? Du kennst als international erfahrener Macher die Welt der Fakten und Zahlen. Was hindert Eurer Meinung nach die Menschen, es besser zu machen?

Yuko Tolle: Die Angst das Herz zu öffnen und der eigenen Intuition zu folgen, verhindert oftmals neue Wege zu gehen und damit erfolgreich zu werden. Der Fokus liegt zu sehr auf der linken Gehirnhälfte.

Alfred Tolle: Viele Menschen definieren sich durch ihren Verstand und haben keinen Zugang zu ihrem Herzen. Es ist an der Zeit, die Weisheit als tiefes Wissen des eigenen Herzens zu verstehen und den Verstand als nützliches Instrument unterstützend dann einzusetzen, wenn es Sinn ergibt. Im Konkurrenzkampf und Wettbewerb verlieren viele Unternehmen selbstbewusst ihr Umfeld zu gestalten, zu agieren. Stattdessen wird häufig aus Angst heraus reagiert. „Bester sein, nur um Bester zu sein“ schafft nur Stress ohne Sinn und keinen langfristigen Erfolg.

Nun wird in der Wirtschaft aber oft mit Effizienz argumentiert. Die ist messbar, während Herzkompetenz leider vielen sehr abstrakt erscheint, auch wenn sich dieser abstrakte Faktor sehr wohl in Zahlen äußert.

Alfred Tolle: Das stimmt! Selbstoptimierung und Effizienz sind die großen Irrwege unserer Zeit. Ich habe erlebt, dass sich viele junge Google Mitarbeiter an äußeren Vorbildern orientieren, statt ihr eigenes Potential zu erforschen und einzusetzen. Es ist wichtig zu

verstehen, dass Freiheit und Vertrauen auf die eigenen Fähigkeiten die größten Innovationen und Entdeckungen schafft. Nobelpreis-Ideen sind niemals durch effizientes Nachdenken am Computer entstanden. Bewusst zu leben heißt das Leben in all seinen Facetten zu lieben, im Hier und Jetzt. Dazu müssen wir bereit sein. Ich möchte vermitteln, dass wir uns die meisten Begrenzungen selbst setzen. Ein bewusster Mensch und ein bewusstes Unternehmen sind in der Lage, jederzeit und an jedem Ort die Realität aktiv zu verändern. Die Kraft und das Potential trägt jeder Mensch in sich selbst. Es gilt dieses Potential zu Entdecken und in unsere gemeinsame Weisheit einzubringen.

Gibt es bestimmte Voraussetzungen, damit Unternehmer bei WISDOM together mitwirken können?

Alfred Tolle: Wie bereits gesagt, unser Engagement ist vielschichtig und es gibt verschiedene Formate. Zum einen gibt es die Mitgliedschaft und zukünftig auch Zugang zu unserer Wissens-Datenbank. Zum anderen können alle, die sich einbringen wollen, bei unseren Konferenzen, Seminaren und Workshops mitgestalten oder WISDOM Talks anstoßen. Wir freuen uns über jeden Freund und Partner, der gemeinsam mit uns bei diesen Events neue Wege gehen und entdecken möchte. Unsere letzten Konferenzen waren in Dublin und in Stockholm. 2017 geht es in München um „Intuition und Kreativität“, in Oslo um „Conscious Business“ und in Sarajevo um „Peace and Prosperity“. Weitere Information auf unserer Webseite www.wisdom-together.com.

Und bei den Konferenzen gibt es ein sattes Vortragsprogramm! Wer wird beispielsweise in München erwartet?

Alfred Tolle: In München kommen Wissenschaftler, Unternehmer, Politiker und Künstler aus Asien, Grönland, den USA, Afrika, Europa und Süd-Amerika zusammen, um an gelebten Beispielen zu zeigen, wie Intuition funktioniert und eigene Kreativität erlebbar zu machen, das heißt, wie wir mit unserer inneren Weisheit zu neue Ideen und Entscheidungen kommen können.

Yuko Tolle: Die Idee von Wisdom Together ist es das intuitive Wissen der Menschheit zu-

sammen zu führen, um gemeinsam Zukunft zu gestalten. Das heißt, dass wir mehr auf die menschlichen Fähigkeiten wie die Weisheit des Herzens vertrauen und sie entwickeln müssen.

Alfred Tolle: Intention von WISDOM together ist es einen Wandel vorstellbar und erfahrbar zu machen, um diesen dann konkret in der Gesellschaft umzusetzen. Wandel findet im lokalen Raum statt, wird aber unterstützt und oft auch inspiriert durch eine weltweite Vernetzung. WISDOM together stellt diese Verbindung zwischen lokalen und weltweiten Initiativen über seine Konferenzen und eine digitale Begleitung her, die Menschen und Communities zusammenführen, informieren und unterstützen soll. Im Oktober laden wir in Oslo Unternehmer und Unternehmen ein, um neue Wirtschaft Modelle zu präsentieren und zu erfahren. In Sarajevo entwickeln wir Rahmenbedingungen für junge Unternehmer im Sinne einer Gemeinwohlökonomie und unterstützen diese mit Leadership-Development Programmen.

Unternehmen können viel von WISDOM together lernen. Darüber hinaus begleiten Sie Unternehmen bei Veränderungsprozessen auch beratend, haben Sie vorhin erwähnt?

Alfred Tolle: Das ist richtig. Wir verwirklichen unsere Vision durch vier Schlüsselinitiativen: einmal die genannten KONFERENZEN und WISDOM TALKS. Darüber hinaus entwickeln wir besondere WORKSHOPS, die Verstand, Herz und Körper gleichermaßen einbeziehen. Ein weiterer Bereich ist unser BERATUNGS-ANGEBOT mit einem systemischen Ansatz um nachhaltigen Wandel und sinnvolles Wachstum in Organisationen zu erkennen und ermöglichen. Und last but not least schaffen wir eine digitale LERN- und WISSENSPLATTFORM zur Interaktion und Vernetzung.

Hut ab! Ich bin tief beeindruckt, mit wie viel Weisheit und Herzblut Sie Ihre Idee verfolgen. Für konstruktive Menschen setzt sich Orhideal IMAGE gerne ein! Ich freue mich, wenn wir uns bei Ihrer Veranstaltung wiedersehen.

Alfred Tolle: Das werden wir! Wir sind gespannt auf gute Kooperationen und Co-Kreationen!

Lichtblicke in einer komplexer werdenden Welt:

Nie zuvor haben Technologien unser Leben in einem solchem Ausmaß beeinflusst wie heute. Unbemerkt greifen sie in alle Lebensbereiche ein. Wir stehen vor großen Herausforderungen, wenn der Mensch sich nicht selbst abschaffen will.

Gleichzeitig erkennen wir, dass die Weisheit des Herzens uns den Weg zu unseren ungeahnten Potentialen eröffnet. Bringen wir diese zusammen haben wir eine große Kraft die Welt aktiv neu zu gestalten.

Die gute Nachricht ist: jeder einzelne kann damit seine Wirkung positiv entfalten!



„Zeiten rapider Veränderungen bergen die große Chance für grundlegende Transformation zu einer besseren Welt!“



Infodesk des Monats: Neue Märkte für den Mittelstand



Germany to go:

Fragen Sie Kolumnistin
Patrizia Raders (Gründungs-
und Nachfolgeberatung)
patrizia@raders-beratung.de

Russia to go:

Fragen Sie Experte
German Wald
consulting@germanwald.com
(Exportspezialist Russland,
Consulting/Trade/Logistics
#RUSSIA TO GO)

„Ich verbinde Welten, vernetze
Menschen, verändere Meinungen
und ermögliche ein barrierefreies
Handeln!“ *German Wald*



InterReCo Germany
Ludwig Thoma Straße 26
84085 Langquaid

Tel: +49 (9452) 321 3899
Fax: +49 (9452) 949 9064



InterReCo USA
1200 Abernathy Road
Suite 1700
Atlanta, GA 30328

+1 (800) 801 8780 (Free call)
+1 (800) 319 5650

InterReCo Ukraine
Spaska Str. 11
04070 Kyiv

info@InterReCo.com
www.InterReCo.com

InterReCo
International Recruitment Company

Interview with InterReCo-Founder & President Alexander Maier:

GO WEST ! Making a successful transition into new markets

A passionate and committed international player, Alexander Maier brings a fresh approach not only to Human Resource Management but also to setting up businesses and to developing those businesses which have been entrusted to him. The engaging founder and CEO of InterReCo has almost twenty years of experience under his belt and specializes in accessing new markets on the U.S. East Coast. Having acquired a reputation for dealing with staffing issues in a meticulous yet open-minded way, the passionate entrepreneur is extremely well connected and always has the right staff on hand for whatever challenges might arise. Owing to the excellent relationships it enjoys with its international partners, InterReCo is able to offer its clients access to a global recruitment and labor market. The company currently operates in three countries with over 100 branch offices and staffs all its offices with professionally trained and experienced HR consultants. The driving force behind it, Alexander Maier, who over the course of his career has personally established and built up numerous successful branch offices, knows not only about the challenges staffing presents but also understands the countless obstacles that need to be negotiated and overcome. Making the transition to an international market is always a big challenge for a company, but, with the professional support that InterReCo provides, America can indeed become a land of boundless opportunity. *Orbidea Briegel, Herausgeberin www.orbidea-image.com Magazine*

Founding businesses, building them up and making them successful is what Alexander Maier's career has been all about. With years of experience of international management recruitment behind him and with his extensive knowledge of labor markets and staffing requirements in different branches of industry, Mr. Maier and his company InterReCo have helped steer each business they've had dealings with into profitability. Always with one eye on the future, and with a great knack for both discovering and motivating people, this capable international businessman has always been just the person to call if you want to get things done.

IMAGE: You detest the way resources and potential get wasted and at the same time have acquired a reputation for efficiency. How do you manage it?

By being very focused on our goals. But it requires a lot of experience. The efficiency of our search and selection process at InterReCo is largely due to our very personalized and direct approach, and to the emphasis we place on doing things promptly and on meeting our client's needs. This means that our clients are able to save a lot of time and money, as well as benefitting from having access to a large pool of executives and professionals, all of whom are suitably qualified applicants.

IMAGE: You're heavily involved in international recruitment. I guess I'd be right in assuming there's an extensive network behind it all?

Of course. You know well enough how these things work. And I'm sure you don't need to be told that if you're not well connected in this business, you won't get very

far. That said, you won't get anywhere at all if you don't have real credibility. That's why InterReCo always approaches prospective applicants with clearly defined job descriptions. And because we offer such a finely calibrated selection process, our clients spend much less time on integrating their employees after they've got them signed up. Our clients are not only huge corporations but also small and medium-sized businesses engaged in anything from commerce to industry, services, high-tech, IT, banking, finance and insurance.

IMAGE: Do you also help find local staff?

At InterReCo we cover the whole spectrum. We work closely with a personnel leasing firm, so we're also able to place staff who are not so well qualified with suitable applicants. More than anything



our customers find they benefit not just from the prompt and very client-oriented way in which we do things but also from the extensive expertise we have in dealing with the many questions they inevitably ask. Like what do we have to watch out for when looking for new staff? What pitfalls can we expect to encounter? How can we best time any transitions that need to be made? How can we optimize our work schedules? What kind of personal development can we provide for our executives?

IMAGE: Mr. Maier, you attach a lot of importance to the quality of your performance and have managed to establish yourself as the contact person in international recruiting. What core values have you nurtured at InterReCo?

We don't have anything to do with interested third parties and we make sure we treat our clients fairly and work together with them productively in an atmosphere of trust. That only works because we're able to promise them discretion and exclusivity, as well as customer protection. Applicants that are placed with us are never at any time solicited by InterReCo for other placements under negotiation. I can vouch for that personally. You know, I learned this business from the bottom up and by now I've a pretty good grasp of how perspectives and interests between employers and employees differ. I come from a tech background, and when I first started working I was engaged in finding placements for personnel in a temping firm. Since then I have built up a number of branch offices and taken on the task of managing them. Later, I successfully started up a subsidiary with branches in Hamburg, Bremen, Rostock, Braunschweig, Hannover and Düsseldorf. At this time my assistance was also required in getting representatives established abroad in the Czech Republic and the UK. It was required again a little later in setting up and developing a subsidiary in the USA with three additional

branch offices. Then of course I began developing my own business with its own extensive network.

I'm essentially an expert at building companies up. And of course you can only really be successful if you're true to who you are and very clear about what you're doing. It's not simply a question of knowing people, you also have to be able to work with them on every level. I've always been able to attract the very best staff and I think that's the main reason I've been successful.

IMAGE: Anyone who has had as much success at setting up businesses as you've had naturally also has a vast amount of knowledge and experience. I guess this is why you also feel able to offer other services like consulting for start-ups.

Absolutely. As well as High Executive Search, Recruiting and Staffing, my company offers a long-term consulting program geared towards successful HR management. InterReCo supports and advises CEOs, directors, executives and top managers on what career opportunities are available to them. It's particularly important for start-ups that they get into new markets early. InterReCo is able to provide start-ups with solid, needs-based support in Development Funding, Business Development and Engineering, so that they are able to position themselves successfully in the market. For instance, we're able to advise them when it comes to defining job profiles and requirements. We're also able to help them look for and select suitable employees, who meet the specific needs of a young company and are able, even during that tricky phase when they're just starting, to convert their valuable contributions into entrepreneurial success. Companies whose HR needs have been addressed by InterReCo have found they've been able to save a lot of time and money in a very real way.

IMAGE: And what about moving abroad? How are you able to help there?

Moving abroad is an attractive proposition for many businesses, but at the same time it also presents a really big challenge. That said, moving on to the international stage often offers a company excellent scope for expansion. When you establish a subsidiary abroad, however, you need to have detailed knowledge about that country's laws and procedures, and you need to be aware of any potential barriers to entry you might face. You need to know what opportunities for expansion can be found there, and also of course you need to have a good knowledge of the local labor market.

At InterReCo we have good contacts with highly-specialized lawyers, tax offices and banks so we're able to provide our clients with a bespoke plan for expanding abroad, and are able to get to grips quickly and fully with any question that might come up. The amount of time and energy we're able to free up by giving expert advice allows a company that has moved into a foreign market to gain a significant edge over its competitors.

It's imperative for companies that want to gain a solid foothold and really succeed in a new national market that they have a team of qualified staff. At InterReCo we're able to assist firms in this regard by aiding them in their search for suitable multilingual candidates for their subsidiaries or branch offices abroad.

Call Us – Challenge Us !

Tel: +1 (800) 801 8780 (Free call)

Fax: +1 (800) 319 5650

Mobil: +1 (678) 389 6801

A.Maier@InterReCo.com

• „We attract the right people with the right skills.“



Alexander Maier: It's not simply a question of knowing people, you also have to be able to work every level. I've always been able to attract the very best staff and I think that's the main reason

with them on I've been successful.

Experten im Interview

„12 Stolper- steine einer typischen internationalen Expansion.“

Prof. Dr. Peter Niermann



Martina Prox
ifu Hamburg
„Sichtbarer Fuß-
abdruck“ Thema
Nachhaltigkeit
(siehe Titelfoto
Oktober 2012)



Prinz Luitpold
von Bayern
„Marken und
Globalisierung“
(siehe Titelfoto
Oktober 2012)



Martina Stauch
mit der Global Player
Formula, „all you
need to lead“
(siehe Titelfoto
März 2013)



Uwe Kehlenbeck
„der Schlüssel zur
erfolgreichen Nach-
folge“
(siehe Titelfoto
Februar 2013)



Linda Pichler
„Märkte in Asien und
Lateinamerika“
(siehe Extrastory
Mai 2013)



Prof. Dr.
Peter Niermann
„Management-
Instrumentarium“
(siehe Titelfoto
Mai 2013)



Team- und
Organisationsprofi
Dorothee
Mannschreck
(siehe Extrastory
Mai 2013)



Torsten Grigull
SASisfaction
„SAS-Lösungen,
die begeistern.“
(siehe Extrastory
Dezember 2012)



Familien- und
Nachfolgespezialistin
Ines-Andrea
Seemüller
(siehe Extrastory
Mai 2013)



Vertragsrecht und
Internationales Recht
Salvatore Barba
(siehe Extrastory
März 2013)

„Neue Märkte für den Mittelstand“

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

Orhidea Briegel: Sehr oft erfahre ich bei der Positionierung von Unternehmen Wissenswertes über deren Herausforderungen in ausländischen Märkten. In der globalisierten Welt ist es trotz Digitalisierung nachwievorn ein Kraftakt, sich auf fremdem Gebiet zu behaupten. Sollte sich der Mittelstand überhaupt diesem Wagnis stellen, Frau Stauch?

Martina Stauch: Grundsätzlich bin ich der Meinung, dass jedes mittelständische Unternehmen, dass wachsen möchte, sich der Frage der Globalisierung stellen sollte. Es gibt verschiedene Arten eine ganzheitliche Wachstumsstrategie umzusetzen: Geographisches Wachstum, Wachstum durch Verdrängung und Innovation. Dass bedeutet für mich, dass auch der Mittelstand langfristig an einer Globalisierung nicht vorbei kommt. Ich bin der Meinung, dass Mittelständler sogar einen entscheidenden Vorteil gegenüber großen Unternehmen haben: die Flexibilität/Agilität sich schneller den Marktgegebenheiten anzupassen und nicht in starren Strukturen versuchen alle Märkte im gleichen Stil und bis in's kleinste Detail durchgeplant zu erobern, wie dies Wal-Mart versucht hat und in Deutschland und Korea damit gescheitert ist. Qualität



und Leistung auf hohem Niveau sind entscheidend im Wettbewerb auch im globalen Umfeld. Hier halte ich deutsche Firmen für ganz ausgezeichnet aufgestellt. „Made in Germany“ steht für hohe Qualität in aller Welt. Desweiteren ist der Deutsche auch mit seiner strukturierten und leistungsorientierten Arbeitsweise im Vorteil. Einen weiteren Vorteil sehe ich darin, dass wir hier in der EU bereits gewohnt sind, uns auf die verschiedenen Kulturen, Arbeitsweisen und verschiedenen Kundenanforderungen einzustellen.

Orhidea Briegel: Viele KMUs in Bayern und angrenzenden Bundes- und Nachbarländern stehen angesichts einbrechender Märkte in Europa vor folgenden Fragen: Sollen, Wollen, Können, Müssen wir uns nach neuen, ferneren Märkten umsehen? Das ist Ihr Dayly-Business, Frau Pichler?

Linda Pichler: Aufgrund unserer langjährigen persönlichen Erfahrung liegt unser Fokus auf China und Lateinamerika. Die großen Unternehmen sind alle schon lange in China und erzielen in der europäischen Krise dort Gewinne. Das Reich der Mitte bietet auch heute noch viel Potenzial,



auch oder besonders für Mittelständler. Entscheidend für den Erfolg ist gute Vorbereitung, sowohl in der Heimat als auch vor Ort in China. Darin liegt unsere Kernkompetenz; wir unterstützen den Mittelstand über den gesamten Prozess.

Herr Niermann, Sie beraten ebenfalls Unternehmen, allerdings beim Markteinstieg in die Vereinigten Arabischen Emirate (www.goinguae.com) und betreuen ein Forschungsprojekt zur Internationalisierung. Auf welche Hürden sollte sich ein Unternehmer bei ersten Expansions-Schritten gefasst machen?



Peter Niermann: Auf die 12 Stolpersteine einer typischen internationalen Expansion, 1) Euphorie 2) das Erkennen der Potenziale 3) das erste positive Feedback 4) die ersten Schritte im neuen Markt 5) das Versprechen der neuen internationalen Partner 6) die ersten Schwierigkeiten 7) die Konfrontation mit der ausländischen Bürokratie 8) das Unverständnis über die lokalen Gegebenheiten 9) die Entscheidung über Durchhalten oder Abbrechen 10) die Frustration über die mühsamen Fortschritte 11) die Verständigung zum Durchhalten 12) der erhoffte Erfolg

Als Gesicht hinter der internationalen Marke „König Ludwig“ haben Sie, Prinz Luitpold von Bayern, eine Fülle an wertvoller Erfahrung, auch in der Markenstrategie. Welche Anre-

gungen können Sie unseren mittelständischen Unternehmern mitgeben?

Prinz Luitpold von Bayern: Die wichtigsten Voraussetzungen für einen Auslandserfolg sind genaue Kenntnisse der Kultur der angestrebten Märkte. Hier können erhebliche Verständnisschwierigkeiten über die gegenseitigen Erwartungen entstehen. Das nächste wichtige Thema ist, Absicherung von Markenrechten und KnowHow vor Markteintritt und vor Detailverhandlungen.

Große Bedeutung hat auch die Erwartung an Umsatz, den Ertrag in Relation zu Kosten der Markterschließung und gegebenenfalls des Geldeintreibens. Nische und Spezialisierung spielen natürlich eine große Rolle, ebenso wichtig ist das Ver-

trauen und Kundennähe. Hier haben Familienunternehmer große Vorteile. Das gleiche gilt für schnelle Entscheidungsfähigkeit. Im eigenen Haus wird oft das Problem des Kundenkontakts durch Sprachschwierigkeiten und administrativen Aufwand unterschätzt.

Salvatore Barba: Das stimmt. Nicht zu unterschätzen sind außerdem die Reglementierungen der öffentlichen Verwaltung im Ausland. Durch die Europäisierung des Marktes ist vieles in den Mitgliedsstaaten der EU gleich. Dennoch gibt es immer noch nationale Besonderheiten, wie z.B. besondere Genehmigungen, die man kennen muss. Anderenfalls erleidet man Schiffbruch, noch bevor man seinen ersten Kunden beliefert hat. Allerdings muss man sich als Unternehmer bewusst sein, dass man mit einer anderen Mentalität und



einer anderen Kultur konfrontiert wird.

Will man einen ausländischen Markt erschließen, so muss man die jeweilige Mentalität und Kultur kennen, respektieren und diese in seine Prozesse, innen, wie außen einbeziehen. Anderenfalls kann es schnell passieren, dass man seine Geschäftspartner verprellt. Wir als Anwälte erleben es häufig, dass europäische Regelungen, welche in allen Mitgliedstaaten der EU gleichermaßen gelten, durch die nationalen Gerichte unterschiedlich ausgelegt werden. Kultur und Mentalität beeinflussen eben auch die Gerichte. Hier ist größte Vorsicht geboten, da man ja bei europäischen Regeln davon ausgeht, dass dies überall in der EU gleich gehandhabt wird. Man denkt, dass man diese Thematik mit seinem „Hausanwalt“ im Griff hat. Nicht selten erlebt man hier ein böses Erwachen.

Uwe Kehlenbeck: Da wird der Auslandstraum schnell ein Albtraum. Neben fundierter rechtlicher Beratung können die Deutschen Außenhandelskammern (AHK) wertvolle Dienste beim Markteintritt leisten.

Von Firmengründungen über Rechtsauskünfte bis hin zu Geschäftspartnervermittlung gibt es vor Ort ein breites Dienstleistungsangebot. Empfehlenswert ist auch das Förderprogramm „Go International“ – ein Gemeinschaftsprojekt der bayerischen IHKs. Hierbei werden Unternehmen von ehemaligen Managern und Unternehmern mit langjähriger Auslandserfahrung begleitet. Die Umsetzung der gemeinsamen erarbeiteten Maßnahmen für die ersten Schritte können dann bis zu 25% gefördert werden. Ich habe damit gute Erfahrungen gemacht.

Martina Prox: Die größte Hürde ist sicherlich Zeit, denn alles dauert länger als man so erwartet. Egal, ob bei Gründung oder Kooperation. Vertrauen und sich Vertraut machen mit einem neuen Markt, dem Kooperationspartner oder

mit den frisch eingestellten Mitarbeiter bedarf Zeit, das geht nicht nebenbei. Erfolgsfaktor Nr.1 ist für mich, die Zeit, die in den Aufbau der Beziehung und die Schulung in den Produkten beim neuen Kooperationspartner oder bei den Auslandsmitarbeitern gesteckt wird. Loyalität von Partnern und Auslandsmitarbeitern kann ich mir nicht kaufen, sondern muss sie mir verdienen, dabei spielen Wertschätzung, Toleranz, Aberkennung kultureller Unterschiede eine große Rolle. Sich bei Gesetzen, Steuersystem, Arbeitsrecht also kurz sich im Bürokratie-Dschungel des neuen Landes auszukennen ist eine Herausforderung und geht nur mit Profis. Insgesamt liegt im interkulturellen Austausch ein sehr große Bereicherung für die eigene Unternehmenskultur.



Orhidea Briegel: Offensichtlich ist es ratsam, sich vorab gut zu informieren und Zeit zu lassen. Es steht doch viel auf dem Spiel. Für das Interkulturelle sind auf jeden Fall Sie die richtige Ansprechpartnerin, Frau Mannschreck?

Dorothee Mannschreck: An erster Stelle muss natürlich auch die eigene Unternehmenskultur für Expansion reif sein. Mir ist wichtig, dass eine Besinnung und Fokussierung auf die im Unternehmen gewachsenen Werte und Kernkompetenzen in Bezug auf das Produkt und die dazu erforderliche Dienstleistungen erfolgt. Bevor ein Unternehmen sich daran macht, das Ausland zu erobern, sollte innerhalb der Teams

alles stimmig sein. Wie Prinz Luitpold bereits betont hat, kann es sonst schon im internen Bereich zu Arbeitsbehinderungen kommen. Es sollte vor allem bei der Strategie überlegt werden, ob eine Auslandsdepandance noch gebraucht wird. Es kann im Einzelfall wegen zunehmender Digitalisierung aller Kommunikationswege und der Tatsache, dass dies auf ungemein vielfältigem Wege die Länder in einer ganz anderen Geschwindigkeit und Variationsbreite miteinander verknüpfen lässt, als nicht mehr notwendig erachtet werden. Nach genauem „Hinschauen“ durch z.B. gezielter Wertermittlungs-Workshops, systemisch basierter Ist-Analysen zu der Frage: „Was brauchen wir, um erfolgreich zusammenzuwachsen oder im Land xy erfolgreich zu sein“ kann es sich jedoch herausstellen, dass es erforderlich ist, für ein oder mehrere Ländern in eine Präsenz vor Ort zu investieren, da sonst z.B. ein traditionsreicher Wert des Unternehmens verletzt werden würde oder die für den Markterfolg wichtige Notwendigkeit, „Gesichter“ hinter der Dienstleistung oder auch hinter dem Produkt sehen zu können, verloren gehen könnte.

Orhidea Briegel: Viele Social-Media-Blender wollen uns vormachen, dass man auf die persönliche Begegnung verzichten kann. Das trifft vielleicht auf manche Bereiche zu, sicher aber nicht im B2B-Geschäft. Die Marke „König Ludwig“ ist mir beispielsweise bei unseren Auslandsjob sehr häufig begegnet. Da wirft sich die Frage auf, ob die digitale Expansion für manche Branchen nicht schon ausreicht. Was denken Sie? Prinz Luitpold von Bayern: Die digitale Welt kann den persönlichen Kontakt nicht ersetzen. Eine Niederlassung ist in vielen Fällen nicht nötig, aber regelmäßiger Kontakt und damit direkter Einblick in die Absatzmärkte sind bei allen Exportgeschäften unverzichtbar.



Salvatore Barba: Ich kann Ihnen sogar ein Beispiel aus der Praxis dazu geben, Frau Briegel. Kunden, die z.B. in Italien sind, werden - obwohl der Großteil der Korrespondenz über E-Mail, Telefon, Videokonferenz abläuft - den persönlichen Kontakt suchen. Die neuen Medien können das nicht gänzlich ersetzen. Wenn man seinen Geschäfts-

partner insbesondere zu Beginn der Geschäftsbeziehung schon einmal gesehen hat, dann kann man ohne weiteres danach die Geschäftsbeziehung auch über die neuen Medien pflegen. Nichtsdestotrotz ist der persönliche Kontakt, wenn auch nicht notwendigerweise oft, in unregelmäßigen Abständen wichtig, um so eine persönliche Ebene zu erhalten. Nur so kann auch eine besondere Vertrauensebene aufgebaut und gefestigt werden.

Darüber hinaus ist die Hürde der Kontaktaufnahme niedriger, wenn man weiß, dass man in seiner Sprache korrespondieren kann. Für die Unternehmen ist es oftmals schwierig, fachlich hoch qualifiziertes Personal für sein Unternehmen zu gewinnen, welches dann auch in der Lage ist, in der jeweiligen Sprache zu korrespondieren. Dies trifft insbesondere für die Länder Frankreich, Spanien und Italien zu, da hier oftmals Deutsch nicht und Englisch nur sehr unzureichend gesprochen wird. Das französische Unternehmen wird vor diesem Hintergrund eher den deutschen Geschäftspartner in seiner Zweigniederlassung in Paris kontaktieren, als in Berlin anzurufen, wo vielleicht das Sekretariatspersonal kein und nur wenig Französisch spricht.

Uwe Kehlenbeck: Wenn die eigenen Produkte nur in großen Stückzahlen über das Internet vertrieben werden, mag die Präsenz vor Ort nebensächlich sein. Ich denke jedoch, dass Geschäftskundenbusiness über Empfehlungen und Netzwerke entsteht. Daher halte ich eine regionale Präsenz für unabdingbar. Hierbei spielen auch Sprache und Kultur vor Ort eine große Rolle, unabhängig von der Unternehmensgröße.

Kleinere Unternehmen müssen sich nur darüber im Klaren sein, dass der Schritt in die Internationalität sehr zeitintensiv ist, wie Frau Prox bereits betont hatte. Wenn man das eigentliche Tagesgeschäft nicht vernachlässigen will, sollte man unbedingt über entsprechende personelle Ressourcen im Unternehmen – am besten mit dem passenden Know-How – verfügen.



Martina Prox: Das stimmt, Herr Kehlenbeck. Aber auch die Art der Produkte entscheiden über das Auslandsmodell. Für erklärungsbedürftige Produkte, Dienstleistungen und Schulungen benötigt man eine Auslandsniederlassung, für einfache, klare Produkte von geringer Komplexität geht es auch nur online und digital.

Peter Niermann: Von mir auch ein klares Ja bei Investitionsprojekten, es geht vor allem um Vertrauen, dies geschieht über die Menschen, ohne Auslandsdepancancen lässt sich vielfach das notwendige Vertrauen nicht aufbauen, darüber hinaus gibt es noch große Zahl von Landes typischen Voraussetzungen!

Orhidea Briegel: Da sind wir auch schon bei meiner Frage zur Nische. Wir zeigen im IMAGE Magazin Unternehmer, die durch Qualitätsprodukte, Markennamen oder Spezialisierung ihren Erfolgsweg gehen. Kann ein Mittelständler nur Erfolg haben zwischen den “Großen” durch die Nische und absolute Spezialisierung?

Salvatore Barba: Meines Erachtens ist

die Nische ein sehr wichtiges Kriterium, um sowohl national, als auch international erfolgreich zu sein. Ein kleines Team kann sich nur schwer breit aufstellen und ein gutes, hochwertiges Produkt am Markt anbieten. Durch die Nische kann man hochwertiger produzieren, dadurch hochpreisiger verkaufen. Zudem hat man weniger Konkurrenz, gegen die man sich durchsetzen muss. Selbstverständlich hat ein großes Unternehmen bei der Expansion ins Ausland ein viel größeres Budget zur Verfügung, was von Beginn an sicherlich ganz andere Perspektiven bietet, als wenn man sich als kleines Unternehmen in einem fremden Markt etablieren will. Trotzdem ist es auch für kleinere Einheiten möglich, Auslandsmärkte zu erschließen. Wichtig ist dabei die Nischenpositionierung. Große Unternehmen sind durch ihre großen Apparate nicht selten schwerfällig. Durch schlankere Struktur kleiner Unternehmen kann in dem neuen Markt schneller und flexibler reagiert werden. Dies kann ein Wettbewerbsvorteil sein.

Orhidea Briegel: Frau Prox, Sie sind für das ifu Institut im ständigen Auslandsinsatz rund um den Erdball. Welche Rolle spielt die Unternehmensgröße bei der Ausdehnung ins Ausland im Dienstleistungssektor?

Martina Prox: Die Unternehmensgröße spielt in sofern eine Rolle, als ich ja Leute aus dem Heimatmarkt benötige, die den Know-Transfer und den Aufbau leisten können in neuen Märkten. Und wenn das Unternehmen zu klein ist, dann fehlen eventuell die Kapazitäten dieser Mitarbeiter, weil sie noch zu stark operativ im Heimatmarktgeschäft stecken. Durch diese Wachstumshürde müssen alle international operierenden Mittelständler. Spezialisierung hilft auf jeden Fall. Wir erleben bei unserem spezialisierten Produkt, das selbsterklärend eingesetzt werden kann, den Effekt, dass wir durch Online Marketing inzwischen damit schon Kunden in 72 Ländern gewonnen haben. Bei erklärungsbedürftigen Produkten hilft Spezialisierung erst recht, weil dann die gesamte Kommunikation, in Marketing,



Vertrieb und Schulung klarer und einfacher wird und jeder weiß, wofür genau diese Unternehmen und seine Produkte steht.

Orhidea Briegel: Frau Seemüller, last but not least, bitte ich Sie um ein Abschluss-Statement zu unserer Gesprächsrunde.

Ines-Andrea Seemüller: Einerseits kenne ich aus dem eigenen Familienunternehmen die täglichen Herausforderungen im Mittelstand und auf der anderen Seite betreibe ich auch meine Rechtsanwaltskanzlei und kann dadurch auch die rechtlichen Aspekte gut abschätzen. Der Vorteil im Mittelstand ist sicher auch der Zusammenhalt durch familiäre Strukturen. Ein Familienunternehmen zu führen, ist eine spannende Aufgabe und bindet auch viel private Energie in das Unternehmen ein. Ich finde, wer sich rechtlich hier gut absichert, wir auch den Wettbewerbsvorteil „Familienunternehmen“ optimal ausreizen können. Ich glaube, ein guter Familienzusammenhalt gibt dem gesunden Unternehmenswachstum die sichere Basis. Wie schon ein Autohersteller treffend sagte: man muss nicht groß sein, um groß zu sein.

Orhidea verbindet Sie gerne mit den passenden Ansprechpartnern zur Auslandsexpansion!

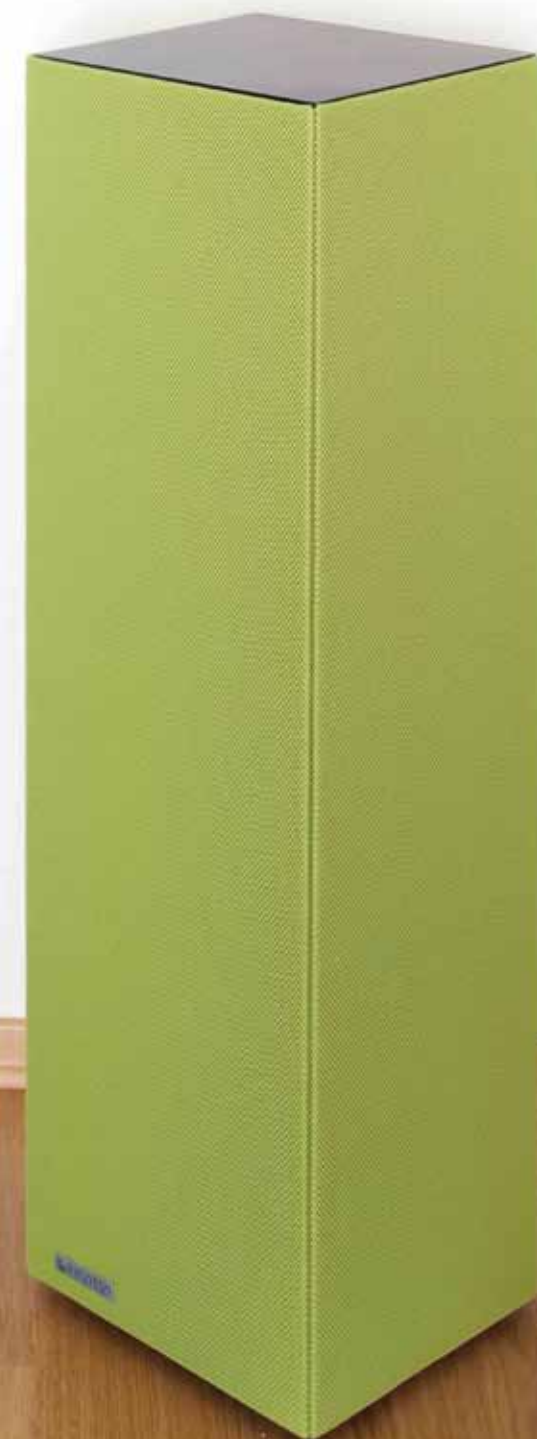
ORHIDEA IDEAL[®]

IMAGE

Podium der Starken Marken

Produkt des Monats www.phoneon.eu

„Mit den
ästhetischen
PHONEON
Schallabsorbern
finden Ihre
Argumente
Gehör. Den
Unterschied
erleben Sie
sofort -
vor Ort.“





SINGKREIS
MITTERSILL



SCHLOSSKONZERT

im Schloss Mittersill

Sonntag, 18. Juni 2017

17:00 Uhr



Mitwirkende:
Singkreis Mittersill
und



die Walder Tanzmusi

Gesamtleitung: Cornelia Gabriel
am Klavier: Alexander Gabriel

Liedgut:
vom Volkslied bis zum Schlager

Bei Schlechtwetter findet das Konzert
im Veranstaltungssaal statt.

Eintritt:
freiwillige Spenden

Schrittmacher für die Zukunft

Hochzeitskurse/Geschlossenes Paartanz-Coaching
Ich biete Ihnen Ihren individuellen Hochzeits-/Privatkurs an.
Entweder alleine und/oder mit Familie und Freunden.
Sie bekommen Ihren Wunschkurs bei mir.
Haben Sie noch Fragen?

Ich berate Sie gerne unter
pascal.lahme@gmail.com
oder 0160-98765949



PASCAL - PIERRE A. LAHME

TANZCOACH

TANZBEGLEITUNG

SEMINARLEITUNG

DOZENT

Pascal-Pierre A. Lahme
Schapolterauer Str. 21
84174 Eching

Tel: 0160-98765949
Pascal.Lahme@gmail.com
www.pascal-lahme.de

Event-Highlight des Monats

Cengiz'
Schuh Putz
Kiste
premium Schuhpflege



www.schuhputzer-muenchen.de



Kolumne von & mit
Quirin Waldhauser

ORHIDEAL
media
face 2017

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Standing im Business

Es ist der Themenkreis, rund um den gelungenen Auftritt, den Fortschritt, den Standpunkt, der eigenen Mitte (stehe ich eher auf dem linken oder rechten Fuß, stehe ich eher vorne ‚auf dem Sprung‘ oder eher hinten auf der Ferse ‚in der Defensive‘?), der Frage nach dem ‚wie geht's?‘ oder dem ‚wie steht's?‘

An diesen Wortbeispielen läßt sich erkennen: Der Fuß/ die Füße sind die erste sinnliche Wahrnehmungsebene für vieles! Hier spielt auch die Analogie zwischen dem ‚Handschlag‘ und dem ‚Fußtritt‘ hinein (Schlag - Tritt), wobei letzteres weniger gut beleumundet ist... Die Hand ist uns näher als der Fuß. Sie steht für das *Handeln*. Und die Arme stehen für die Kraft von Armeen und deren brachialer Gewalt (Musculus brachialis, ein Armmuskel). **Aber für was ‚steht‘ eigentlich der Fuß? Das können Sie mit Quirin Waldhauser erkunden!**

A)
Basis Powertraining Fuß & Knie
Anti-Zähneknirsch Training
Körper Neu-Programmierung bei Rücken- und Nackenverspannung
Yoga und Pilates
Kraft & Faszientraining
Magic Moves

B)
Betriebliches Gesundheitsmanagement:
Vorträge über schmerzkreisläufe im Körper und deren Lösung
Einzel- und Gruppen Trainings

C)
Behandlungen im Sinne der Physiotherapie

Infotelefon: 0151-20 43 82 85

Mit glücklichem Rücken entzücken.

Oder: Ein beweglicher Geist im beweglichen Körper

Top-Thema für alle Medien

Als Edeltraud Breitenberger, „b-edel“, das Institut für Bewegung und Ausdruck gründete, wusste sie nicht, dass das Thema so großes Interesse finden wird. Die Phantasie der Journalisten beflügelnd - avancierte die TRAGER Therapeutin - mit ihrem eigenem Bewegungskonzept - schnell zum „Medienstar“. Starallüren hat die attraktive Bewegungs-Spezialistin nicht bekommen, jedoch eine Menge neuer Interviewangebote und Impulse, wie ihre Arbeit kommunikativ zu verpacken ist. Über plakativen Zeitungsartikeln prangen Überschriften wie „Absatzkrise“, „Habt Mut zum Doppelkinn“, „Wenn Klappmesser auf High-Heels balancieren“. Im Fernsehen und auf der Bühne zeigt sie die „Bewegungs-DO's und DONT's“, wird im Radio und am Telefon befragt und konsultiert.

„Natürlich freut mich der visuelle Aspekt meiner Arbeit. Dieser wird ja in den Medien leicht veranschaulicht. Schwieriger ist es natürlich die angenehmen Begleiterscheinungen darzustellen. Mir geht es vor allem darum, den Menschen zu einem glücklichen Rücken zu verhelfen.“, erklärt sie mir. Das hört sich gut an!

„Schon immer faszinierte mich die Bewegung des Körpers. In der TRAGER Methode fand ich, was ich suchte: Das Gefühl, im Körper zu Hause zu sein und so auch in den Füßen.“ Diese gelenkschonende Gangart bringt die zertifizierte TRAGER Praktikerin und Intro-Leaderin für die TRAGER Methode ihren Kunden bei. Aus jahrelangen Erfahrungen und Studien entwickelte sie die Typologie des Gehens - bestehend aus 5 Grundtypen, die die Grundlage ihrer Workshops bilden. Ihr Bewegungsk coaching ist sowohl für Frauen nicht nur mit höheren Absätzen, als auch für Männer geeignet. Verspannte Rücken- und Nackenmuskulatur ist genderunabhängig. Immerhin verbringen „Weiblein und Männlein“ mit heutiger Arbeitsweise viel zu lange vor dem Bildschirm. Rückenleiden werden nach wie vor als Volkskrankheit Nr.1 bezeichnet.

„Eigentlich müssten schon die Kinder und Jugendlichen in der Schule richtig gehen lernen! Gerade ohne High-Heels, nicht wahr?“, frage ich meine aparte Gesprächspartnerin. „Da kann ich Dir nur Recht geben. Das mich die Welt braucht (*sie lacht mich dabei an*), ist mir unterwegs aufgefallen. Ich habe bei einer Hochzeit in einer Hotel-Lobby eine wunderschöne Braut beobachtet, deren tolle Wirkung durch ungeübten Gang enorm reduziert wurde.“

Der gesundheitliche Aspekt

„Jetzt pilgerst Du von Interview zu Interview, wirst gut gebucht als Speaker und Talkgast. Ist das überhaupt noch zu toppen?“ - „Das Medieninteresse ist wirklich fantastisch. Ich bin sehr glücklich damit und sehe meine Mission entwickelt sich. Obwohl die Medien sich zunächst sehr auf die äußere Wirkung konzentriert haben, setzt sich nun auch mein gesundheitlicher Aspekt immer mehr in der Berichterstattung durch. Gehen ist Alltag und wenn ich im Alltag RICHTIG gehe, dann bleibe ich beweglich und vital bis ins hohe Alter ohne den typischen Verschleißerscheinungen wie Bandscheibenvorfall, Knie- und Hüftproblemen, Nerv eingeklemmt etc. Meine Trainings wirken! Außen, aber vor allem auch innen!“ Auch wenn viele Storys über b-edel sehr gezielt das weibliche Publikum ansprechen, sind bei der Bewegungs-Expertin und Tango-Tänzerin Kurse für männliche Klientel auf der Tagesordnung. Ein aufrechter selbstsicherer Gang kann immerhin Karrieren fördern und ein schlurfender, unsicherer Gang macht es definitiv schwieriger. Abgesehen davon ist zu betonen, dass viele Menschen von Anfang an richtige Haltung und richtiges Gehen nicht gelernt haben. Jeder Bewegungsausdruck beginnt in den Füßen. Die Art wie Sie einen Raum betreten, kann oft entscheidend sein und ein erster Eindruck hat in der Regel keine zweite Chance. Es geht um Lebendigkeit, Sensibilität und mehr Eleganz beim Gehen. Dadurch entfaltet aber auch Ihr Geist mehr Lebendigkeit, Sensibilität und Eleganz.

Beweglichkeit für eine glückliche Wirbelsäule und eleganter auf High Heels oder kraftvoll männlicher Auftritt:

für alle Situationen im Beruf und in der Freizeit gut gerüstet. Erfahren Sie die - von Edeltraud Breitenberger - entwickelte Typologie des Gehens: Breitbein-, Klappmesser-, Lineal- und Rundrücken-Gehtyp kennen und erleben Sie, wie Sie sich zum dynamisch eleganten Gehtyp entwickeln.

Termine erfahren Sie online auf www.b-edel.de oder vereinbaren Sie Ihr Einzeltraining.



„Die Absatzhöhe ist nicht entscheidend, sondern ein aufrechter, souveräner Gang.“



Firmenworkshops für den Vertrieb • Einzeltrainings • Gastauftritte • Interviews

Souveräner Auftritt für mehr Dynamik im Business:

Nach intensivem Training haben die Workshop-Teilnehmer sich eine kurze Pause verdient!

b-edel • Institut für Bewegung und Ausdruck
Edeltraud Breitenberger
 Metzstrasse 23
 81667 München

Telefon: 089 - 48 95 57 58
 Mobil: 0176 - 24 46 22 56
 info@b-edel.de

www.b-edel.de



Passender Schuh - gesunder Gang

Die Schuhindustrie verfolgt aufmerksam, was b-edel auf dem Markt bewegt. Edeltraud Breitenberger konsultiert in ihren Kursen sehr gezielt bezüglich Schuhwahl und spezifischen Fußaufbau. Die leidenschaftliche Tänzerin weiß allzu gut, wie wichtig die Verschmelzung von Fuß und Schuh miteinander sind. „Wenn ich heute tanze, spüre ich, wie selbst die High Heels Teil meines Körperbewusstseins geworden sind, und diese mich in keinsten Weise in meiner Bewegungsfreiheit beeinträchtigen. Menschen die Freude an der körperlichen und der - damit verbundenen - geistigen Bewegung, beizubringen, ist mein Weg.“ schwärmt sie mir vor.

Wie sich Eleganz in der Außenwirkung mit einem gesunden Körpergefühl, ohne oder auf High Heels, vereinen lässt, weiß Edeltraud Breitenberger nicht zuletzt auch aus ihrer Zeit als Stewardess. In Kursen und Einzelberatungen kann jeder lernen, wie körperliche Schäden vermieden werden können. Aber zurück zu den hohen Absätzen: High Heels sind der Inbegriff von Weiblichkeit. Allerdings nur, wenn eine Frau sich gekonnt damit bewegt. Einen grandiosen selbstsicheren und femini-

nen Auftritt für Lebenssituationen wie Hochzeit, Vorstellungsgespräche, Geschäftstermine, Modellierung zu lernen, lohnt sich für jede Frau. Viele Frauen träumen davon, elegant und selbstsicher auf hohen Absätzen zu laufen und dabei keine bleibenden Schäden befürchten zu müssen.

High Heel Anhängerinnen, die ihren Ausdruck verbessern und viele praktische Tipps erfahren möchten, zeigt Edeltraud Breitenberger wie ihre Füße und der gesamte Körper, durch richtiges aufrechtes Gehen, gesund erhalten werden kann. Damit vermeiden Sie nicht nur Rückenschmerzen, sondern beugen körperlichen Problemen im Bewegungsapparat vor.

Firmenworkshops für den Vertrieb

Für Firmen bietet „b-edel“ Workshops und Vorträge an, bei welchen Mitarbeiter durch spezielle Übungen mehr Ausdruckskraft, Ruhe, Gelassenheit erreichen und die Sensibilität für die eigene Bewegungsenergie steigern. Sie erleben, wie mit einem aufrechten und anmutigen Gang die Präsenz unterstrichen wird. Das ist vor allem für solche Mitarbeiter wichtig, die das Unternehmen nach Außen präsentieren müssen! *Orhidea Briegel*

Vorträge • Beratungen • Gruppentraining

Das Training

Jeder Bewegungsausdruck beginnt in den Füßen. Neben vielen Fußübungen und Fußtechnik ist auch die Dissoziation zwischen Ober- und Unterkörper, Weichheit der Hüfte und Entspannung der Schulter sehr wichtig. Für Frauen und Männer jeder Altersstufe, die oft an Rücken-, Schulter- oder Nackenschmerzen leiden und sich eine aufrechtere Haltung wünschen.



„Elegant für jeden Anlass.“

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
Werner Sulzinger

STIPP des Monats

www.sulzinger-steuerberatung.de





„Gemeinsam schaffen wir ein internes und externes Umfeld für Respekt und gegenseitige Wertschätzung.“

Christine Riemer-Mathies steht für das Thema Menschlichkeit im Unternehmen. Deshalb sind aus ihrer Sicht die Werte Respekt und Wertschätzung im Unternehmen so wichtig. Sie engagiert sich für ein besseres Miteinander zur Schaffung einer besseren Unternehmenskultur. Dies bedeutet letztendlich mehr Produktivität, mehr Unternehmenserfolg genauso wie mehr Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeitermotivation. Unternehmen profitieren davon, weil dies zu weniger Krankheitstagen und zu einem besseren Arbeitsklima führt. Dies wird natürlich auch über Bewertungen von Mitarbeitern durch die sozialen Medien nach Außen kommuniziert. Deshalb bewerben sich Arbeitnehmer natürlich lieber in Unternehmen, wo sie Anerkennung erfahren. Hier ist das Management im Unternehmen gefordert, sich nach Innen und Außen gut zu präsentieren.

Aber bitte mit Respekt ! Wertschätzung im Unternehmen

Die Unternehmenskultur kann sich nur verbessern, wenn sich alle Mitarbeiter dem Thema Respekt, Wertschätzung und gegenseitiger Anerkennung verschreiben. Hier ist es wichtig, dass Jeder bei sich selbst anfängt. Ich kann nicht von anderen etwas erwarten, was ich selbst nicht leiste beziehungsweise lebe. Wie bereits Dalai Lama gesagt hat: „Habe stets Respekt vor dir selbst, Respekt vor anderen und übernimm Verantwortung für deine Taten.“ Gute wertschätzende Kommunikation kann Jeder einzelne lernen, indem er authentisch ist und sich um Verständigung bemüht. Ohne Bewertung erstmal die Meinung des anderen anzuhören. Unter dem Motto: Ich bin okay. Du bist okay - auch, wenn wir unterschiedliche Sichtweisen haben.

Vor allem Führungskräfte werden mit dem Thema Respekt konfrontiert. Denn eine der wichtigsten Managementkompetenzen bedeutet gegenseitigen Respekt aufzubauen. Die Führungskraft möchte anerkannt und wertgeschätzt werden, genauso wie die Mitarbeiter von der Führungskraft und untereinander. Nach einer Studie, die in Deutschland durchgeführt wurde, gehört eine Führungskraft, die den Mitarbeitern mit Respekt begegnet ganz oben auf die Wunschliste für einen idealen Arbeitsplatz. Dies bedeutet natürlich auch für das Unternehmen einen wirtschaftlichen Gewinn, wenn die Unternehmenskultur auf Respekt und Wertschätzung wert legt und diese vorrangig auch im Management vorgelebt wird. Leider sieht die Realität oft anders aus und es scheint so, dass es sich noch nicht überall herumgesprochen hat.

Jedoch haben schon einige Unternehmen erkannt, wie wichtig die Mitarbeiterzufriedenheit ist, um positive Ergebnisse zu erlangen. Sie haben bereits einige wichtige Grundlagen beziehungsweise Leitlinien für das Unternehmen festgelegt. Jedoch sollten diese nicht nur gut klingen, sondern auch

mit Leben gefüllt werden. Hier sind das Management und die Führungskräfte gefordert, die festgelegten Werte selbst vorzuleben. Ausdruck von Respekt drückt sich im täglichen Miteinander aus. Danke und bitte und ehrliche Wertschätzung können nicht nur das Arbeitsklima verbessern, sondern auch die Produktivität und die Mitarbeiterzufriedenheit im Unternehmen fördern. Genauso wird dadurch das positive Image einer Firma nach Außen sichtbar und man wird als Arbeitgeber attraktiver.

Letztendlich überträgt sich das auch auf die Kunden. Denn dort, wo ich mit meinen Fragen oder vielleicht auch Reklamationen auf offene Ohren treffen und mit mir und meinen Beschwerden wertschätzend umgegangen wird, dort werde ich voraussichtlich wieder kaufen. Wie kann nun ein Unternehmen ein internes und externes Umfeld für Respekt und gegenseitiger Wertschätzung erschaffen? Hier ist die Führung des Unternehmens gefordert, indem sie zum einen die Unternehmenskultur erschafft und zum anderen, diese auch vorlebt. Klare Vorgaben erleichtern die Umsetzung im Unternehmensumfeld.

Natürlich ist auch jeder einzelne gefordert, etwas dazu beizutragen. Jeder sollte sich mal überlegen, wie gehe ich selbst mit diesem Thema um. Was könnte ich selbst dazu beitragen, auch wenn es nur Kleinigkeiten sind. Zum Beispiel Jemand anderen die Tür aufhalten, den anderen loben oder Seminare zur Verbesserung der eigenen Kommunikation besuchen. Hier gibt es natürlich noch viel mehr Möglichkeiten.

Eines jedoch sollte jedem bewusst sein: Eine Veränderung fängt immer bei mir selbst an und dient nicht nur dem Unternehmen, sondern der eigenen Persönlichkeitsentwicklung.

Paradiesischer Weg aus der Sucht - willkommen!

www.cleanandfree.de

„Ich helfe Ihnen Ihre Gewohnheiten jederzeit zu ändern und die Umwandlung vom Opfer- zum Schöpferzustand zu vollziehen: Ihre neue Selbstkontrolle.“



Aufladestation für neuen Mindset und Selbstwert: Hans Hoffmann hat schon über 4000 Betroffene auf dem Weg zur neuen Freiheit durch Selbstkontrolle begleitet.

- clean & free als einzigartige Methode
- Ich behandle die Sucht nicht als Krankheit, sondern als eine erlernte Fähigkeit, die man auch wieder verlernen soll und kann.
- frei statt abhängig!
(bei Alkohol ohne lebenslange Abstinenz!)
- Ich verabschiede selbstbestimmte Menschen und keine „trockenen Alkoholiker!“
- Keine Klinikatmosphäre, dauerhafte Veränderung des Mindset eines Betroffenen.
- Befreiung der Suchtmuster aus dem Mind mit einer nachhaltigen Persönlichkeitsveränderung.



Engagement des Monats

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



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



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

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 Unternehmerröcken.

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 Fortschrittmacher 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 weitläufige 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



www.schraner.de

www.persoscreen.de

25 Jahre Erfolgsportraits für Unternehmer und Geschäftsführer

Visuelles Storytelling • Positionierung von Unternehmerpersönlichkeiten • XXL-Visitenkarten

Orhideal Studios

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

Red Carpet For Your Business

ORHIDEAL[®]

IMAGE

Podium der Starken Marken

Visuelles StoryTelling für den Mittelstand

IMAGE Plattform für professionelle Imagepflege & Business Relation Management

Beziehungspflege

Liebe Leser,
meine Welt ist bunt: heute beim Small Business, danach beim Handwerker, übermorgen den Industriellen vor der Kamera. Mein Beruf bringt eine hohe Kontaktfrequenz mit sich. Ich begegne querbeet dem Einzelkämpfer, Prominenten, Konservativen, Querdenkern, Trendsettern, Wissenschaftlern, den Technikern... Mein Magazin Orhideal IMAGE mit allen Sonderausgaben wie Orhideal&VITAL, DER COACH, VISIONÄR, Innovation & Technik zeigt Berufsprofile, so wie ich sie beim Fotocoaching kennenlernen durfte. Das Motto ist „Gesicht zeigen und Verantwortung übernehmen für das eigene unternehmerische Tun“. *Orhidea Briegel*

Orhideal PhotoDays auf Kongressen & Messen



Auf der IMAGE Plattform präsentiert die aus den Medien bekannte Imagespezialistin Orhidea Briegel bundesweit Unternehmen aus dem Mittelstand. Seit 20 Jahren berät und fotocoacht die Expertin Persönlichkeiten, vor allem Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Medien. Mit einem einzigartigen Verfahren, Orhideal®isieren und Brand Yourself-Strategien, hat sie sich den Namen gemacht, Kompetenz von Persönlichkeiten optimal zu visualisieren. Nach diesem Training haben die Teilnehmer nicht nur neue Erkenntnisse und Sicherheit über ihre Körpersprache und deren Steuerung, sondern auch optimale IMAGEFOTOS und IMAGE-Kurzfilme zur professionellen Selbst-PR.

Vorurteile nutzen

„Wir alle tragen in uns unbewußt Bilder und Vorstellungen, die wir mit bestimmten beruflichen Tätigkeiten verbinden. Berufsbezeichnungen lösen in uns, mehr oder weniger konkrete, Idealassoziationen aus. Das nenne ich positive Klischees. Vielleicht werden Sie jetzt einwenden, solche allgemeinen Klischeevorstellungen treffen für Sie überhaupt nicht zu? Sie wollen doch einzigartig sein! Richtig!

Genau darum geht es bei meiner Arbeit: Um die bewusste positive Verknüpfung der Individualität meiner Klienten mit der Erwartungshaltung des Marktes zum Nutzen ihrer unternehmerischen Ziele.

Sie individuell unverwechselbar darstellen und gleichzeitig den Tätigkeitsklischees, den positiven Vor-Urteilen Ihres Unternehmens

bei Ihrer Zielgruppe, möglichst nahekommen, ist das Ziel meiner Arbeit. Es geht bei jedem ImageDesign-Prozess nicht in erster Linie darum, was Sie alles gelernt oder studiert haben. Es geht darum, dass Ihr Gegenüber, **der Betrachter Ihres Bildes, Ihnen glaubt, dass Sie „es“ können und richtig machen! Diese Vorschuss-Lorbeeren, die Vor-Urteile bringen Ihnen eine ganze Palette von Nutzen.“**, so Orhidea Briegel.

Unter den weltweiten Kontakten der engagierten Geschäftsfrau finden sich Unternehmer aus Industrie, Produktion, Handwerk, Handel bis hin zu Unternehmen, die unternehmensnahe Dienstleistungen anbieten. Darunter sind zahlreiche prominente Entscheidungsträger unterschiedlichster Branchen im B2B-Segment vertreten, wie beispielsweise Wolfgang Grupp, Geschäftsführer der Marke Trigema und Ikone für den Standort Deutschland, Luitpold Prinz von Bayern, König-Ludwig-Brauerei, oder Alfons Schuhbeck als Vorbild für das Personenmarketing.



Orhidea Briegel - im TV-Gespräch über die Power der Einzigartigkeit - begeistert ein Millionenpublikum

Aus dem reichen Beziehungsnetz von Orhidea Briegel entspringt auch ihre Idee zur IMAGE-Plattform für professionelle Imagepflege und Business Relation Management: „Meine Arbeit ermöglicht mir den direkten Draht zu interessanten Persönlichkeiten aus

Wirtschaft und Medien. Wir haben uns auch schon immer miteinander vernetzt und uns gegenseitig die Türen geöffnet. Dem „Ich-sags-meinem-Wirkungskreis-und-Du-sagst-es-Deinem“ wollte ich einen Rahmen geben.“ www.orhideal-image.com

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



Begegnung mit
Beate Nimsky
nimsky Institut für
intrinsische Kompetenz
Unternehmerin des Monats

Podium der Starken Marken

ORPH
IDEAL®
IMAGE



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das
**objektiv
gesehen**

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

Ausgezeichnet und wertgeschätzt:
Beate und Martin Nimsky begeistern
mit ihrer Methodenvielfalt und
ergänzen sich mit ihren Erfahrungen
und Kernkompetenzen in der
hierarchieübergreifenden Führung
und Begleitung von Menschen.

„Scharfe Wahrnehmung
und klares Bewusstsein:
So wird alles möglich!“

Die Pioniere im Bereich

intrinsische Kompetenz

DAS preisgekrönte Erfolgspaar,
das Persönlichkeiten und Unternehmen hilft,
aus Stolpersteinen Meilensteine zu machen!

nimsky · Institut für intrinsische Kompetenz
Telefon: +49 7266 / 91539 - 0
institut@nimsky.de

www.nimsky.de

Das charmante, höchst kreative Impuls-Duo, Beate und Martin Nimsky, mit satter Erfahrung in Persönlichkeits-, Führungs- und Unternehmensoptimierung ist die erste Adresse, wenn es um individuelle Strategien für persönliches und unternehmerisches Wachstum durch den Einsatz von „intrinsischer Kompetenz“ und den Neurowissenschaften geht.

Als Schöpfer des Begriffes und mit dieser einzigartigen Methodik verhelfen sie Menschen und Unternehmen zu ihrer besten Version zu finden. Bekannt für optimale Ergebnisse werden die beiden tiefgründigen Schnittstellenoptimierer von modernen und aufgeschlossenen Unternehmern beauftragt, die verstanden haben, dass es ein Kennzeichen von Charakterstärke ist, sich kluge Wegbereiter an die Seite zu stellen. Denn nur wer sich und seinem Team diese Reflexion von außen gönnt, kann eigene Muster durchbrechen und an den täglichen Herausforderungen wachsen. Diese Spiegelung von außen ist das Erfolgsrezept vieler einflussreicher Persönlichkeiten, die mit „intrinsischer Kompetenz“ à la Nimsky führen.

Intrinsische Kompetenz bedeutet diejenige Verfassung, in der ein Mensch zu seiner ursprünglichen Natur hingefunden hat, seine Fähigkeiten kennt, nutzt, entwickelt und sich damit bewährt. Es bezeichnet die faszinierende Arbeit mit dem Bewusstsein, das Bei-sich-Sein, die Integration neuester neurowissenschaftlicher Aspekte. Von Fachpodien, Unternehmernetzwerken, Institutionen und Medien wird Beate Nimsky als Key-Note-Speakerin gerne auf die Bühne geholt, um über „intrinsische Kompetenz“ und die damit verbundenen Wachstumschancen für Mensch und Unternehmen zu referieren. Beide sind begehrte Interviewpartner für Unternehmerthemen, wie Personality, Unternehmenskultur, Ertragsoptimierung.

Auf mitreißende Weise sind die Nimskeys „Reiseführer“ auf einem Weg zu mehr persönlicher Souveränität, Kompetenz und Leistungsfreude. Ein Weg, von dem Entscheider als Personen und Unternehmen als System gleichermaßen profitieren. Denn intrinsische Kompetenz stärkt intrinsische Motivation – so gelingt Leistung mit Leichtigkeit! Nimsky weckt, was bereits in Dir steckt!

Orhidea Briegel, Herausgeberin

Erlebnis mit Ergebnis:

Beate Nimsky, Geschäftsführerin des nimsky Instituts, begeistert als Speaker und Kompetenzerweiterungs-Coach für mehr Wirtschaftlichkeit im Business

Raus aus alten Mustern - rein in neue Wahrnehmung

Die besten Leader haben die besten Berater. Nur Zweifler lassen sich nicht helfen und verharren in ihrer einsamen Führungsrolle. Von Unternehmern und Führungskräften werden oft mangelnde Motivation der Mitarbeiter, Missverständnisse bei der Ausführung der Projekte und ähnliche negative Entwicklungen beklagt, dabei sind sie sich oft nicht im Klaren, welche Macht sie selbst beim Entwickeln von Kultur in ihrem Unternehmen haben könnten. Denn sie tragen die intrinsische Kompetenz bereits in sich. Beate und Martin Nimsky sind auf diesem Fachgebiet Experten. Sie haben eine umfassende Herangehensweise entwickelt, mit der sie systemisch vorgehen. Dabei geht es einerseits darum, die eigenen Talente, Kräfte und Ressourcen zu kennen, weiter zu entdecken und auszubauen, andererseits darum Anforderungen und Herausforderungen von Kunden, Klienten, Aufgaben, Projekten, Mitarbeitern und Partnern mit Hilfe der eigenen Ressourcen zu bewältigen. Die kreative Konfliktbewältigung ist für intrinsisch kompetente Menschen eine Leichtigkeit. Genauso kreativ haben sich Beate und Martin Nimsky nicht dogmatisch auf eine bestimmte Philosophie oder ein bestimmtes System festgelegt, sondern können aufgrund ihrer Erfahrungen und Fähigkeiten Themen und Problematiken schnell erkennen und ihren Klienten die Fähigkeit vermitteln, aus sich selbst heraus eine Lösung herbeizuführen. Mit ihrem Coaching, Consulting und der Kulturentwicklung fokussieren sich die Nimskeys dabei immer auch auf die „Arbeit mit dem Bewusstsein.“ Das ist der Schwerpunkt und Besonderheit ihres Handelns.

Bei unserem Interview frage ich Beate Nimsky was das genau bedeutet, die „Arbeit mit dem Bewusstsein“?

Beate Nimsky: Wir schulen unsere Kunden und Klienten darin, an der jeweils geeigneten Stelle zur passenden Zeit optimale Entscheidungen zu treffen. Unsere Klienten erfahren, wie sie unsichere Zeiten und schwierige Situationen meistern können. Das ist das Prinzip des vier Stufen Modells: unbewusste Inkompetenz, bewusste Inkompetenz,

bewusste Kompetenz und unbewusste Kompetenz = intrinsische Kompetenz.

IMAGE: Sie werden durch Kunden weiterempfohlen bzw. gezielt von Entscheidern beauftragt, die viel Wissen haben und sich dennoch Hilfe holen. Viele Individualisten denken doch sicher, das kann ich ja auch alleine bewältigen?

Martin Nimsky: Ja das stimmt! Aber unsere Kunden praktizieren nicht die Vogel-Strauss-Methode, Augen zu und durch, also, dass man die Arbeit nur machen muss und alles ist in Ordnung. Die Weitsichtigen kommen bevor es gravierende Probleme gibt. Unsere Auftraggeber wissen, dass sie ohne unsere Impulse in ihren Mustern gefangen bleiben und die gleichen Ansichten oder Vorgehensweisen nutzen. Für sich selbst oder in ihrem Führungsverhalten. Das ist auch eine ganz natürliche Sache: das menschliche Auge hat ja ebenfalls den blinden Fleck. Zu uns kommen demnach Persönlichkeiten, die überzeugt sind, dass unsere Art der Arbeit mit Spiegelung jedem Menschen gut tut. Jeder hat ein wesentliches Potenzial für Entwicklung in sich, so dass die Lebensqualität wesentlich erhöht werden kann. Und so ist das auch in den Unternehmen. Hier ist viel Potenzial, die die „Lebensqualität des Unternehmens“ steigern kann.

IMAGE: Sie sind bekannt dafür, eleganten und kreative Lösungen zu finden. In Ihrer Branche wird sehr oft die Standardlösung zum günstigen Preis angeboten. Wie gehen Sie als Qualitätsanbieter damit um?

Martin Nimsky: Gelassen! Wenn jemand behauptet, eine Strategie hilft für alles und dieses dann zu einem günstigen Preis angeboten wird, müssen wir erklären, dass wir mit unseren individuellen und differenzierten Möglichkeiten im Preis-Leistungsverhältnis gesehen nicht teurer sind und bessere Resultate erzielen. Für uns ist das wie eine Mission.

Beate Nimsky: Wir klären die Menschen auf, dass es besser ist, mit unserer Hilfe, zur eigenen Meinung zu kommen, als von jemandem dessen Meinung aufgestülpt zu bekommen. Mit einfachen Worten: studieren ist besser als büffeln. Um das Studieren zu verkürzen bucht man das Nimsky-Team. Wir verkürzen die Zeit und den Weg des Studierens sozusagen.



IMAGE: Begleiten Sie nur Unternehmer und Führungskräfte?

Martin Nimsky: Oh nein! Neben der Zielgruppe der Führungskräfte, die eine öffnende, förderliche und produktive Atmosphäre in ihr Unternehmen bringen wollen, arbeiten wir mit ambitionierten Menschen, die sich weiterentwickeln und neue Wege zu gehen wollen, unsere Kunden.

IMAGE: Sie haben gemeinsam 65-jährige Erfahrung im Umgang mit Menschen. Wie verhelfen Sie den Kunden zum Erfolg?

Beate Nimsky: Die Arbeit mit dem Bewusstsein ist sehr nützlich! An dem Spruch „Oft stellt man sich selbst die Steine in den Weg.“ ist viel Wahres. Wir verhelfen dem Kunden im übertragenen Sinne aus diesen Steinen ein solides Fundament zu bauen, anstatt über sie zu stolpern. Das heißt, das Bewusstmachen von eigenen Blockaden, Hemmungen, Wertungen, inneren Widerständen bringt den enormen Mehrwert. Wir nutzen hierfür die Gespräche in den Coachings, Seminaren, beim mentalen und emotionalen Training. Dabei setzen wir auch Kompetenz- und Verhaltenspotenzial-Analysen ein. Auch in kritischen Situationen sind wir dabei, zeigen Möglichkeiten auf und helfen über Hürden hinweg. Das heißt, wir bleiben dran!

IMAGE: Welchen Nutzen haben die Unternehmen letztendlich von der Zusammenarbeit mit dem nimsky Institut?

Martin Nimsky: Wir werden gerne beauftragt, weil mit unserer Hilfe sich im Unternehmen vieles verbessert: Verringerung der Krankheitszeiten, höhere Kreativität, weniger Widerstände gegen oder in Veränderungen, eine höhere Team- und Projektorientierung oder allgemein eine bessere Zusammenarbeit. Gerade bereichs- oder hierarchieübergreifende Kooperation läuft nach unserem Einsatz besser. Nicht zuletzt auch deshalb, weil Führungskräfte und Mitarbeiter mehr Verantwortung übernehmen und die Selbstmotivation steigt, indem wir Entwicklung und Ausbau der individuellen Kompetenzen fördern. Das ergibt mehr Know-how für das Unternehmen. Wir sind Experten in der Entwicklung einer förderlichen Unternehmenskultur, die sich in allen Geschäftsprozessen positiv auswirkt. Dies bedeutet langfristig gesehen eine Stabilisierung oder Erweiterung des Ertrages.

IMAGE: Nun sind Sie nicht nur Möglich-Macher in der Betrachtung des großen Ganzen, also eines Unternehmens, sondern auch Förderer von Einzelpersonen?

Martin Nimsky: Bei Einzelpersonen konzentrieren wir uns wie gesagt auf den Abbau von Blockaden und Hemmungen. Mit der Steigerung der Ausdrucksfähigkeit, Förderung der Denkfähigkeit und der emotionalen Intelligenz haben unsere Kunden mehr Lebenskraft und Lebensfreude, bessere Beziehungen, Spaß an der Arbeit und letztendlich Erfolg.

IMAGE: Führungskräfte und Unternehmer sind von Ihrer intrinsischen Kompetenz-Begleitung begeistert. Geht es da überwiegend um Abbau von Selbstblockaden? Oft sind das doch sehr selbstbewusste Persönlichkeiten?

Beate Nimsky: Schauen Sie, Führungspositionen sind einsame Positionen. Jeder Mensch braucht eine Spiegelung seiner Person oder seines Tuns. Führungspersonen brauchen diese Spiegelung auf Augenhöhe. Nun ist es nicht unbedingt zweckdienlich, das eigene Handeln unternehmensintern durch Dritte zu hinterfragen oder zu reflektieren. Da kommen wir ins Spiel. Ein einfaches Beispiel führt Ihnen die Problematik vor die Augen. Sie haben morgens die Haare gekämmt, aber um zu wissen, ob die Frisur stimmt, schauen Sie in den Spiegel. Erst dann können Sie nachvollziehen, ob alles passt.

„Richten Sie sich selbst und Ihr Umfeld nachhaltig erfolgreich aus!“

Als Katalysator für Veränderung unterwegs:

Beate und Martin Nimsky behalten die Übersicht, lösen die Themen elegant und wissen immer wie es weiter geht. „Unsere Vision ist die Entwicklung der ganzen Kraft von Mensch und Unternehmen. Ich habe die Überzeugung, dass durch wertschätzende und wohlwollende Führung ein Klima geschaffen werden kann, in dem Entwicklung, Kreativität und Leistungsbereitschaft wächst und dies ökonomische Erfolge nach sich zieht.“

Highlight für Events: Vorträge über „Chaos und Ordnung - wie wird Komplexität handhabbar“ und „Wohlwollende Führung - wie Führung persönlich wird“



„Manchmal
kannst Du Dich
erst klar sehen,
wenn Du Dich
mit den Augen
eines anderen
siehst, der dich
versteht.“

Meister der stimmigen Chemie im Team:
Als Diplom-Chemiker und erfahrener, kreativer
Coach mit Sinn für die feinen Nuancen
begleitet Martin Nimsky emotionale und
geistige Wachstums-Prozesse.
Das einfühlsame, tiefe Verstehen
menschlicher Problematiken und
Spannungssituationen und der heilsamen
Umgang damit sind seine Stärke.

Perfekter Pas de deux - Beate und Martin Nimsky stellen...



Ein Entscheidungsträger ist täglich im übertragenen Sinn auf so eine Spiegelung angewiesen, wenn er sicher sein will, dass die Entscheidung stimmt oder Verbesserung notwendig ist.

IMAGE: Verstehe. Spätestens bei einem Problem erinnert man sich an Sie, nicht wahr?

Beate Nimsky: Ja, das ist naheliegend. Aber in der Tat, Frau Briegel, beauftragt man uns häufig, bevor es „brennt“. Unsere Auftraggeber holen uns regelmäßig bereits zur Vorbeugung, nicht erst in der Krise. Das liegt daran, dass es sich durch unseren Bekanntheitsgrad schon herumgesprochen hat, dass es sich lohnt, laufend an sich und dem Team zu arbeiten.

IMAGE: Dann lassen Sie uns über Ihre Stärken sprechen, die Sie als Erfolgspaar bekannt gemacht haben. Was macht die Nimskys aus?

Martin Nimsky: Führung ist unsere Kernkompetenz. Sowohl eigene Erfahrung in Führungssituationen als auch intensives, langfristiges und nachhaltiges Training mit Führungskräften. Dabei muss ich betonen, dass die Zeit der dogmatischen Beratung vorbei ist. Wir drängen nicht unsere Meinung auf... wir verhelfen dem Kunden zu seiner eigenen, für ihn richtigen Meinung zu gelangen. Wir sind in der Lage, Personen und Unternehmen durch ihre Hochs und Tiefs zu begleiten. Auch in den Tiefs sind wir ein zuverlässiger Partner mit den erforderlichen Fähigkeiten, die Unternehmer oder Führungskräfte durch die Krise zu begleiten. Unsere gemeinsame Erfahrung von 65 Jahren Arbeit mit Menschen bestätigt das.

Beate Nimsky: Dabei sind Body und Mind, weibliche Entwicklungspsychologie und Einfühlungsvermögen auch unsere Stärken. Unser schnelles Erfassen von Situationen sowie die präzise Analyse des Bedarfs bis zur punktgenauen Umsetzung, spart dem Kunden viele Irrwege. Außerdem leben wir vor, was wir an Erkenntnissen weitertragen. Dazu gehört auch lebenslanges Lernen. Unser eigenes Streben nach permanenter Fortentwicklung in Bezug auf Bewusstsein, Führung, emotionalen und mentalen Trends und nicht zuletzt un-

sere Nimsky-Partnerschaft zeichnet uns aus. Wir beschäftigen uns leidenschaftlich mit der Integration von wissenschaftlichen Themen zur Gehirnforschung und deren Bedeutung für den Alltag.

IMAGE: Dann sind Sie ein Katalysator für Veränderungen, könnte man sagen!

Beate Nimsky: Und die Supervision. Wir werden geschätzt für die Fähigkeit, Themen strategisch aufzubereiten, zu moderieren und die Meta-Ebene im Blick zu haben. Mit unserem Weitblick können wir gut einschätzen, welche Auswirkungen für eine Einzelperson oder das Unternehmen bestimmte Handlungen im Gesamten haben. Häufig wird viel zu kurz-sichtig geplant.

IMAGE: Ich habe Ihre Bücher mit vielen Aha-Effekten gelesen. Noch spannender ist es aber, Sie gemeinsam in Echtzeit zu erleben. Arbeiten Sie immer im gewinnenden Doppel?

Martin Nimsky: Mal so, mal so. Teilweise arbeiten wir zusammen, haben aber auch unsere Einzelprojekte. Natürlich können Bücher nicht alles transportieren. Aus dem Grund wurden wir auch angeregt, unseren positiven Spirit in Führungs-Videos einzubringen. Das sind kurze Selbst-Coaching-Einheiten für Unternehmen und Klienten, die unsere Art von Arbeit befürworten, weil das etwas ist, was eigentlich jeder Betrieb und jeder Mensch zu seinem Wohl und zu einer höheren Lebensqualität gebrauchen kann, um Unternehmen nachhaltig zu stabilisieren, zu verbessern oder auszudehnen. Wir laden dazu diejenigen ein, die bereit sind, mit mehr Bewusstsein mehr in der Welt zu bewirken. Ein eBook mit Führungsimpulsen kann schon jetzt von www.nimsky.de kostenfrei heruntergeladen werden.

nimsky Institut für intrinsische Kompetenz
Telefon: +49 7266 / 91539 - 0
institut@nimsky.de
www.nimsky.de

...mit ihren erprobten und preisgekrönten Methoden die Weichen auf gesundes Wachstum!





Rückblende: Titelgesicht Wolfgang Grupp mit Orhidea Briegel
als Gastgeber für den Orhideal Unternehmertreff

Orhideal Titelgesichter und Mitwirkende treffen sich auch 2017. Sie wollen
mitwirken? Infotelefon: 0177-3550112 oder orhidea@orhideal-image.com

Vorschau Unternehmertreff 2017



ORH
IMAGE

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

Entscheider Treffen auf Augenhöhe

Orhidea Briegel stellt Unternehmer des Monats vor: Ron Traub, Musikunternehmer, Alexandra Wiedemann, Best Ager Wohnprojekte und Gerhard Osterried, Osterried Einrichtungen



e-match Unternehmertreff online

Rückblende April 2014

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

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

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

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

Bei Interesse rufen Sie mich einfach an:
0177 3550112

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

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



mit 53 Magazinbeteiligten und Zuschauern aus aller Welt

User-Portal des Monats

Reiseplanung für internationale
Touristen in Deutschlands
beliebtestem Reiseziel.

Mit zugeschnittenen Präsentations-
möglichkeiten für Gastronomie,
Hotellerie und den Einzelhandel.

Ihr Ansprechpartner
Stephan Heemken

Telefon: 089 / 8909 15 371

Mobil: 0163 / 784 37 88

E-Mail: info@foravisit.com

munich.foravisit.com



Deutsch ▾

**MUNICH
FOR A VISIT**
Urlaub ab dem 1. Klick!

Suchen...

Start München Reiseinfos Sehenswürdigkeiten Freizeit & Erholung Kultur & Musik Shopping Essen & Trinken Hotels Karte

FAV

Willkommen in München, Bayerns schöner Hauptstadt!

Stöbern, entdecken, buchen & entspannen - Ihr Urlaub ab dem ersten Klick!

Wir haben für Sie mit viel Liebe einen freundlichen und ruhigen Platz geschaffen, an dem Sie alle Informationen bekommen, die Sie für die Planung Ihres Aufenthaltes in München benötigen. Weit weg von den blinkenden, lauten und manchmal sehr stressigen Werbeplätzen im Internet.

Planen Sie Ihren Aufenthalt mit Merkzetteln bequem auf Ihrem PC oder Ihrem Laptop und rufen Sie die Informationen direkt schnell und bequem auf Ihrem Smartphone ab - ohne dass Sie eine App installieren müssen.

Unseren gesamten Inhalt können Sie sich anhören, zwar nur mit synthetischer Stimme, aber die ist schon ganz gut. Damit können Sie unsere schöne Stadt entdecken, ohne die ganze Zeit abgelenkt zu werden.

Wir hoffen sehr, dass es Ihnen gefällt! Wenn ja, erzählen Sie es weiter, wenn nicht, erzählen Sie es bitte uns.

Ihr Team FORAVISIT.

Das ist Munich FOR A VISIT

Gemütlich von zu Hause planen

Eine Version für PCs, Laptops & Tablets



- Entspannen & Reise planen
- Kein Geblinke und Gervie
- Hotels finden & buchen
- Sehenswertes entdecken
- Reiseinfos bekommen
- Touren & Aktivitäten buchen
- Restaurants finden
- Alles auf Merkzetteln speichern



Alle Infos in München dabei haben

Eine Version für Smartphones & kleine Tablets



- Angelegte Merkzettel bequem, schnell und einfach abrufen
- Orte besuchen und sich alle Infos vorlesen lassen!
- Gesamter Inhalt von ForAVisit verfügbar!
- Keine App nötig!



▾ Hier gibt's unsere Top-Empfehlungen ▾

Sehenswürdigkeiten



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!

Orhidea 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?

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

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“.

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 Arbeit-
geber 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 Beratungspaketen 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 umkämpfter denn 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



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!“

Klasse Team

Auch für Sie ist Platz

Kolumne von & mit
Dr. Peter Burnickl



DBP IDEAL
2017
media face
2017

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen



Bewerbungsinfos unter **www.burnickl.de**

Kolumne von & mit
Siegfried Förg

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



**Wir suchen neue
Kolleginnen und Kollegen**



Bewerbungsinfos unter www.gbn.de

Mitarbeiter gesucht

www.besonders-sicher.de

ORIDEAL
media
face

Backstage-Impression und
Studiogrüße: Vorbild-Unternehmerin
mit Bühnenpräsenz - **Security-Aufklärerin
Sabrina Kling** - weiß, worauf es bei der
unkomplizierten, im Nu installierten
Immobilienabsicherung mit Frühwarnsystem
ankommt. Machen Sie mit im Wachstumsmarkt!



Modern geführtes Karrieresprungbrett:
Warum qualifizierte Talente Experis lieben

High-Level Matching

Den rapiden Wandel des Personalmarktes können nur Experten begleiten, die das Wirtschaftsverständnis der neuen digitalen Welt, den globalen Blick, vielschichtiges Know-how und auch die erforderlichen Führungsskills mitbringen. Diese Kombination verkörpert Sonja Pierer, Geschäftsführerin der Experis GmbH, mit Bravour. Die ergebnisorientierte und international erfahrene Managerin ist bekannt und geschätzt für ihr Verhandlungsgeschick und innovatives Denken. Mit ihrem Team ist sie ausgezeichnete Weichenstellerin und begehrtes Karrieresprungbrett für IT-Experten, Ingenieure, qualifizierte Mitarbeiter der Fachrichtungen Finanz- und Rechnungswesen sowie seit 2016 auch für medizinisches Fachpersonal und Ärzte. Das Portfolio von Experis wird abgerundet durch Siebenlist, die als Experte in Sachen Executive Search die passenden Führungskräfte für jede Herausforderung finden. Der Personaldienstleister ist weltweit in 53 Ländern präsent und bietet ambitionierte Projekte für Berufseinsteiger, Experten und Freiberufler bei Top-Unternehmen.

Unter Sonja Pierers solider und moderner Führung entwickelt sich die starke Marke Experis weiter und macht das Unternehmen zum attraktiven Recruitingpartner, vor allem im projektbasierten Einsatz qualifizierter Talente. Experis profitiert als Tochterunternehmen von dem etablierten Netzwerk der ManpowerGroup, die weltweit führend in der Bereitstellung innovativer Lösungen und Dienstleistungen ist, mit denen Unternehmen in der sich verändernden Welt der Arbeit erfolgreich sein können. Mit mehr als 27.000 Mitarbeitern zählt die ManpowerGroup zu den drei größten Personaldienstleistern in Deutschland.

Sonja Pierer erobert mit ihrem Team neue Märkte. Ein Karrieresprung mit Experis endet also garantiert nicht in kaltem Wasser! Erfolgreiche Projekte wünscht Ihnen,
Orhidea Briegel, Herausgeberin

www.de.experis.com

Die Welt der Arbeit im Umbruch:
Führungspersönlichkeiten wie Sonja Pierer
finden wir in Geschäftsführungen,
Aufsichtsräten, Vorständen,
und in der Politik.

Es sind moderne, visionäre Leader,
die mit ihrer Entschlusskraft, dem
progressiven Netzwerk-Gedanken und
informationstechnologischem
Rundumblick Arbeitswelten
der Zukunft gestalten.

Die innovative, klug operierende
Beziehungsmanagerin und
vorausschauende Informatikerin
setzt für Experis ihr breites
Erfahrungsspektrum ein.

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

„Unseren Kunden
bieten wir passgenaue
und ganzheitliche
Lösungen für jede
Herausforderung im
Personalmanagement!“

Vorträge, Interviews und Fachbeiträge: Gestaltungsmöglichkeiten im Arbeitsrecht nutzen.

„Ich denke
out of the
box und finde
dabei neue
Wege.“

Markus Schleifer,
Rechtsanwalt
+ 49 (0) 821 50 85 26 60
kanzlei@schleifer-arbeitsrecht.de
www.schleifer-arbeitsrecht.de



„Neue Mitarbeiter

**... verändern Ihre Zukunft nachhaltig!
Wissen Sie auch WIE?“**

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. Uns 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**



Alleinstellung und Markenkult
durch Bewegtbild-Strategien
mit cinematischem Anspruch

Kino-Look

für Arbeitgeberattraktivität

Beispiel Burnickl Ingenieure

Die Flut an Werbevideos und Imagefilmen im Internet wird in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Diese explosionsartige Vermehrung von Businessbotschaften im Bewegtbild birgt für kluge, entwicklungsfreudige Unternehmer eine große Chance: aus der Masse können vor allem Unternehmen herausstechen, die mit herausragenden Filmgeschichten ihre Kunden emotional fesseln. Solche Kundenmagneten in Kinoqualität zu erstellen, erfordert mehr als nur filmische Kompetenzen.

Bewegtbild-Strategie und Emotions-Designer Michael Kromschröder bringt seinen Geschäftskunden dieses gewisse Mehr. Mit seinem Team arbeitet er pixelscharf und mit modernster Technologie das Profil von Unternehmen und deren Produkten heraus. Der überzeugende und durchsetzungsstarke Geschäftsführer der mediabit Studios gilt als der kompetente Ansprechpartner für berührende Unternehmensfilme im deutschsprachigen Raum. Frei von Kreativ-Allüren, mit einer großen Portion Bodenständigkeit koordiniert der Filmprofi die Businessprotagonisten und seine Crew, die täglich mit Leidenschaft und fachlicher Kompetenz Projekte anpackt.

Das Um-die-Ecke-Schauen, Querdenken und Über-den-Tellerrand-Gucken wurzelt in seiner praktischen Erfahrung als Diplom-Wirtschaftsingenieur, der seine Affinität zu Bits und Bytes in den „mediabit studios“ realisiert hat. Immer auf Augenhöhe und nah am Business seiner Kunden visualisiert er mit ästhetischem Gespür die Nutzenversprechen seiner Klientel. **Unsichtbares gesteuert Sichtbar und Komplexes leicht verständlich machen, Vertrauen und Bezug schaffen, begeistern und mitreissen - das sind nur einige der vielschichtigen Aufgaben von mediabit. Er ist ausgerollt, der rote Teppich für hochwertige Produkte und Vorzeige-Unternehmen!** *Orbidea Briegel, Herausgeberin*

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.)

Pure **BAG**eisterung

„Die Begeisterung
unserer Kunden ist
unser Maßstab.“

Das Dreamteam: Bei der BAG COMPANY arbeiten Menschen, die nicht nur einen Job erledigen. Hier betreuen Sie Teamplayer, die in Ihrem Sinne über Konventionen hinaus denken. Jeder arbeitet Hand in Hand. Alle Prozess-Schritte sind synchronisiert, jeder leistet seinen unverzichtbaren Beitrag. Nur so webt sich alles zum Ganzen. Nur so wird aus gelebtem Teamwork gelebte Kundennähe.

Das Umfeld von Roland Gartner, Geschäftsführer der BAG COMPANY, ist der Spiegel seiner eigenen wertschätzenden Art: beliebt bei den Mitarbeitern, gebraucht von den Partnern und geschätzt von den Kunden. Einmal mehr ist dieser charismatische Geschäftsmann ein Beleg dafür, dass ein Unternehmer vor allem geschickter Relationship-Manager seines Unternehmens sein muss. Er schafft für das Tagesgeschäft eine Welt voll Menschlichkeit, in der faires Verhalten, Teamarbeit, Kollegialität und Leistungsbereitschaft an der Tagesordnung sind. So lässt Roland Gartner mit seinem Arbeiterteam die Kunden seit 10 Jahren auf der Welle der Begeisterung surfen und bietet mit TOP-Service ein einzigartiges, renommiertes Taschenparadies.

Die glasklar gelebte, anspruchsvolle Geschäftsphilosophie ist das Erfolgsrezept. Als logische Konsequenz ist der BAG-eisterungs-Profi - soweit seine Zeit es zulässt - gern gebuchter Vortragsredner und Seminarleiter für Führung, Teambildung und Vertriebsthemen. Weil Werte für ihn nicht nur als geschriebenes Wort auf dem Papier existieren, ist er Gründungsmitglied und 2. Vorstand bei „Ethiks“, einem Verband mittelständischer Unternehmen für gelebte ethische Unternehmensführung. Es gibt ihn also, den Traumchef, den sich alle wünschen, mit Traum-Mitarbeitern und den zugehörigen Traum-Kunden. Dafür gab es 2012 den Traumfirma Award (www.traumfirma.de), bei dem die BAG COMPANY bereits im ersten Anlauf überdurchschnittliche Ergebnisse erzielte. Erleben Sie taschenweise Qualität und Herzlichkeit, edel verpackt. Was anderes kommt nicht in die Tüte! Sicher!

www.bag-company.com



„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 Orhideal®-IMAGE Magazin ist ein Cross-Marketing-Projekt der internationalen Marke Orhideal 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 Menschengenie 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 das 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 Orh-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
Orhideal® International
Erlkammer Str. 68 • 83607 Holzkirchen
www.orphidea.de • www.orphideal.com
Direkt Leitung: 0177 - 3550 112
E-mail: orphidea@orphideal-image.com

Orhideal-Magazin-Sharing® - sich ein Magazin teilen und sich gegenseitig bekannt machen! So wird ein eigenes Kundenmagazin bezahlbar und optimal verbreitet:
Nach diesem Prinzip verteilen die präsentierten & präsentierenden Unternehmen das IMAGE Magazin als schriftliche Referenz aktiv und ganz persönlich in ihren Wirkungskreisen, an ihre Kunden und Geschäftspartner direkt am Point-of-Sale, durch ihre Vertriebssteams, in ihren Kursen und Seminarunterlagen, auf ihren Messständen, durch monatlichen Postversand, in ihren Räumlichkeiten, auf ihren Hotelzimmern, auf Veranstaltungen u.v.m. Zur Zeit erreichen wir auf diese persönliche Weise monatlich über 20.000 Unternehmer, Entscheidungsträger und Top-Verdiener in D, A & CH als Multiplikatoren.

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

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