

Januar 2016 • Sonderedition
12 Jahre Plattform
www.orphideal-image.com



Begegnung mit
Jennifer Frimberger
und Sabine Frimberger-Maier
Frimberger Personalleasing
*Unternehmerinnen
des Monats*

Podium der Starke Marken

ORPH IDEAL[®]
IMAGE



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das **objektiv** gesehen

Marke mit bestem Ruf und Firma mit Herz - Sabine Frimberger Maier mit Tochter Jennifer und ihr eingespieltes Team halten Unternehmen den Rücken frei: Die perfekte Personalstrategie mit Frimberger Personalleasing ist Garant für Unternehmenserfolg. Sie sorgt für höhere Umsätze, niedrigere Fehlzeiten, weniger Kündigungen, effektivere Personalmanagementsysteme.

„Unser Firmenleitspruch ist: Do what you love, we work.“

www.frimberger-personalleasing.de

ORHIDEAL **media face** 2016

Kompetente Interviewpartner für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

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

Mehr **Zeit** für **Arbeit**

Auf Expansionskurs: Outsourcing 4.0 und modernes Personalmanagement

Sabine Frimberger-Maier's Unternehmensgruppe geht in eine weitere Wachstumsrunde: neben der räumlichen Vergrößerung wurde auch die fachliche Aufteilung der Unternehmenszweige vorgenommen. Die etablierten Spezialisten für Personalmanagement und Wachstumsbeschleuniger für viele mittelständische Unternehmen runden ihr Kerngeschäft durch die Direktvermittlung und Werkverträge ab. Seit Jahren arbeitet Frimberger Personalleasing erfolgreich im Auftrag regionaler und weltweit operierender Unternehmen aller Branchen und jeder Größe, von namhaften Automobilzulieferern über Firmen der Lebensmittelindustrie und der Logistikbranche bis hin zu Speditionen.

In enger Zusammenarbeit mit Tochter Jennifer Frimberger baut die Vorbildunternehmerin die renommierte Firmengruppe weiter aus und informiert sowohl in Vorträgen, als auch mit öffentlichen Auftritten über die Unternehmensnutzen aus der Zeitarbeit und dem Outsourcing. Dabei versteht das gut eingespielte Erfolgsduo es, als Local Hero zu handeln und als Global Player über den Tellerand zu schauen. So genießen die beiden Business-Ladies nicht nur die Aufmerksamkeit der Lokalpresse, sondern geben als Personalstrategen auch den Fachmedien wertvolle Inputs. Nicht zuletzt auch wegen ihrer schon legendären Veranstaltungsreihe „Lady-Brunch“, der Vernetzung von Unternehmerinnen, hat sich Vernetzungsprofi Sabine Frimberger-Maier regional einen Namen gemacht und das Organisationstalent des Teams unter Beweis gestellt.

Wer dem Engpass „Personal“ mit höheren Umsätzen und gut kalkulierbarem Wachstum begegnen will, holt sich seine passende Lösung aus dem Hause Frimberger - dem Garant für Unternehmenserfolg! *Orhidea Briegel Herausgeberin*



S.I. Frimberger e.K.
Personalleasing



**Familienmarke Frimberger -
Erfolgsfaktor, Wachstumschaffer und Talentförderer:
die langjährigen Geschäftskunden der Frimberger
Personalleasing sind dankbar für den
Freiraum im Denken und Handeln**

Die Realisierung unternehmerischer Wachstumsstrategien und Planungssicherheit im Personalbereich bei längerfristigen Großaufträgen passiert mit Personalleasing ohne eigenes Personalrisiko. Abgesehen davon, dass das Auffangen saisonaler Arbeitsspitzen leichter wird, ist auch die Urlaubs- oder Krankheitsvertretung, Flexibilität bei unerwarteten Kündigungen, Mutterschaftsurlaub oder Kuren unkomplizierter.

„Unsere Mitarbeiter
als auch unsere
Kunden genießen
die Flexibilität und
Sicherheit, die wir
möglich machen.“

Jennifer Frimberger

Sabine Frimberger-Maier

IDEAL
media
face 2016

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

**IMAGE: Bei Ihrer Firmengruppe ist Vergrößerung
angesagt. Wie gestalten sich ab 2016 Ihre Unter-
nehmensbereiche?**

Sabine Frimberger-Maier: Unsere Firmengruppe teilt sich nun auf folgende Bereiche auf: Mit Frimberger Personalleasing sind wir nachwievor zuverlässiger Partner für Arbeitnehmerüberlassung. Das ist die klassische Zeitarbeit. Mit der Frimberger GmbH kümmern wir uns um Direktvermittlung und bei der Frimberger Dienstleistungs GmbH geht es um Werkverträge.

**Dennoch konzentrieren Sie sich auf die Arbeitneh-
merüberlassung als Kerngeschäft. Ist das richtig?**

Jennifer Frimberger: So ist es. Frimberger Personalleasing ist außerdem dem Tarifpartner BAP, Bundesarbeitsgeberverband der Personaldienstleister, angehörig. Der BAP ist Tarifpartner der DGB-Tarifgemeinschaft Zeitarbeit und setzt sich u.a. mit einem Verhaltenskodex, über dessen Einhaltung ein Schiedsgericht wacht, für faire Arbeitsbedingungen in der Branche ein, rund um Tarifrecht, Gesetze und Arbeitsrecht. Für unsere Kunden sind wir der Partner für alle Fälle und ermöglichen modernen und erfolgreichen Unternehmen ein effizientes Personalmanagement.

Sie vergrößern sich auch räumlich?

Jennifer Frimberger: Richtig. Unsere neue Adresse ist nicht weit vom alten Stammsitz entfernt, in der Dr.-Gessler-Strasse 29 in Regensburg. Für unsere Kunden ändert sich also nur unsere Hausnummer.

Und die Kundenstruktur bleibt gleich? Sie arbeiten ja für international agierende Unternehmen, die dem zunehmende Wettbewerb im globalen Markt mit flexiblen Lösungen begegnen wollen. Welche Branchen haben besonderen Bedarf daran?

Sabine Frimberger-Maier: Das sind Firmen aus der Automobilindustrie, Zulieferer, Elektroindustrie und ähnliche. Bezüglich Firmengröße ist hier alles vertreten, vom Groß-, über den Mittel-, bis zum Ein-Mann-Betrieb. Sobald ein Personalengpass besteht, sind wir an der Stelle!

Mit Ihnen ist Wachstum kein unkalkulierbares Risiko! Das eröffnet gerade mittelständischen Unternehmen neue Möglichkeiten.

Jennifer Frimberger: Stimmt. Unsere Auftraggeber können getrost weitere Aufträge annehmen, da wir hier die passenden Mitarbeiter zur Verfügung stellen können. Wir erledigen alle um das Personal anfallenden Arbeiten und agieren auch sehr kurzfristig.

„Wir vernetzen passend:
Arbeitskraft auf Zeit wird
Ihnen neue Handlungs-
Perspektiven eröffnen.“

Jennifer Frimberger

Flexiblere Lösungen in Personalfragen

Von Kunden und Mitarbeitern wird Frimberger Personalleasing als Firma mit Herz bezeichnet. Der Ruf der Fairness eilt Ihnen voraus. Es ist sicher eine anspruchsvolle Aufgabe, der Unternehmer, aber auch Bewerberseite gerecht zu werden?

Sabine Frimberger-Maier: Wir haben in diesem Metier immerhin schon über 14 Jahre Erfahrung. Unser Erfolgsrezept ist, dass wir wirklich schnell, kurzfristig handeln können und immer persönlich ansprechbar sind. Das ist der Vorteil eines Einzelunternehmens. Hier bekommt der Kunde alles aus einer Hand. Es macht auch eine ganz andere Vertrauensbasis möglich. Ich stehe komplett für meine Firma ein.

Außerdem unterliegen wir weitaus mehr Prüfungen als jedes andere Unternehmen, z.B. von der Deutschen Rentenversicherung, Bundesagentur für Arbeit mit Tarifüberprüfungen, Finanzamt, Zoll. Ein punktgenaues und korrektes Arbeiten ist also in unserem Bereich eine zwingende Voraussetzung, denn wir arbeiten mit unseren Kunden und Mitarbeitern langfristig. Sie können sich vorstellen, ohne absolute Zufriedenheit auf beiden Seiten wäre das nicht möglich. Sogar bei Direktvermittlungen erfolgt Zahlung nur bei Erfolg.

Sie haben nun einen weiteren Wachstumssprung hinter sich. Was würden Sie sagen, Frau Frimberger, war bisher Ihre beste unternehmerische Entscheidung?

Sabine Frimberger-Maier: Dass die Firma langsam und gesund gewachsen ist. Ich bin ein Freund klarer, vernünftiger Entscheidungen, lasse mich nicht blenden und bin extrem bodenständig geblieben. Ich kann sagen, diese Haltung trotz vieler Erfolge zu bewahren, ist die Basis für mein unternehmerisches Vorgehen. Meine Tochter ist mir da sehr ähnlich.

Internationale Kooperation:

Frimberger arbeitet erfolgreich mit dem auf internationaler Ebene tätigen Unternehmen InterReCo zusammen. Durch diese Kooperation unter der Geschäftsleitung von Alexander Maier erweiterte Frimberger Personalleasing das Portfolio um die Bereiche High Executive Search und Recruiting/Staffing. www.interreco.de

Mrs. und Mr. Personal:

Sabine Frimberger-Maier und Alexander Maier sind bekannt für die Qualität ihrer Dienstleistung. Die gut vernetzte Business-Kennerin schafft mit ihrem engagierten Team dauerhaft sichere Arbeitsplätze.



„Auch bei uns gilt... Think Global - Act Local.“

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

Mediengefragt und angesehen im Mittelstand:

Nicht nur beim IMAGE Magazin Expertenpool ist Sabine Frimberger-Maier mit ihrer Expertise gefragt, auch auf Fachpodien und in der regionalen Presse ist die sympathische Arbeitgeberin präsent. Mit der Politik der kurzen Wege und direkten Ansprache schafft ihr Vorzeige-Unternehmen einen Rahmen, in dem die Bedürfnisse der Geschäftskunden und die Wünsche der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stets perfekt in Einklang gebracht werden. Mit Sachverstand und Pragmatismus wird Sabine Frimberger-Maier dem Anspruch an Diskretion und Integrität täglich mit Bravour gerecht und sichert ihren Kunden damit die erforderliche Wettbewerbsfähigkeit - eine wahre Kunst, in einem immer dynamischeren Arbeitsmarkt!



Nachbericht „Ladies Lunch“ in Regensburg mit Initiatorin Sabine Frimberger-Maier

Jennifer, Ihnen macht die Mitwirkung bei Frimberger Personalleasing sehr großen Spaß. Es ist eine sehr umfangreiche Arbeit, mit der Sie Unternehmen der Rücken freihalten. Was nehmen Sie Ihren Auftraggebern alles ab?

Jennifer Frimberger: Unternehmen profitieren beispielsweise von dem breiten Spektrum an qualifizierten und hoch qualifizierten Bewerbern, von unserer Begleitung der Arbeitskräfte während der Einarbeitungsphase, risikofreier Personalplanung und nicht zuletzt flexibler Anpassung der Personalkosten an sich verändernde wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Um den komplexen Anforderungen der heutigen Wirtschaftssituation gerecht zu werden, arbeiten wir projektorientiert, mit hoher Methodenkompetenz und modernsten Instrumenten. Potenzielle Mitarbeiter für unsere Kunden werden von uns auf der Basis umfassender Expertisen sowie mit der Erfahrung und Qualifikation eines gut ausgebildeten und geschulten Beraterteams evaluiert. Mit den Bewerber führen wir intensive persönliche Gespräche und holen aussagefähige und objektivierte Referenzen ein. Außerdem begleiten wir Einstellungsverhandlungen bis zum Abschluss des Arbeitsvertrags und der Integration des neuen Mitarbeiters in das Unternehmen während der Einarbeitungszeit.

Dann sind ja auch Ihre Qualitäten als Talentförderer gefragt. Eine große Aufgabe, oder?

Jennifer Frimberger: Sie sagen es. Mit Zeitarbeit, Arbeitsvermittlung und Werkverträgen hat man die Hände immer voll zu tun. Ich koordiniere unser internes Personal. Auf dem Plan sind Weiterbildungen, wie z.B. Ausbilderschein, Techniker, Fachwirte, Seminare zum Sicherheitsbeauftragten, Ersthelfer und andere fachbezogene Schulungen. Wir bilden ebenso Büropersonal aus, wie

Bürokaufmann/frau, Kauffrau für Bürokommunikation, Fremdsprachenkaufmann/frau, Personaldienstleistungskaufmann/frau. Bei externen Mitarbeitern geht es beispielsweise um den Staplerschein und Schweisserpässe. Außerdem müssen ärztliche Untersuchungen durchgeführt werden. Die Anforderungen sind schon sehr komplex und mir gefällt die Abwechslung dabei.

Es geht auch darum, Zeitarbeit nach außen zu repräsentieren. Meine Mutter ist sehr gefragt, wenn es darum geht Zeitarbeit „gläsern“ zu machen. So hält sie Vorträge bei regionalen Kunden und Verbänden oder ist bei Podiumsbesprechungen unserer Tarifpartner dabei.

Das ist ein gutes Stichwort. Frau Frimberger-Maier, Sie sind ja nicht nur Vernetzungsspezialistin von Interessen bei Ihrer Arbeit, Sie engagieren sich ja nebenher auch für die Vernetzung von Unternehmerinnen. In der Region Regensburg ist Ihr Ladies Lunch schon ein Begriff.

Sabine Frimberger-Maier: Ja, das freut mich sehr, dass diese Idee so gut Fuß fassen konnte. Es gibt viele aktive Geschäftsfrauen, bei denen Ladies Lunch Anklang findet und viele Interessentinnen sprechen mich an, um mit mir neue Märkte zu erobern. Wir sind immer offen für die Begegnung mit neuen Unternehmerfrauen und Führungspersönlichkeiten. Diese Vernetzungen werden meinem Motto gerecht: „Geh raus aus Deiner Komfortzone - man wird nur erfolgreich, wenn man was tut!“

Das hört sich gut an. Und welche Pläne stehen nun an?

(beide lächeln mich an) Weiterhin gesund und langsam wachsen.



Finding The Right Fit – The First Time!

„InterReCo commits to provide the service to enable our clients to attract and retain the very best people available, and our candidates to fulfill their career potential.“

High Executive Recruitment. Executive Research. Engineering. Consulting.

About Alexander Maier, founder and CEO of InterReCo

InterReCo was formed by Alexander Maier, bringing experience of over 20 years in the professional staffing industry. With his background in a technical trade and the later graduation as a Certified Mechanical Engineer, he obtained an in-depth understanding of the business world. A career move brought him into a medium-sized business of personnel services, for which he formed several subsidiaries in Germany.

Later on, as a regional manager, he established satellite offices in the Czech Republic and in the UK, as well as a subsidiary in the USA, including three branch offices. After incorporating InterReCo (International Recruiting Consulting) in 2011 in Germany, Alexander Maier formed a subsidiary in Kiev (Ukraine) and in Atlanta, GA – USA.

InterReCo
International Recruitment Consulting



„InterReCo can offer its clients access to a worldwide labor market. With our widespread network of professional and experienced HR consultants we are active in all industry sectors..“

Are You Having Trouble...

- Finding The Right People?
- Spending too much time reviewing applications?
- Conducting interviews, screening applicants?
- Hiring Quality Staff?
- Reducing Overtime Costs?
- Retaining Top Talent?

Let InterReCo work for you and manage your recruiting and staffing process! The established international service provider will save your time and reduce costs:

International permanent recruiting and placement

- Executive search
- Retained researches and recruiting services
- Consulting services during hiring process
- Flat fee service program for multiple positions
- Individualized project based consultative searches
- Service cost as a percentage of the first year compensation
- Candidate replacement guarantee for the first 3 month
- Immigration services – client support

www.interreco.com



Your Benefits



Our Mission

Reduced Employer Costs

Reduced recruitment and advertising costs. No extensive in-house screening necessary.

We perform the following:

- Face-to-face interviews
- Skill testing
- Criminal background investigations
- Drug screenings
- Verification of past employment
- Personal references

Increased Client Productivity

- Quality assurance checks made to insure client & candidate satisfaction
- Proficiency Testing To Reduce Training Time
- InterReCo's average fill ratio is at 100%
- 100% of our candidates are the right fit, the first time
- Reduced time spent for hiring

You can focus on managing productivity.

Finding The Right Fit – The First Time!

- Candidate profiling available
- Understanding client needs & corporate culture
- Experienced staffing professionals
- Experienced professional recruiters in the field
- Database with registered highly qualified candidates
- International network and access to specialized workforce

Responsiveness To Your Needs

- **Sense of urgency with candidate placement**
- **Customized recruiting**
- **Skill marketing of top candidates**
- **Exceptional customer service offering a flexible schedule**

„Placement of highly qualified staff for enterprises in different business areas at international level. InterReCo assists and advises enterprises in looking for, selecting, placing and binding highly qualified executives and specialists.“



FEEDBACK



Florian Stamm - Attorney-at-Law

„I have recommend Alexander Maier to my clients on numerous occasions as recruiter for local executives in the USA. My clients have always praised Alexander and his work. He has been an asset to my practice and I will continue to recommend him to my clients.“



Brad Fowler – President, Baumueller-Nuermont Corp

“We have hired Alexander’s personnel for several projects throughout the US. Personnel provided were professional and knowledgeable in their trades and added value to our projects. We have found Alexander to be fair and honest in his dealings and could be counted on. When a problem does occur, which will happen in our type of business, Alexander reacted quickly and assisted in resolving the problem by working with us.“



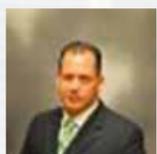
Frank Faller – Managing Director, Centrotherm Photovoltaics USA

“I know Alexander as a trust-worthy business person who will go the extra mile to help - in a professional or personal situation.“



Franz Stranninger - CPO at SAR Automation LP

„I know Alex for a long time and in the past we SAR was mostly short on qualified workers because when you work for car builders you have only short time to finish your job and it was possible with Alex. I had no idea where I get those people but I was 99% satisfied.“



Roland Gray - Industrial Senior Project Manager (Business Development / Operations Management, Turner Construction Company

„I enjoyed working with Alexander at the time and had the opportunity to network with him during networking events in the Southeast of the US during recent years. I can recommend Alexander as a person and regarding his knowledge and experience in the industrial staffing industry.“

DISTINCTIVE SEGMENTS

- Industrial
- Technical
- Office Clerical
- Engineering
- Education
- Sales & Marketing
- Law
- Science
- Financial Services & Banking
- Restaurant & Food Distribution
- Logistics
- Call Center

InterReCo
 InterReCo HQ USA
 1200 Abernathy Road
 Suite 1700
 Atlanta, GA 30328

Phone:
 +1 (800) 801 8780 (Free call)
 Fax: +1 (800) 319 5650
 info@interreco.de

www.interreco.de

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. *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

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

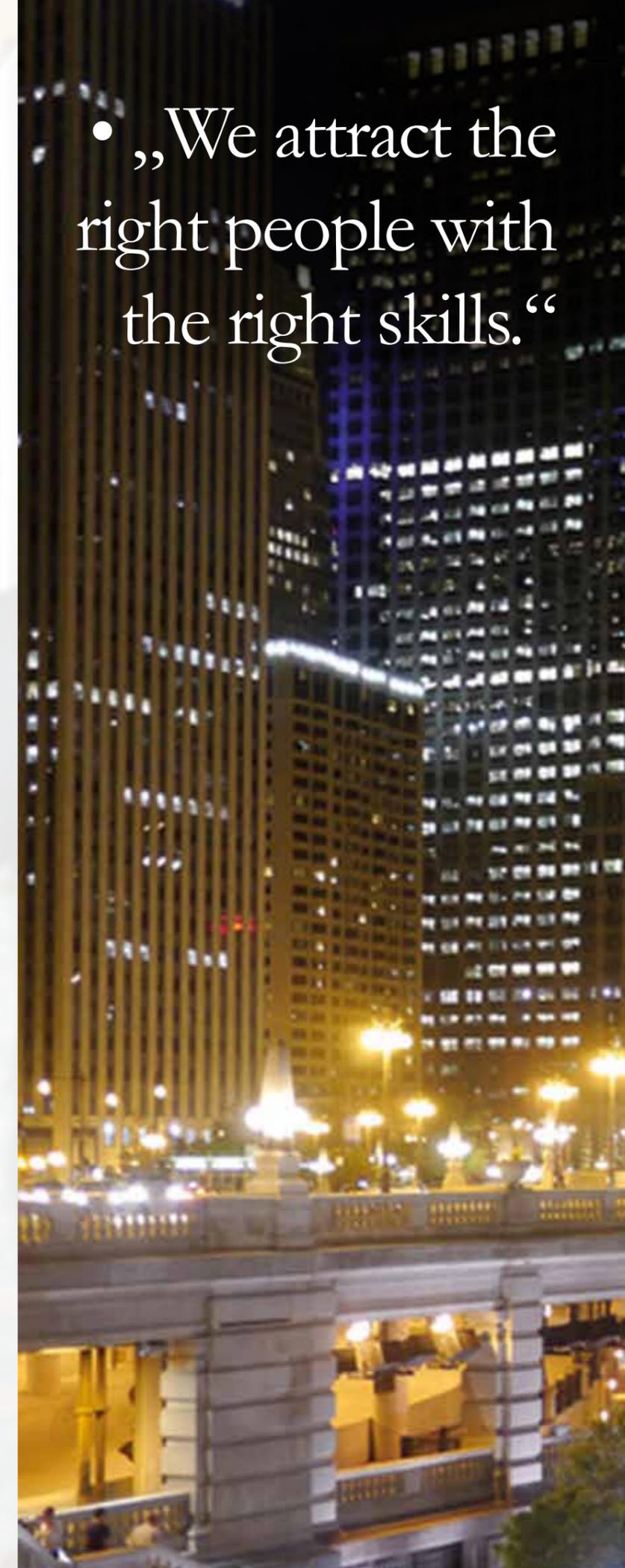
A.Maier@InterReCo.com



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.

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





Der Schlüssel zur Nachfolge

www.omegaconsulting.de



„Ich habe ein Unternehmerleben hinter mir“, sagt Uwe Kehlenbeck zu Recht mit Stolz. Uwe Kehlenbecks Werdegang war mir auf Anhieb sehr sympathisch. Der weltoffene Geschäftsmann hat ein bewegtes Entrepreneurship hinter sich und weiß wovon er spricht, wenn er anderen Unternehmen im „Change“ zu Seite steht. Hier spricht nicht der Berater aus ihm, sondern die wahre Unternehmense Seele, die alle Nöte und Herausforderungen kennt, die sich aus dem Führen einer Firma ergeben. Als stresserprobter Arbeitgeber in der Express-Logistikbranche hat Uwe Kehlenbeck den erfolgreichen Unternehmensverkauf am eigenen Leib erfahren und seine Leidenschaft dafür entdeckt, das „Passende“ zusammenzubringen. Die Passion wurde zur neuen Berufsaufgabe. So wurde er mit seinem omegaconsulting-Team gefragte Adresse, wenn es um Unternehmensnachfolge oder um Führungskräfte geht. *Orhidea Briegel*

omegaconsulting - das Profiteam für Nachfolge, Personal und Merger & Akquisitions

Orhidea Briegel: Ihnen merkt man den Spaß an Ihrer Aufgabe richtig an. Ihr Elan ist ansteckend.

Uwe Kehlenbeck: Das freut mich. Ich glaube, ich kann das Thema Nachfolge auch glaubwürdig verkörpern. Immerhin ist die Übergabe des eigenen Schaffenswerkes nicht auf die leichte Schulter zu nehmen. Es erfordert Kompetenz und Fingerspitzengefühl, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Dabei hilfreich zu sein, erfüllt mich sehr.

Orhidea Briegel: Sicher ist es für viele Unternehmer auch ein belastendes Thema, das „Baby“, das sie großgezogen haben, abzugeben. Ich höre immer wieder, dass manche die Nachfolgeüberlegung lieber vor sich herschieben.

Uwe Kehlenbeck: Das ist leider so! Mit den

Fragen „Wie geht es weiter“, „Treffe ich die richtige Entscheidung“, „Wann ist der richtige Zeitpunkt“ fühlen sich viele überfordert und allein gelassen. Doch je mehr Zeit vergeht, umso höher werden der Druck und das Risiko, unter Zeitdruck nicht die besten Entscheidungen zu treffen. Es ist daher notwendig, sich frühzeitig mit dem Thema auseinanderzusetzen, um Fehler zu vermeiden und emotionale Belastung und Stress zu reduzieren.

Orhidea Briegel: Und dann kommt Ihr Team ins Spiel?

Uwe Kehlenbeck: Richtig, omegaconsulting begleitet Unternehmer seit 15 Jahren bei diesen Überlegungen.

Dabei verstehen wir uns als Partner, der seine Mandanten frühzeitig und während des

gesamten Prozesses beratend zur Seite steht, von der Planung bis zur Übergabe- und darüber hinaus. So individuell wie unsere Mandanten und ihre Wünsche, so individuell sind auch unsere Lösungen. Aus unseren eigenen Erfahrungen heraus haben wir ein tiefes Verständnis für die Situation aller Beteiligten.

Orhidea Briegel: Das Beziehungsmanagement haben wir gemeinsam. In Ihrem Business geht es nicht nur um kaufmännische und rechtliche Größen, sondern auch um Persönlichkeiten dahinter. Neben allen fachlichen Fähigkeiten Ihres Teams ist sicher die größte Kunst, alle Seiten auf einen Nenner zu bringen. Damit sind Sie kein

Vermittler, sondern vor allem vertrauensvoller Prozessbegleiter. Mit omegaconsulting haben Sie den richtigen Partner an Ihrer Seite, ist Ihr Versprechen.

Uwe Kehlenbeck: Das wir auch einlösen. Gemeinsam mit unserem Mandanten erarbeiten wir die für ihn optimale Lösung. Als Coach nehmen wir ihm einen Teil der Last von seinen Schultern und helfen ihm, die richtige Entscheidung zu treffen. Wir haben Sinn für Chancen, Potentiale, Synergien und bringen selbstverständlich das notwendige fachliche Knowhow mit. Ob Unternehmer oder Nachfolger, Verkäufer oder Käufer – der Mandant braucht jemanden, der beide Seiten versteht, ihn kompetent berät und am Ende zusammenbringt, was zusammen

passt – wirtschaftlich und persönlich. Das ist unser Auftrag.

Orhidea Briegel: Wann ist denn der richtige Zeitpunkt, um über Nachfolge nachzudenken.

Uwe Kehlenbeck: In Anbetracht der Tatsache, dass ein Unternehmen als „Produkt“ mit Marktwert zu sehen ist und einen wesentlichen Beitrag zur Altersvorsorge der Inhaber leistet, kann es nie zu früh sein. Wir empfehlen, sich bereits fünf bis zehn Jahre vor einer geplanten Übergabe mit der Thematik zu beschäftigen.

Orhidea Briegel: Zum erfolglos sein, ist das Unternehmer-Sein nicht gemacht. *(wir lachen)*

Uwe Kehlenbeck: Wie wahr.

„Wir geben Ihnen das gute Gefühl, die richtige Entscheidung zu treffen.“





omegaconsulting Über uns

Seit 15 Jahren sind wir Ihr kompetenter Berater für alle Themen rundum Unternehmensnachfolge, M&A und Personal. Wir beraten Sie leidenschaftlich und von Herzen gern, fundiert und zielgerichtet – von der Planung bis zur Umsetzung und darüber hinaus, unabhängig davon, in welchem Themenbereich wir uns bewegen.

Unsere Partner kommen aus der Praxis, daher wissen wir, wovon wir sprechen. Wir haben Unternehmen geführt, gekauft, verkauft und selbst die Nachfolge gestellt. So kennen wir die Bedürfnisse aller Beteiligten.



Vertrauenspartner jenseits des Vermittlerklischees:

Uwe Kehlenbeck und sein Team kümmern sich umfassend darum, das Lebenswerk von Unternehmern zu sichern und weiterzuentwickeln.

Nachfolgeüberlegungen haben nicht ausschließlich mit fortgeschrittenem Alter und Ruhestand zu tun. Das sehen Sie ja an mir (*er schmunzelt*). Unternehmer-Sein bedeutet tatsächlich auch, immer etwas unternehmen zu wollen. Manche müssen die innerfamiliäre Ablösung klären, andere wollen sich verändern und Neues gründen. Einige wollen den Zeitpunkt, ihr Unternehmenswerk zum optimalen und gewinnbringenden Zeitpunkt zu veräußern, nicht verpassen. Es gibt viele Beweggründe.

Dabei ist die Planung das A-und-O: Je früher man sich mit dem Thema Nachfolge auseinandersetzt, desto besser. Denn je mehr Zeit zur Verfügung steht, desto intensiver können wir uns mit den Unternehmern und ihrer spezifischen Situation beschäftigen und den passenden Weg mit ihnen erarbeiten. Gemeinsam formulieren wir die Ziele, entwickeln eine Strategie und verfassen aussagekräftige Exposés und Business-Pläne. Wir begleiten auf Wunsch durch den gesamten Prozess. Wenn wir wissen, was erreicht werden soll, stellen wir den Dialog mit potenziellen Nachfolgern oder Unternehmen her. Fokussiert, doch stets diskret.

Orhidea Briegel: Was macht Sie und Ihr Team aus? Ich habe gehört, dass es mit der „Schlüsselübergabe“ allein nicht getan ist.

Ist das Ihr Alleinstellungsmerkmal?

Uwe Kehlenbeck: Was uns auszeichnet ist, dass alle unserer Partner aus der Praxis kommen und selbst Unternehmer waren. Zum Beispiel war unsere Partnerin Claudia Heinzl, die ihren Sitz im Raum Salzburg hat, 28 Jahre lang geschäftsführende Gesellschafterin eines mittelständischen Industrieunternehmens. Im Laufe unserer „Unternehmerleben“ haben wir auch im Zuge eigener Expansion kleinere Unternehmen gekauft. Wir kennen also tatsächlich beide Seiten aus der eigenen Tätigkeit.

Darüber hinaus steigen wir früher ein, begleiten länger und beraten unsere Mandanten während des gesamten Prozesses intensiver als viele andere. Das ist es, was uns ausmacht. So bringen wir zusammen, was zusammen passt.

Orhidea Briegel: Die Tatsache, dass Sie auch Profidienstleister für Führungskräfte oder Spezialisten sind, rundet Ihr Portfolio stimmig ab. Das ist ein Plus für den Mandanten. Man sagt über Sie, dass Sie ausgesprochen serviceorientiert handeln. Das finde ich sehr markant, denn damit fallen Sie aus dem „Vermittlerklischee“.

Uwe Kehlenbeck: Ich habe ja schon gesagt, dass unsere Kunden uns als

Partner schätzen. Die reine Vermittlung finde ich für einen Unternehmer unzureichend und wenig hilfreich. Wir haben ein komplettes Instrumentarium, um wirklich allumfassend zu beraten. Vielleicht haben Sie schon über unseren Notfallkoffer gelesen.

Orhidea Briegel: Ein Notfallkoffer für Unternehmer?

Uwe Kehlenbeck: Richtig. Wenn der Inhaber als Denker und Lenker seines Unternehmens plötzlich durch Unfall, Krankheit oder schlimmer ausfällt, dann sollte bereits vorgesorgt sein, damit das Unternehmen in dieser Situation nicht in eine Krise kommt. Unser „Notfallkoffer“ ist ein Leitfaden, mit dem die Weiterführung der Geschäfte geregelt und damit der Werterhalt gesichert wird. In solche vorbeugende Maßnahmen binden wir natürlich auch die Steuerberater, Rechtsanwälte, den Notar und das Geldinstitut unserer Mandanten ein. Sie sehen, unser Beruf verlangt sehr viel mehr von uns ab, als nur die fachliche Abwicklung. Der menschliche Faktor ist die besondere Herausforderung dabei. Und weil Veränderungsvorhaben im Unternehmen natürlich auch die Gefahr von Konflikten in sich bergen, sind wir auch mit unserem Mediator-Spektrum gefragt.

Orhidea Briegel: Neben Ihren Standorten in München und

Landshut gibt es seit kurzem auch Partner in Salzburg und Stuttgart. Wie wird es weitergehen?

Uwe Kehlenbeck: Für uns ist es wichtig, dass wir in den Regionen und vor Ort nah bei unseren Mandanten sind. Wir planen für die Zukunft noch weitere Standorte in Nordbayern und Baden-Württemberg, aber auch in Österreich und in der Schweiz.

Orhidea Briegel: Es hört sich auf jeden Fall nicht weniger stressig an, als Ihr früheres Unternehmen in der Expresslogistik.

Uwe Kehlenbeck: Nicht weniger stressig, aber dafür menschelt es hier mehr. Das reizt mich daran.

Die Leistungen in Bezug auf eine Nachfolgeregelung beinhalten u.a.

- Unternehmensanalyse und Erarbeitung eines Verkaufskonzepts
- Erstellung eines Unternehmens-Exposé
- Ermittlung eines Verkaufspreises auf Basis des bereitgestellten Zahlenmaterials
- Suche und Identifikation von Käufern / MBI Kandidaten
- Begleitung und Beratung des laufenden Prozesses
- Unterstützung bei Vertragsabschluss (keine Rechts- und Steuerberatung)

omegaconsulting GmbH
Büro Landshut
Schinderstr. 36
84030 Ergolding /Landshut

Telefon: +49 (0) 871 33 02 01 33
kehlenbeck@omegaconsulting.de
u.kehlenbeck@omega-business.de



„Wir bringen
zusammen,
was zusammen
passt.“

www.omegaconsulting.de

Booking:
Michaela Graham
BUSINESS & SPIRIT
Tel.: +49 176 30466473
info@businessundspirit.com
Via Skype: business.spirit

Beseelen Sie Ihr Business
www.businessundspirit.com

Business & Spirit
Das eine geht nur
mit dem anderen

Podcast mit
Michaela
Graham

Hören Sie
die aktuelle
Folge



IMAGE: Frau Graham, Sie machen mit Business & Spirit Persönlichkeiten erfolgreich. Auf welcher Philosophie beruht Ihre Arbeit?

Michaela Graham: Erfolg ist für mich die gelebte Verbindung von Business und Spirit. Unter Business verstehe ich jede Art von Tätigkeit, Aktivität, alles, was greifbar und materiell ist. Um dieses greifbare Leben nachhaltig erfolgreich zu leben braucht es die Verbindung mit dem, was ich unter Spirit verstehe. Spirit, das ist die Begeisterung, das ist die Freude und der Sinn im Leben und im Tun. Spirit, das bedeutet auch Mut zu haben, die Tatkraft zu haben, das Leben bewusst zu leben und mit den Veränderungen des Lebens mitzugehen, die Veränderungen mit viel Begeisterung und Motivation voranzutreiben. Es bedeutet auch, die eigenen inneren Kräfte wieder zu erkennen und einzusetzen. Die Verbindung von Business und Spirit bedeutet für mich, nicht gelebt zu werden, sondern das Leben aktiv zu führen.

Eine erfolgreiche Karriere ist kein Zufall,
sondern das Ergebnis einer strategischen Planung!

Lichtblick Karriere

Karriereberatung in München

Eine erfolgreiche Karriere ist kein Zufall. Sondern das Ergebnis einer strategischen Planung, eines bewussten Umgangs mit den eigenen Vorstellungen und Wünschen und einer dezidierten Kenntnis des Arbeitsmarktes.

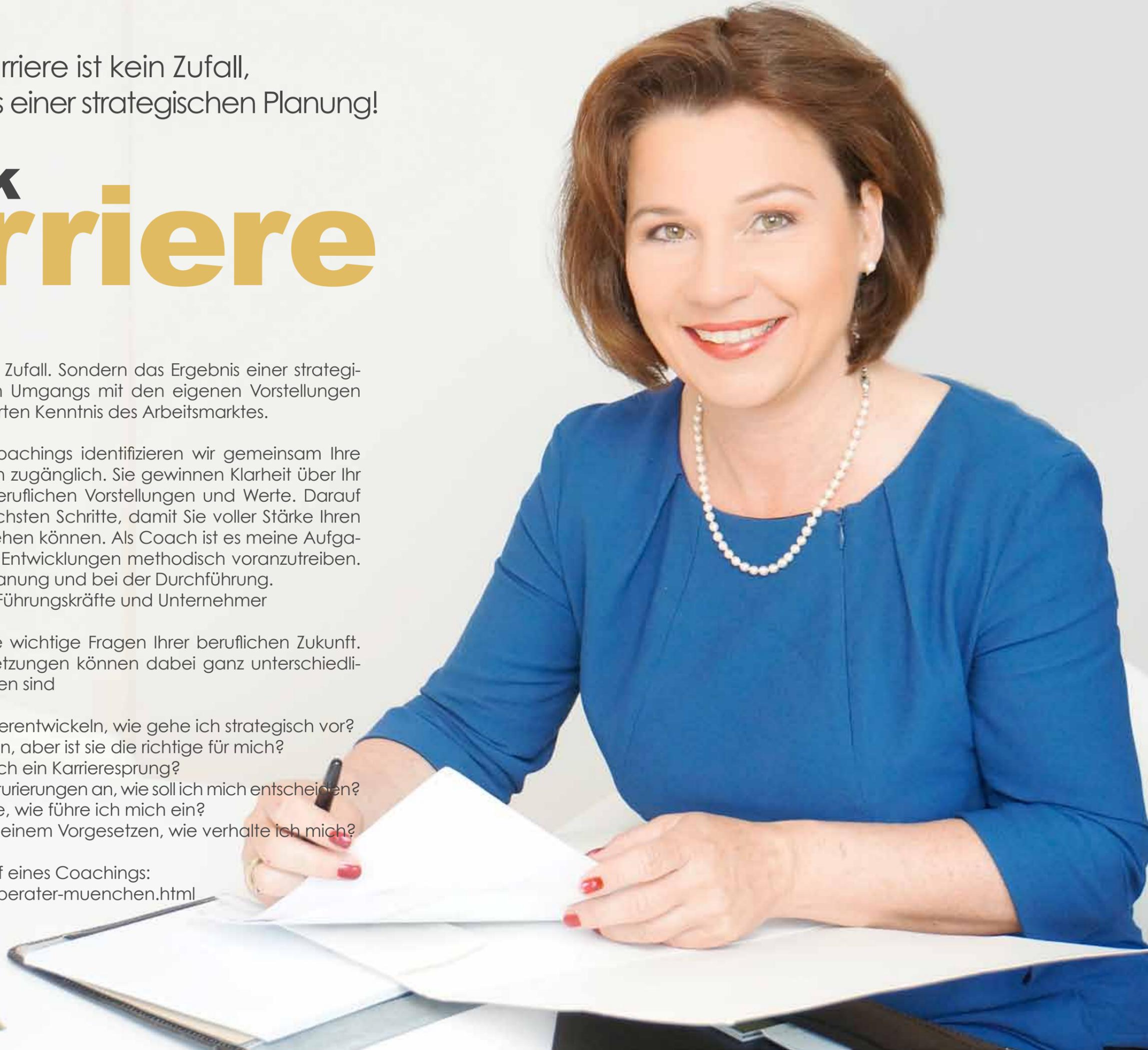
Im ersten Schritt eines Karrierecoachings identifizieren wir gemeinsam Ihre Potenziale und machen sie Ihnen zugänglich. Sie gewinnen Klarheit über Ihr Stärkenprofil und die eigenen beruflichen Vorstellungen und Werte. Darauf basierend entwickeln wir die nächsten Schritte, damit Sie voller Stärke Ihren weiteren Karriereweg bewusst gehen können. Als Coach ist es meine Aufgabe, die von Ihnen gewünschten Entwicklungen methodisch voranzutreiben. Ich begleite Ihre Schritte in der Planung und bei der Durchführung.
Karriereberatung für Fachkräfte, Führungskräfte und Unternehmer

In der Karriereberatung lösen Sie wichtige Fragen Ihrer beruflichen Zukunft. Die konkreten Anlässe und Zielsetzungen können dabei ganz unterschiedlicher Natur sein. Typische Leitfragen sind

- Ich möchte mich beruflich weiterentwickeln, wie gehe ich strategisch vor?
- Mir wurde eine Stelle angeboten, aber ist sie die richtige für mich?
- Wäre eine neue Stelle tatsächlich ein Karrieresprung?
- Im Unternehmen stehen Umstrukturierungen an, wie soll ich mich entscheiden?
- Ich übernehme eine neue Stelle, wie führe ich mich ein?
- Ich habe Schwierigkeiten mit meinem Vorgesetzten, wie verhalte ich mich?

Erfahren Sie hier mehr zum Ablauf eines Coachings:
<http://www.hrservice.de/karriereberater-muenchen.html>

herzlichst
Heidi Steinberger



„Was vor uns
liegt und was
hinter uns liegt,
ist nichts im
Vergleich zu
dem, was
in uns
liegt.“



Auf soliden Fundamenten bauen: Gedankengebäude einer Firma

Kolumne von & mit
Carmen Eva Leitmann



Eine Vision die trägt

Rekonstruktion, Erneuerung, Weiterbau, oder Erweiterung sind einige der Möglichkeiten, die ein Architekt hat, wenn er auf Vorhandenes aufbauen will, oder muss. Die Entscheidung was möglich ist, hängt von der Beschaffenheit des Fundaments ab, dieses muss tragen, fest mit der Erde verankert sein, weil alles weitere darauf baut.

Genauso ist es bei dem Gedankengebäude einer Firma. Eine Gründeridee, die Firmenvision ist so ein tragendes Fundament, denn sie gibt den roten Faden an die Hand für die weitere Entwicklung der Firma, oftmals für viele, viele Jahre. Wird von der Basis, der ursprünglichen Gründeridee, abgewichen, gerät die Firma schnell in die Schieflage, weil damit das tragende Fundament verlassen wird.

Jedes große Unternehmen begann mit einer Idee, mit einer Vision, die den Unternehmensgründer bzw. Gründerin beflügelt hat. So wie die Frau, die schon als kleines Mädchen davon träumte „Luxus-Kosmetik für jedermann bezahlbar zu machen“. Diese Vision hat sie beseelt und für immer begleitet und so begann sie alles darüber zu studieren und zu erfahren, wie Kosmetik wirkt, wie sie hergestellt wird, was wissenschaftlich möglich ist, welche Vorteile synthetische und natürliche Inhaltsstoffe bieten, über Rezepturen, Wege zum Kunden. Sie studierte die Schönheitsgeheimnisse alter Kulturvölker, und steckte ihr ganzes Wissen in die Entwicklung einer Gesichtscrème, die sie liebevoll verpackte und begann die Creme unter Ihren Freunden, Bekannten und Familie zu verteilen. Schon bald machte die tolle Qualität von sich reden, die Leute kamen und rissen ihr das Produkt förmlich aus den Händen. So hatte sie bald genügend Geld um eine ganze Kosmetiklinie aufzulegen. Geld für Werbung brauchte sie nicht,

denn jeder der die Produkte anwendete, empfahl sie sofort weiter, weil er die Erfolge an seiner eigenen Haut beobachten konnte und aufgrund des super günstigen Preises, so dass die Unternehmerin innerhalb weniger Jahre ein kleines Imperium aufbaute.

Im Dialog mit Ihren Kunden entwickelte sie ständig neue Ideen, immer mehr Produktlinien entstanden, Produkte auf die Frauen schon viele Jahre gewartet hatten. Sie konnte sich in alle ihre Kundinnen hineinversetzen, wusste wo Problemzonen sind wie man sie natürlich behandeln kann und sie hielt sich immer an ihre Vision „Luxuskosmetik auf dem jeweiligen höchsten wissenschaftlichen Stand bezahlbar anzubieten“.

Bald kamen eigene Labors dazu, die sicherstellten, dass die Qualität gehalten wird, dann Kooperationen mit Wissenschaftlern und Universitäten, um eigene Forschungen voranzutreiben, sie kaufte Felder für den Anbau wichtiger Pflanzen, alles auf Basis Ihrer ursprünglichen Vision, die sie niemals aus den Augen verlor.

Die Begeisterung für Ihre Arbeit übertrug sich auf alle Ihre Mitarbeiter und Geschäftspartner, die förmlich über sich hinauswuchsen. Auch war sie immer in der Nähe ihrer Kunden, hörte stets gut zu, wenn diese von ihren Erfahrungen mit den Produkten sprachen, nahm Lob und Kritik auf, und setzte die Anregungen und Wünsche konsequent, in immer noch bessere Produkte und Dienstleistungen um.

Ihre Kunden dankten es ihr mit großer Treue, immer größeren Aufträgen und tausenden von Weiterempfehlungen, die aus der Frau die sich für Kosmetik begeisterte, beinahe über Nacht eine erfolgreiche Großunternehmerin machten.

Für Ihre stetig wachsenden Erfolge bedankte sie sich bei Ihren Kunden und Mitarbeitern mit großzügigen Angeboten, die natürlich immer wieder neue Begeisterungstürme auslösten.

Das machte die Presse aufmerksam und lockte noch mehr Kunden an, inzwischen aus den Hochpreissegmenten, denn es hatte sich herumgesprochen, dass hier jemand „Spitzenqualität zum kleinen Preis“ bot und so kam sie bald an den Punkt, an der jeder an ihr zerrte und wollte, dass sie immer noch mehr Produkte, in noch größeren Chargen produzierte, ihre Produkte in noch mehr Ländern anbieten sollte und sie wurde auch darum gebeten ihre Preise zu erhöhen, denn ihre Produkte lagen deutlich unter denen der Konkurrenz, obwohl sie zum Teil innovativere Verarbeitungsverfahren und viel bessere Qualität bot – dafür aber keine bezahlte Werbung machte, denn ihre Werbung war die Haut ihrer Kunden.

Doch die kluge Unternehmerin dachte nach – folgte Ihrem Herzen und lernte „Nein“ zu sagen – manchmal auch schweren Herzens, weil sie ja möglichst viele Menschen mit ihren Produkten beglücken wollte. Dennoch wusste sie – dass ein zu schnelles Wachstum, die Qualität beeinträchtigen würde – denn eine natürliche Pflanze braucht nun einmal eine gewisse Zeit zum wachsen – dieser Prozess lässt sich nicht beliebig abkürzen - und auch die Verträglichkeitstest brauchten Zeit - und sie entschied sich stattdessen, weiter Schritt für Schritt, die Anregungen Ihrer Kunden umzusetzen und ihrer ursprünglichen Idee treu zu bleiben: „Luxuskosmetik erschwinglich zu machen“, die ihr so viel Erfolg und Freude brachte und auf solidem Fundament weiterzubauen. *eine Geschichte von Carmen Eva Leitmann, The Holistic Business Architect*

Unternehmenserfolg lässt sich planen...

Kolumne von & mit
Wolfgang Dykiert

Es ist alles nur eine eine Phase



Erfolgreiche Unternehmen sind auf die verschiedenen Unternehmensphasen gut vorbereitet

Mal ehrlich - wann haben Sie sich das letzte Mal strategisch und systematisch mit Ihrem Geschäftsmodell auseinander gesetzt? Wahrscheinlich ganz am Anfang während der Gründungsphase als es darum ging einen Zuschuss, einen Gründungskredit zu erhalten oder einen Investor zu finden. Zu diesem Zeitpunkt setzt man sich meistens sorgfältig mit seiner Geschäftsidee auseinander und fasst sie in einem strukturierten Business- und Finanzplan zusammen.

Man investiert viel Zeit und Energie um ein Strategiepapier zu verfassen, in dem man der Bank, dem Fördermittelgeber oder dem potentiellen Investor sein Geschäftsmodell so nachvollziehbar wie möglich erklärt. Man versucht zu überzeugen, dass man die „DIE“ innovative Geschäftsidee mit „DEM“ Alleinstellungsmerkmal hat und dass man genau die richtige Person / das richtige Team ist, um die Idee umzusetzen. Während man sich intensiv mit dem eigenen Geschäftsmodell auseinandersetzt, werden der Wettbewerb umfassend recherchiert, die Stärken und Schwächen der Konkurrenz analysiert und vergleicht sie mit den eigenen. Daneben beschäftigt man sich mit Fragen zu Zielgruppen, Angebots- bzw. Produktpalette, stimmen Angebotsnutzen und Kundenbedürfnis überein, Marketing, Wertekanon, Werbung, PR, Vertriebswege, verkaufsfördernde Maßnahmen, Standort, Logistik und Qualitätssicherung, Kundenbindungsmechanismen (After-Sales-Marketing), Umgang

mit Reklamationen, Organisation & Administration und legt sich eine zeitliche Meilensteinplanung für den Markteinstieg bzw. für künftige Innovationsschritte zurecht. Parallel dazu beginnt man die redaktionell erarbeiteten Inhalte in ein Mengengerüst einfließen zu lassen, Preise bzw. Umsätze und Kosten zu kalkulieren (was ist wünschenswert, was notwendig und was realistisch), Rentabilität bzw. den Break-even-Zeitpunkt und Liquidität bzw. den Cash-flow zu planen, den Investitions- und Betriebsmittelbedarf festzulegen und sich um die Herkunft der benötigten Finanzmittel zu kümmern.

Und am Ende - wenn alles fertig ist? Die Finanzierung steht – das Unternehmen wurde gegründet dann verschwindet der Business- und Finanzplan in der Schublade und gerät in Vergessenheit! Dabei wäre er der ideale Fahrplan in die nächsten Unternehmensphasen: Nach der Gründungs- und Finanzierungsphase folgt die Umsetzungs- bzw. Ingangsetzungsphase, danach die Wachstums- und Innovationsphase und schließlich und endlich werden die meisten Unternehmen auch einmal Krisenzeiten überwinden müssen – d.h. man steuert das Unternehmen durch die Festigungsphase.

GRÜNDEN - INGANGETZEN – WACHSEN – FESTIGEN

Jede dieser Unternehmensphasen sollte man aktiv steuern statt passiv zu „erleiden“.

INGANGSETZUNGSPHASE:

Sobald die Gründungsphase erfolgreich abgeschlossen wurde, gilt es die richtige Feinabstimmung zu finden, das gesamte Geschäftsmodell zu sta-

bilisieren und an den notwendigen Stellen nachzujustieren. Was wollte man wann umgesetzt haben? Welche Aufgaben waren notwendig um welches Etappenziel zu erreichen?

Wie setzt sich die Zielgruppe zusammen? Welche Lieferanten und Dienstleister sind die richtigen Partner? Sind die betriebsinternen Prozesse und Abläufe optimiert? Stiften die Produkt- und Dienstleistungspalette auch den geplanten Nutzen und werden die Bedürfnisse der Kunden abgedeckt? Fragen über Fragen! Sehr häufig verliert man während dieser Ingangsetzungsphase die Orientierung; man „stolpert“ quasi in die Zukunft.

Vergleichszahlen aus dem Vorjahr gibt's noch keine, man fährt auf Sicht und „steuert“ das Unternehmen auf Basis der Kontoauszüge. Meistens kommt dann am Ende des ersten Betriebsjahres das (böse) Erwachen: der erste Jahresabschluss. Man vergisst, dass während den ersten Monaten der Business- und Finanzplan ein ideales Planungs- und Controlling-tool darstellt. Er ist die Roadmap mit den wichtigsten Meilensteinen und Zielvorgaben. Aktualisieren Sie Ihren Businessplan! Hinterfragen Sie regelmäßig die im Finanzplan getroffenen Annahmen. Ein guter Businessplan ist niemals statisch! Passen Sie Ihre Planungen laufend den aktuellen Entwicklungen an. Beweisen Sie der Bank oder dem Investor, dass Sie auf Veränderungen die strategisch richtigen Antworten haben.

WACHSTUMSPHASE:

Fällt das Jahresergebnis positiv aus, gilt es mit Augenmaß eine vernünftige Wachstums- und Innovationsplanung zu entwickeln. Wann ist der



richtige Zeitpunkt zusätzliches Personal einzustellen? Wann muss die Produkt- und Dienstleistungspalette überarbeitet oder ergänzt werden? Wie kann das Geschäftsmodell mit dem bestehenden Mengengerüst skaliert werden? Können die betrieblichen Ausgaben, die Lieferketten, die Vertriebskanäle optimiert werden? Zu welchem Zeitpunkt müssen im Bereich Marketing, Werbung und Vertrieb neue Impulse gesetzt werden? Wann muss ggf. azyklisch investiert werden? Speziell die Frage nach dem Mengengerüst stellt SolounternehmerInnen mit einem Dienstleistungsangebot vor besondere Herausforderungen:

Die Wochenarbeitszeit ist nicht beliebig skalierbar; Organisation, Administration und Akquise benötigen ausreichend Zuwendung. Wie kann dennoch der Umsatz gesteigert werden ohne das Stundenhonorar anzuheben?

Wachstums- und Innovationszyklen sollten genauso sorgfältig geplant werden wie die Gründung des Unternehmens. Insbesondere die Fragen nach dem richtigen Zeitpunkt für die Einführung neuer Produkte (Stichwort: Produktinnovationen) und den nächsten Investitionen (Betriebsvergrößerung) bedürfen einer sorgfältigen Planung. Zu früh oder zu spät eingeleitete Maßnahmen können den bisherigen Erfolg sehr schnell gefährden.

FESTIGUNGSPHASE:

Bleibt das Jahresergebnis hinter den Erwartungen zurück, reagieren viele Unternehmer nach dem Motto „Trial and error“ und versuchen kurzfristige Maßnahmen zu ergreifen, die das Unternehmen auf den Erfolgskurs zurück bringen sollen.

Viele Unternehmen die ins Trudeln geraten sind, haben häufig kein Ausgabenproblem – sondern ein Einnahmeproblem. Kosten senken, Personal freistellen sind zwar die einfachsten aber nicht immer die richtigen Reflexe.

Speziell in dieser Phase bedarf es eines kühlen Kopfes! Ein strategischer Business- und Finanzplan ist der einzige Ausweg aus dieser Situation. Effizienter Mitteleinsatz (finanzielle, personelle, materielle und organisatorische Ressourcen), selbstkritische Fragestellungen bzgl. Produkt- und Dienstleistungsportfolio, USP, Betrachtung der Zielgruppen und zielgruppengerechten Marketing- und Werbemaßnahmen, Zeitplanung sowie der entsprechenden Logistik- und Vertriebswege sind jetzt notwendig.

Wenn das Geschäftsmodell hinter den Erwartungen zurück geblieben ist, ist es oft (zu) spät um sich die richtigen Fragen zu stellen und notwendige Gegenmaßnahmen rechtzeitig einzuleiten. Deshalb empfiehlt es sich, möglichst frühzeitig Abweichungen zu analysieren und alternative Wege aus der sich abzeichnenden Krise zu skizzieren. In Krisensituation braucht man einen strategisch-systematischen Plan um mit der gebotenen Ruhe die richtigen Schritte zu gehen.

Ein individuell erarbeiteter Businessplan ist deshalb in jeder Phase die Voraussetzung für ein gesundes und strukturiertes Unternehmenswachstum.

Wolfgang Dykiert

Gründungs- und Mittelstandsberatung
Tel.: +49 (800) 308 13 59
(kostenlose Servicenummer)

„Wann haben Sie sich das letzte Mal strategisch und systematisch mit Ihrem Geschäftsmodell auseinandergesetzt?“



„Wie Du kommst gegangen, so wirst Du auch empfangen.“

Kolumne von & mit
Janine Katharina Pötsch



Ihr guter Ruf im Internet

Soziale Medien sind einfach beliebt und erleichtern den schnellen Austausch. Jedoch lauern hier auch einige Fauxpas, die im Berufsleben nicht so gut ankommen. Im heutigen Beitrag lernen Sie die 10 wichtigsten Netikette-Regeln für die gekonnte Wirkung und die stilvolle Präsenz im Bereich Social Media kennen.

1. Der 1. Eindruck zählt – bleiben Sie authentisch

Egal, ob Sie jemanden persönlich treffen oder sich im Internet über eine Person informieren – mit einem sympathischen 1. Eindruck, mit dem Sie sich in allen Netzwerken authentisch präsentieren, haben Sie bereits gewonnen.

Achten Sie darauf, dass Sie in allen Netzwerken, in denen Sie kommunizieren, die gleichen oder ähnliche Bilder verwenden. Das erhöht auch den Wiedererkennungswert für sich als Marke „Ich“. Gerade beim beruflichen Business-Auftritt gilt: das Bild, welches Sie im Internet von sich präsentieren, sollte auch zu Ihrer Berufung passen. Stellen Sie also ein aktuelles und ansprechendes Foto von sich ein. Meine Empfehlung: Nutzen Sie keine privaten Schnappschüsse – ein professionelles Bild von einem guten Fotografen kostet zwar Geld, erhöht jedoch Ihre Chancen für gute Kontakte.

2. Ihr guter Ruf im Netz – achten Sie auf die Auswahl Ihrer Kontakte

Versenden Sie niemals lose Kontaktanfragen ohne nähere Erläuterung. Die Person, die Sie anschreiben möchte schon gerne wissen, warum sie mit ihr in Kontakt treten wollen. Die Netiquette Regeln von Höflichkeit und Wertschätzung gelten auch im Social Media. Stellen Sie sich bei potenziellen Kontaktanfragen im Internet immer die Fragen:

- Warum will ich mit der Person Kontakt aufnehmen?
- Was verspreche ich mir von dem Kontakt mit der Person?

Treten Sie gerade bei Facebook nur mit Personen in Kontakt, die Sie wirklich kennen. Ein schlechter Ruf einer anderen Person in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis im Netz kann schnell zu einem eigenen schlechten Ruf führen.

3. Der Ton macht die Musik – bleiben Sie auch im Netz höflich

Achten Sie bei der schnellen Kommunikation im Social Media auf einen wertschätzenden Umgang miteinander. Bedenken Sie auch, dass eine taktlose Bemerkung oder ein dummer Witz schnell die Runde machen kann.

Sollten Sie sich über Kommentare auf Ihrer Profiseite ärgern, können Sie diese kommentarlos löschen. Ich mache das überings auch immer so. Lassen Sie sich nicht provozieren. Gegenangriffe à la „Ich zahle Dir das mit gleicher Münze heim“ kommen ebenfalls nicht gut an. Antworten Sie hier mit Humor und bleiben Sie höflich. Manchmal schreiben Menschen aus der Emotion heraus etwas Dummes, was sie hinterher wieder bereuen.

Mein Tipp: Blockieren Sie „Trolle“, die soziale Netzwerke nur nutzen, um Leute zu ärgern, Kommunikation auf destruktive Weise zu behindern oder Menschen in Misskredit bringen wollen, sofort. Schlechte Energie, Neid oder Missgunst braucht niemand. Menschen, die uns bereichern und Wissen teilen, sind mir persönlich einfach lieber.

4. Ihr gutes Image zählt – vermeiden Sie Klatsch und Tratsch im Internet

Überprüfen Sie genau, wie viel Privates Sie wann und wo posten und was sie von sich preis geben wollen. Digitale Spuren sind in der Regel langfristig gespeichert und oftmals schwer wieder aus dem Netz zu bekommen. Das Internet vergisst in der Regel nichts. Denn die Gratis Mitgliedschaft in den sozialen Netzwerken wie z.B. bei Facebook kostet sie auch etwas. Die Gegenleistung sind Ihren persönlichen Daten und damit auch Ihr guten Ruf.

Viele Unternehmen nutzen die Business-Netzwerke aktiv zur Personalsuche. Peinliche Partyfotos oder unangemessene Texte in Foren oder Blogs können Sie schnell zum No-Go Kandidaten werden lassen.

Beteiligen Sie sich daher nicht an Endlos-Diskussionen, die gerade bei politischen Themen vorherrschen und posten Sie auch keine abwertenden Inhalte. Belästigen Sie Ihre Netzwerkfreunde vor allen nicht mit aufdringlicher Eigen-

werbung oder mit nervenden Spielanfragen.

In Business Netzwerken sind hochwertige Inhalte mit Tipps aus Ihrer Branche oder Empfehlungen von Netzwerkpartnern immer gerne gesehen.

5. Der höflich Umgang – taktvoll Duzen und Siezen und Guten Tag statt Hallo

Das kenne ich aus eigener Erfahrung sehr gut. Gerade bei XING passiert es häufig, dass ich schnell geduzt werde oder mit „Hallo Frau Pötsch“ angesprochen werde. Dabei kenne ich die Person, die mit mir in Kontakt treten wollen, oft nicht. Überings steht in meinem Profil auch, dass ich Knigge Trainerin bin. Ein schnelles „Du“ kommt in Business Netzwerken nicht gut an. Bleiben Sie stets beim „Sie“ und wechseln Sie erst zum „Du“, wenn der Ranghöhere Ihnen das „Du“ anbietet.

Meine Empfehlung: Nehmen Sie sich die Zeit, wertschätzend und stilvoll in Business-netzwerken wie XING und LinkedIn zu kommunizieren. Sie verlieren sonst schnell potenzielle gute Kontakte.

Wenn Sie die Person bereits persönlich kennen und vorher schon beim „Du“ waren, dürfen Sie die Person auch gerne mit „Du“ anschreiben.

Für Facebook gilt meiner Meinung das Gleiche – natürlich hat das Netzwerk einen offeneren und lebendigen Charakter denn es bietet Unterhaltung und jeder kann dort schnell lockere Kontakte zu vielen Menschen aufbauen. Dennoch finde ich, dass eine erste Kontaktanfrage und ein persönlicher Austausch auf der „Sie“ Ebene erfolgen sollte, sofern Sie die Person nicht persönlich kennen.

6. Achtung Bilder – betreiben Sie sorgfältig Bildrecherche

Wenn Sie Bilder nutzen, z.B. bei einem Blogbeitrag, achten Sie darauf, dass es Ihre eigenen Bilder oder gekaufte Stockfotos (Fotolia, Stockphoto oder Co.) sind, welche Social-Media optimiert sind. Das kann Sie sonst schnell eine Abmahnung kosten.

„Ihr guter
Auftritt -
der Erfolgs-
faktor in allen
Lebenslagen!“

Wenn Sie eigene Bilder nutzen, achten Sie auf den richtigen Bildinhalt und die Bildaussage, die zu Ihrer Persönlichkeit passt.

Bei Gruppenfotos gilt: fragen Sie die Personen vorher, ob die markiert werden möchten oder ob das Bild überhaupt im sozialen Netzwerk erscheinen darf. Ich empfehle Gruppenfotos eher nicht, denn oft schadet die Bildaussage doch in einem anderen Hintergrund. Vereinbaren Sie für das online stellen von Bildern vom Fotografen unbedingt eine Einwilligung und ein Nutzungsrecht.

7. Die richtige Kontaktauswahl und Kontaktpflege betreiben

Wählen Sie Ihre Kontakte sorgfältig aus. Dazu zählt auch die sorgfältige Auswahl der Business-Netzwerke. XING und LinkedIn sind für den Austausch von beruflich interessanten Kontakten sehr gut geeignet. Ebenfalls kann hier durch gezielte Positionierung und dem Posten vieler interessanter Beiträge ein Expertenstatus aufgebaut werden.

Gerade bei privaten Netzwerken gilt: nutzen Sie hier niemals zwei Profile, denn das kann schnell Verwirrung stiften. Eine Privatseite und eine Fanseite ist jedoch etwas anderes.

Zur aktiven Kontaktpflege zählt auch, dass Sie einmal jährlich Ihre Kontakte durchgehen und prüfen, mit wem Sie überhaupt noch in Kontakt stehen. Tauschen Sie sich mit wichtigen Kontakten auch regelmäßig aus und treffen Sie sich auch persönlich.

„Tote“ Kontakte können Sie sowohl bei Facebook als auch im Business Netzwerken ohne Benachrichtigung löschen. Gute Netzwerkpfege kostet Zeit, bringt aber auf Dauer auch Erfolg.

Wenige gute und persönliche Kontakte sind wichtiger als ein unnötiges Aufblähen des Netzwerks.

8. Events in Social Media stilvoll nutzen

Die Netzwerke sind voll mit interessanten Einladungen zu Events, Seminaren und Fortbildungen. Denken Sie aber unbedingt daran, wenn Sie sich dort für einen Event anmelden, dass Sie Ihre Anmeldung auch noch einmal per Email rückbestätigen.

Der Veranstalter muss fest planen, und kurzfristige Anmeldungen bringen oft die Planung durcheinander. Das gleiche gilt für Sie als Gastgeber, verschicken Sie neben der Werbefläche in den sozialen Netzwerken auch Einladungen per Email und bestätigen Sie deren Zusage noch einmal persönlich.

9. Die richtige Nutzung von Sicherheitseinstellungen und Suchmaschinen

Nutzen Sie gerade bei Facebook und den anderen privaten Netzwerken die Sicherheitseinstellungen. Sie können bei jedem neuen Beitrag entscheiden, ob er öffentlich oder nur für bestimmte Freunde oder nur für Sie privat sichtbar ist.

Entfernen Sie auch regelmäßig „Trolle“ oder Menschen, die nicht mehr zu Ihrem Lebensumfeld passen aus Ihrem Freundeskreis. Das ist der Lauf der Dinge. Denken Sie immer auch an die langfristigen Konsequenzen. So schnell Inhalte auch geteilt oder gelikt werden können, achten Sie darauf, dass keine schnelle impulsiven oder emotionalen Einträge posten, die Ihnen selbst oder anderen schaden können. Mein Tipp: Überprüfen Sie auch regelmäßig die Suchmaschinen und fordern Sie Nutzer oder Medien, welche unberechtigte Beiträge über Sie verbreiten zur Löschung auf. Google hat inzwischen dafür auch ein Online Formular entwickelt.

10. Achten Sie auf eine korrekte Schreibweise und verwenden sie wenig Emoticons

Verzichten Sie auch beim Austausch von Nachrichten im sozialen Netzwerk auf Abkürzungen und Emoticons jeglicher Art, wenn Sie beruflich kommunizieren. Überprüfen Sie Ihre geschäftliche Korrespondenz im Internet immer auf Grammatik und Orthografie. Sonst kann schnell der Eindruck entstehen, Sie wären nachlässig und nehmen den Netzwerk-Auftritt nicht ernst. Gerade bei der Nutzung der Netzwerke auf mobilen Geräten können sich bei der Korrektur schnell Stilblüten einschleichen. Mein Tipp: Lesen Sie den Text vor dem Abschicken unbedingt noch einmal gründlich durch.



O R H IDEAL
2016
Top ten
STIL EXPERTEN

Online Shop des Monats

Euch werden wir Beine machen

Auf Expansionskurs: Während manche Verkaufargumente eher kurze Beine haben, besticht die Designauswahl des Barhockerherstellers Alois Knapp mit langen Beinen aller Art. Ganz individuell nach Kundenwunsch oder originell aus dem Sortiment gegriffen, wird damit jeder Barbereich eine beinharte Schau! Nicht nur von Gastronomen und Hotellerie europaweit geschätzt, sondern auch von Architekten und Einrichtern gerne eingesetzt, sorgen die Hockermodelle für OHO-Erlebnisse!!!

Geschäftsinhaber Alois Knapp ist offen für Geschäfts- und Vertriebspartnerschaften. Bei Interesse melden Sie sich einfach bei:
Telefon: +43(0)664 506 66 06
info@barhocker.it

www.barhocker.it

Organisationsaufstellungen
DIE Chance, komplexe Arbeitswelten besser zu gestalten

Eine Frage der Position

Kolumne von & mit
Christine Riemer-Mathies

Klarheit für anstehende Veränderungsprozesse

In der Regel geht es bei der Organisationsaufstellung um das Verhältnis zwischen Unternehmen, Mitarbeiter, Kunden und Produkt. Wobei es immer wieder sinnvoll ist, bestimmte Bereiche wie Projekte, Projektteams, Aufträge und Prozesse auf den Prüfstand zu stellen. Vor allem, wenn es darum geht, Diskrepanzen aufzuspüren. Durch eine Organisationsaufstellung können dann detaillierte Anleitungen für sinnvolle strategische Maßnahmen festgelegt und umgesetzt werden. Durch die bildliche Darstellung wird die Lösungsfindung vereinfacht und das weitere Vorgehen kann besser und zielgerichteter geplant werden.

Natürlich kann es sich auch um Themen handeln, die die gesamte Organisation in einem Unternehmen betreffen. Zum Beispiel Fusionen, Kündigungen in großem Stil, Änderungen von Hierarchieebenen, Produkteinführungen oder Verlagerung der Produktionsstätten. Hier ist es sinnvoll bereits im Vorfeld konkrete Handlungsschritte zu erarbeiten. Diese Ereignisse können das gesamte Unternehmen destabilisieren und können große Auswirkungen auf die Motivation der Mitarbeiter und den Umsatz bzw. Gewinn haben. Ebenso kann die Organisationsaufstellung zu Verbesserungen im zwischenmenschlichen Bereich eingesetzt werden. Zum Beispiel können Konflikte in Abteilungen angesehen und gelöst werden oder die Methode kann für Teambuildingmaßnahmen als Instrument der Personalentwicklung genutzt werden.

Praxis-Beispiel für eine Organisationsaufstellung:

Ausgangslage: Eine Firma für Kosmetikprodukte hatte massive Umsatzeinbußen und stand kurz davor, die Firma zu veräußern.

Hintergrund: Das Ehepaar, das die gemeinsame Geschäftsführung inne hat, hat sich vor einiger Zeit partnerschaftlich getrennt. Die Frau hat wieder einen neuen Partner mit dem sie in einer anderen Stadt lebt. Dadurch wurden die beiden Bereiche Produktion und Vertrieb standortmäßig getrennt. Die Aufteilung der Bereiche war wie folgt: Der Mann leitete die Produktion, die Frau den Vertrieb.

Diskrepanzen, die erst durch die Organisationsaufstellung ersichtlich wurden:

Aufgrund der Entfernungen der unterschiedliche Standorte sowie getrennten Bereiche, kam es immer wieder zu Mißverständnissen und Spannungen zwischen beiden Geschäftsinhabern. Dies war auch begründet durch die persönlichen Kränkungen der partnerschaftlichen Trennung, die noch nicht aufgearbeitet worden waren. Dadurch gab es wenig Absprachen und es gab weitgehendst keine gemeinsame Umsetzung der Führung des Unternehmens.

Die Lösung: Eine Mediatorin wurde eingesetzt, um die persönlichen Unstimmigkeiten und Verletzungen aufzulösen. Es wurden klare Regeln für die Geschäftsab-

läufe definiert, so dass die gemeinsame Kommunikation verbessert wurde. Gemeinsame Unternehmensziele wurden definiert.

Das Resultat: Die Kommunikation hat sich verbessert. Gegenseitige Wertschätzung und Respekt für den anderen sind vorhanden. Die definierten Vorgaben wurden von beiden Geschäftspartnern eingehalten und das persönliche Verhältnis hat sich entspannt. Das Unternehmen ist wieder auf dem Weg, schwarze Zahlen zu schreiben.



Christine Riemer-Mathies bringt Erfahrungen in der Methode der Organisationsaufstellung sowie gute Kenntnisse in der Organisationsentwicklung in Unternehmen mit. Dadurch kann sie die Zusammenhänge gut erkennen und zielgerichtet Lösungen anbieten.

Weitere Informationen zur Organisationsaufstellung finden Sie auf www.trainpers.de



Die Instandhaltung.

Der unterschätzte Partner

Internationaler Branchentreffpunkt in Klagenfurt gibt Einblick in eine zukunftsorientierte Branche.

Mit einem neuerlichen Besucherrekord ist der Branchentreffpunkt für Instandhalter in Klagenfurt über die Bühne gegangen. Bei den INSTANDHALTUNGSTAGEN 2015 diskutierten Teilnehmer und Aussteller aus Deutschland, Österreich, den Niederlanden und der Schweiz aktuelle Themen wie Industrie 4.0, Energieeffizienz, sowie Praxisprojekte aus Industrie- und Kommunalbetrieben.

Auch die Ehrengäste Ing. Manfred Ebner (Land Kärnten), Dr. Claudia Mischensky (Industriellenvereinigung Kärnten) und Jürgen Mandl (Wirtschaftskammer Kärnten) ließen sich von der positiven Aufbruchstimmung anstecken. Sie machten klar, dass besonders in einem kleinen Industrieland wie Kärnten Initiativen zur Stärkung der Unternehmen unumgänglich sind. In Zeiten starken internationalen Wettbewerbs tritt der Bereich der Instandhaltung vermehrt in den Fokus.

Gemeinsam mit den Veranstaltern Jutta Isopp (Messfeld GmbH, Klagenfurt) und Andreas Dankl (dankl+partner consulting, MCP Deutschland) schworen sie die zahlreichen Teilnehmer des Kongresstages im VIP Bereich des Wörthersee Stadions ein, auch weiterhin für die Sichtbarkeit der Instandhaltung zu kämpfen.

Die INSTANDHALTUNGSTAGE werden von den Firmen Messfeld GmbH (Klagenfurt), dankl+partner consulting gmbh (Salzburg) und MCP Deutschland GmbH (München) abwechselnd in Salzburg und Klagenfurt organisiert und haben sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Branchentreffpunkt entwickelt. Die INSTANDHALTUNGSTAGE 2016 finden von 12. bis 14. April 2016 in Salzburg statt. Aktuelle Informationen finden Sie auf

www.instandhaltungstage.at

Macht sich stark für die Belange der Instandhaltung:
Andreas Dankl, CEO
dankl+partner consulting gmbh



„Titelgesichter auf der Kongressbühne“

Mit Initiator Andreas Dankl:
Martina Thomas, Unternehmerin des
Monats Mai 2015, bringt produzierende
Unternehmen in die Pole-Position

team::mt
marketing 4 tomorrow

www.trainper

Christine Riemer-Mathies, www.trainpers.de
kümmert sich um den Faktor Mensch

IFC EBERT
TAGUNG
INSTANDHALTUNG
01./02.12.2015
IN NÜRNBERG
ascor
EAM
P&S CONSULTING

ERT
...erfolgbar machen

ALLEIN.STELLUNG.
ART.GERECHT.

www.trainpers.de

ORH
IMAGE
IDEAL[®]
Podium der starken Frauen

Kooperation mit den
Instandhaltungstagen 2016





Von Links: Christine Riemer-Mathies, Marina Fries, Gabriele K. Kowalski, Viola Wemlinger



ORHIDEAL
IMAGE
Podium der Starken Marken

Kooperation

Orhideal IMAGE Magazin präsentierte **Geschäftsfrauen des Monats** beim Feminess-Business-Kongress

Die Gender-Gleichstellung in unserer Gesellschaft ist heutzutage in Anbetracht der Veränderungen in den Vordergrund gerückt. Aus dem Grund unterstützen wir auch Veranstalterinnen tatkräftig. Jeden Monat zeigt Orhideal IMAGE Int. im Magazin neben dem Geschäftsmann des Monats auch die Geschäftsfrau des Monats. Diesen Orhideal-Business-Powerfrauen ermöglichen wir die Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen, wie hier z.B. beim Feminess-Business-Kongress von Marina Fries.

Marina Fries ist seit zehn Jahren erfolgreiche Unternehmerin und Gastgeberin des Feminess-Kongress. Weil Frauen vor dem Schritt in die Selbstständigkeit eher zögern, wollte sie ihnen mit dieser Eventreihe den Einstieg in den Kreis der Unternehmerinnen erleichtern. „Weibliche Vorbilder sind für Gründerinnen wichtig“, ist ihre Devise und lebt es gleichzeitig vor. Der Feminess-Business-Kongress war im November 2015 ein voller Erfolg. Die Orhideal-Business-Powerfrauen, Viola Wemlinger, Gabriele Kowalski und Christine Riemer-Mathies waren nach der Veranstaltung voller Lobes. Ihre Sonderdrucke wurden allen Teilnehmerinnen zur Inspiration persönlich übergeben. In den Gästetaschen wurde unser NURMO Frauennetzwerk-Sonderdruck (www.nurmo.de) mitverteilt. Alle Damen sind sich einig: dieses Event ist besonders für Frauen empfehlenswert, die ins Geschäftsleben einsteigen wollen. *Orhidea Briegel Herausgeberin*



www.feminess-business-kongress.de

Erfolg ist weiblich...

Das neue Buch von Marina Friess ist da! Die Autorin präsentiert Ihnen fünf Erfolgsfrauen der Gegenwart, die mit ihrer Innovationskraft bewiesen haben, dass die Zukunft weiblich ist. Persönlichkeit, Körpersprache, Kommunikation, Status und Charisma bilden den Nährboden des weiblichen Erfolges. Marina Friess entschlüsselt für Sie den genetischen Code der Alphafrauen und macht die Geschäftswelt weiblicher.



Frau Friess, Sie machen anderen Frauen Mut, sich selbst zu vermarkten und an sich zu glauben. Ihr Credo ist: Du kannst das erreichen, was du erreichen möchtest, egal woher du kommst. Das sagt sich als Gewinnerin leicht, oder?

Marina Friess: Diesen Spruch kenne ich schon. Oder auch: Du hast ja Glück gehabt, mit Deinem Erfolg. Aber glauben Sie mir: Wie das mit dem Verlieren geht, wusste ich längere Zeit meines Lebens sehr gut. Ich erzähle meine Geschichte, um allen Frauen Mut zu machen. Aufgewachsen bin ich ab meinem 4. Lebensjahr, mit einer alleinerziehenden Mutter. Trotz der vielen Arbeit und ihrem starken Willen, war das Geld immer mehr als knapp. Dieser Mangel zog sich dann auch bis zu meiner Ausbildung als Kosmetikerin durch mein Leben.

Sie haben sich dann aber recht früh selbständig gemacht und eine Firma gegründet?

Richtig. Dies viel mir auf Grund meiner kommunikativen Fähigkeiten, man könnte es auch als „große Klappe“ bezeichnen, recht einfach (*sie lächelt*). Ich habe recht schnell gemerkt, dass der Beruf der Kosmetikerin nicht das Richtige für mich ist. Aus diesem Grund habe ich mich umorientiert und übergangsweise in einem Call-Center gearbeitet. Mein damaliger Arbeitgeber hat schnell mein Potential erkannt und mir angeboten, mich selbstständig zu machen. Der Erfolg stellte sich auch nach kurzer Zeit ein und plötzlich hatte ich Geld im Überfluss. Nur leider keine Ahnung, wie man damit umgeht. Also wählte ich die einfachste Variante, nämlich schnell ausgeben - dann muss ich mich nicht darum kümmern. Nach 3 Jahren ging die Firma insolvent. So saß ich da, mit meinem schönen neuen Auto und den anderen unnützen Gegenständen, die ich mir gekauft hatte und war bis über beide Ohren verschuldet. „Zum Glück“ kannte ich ja bereits das Gefühl kein Geld zu haben und konnte damit einigermaßen umgehen.

Wir haben Sie diese schwierige Phase überwunden?

Mir blieb nichts anderes übrig, als mir ein neues Unternehmen zu suchen, um wieder von vorne zu beginnen. Das war auch schnell gefunden. Da die Firma in Frankfurt, 200 km von meiner Wohnung entfernt war, blieb mir nichts anderes übrig, als mir mit Freunden ein 1-Zimmerapartment im Dachgeschoß zu teilen. Die Luftmatratze war äußerst bequem, vor allem im Hochsommer bei gefühlten 50 Grad. Aber ich hatte ein Ziel: Schnell wieder finanziell auf die Beine kommen. Dafür habe ich alles andere in Kauf genommen.

Und es hat sich gelohnt: In diesem Unternehmen wurde ich innerhalb von zwei Jahren die Vertriebsleiterin für NRW.

Das hört sich gut an. Sie haben also durchgehalten. War das auch die Grundlage Ihre neue Unternehmensgründung?

In der Tat. Wenn mir im Leben etwas wichtig ist, dann ist es persönliches Wachstum und neue Herausforderungen. So habe ich mich Ende 2011 dazu entschlossen, mein eigenes Seminarunternehmen zu gründen. Feminess Female & Business startete im Mai 2012 mit dem ersten Abendseminar vor 25 Unternehmerinnen und weiblichen Führungskräften. Seither wächst das Unternehmen rasant, was mit Sicherheit an der Zielgruppe, aber auch an meiner Leidenschaft für die Weiterentwicklung der Frauen liegt. Frauen zu unterstützen, sich besser zu vermarkten und ihnen zu mehr beruflichen und privaten Erfolg zu verhelfen, ist für mich eine der schönsten Tätigkeiten. Meine gesamten Erfahrungen lasse ich hier einfließen - die Positiven als auch die Negativen - um dadurch nachhaltigen Erfolg für die Seminarteilnehmerin zu erzielen. Wir Frauen haben so viele Kompetenzen, Potenziale und Ressourcen, welche noch optimaler genutzt werden können.

2013 war dann auch der Startschuss für Ihre erfolgreiche Kongressreihe?

Der September 2013 war ein ganz besonderer Monat für Feminess: Der erste Feminess Business-Kongress fand in Frankfurt statt und öffnete für über 450 Frauen die Tür. Ich habe ihn veranstaltet, um weiblichen Referentinnen die Möglichkeit zu geben, ihr Wissen auf einer großen Plattform weiterzugeben. Auf den Bühnen Deutschlands sind die Referenten immer noch zu 80-90% männlich. Eines meiner Leitmotive lautet: „Rege dich nicht auf, ändere es!“ Also kreierte ich eine Veranstaltung von Frauen für Frauen. Es ist von großer Wichtigkeit, dass es in Deutschland mehr weibliche Vorbilder gibt. Frauen sollten noch mehr von Frauen lernen und sich gegenseitig unterstützen. In der heutigen Geschäftswelt ist die Verbindung aus weiblicher Empathie und männlichem Durchsetzungsvermögen eine gefragte und erfolgreiche Mischung. Dies können wir allerdings nur erreichen, wenn wir sowohl von Männern, als auch von Frauen nützliche Ressourcen vermittelt bekommen und diese richtig einsetzen.

OR THE IDEAL
media
face 2014

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen



Die Resonanz auf den ersten Kongress war sensationell, nicht wahr?

Die Teilnehmerinnen waren von dem konstruktiven Austausch untereinander und von der positiven Energie auf dem Kongress hell auf begeistert. So wurden viele interessante Kontakte geknüpft und Geschäftsbeziehungen aufgebaut. Und genau das ist ein weiteres Ziel von mir. Ich möchte Frauen zu einem gesteigerten Bewusstsein verhelfen, wie wichtig es ist, sich gegenseitig die Bälle zuzuspielen. Denn Männer tun dies ununterbrochen. Wenn wir uns gegenseitig noch mehr unterstützen, wird es auf kurz oder lang keine Diskussion mehr über eine Benachteiligung der Frauen geben. Davon bin ich absolut überzeugt. Ich bin auch jetzt noch sehr dankbar für die Unterstützung, die ich von vielen Frauen im Vorfeld des Kongresses erhalten habe. Der Kongress war einer der emotionalsten Momente in meiner knapp zehnjährigen Selbstständigkeit. So konnte ich mir das ein oder andere Tränchen auf der Bühne nicht verkneifen.

Und in dieser Überzeugung, dass jeder sein Leben nach seinen Wünschen gestalten kann, egal aus welchen Verhältnissen er kommt, sind Sie so gestärkt, dass Sie Ihr Wissen gerne teilen?

Ja. Ich sehe es als meine Berufung. Ein enges Familienmitglied hat einmal zu mir gesagt: „Naja, du hast halt Glück gehabt!“ Dazu kann ich nur sagen: NEIN! Erfolg hat etwas damit zu tun, mutige Entscheidungen zu treffen und auch dann durchzuhalten, wenn es mal schwierige Zeiten gibt. Ich bin dankbar für alle Erfahrungen, denn sie haben mich zu dem gemacht, was ich heute bin. ERFÜLLT!

„Rege Dich nicht auf, ändere es!“

www.feminess.eu

Wir sind dabei
mit dem Thema
Arbeitgeber-Attraktivität



09. März 2016
MOC München

09. März 2016
MOC München

Die Messe für innovative
Marketing-Strategien

- Online-Marketing
- Direkt-Marketing
- CRM

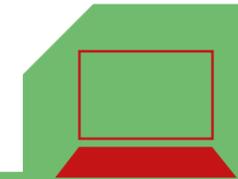
www.smm-muc.de



Ziele der Fachmesse

Die Marketing-Instrumente, mit denen Sie Ihre Waren und Dienstleistungen präsentieren und verkaufen, müssen ständig erneuert werden. Der Grund: die neuen schnellen Kommunikationswege. Das gilt für Produkt-Management, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung und natürlich den Vertrieb. Denn gerade dort stehen Unternehmen unter enormem Wettbewerbsdruck. Die Faktoren, um am Markt bestehen zu können: ein systematisches Vertriebs-Management, motivierte Mitarbeiter und zielorientierte Verkaufsstrategien. Professionelle Marketing-Strategien, Kundenorientierung und Service-Bereitschaft sind daher ein absolutes Muss für Führungskräfte und Mitarbeiter.

Die Sales-Marketing-Messe präsentiert genau das. Neueste und effektivste Marketing-Instrumente, mit denen Sie diese Ziele erreichen ...



Das Messeangebot

Online-Marketing

Suchmaschinen-Marketing:
Finden und gefunden werden im Internet, SEO, SEA

E-Mail Kampagnen:
Adress- und Permission-Marketing

E-Business:
Marketing, Vertrieb und Geschäftsabwicklung im Internet, Konzeption und Realisation von Online-Shops

Social Media:
Facebook, Xing, Twitter & Co.



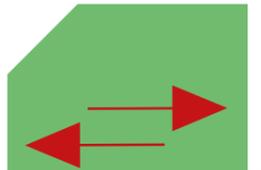
Dialogmarketing

Adressmanagement
Neue innovative Daten-, Analyse- und Denkmodelle, Leadmanagement

Lettershop
Von der Definition der Zielgruppe zur Konzeption von Mailing-Kampagnen

Digitaldruck
Die Printkomponente im Dialogmarketing, Web to Print

Werbemittel
Wie Sie mit kleinen Geschenken die Herzen Ihrer Kunden gewinnen



CRM – Kundenbeziehungsmanagement

Die konsequente Ausrichtung einer Unternehmung auf ihre Kunden und die systematische Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse. CRM ermöglicht ein vertieftes Beziehungsmarketing.

Mobiles CRM
Über Apps auf dem Smartphone oder als On-Demand-Lösung über die Cloud wird der Aussendienst effizient mit seinem Team in der Firma verbunden. Er hat zu jeder Zeit an jedem Ort Zugriff auf seine Kundendaten.

Vorträge und Aussteller

▶ Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.smm-muc.de





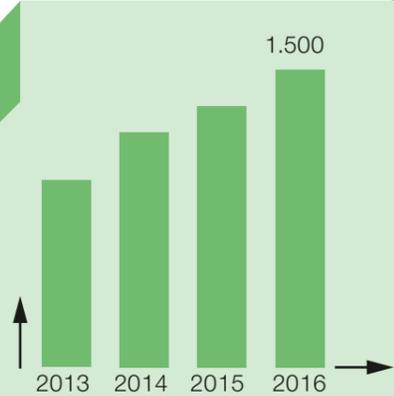
Besucher - Zielgruppen

Die Sales-Marketing-Messe ist eine exklusive, reine B2B Fachmesse. 80% der Besucher der Sales-Marketing-Messe sind Führungskräfte aus Großunternehmen und dem Mittelstand.

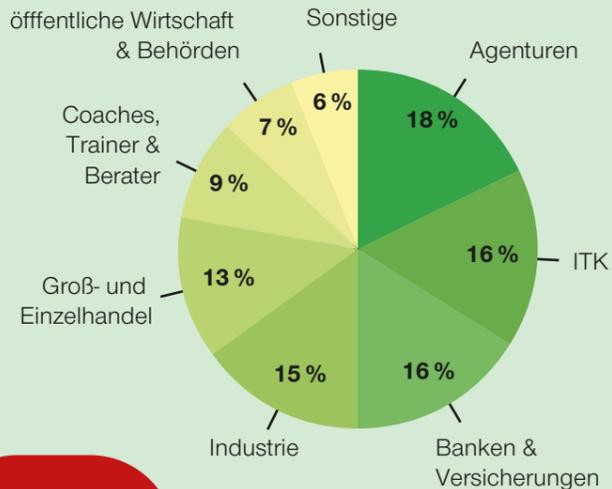
- Marketingmanager
- Vertriebsleiter
- Geschäftsführer
- E-Commerce Manager
- Marketing- und PR- Agenturen

Daten und Fakten

Erwartete Fachbesucher:



Besucher nach Branchen:



Stimmen zur SMM

90 % der befragten Besucher hat die letztjährige SMM sehr gut, bzw. gut gefallen

85 % der befragten Besucher möchten zur nächsten SMM wieder kommen

„Die Sales-Marketing-Messe in München ist super! Die Zielgruppe der Marketing- und Vertriebsleiter ist für uns perfekt! Wir haben unseren Messestand für die nächste SMM bereits gebucht.“

Thomas Stahl,
Geschäftsführer der Icos Akademie, Rosenheim

„Texterclub und SGV Verlag ziehen nach der SMM 2015 eine durchweg positive Bilanz. Eine tolle Messe! Für das kommende Jahr ist ein größerer Texterclub-Gemeinschaftsstand geplant.“

Claudia Hilber,
Leitung Marketing & Vertrieb Texterclub/SGV Verlag.

„Die SMM 2015 hat unsere Erwartungen weit übertroffen! Dank der zahlreichen freundlichen und kompetenten Besucher war es eine gelungene Messe. Mit SALES-mango kommen wir auch nächstes Jahr gerne wieder.“

Jakub Szpetkowski,
Product Manager, BENHAUER Sp.z.o.o.

Die diesjährige SMM Sales-Marketing-Messe hat uns sehr gut gefallen. Wir haben den gleichen Stand für die SMM 2016 bereits gebucht.

Bodo Kummer,
Geschäftsführer, ORT Medienverbund GmbH

„Die SMM Sales Marketing Messe ist eine super Veranstaltung, sehr informativ. Für AmedeA hat sie viele neue Kundenkontakte gebracht.“

Natalie Kober, Geschäftsführerin,
AmedeA Werbepräsente GmbH

„Die SMM war für uns ganz prima. Weiter so! Wir sind im nächsten Jahr gerne wieder als Aussteller dabei.“

Andreas Teichmann,
Geschäftsführer VTE, Partner Cobra GmbH

„Wir hatten viele hochwertige Kontakte im professionellen Umfeld.“

Thomas Reppel, Geschäftsführer, GRID-DATA GmbH

Das Messe-Marketing-Konzept

Messe-Marketing-Service für Aussteller

Als Aussteller erhalten Sie Gratis-Eintrittskarten, die Sie frei an Ihre bestehenden und potenziellen Kunden versenden können. Diese Gutscheine werden Ihnen auch nach Einlösen durch Ihre Kunden an der Tageskasse **nicht berechnet!**

Als Aussteller können Sie Ihre neuesten Marketing-Angebote in Firmen-Vorträgen präsentieren. In diesen Vorträgen werden den Besuchern anhand von Referenz-Projekten Lösungswege und Erfolgsmodelle vorgestellt.

Zusätzliche Werbemöglichkeiten für Sie: der Messe-Planer, Briefaufkleber, der Messe-Newsletter und die Messe-Webseite.

Internet

Die Präsentation im Internet nimmt für die Sales-Marketing-Messe eine zentrale Rolle ein. Im Internet findet der Besucher die wichtigsten Informationen über die Aussteller und das Vortragsprogramm, Öffnungszeiten und die Zufahrt zur Messe:

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.smm-muc.de

Direktmailing-Aktionen

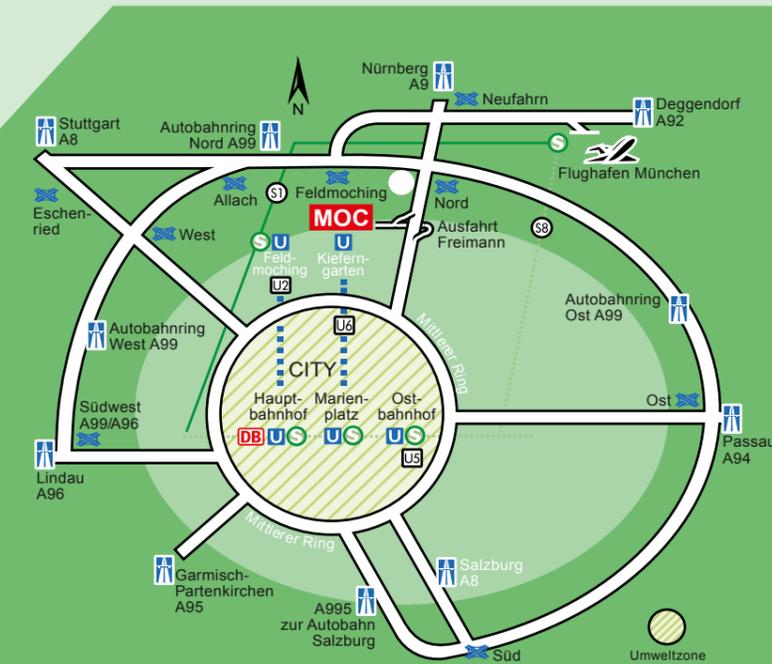
Der Veranstalter stellt durch gezielte Direktmailing-Aktionen sicher, daß die Entscheidungsträger von großen und mittelständischen Betrieben, die über die Vergabe von Marketingbudgets verfügen, auf die Sales-Marketing-Messe eingeladen werden. Qualifizierte und personalisierte Adressbestände stehen zur Verfügung.

Printmedien, Rundfunk und Fernsehen

Die Sales-Marketing-Messe wird in den wichtigsten Fachzeitschriften, in der Tagespresse, sowie in Messekalendern beworben.

Veranstaltungsort

MOC
Veranstaltungszentrum
Lilienthalallee 40
80939 München



Veranstalter

NETCOMM GmbH

Wiesentfeller Str. 1
81249 München

Tel.: +49 89 88 94 93-70
Fax: +49 89 88 94 93-79

www.smm-muc.de
info@smm-muc.de



UNIQUE JEWELRY

MADE BY GRAF VON HAMBURG



www.montdiamant.com

WHO IS GRAF VON HAMBURG?

The Count of Hamburg: A name set (chiseled) in stone. Tradition and fame glorious times. To become aware of it altogether, one has to look back to the 11th century, more specifically to Hamburg. From that time first records of the family "of Hamburg" are handed down. We assume that the Count Heinrich of Hamburg already comes from the 3th generation.

They designed and built a wide variety of projects, first regionally and with increasing influence even across borders. In the course of this their architectural knowledge as well as their commercial talent were placed effectively into the cradle.

But a politically difficult era made their work more and more difficult until it has been suggested to them to retreat from active trading. The paths of the Family had separated inevitably, but one part remained faithful to the commercial trade. Count Augustin of Hamburg, however, tried to get involved in political affairs to pillory disgraces and corruption of the former upper classes. However, due to great pressure he was forced to abandon his ambitious projects and, consequently, to return back again in architectural fields under a false name.

Unfortunately since then there are just a few records about Earl of Hamburg. It is a few unconfirmed historical traditions only, after which they continued their projects under pseudonyms. Though, this leads to the loss of the Family Name over years.

To get this glorious past alive in our present times, "Count of Hamburg" became the protected namesakes of the company. With the spirit of the great tradition we follow their basic ideas also today.



ENJOY YOUR CRUISE

THEN YOU CAN RECEIVE YOUR OWN UNIQUE MONT DIAMOND WORLDWIDE

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 querebeck 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

Januar 2016 • Sonderedition
12 Jahre Plattform
www.orphideal-image.com



Begegnung mit
Markus Wahle ADFINEO®
MA Int. Business • Dipl. Ökonom
Vermögensnachfolge (EU-SV)
Unternehmer des Monats

Podium der Starke Marken

ORPHIDEAL®
IMAGE



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das
objektiv gesehen

Finanzaufklärung für Unternehmer:
Investieren statt Spekulieren

Second Opinion Leader

Mittelständler wollen für ihr erwirtschaftetes Kapital kluge und zeitgemäße Entscheidungen treffen: Ein geschütztes Vermögen aufzubauen, das einen finanziell unabhängig macht, mit Ruhe und Strategie, ohne Spekulation und hohen Risiken - ist heutzutage der Wunsch eines jeden Geschäftsmannes. Aus diesem Grund haben sich Beratungen auf Honorarbasis gut etabliert. Ein leidenschaftlicher Aufklärer für ein neues Finanzdenken und -handeln ist Markus Wahle, der Kopf und Gründer der Marke ADFINEO®, die sich auf das honorarba- sierte Financial Life Planning für Unternehmer in Medizin und Wirtschaft ab 45+ spezialisiert hat. Der geradlinige „Master of International Business“ arbeitet auf Basis der Forschungser- kenntnisse führender Finanzwissenschaftler, wie zum Beispiel des amerikanischen Ökonomen Eugene Fama, dem Wirtschaftsnobelpreisträger von 2013, der ein neues Modell des reinen Investierens, weg von Spekulation und Gebührenwahnsinn, auf Basis der akademischen Kapitalmarktforschung durch seine Lehre mit unterstützt hat.

Als Vermögens-Strategie der neuen Zeit macht sich Markus Wahle mit seinem Team stark für den Mittelstand, mit echtem Interesse an den Bedürfnissen der Mandanten. Er versteht es innovatives Kapitalmarktwissen mit seinen interdisziplinären Erfahrungen zum Nutzen seiner Mandanten einzusetzen. Sein Know-how aus internationalen Tätigkeiten im Mittelstand, aus der Lehrtätigkeit an einer französischen Business School und dem Zusatzstudium zum Dipl. Ökonom Vermögensnachfolge (EU-SV) sind ein weiteres Plus für jeden Beratungssuchenden.

Als ergebnisorientierter Beratungsprofi steht der markante Unternehmerverversteher Markus Wahle, wie die honorarverwandten Berufsgruppen der Steuerberater oder Rechtsanwälte, an der Seite seiner Kunden mit Transparenz, Neutralität und Nachhaltigkeit. Langfristige, strategische Partnerschaften sind die Folge seiner strukturierten Vorgehensweise und der damit verbundenen Kundenzufriedenheit. Dem ewig gestrigen Finanzgebahren der Branche begegnet der flammende Vortragsredner Wahle mit international erprobten, individuell an Mandanten angepassten Konzepten und dem „ADFINEO-Zweitmeinungs-Service“:
Guter Rat ist nur dann teuer, wenn er nicht in Anspruch genommen wird!

ORHIDEA
**media
face** 2016

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

**Finanzberater, die kein
Produkt verkaufen -
Klischeebrecher Markus
Wahle** zeigt als Honorar-
berater, dass es anders geht:
„Wir verfolgen den wissen-
schaftlichen, nicht spekulati-
ven, modernen Ansatz des
Investierens und planen das
Finanzleben der Unternehmer
produktunabhängig.“

„Ich bin immer wieder erstaunt,
dass sich erfolgreiche Menschen
so wenig mit ihren eigenen Finanzen
beschäftigen oder aber immens
viel Geld mit den sogenannten
„todsicheren Tipps“ verlieren –
beides möchten wir ändern.“

www.adfineo.de

Akademische Herangehensweise
Strategie Markus Wahle hat klare Vorstellungen, wer als Mandant für ihn passend ist: „Nicht jeder passt zu uns und wir nicht zu jedem Interessenten. Da unsere Beratungsqualität so individuell ist, sind auch unsere Kapazitäten begrenzt. Wir legen großen Wert auf Vertrauen und Nachhaltigkeit. Unsere Arbeit mit Partnern ist transparent und langfristig.“

„Für das Optimum unserer Kunden ist unser Blick über den engen deutschen Tellerrand essentiell.“

IMAGE: Welche Philosophie steht hinter Ihrem Unternehmen ADFINEO®?

Markus Wahle: Ich möchte Unternehmern in Medizin und Wirtschaft eine positive Finanzerfahrung vermitteln, ohne Spekulation und hohe Kosten. Unser Kerngeschäft aus dem Leistungsportfolio ist „Financial Life Planning“ auf Honorarbasis, mit dem wir Unternehmern ihren gewünschten finanziellen Lebensstil identifizieren. Diesen können sie mit uns erreichen und beibehalten, ohne Sorge haben zu müssen, jemals ohne Geld dazustehen. Wir kombinieren verschiedene Fachbereiche, wie Finanz- und Vermögensnachfolgeplanung zu einer einzigen Strategie und geben unseren Mandanten damit eine einzigartige Sicherheit und Gewissheit, komplett und richtig finanziell aufgestellt zu sein und auch bei unvorhersehbaren Ereignissen keine „finanziellen Tiefschläge“ erleiden zu müssen – und dies sowohl privat als auch im Unternehmen beziehungsweise der Praxis.

Sie sind Botschafter für die Idee, dass es spannende und faire Wege gibt, sein Vermögen aufzubauen. Wie haben Sie geschafft, sich in der Branche abzugrenzen? Beim Wort „Finanzplanung“ blocken viele erst einmal ab, oder?

Heute nicht mehr. Ich registriere ich großes Interesse und auch Erstaunen, das es auch anders geht. Da suchen die Menschen keine Ausreden, sondern das Gespräch mit mir.

Sie werden direkt von den Unternehmern gebucht und ermöglichen diesen autark zu agieren? Das spricht diese Zielgruppe natürlich sehr an. Wir Unternehmer mögen Unabhängigkeit.

Schön, dass Sie dies ansprechen. Da wir nur auf Honorarbasis arbeiten und keinerlei Produktverkauf betreiben oder Geld von der Finanzindustrie erhalten, ist dies eine große Chance, für die nächsten 30 Jahre und mehr eine neue und selbstbestimmte Ausrichtung der Finanzen zu erreichen – ein echte finanzielle Lebensplanung, weg von provisionsgetriebenen und kostenintensiven Produkten und Einzellösungen von Banken, Versicherungen oder Finanzvertrieben. Wir analysieren und verbessern bei unserer Arbeit beispielsweise sehr erfolgreich bestehende Praxisfinanzierungen auf Lebensversicherungsbasis, risikoreiche und kostenintensive Geldanlagen und Altersvorsorgeprodukte, um nur eine kleine Auswahl zu nennen. Unser Ziel ist es, unsere Mandanten in den Bereichen zu optimieren, die wir als Finanzplaner beeinflussen können: Kosten, Risiko, Diversifizierung und Transparenz.

Bekannt und geschätzt sind Sie vor allem wegen Ihrem Service, der „Zweitmeinung“. Das ist für alle ein Plus, die einfach mal Klartext hören wollen. Der unabhängige Finanzblick ist sehr gefragt, nicht wahr?

Und wie. Die meisten haben im Tagesgeschäft einfach keine Zeit, sich eingehend mit ihrer Finanzplanung zu befassen und kaufen mal hier, mal dort Produkte ein, oft ohne klare Strategie. Mit der „Zweitmeinung“ geben wir Unternehmern einen großen Nutzen, indem sie einen echten und unabhängigen Blick auf ihre jetzige finanzielle Ausrichtung erhalten. Erstmals eine übergreifende Transparenz zu erhalten und zu sehen, wo man steht, das ist für viele Unternehmer eine sehr positive Erfahrung. Nur dann kann man wirklich planen.

Bieten Sie Ihren Kunden damit ein Mehrwert?

Oh ja, die Praxis zeigt, dass unsere Mandanten einen einzigartigen Mehrwert durch unsere Beratung haben – eine gelebte Unabhängigkeit, unsere vielschichtigen fachlichen Kenntnisse und die Tatsache, dass wir unsere Beratung finanziell an den monetären Erfolg unserer Arbeit koppeln. Außerdem hat unser Mandant dadurch nie das Gefühl, dass ihm am Ende einer Beratung „das Produkt des Monats“ verkauft wird – er ist also sehr entspannt.

Sie gehören zu den wenigen Beratern in Europa, die das wissenschaftliche, akademisch gestützte Investieren dem Spekulieren durch Marktprognosen vorziehen. Warum ist das wenig bekannt?

Diese Philosophie ist international sehr bekannt und wird z.B. von großen Investoren wie Warren Buffet genutzt. Gekrönt wurde sie schon durch drei Nobelpreise. Die Gesellschaften am Markt, die diese Anlageform anbieten, zahlen keinerlei Provisionen und sind damit für die traditionelle Finanzbranche in Deutschland uninteressant. Anleger in Großbritannien, den USA oder Australien profitieren schon seit langem von diesen Experten.

Sie arbeiten in einer Branche, die sich in den letzten Jahrzehnten nicht gerade mit Ruhm bekleckert hat. Der Verkaufsdruck bei angestellten oder auch freien Beratern wird immer größer, die Kosten in den Produkten sind enorm und der Leidtragende ist der Kunde ...!

Ich kenne viele seriöse Berater auf Provisionsebene, die sehr unter diesem Druck leiden! Der Kunde selbst merkt die Auswirkungen aber erst nach vielen Jahren. Ich finde das unverantwortlich. Wir haben uns deshalb durch eine Beratung auf Honorarebene analog zu Steuerberatern

und Rechtsanwälten aus diesem System ausgeklinkt und genießen eine absolute Freiheit und Unabhängigkeit in der Beratung.

Und das suchen erfolgreiche und wohlhabende Mandanten?

Ja absolut. Sie erkennen sehr schnell die Vorteile aus der Beratung und freuen sich über die sofortige Kostenersparnis. Besonders wertschätzen sie unsere professionelle Begleitung vom Sparer zum Investor – raus aus alten Denkmustern.

Das Problem ist allerdings, dass auch viele Produktverkäufer ihre Beratung als unabhängig bezeichnen. Wie kann man sich als Honorarberater davon überhaupt abgrenzen?

Durch klare Handlung und Rechenbeispiele. In Amerika ist es übrigens tägliche Praxis, sich als Unternehmen nicht nur einen Steuerberater oder Anwalt „zu gönnen“, sondern auch einen Finanzprofi auf Honorarbasis zu beauftragen. Dann sind die Ausgaben transparent nachzuvollziehen. Bei einer Zweitmeinung ist es möglich, die verdeckten Kosten der bestehenden Finanzprodukte zu ermitteln. Sobald der Kunde sich darüber im Klaren ist, was er braucht oder womöglich auch nicht, ist er sehr dankbar dafür. Ich kläre auf, damit die Menschen selbstbestimmt und mit Durchblick entscheiden können!

Aber zahlt man dann nicht doppelt - für die Beratung und eventuell noch für weitere Produkte? Was ist Ihre Argumentation gegen die Behauptung von Lobbyisten der „alten Finanzwelt“, dass die Honorarberatung teuer sei und man sich dieses nicht leisten könnte?

Natürlich wissen diese genau, dass dies nicht stimmt. Dadurch, dass wir keine Abschlussprovisionen, hohe Marketing- und andere Vertriebs- oder Verwaltungskosten in unseren Finanzlösungen haben, spart sich unser Mandant im Durchschnitt alleine schon 4% Kosten im Jahr – und erzielt vom ersten Tag an Renditen. Dies ist eine sehr hohe Ersparnis – von Jahr zu Jahr. Es herrschen klare Verhältnisse! Überlegen Sie doch, wie fürchterlich teuer und unverantwortlich es eigentlich ist, mit den falschen Produkten ausgestattet zu sein und dann im Bedarfsfall nicht die notwendige finanzielle Sicherheit zu haben.

Da ist jeder Unternehmer gerne bereit, einen neutralen Berater zu bezahlen, um klare Verhältnisse zu schaffen und einen echten Interessenvertreter zu haben, oder?

Wie gesagt, da ich nicht von der Finanzbranche bezahlt werde, sind meine

Interessen absolut beim Kunden. Unter dem Strich ist das die vernünftigste Lösung!

Das ist nachvollziehbar. Bei Ihnen sind nicht nur inländisch handelnde Unternehmer gut aufgehoben, sondern auch international aktive. Ich habe gelesen, dass Sie in Deutschland ansässige französische, englische und amerikanische Unternehmer in Medizin und Wirtschaft in ihrer Muttersprache beraten?

Absolut richtig. Meine internationalen Erfahrungen fließen aber nicht nur sprachlich, sondern auch fachlich und kulturell mit ein.

Eben habe ich Sie beim Vortrag vor Unternehmensberatern erlebt. Ihre Dienstleistung wird aber auch von Steuerberatern und Rechtsanwälten gerne gesehen. Warum?

Das stimmt! Sie haben vielfach Mandanten mit schwierigen, komplexen finanziellen Fragestellungen, tun sich aber schwer heutzutage, diese an Banken oder andere Finanzdienstleister zu empfehlen, da deren Beratung leider meistens provisionsgetrieben und mit Standardlösungen unterlegt ist. Damit ist der Mandant vielfach unzufrieden.

Während Ihres Wirtschafts- und Sprachenstudiums in Frankreich haben Sie schon als „junger Unternehmer“ Ihre ersten internationalen Erfahrungen gemacht. Welche sind Ihre besonderen Kompetenzen?

Nach meinem Masterabschluss durfte ich in verschiedenen mittelständischen Unternehmen in Frankreich und Deutschland als Sales Manager und Mitglied der Geschäftsleitung neue Märkte aufbauen, Strategien entwickeln und umsetzen. Mein Schwerpunkt lag damals schon auf Finanzen und komplexen Lösungen.

Kein Wunder, dass Kunden, die Sie lange kennen, Sie als guten und entspannten Zuhörer, Kommunikator und Strategen sehen. Welche weitere Stärken machen den Unternehmer Markus Wahle noch aus?

Meine Erfahrung im Bereich Finanzoptimierung ist eine Stärke. Ich liebe es, Finanzen zu analysieren und diese dann als „verbesserte Version“ neu aufzustellen. Ich kann mich - wie gesagt - sehr gut in meine Mandanten hineinversetzen, kenne ihre Sorgen und Herausforderungen. Als eine weitere Stärke sehe ich es, dass ich mich mit einem Team umgebe, das meine Arbeit durch andere

Talente ergänzt und wir dieses geballte Wissen für den Mandanten einsetzen

Wirtschaftskenner Markus Wahle eröffnet seinen Zuhörern neue Aspekte und begeistert seine Mandanten mit dem ADFINEO®-Projektteam:
(von links nach rechts) Markus Wahle, GF, beim Vortrag; Christoph Freitag, Analyse Geldanlagen, Finanzpläne; Lucia Riesterer, Nachlassmanagement; Nicole Jahrsdörfer, Assistentin der Geschäftsführung; Stefanie Geißler, Riskmanagement



„Der Second Opinion Service – eine transparente, neutrale und nachhaltige Meinung!“

„Mein Publikum interessiert sich für kluge Finanzentscheidungen.“

können. Wir haben schon viele Unternehmer, sei es im Mittelstand oder als Facharzt- oder Zahnmediziner, finanziell komplett neu aufgestellt und optimiert – unsere Branchenerfahrung ist hier sicherlich ein weiteres Plus.

Bringen Sie unseren Lesern doch mal die Alleinstellungsmerkmale der Marke ADFINEO® auf den Punkt!

Wir versetzen unsere Mandanten in die Lage, vom Sparer zum Investor zu wachsen und eröffnen ihnen damit völlig neue finanzielle Möglichkeiten und Chancen. Wir begleiten sie mit einem klaren und strukturierten Beratungskonzept und nehmen uns gerade auch am Anfang viel Zeit, um herauszufinden, ob sie zu uns passen und wir zu ihnen. Nur Mandanten, die unsere Denkweise teilen, können wir erfolgreich machen. Außerdem ist unser interdisziplinäres Beratungsspektrum im Bereich Finanz- und Vermögensnachfolgeplanung ziemlich einzigartig in Deutschland und Europa.

Sie haben 2010 nochmals 3 Jahre Zeit in das Studium zum Dipl. Ökonom Vermögensnachfolge (EUSV) investiert und in 2013 den Bruch mit der „alten Finanzwelt“ gewagt. War das Ihre bisher beste unternehmerische Entscheidung?

Meine Entscheidung, der Vision einer transparenten und fachübergreifenden Finanzplanung auf Honorarbasis zu folgen, war goldrichtig. Meine Leidenschaft ist, andere Menschen finanziell unabhängig zu machen. Die Zufriedenheit meiner Mandanten verschafft mir die Gewissheit, dass ich meine Zeit sinnvoll investiere.

Wer positiv ist, kann andere beflügeln. Ich sehe das auch als Ihr Erfolgsrezept?

Sicherlich. Ich sage JA zum Leben. Mich treibt permanente Neugierde, Weiterbildungsfreude und die Lust an einer stetigen Lebensentwicklung. Dazu bin ich ein Freund des offenen Wortes. Ich habe klare Wertevorstellungen und lasse mich nicht verbiegen – schon gar nicht durch die Finanzindustrie. *(er lächelt mich an)* Und glauben Sie mir, wenn mein Mandant mich als offenen, ehrlichen, sympathischen, kompetenten und an seinem Leben und Erfolg interessierten Berater wahrnimmt, dann habe ich alles richtig gemacht. Ich begeistere mein Umfeld für meine klare Vision!

Sie meinen die Mission der Aufklärung?

Ganz genau. Finanzplanung auf Honorarbasis soll sich in Deutschland festigen. Ich möchte, dass meine Mandanten von mir so viel Know-how erhalten, dass sie in der Lage sind, kluge und zeitgemäße Finanzentscheidungen zu treffen und nicht mehr wie ihre Eltern

oder Großeltern mit ihrem Geld umgehen. Das heißt, ich möchte meine Mandanten finanziell unabhängig machen, ihre Risiken absichern und ihr Vermögen schützen. Ich wünsche mir, dass meine Mandanten mehr Zeit investieren, um sich mit ihren Finanzen zu beschäftigen und will sie weg vom Spekulieren hin zum Investieren animieren und begleiten. Und noch etwas ist wichtig: unsere Marke steht für 45+. Wir beraten schon alle Altersgruppen, aber auf solche, die mitten im Leben stehen, sind wir spezialisiert. Grundsätzlich wage ich zu behaupten, dass es nie zu spät ist, die persönlichen Finanzen von Grund auf zu regeln.

Und das verkörpern Sie auch bei Ihren Vorträgen, „Kamingesprächen“, Workshops und arbeiten hier mit gleichgesinnten Kooperationspartnern zusammen. Sind Sie offen für weitere Partnerschaften?

Absolut! Zahnmediziner, Fachärzte, aber auch Familienunternehmer sind sehr interessiert an solchen Themen. Ich bin immer offen für weitere Partner, die Einladungen zu spannenden Vorträgen oder „inhouse-workshops“ aussprechen. Die Zusammenarbeit ist auf breiter Linie möglich, z.B. Verbände, KV-KZV, Steuerberater, Rechtsanwälte, Praxismanager. Für neue, gute Ideen bin ich grundsätzlich immer zu haben.

Zu guter Letzt, Herr Wahle, wie lautet Ihr persönliches Leitmotiv?

Als Student habe ich mein Leitmotiv in Frankreich gefunden: „La vie est trop courte pour être triste“ – „Das Leben ist zu kurz, um traurig zu sein.“ So handele ich.

Das finde ich gut. Positive Menschen kommen in unserem Unternehmernetzwerk immer sehr gut an. Ich wünsche Ihnen und allen Lesern einen guten Jahresstart.

Danke, das wünsche ich auch!

ADFINEO®
Markus Wahle e.K.
Pulverturmstraße 5
84028 Landshut

Tel.: 0871/33000 11 - 0
Fax: 0871/33000 11 - 9
mw@adfineo.de

www.adfineo.de

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

Entscheider Treffen auf Augenhöhe

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

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



Ein großes **Hallo**

Nachdem Prof. Dr. Dr. Dr. Karl Andreas Schlegel (links), www.prof-schlegel.de die Gäste begrüßt hatte, benannte **Orhidea Briegel** die anwesenden Geschäftsleute aus den Gegenden der DACH-Region unterhaltsam mit Namen und Firmensitz. Darunter waren beispielsweise:

Tobias Dankl, xDims Kitzbühel

„Feuerwerk der Ideen: Unternehmer des Monats begegnen sich.“

Sebastian Adam,
geniux GmbH München

Gabriele Kowalski
Delta Institut

Dr. med. Thomas Scholz

...gab es an unserem Dezember Orhideal Unternehmer-Treffen bei Prof. Dr. Dr. Dr. Schlegel.

Die moderne Praxis im Renaissance-Gebäude in München war an diesem Tag elegante Anlaufstelle für Unternehmer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Schlegel-Team und der Orh-ideal-Einlass kümmerten sich um die ankommenden Gäste. Groß war bei jedem Unternehmer des Monats die Neugier, endlich die Menschen zu treffen, bei denen IMAGE Magazin ebenso fleißig im Einsatz und Umlauf war. Aus 12 Jahren Orhideal IMAGE trafen sich etwa drei Titelgesichter-Jahrgänge aktueller, aber auch der Erst-Ausgaben. So wechselten viele Belegexemplare ihre Besitzer und die Stimmung war sehr ausgelassen. Wie immer fasste Orhidea Briegel bei der Begrüßung unkompliziert und mit viel spontanem Witz die Gästeliste zusammen, vernetzte aus dem Stehgreif und schaffte eine ungezwungene Basis für gute Gespräche. Gästekommentare: „Den weiten Weg aus Berlin habe ich nicht bereut“, „Ich war überrascht, wie viele Geschäftsführer mich als März-Gesicht erkannten, auf mich zukamen und noch mehr über mich erfahren wollten.“, „Endlich habe ich mein Titelpendant kennengelernt.“, „Jede Menge Kontakte und Ideen für meine Firma nehme ich jetzt mit nach Hause.“, „Nächstes Mal komme ich wieder.“, „Orhidea, ich bin überwältigt von der angenehmen Atmosphäre und der Qualität der Gäste.“

Links hinten im Bild: u.a.
Markus Unger, Fa. vit:bikes

Uwe Reger Maschinenbau, Hannover
vorne rechts: Makus Wahle, adfineo

Werner Dück von www.good-spirit.com interviewte die aktuellen Titelgesichter, wie sie das Magazin einsetzen. Jeder hatte seine Exemplare zum Austausch dabei...

„Erkannt! Deine Story habe ich auch schon im Internet gelesen.“

...hatte Spaß - Tanja Völl, GF Online-Handel BeDiamond Aachen





Gelesen wurde sogar schon beim Treff:
Hier die Titelstory von Monika Thomas,
www.team-mf.de



Schon seit 2007
mit Prinz Luitpold
dabei: Bernd Dornach,
www.uni-marketing.de



Multi-Entrepreneur,
Top-Speaker & Buch-
autor Kishor Sridhar
www.perfectscore.de
plaudert über
Prozess-
Optimierung



Von Titel zu Titel:
Verena Schraner,
www.erfolgslabor.com
bespricht eine
Kooperation.

Alle Eventfotos von www.herrmueller.info

Erfahrungsaustausch vor der Kamera:

Die Mitarbeiter von Chris Pampel, Captide Vertriebs GmbH, verteilen seine Ausgabe auf Roadshows und Vorträgen. „Meine Story kommt ausgezeichnet an und unser Team kann meine Vision viel besser transportieren.“, so der sympathische Mittelstandsfinanzierer.

Werner Dück fragte beim filmen die Geschäftsleute, wie sie das Magazin benutzen (Bilder unten). Jeder hat sein Sonderdruck dabei und es fand wildes Tauschen der Titelstorys statt, wobei die Gäste viel Spass hatten (Bild unten rechts)



„Geniales Medium,
tolles Event,
fähige Initiatorin!“

Orhideal IMAGE Magazin
**Multiplikatoren und Türöffner
im Zusammenschluss**

**Geschäftsführerkommunikation
auf höchstem Niveau.**

**Sorgfältig ausgewählte und markant
aktive Unternehmer.**

**Interdisziplinäre B2B-Vernetzung:
Unternehmer als wertvolle Multiplikatoren
und Türöffner durch ihr Wirkungsfeld**

„Unsere Händler
haben uns die Titel-
story förmlich aus den
Händen gerissen und
benutzen sie am POS.
Besser und unver-
fälschter können wir
unsere Vision nicht
transportieren lassen.“

www.lubana.de Hersteller Kosmetik Luxussegment

Alle Eventfotos von www.herrmueller.info



Spontanbesuch aus
Baden-Württemberg
mit Initiatorin Orhidea Briegel



Corporate Health Gespräche: Personalprofi
Gudrun Gramm, www.PersoGramm.de und
Johannes Pfaffenhüemer, www.pfaffenhueemer.at



Wiedersehen nach längerer Zeit: Unternehmer
des Monats August 2009, Markus Christopeit
www.markus-christopeit.de



Im Dialog mit
Praxisteam
www.prof-schlegel.de



Über Erfolgspaare: Buchautor Samy Bakry
www.emoratio-paarberatung.de repräsentierte
die Titelstory September 2015



Frisch aus der Schweiz eingetroffen: Andres
Michael Roth aus St.Gallen begleitete unser
Titelgesicht November 2005



Hersteller aus
Deutschland:
Anita Kraus
GF von
www.lubana.de



Berlin meets Munich: Henry Krey, Unternehmer
des Monats www.erfolgreicherwerden.de, im
Dialog mit www.dykiert-beratung.de



„Schön zu sehen, wie
sich die Plattform
die letzten 10 Jahre
entwickelt hat.“
Peter Musser,
www.petermusser.de



Ruhe vor
dem Ansturm:
Roland Gartner
Unternehmer und
Verbandsvorstand
www.bag-company.com und
www.ethiks.de
mit Dr. jur.
Ernst Pechtl



Bau- und Immobili-
enprofis im regen
Austausch:
Preisträgerin
Andrea Dangers
[www.homestaging-
muenchen.de](http://www.homestaging-
muenchen.de)
mit Architekt und
Projektentwickler
Axel Meyer
www.archimax.de



International
aktiv:
Walter
Hallschmid,
www.hallschmid.eu
diskutiert seine
neuesten
Produktentwicklungen
mit Tobias Thalhammer
www.rhinos-energy.com



B-to-B-Könnerninnen
GF Martina Thomas www.team-mt.de
mit Carmen Eva Leitmann



Christina Dragu
www.cristina-dragu.de



Vegan-ProduktHersteller
www.PALONEO.de
Yvonne Reichelt und Robert Schillack



Mr. Water reiste aus Österreich an:
www.pfaffenhuemer.at Johannes
Pfaffenhuemer mit Unternehmerin des Monats
GF www.monika-schmuck.de/



Titelgesichter über BGM und BAV:
www.immoheinrich.com und
www.klaus-dieter-boese.de



Seit 2009 dabei:
GF Silke Bentlage



Aus der Nachbarschaft
dazugekommen:
MA www.paula-bewegt.de



Gabriele-Kathlen Kowalski
GF www.deltainstitut.de



Top-Speaker Kishor Sridhar
www.sridhar.de



Unternehmerin des Monats Oktober 2014
www.the-holistic-business-architect.com



Zwei Generationenprofis und Titelgesichter:
Klaus-Dieter Böse, <http://www.klaus-dieter-boese.de/> und Christiane Paschka DB-Trainerin
<http://christiane-paschka.com/>



Werner Dück, www.good-spirit.com
mit Roland Gartner,
www.bag-company.com



Innovationsmacher digitaler Erlebnisse:
GF Sebastian Adam
www.geniuxconsulting.de



GF Martin Reh Technologie-Experte
www.wire-cleantec.de



„Endlich sehen wir uns persönlich.“ Geschäftsfrau und Geschäftsmann des Monats Mai 2015



IMAGE-Partner aus Netzwerk:
www.omegaconsulting.de

Alle Eventfotos von www.hermueller.info



3 Familienunternehmen aus einer Hand:
von Kitzbühel angereist Fam. Dankl mit
www.instandhaltungstage.at,
www.xdims.com und Skischule



Buchautorin meets Skischule:
September-Titel 2015 Tanja Bakry
www.emoratio-paarberatung.de



Der Weg aus Chemnitz war nicht zu
weit für die Mittelstandsfinanzierer Juni
2015, Unternehmer des Monats



„Ist immer wieder schön, den anderen
Verbreitungspartnern zu begegnen.“



Tennispro Tobias Dankl steigt als
Gesellschafter in das Familienunter-
nehmen ein



GF BeDiamond GmbH aus
Aachen eingeflogen



Im Gespräch über Musik- und Film-
industrie....



„Du bist doch in der aktuellen
Ausgabe.
Habe ich doch gleich erkannt!“



Story April 2013 -
Dr. med. dent. Petra
Döhring erklärt
das Zahnlifting:
www.dr-doehring-lumineers.de



M & A Profi:
Unternehmer C. Pampel



Arbeitsrecht ist total spannend und mit ei-
nem Satz kann ein Unternehmer sich viel
sparen: www.schleifer-arbeitsrecht.de



„Das ist lecker. Fruchtke-
geln aus der PALONEO
Produktion macht
Mitarbeiter fit.“



Generationendolmetscherin Paschka als
aktuelle Unternehmerin des Monats im
Dauergespräch



Markus Wahle, Orhideal Kolumne,
GF www.adfineo.de

Alle Eventfotos von www.hermueller.info

Cruising im Cabrio

mit Entscheidern in bester Gesellschaft...

Spezial-Angebot für Orhideal-Leser und Mitwirkende:

Individuell und stressfrei sind die von Tanja und Norbert Reif organisierten Cabriotouren.

Reisen und Fahrspaß mit Gleichgesinnten erleben:

Schöne Strecken und ausgesuchte Hotels, in exklusiven Reisegruppen!

Der Reisespaß für Individualisten und Freunde guter Gesellschaft.

Mehr Informationen auf...

www.reif-tours.com



Blog des Monats

Unterwegs mit Sinnstifterin Marion Lang
Gründer- und Unternehmercoaching
mit Sinn und Verstand

www.sinncoach.de

IDEAL
media
face 2016
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

„Der einzige Sinn
im Leben ist
dem Leben einen
Sinn zu geben.“

Lesen Sie auch die Titelstory
Juli 2012 über Marion Lang
in unserem Archiv:
www.orhideal-image.com/magazin

„Gründer- und
Unternehmer-
Coaching ist meine
Passion.“

Über den Blog

Die beste Version meiner Selbst zu sein ist meine größte Motivation. Und dazu zählt zu jedem Augenblick meines Lebens die Komfortzone des Gewohnten zu verlassen, nach dem tiefen Sinn meines Seins und Handelns zu fragen und mich an den gewonnenen Erkenntnissen zu orientieren. Seit 25 Jahren lerne ich und werde eine Lernende sein mein Leben lang.

Ich weiß aus eigener Erfahrung um die Tiefen des Lebens und hatte das große Glück Menschen um mich zu haben, die mir stets eine Hand reichten für die nächsten Stufen wieder nach oben. Heute darf ich selbst dem einen oder anderen Menschen meine Hand zum Geleit anbieten. Ich bin seit 2007 passionierte Coachin nach über 20 Jahren unternehmerischen Handelns.

Mit 24 Jahren gründete ich – blauäugig und mit jugendlichem Optimismus – eine Werbeagentur. Das war 1986. Bereits drei Jahre später wurde ich chronisch krank... ein Punkt an dem ich zwei Möglichkeiten der Entscheidung hatte und aus heutiger Sicht die Richtige wählte. „Aufstehen, Krone richten, lächeln und weitergehen“. Wer tief ins Tal der Tränen schaut würdigt den Aufstieg und den Ausblick vom Gipfel x-fach. Ich tue das jeden Tag. Mit Demut und einer tiefen Dankbarkeit.

Meine Agentur war mir 20 Jahre Passion und Freude. Der Umgang mit Kreativität, den Themen meiner Kunden und dem wundervollen Team lassen mein Herz bis heute hüpfen. Es war mir eine Freude bis zum letzten Tag am 31.12.2006, an dem die Agentur von meinem Nachfolger übernommen wurde. Parallel hatte ich mich intensiv mit Persönlichkeitsentwicklung beschäftigt. Die vielen Seminare, Ausbildungen und Workshops waren mein ganz großes Lebensabenteuer – eine wundervolle Reise zu mir selbst. Hin zu der besten Version meiner Selbst. Und die Reise dauert an – jeden Tag.

2016 wird für mich ein weiterer großer Meilenstein dieser Reise gelegt. Die Welt ruft und ich folge dem Ruf. Einmal rundherum ohne zu wissen, wohin mich der Wind (und die entsprechenden Verkehrsmittel) tragen wird. Ein weiterer, für mich großer Schritt raus aus der Komfortzone hin zu neuem Lernen, mich entwickeln und vielleicht entfalten. Wer weiß ...

Dieser Blog wird mein Tagebuch, mein persönlicher Reflektionsort für das, was mich bewegen wird. Und DU kannst daran teil haben, wenn Du magst. Ich freue mich auf die Erlebnisse und Erkenntnisse dieser Reise im Innen wie im Außen. Und auf deine Begleitung als Leser, als Teilhabender oder gar Beteiligter.

Viele Grüße
Marion Lang

Fliegen Sie nicht blind....
bewerten Sie ihr Risiko laufen!

RISK Management

Informationstechnologie greift umfassend in alle Unternehmensbereiche ein, sämtliche Prozesse und Strukturen im Unternehmen sind durch IT-Infrastruktur miteinander verbunden –das Gesamtsystem und seine Teile werden dadurch besonders anfällig für Störungen und Risikoszenarien. Aus IT-Risiken werden schnell Unternehmensrisiken. Der Schutz kritischer IT-Infrastruktur erfordert daher fundierte Analysen aus geschäftlicher Perspektive. Mit unserer langjährigen Erfahrung in der Analyse, Bewertung und dem Management von IT-Risiken und Unternehmensrisiken unterstützen wir Sie bei der Einführung und der Weiterentwicklung von Risikomanagement-Systemen.

Etablierte Methoden und umfassende Erfahrung aus unterschiedlichsten Branchen geben Ihnen ein klares Bild, was wertvoll und schützenswert ist. Rein technische Risikobetrachtung ist jedoch zu kurzsichtig und reicht heutzutage nicht mehr aus. Vielmehr sind diese Risiken stets aus dem Blickwinkel des Unternehmens zu betrachten und auch wirtschaftlich zu beurteilen. Im Zuge des Risikomanagements geht es nicht darum, Risiken komplett zu vermeiden und damit auch mögliche Potentiale auszublenden. Es geht vielmehr um das „kontrolliert eingegangene Risiko“, also einen geschärften Blick auf mögliche Gefahren und anschließendes bewusstes Handeln.

www.innerhofer.com

- Durchführung von Unternehmens- und IT-Risikoanalysen:
Wo liegen kritische Schwachstellen?
- Ausarbeitung von Maßnahmen und Empfehlung von Sicherheitslösungen
- Business Impact Analysen
- Wie ist der Compliance-Status Ihres Unternehmens?
- Entwicklung von Sicherheitskonzepten und –empfehlungen
- Wie schafft es Ihr Unternehmen, konkrete Ge- und Verbote im Hinblick auf IT organisatorisch durchzusetzen?

IDEAL
media
face 2016

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

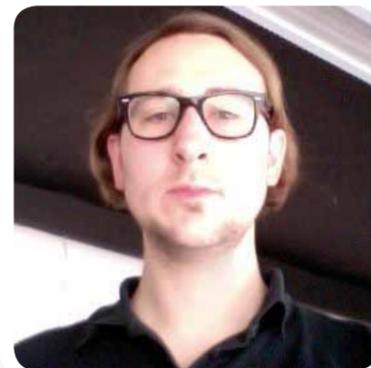
Dr. Frank Innerhofer,
CISA, CRISC, CISM,
CISSP, hat langjährige
Erfahrung in der Ana-
lyse, Bewertung und
dem Management
von Risiken moder-
ner Informations- und
Kommunikationstech-
nologien.

„Die IT ist
das Nervensystem
eines Unternehmens.
Und als solches zu
wichtig, um sie nur
technisch zu betrachten.“

Qualitäts-Service des Monats

Orge. Die langjährigen Kunden schätzen die offene und konzeptionelle Vorgehensweise der systematischen Geschäftsfrau, die mit einem umfangreichen Leistungsportfolio bedarfsgerecht und umfassend betreut. Mit viel Sachverstand und Charisma.

Personalmanagement Gramm
Gudrun Gramm
Rödestasse 15, D-12559 Berlin
Telefon: +49 30 6594 1261
Mobil: +49 172 311 1884
info@PersoGramm.de
www.PersoGramm.de *Orbidea Briegel, Herausgeberin*



Apple Kompetenz satt!

Als Autorisierter Apple Service Provider sorgt Geschäftsführer Roman Prescher mit seinem Team für fachgerechte Reparatur aller Applesysteme und bietet im Rahmen von Apple Care erweiterten Reparaturservice. Zudem wird Vorort Service, Beratung Einweisung, Systempflege, Schulungen für Privat und Geschäftskunden angeboten.

apple help

www.isarmac.de

isarmac.de



Gastronomieprodukte nun auch für Zuhause oder für die Firma.

InductWarm®
IN GASTROS

Mystery Check

www.hgb-oberland.de

Hotel und Gaststätten Beratung

Die Hotel und Gaststätten Beratung Oberland wurde von Andreas Scheuerer gegründet. Am Standort Iffeldorf sind wir für ganz Bayern als kompetenter und leistungsfähiger Partner für alle Beratungsaufgaben rund um Ihr Unternehmen etabliert.

Unsere langjährigen und vertrauensvollen Kundenbeziehungen basieren auf unserer leistungs- und zielorientierten Arbeitsweise, die wir permanent und zeitgemäß auf den sich ständig wandelnden Beratungsbedarf einstellen. Der permanente Erfahrungsaustausch mit unseren Kunden bildet eine solide Basis für die erfolgreiche Abwicklung unserer Beratungsprojekte. Mehr auch zum Mystery Check auf unserer Website.

Produktfoto © Gastros AG



Text Inspektor

„Wir
kaufen dort,
wo wir
verstehen!“

Stefan Gottschling

www.textinspektor.de

Checken Sie Ihre Schreibfähigkeiten...

Über Stefan Gottschling

Autor und Text-Trainer aus Leidenschaft

Texte verkaufen nur dann, wenn sie Kopf und Herz eines Lesers erreichen und eine Reaktion auslösen. Keiner weiß das besser als Stefan Gottschling – erfahrener Trainer, Texter und Berater. Der Dialogmarketing-Experte gilt als einer der führenden Spezialisten für verkaufstarke Texte und Konzepte und leitet den Texterclub und den SGV Verlag. Viele seiner Bücher zählen zu den Standardwerken der Texterausbildung, zahlreiche Unternehmen arbeiten heute mit seinen Systematiken.

Die Fachbücher aus seinem Verlagsprogramm folgen einem strengen Prinzip: Die Inhalte müssen leicht verständlich und umsetzbar sein. Auch in anderen Verlagen haben einige von Gottschlings Büchern Bestseller-Status. Aktuell arbeitet der deutsche PR-Preisträger an Social-Media-Projekten, berät Firmen und setzt seine „So geht’s“-Buchreihe erfolgreich fort. Er ist Vorstandsmitglied des Bundesverbands professioneller Werbetexter Deutschland e.V. (BPWD) und beschäftigt sich als Vorstand des Instituts für messbare Werbung und Verkauf (IMW) unter anderem mit Verständlichkeitsforschung.

Seine Kunst des Textens basiert auf über zwanzig Jahren Dialogmarketing-Erfahrung, einer Verlags- und Agentur Vergangenheit als Werbetexter, Kreativchef und Geschäftsführer. Und auf zahlreichen Firmenprojekten.

Der Einstieg in das Direktmarketing erfolgte 1987 in einem der großen deutschen Fachverlage (WEKA Gruppe).

Anschließend arbeitete er lange mit Prof. Siegfried Vögele zusammen, unter anderem bei Augenkamera-Studien und beim Aufbau des Fachstudiums Direktmarketing an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing. Eigene wissenschaftliche Arbeiten beschäftigten sich unter anderem mit Software-Usability sowie den Blickverläufen in Schulbüchern und Zeitschriften.

Als Gründer und Geschäftsführer einer Multimedia-Agentur (bis 1999) entwickelte Gottschling unter anderem das erste multimediale Skripting-Programm für das Telefonmarketing. Danach war er bis März 2011 Gründungsgesellschafter und Geschäftsführer der Textakademie GmbH mit Schwerpunkten auf Beratung, Workshops und Seminaren. Diesen Fokus verfolgt er seit April 2011 in seinem Texterclub und dem SGV Verlag.

Neben der Verlagsarbeit weiter im Portfolio: Beratung und Begutachtung zu Themen wie Direktmarketing, verkaufstarkes Texten, Unternehmenssprache und Neue Medien. Natürlich steht die Ausbildung von Textern, Journalisten und Marketing-Profis immer noch auf dem Programm.



& Texterclub

www.texterclub.de

„Die Sprache der Wertschätzung bedarf keiner Untertitel, jedoch manchmal die Kenntnisse der unterschiedlichen Dialekte.“

Generationenkommunikation und Lehrmethoden auf modernstem Niveau

Generationen-Coach

Im „War Of Talents“ sind Christiane Paschka's Trainings eine Allzweck-Wunderwaffe für mehr Innovationsgeist und Arbeitgeberattraktivität. Immer, wenn der innerbetriebliche Generationen-Spagat nicht zu gelingen vermag, ist die Spitzen-Expertin mit ihrem extravaganten Alleinstellungsmerkmal zur Stelle. Auf ihr Know-how vertrauen große Unternehmen, wie die Deutsche Bahn, aber auch Familienunternehmen aus dem Mittelstand. Als Mittlerin zwischen Jung und Alt schafft die Generationen-Dolmetscherin es auch, auf der Bühne ihre Zuhörer in den Bann zu ziehen. Denn es geht um Themen, die alle betreffen: Wie integrieren wir den Nachwuchs in die Wirtschaft? Wie wird der einzelne besser verstanden? Wie schaffen wir gemeinsam die Teamleistung zu optimieren? Wie wachsen wir als Unternehmen zusammen?

Innovationen in Unternehmen werden von Menschen gemacht - und wenn diese Menschen eine gemeinsame Sprache finden, dann werden bahnbrechende Entwicklungen möglich. Unter Verwendung von Lern- und Lehrmethoden der neuesten Art kümmert Christiane Paschka's Akademie sich um intelligentes Bildungsmanagement und baut Brücken zwischen den Lernenden und Wissensgebern. Die aktive Unternehmerin bietet mit ihrem Team durchdachte Konzepte und revolutioniert nicht nur die Wissensvermittlung, sondern auch die Integration der Nachwuchsgeneration in Unternehmen. **Für eine punktgenaue „Simultanübersetzung“ der Generationensprachen haben Sie mit Christiane Paschka nun eine erstklassige Adresse gefunden!** *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

www.christiane-paschka.com

ORHIDEAL
**media
face** 2016

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

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

Revolutionierung grauer Trainingswelten

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

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

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

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

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

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

www.niermann-consulting.com

Internationalisierung in die UAE

Ein Team aus erfahrenen Juristen/innen und Wirtschaftsexperten/innen haben sich auf den Markteinstieg in die Vereinigten Arabischen Emirate spezialisiert. Eine Vielzahl von Projekten und Unternehmensgründungen unterstreicht die langjährige Expertise im arabischen Markt. Das Leistungsspektrum reicht von der fundierten Marktanalyse des arabischen Marktes bis hin zur strategischen und juristischen Begleitung eines konkreten Investitionsvorhabens.



www.goinguae.com

Dr. Ines Anders
Prof. Dr. Peter Niermann

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

„Fun ist just
another word
for learning.“

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

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

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

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

Wachstums-Beschleuniger,
Vitalisierungsprofi, Betriebsklima-
verbesserer und Ertragssteigerer:
**mit Klaus Dieter Böse und seinem
Netzwerk können Kunden ihre
Unternehmenspotentiale
Schicht für Schicht aufschlüsseln**

ORHIDEA
media
face 2016

Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

„Mit Ihnen
Zukunft gestalten -
das ist meine Mission.“

www.klaus-dieter-boese.de

**Der Zukunftsblick auf ihre unternehmerische Landkarte des Erfolges:
Bekannterweise führen „viele Wege nach Rom“...
aber welcher Weg ist für Sie der richtige?**

**Welche Strategien haben Sie um vorausschauenden agieren zu können? Was ha-
ben Sie getan um sich schon heute einen Vorsprung zu sichern? Was waren Ihre
bisherigen Maßnahmen, um einen zukünftigen Fachkräftemangel zu verhindern?**

Neue Wege bringen Ihnen viele Nutzen: wie z.B. Management und Führung im Ein-
klang, motivierte Mitarbeiter durch Einbeziehen, Fördern und eingeräumter Freiheit in
Entscheidungen und Umsetzung von Zielen, Arbeitgeberattraktivität, hoher Identifikati-
onsfaktor mit dem Unternehmen; intern und extern, Kostenoptimierung und Steigerung
der Leistungsperformance, Auslastung verbessern, Erhöhung der Lieferverfügbarkeit,
Steigerung der Liefertreue und vieles mehr.

Überlebensfähigkeit von Unternehmen
durch gesundes Wirtschaften

Kluger Wegweiser mit System

Mit dem sympathischen Rundumdenker Klaus Dieter Böse und seinem Partnernetz-
werk bekommt GESUNDES Wirtschaftswachstum für mittelständische Unternehmen
eine neue Dimension. Der Optimierungsprofi sorgt mit systemischen Ansätzen, einem
umfangreichen Methodenkoffer und interdisziplinärem Erfahrungsschatz dafür, dass
Mittelständler die Zeiten des Wandels in jeder Hinsicht gut überstehen. Klaus Dieter
Böse packt keine Standardlösungen aus, sondern taucht - ganz ohne den üblichen
unternehmensberaterischen, erhobenen Zeigefinger - in die Tiefe der Unternehmens-
bedürfnisse ein, um ganz gezielt die wirklich richtigen und individuell passenden Maß-
nahmen umzusetzen. Vor allem sein Improvisationstalent und der Blick-über-den-Teller-
rand wird von seiner Zielgruppe geschätzt. Als Vorsprungschaffer bringt er Teams zu
Spitzenleistung! „Meine Mission steht für GESUNDE Unternehmen, Mitarbeiter und Men-
schen privat. Ich stehe dafür, dass wir mit einer gesunden Kultur Zufriedenheit, Produk-
tivität, Wertschätzung und Identifikation im Unternehmen, beruflich und privat, besser
leben können.“ Lassen Sie Ihre bisherigen Erfahrungen zum betrieblichen Gesundheits-
management in der alten Schublade und **entdecken Sie neue Wege mit Klaus Dieter
Böse: Meilensteine für Ihren Erfolg sind Ihnen dann gewiss!** *Orhidea Briegel, Herausgeberin*



KLAUS-DIETER BOESE
SYSTEMISCHE BERATUNG

„Pole-Position für kleine und
mittlere Unternehmen: mit der
passenden IT Umgebung extrem
flexibel reagieren und schneller sein
als der Wettbewerb!“

OR IDEAL
**media
face** 2015
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Sorgt für AHA-Effekte:

Antje Schuele erklärt
verständlich
die Chancen mit
der Cloud...



Antje Schuele
IT für kleine Unternehmen

Telefon: +49 89 95477455
antje.schuele@it4smb-net.de

www.it4smb-net.de

Spielen Sie bereits auf der kompletten digitalen Klaviatur ?



Expertin Gudrun Gramm

Personalmanagement Gramm ist eine im deutschsprachigen Raum agierende Berliner Personalberatung mit einzigartigem Background verbunden mit einem bundesweiten Netzwerk von Spezialisten im Personalbereich.

www.PersoGramm.de

Viele Unternehmer erkennen erst nach und nach, dass die digitale Welt alle Prozesse verändert!

Die Digitalisierung von Arbeitsprozessen ist eines der Hauptthemen, insbesondere für klein- und mittelständische Unternehmen. Welche Möglichkeiten gibt es für mehr Wettbewerbsfähigkeit, effizienteres Arbeiten und einer gesteigerten Mitarbeiterzufriedenheit?

Nicht nur die Wirtschaft befindet sich in einem digitalen Umbruch. Nein, es betrifft jede einzelne Person. Es haben sich unsere Kommunikation, unser Einkaufsverhalten, der online-Handel sowie die Medienberichterstattungen und nicht zu vergessen, das Leseverhalten enorm verändert. Wikipedia ersetzt den Duden und das gute deutsche Lexikon. Sucht man einen Ort, googelt man erst einmal. Die digitale Entwicklung von Handys ist rasant, sodass man sich nicht leisten kann, diesen Fortschritt zu ignorieren.

Wie schnell wird sich der aktuelle Zustand des technischen Fortschritts weiter entwickeln? Unternehmen müssen geschäftskritische Entscheidungen schneller treffen können!

Welche Kriterien werden hauptsächlich die kleinen- und mittelständischen Unternehmen verändern?

Mit diesen und den folgenden Themen werden sich die Unternehmer in Zukunft auseinander setzen müssen.

Die Erreichbarkeit im Internet muss gewährleistet sein. Unternehmen ohne eigene Internetpräsenz sind für ihre Kunden unerreichbar! Wie aus den

Medien bekannt ist, verfügt jedes 5. Unternehmen in Deutschland über keine eigene Internetpräsenz! Viele Firmen besitzen veraltete Internetseiten, die weder gepflegt noch optimiert wurden.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Digitalisierung von internen und externen Arbeitsprozessen in der Industrie (Industrie 4.0) sowie in der Verwaltung vieler Unternehmen und Einrichtungen (Arbeiten 4.0).

Die Digitalisierung von internen Strukturen und Verwaltungsprozessen, von Daten, Dateien unterschiedlichster Art bringen einen enormen Mehrwert für Unternehmen. Arbeiten 4.0 heißt dieses brisante Thema. Die Entwicklung hat es gezeigt. Noch vor 10 Jahren konnte sich kaum jemand vorstellen, welche rasante Entwicklung das Internet speziell für Unternehmen machen würde!

Die Anforderungen an die Mitarbeiter in der Verwaltung haben sich ebenfalls verändert. Ständige Weiterbildung und das technische Verständnis sind hier von sehr großem Vorteil und Nutzen. Hierzu zählt u. a. die Erstellung und Speicherung von Daten jeder Art, von Dokumenten und Formularen. Es geht nicht nur um die an mehreren Orten gesicherte Speicherung der Daten. Die IT-Sicherheit ist im Zuge der zunehmenden Digitalisierung zu einem Dauerthema für die Unternehmen geworden. IT-Dienstleister müssen zusätzlich die steigenden IT-Sicherheitsanforderungen berücksichtigen.

Für die Datenmengen sollten verschiedene Orte der Datensicherung ausgewählt werden. Notwendig und unabdingbar sind die unterschiedlichen Zugriffsberechtigungen der Personen, die mit den

jeweiligen Dokumenten und Dateien arbeiten. Cloud-Lösungen werden inzwischen von verschiedenen IT-Unternehmen angeboten. Durch die digitale Vernetzung wird die Zusammenarbeit in den Firmen optimiert, der online Umsatz wird gesteigert und die Firmendaten werden optimal in der Cloud gespeichert: hochverfügbar, kostengünstig und hochsicher!

Es werden Echtzeitprozesse generiert. Die Entwicklung des online-Handels hat eine enorme Entwicklung erreicht. Ein online-Shop muss ständig gepflegt und aktualisiert werden. Er bietet den Unternehmen zusätzliche Einnahmen ohne zusätzliche Geschäftsstellen errichten zu müssen. Es besteht die Möglichkeit des weltweiten online-Handels.

Bei allen Prozessoptimierungen sollte man die Suchmaschinenoptimierung (SEO) für die eigenen Internetseiten nicht vergessen. Hier gibt es Experten, die das Ranking der einzelnen Suchbegriffe in Google ermitteln und entsprechend dieser Trends den Text für Firmen-Internetseiten erstellen. Dadurch werden die Traffics der Internetseiten erhöht.

Vorteile für Arbeitnehmer:

Das Arbeiten von jedem beliebigen Ort aus und vom Home-Office aus wird möglich. Flexible Arbeitszeiten, ein ganz wesentlicher Vorteil für die Vereinbarung von Familie und Beruf. Die Bevölkerung wird immer älter. Oftmals werden die Senioren von den Familienangehörigen betreut. Zusätzlich werden flexible Arbeitszeiten für die Betreuung der Kinder dringend benötigt.

„IT und Empathie sind eine perfekte Symbiose!“

Weitere Vorteile für Arbeitgeber:

Das Arbeiten ist durch die flexiblen Arbeitszeiten, Büros, Arbeitsplätze von jedem Ort aus gewährleistet. Die Arbeitnehmer sind nicht mehr an einen bestimmten Arbeitsplatz gebunden. So spart der Arbeitgeber Investitionen für die Ausstattung von neuen Arbeitsplätzen und neuer Technik. Durch eine effiziente Personalplanung können die Arbeitsplätze der sich im Urlaub befindenden oder kranken Mitarbeiter genutzt werden. Es entsteht kein Leerstand und es gibt keine ungenutzten Büros oder Technik.

Der Zugriff auf alle Daten und Dateien ist von jedem Ort aus möglich! Die Unternehmen sparen zusätzlich Büromaterial, viel Platz, Kopierkosten und Druckkosten. Ein schnellerer Zugriff auf alle digitalisierten Daten erspart ein langes Suchen in Ordnern und Archiven.

Wichtige Entscheidungen der Geschäftsführung werden von jedem Ort aus möglich!

Die Finanzverwaltung hat in ihrem BMF-Schreiben vom 14.11.2014 die Grundsätze zur ordnungsgemäßen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie den Datenzugriff (GoBD) umfassend überarbeitet und an die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft angepasst. Die Steuerberater fordern die papierlose, prüfungskonforme Datenarchivierung. Eine entsprechende Software wird den Unternehmen die Kommunikation mit dem Steuerberater und dem Finanzamt erleichtern. Auch hier ist der digitale Zugriff auf die Daten gewährleistet.

Mit zu berücksichtigen ist die Kompatibilität der Software und Schnittstellen zu den einzelnen Fachabteilungen. Der Datenaustausch muss weiterhin gewährleistet sein.

Um wettbewerbsfähig und am Markt auch weiterhin bestehen zu können, sollten diese Themen zeitnah von den Unternehmern geplant, begleitet und umgesetzt werden. Gut qualifizierte IT-Fachkräfte sind immer mehr gefragt und werden auch in Zukunft von den Firmen entsprechend eingesetzt.

www.PersoGramm.de



Nie mehr dicke Luft

Menschen halten sich bis zu 90% des Tages in Innenräumen auf. Einen großen Anteil dieser Zeit verbringen wir oftmals im Büro.

Eine der größten Feinstaub- oder Schadstoff-Quellen in Büroräumen sind z.B. Laserdrucker, Glattböden oder auch Klimaanlage. Beim Betrieb von Klimaanlage besteht z.B. generell die Gefahr, dass sich in den Filtern und Luftführungen der Geräte Krankheitserreger ansammeln. Viren oder Bakterien können sich hier ungestört vermehren und so den Gesundheitszustand beeinträchtigen. Darüber hinaus hat der DAAB (Deutscher Allergie- und Asthmabund) in einer Studie einen Anstieg von Feinstaub in Räumen mit Glattböden festgestellt.

Hiernach liegt die Feinstaubbelastung in Räumen mit Glattböden mit $62,9 \mu\text{g}/\text{m}^3$ deutlich höher als der gesetzliche EU-Grenzwert von $50 \mu\text{g}/\text{m}^3$.



Kleine Staubpartikel dringen tiefer in die Atemwege ein als größere. Dadurch gelangen sie in Bereiche, aus denen sie beim Ausatmen nicht wieder ausgeschieden werden können. Der Feinstaub kann auf Dauer die Ursache chronischer Atemwegserkrankungen wie Husten, Asthma und Bronchitis sein.

Die Luftmed Luftreiniger sind mit ihrem weit entwickelten Filtersystem und der AIT-Technologie (Ionisation) ausgestattet. Die Geräte sind in der Lage auf Basis der Schadstoffe in der Luft die korrekte Ionenkonzentration in den Raum abzugeben, um so jegliche Feinstaubbelastung, Bakterien, Viren etc. zu eliminieren.

Das Resultat: Eine spürbar gereinigte Luft mittels Ionen-Reaktionen ähnlich der Funktion eines Wasserfalls.

www.luftmed.de

Schall absorbieren

„Der Vorher/ Nachher-Effekt des Sound Butler hat uns einfach überzeugt. Bereits die Produkt-Demonstration vor Ort hat uns überzeugt. Mit nur vier Sound Butler-Elementen auf mittelgroßer Fläche konnten wir für unseren Schulungsraum ein sehr überzeugendes Ergebnis erzielen.“

Holger Witte, Leiter Work Services, Production, MAN Diesel & Turbo SE

(R)Evolution in moderner Akustik

Orhideal IMAGE: Frau Dr. Friebel, Sie sind Physikerin und waren sehr aktiv und bekannt im Bereich der Managementberatung. Die PHONEON GmbH gründeten Sie, um sich leidenschaftlich Akustiklösungen zu widmen. Wie passt das zusammen und wie sind Sie auf die Idee gekommen, den Sound Butler® zu entwickeln?

Susanne Friebel (lächelt): Der erste Sound Butler® entstand einst aus Eigenbedarf: In unseren Räumen machte ungünstige Akustik Telefonkonferenzen und Gespräche nahezu unmöglich. Ich wollte ja keine akustische „Katze im Sack“ kaufen, sondern für mein Problem eine einfache, unmittelbare, mobile und bezahlbare Lösung. Nachdem ich sehr teure, zeitaufwendige Umsetzungsideen eingeholt, viel Fachsimpelei angehört hatte, stellte ich die Marktlücke fest. Mit Physiker-Kollegen entwickelte ich die Sound Butler in Zusammenarbeit mit Architekten und Designern. Dass wir das Problem zunächst durch die Brille der Physiker betrachten konnten, war der Reiz dabei.

Orhideal IMAGE: Und auch der Erfolg. Physik ist doch immer wahnsinnig kompliziert, oder? (Wir lachen.)

Susanne Friebel: Wie Sie sehen, verlangen komplexe Probleme nicht zwingend nach komplexen Verfahren. Unsere Produkte nutzen elementare physikalische Prinzipien und sind in ihrer Konzeption ebenso einfach wie überzeugend. Sie hören sofort den Unterschied.

Orhideal IMAGE: Wie sieht das in der Praxis aus?

Susanne Friebel: Entscheidungsträger holen sich PHONEON-Handelspartner in ihre repräsentativen Räume, um sich die Akustik-Optimierung live vorführen zu lassen. Unsere Absorber fügen sich harmonisch in die Raumumgebung ein und reduzieren sofort den Nachhall. Dieses sofortige Ergebnis mit angenehmen Raumklima weckt natürlich den „Besitzwunsch“, dem wir auch sofort entsprechen können. Wir helfen bei der richtigen Auswahl und Positionierung. Einfach Aufstellen, fertig und zurück zum Tagesgeschäft, ist das Motto.

Orhideal IMAGE: Plug & Play, so könnte man es nennen?

Susanne Friebel: Richtig. Aber das trifft es nur in der Einfachheit. Denn, wir brauchen ja weder Strom dafür, noch spielen wir Ton ab. Der Butler schluckt den Schall.

Orhideal IMAGE: Ihr Produkt hatte sich sehr schnell zum Renner entwickelt. Haben Sie damals bei der Gründung mit dem schnellen Erfolg gerechnet?

Susanne Friebel: Ganz ehrlich. Der Sound Butler hat Entscheider in der Testphase sofort überzeugt, durch seine flexible Einsatzmöglichkeit und erstaunliche Leistungsfähigkeit. Da wußte ich, ok, wir gehen aufgrund der Nachfrage direkt in Serie – in Manufakturqualität „made in Germany“. Dies war die Geburtsstunde von Phoneon.

Orhideal IMAGE: Und wie reagiert der Fachhandel?

Susanne Friebel: Zu unserer Freude ausgezeichnet. Es ist ein Produkt, das sich gut verkauft. Interessenten können den Sound Butler in eigenen Räumen testen. Den Test-Wunsch unter Servicetelefon 0800 - 366 9990 anmelden: wir leiten ihn an einen kompetenten Aussendienstmitarbeiter oder Fachhandelspartner/Architekten in Ihrer Nähe weiter. Dieser meldet sich dann bei Ihnen, um eine Teststellung vor Ort durchzuführen.

Vom kleinen Tagungsraum über Loft-Büro mit Glas bis zur Altbauwohnungen mit Parkett und Stuck: der Sound Butler leistet seine Dienste zuverlässig für ein angenehmes Raumklima und konzentriertes Arbeiten



„Wir sprechen die Sprache der Entscheider.“

Jetzt testen !

Phoneon® GmbH
Maria-Theresia-Str. 3
D-81675 München

Tel: +49 89 8905 4386
test@phoneon.eu

www.phoneon.eu

„Knoten-
stress
ade!“

Robert Mücke über seinen
Serviceanspruch im Krawattenmarkt

Ein Backstage **Blick**

Orhideal IMAGE: Herr Mücke, was steckt hinter „Gebundene-Krawatten.de“?

Unser Kerngeschäft sind hochwertige und preiswerte Krawatten. Eine ständig wechselnde Auswahl an klassischen aber auch stylischen Krawatten finden Sie in unserem Onlineshop. Onlineshops für Krawatten gibt es natürlich sehr viele. Wir gehen einen entscheidenden Schritt weiter! Was nützt Ihnen die schönste Krawatte, wenn Sie diese nicht auch schön binden können? Deshalb binden wir Ihnen die Krawatte schon mit einem doppelten Windsorknoten von Hand. Sie müssen die Krawatte also nur um den Hals legen, zurecht ziehen und fertig ist das perfekte Outfit.

Wer kauft bei Ihnen ein?

Unsere Zielgruppe sind logischerweise Krawattenträger. Ein Teil unserer Kunden kann die Krawatten wirklich nicht selbst binden und bestellt sie daher mit Knoten. Ein anderer Teil findet unser ständig wechselndes Sortiment einfach schön und bestellt die Krawatten ohne Knoten, auch das ist natürlich möglich.

Eine schlecht gebundene Krawatte stört nicht nur das beste Foto, es macht insgesamt einen schlechten Eindruck...

Und wie! Eine schlecht gebundene Krawatte mit vielleicht noch einem kleinen Kaffeefleck und fertig ist

der erste schlechte Eindruck, für den es keine zweite Chance gibt! Ich betone immer: Unterschätzen Sie die Krawatte nicht! Viele Krawattenträger haben ca. 4-5 Lieblingskrawatten und tragen diese auch Woche für Woche und Monat für Monat. Dabei können Sie mit einer neuen Krawatte ihr komplettes Outfit aufwerten und ich helfe Ihnen dabei!

Ihr Service ist exklusiv und davon schwärmen Ihre Kunden! Das beinhaltet?

Ein hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis: Wir bieten Ihnen geschmackvolle Krawatten zu günstigen Preisen. Dazu unseren kostenlosen Bindservice der eigentlich unbezahlbar ist. Wer schon selbst versucht hat seine Krawatte zu binden und nach dem zehnten unglücklichen Versuch genervt war, weiß wovon ich rede. Und auch die Versandkosten übernehmen wir für Sie!

Dann freuen wir uns über Ihre Mitwirkung und Mitverteilung von Orhideal!

Dito! Ganz meinerseits. Wir sind immer an Kooperationen mit anderen Unternehmen interessiert und natürlich auch für neue Ideen offen und freuen uns über jede Kontaktaufnahme!

Hotline: 09503 5040639
www.gebundene-krawatten.de



**GEBUNDENE
KRAWATTEN.DE**

Kooperation



von und mit
Bestseller-Autor
Kishor Sridhar

Diesmal
im Interview
mit Tom Zorc

Erfolg-Macher

„Mit dem Sridhar System
wird abteilungs-
übergreifendes
Arbeiten
organisiert.“



Krisen-Impfung • ISBN 978-3-86881-369-2 • 272 Seiten

Wie Sie andere dazu bringen, das zu tun, was Sie wollen
ISBN 978-3-86881-553-5 • 240 Seiten

Alles hört auf mein Kommando
ISBN 978-3-86881-594-8 • 224 Seiten



Wir gratulieren...

10 Jahre Gesprächstherapie liquere

10 Jahre Ulrike Hailer • 'liquere-Gesprächstherapie'
Berufung leben – glücklich sein

„Berufung ist eine besondere Befähigung, die jemand als Auftrag in sich fühlt“ Ulrike Hailer ist ihr ganzes Leben diesem „Auftrag“ gefolgt. Beginnend als Künstlerin mit dem Blick für Essenz und Schönheit, beschäftigte sie sich ab 1997 als Werbekauffrau mit Menschen und deren Wünschen und wechselte ab 2003 in den Bereich der Lebensberatung. Seit 2005 unterstützt sie andere, ihre Berufung zu erkennen und freudvoll zu leben. Dazu entwickelte sie eine eigene, moderne Methode, die 'liquere-Gesprächstherapie', welche psychische, wie körperliche Blockaden löst. Ausgehend von der Reflektionsfähigkeit des Patienten geht Ulrike Hailer empa-

tisch und zielsicher in die Tiefen seines Unterbewusstseins, ohne zu manipulieren oder aktiv einzugreifen. Ihr Credo „Der Plan liegt immer im Unterbewusstsein - die Kunst ist es, ohne schädliche Manipulationen so tief ins Unterbewusstsein zu kommen, dass die Ursachen der psychischen oder körperlichen Probleme erkannt und gelöst werden können“. Damit hat Ulrike Hailer viel Erfahrung.

Ein Patient: „Ulrike Hailer geht in ihrer Arbeit intuitiv an die Basics der Probleme und kommuniziert sie dann so empathisch, dass es mir Spaß macht, so intensiv an mir zu arbeiten“. Seit 2011 unterrichtet sie die 'liquere-Gesprächstherapie' für alle, deren Berufung Therapeut oder in irgendeiner Ausprägung Coach ist.



www.liquere.de
www.heilpraktiker-sein.de

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



Berufung leben
glücklich sein

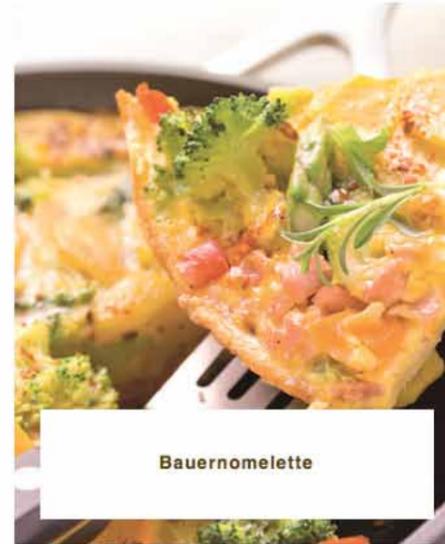


Schuhbecks
Kochclub

Alfons Schuhbeck empfiehlt heute

Verschenk es!

www.schuhbecks-kochclub.de



Bauernomelette



Wacholderbutter



Arabische Gewürzbutter



Spanische Lavendelbutter



Figaros Brotzeit: Bruschetta mit
Leberwurst-Ricotta-Aufstrich



Obazda "O sole mio" mit Grissini
und Radieserlsalat



Strammer "Massimo" mit Schinken
und Wachteile



Brotzeit mit Fleischpflanzerl,
Eier- und Wurstsalat



Gebrühter Krautsalat

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

u.a. Finden und Programmieren von Sonderlösungen

einen guten Start in ein erfolgreiches, gesundes 2016

*Orhidea Briegel und Co.
Personenmarketing-Strategin
für Unternehmer seit 1992
Orhideal Visuelles Storytelling
Erfolgsformel Emotionalisierung
im Marketing*

„....wenn
Ihr Marketing
persönlich
werden soll.“

