

Juni 2022 • Sonderedition
25 Jahre Orhideal
www.orhideal-image.com



Begegnung mit
Alexander Lehmann
Projektentwicklung
QUBO by alexander GmbH

Unternehmer des Monats

Sonderdruck der Titelstory

ORHIDEAL[®]
IMAGE

PR-Marketing-Kooperation im Podium der Starken Marken



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das
**objektiv
gesehen**

Back to the Woods!

Wie Unternehmer und Massivholz-Mastermind Alexander Lehmann mit der hohen Baukunst der QUBOlogie den Wohnungsmarkt aus der Krise rettet und mittels gut durchdachter „Standualisierung“ Wohlfühloasen nach Maß und doch bezahlbar „von der Stange“ schafft.

Projektentwicklung neu gedacht:
Realisierte Nachhaltigkeit dank

QUBO Master

„Andere reden
über Nachhaltigkeit.
Wir setzen sie um!
Mit Qubo Qualität!“

www.alexander-lehmann.info

Wenn Ökologie gewinnbringend wird, dann war es QUBO by alexander GmbH. Das betriebswirtschaftliche Konzept hinter der starken Marke ist überzeugend: für Investoren, Standortförderer, Projektentwicklung, Vertriebsprofis, die Nutznießer, aber auch für die ganze Gesellschaft. QUBO ist Alexander Lehmanns Antwort auf das Problem des Flächenmagels, der Versiegelung und Wohnungsnot. Der ideenreiche Massivholzkönner beweist mit seinem interdisziplinärem Team täglich, dass Naturverbundenheit, naturkonformes Bauen, nachhaltige Projektentwicklung sehr bodenständig und rentabel umsetzbar sind. Mit viel Passion gibt Visionär Alexander Lehmann seinen Partnern und Auftraggebern interessante Impulse und pragmatische Lösungsansätze für die Fehlentwicklungen unserer Zeit. Seine Attribute, wie Ausdauer, Improvisationstalent, intuitives Leadership, Gespür runden die Fachkompetenzen aus langjähriger Praxis ab und sorgen für Umsetzung mit Herz und Verstand. Ihm gelingt es, die Tradition in den Fortschritt zu integrieren, so dass die Projektideen nicht nur ökologisch korrekt, gesellschaftlich nützlich, sondern auch bezahlbar und realisierbar werden. QUBO ist Bau(r)evolution und Sinnvestieren in Vollendung. Ich klopfe auf Holz, dass QUBOlogie weiter um sich greift. Ein gutes Wohn- und Arbeitsklima wünscht Ihnen, *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

Intelligente Modulbauweise



QUBO by alexander GmbH

Die hohe Kunst der QUBOlogie: Naturkonforme Baukonzepte



Das Interview führten wir in Kooperation mit der www.dress-manufaktur.com (Exklusive Berufsbekleidung - Titelstory Januar 2019)

IMAGE: Herr Lehmann, Sie stellen Massivholzhäuser mit einem Modulo-System her. Das sind Komplettlösungen für den Kunden. Wie kamen Sie dazu und welche Gründungsidee verbirgt sich darin?

Alexander Lehmann: Heutzutage muss Wohnraum kompakt und energieautark gebaut werden. Der Trend geht hin zum schnellen, ökologisch korrektem Bauen von standardisierten, aber dennoch individuell ausgestalteten Häusern. Aufgrund meiner großen Praxiserfahrung auf der Baustelle, sowie Produktion als auch Abbundtechnik, kam ich auf die Idee, die Herstellung von Holzhäusern durch Module zu optimieren. Dabei wollten wir trotzdem jedem Hausbesitzer die Möglichkeit des individuellen Designs bieten. Aus dieser Idee ist QUBO entstanden.

IMAGE: Sie arbeiten per Auftrag, wie beispiels-

weise gerade bei der aktuell gefertigten Ferienanlage, und entwickeln auch selber Projekte. Ist das richtig?

Alexander Lehmann: Ich bevorzuge letzteres. Hier kann ich unserem Motto „Alles aus einer Hand“ am besten gerecht werden. Unsere Projektentwicklungsideen sind eine runde Sache für Wohnanlagen im Grünen, Best-Ager-Domizile, Freizeiteinrichtungen, Kindergärten, Mitarbeiter-siedlungen, generationsübergreifendes Gemeinschaftswohnen und vieles mehr. QUBO steht als Marke nicht nur für die nachhaltige Bauart, sondern auch für unsere Arbeitsweise.

IMAGE: Verstehe. Dann sind Sie ein interessanter Ansprechpartner für Gemeinden, Investoren und Standort-Entwicklung, da Wohnraum immer knapper und teurer wird. Ich kann mir vorstellen, dass die Planung und Organisation derart komplizierter Bauvorhaben nicht nur enorme fachliche Kenntnisse und betriebswirtschaftlichen Weitblick erfor-

dert, sondern auch Flexibilität in der Umsetzung. Welche charakterlichen Eigenschaften muss man als Projektentwickler mitbringen, um alle diese Module zur richtigen Zeit an den richtigen Platz zu setzen, dass Ihnen der Kopf nicht schwirrt? (er lacht)

Alexander Lehmann: Mit der richtigen Arbeitsvorbereitung und einem coolen Kopf schafft man's! Effektive Planung und synchronisierte Arbeitsabläufe helfen bei so einem Bau enorm. Es geht ja nicht nur um klassische Projektentwicklung, sondern auch um die Innovation im Sinne von ökologisch intelligentem Bauen. Unser CO₂ Fußabdruck soll möglichst klein sein. Wir verbinden traditionelles Wissen mit den neuesten technologischen Möglichkeiten. Außerdem habe ich meinen eigenen Führungsstil, was auch sehr hilfreich ist!

IMAGE: Die QUBO Planung und den Bau von Massivholzhäusern in Modulbauweise gibt es schlüsselfertig, aber auch gleich fertig möbliert. Was kommt beim Kunden besser an?

Alexander Lehmann: Das hängt von seinem Bedarf

Gelebte Unternehmenswerte der Marke QUBO:

Hohe Qualität, Nachhaltigkeit, Gesundheit Naturverbundenheit stehen hier nicht nur auf dem Papier

QUBO-NATOR und Managementprofi
Alexander Lehmann, der nur mit kleinem CO₂ Fußabdruck tanzt: Die hohe Kunst seiner QUBOlogie beherrscht das Team rund um den zielstrebigsten Frontmann der Marke, der mit Massivholz-Projekten die Welt wohnlicher und besser macht.

Standortentwickler, Kooperationspartner und Endverbraucher schätzen seine unver-schnörkelte Art, mit QUBO by alexander GMBH Naturholzoasen für höchste Lebens-qualität zu erschaffen.



In der Halle vorgefertigt - auf das Terrain geliefert

Das QUBO Team vereint langjährige Erfahrung aus

- der Projektentwicklung und Management
- Holzbau: Massivholzwände und -häuser
- Fertighausbau & Innenarchitektur/-einrichtung, Design
- Bauphysik & -statik, Tragwerksplanung, Ingenieurbau
- verschiedenen Gewerken, wie Tischlerei, Zimmerer
- Holz- & Landwirtschaft, Gartenplanung & Permakultur



„Hurra, hurra - Qubo ist da“,
sagen die Fans, wenn sie ihr Massivholzhaus am Horizont erblicken!
Holz ist ökologisch und langlebig. Dieser genialer Baustoff entwickelt
seine Massivholz-Vorteile ganzjährig - speichert im Winter die Wärme und im
Sommer die Kühle, dämmt ohne Schimmelbildung und gleicht die Raumluft-
feuchte aus. Seine Holzoberfläche nimmt schnell die Lufttemperatur der hoch-
geheizten Innenräume an und sorgt für eine wohlige Behaglichkeit ohne kalt
abstrahlende Wände. Massivholz zaubert ein wohlriechendes Wohngefühl,
das man sofort spüren kann und spart dazu deutlich Heizkosten.

„Das QUBO Versprechen:
kein Baustress für Auftraggeber!“

www.alexander-lehmann.info

Knapper Wohnraum, schlechte Wohnsituation & hohe Kosten - Die nachhaltige Lösung: QUBO mit Praxisbeispiele für Fachmedien



Publikumswirksame Themen für ökologisch korrektes Bauem

- Projektentwicklung der Zukunft
- Holzbau und CO2 - die beste Lösung?
- Wie Ökodorfgesellschaften die Gesellschaft verbessern
- Wenig Fläche, viel Bedarf: Wie gelingt der Spagat
- Das Problem der Versiegelung lösen
- Beispielprojekte nachhaltiger Wohnprojektideen

Die Diskrepanz zwischen Bevölkerungsentwicklung und schleppendem Wohnungsbau führt zu einer Wohnkrise in Deutschland. Diese Knappheit wird durch Binnenwanderung und Rückgang des Sozialwohnungsbestandes verstärkt. Komplexe Baustandards und die Zweckentfremdung von Wohnraum verschärfen die Lage! Außerdem entwickelt sich der Trend zu Singlehaushalten zunehmend. Viele Gründe, warum Unternehmer und Massivholzkönner Alexander Lehmann auf nachhaltige Baukonzepte setzt.

„Die QUBO VISION:
Innovative, nachhaltige Wohnkonzepte
mit geringer Versiegelung und wenig
Flächenverbrauch, zusammengeschlossen
in Ökodorfgemeinschaften aus unseren
barrierefreien Mini-Häusern.“



Podium der Starken Marken

ORH IDEAL[®]

IMAGE

WORKPLACE

Top-Kennzahlen - betriebswirtschaftlich und ökologisch
 Der Montagecharakter beschränkt den Aufbau von QUBO auf eine ungeahnt kurze Zeit. Die Reduzierung von Zeit- und Materialaufwand spart unnötige Kosten! Serien-Individualität erfüllt die Design-Wünsche!

Geplant in der Werkstatt und in viele gleiche Moduleinheiten gesägt, werden die Module auf Ort und Stelle zusammengebaut! Hoher Qualitätsstandard und Individualität sind allgemein gefragt und QUBO by alexander GmbH erfüllt die Erwartungen. „Im Werk laufen noch die letzten Module vom Band, während Ihr Gebäude vor Ort bereits montiert wird, sodass Sie Ihr Massivholzhaus schon nach kurzer Zeit besichtigen können. Damit prägen wir eine nachhaltig ökologische Bauweise, die begeistert!“

„QUBO schafft Tiny-House-Raumwunder als Lösung für knappen Wohnraum.“

ab. Der Kunde ist König! Er bestimmt im Fall einer Innenausstattung die Farbgebung und die Komponenten aus unseren Vorlagen. Und ein Energiekonzept bekommt er nach Wunsch auch dazu! Wir koordinieren unsere Architekten, Gartenplaner für Permakultur und weitere Fachleute.

IMAGE: Gibt es Besonderheiten in Ihrem Kerngeschäft bzw. Ihrem Leistungsportfolio, die Sie vom Wettbewerb unterscheiden?

Alexander Lehmann: Qubo steht für nachhaltige Materialien und schnelle Bauzeiten. Die QUBO Philosophie ist: kein Baustress für den Kunden! Zurzeit sind Konzepte für Homeoffice und Gartenplanung für den Eigenanbau von Gemüse zur Selbstversorgung sehr gefragt. Außerdem ist barrierefreies Bauen noch lange kein Standard. Deshalb geht QUBO als exklusiver Anbieter einer generationsübergreifenden Lösung besonders auf die Bedürfnisse der Generation 50+ ein. Im Gegensatz zu den bestehenden Marktbegleitern bieten wir eine Kombination aus Design, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit und Materialien höchster Qualität als Standard.

IMAGE: Momentan ist ja gerade ein

Hype bezüglich Tiny Houses. Da sind Sie mit QUBO voll im Trend, oder?

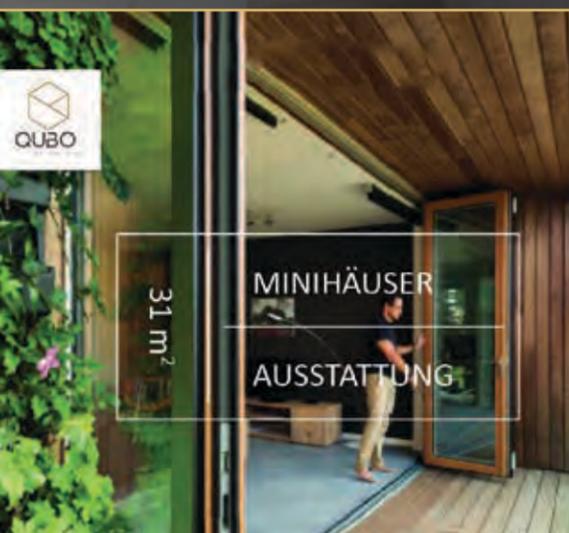
Alexander Lehmann: Ja und nein. Ich empfinde die Tiny House Bewegung oft als zu dogmatisch. Unsere Module kann man zusammen stellen, wie man es braucht. Kleine, mittlere und große Einheiten sind möglich. Unser Fokus ist also nicht vordergründig auf der Wohngröße, sondern auf der Lebensqualität! Im Wohnbau muss es grundsätzlich einen Paradigmenwechsel geben. Mit QUBO realisieren wir meine ganz eigene Interpretation von Tiny Houses.

IMAGE: Sie denken also, dass das Drucken von Häusern nicht die Zukunft sein wird?

Alexander Lehmann: Solange man nicht mit Massivholz drucken kann, nein. *(Wir lachen)* Im Betonkasten wollen viele nicht mehr sitzen. Zumindest nicht unsere Zielgruppe!

IMAGE: Ja, aber Investoren wollen ja auch etwas Haltbares haben?!

Alexander Lehmann: Richtig, Frau Briegel! Haben Sie noch nichts von nordischen Stabkirchen gehört? Die sind bis zu 1000 Jahre alt. Ein Holzhaus ist so beständig wie ein Steinhaus! Die technische Lebensdauer



Technologie und Naturverbundenheit sind kein Widerspruch. QUBO Kunden wählen aus verschiedenen Innenausbau-Vorlagen ihre passende Lösung aus. Mit QUBO vereint der ideenreiche Umsetzer zahlreiche Aspekte:

„Mein Ziel ist es, traditionelles Wissen mit der Moderne zu verbinden. Bauprozesse stetig zu optimieren, ist unser Ziel. Dabei setzen wir hohe Standards, die wir auf den jeweiligen Kundenwunsch anpassen können“

Top-Produkte für Vertriebsprofis

er kann bei normaler Instandhaltung mehrere 100 Jahre betragen. Der Umweltaspekt ist auch nicht zu verachten: Der Rohstoff Holz wird mit CO₂, Wasser und Licht umweltfreundlich von der Natur hergestellt. Wird dieses Holz verbaut, bleibt das CO₂ darin gebunden. Ökobilanz und Klimaschutz stimmen hier perfekt! Holz hält lange, ist ein optimaler Umweltschutz und bringt dabei das beste Wohnklima! Nachhaltiger geht's nicht!

IMAGE: Ok, überzeugt! Und wer ist denn die QUBO Zielgruppe für diesen gehobenen Anspruch auf Lebensqualität?

Alexander Lehmann: Unsere Zielgruppe ist zunehmend die Generation 50Plus oder ökologisch-bewusste Bauherren, aber auch immer mehr LOHAs.

IMAGE: Aber holla, was sind LOHAs? Können Sie das unseren Lesern erklären?

Alexander Lehmann: Sie kennen den Begriff nicht? Auf dem Orhideal Podium gibt es einige LOHAs. Die Zielgruppe ist hoch im Trend! Die Abkürzung steht für „Lifestyles of Health and Sustainability“, für einen besonders gesundheitsbewussten, nachhaltigen Lebensstil. Man sagt auch: Hybrider Lifestyle als postmoderne Ethik des Sowohl-als-auch!

IMAGE: Sowohl-als-auch? Was bedeutet das genau?

Alexander Lehmann: Das sind moderne und Werte bewusste Menschen, die anspruchsvoll, aber ohne Statusluxus leben wollen. Sie pflegen Gesundheit und Genuss, sind individuell, aber nicht elitär. Sie sind oft technikaffin, mit intensivem Naturbezug. Sie sind selbstbezogen und trotzdem von Gemeinsinn geprägt. Ihr Bezug zur Wirklichkeit und gleichzeitig zur

Spiritualität macht sie zu besonderen Persönlichkeiten, die QUBO zu schätzen wissen! Es sind solvente Individualisten.

IMAGE: WOW! Wie die Zielgruppe, so auch Ihr Spagat, der Ihnen offensichtlich gelingt: zu standardisieren UND gleichzeitig zu individualisieren! Da ziehe ich meinen Hut! Ich glaube, für QUBO brauchen wir einen neuen Begriff: Standualisieren! Wie sieht denn das genau aus bei Ihnen?

Alexander Lehmann: Unsere Kunden schätzen diesen Mehrwert der individuellen Anpassung, den wir bieten, wie z.B. hochwertige Materialien, stimmige Bau- und Smarthome-Konzepte, individuelle Innenraumplanung, Designangleichung an Kundenwünsche und vieles mehr. Wir gehen auf die Bedürfnisse des Kunden ein! Das macht QUBO so begehrt und schafft hochwertige Lebenswelten.

IMAGE: Das bringt natürlich auch den Standorten eine neue Qualität. Dann ist QUBO sicher gern gesehen bei Bürgermeistern, Investoren, Veranstaltern und Unternehmern, nicht wahr?

Alexander Lehmann: Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Vom Waldkindergarten, Freiluftsupermarkt, Hotel bis zu Ferienanlagen und ähnlichem, ist alles möglich - gerade, weil die QUBO Module flexibel einsetzbar sind, kommen unsere Komplettlösungen gut an. QUBO eignet sich aber auch für schnelle Wohnraum-Bauten für expandierende Unternehmen, Nutzung von Baulücken, Öko-Gemeinschaftsdörfer, mobile Wohnungen für Großevents, wie Olympia oder Formel 1.

IMAGE: Das ist wirklich großartig! Im Handwerk wird derzeit über Mitarbeiter-

Modular - praktisch - QUBO
Für Vertriebspartner und
Brancheninsider ergibt sich mit der
**QUBO Produktpalette ein flexibel
anpassbares Lösungsspektrum.**
QUBO-logisch, dass der Vertrieb
dank QUBO gute Argumente liefern
kann.

Alexander Lehmann
Qubo by Alexander GmbH

Jauschbach 3 c
77784 Oberharmersbach
Deutschland

Mail: info@alexander-lehmann.info
www.alexander-lehmann.info

„Vertrieb mit QUBO
macht Spaß, denn wir
liegen voll im Trend.“

spa Chalet plus

Ferienanlage mit QUBO

Ein Vorzeigebispiel für umweltverträgliches Bauen



Die Meister der QUBOlogie: egal ab Auftragsarbeiten oder eigene Projektentwicklung - QUBO Modulbau ist vielseitig einsetzbar



Investorenmagnet für die Zukunft des Wohnbaus

„Wir haben keinen
Fachkräftemangel.
Gute Unternehmen
ziehen gute Mitarbeiter
automatisch an.“

Engpässe geklagt, die bei manchen Unternehmen einen täglichen Hürdenlauf verursachen. Haben Sie auch so einen Mangel an qualifizierten Mitarbeitern?

Alexander Lehmann: Bei der Erweiterung der Geschäfte ist immer ein Engpass zu überwinden, aber das ist bei uns nicht das Problem. Ich sehe das pragmatisch. Ein gutes Unternehmen zieht gute Mitarbeiter an!

IMAGE: Stehen Sie auch für Vorträge über „Nachhaltiges Bauen“ zur Verfügung?

Alexander Lehmann: Ich finde es eher reizvoll, wenn sich regionale oder Fach-Medien oder Podien für unsere Projekte als Vorzeigebispiele interessieren, als nur darüber zu theoretisieren. Es wird viel geredet. Ich ziehe vor, mit der Umsetzung zu überzeugen. Diese kann dann gern gezeigt werden. Unsere Komplettlösungen, Massivholzwände, das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, das alles sind durchschlagende Argumente, die den QUBO Vertrieb erfolgreich machen!

IMAGE: Da sprechen Sie mir aus der Seele. Es gibt nichts Gutes, außer man tut es. Stichwort Vertrieb: Kann man sich Ihnen hier noch anschließen?

Alexander Lehmann: Auf jeden Fall. Kooperationspartner sind immer wichtig. Aber vor allem mit externen Vertriebspartnern kann das Geschäft erweitert werden, damit möglichst viele Menschen in den Genuss von QUBO kommen. Hier bin ich immer ansprechbar.

IMAGE: Sie sind bodenständig, ideenreich und haben ein Auge für das Schöne! Ist das Ihr Erfolgsrezept, das sich bei Ihnen bewährt hat?

Alexander Lehmann: Womöglich! Ich danke schon! Ich bin auch naturnah und habe mich aus dem Grund für den Baustoff Holz entschieden! Das zeigen die Farben im Logo - braun für Boden-

ständigkeit und goldfarben für Eleganz und das moderne Design! Ich lebe mit QUBO meine Vorstellungen vom zeitgemäßen Wohnen sehr authentisch aus. Back To The Woods!

IMAGE: Planen Sie aktuell Projekte, für die sich Investoren interessieren könnten? Strategische Partner?

Alexander Lehmann: Mir macht QUBO viel Freude. Mich treibt an, eine Verbindung vom traditionellem Handwerk mit der Moderne zu schaffen! Derzeit arbeiten wir an meiner Vision, eine QUBO-eigene Produktionshalle inklusive Abbundmaschine, Wand- und CLT-Produktion! Meine Idee „In der Halle gebaut - auf den Grund transportiert“ bekommt mit jedem Projekt mehr Größe. Weitere externe Vertriebspartner sind dafür nötig. Auch meine Leidenschaft für das Konzept von „Gemeinschaftsdörfern“ braucht Partner. Denn solche Großprojekte sind aufwendig und immer für Investoren interessant. Partner für Ökobauten sind auch willkommen! Mit QUBO wollen wir die Gesellschaft wieder lebenswerter machen.

IMAGE: Das hört sich sehr leidenschaftlich an. Ist das Ihr persönliches Leitmotiv?

Alexander Lehmann: Ja! Ein Stück heile Welt schaffen! Was ist ein Mann für ein Mann, der nicht versucht, die Welt zu verändern! Wenn mehr Menschen, in QUBO-Art denken und bauen würden, hätten wir alle mehr Lebensqualität.

IMAGE: Herr Lehmann, Ihr Wort in Investors Ohr! Die Welt braucht Unternehmer mit guten Prinzipien! Ich freue mich sehr, dass Sie das Orhideal Podium mit Ihren Ideen bereichern.

Alexander Lehmann: Dito! Lassen Sie uns gemeinsam standualisieren. Danke für die Einladung!

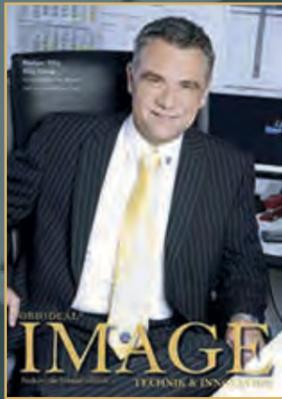
www.alexander-lehmann.info

Orhideal: regional gestärkt - global verbunden - fachübergreifend inspiriert

Die Tunnelbauer



Feinmechanik



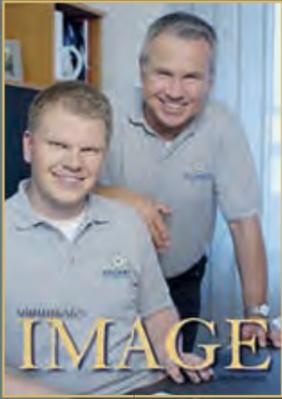
Die Mechatroniker



Chemiebranche



Edel-Maschinenbau



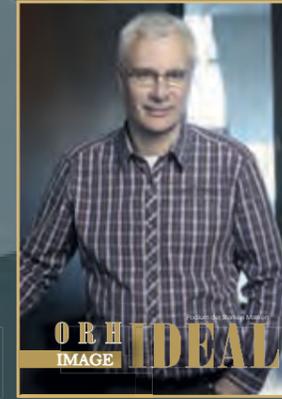
Motorantrieb



Schleiftechnik



Leitsysteme



Flughafen München



GHM Handwerksmesse



Blendschutz Hersteller



Raumakustik Hersteller



Möbel Design Hersteller



Unternehmer, die ihre Markenbotschaft persönlich verkörpern: Neben Titelgesichtern, wie Alfons Schuhbeck SCHUHBECK GmbH, Stefan Schraner - Schraner Group, Wolfgang Grupp/ TRIGEMA u.v.a. reiht sich auch Erfolgsunternehmer Richard Seidl in die schon legendäre HALL OF FAME der Helden aus dem Mittelstand auf dem Orh-IDEAL Unternehmerpodium ein. Hier geht es um gelebte Werte, Ethik, Originalität und Individualität in der Wirtschaft, vor allem um das Verantworten des eigenen Tuns und durch die Verkörperung des eigenen Unternehmens dazu zu stehen. Wir freuen uns über diese Kooperation!

IT for small business



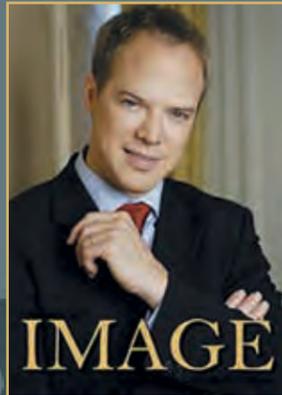
BIG DATA business



Kosmetik Hersteller



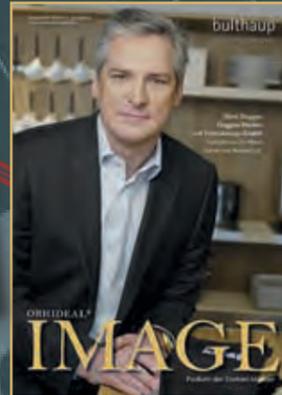
Em-eukal Hersteller



Taschen Hersteller



Luxus Küchen Handel



Hocker Hersteller



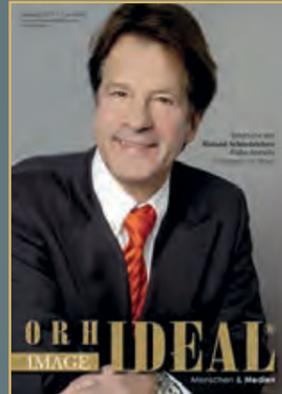
Schraner Brandschutz



Beton Verschalungen



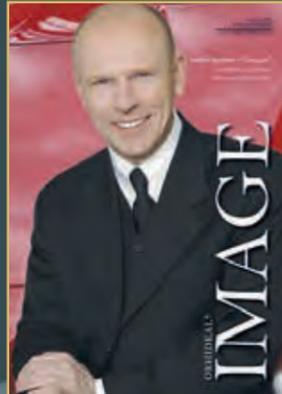
Radio Sender



TV Produktion



KFZ Pflege Hersteller



Büro (Versand-)Handel



Notariat



Hörakustik



Fassaden Verklebung



Solar-Zentrum Bayern



Winterdienst



Eine Münchner Erfolgsgeschichte
Kompetenzverstärker & Markenprofi
Hana Martincova

Identität schaffen
DRESS manufaktur unterstreicht die
Kompetenz von Unternehmen und
deren Mitarbeitern und veredelt
dadurch ihre Markenpräsenz visuell

Branding Upgrade

„DRESS manufaktur
setzt Ihr Team in Szene:
Denn Ihre Mitarbeiter
sind die beste Visitenkarte!“

www.dress-manufaktur.com

Firmenbekleidung, die viel bewirkt: Respekt, Vertrauen, Mitarbeiterbindung und Kundenbegeisterung sind Teil eines gewaltigen Gefühls-Potpourris, das die Marke DRESS manufaktur erzeugt. Als Spitzenadresse für erfolgreiche Unternehmen, die ihre Professionalität visuell unterstreichen wollen, entwirft Geschäftsführerin Hana Martincova mit ihrem Team einzigartige Corporate Branding Konzepte mit Top Full-Service, die Originalität betonen und für Identität sorgen. Die leidenschaftliche Hauptakteurin hinter der Marke DRESS manufaktur koordiniert die Branding-Prozesse höchstpersönlich und ist die vertrauensvolle Ansprechpartnerin für Kunden aus verschiedensten Branchen. Mit hervorragendem Gespür für Menschen und authentischen Look hilft die Vollblut-Businessfrau Unternehmen, sich mit einem professionellen Gesamterscheinungsbild auf dem Markt gelungen zu differenzieren. Nächste Erfolgsstufe gefällig? DRESS manufaktur zeigt Kompetenz pur! Uns hat dieses Gesamtpaket überzeugt! *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

Orhideal IMAGE: Sie sind eine Spitzenadresse für erfolgreiche Unternehmen, die ihre Professionalität visuell unterstreichen wollen. Auch in unserem Unternehmernetzwerk kommt Ihr Full-Service ausgezeichnet an. Mit welcher Erwartung wenden sich die Firmen an Sie, Frau Martincova?

Hana Martincova: Meine Kunden wollen sich mit einem professionellen Gesamterscheinungsbild auf dem Markt gelungen abgrenzen. Da sie in ihren Leistungen einzigartig sind, wollen diese Unternehmen ihre Einzigartigkeit auch optisch transportieren. Das hat viele Vorteile, den ein Corporate Branding mit DRESS manufaktur unterstreicht die Kompetenz, erzeugt Vertrauen und Respekt.

Können sich das kleine und mittelständische Betriebe überhaupt leisten?

Sicher, Frau Briegel, gerade kleinere bis mittlere Unternehmen profitieren davon. Firmenkleidung ist eine überschaubare Investition mit großer Wirkung! Sie veredeln damit Ihre Markenbotschaft.

Das hört sich vielversprechend an. Bei einigen Berufsgruppen hat Berufsbekleidung eine regelrechte Tradition. Mich fasziniert, dass Sie jedoch ihre Arbeit branchenübergreifend anbieten. Für unser Podium ist das sehr attraktiv, weil ich hier Menschen interdisziplinär verbinde.

Mein Branchenmix ergibt sich daraus, Frau Briegel, dass moderne Unternehmer die Vorzüge von Berufsbekleidung schätzen gelernt haben. Da muss ich gar keine Aufklärungsarbeit betreiben.

Es ist viel Psychologie in dem Kommunikationsinstrument „Berufsbekleidung“. Sie wirkt nämlich nicht nur nach Außen, sondern auch nach Innen. Ich kann Ihnen das bildhaft erklären: ein professionell, einheitlich und sauber gekleidetes Messteam macht nicht nur Eindruck bei Besuchern, sondern erzeugt auch ein enormes Zugehörigkeitsgefühl und Motivation innerhalb des Teams. Die Mitarbeiter sehen nicht nur überzeugend aus, sie FÜHLEN sich auch so. Und diese positive Haltung überträgt sich dann auf alle betrieblichen Handlungen.



TOP Corporate Identity Optimierung

Dress Manufaktur Kunden sind an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Geschäftsführerin Hana Martincova plant nachhaltig und arbeitet hochwertig.

Als Qualitätsanbieter verspricht sie reibungslose Koordination aus einer Hand: „Bei uns wird Service und Qualität großgeschrieben. Die Dress Manufaktur bietet Support ab der ersten Bestellung bis zu allen Nachbestellungen. Wir sprechen mit Ihren Mitarbeitern, gehen auf individuelle Wünsche ein und kümmern uns um Ihr gelungenes Branding.“

Corporate Look für Unternehmen aus

- IT • Automotive
- Consulting
- Finanzbereich
- Technik
- Logistik
- Events
- Medizin
- Forschung
- Handel
- Handwerk
- u.v.a.

Branchenübergreifend: Hochwertige Individualkonzepte machen die DRESS manufaktur aus



Exklusiv-Line für Anspruchsvolle

DRESS
manufaktur

„Auf uns
können
sich Kunden
verlassen.“

Exklusivität,
Individualität,
Qualität.
Alles aus
einer Hand.

Ich verstehe. Außen- und Innenwirkung potenzieren sich damit. Ich finde diesen Aspekt sehr spannend. Das bedeutet doch, dass Unternehmen, die im Fachkräftemangel ohnehin um jeden Mitarbeiter kämpfen, dank Ihrer Arbeit einen enormen Wettbewerbsvorteil erhalten. Sie schaffen Identität! Das ist der Punkt. DRESS manufaktur erzeugt ein unschlagbares Wir-Gefühl! Nach dem Motto: „Hier gehöre ich dazu!“ Neben diesem Teambuilding-Effekt kommt der vorher erwähnte Faktor dazu. Diese Identität verleiht den Mitarbeitern Sicherheit. Sie können selbstbewusster agieren. Stellen Sie sich vor, wie unprofessionell das wirken würde, wenn die Crew einer Fluggesellschaft im Straßenoutfit auftreten würde.

untergraben. Das gilt für viele Bereiche. Zum Beispiel auch im Handwerk. Wir haben im Netzwerk viele Handwerksunternehmer, die auf ihr stimmiges Markenbild Wert legen. Das ist gut. Solche bediene ich auch. Kompetent und einheitlich angezogene Handwerker wecken das Vertrauen in die Professionalität der Firma, mehr als solche, die in einer „schmutzigen“ Latzhose vorbeikommen. Zu meiner Kundschaft zählen Ärzte und diverse Praxen, Messe- und Eventveranstalter, Hotels und mittelständische Unternehmen aller Art. Ich bin jederzeit bereit, mein Portfolio für neue Branchen zu erweitern, denn die Mitarbeiter sind immer die Visitenkarte eines Betriebes. Ihr gutes Erscheinungsbild wirkt sich positiv auf den Arbeitgeber aus.

Das stimmt. Mit falscher Bekleidung kann man die eigene Autorität schnell

Wohl wahr! Erklären Sie uns doch, wie ein Corporate Branding Konzept

Firmenbekleidung mit Passion: Hana Martincova hat ein ausgezeichnetes Gespür für Markenkommunikation und immer die passenden Idee für ihre Kunden



**mit der DRESS manufaktur abläuft!
Am Anfang steht die Analyse?**

Sicher. Zunächst erfasse ich die Situation und den Bedarf. Unsere umfassenden Kunden-Branding-Konzepte machen die DRESS manufaktur zur Marke. Das Gesamtpaket meines Angebots rund um das Thema Berufsbekleidung macht uns am Markt einzigartig. Mein Team und ich, wir konzipieren und entwerfen exklusive Berufsbekleidung in den Bereichen Medizin und Gesundheit. Damit stellen wir einer exklusiven Kundengruppe Unikate zur Verfügung. Dazu bieten wir unseren Kunden ein einzigartiges Style- und Servicepaket für den Gesamtlook an. Ich betreue meine Kunden persönlich und individuell, entweder vor Ort oder bei weiteren Entfernungen per Telefon und Videokonferenz. Unser Motto: Alles aus einer Hand! Dadurch sind wir schnell und flexibel - ohne Schnittstellenverluste.

Persönliche, unkomplizierte Betreuung schätzt mein Wirkungskreis sehr. Sie setzen Markenakzente und der Kunde hat Zeit für sein Kerngeschäft.

Richtig. Das ist Sinn und Zweck einer gelungenen Dienstleistung. Wer schon versucht hat, Corporate Branding mit Firmenbekleidung in Eigenregie umzusetzen, kennt den Aufwand einer perfekten Planung und Umsetzung. Es ist nicht damit getan schnell zwanzig Polo-Shirts zu bestellen. Selbstversuche ohne Konzept kosten oft unnötiges Geld. Wenn die Ware nicht langfristig nachbestellbar ist, in gleichbleibender Qualität und Farblichkeit, bestimmte Details nicht beachtet wurden, dann ist es ärgerlich und vergeudet. Selbst wenn sie dann ähnliche Ware gefunden haben, ist die Corporate Identity, die Einheitlichkeit damit doch gebrochen. Ich muss bei meinen Branding-

Konzepten immer mit dem Zukunftsblick planen. Der Kunde kann sich sorgenfrei seinen Fachthemen widmen.

Ich nehme an, dass Sie für dieses Qualitätsangebot ein ausgezeichnetes Lieferanten-Netzwerk benötigen, nicht wahr?

Das ist die Basis. Um hochwertige Produkte bei gleichbleibender Qualität, Modell und Farbe zu bieten, arbeite ich gut und gerne mit namhaften Lieferantenlabels und produziere eine eigene Premium-Linie. Die DRESS manufaktur ist meine große Leidenschaft. Ich nehme mir Zeit und achte auf jedes noch so kleine Detail. Es ist die Liebe zur Kleidung im Beruf und das Augenmerk auf den gelungenen Gesamteindruck. Auf Kundenwünsche ganz konkret einzugehen, ist meine Stärke.

Wunderbar. Sie sind der Beweis dafür, dass Berufsbekleidung nicht langweilig aussehen muss. Ihre Designs sind originell und erfrischend.

Danke, Frau Briegel. Unser Ideenreichtum hat sich bei vielen Arbeitgebern herumgesprochen. Wer in sein Team investiert, investiert letztendlich auch in sich selbst! Wertgeschätzte Mitarbeiter fühlen sich zugehörig und bringen dann auch Spitzenleistung.

Ihr Elan gefällt mir! Dann freue ich mich auf unsere konstruktive Zusammenarbeit!

Frau Briegel, ich freue mich, dass Orhideal DRESS manufaktur entdeckt hat und wirke sehr gerne mit meinen Ideen bei Ihnen mit. Danke für die Vernetzung!

**Infotelefon: 089 462 214 55
info@dress-manufaktur.com
www.dress-manufaktur.com**

Geschätzt als zuverlässige
Ansprechpartnerin:
Impulsgeberin Hana
Martincova bringt ihre
jahrelange Erfahrung ein
und garantiert 1A Service
mit hochwertigen Produkten

ORHIDEAL
**media
face** 2019
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

„Berufsbekleidung mit
starker Wirkung. Das ist
meine Leidenschaft!“

Naturgesetze des Wissensmanagements mit Jan Wiesenmüller

Encouragement in Persona:
Angehender Physiker, Uni-Tutor
und Prozessoptimierer

In unserer Wissensgesellschaft hat die Wissenschaft eine zentrale Bedeutung. Die Güterproduktion ist mittlerweile von so vielen wissensabhängigen Operationen durchdrungen, dass man kluge Köpfe braucht, die die Herausforderungen von fachlicher Analyse, Koordination, Informationsverbreitung und Prozessoptimierung begleiten.

Es sind Persönlichkeiten, wie Jan Wiesenmüller, die dabei den Unterschied machen und als mitreißende Visionäre, Entdecker und Leader ihr Umfeld für die Möglichkeiten des Fortschritts begeistern. Solche Innovationstreiber sprengen das Klischee. Das Bild des verkopften Akademikers mit forschungsbezogenen Scheuklappen hat sich überholt. Die neue Generation von Wissenschaftlern schaut über den fachlichen Tellerrand, vernetzt interdisziplinär, ist kommunikativ und eloquent, identifiziert sich mit den Bedürfnissen der Wirtschaft. Sie versteht sich als Evolutionär der Wissensgesellschaft und verantwortet die Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen, die Entwicklung und Herstellung neuer Produkte und managt bzw. potenziert Wissen, um neues Wissen zu schaffen.

Unser Mastermind des Monats Jan Wiesenmüller ist der Neuzugang im Orhideal Expertenpool. Mit seinem Röntgenblick und einer generalistischen Sichtweise erkennt der angehende Physiker die

Herausforderungen eines Projektes und **findet Möglichkeiten zur Optimierung.** Damit wissenschaftliche Erkenntnisse Innovationen beschleunigen können, sieht er die Notwendigkeit, Wissenstransfer reibungslos zu gestalten und setzt hier seine bisherigen Berufserfahrungen als Uni-Tutor bzw. aus verschiedenen Branchen der freien Wirtschaft ein.

Mit Charme, Gespür, Geduld und der nötigen Portion gesundem Menschenverstand bringt er Leben selbst in die „trockenste“ Materie. Damit ist er der geborene Koordinator, Supervisor und Moderator in der Prozessoptimierung. Als Dolmetscher für Fachchinesisch stellt er die Brücke zwischen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen und den restlichen Abteilungen dar und fördert so die innerbetriebliche Zusammenarbeit und Vernetzung. Sein Wissensspektrum gepaart mit Bodenständigkeit und Pragmatismus ist nicht nur für Großunternehmen interessant, sondern auch für uns Mittelständler, die an der Lern- bzw. Innovationskultur ihres Unternehmens arbeiten wollen. Hier gibt Jan Wiesenmüller als freier Berater Impulse, um mit gelungenem Wissensmanagement zu ermöglichen, dass alle im Unternehmen vorhandenen Ressourcen bestmöglich ausgeschöpft werden. So werden IDEAL WORKPLACES geschaffen. Auch auf der Bühne wird der imposante Kompetenzträger seine Zuhörer in Zukunft begeistern.

„Wir dürfen vor lauter Wissen und Automatisierung nicht vergessen, die Menschen mitzunehmen!“



Videoplatzhalter

„Bildung ist nicht das Befüllen von Fässern, sondern das Entzünden von Flammen – Heraklit“



JAN WIESENMÜLLER

✉ jan.wiesenmueller@gmx.de
☎ 0173 9372241

BILDUNGSWEG

Universität Hamburg | Vsl. WiSe 2022 - 2024
Master of Science Physik

Universität Hamburg | SoSe 2019 - heute
Bachelor of Science Physik

Paracelsus Schule | 2014-2017
Ganzheitliche Medizinausbildung

Gymnasium Wentorf | 2008-2011
allg. Hochschulreife

GSB 13 | 2007-2008
Ausbildung zum CTA

Realschule Reinbek | 2002-2007
mittlere Reife

Gertrud-Lege-Schule | 1998-2002
Grundschule

KENNTNISSE UND FÄHIGKEITEN

Selbstorganisation

Kommunikation

Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint, Outlook, Teams)

IT-Kenntnisse

Analytische Fähigkeiten

SPRACHEN

Deutsch

Englisch

BERUFSERFAHRUNG

Tutor

Light & Schools (Universität Hamburg) | seit Jan. 2021

- Entwerfen von Experimenten für Schüler
- Betreuung von Schülern und Vermittlung von Lerninhalten

Hotelier

Hotel Heimat St. Pauli | 2017-2022

Angestellter Trainer

Fitness First | 2016-2017

Fachberater für Sportnahrung

Body Attack | 2015-2016

Studentisch Chirurgischer Assistent

Krankenhaus St. Adolf-Stift Reinbek | 2014-2015

Fachberater für Sportnahrung u. stellv. Shop-Leitung

Bodies Prime Store Reeperbahn | 2012-2014

Ausbildung zum Zweiradmechaniker

Harley Davidson Hamburg Nord | 2012-2014

Lesen geht heute **YUMPU**

Der Kiosk der Zukunft ist digital. Stöbere in tausenden Zeitschriften & Magazinen. In der App & am PC immer bestens informiert.

Mit nur einem Klick über +5.000 aktuelle und +100.000 Archiv-Ausgaben inklusive.

Für nur 7,99 Euro / Monat die All-Inklusive-Flatrate nutzen. Jederzeit kündbar. www.yumpu.com
Keine Vertragslaufzeit – keine Verpflichtung.

Einfach mit E-Mail oder Social Login anmelden und 30 Tage kostenlos testen.

Einen Auszug des Orhideal Archivs gibt es anmeldefrei hier - **EINFACH HIER KLICKEN !**



Die erfolgreiche Arztpraxis mit Monika Dumont

Monika Dumont ist seit vielen Jahren führende Expertin für die Bereiche Marketing und Kommunikation im Gesundheitswesen. Als äußerst kompetente Referentin, Mediatorin und Praxisberaterin im eigenen Unternehmen „Dumont Kommunikation“ (www.dumontkommunikation.de) unterstützt sie Ärztinnen und Ärzte bei ihren Fragestellungen aus ihrem Praxisalltag.

Sie ist Autorin des Buches, „Die erfolgreiche Arztpraxis“ welches jetzt bereits in der 6. Auflage erscheint und Co-Autorin weiterer medizinischer Fachbücher. Gastdozentin an der LMU München und beliebte Referentin im Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM).

Sie bietet Ihnen kompakte Anleitungen und Tipps für die optimale Praxisführung. Patientenorientierung: patientengerechtes Leistungsspektrum, Patientenbindung, Patienten-Neuakquise, Kommunikations- und Marketingstrategien. Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterführung, Motivation und der optimalen Gestaltung Ihrer eigenen work-life Balance.

Denn: PatientInnen kommen gerne (wieder), wenn sie sich fachlich gut aufgehoben und emotional wohlfühlen. Der/die heutige PatientIn ist dabei informierter, anspruchsvoller und fordernder denn je. Sie wollen:

- ein patientengerechtes Leistungsspektrum
- stimmige Praxisabläufe und
- eine patientenorientierte Kommunikation

Ihre Zukunft im Blick:

- Wie reagieren Sie heute und in Zukunft am besten auf diese vielfältigen Herausforderungen?

Patientenbindung:

- Wie stellen Sie - mithilfe Ihrer qualifizierten und freundlichen MitarbeiterInnen - Ihre Patienten zufrieden?

Patienten-Neuakquisition:

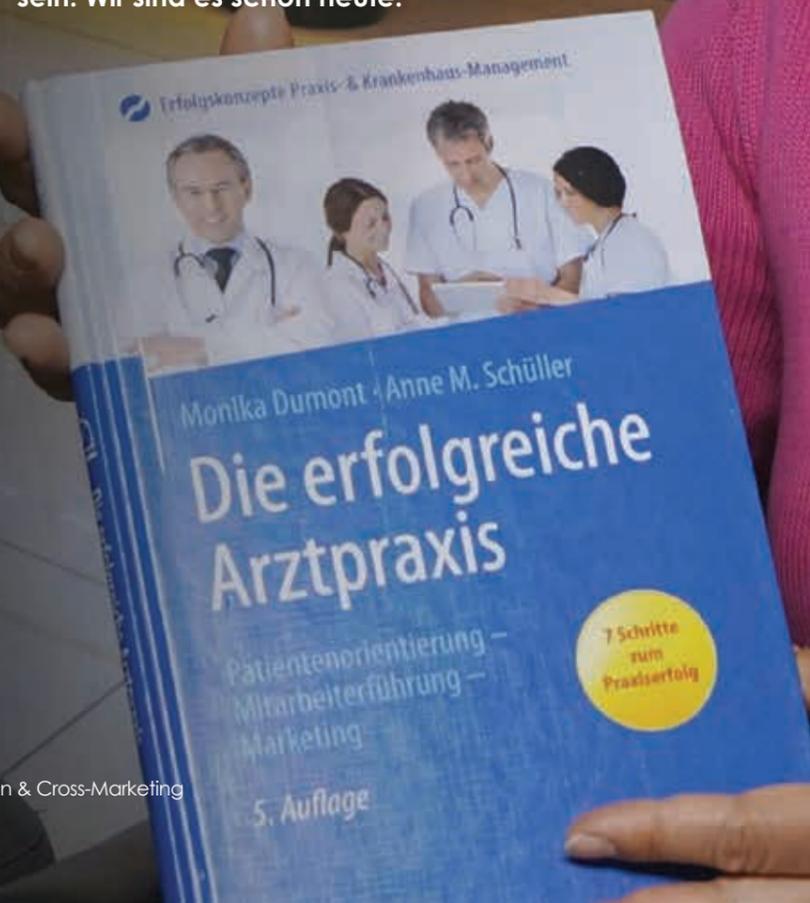
- Wie machen Sie Ihre Patienten zu aktiven Botschaftern Ihrer Dienst-Leistungen?

Monika Dumont bietet zudem praktisches Zusatzwissen

- für Praxiseinsteiger und –Neugründer
- und steht Ihnen zur Seite, um Ihre digitalen Praxisabläufe bestmöglich zu optimieren.

All das zeigt Ihnen Monika Dumont ganz konkret und auf Wunsch direkt in Ihrer Praxis. Das Ergebnis aus der Zusammenarbeit werden engagierte, treue Mitarbeiterinnen, loyale Patienten und eine erfolgreiche Praxis sein, in der sich alle wohlfühlen und Sie aktiv weiterempfehlen. Mit zahlreichen Praxis-Beispielen, konkreten Handlungstipps und Checklisten aus dem medizinischen Alltag stellt sie für alle niedergelassenen ÄrztInnen und Klinikambulanzen eine absolut wertvolle Beratungskompetenz dar. Auch als Referentin für Ihre Medizinischen Fachangestellten bietet sie interessante Inhalte und kompetent sympathische Praxistipps.

Nehmen Sie doch einfach Kontakt über monikadumont@web.de oder telefonisch 0049-(0)175-7177830 auf. Sie werden begeistert sein. Wir sind es schon heute.



Weitere Informationen

www.dumontkommunikation.de

FRETUS.

Teamplayer im Rampenlicht:
Daniel Rogalsky, FRETUS Group,
mit Sir Richard Branson,
Virgin Group beim
Light-the-fire-Event.



Aktuelle Info: Mitarbeiter gesucht

Extrem gute Entwicklungsmöglichkeiten und spannende Projekte im Umfeld Automotive und IT bei namhaften Kunden wie Daimler, VW, Deutsche Bank u.v.a. Mehr erfahren Sie unter www.fretus-group.com oder www.facebook.com/fretusgmbh

Innovative Arbeitgeber

**Geschäftsführer Daniel Rogalsky
mit FRETUS auf Erfolgskurs**

Unter der Schirmherrschaft dieses Vorbildunternehmens
erscheint das exklusive Booklet ausgewählter Arbeitgeber
2022/2023

Mit exzellentem Know-how operativ unterwegs als

Projekt Strategen

Alles wird möglich, wenn das hochmotivierte Expertenteam der FRETUS Group seine Auftraggeber im Projektgeschäft begleitet, um ihnen den nächsten Meilenstein zu sichern. Als Qualitätsmarke für Top-Leistungen im Projektgeschäft ist FRETUS nicht nur Kundenbegeisterer, sondern auch Mitarbeitermagnet mit gewachsenem Netzwerk und einem Expertenpool mit umfangreichem Projektwissen, außerordentlichem Elan und dem Blick auf den Gesamtkontext. Der Erfolgskurs der Marke wird verkörpert durch Unternehmer und Visionär Daniel Rogalsky, der mit viel Passion die Rahmenbedingungen kreiert, in denen Bestleistungen möglich werden. Dank FRETUS werden Projekt-Helden des Alltags sichtbar!

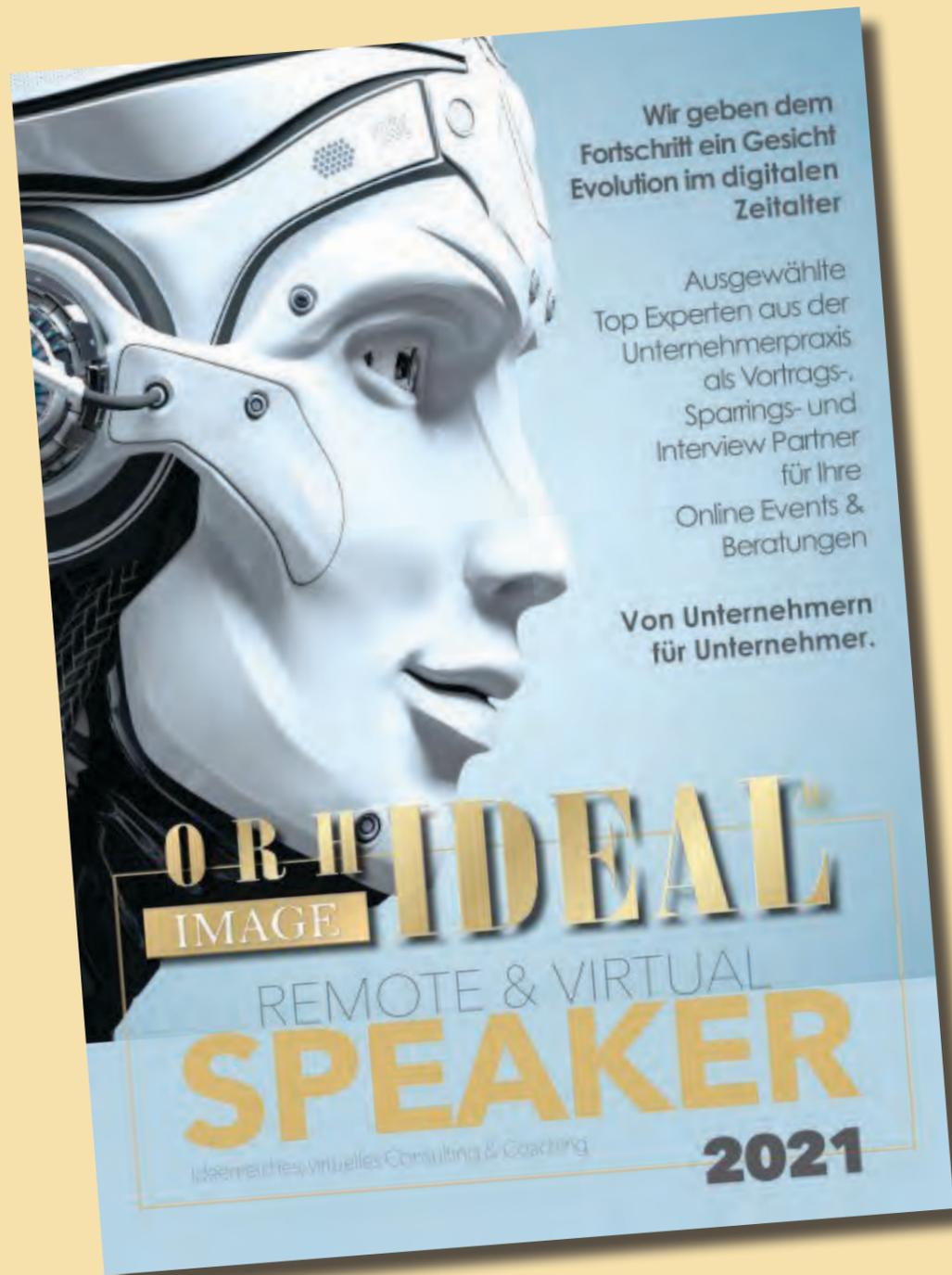
Orbidea Briegel Herausgeberin

www.fretus-group.com

Orhideal Interviewpartner auf der Bühne, im TV und Radio

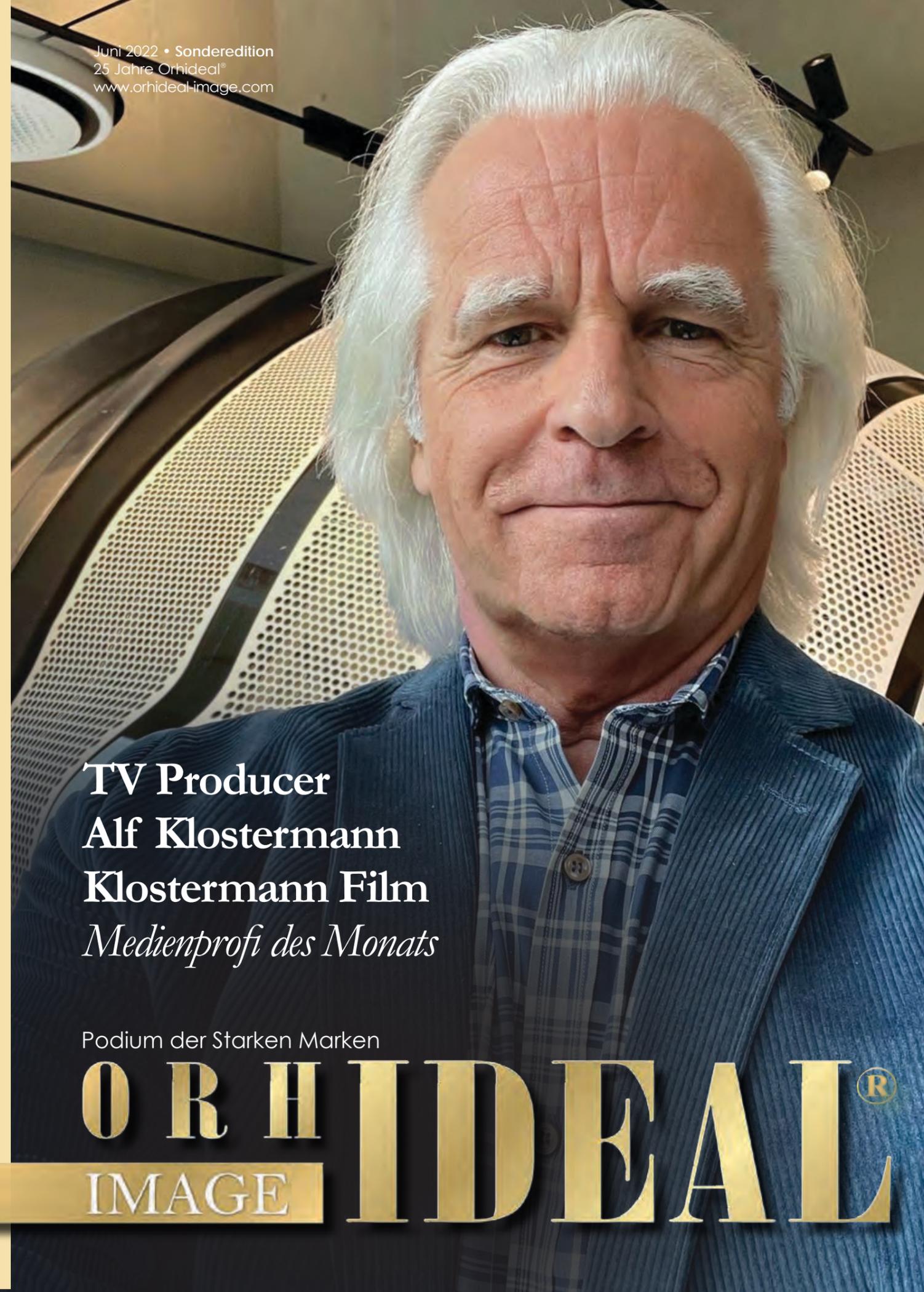


Sprecher & Experten für Ihre Veranstaltung



HIER in der Galerie stöbern

Juni 2022 • Sonderedition
25 Jahre Orhideal®
www.orhideal-image.com



Kochshow münchen.tv

Orhideal Gesichter im TV

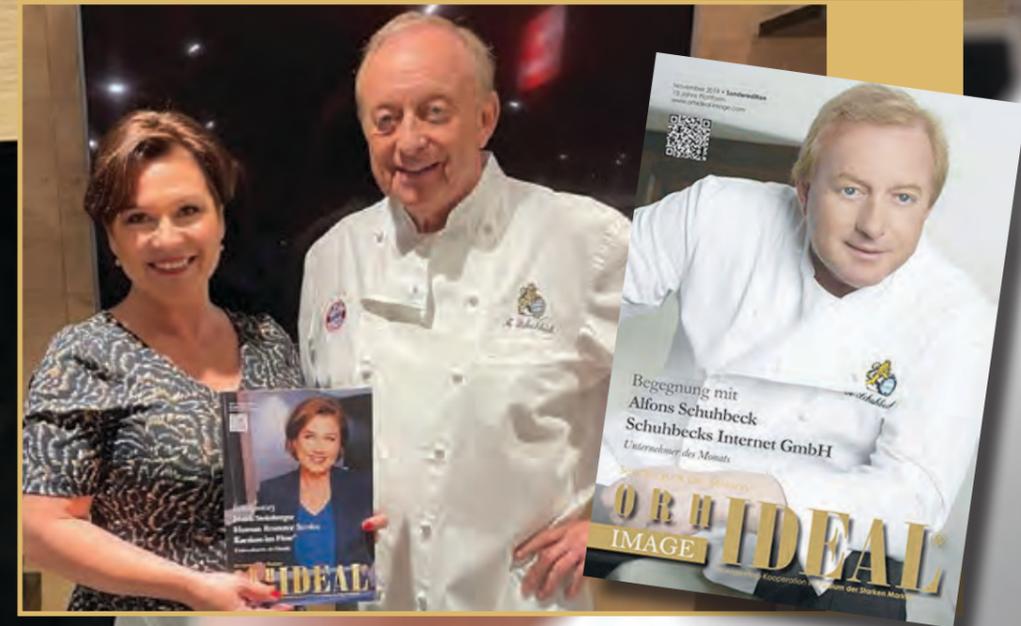
Karriereexpertin
Heidi Steinberger
kocht ihr Lieblings-
gericht mit Alfons
Schuhbeck: eine
TV Produktion für
münchen.tv in Koop
mit der Klostermann
Film Produktion



Von Titelgesicht zu Titelgesicht:
Alfons Schuhbeck gratuliert zur
Aufnahme in die Orhideal
Hall-of-fame der Qualitätsanbieter.
Neben prominenten Qualitätsan-
bietern, wie TRIGEMA, Em-Eukal,
König-Ludwig-Brauerei,
Schuhbecks u.a. ergänzt nun
auch Heidi Steinberger als
Vorzeigeunternehmerin die Runde



Alf Klostermann
Ansprechpartner für
Klostermann Film Produktion
Handy: +49 1711784895



Das Wunder der Vielfalt schützen

Die Erhaltung der Biodiversität ist das drängendste Problem unserer Zeit. Denn während der Klimawandel unsere Gesellschaft bedroht, geht es beim Artensterben um unser Überleben. Im ersten Teil ihres Buches beschreiben Dirk Steffens und Fritz Habekuß das Wunder der biologischen Vielfalt und warum dieses unglaubliche Netz des Lebens zu zerreißen droht.

Im zweiten Teil erörtern sie, welche konkreten Schritte denkbar wären, um den Verlust der biologischen Vielfalt zu stoppen. Schritte, die ein grundlegendes Umdenken in allen Bereichen unseres Lebens erfordern, die aber auch die Möglichkeit bieten, ein anderes Verhältnis zur Natur zu gewinnen - eines das nicht mehr auf der Vorstellung von der unbegrenzten Verfügbarkeit und Ausbeutung aller natürlichen Ressourcen beruht, sondern in dem wir uns als untrennbaren Teil des gesamten Lebens auf der Erde begreifen.

Dirk Steffens ist Wissenschaftsjournalist und Moderator der Dokumentationsreihe »Terra X«. Der wohl bekannteste Artenschützer Deutschlands ist UN-Botschafter für die Dekade biologische Vielfalt. Er vertritt außerdem als nationaler Botschafter den WWF und das Jane-Goodall-Institut. Seit über einem Vierteljahrhundert unternimmt er Expeditionen in alle Regionen der Welt, um über die Natursysteme der Erde zu berichten. Er ist überdies Mitbegründer der Biodiversity Foundation, die eine Petition zur Aufnahme des Artenschutzes ins Grundgesetz auf den Weg gebracht hat. Für seine Verdienste erhielt er die Ehrendoktorwürde der Universität Bayreuth.

Fritz Habekuß ist Redakteur der ZEIT. Er wurde u.a. mit dem Holtzbrinck - Preis für Wissenschaftsjournalismus ausgezeichnet und 2018 unter die Journalisten des Jahres gewählt. Er schreibt über Ökologie, berichtet in seinen Reportagen vom weltweiten Verlust der natürlichen Vielfalt und beschäftigt sich grundsätzlich mit dem Verhältnis von Mensch und Natur.

Penguin Verlag
240 Seiten, Pappband mit Schutzumschlag
€ 20,00 [D] / € 20,60 [A] / CHF 28,90
ISBN 978-3-328-60131-9
Mit Abbildungen.

www.penguinrandomhouse.de

Videogruß

ÜBER
DIRK STEFFENS
FRITZ HABEKUSS

SPIEGEL
Bestseller

Zukunftsfrage
Artensterben:
Wie wir die
Ökokrise
überwinden

LEBEN



Unternehmenskultur ist auch Chefsache: Nave Business Group

Spitzenarbeitgeber im Portrait
ORH IDEAL[®]
IMAGE
WORKPLACE

Ein unschlagbares Team ist das ausgezeichnete Erfolgsduo Brigitte und Thomas Nave. Auf der Bühne praktizieren sie Personalentwicklung, Ihren Mitarbeitern vermitteln sie Hoffnung und Selbstbewusstsein! Und machen damit Unternehmen zu Spitzenarbeitgebern mit Bestleistung. Thomas Nave formuliert die Mission der Nave Business Group folgendermaßen:

„Nur 2 Fragen und Sie wissen Bescheid:
Würden Sie einen Automechaniker Ihre Herzoperation durchführen lassen? Warum besetzen Sie dann 7 von 10 Führungskräften OHNE Führungs-Knowhow?

Die Situation wie wir sie permanent in Unternehmen vorfinden:

- Die meisten Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern keinen Sinn
- Die meisten Leitsätze funktionieren nicht
- Die Unternehmenskultur entspricht NICHT der Unternehmensphilosophie!
- Die meisten Unternehmen planen sich zu Tode, bekommen aber nichts umgesetzt

„Der essentielle Unterschied zwischen Wissen und Tun liegt darin, dass Wissen zu Zweifeln und Tun zu Fehlerfreudigkeit beim Entscheiden führt!“ --> Entscheiden --> Tun --> Kontrollieren --> Verbessern
...das ist der Blutkreislauf erfolgreicher Unternehmen!

Unsere Vision ist es daher, unser Wissen und unseren Erfolg, an diese und die nächste Generation von Unternehmern und Mitarbeitern weiter zu geben. Das ist unser Anliegen und unser Antrieb. Sprechen wir über Ihre Möglichkeiten!“

Lesen Sie demnächst mehr in unserer Sonderedition Orhideal CHEFSACHE

www.nave-coaching.de

„Wir vermitteln
Ihren Mitarbeitern die
Möglichkeit, sich
als „Superheld“
Ihres Unternehmens
zu profilieren und
jeden Tag mit ihrer
Arbeit zu glänzen -
Abteilungs-,
Aufgaben- und
Generationen-
übergreifend!“



Wolfgang Grupp
Geschäftsmann des Monats

Als Geiz geil wurde...

Die „Generation Golf“, wie man so schön zu meinem geburtenstarken Jahrgang sagt, hatte noch das Glück, die letzten Ausläufer eines ausgeprägten Qualitätsbewusstseins mitzuerleben. Ich weiß auch nicht mehr genau, ab welchem Zeitpunkt das Attribut „Made in Germany“ seine großartige Bedeutung verloren hatte. Irgendwann zwischen der Leichtigkeit der 80er und dem Mauerfall wurde dieses Qualitätskriterium seiner Berechtigung als Verkaufsargument beraubt. Viel wichtiger wurde: billig, billiger, am billigsten. Seither meinen viele Deutsche Unternehmen, sie hätten ein neues Rezept für mehr Absatz gefunden: das Preiskampf-Spiel. Leider schwer verdaulich und auf Dauer sehr schädlich, vor allem für den Standort Deutschland.

Von den wenigen Unternehmern, deren Geschäftskonzepte nicht so schwer im Magen liegen, können wir viel lernen. Aus der inspirierenden Begegnung mit Herrn Grupp, alleinigem Inhaber und Geschäftsführer von Trigema, stelle ich Ihnen heute eine kurze Grund-Zutatenliste für mehr Erfolg am Standort Deutschland zusammen.

Sortieren Sie Ausbeutung, Abkassieren, Scheinleistung und Egoismus aus und entsorgen Sie diese Abfalleigenschaften. Nehmen Sie eine große Portion Leistung, vermengen Sie sie mit Verantwortung, Disziplin und fügen Sie dem Ganzen noch Vorbildfunktion dazu. Befreien Sie diese „Zutaten“ möglichst großzügig von Abhängigkeiten aller Art (Abhängigkeit von Lieferanten, Banken, Händlern, Kunden, Bedarfssituationen), nur dann kann Ihre Mischung gedeihen. Leider gibt es kein Standardrezept zur Anwendung: Sie können aus diesem Rezept nur Bausteine entnehmen, denn jeder muß seiner persönlichen Situation gerecht werden.

Für mich als Marketingexpertin wird Wolfgang Grupp fälschlicherweise als „Unternehmer vom alten Schlag“ betitelt. Er ist der Zeit jedoch weit voraus. Trigema wird mit Weitblick geführt, weit über klassisches Zielgruppendenken hinaus. Hier sind Menschlichkeit und Verantwortungsbewusstsein keine alten Werte, sondern brandaktuell. Bei meinem Besuch in Burladingen im Trigema-Hauptwerk konnte ich mich selber davon überzeugen, dass die Zusammenstellung von den oben genannten „Grundzutaten“ funktioniert.

Damit sollten wir es „gebacken bekommen“, die Sättigung auf dem Deutschen Markt zu überwinden.

Und wer nicht so denkt, der wird „seine Suppe selber auslöffeln“ müssen: Vor allem, wenn er Hunger auf Kannibalismus verspürt; bei höchsten Löhnen in Deutschland nur das Billigste konsumieren - da „frisst“ der Konsument sich die Arbeitsplätze selber weg. Und so möchte ich Herrn Grupp's weisen Appell weiter ausführen und Ihnen Appetit auf den Standort Deutschland machen: liebe Geschäftsleute, lasst unsere Produkte und Marken wieder geiler als Geiz werden. Und vor allem „Made in Germany“. Dann klappt's auch mit dem Globalisieren! Orhideal® läßt grüßen...

www.trigema.de

Orhideal



Gefragt als Interviewgast

Bonita Grupp

Head of E-Commerce & HR

www.TRIGEMA.de

zu den Themen

#familienunternehmen #familybusiness

#nextgeneration #nachhaltigkeit



Mehr Unternehmenserfolg mit Mediengesicht und TOP Feng Shui Expertin Olivia Moogk

Vorteile einer professionellen Unternehmensberatung nach Feng Shui:

- Steigerung der Arbeitsmotivation
- Verbessertes Mitarbeiterklima
- Erweiterte und verbesserte Kundenkontakte
- Reduzierung der Krankheitsrate
- Steigert den Erfolg des Unternehmens

Die Diagnostik des Unternehmens auf Grundlage der Untersuchung der Lage und Grundrisspläne, der Geburtsdaten der Mitarbeiter und der Unternehmensuntersuchung erfolgt vor Ort mit dem Lo Pan. Zahlreiche Firmen wie Wella, Edeka und Pascoe-Naturheilmittel, zählen unter anderem zu der begeisterten Klientel. Auf der rechten Seite lesen Sie einige Stimmen dazu.
www.olivia-moogk.de

www.olivia-moogk.de

„Business Feng Shui:
Der Energieschub für
Unternehmen“

Rudolph - Straßenbau www.rudolph-strassenbau.de über den Einsatz von Feng-Shui:

„Ein Ergebnis ist mit Sicherheit, dass wir gern in unser Büro kommen und hier mit viel Freude arbeiten. Selbst unser Enkel ist gern im Büro. Er fühlt sich hier ausgesprochen wohl. Für ihn gibt es überall angenehme Stationen und Bereiche, die ihm Freude machen. Wir sind überzeugt, dass auch die unsichtbaren Energieströme, wohl spürbar sind und bei unserem Gegenüber ankommen. Von der Anfahrt bis in das Gebäudeinnere haben wir mit Feng Shui und den wohltuenden Energien gearbeitet. Jeder Besucher, und dies sind zu 98% Männer, schwärmt: „Bei euch zu sein ist es einfach etwas Besonderes zu sein!“ Selbst die Gespräche in der Firma sind von diesem Geist getragen. Noch nie gab es bei uns Aggressionen, was wir dem harmonischen Umfeld zuschreiben.“

Wir sind sehr erfolgreich und haben gute Mitarbeiter. Alle Vertreter und unsere Banker sagen auch zu anderen: „Das Büro müsst ihr einfach gesehen haben. Es ist anders, etwas ganz Besonderes!“. Wir haben in der ganzen Firma wunderbare Farben, herrliche Chillines, Bilder der Malerin Casandra Morell, Pflanzen und Wasser. Alle Räume wurden nach unseren Geburtshoroskopen entsprechend gewählt. Nichts wurde dem Zufall hier überlassen. Alles hat seine Ordnung, seinen Platz, an dem es seine Wirkungen entfaltet. Selbst jetzt, wo unsere neue Halle entsteht, fließt natürlich Feng Shui mit ein. Bereits in der Planungsphase des Baus selbst, bis hin zu den Details. Wie kann es anders sein, nach dem uns so viel Positives widerfahren ist?“

Feedback der Hotelinhaber Kobjoll vom Schindlerhof www.schindlerhof.de

Das Herz unseres SCHINDLERHOF's ist ein alter Bauernhof. Die einzelnen Häuser formieren sich um einen optimal angelegten uralten Innenhof. Bereits in früheren Zeiten haben Menschen in unserem Kulturkreis FS intuitiv angewendet. Heute empfinden wir Bauernhäuser als naturnah und harmonisch, weil sie ein Spiegel der Anforderungen der Natur an den Menschen sind. Wir finden in vielen historischen Bauwerken eine Energie und Schönheit, die uns berührt. Feng Shui könnte man also auch als den Versuch beschreiben, positive Ordnung in die Energieverhältnisse des Lebens zu bringen. Als wir im Mai 2013 unsere neue Vinothek eingeweihten, hatten wir die Gewissheit, dass alle Gäste sich in unserem Holz und Glasbauwerk wohl fühlen würden. Der Baukörper entsteht nur aus Lärchenholz und Glas. Es gibt ein Beleuchtungskonzept, bei welchem die Wände außerhalb des Kubus mit warmem Licht angestrahlt werden. Es war ein perfektes Design.

Dennoch, einige Gäste empfanden tagsüber die Holz / Glas-konstruktion als zu offen und fühlten sich nicht richtig wohl. Bei einem Termin mit Olivia Moogk konnte sehr schnell analysiert werden, dass im reinen Glas/Holzbau das schützende Element fehlt. Sie hat es in diesem Fall mit Kunst geschafft, die Energie wieder im Raum zu halten. Es wurden im Bereich Süden und Norden sogenannte „Chi- Lines“ vor die Glasscheiben gehängt.

Mit dieser kleinen Maßnahme hatten wir im Süden auch noch einen Sonnenschutz und durch den Lichteinfall ein ganz warmes und harmonisches Licht. Durch die gegenüberliegenden „Chi Lines“ wurde die Energie im Raum gehalten und die Gäste fühlten sich sofort wohl. Wir nutzen die Kenntnisse von Feng Shui schon seit vielen Jahren. Der Erfolg gibt uns Recht, dass man nicht nur mit den bisherigen Methoden agieren sollte. Vielmehr sollte man auch auf Methoden zurückgreifen muss, die wir nicht immer gleich verstehen, die aber in ihren Wirkzusammenhängen klar sind. Energien zu verstehen, wie man sie leitet, wo man sie sammelt oder abblockt ist ein großes Thema, dass Fachleute erfordert, die mit ihrer Fachkenntnis, Berechnungen und dem Lo-Pan arbeiten. So wurde auch unter anderem vor einigen Jahren die Entscheidung ein Nachbargebäude zu erwerben unter Feng Shui-Aspekten getroffen. Was auch immer wir tun, wir tun es unter Berücksichtigung der Faktoren von „Wind & Wasser“. weiter empfehlen.“

New Work braucht New Learning Die neue Zeit bietet neue Möglichkeiten!

OR IDEAL
VIRTUAL & REMOTE
SPEAKER



BARBARA MESSER
HORIZONAUTIN

Gerade in Zeiten von Krisen benötigen Menschen und Unternehmen Halt und Weiterentwicklung, um in der Veränderung stabil zu bleiben. Weiterbildung und Persönlichkeitsentwicklung sind deshalb unverzichtbar. Doch viele Unternehmen verharren gerade jetzt, weil sie nicht wissen, wie sie interne Weiterentwicklung in den verschiedensten Abteilungen gestalten können. Einfach auf Online umstellen geht nicht.

New Work steht für oft selbstorganisiertes, selbstbestimmtes und selbstverantwortliches Arbeiten, starre Strukturen werden aufgerissen und mit der Belegschaft gemeinsam flexibler und offener gestaltet. Dabei wächst die persönliche Beteiligung der Mitarbeitenden, sie können zu Gestaltern und Mitverantwortlichen werden. Dieses aktive Mitgestalten der eigenen Arbeitswelten bekommt durch die Corona-Krise eine neue Bedeutung. In der Folge werden sich die Arbeitszeiten verändern und verschieben, Privatleben und Beruf werden sich mehr und mehr

vermischen. Eine klare Trennung von Feierabend und Arbeit ist gerade im Home-Office nicht immer klar abgegrenzt. Aber auch die Formen der eigenen Beschäftigungsform oder gar Unternehmensführung verändern sich rasant. Während der Mittelstand wankt und aktuell einzubrechen droht, wachsen die großen Konzerne und werden zu Monopolen, auf der anderen Seite gibt es Gigger und Solopreneure, Menschen die z.B. punktuell in bestimmten Projekten mitarbeiten.

Also braucht es auch Bildungsformate und Lernhappen, die rund um die Uhr zur Verfügung stehen und die ebenso selbstorganisiert, selbstbestimmt und selbstverantwortlich wie New Work zum New Learning werden. Aber nur weil sie rund um die Uhr zur Verfügung stehen, müssen sie nicht 24 Stunden genutzt werden. Eine persönliche Work-Life-Balance, eine individuelle gesunde Alltagsbalance muss jeder für sich entwickeln, sonst über- oder unterfordern sich die User bzw. Lerner. Daraus resultiert für mich, dass persönli-

che Weiterbildung vielseitig sein muss. Denn nicht nur die berufliche Weiterentwicklung fachlicher Kompetenzen stehen dabei im Fokus, auch die ganz persönliche Weiterentwicklung gewinnt an Relevanz.

Schauen wir auf die Fähigkeiten, die wir zukünftig noch mehr benötigen, dann sind sie eine wertvolle Richtschnur, was die Ziele von Bildung – gerade auch der schulischen, außerschulischen und betrieblichen Bildung sein müssen:

Allen voran sind es die „vier K’s“:

Kreativität, kritisches Denken, Kommunikationsfähigkeit und Kooperationsbereitschaft, aber auch Charaktereigenschaften wie Achtsamkeit, Mut, Belastbarkeit, ethisches Bewusstsein, Resilienz und Führungskraft werden notwendiger denn je. Damit wir unsere Zukunftsfähigkeiten auch in der Zukunft zum Einsatz bringen können, ist für mich auch der Fokus auf die 17 Ziele der vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung wichtig. Dazu gehören unter anderem: Keine Armut, weltweite hochwertige Bildung, menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum.

Wer also eine zukunftsrelevante Bildung etablieren möchte, muss diese Ziele integrieren, sie liegen primär nicht auf der Ebene von Wissen, sondern auf der Ebene von Haltung und Einstellung. Und um diese bei Menschen zu beeinflussen, braucht es keine PowerPoint-Druckbetankung, sondern sorgfältige, ganzheitliche und multisensorische Lernszenarien, die unter die Haut gehen, die Menschen inspirieren und aufrütteln.

Hierzu braucht es ein Team - ein Team aus Bildungsexperten, verantwortlichen Führungskräften und/oder Entscheidern, Praxisanleitern und Wissenskuratoren. Sie sollten Hand in Hand arbeiten, um bestmögliche, nachhaltige und alltagsbezogene Bildung zu gestalten.

Doch dieses interdisziplinäre Team möchte auch koordiniert werden – Bildung wird oder bleibt eben Chefsache.

Die wertvollen Ziele von Weiterbildung im Unternehmen sichern die Weiterentwicklung:

- mehr Umsatz & Wachstum
- bessere Performance der Mitarbeiter
- zufriedene Kunden
- motivierte Mitarbeiter
- optimale Qualität von Produkten
- neue Lösungen
- und vieles mehr

Neue Bildungsformate

Um als Unternehmen bzw. als Verantwortlicher im Wettbewerb vorne zu bleiben, können die bisherigen Weiterbildungsformate nicht einfach weitergeführt werden. Es braucht ein radikales Umdenken! Waren es früher 2- oder 3- Tagestrainings im noblen Tagungshotel, braucht es jetzt flexible Bildungskonzepte, die adaptiv und individuell auf die Belange und Anforderungen der Unternehmen und ihrer Mitarbeitenden zugeschnitten sind.

Wenn wir von neuen Bildungsformaten sprechen, tauchen die Begriffe hybrides Lernen oder Blended Learning auf – sie stehen für gemischtes Lernen. Die beiden Welten des Präsenzlernen und des E-Learning kommen zusammen. Dadurch wachsen die Gestaltungsmöglichkeiten von Bildungsformaten immens an, diese brauchen jedoch weit mehr Dramaturgie als zuvor.

Diverse Learn-Nuggets wie z.B. Lehrfilme, Whitepapers, Animationen und Präsentationen, Gamification, Podcasts, Bücher, Selbstlernaufgaben, Apps und vieles mehr werden zu spannenden Online-Kurs-Modulen zusammen gestellt, die sich entweder um ein Präsenztraining oder eine Live-Online-Session herum ranken. Dadurch wird Lernen schnell zeit- und ortsabhängig.

Doch neben all der Technik braucht es verantwortliche Menschen, die als Vorbild und Modell gelten, die vorleben, was sie sich von anderen wünschen. Somit kommt Führungskräften und anderen Verantwortlichen eine sehr bedeutsame Rolle zu. Die persönliche Performance besticht durch Integrität, Klarheit und Authentizität. Wer sich innerlich „unaufgeräumt“ vor andere stellt, verliert die Teilnehmenden und Mitarbeitenden schnell. Seit Jahren unterstütze ich Menschen dabei, stimmig und einzigartig zu präsentieren – sich und ihre Themen.

Denn – ganz ehrlich – die Zeit, als sich Menschen hinter diversen PowerPoint-Folien versteckten, ist vorbei! Natürlich sind die Folien recht einfach erstellt, um sie dann im zweiten Schritt als Nachbereitung per Email an die Teilnehmenden zu versenden.

Aufbereitung mit Chefsache-Status

Meetings, Themen- und Produktpräsentationen leben jedoch von der Einzigartigkeit, mit der sie inszeniert werden. Neben PowerPoint gibt es viele ungewöhnliche und spannende Möglichkeiten, Inhalte interessant aufzubereiten.

Statt Folien können Schlagworte z.B. auf DIN-A3-Papier oder Karton geschrieben werden. Diese können z.B. an einer Schnur befestigt oder mit aussagekräftigen Symbolen auf Tisch oder Boden ausgelegt werden. Auch können bewusst Fehler eingebaut werden, denn das erhöht die Aufmerksamkeit. Selbst eine eigens inszenierte TV-Show macht aus einem eher langweiligen Thema einen Höhepunkt.

Aus neurodidaktischer Sicht ist es unbedingt erforderlich, Abwechslung in eine Präsentation zu bringen. Gerade das Gehirn von Erwachsenen, also Menschen mit Vorwissen und Vorerfahrung braucht neue Perspektiven auf ein Thema. Vortragende sollten thematisch nicht bei Adam & Eva anfangen, sondern immer einen spannenden Einstieg und Einblick zum Thema bieten.

Beim Online-gestützten Präsentieren kommt neben den Präsentationsmethoden auch die Intensität der persönlichen Performance dazu. Vortragende sehen ihr Gegenüber nicht – sie blicken stattdessen in das kleine bunte Licht der Webcam. Ausdrucksstarke Mimik und Gestik sind ebenso unerlässlich wie ein intensiver emotionaler Ausdruck.

Die Menschen vor den Monitoren ihrer Home-Offices möchten auch innerlich beteiligt sein – ein Ausschütten von Wissen in Form des Nürnberger Trichters ist ebenso ein No-Go wie das Vorlesen von Präsentationsfolien. Vortragende haben beim Online-Präsentieren viel mehr zu tun, neben einer flotteren Dramaturgie, die spätestens nach jeweils 4 bis 5 Minuten einen Höhepunkt hat, braucht es Entertainment. Die Menschen möchten unterhalten werden – und das gerade zu Fachthemen.

Darin liegt meines Erachtens eine sehr große Chance, die jeder Solopreneur, Geschäftsführer oder Führungsverantwortliche ergreifen sollte. Wie so oft kommt das Wesentliche zum Schluss: Wer Seminare, Workshops oder Präsentation durchführt, entwickelt ein eigenes Feuer der Begeisterung. Getreu dem Zitat von Aurelius gilt es zu 100 Prozent, diese Begeisterung selbst zu entwickeln, was allerdings bei vermeintlich langweiligen Themen schwer fällt. Aber gerade die brauchen Ihre persönliche Begeisterung und Leidenschaft. Ein Thema als langweilig abzustempeln ist einfach, es interessant aufzubereiten, ist die große Kunst. Damit hauchen wir dem Thema - und auch unserer Präsentation - „Leben“ ein.

Folgende Fragen können Ihnen eine Unterstützung sein:

- Wie kann ich das Thema einzigartig aufbereiten? Welche Präsentationsmethode wurde noch nicht verwendet?
- Womit genau tauche ich ins Thema ein – wo beginne ich?
- Was könnte ein Anfangs-„Bäng“ sein – ein spannender, unvergesslicher Einstieg?

- Wie kann ich eine sehr persönliche Story zum Thema erzählen? Welche Story ist unvergesslich und schlägt eine Brücke zwischen mir und den Zuhörenden?
- Welche vielfältigen Überraschungsmomente könnte ich zeigen?
- Wie weit darf ich die Zuhörenden oder Teilnehmenden „emotional aufwühlen“, denn dies ist unerlässlich, um Neuroplastizität zu fördern und neue Einsichten zum Thema zu bekommen?
- Und wie kann ich mich als Vortragende/r nahbar machen? Wieviel Echtheit und Wirkung meiner Person lasse ich zu?

In all diesen Erfahrungen, Äußerungen und Tipps liegen mehr als 20 Jahre Vortrags-, Coaching- und Trainingserfahrung. Ich habe Tausende von Fachtrainings durchgeführt, mehr als 25 Bücher geschrieben und viele tausend Menschen aus- und weitergebildet. Im persönlichen Präsentations- und Performance-Coaching achte ich darauf, dass jeder Coachee eine einzigartige Note herausarbeitet, einen Stil findet, der die Menschen fasziniert und berührt und zugleich das Thema sehr interessant inszeniert und aufbereitet.

Die innere Stärke und Klarheit zum Thema und zur eigenen Person sind wertvolle Bausteine eines hochwertigen Seminar- oder Workshop-Produktes bzw. einer Präsentation. Man sollte Ihnen in die Augen schauen dürfen, wenn Sie über Ihr Thema sprechen, die Körpersprache und der Ausdruck Ihrer Stimme unterstützen das stimmige Bild. Doch wer meint, das aus dem Ärmel schütteln zu wollen, kann schnell auf die Nase fallen. Fleiß, beständiges Üben und Verbessern gehören zum Alltag von Vortragenden. „Was leicht aussieht, ist schwer erarbeitet“ gilt hier ganz besonders. Eine leichtfüßig aussehende Präsentationsmethode ist hundertmal geprobt worden. Dann sitzt sie und kann auch bei möglichen technischen Problemen weiter improvisiert werden.

Sich selber und /oder ein Thema zu präsentieren ist eines der Top Ten der Businesssthemen. Mit exzellenten Seminaren, Präsentationen und Meetings lässt sich die Welt verändern. Gute Reden gehen unter die Haut – warum nicht also auch im Business?

Neben der Erfahrung aus Tausenden von Vorträgen schöpfe ich diverse Impulse aus langjähriger Theaterarbeit. Hier kamen insbesondere das Körpertheater und Maskenspiel zum Einsatz, die ich transformiert im Coaching anwende.

Barbara Messer GmbH
CSP Barbara Messer
info@barbara-messer.de

www.barbaramesser.com



Water Of Life in den Medien & auf der Bühne

*WATER
OF
LIFE®*



Immobilienkompetenz in den Medien und auf der Bühne



ORH IMAGE **IDEAL**[®]
REAL ESTATE

www.gf-immobilien-augsburg.de

Die Lizenz zum Clean werden

Die CLEAN AND FREE THERAPY ist der Game-Changer, oder besser noch der Paradigmenwechsel in der Suchttherapie. Prof. Hoffmann kann völlig auf toxische Medikamenten, die teilweise ein hohes Abhängigkeitspotenzial haben verzichten. Ob Alkoholentzug oder Drogenentgiftung, die Entzugsphasen verlaufen sanft und bringen dank Akupunktur und Cranial-elektrischer-Stimulation keine schmerzhaften Entzugssymptome mit sich. Der Körper wird in Rekordzeit wieder regeneriert und so ist nur ein stationärer Aufenthalt von 7 oder 10 Tagen notwendig. Da nur exklusiv ein Klient auf einmal behandelt wird, ist eine 100% Diskretion und eine intensive Arbeit garantiert. Das ONE to ONE Setting zeigt mit 90% Erfolgsquote ihre Wirksamkeit und ist seit Jahren erprobt. Nach dem Aufenthalt auf Gozo, einer kleinen Insel im Mittelmeer, die zu Malta gehört, folgt eine CLEAN AND FREE THERAPY CHALLENGE zur ultimativen Suchtbefreiung! Jetzt werden die neuen Neuronenverbindungen täglich aktiviert und somit fest verbunden. Nach etwa 100 Tagen ist der neue Seinszustand erreicht und die ultimative Suchtbefreiung programmiert.

Prof. Hoffmann baut ein weltweites Partnernetzwerk auf. Lizenznehmer, die sein Behandlungskonzept betreiben wollen, können sich bewerben. In Kürze beginnen die Ausbildungen für die Schweiz, Österreich und Deutschland. Geeignet ist diese Behandlungskonzept für Menschen, die Betroffenen aus einer Lebenskrise führen wollen. Denn Sucht, so Prof. Hoffmann ist keine Krankheit, sondern eine erlernte Hilflosigkeit!

Wenn Sie also über Herz und Verstand verfügen, könnte dies ein etabliertes, lukratives Angebot für eine neue Existenz sein.

Einfach Bewerben, Prof. Hans R. Le-Hoffmann wird sich bei Ihnen melden.

www.cleanandfree.eu

Einzigartiges
Behandlungs-
konzept
von und mit
Prof. Hans R.
Le-Hoffmann:
„Denn Sucht ist
keine Krankheit,
sondern eine
erlernte
Hilflosigkeit!“

*„Erprobte Methode
für Lizenzpartner!“*

ORHIDEAL[®] IMAGE

Von der Orhideal Erfolgsstory zum internationalen Durchbruch



5 Sterne fürs kluges Wachstum ★★★★★

Fähige Unternehmer brauchen keine Skandale oder Social-Media-Striptease: Das Orhideal „Produkt des Monats“ von Unternehmerpaar Nika und Nino Cristiani landet durch die Europaexpansion nun auch im Produktionsland USA in den positiven Schlagzeilen. Als Coverstory ernten die beiden Fitnessexperten und Produktentwickler weitere süße Früchte ihres Engagements. Hollywood breitet ihnen den roten Teppich aus und schon bahnen sich Investorengespräche aller Art an. Ab diesem Monat steht die nächste Produktinnovation vor der Tür:



Shape your face ist nun das Motto. Auf weitere Erfolge brauchen wir bei diesem Powerduo sicher nicht zu warten. Übrigens: Im Orhideal Studio erleben UnternehmerInnen während der Interview-Session wie sich GYM IN A BOX am eigenen Körper anfühlt. Bravo!

„READY TO LAUNCH: TITE FaceWare, MY 3 NEW ANTI AGING & Fat Ironing PRODUCTS ARE AVAILABLE IN OUR ONLINE STORE. HERE IS A SNEAK PREVIEW OF THE PACKAGING I CREATED WITH MY DESIGN TEAM.“ Nika Cristiani



Spitzenarbeitgeber im Portrait
ORH IDEAL[®]
IMAGE
WORKPLACE

Wirklich gelebtes Fair Trade



www.fishandthegang.com

Interessantes Projekt für Investoren, Supporter und Geschäftspartner

Ein Mission Statement für Wertschätzung, Chancengleichheit und globales Business ohne Verlierer

Für Herzblutunternehmerin Kira Beitz zählen Werte, Gefühle und Lebensgeschichten. Produkte sind nicht einfach Produkte, sie wurden von Menschen hergestellt, die mit ihren Ideen, ihrer Zeit und Leidenschaft Produkten eine Seele verleihen. Sie ist überzeugt: „Wenn du dich für ein Produkt entscheidest, wird es ein Teil von deiner Geschichte. Es hängt alles zusammen und unser Ziel ist es, dass auch Produkte wieder wertgeschätzt werden. Wir unterstützen traditionelle Handwerkskünste, kleine Manufakturen und Künstler aus der ganzen Welt sowie Produkte, die unter fairen Bedingungen hergestellt werden, mit viel Liebe handgemacht sind und durch das einzigartige Design überzeugen. Leider können wir aktuell noch nicht behaupten, dass unser Shop komplett nachhaltig geführt wird und wir möchten auch nicht mit einem „Begriff“ werben, den wir nicht erfüllen können. Jeder, der sich etwas mit dem Thema beschäftigt hat, weiß wie viel dazu gehört. Um erstmal zu starten mussten wir Kompromisse eingehen und geben unser Bestmögliches, um in Zukunft, den für uns so wichtigen Aspekt voll und ganz zu erfüllen! Wir sind auf dem besten Weg dahin.“

Die charmante Geschäftsfrau hat mit dem Eigenlabel HIPPIE FISH gestartet und das Sortiment um weitere Soul Brands ergänzt, die sorgfältig ausgesucht werden. Es folgen bald auch weitere Produkte und Kunstwerke aus der ganzen Welt mit spannende Geschichten über traditionelle Herstellungsverfahren und beeindruckende Lebensgeschichten.

Kira Beitz ist es bewusst, dass derzeit viele Unternehmen mit Öko Begriffen nur so um sich werfen und bei genauerem Hinschauen meistens nichts dahintersteht. Sie schaut sehr genau hin und entscheidet sich NUR für Label, die garantieren wofür sie stehen und überzeugt sich auch persönlich davon.

Die SAHELI WOMEN betrachten Nachhaltigkeit als eine moralische Reise und beteiligen sich an einer Bewegung hin zu Produktionspraktiken, die im Einklang mit der Umwelt stehen und bei denen die Arbeitnehmer fair behandelt werden. Sie verwenden die erwirtschafteten Einnahmen, um die Gehälter der Mitarbeiter und die Fixkosten zu bezahlen und investieren übrige Erlöse in die Entwicklungsprogramme der Mutterorganisation IPHD. Auf diese Weise sind sie unabhängig von Spenden, die keine planbaren Einnahmen darstellen.

Der IPHD verfolgt mit seinem Bildungsprojekt für Mädchen, seinem Gesundheitsprogramm und seinem Projekt zur Sicherung des Lebensunterhalts der SAHELI WOMEN einen ganzheitlichen Ansatz für die Gemeindeentwicklung. SAHELI ist das Hindi-Wort für „Freundinnen“ und spiegelt das Engagement wider, den Frauen einen sicheren Raum und eine nachhaltige Existenzgrundlage zu bieten, von der sie selbst, ihre Familien und ihre Gemeinden profitieren. Die SAHELI WOMEN haben sich ein großes Netzwerk an Kunden aufgebaut und können stolz behaupten mit Partnern aus der ganzen Welt, wie England, Deutschland, Australien und den USA zusammen zu arbeiten. Wer Kira Beitz auf dieser Mission geleiten will, ist herzlich eingeladen. Fans können sich im Shop umsehen und durch ein bewusstes Kaufverhalten, die Welt etwas besser machen. JOIN THE GANG!



Standing Ovations auf der Bühne:
Mit seinem Innovationsgeist und
humorvollen Veranschaulichungen
trifft Neurowissenschaftler Josua
Kohberg den Nerv des Publikums
und sorgt für Verblüffung.

Mit Begeisterung, der richtigen Prise
Witz und einem Hauch Selbstironie
erklärt er leicht nachvollziehbar
die KOSYS Welt der Biophysik, der
richtigen Frequenzen für passives,
zeitsparendes Lernen der Zukunft.

„Unser Lernsystem schafft
einen Paradigmenwechsel.“

Gefragter Innovator



Im Interview: Naturholzhausoasen

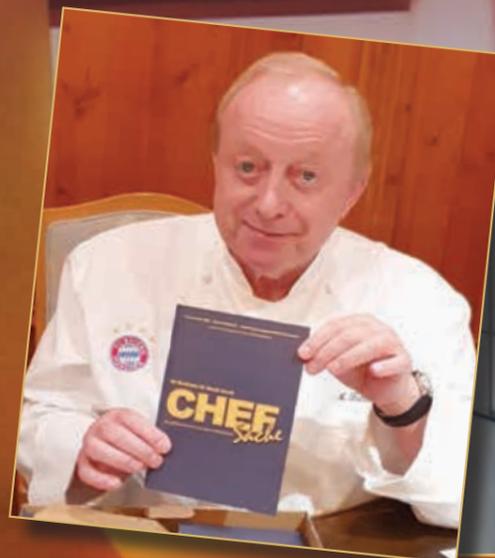


Qubo by Alexander GmbH

Gefragt in TV, Radio und Fachzeitschriften Achtsamkeit im Business

„Detox your
mind! Ich zeige,
wie man den
inneren Saboteur
bändigt!“

Immer auf Erfolgskurs: Orhideal CHEFSACHE in Kooperation mit Alfons Schuhbeck zeigt Ulrike Hartmann als Qualitätsdienstleister. Die geschätzte Speakerin moderiert u.a. für Orhideal Unternehmerradio und gibt demnächst in ihrer Kolumne NEURO-BOOST Tipps für Entscheider. Als Werbegesicht und Moderatorin ist die foto- und telegene Future-Business Expertin für uns auch vor der Kamera. Mehrfache Unternehmerin des Jahres auf dem Orhideal-Podium - das erste Mal sogar als Role-Model in Kombination mit Vorbildunternehmer Perry Soldan, Dr. C. SOLDAN® EM-eukal



Achtsamkeit neu gedacht und wissenschaftlich umgesetzt:

Dem Hype rund um Mindfulness gibt Ulrike Hartmann eine neue Dimension: ihre wissenschaftlich fundierte Methodik und Systematik macht den Einsatz der Ressource »Achtsamkeit« zu einem Erfolgsinstrument im Geschäftsleben.

Überzeugend und inspirierend sind ihre Impulse, durch Klarheit und Konzentration auf ganzer Linie zu gewinnen.



ORHIDEAL
**media
face** 2022
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Nicht mehr „unter Strom sein“

Top-Ansprechpartner für Privatbedarf und Geschäftskunden mit systematischen Schutzkonzepten und modernsten Qualitätsprodukten zum Ausgleich von

- ELEKTROSMOG
- Mobilfunk
- WLAN & Co.
- Lösungen für ein natürliches Wohn- & Arbeitsumfeld
- Elektromog-Messungen und Sanierungen
- Störfeld-Analysen
- REDUZIEREN VON FEINSTAUB IN INNEN RÄUMEN
- Raumluftklimaverbesserung

www.kohl-umwelttechnik.de

„Unsere Kunden fühlen sich in ihren Räumlichkeiten produktiver und ausgeglichener!“

Geschätzt und bekannt als Modernisiererin - im Dialog mit einem Sparringspartner auf Augenhöhe: An der Spitze ist es einsam. Sehr gerne lassen sich deshalb Führungspersönlichkeiten von Heidi Weber Rüegg spiegeln. Die impact Development GmbH entwickelt und trainiert neue Wege in der Führung und Mitarbeiter-Zusammenarbeit. Gamechanger Mastermind ist angesagt. „Wir beleuchten, klären, fokussieren und begleiten in ganz konkreten Schritten. Wir richten den Blick konsequent nach vorne in die Zeit der künstlichen Intelligenz und verankern die Kraft der Freude als Basis für zukünftige Erfolge. Nur mit sozialer Intelligenz wird der digitale Wandel zu bewältigen sein.“

„Game Changer Mastermind macht Sie unwiderstehlich für Ihren Teamerfolg!“

www.impact-gmbh.ch

Heidi Weber-Rüegg in den Medien Stimmen zur Impact GmbH aus Industrie, Produktion & Dienstleistung

Credit Suisse / Schwyzer Kantonalbank / Swiss Life / Hypothekarbank Lenzburg / Primanet AG / Vaudoise Versicherungen / Pomcanys Marketing AG / Broadway Variété / Fachhochschule Nordwestschweiz / Ringier Axel Springer AG / div. Gemeindeverwaltungen / Reformierte Kirche Zürich u.a.m.

„Sie scheut sich nicht, kritische Themen offen, konkret und direkt anzusprechen. Die Zusammenarbeit ist partnerschaftlich, wertschätzend und lösungsorientiert. Sie legt großen Wert auf greifbare Ergebnisse und Lösungsansätze. Ich schätze Ihr großes Engagement und ihre Methoden Vielfalt in der nachhaltigen Umsetzung.“

Lukas Camenzind, GL Schwyzer Kantonalbank

„Beim ersten Gespräch mit Heidi hatte ich sofort großes Vertrauen in ihre Person und ihre Kompetenzen. Meinen Entscheid hab ich nie bereut. In heiklen Führungsthemen war Heidi für mich ein toller und sehr sympathische Sparringspartner, von welchen ich viel über mich und neue Führungsansätze gelernt habe. Danke Heidi!“

Daniel Beyerlein, Geschäftsführer

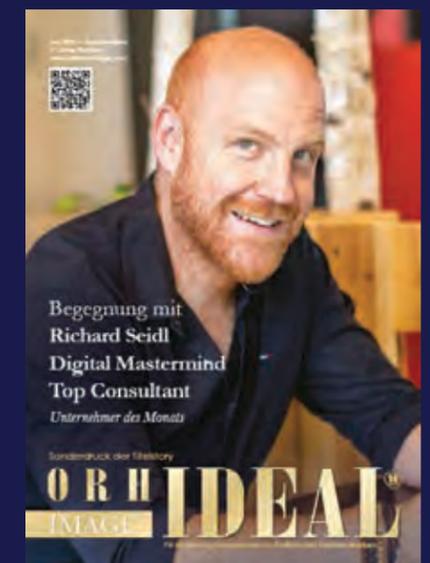
„Ich kenne Heidi Weber Rüegg seit vielen Jahren. Ihre authentische Art hat mich von Anfang an beeindruckt und ihre Impulse haben bei mir eine nachhaltige Wirkung hinterlassen. Ich finde das online Coaching Programm für Führungsfrauen ausgesprochen attraktiv und wichtig es beinhaltet die Themen welche für Frauen in Führungspositionen von Bedeutung sind und ihnen erlaubt das nächste Level zu erreichen. Auf authentische weibliche Art.“

Anita Gross, Führungskraft



Meilensteine
Orhideal® Gesichter
im TV & auf der Bühne

Digital Mastermind
Richard Seidl



www.richard-seidl.com

Titelgesichter auf der Bühne

Auf Erfolgskurs - Sonja Pierer on stage
Intel, Director Business Consumption



www.linkedin.com/in/sonja-pierer

Carmen Goglin

- die Bühne rocken mit
www.carmengoglin.de



TEDx Freiburg
x = independently organized TED event

**Lachen braucht
keinen Grund!**

Launologie-Expertise gefragt in Medien & Wirtschaft

„Zukunftsorientierte Unternehmen sollten und müssen das **Mindkapital der Mitarbeiter** gewinnbringend einsetzen!“

Ausgezeichnetes Fachwissen - mit dem deutschen Trainingspreis in Gold, div. Excellence-Zertifikaten und 2013 als Vortragsredner des Jahres: Mit seinen humorvollen Beiträgen war Helmut Fuchs Gast in zahlreichen TV-Talkshows von Frank Elstner bis Kölner Treff, Mittags- und Morgenmagazin und verschiedenen Expertenrunden.

Über seine Seminare, Bücher und Denkanstöße berichteten ARD, ZDF, Sat 1, Pro 7, RTL, Phoenix, alle 3. Programme und viele Regionalsender. Als Interviewpartner war der Stimmungsforscher in hunderten von Radiosendungen bei HR 1,2,3 und 4, SWF, NR, BR, MDR u.v.a. unterwegs.

www.helmutfuchs.de

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



Betriebsklima-Koryphäe Fuchs erklärt seine Passion



Kooperation mit TV-Genie Martina Hautau hier in der Sendung „Erfolge bevorzugt“

Nicht nur von Kunden,
sondern auch innerhalb der
Branche sehr anerkannt:
Mit viel Leidenschaft und
Liebe zu allen Projekten
ist das Geschwisterpaar
Stephanie Präger und
Michael Mönner in dritter
Generation ein Garant für
Bestleistung in Badesign,
Badsanierungen und
Heiztechnik.

Auf Erfolgskurs mit viel Gespür und Know-how

Badkonzepte mit Stil

Was lange währt, ist mehr als gut: Mit hochwertigen Lösungen ist die Mönner GmbH Bäderspezialisten seit 65 Jahren eine renommierte Top-Adresse für erstklassigen Bäderbau in München und Umgebung für alle, die sich ihr neues Bad stressfrei aus einer Hand entwickeln und umsetzen lassen wollen. Mit Stil, Erfahrung, Herz und Verstand verwandelt das Mönner Kompetenzteam aus erfahrenen Baddesignern, einer Innenarchitektin und diversen Gewerken ihr altes Bad in eine Energietankstelle oder Wellnessoase - ganz nach Ihrem Gusto! Garantiert!



„Großartigen Ideen und
nur die beste Umsetzung
für unsere Kunden!“

www.moenner.de

Optimal erklärt

Die junge Zielgruppe erreichen - mit Mirko Drotschmann kein Problem. Früher bekannt durch mustewissen Geschichte, jetzt als MrWissen2go. Die Zahlen sprechen für sich. Mehr als 1.600.000 Abonnenten (MrWissen2go) und 800.000 Abonnenten (MrWissen2go Geschichte). Mit etwa 700 Videos über 230.000.000 Aufrufe (MrWissen2go) und über 110.000.000 Aufrufe (MrWissen2go Geschichte). Das wird angeschaut. Wir als Fans bringen es mal auf den Punkt: So ein Sprachrohr - musstebuchen!

www.instagram.com/mrwissen2go_

MIND
CHANGE
AWARD

rd

Premiere: Auszeichnung für markante Game-Changer

mit Netzwerken im Club der Mind Change Exzellenz

Der Mind Change Award® bringt Visionäre, Unternehmer, Pioniere und Macher zusammen - mit dem Ziel, eine Plattform zu einem kontinuierlichen Erfahrungsaustausch auf höchster Ebene rund um das Thema Mind Change zu etablieren. Von Menschen, die nicht nur reden, sondern die durch Handlungen überzeugen!

Jedes der Gewinner-Unternehmen war sich bewusst, dass ein Mind Change notwendig ist, hat ein sehr gutes Konzept dazu präsentiert und ist bereit, sich weiterhin upzudaten und upzugraden!



Orhideal Titelgesichter der Oktober Ausgabe 2019



MEDIEN IM WANDEL

Im Jahr 2020 nutzten die Deutschen durchschnittlich neun Stunden und 27 Minuten am Tag Medien. Dieser Wert hat sich seit 1980 verdoppelt. Allein 220 Minuten pro Woche verbringen sie vor dem Fernseher. In Zukunft wird jedoch der Mix aus TV und sozialen Medien in Kombination mit Print und Audio wichtiger werden, um Reputation und Vertrauen aufzubauen.

Wenn es um den Medienkonsum geht, schauen die Menschen direkt in Echtzeit, on demand, sind live dabei oder konsumieren im nebenbei. Die Art und Weise, wie heute Medien nutzen, hat sich erheblich verändert.

Mehrfache Ausstrahlungen einer Sendung, ein Interview, das mit einem neuen Blickwinkel auf das Thema brilliert und als Evergreen-Content funktioniert. Dies sind ausschlaggebende Faktoren für PR und Marketingerfolge, die Mediendaten in den Schatten stellen.

Martina Hautau | Medien Mind
www.martinahautau.TV/Orhideal

Tipps vom TV-Profi Martina Hautau Unternehmen im TV

In der Vergangenheit war der Zugang in die Medien nur großen Unternehmen vorbehalten, die dafür viel Geld investiert haben, um Ihre Message auch unternehmenskonform zu präsentieren. Heute können auch Solopreneure und KMU im Rampenlicht stehen, vorausgesetzt Ihr Thema ist werbefrei und ansprechend aufbereitet. Die Medien suchen immer nach TV-Erfahren Experten mit spannenden Themen.

Um Ihr Thema medienrelevant aufzubereiten, eignet sich ein TV-Training mit der Produktion eines Interviews oder einer eigenen Fernsehserie. Erobern Sie die Medienwelt und öffnen die Tür für neue Kunden, denen Sie sonst niemals begegnen würden.



Erobern Sie ONLINE-TV

Gewinnen Sie wahre Unternehmensliebhaber, weil Sie als Informationsknotenpunkt wirken. Erobern Sie Märkte, da Sie die Kraft des Teleshopping für Ihren Verkauf einsetzen. Stärken Sie die Mitarbeiterbindung und -gewinnung, weil Sie Brücken bauen von Mensch zu Mensch.

Serien-Netzwerk und Multichannel

Einmal ist keinmal, dies gilt auch für eine Interviewteilnahme, egal, ob im TV, einem Onlinekongress oder Podcast. Dazu stellt sich die Frage, welchen Zweck verfolgt der/die Gastgebende mit dem Format und wer steht im Mittelpunkt? Essential ist was ist das Ziel, das verfolgt wird. Stehen Sie und Ihr Thema im Mittelpunkt und wird Ihre Kernbotschaft transportiert. Des Weiteren finden Sie bei den bestehenden Sendungen eine gemeinsame Kundenschnittmenge. Es ist erwiesen, dass Zuschauer/Zuhörer Ihre Lieblingssendung beisitzen und von dieser alle Folgen kennen, egal wann jemand mit dem Format gestartet ist. Ebenfalls sollten Sie wissen, wie und wo ausgestrahlt wird und ob Sie die Filmrechte erhalten.

Konzern wissen um die Kraft der Medien und investieren lieber, als auf eine Einladung zu warten und auf ein gutes Ergebnis zu hoffen.

Zum Start TV-Training plus Interview

Können Sie in 1-Minuten-Sequenzen einen galanten Dialog führen und schaffen Sie es, die Zuhörerschaft in den Bann zu ziehen? All dies können Sie lernen und direkt in einem praktischen Erleben umsetzen. Ob Finanzen mit Pfiff, Unternehmertum im MLM, Wohnen und Leben, Altes wieder entdecken - viele Themen sind gefragt.

Aufstieg im TV-Himmel - die eigene Serie

Liefert Ihr Wirken sechs spannende Themenfelder, zu denen Ihre Kunden oder Kooperationspartner etwas besteuern können? Dies kann in einem bekannten Serienformat platziert werden oder der Start für den eigenen Online-TV-Sender sein.

Teleshoppingstrategie für Ihre Produkte

Die Kaufkraft im Teleshopping ist immer noch unschlagbar, doch auch dies findet nun den Weg in Onlineshops, um Kunden ein Käuferlebnis zu ermöglichen.



*Die zweite Heimat.
Der Ort, den Sie
immer wieder
bereisen. Eine
Liebe, die schon
lange hält!*

Inseliebe



Inseliebe - Sylt1

Im Gespräch mit dem Medienprofi Martina Hautau

Bei Ihrem virtuellen Strandkorb-Schnack dreht sich alles um Sylt, wie kamen Sie auf die Idee, Frau Hautau?

Wir sind mit Sylt gestartet, denn was liegt näher, bei einer Kooperation mit Sylt1. Natürlich sind wir offen für Föhr und Amrum - Liebhaber:innen.

Virtuell, warum gehen Sie diesen Weg, wo doch sicher die Gäste gerne live auf der Insel wären?

Zum einen ist es der Lage seit 2020 geschuldet, da die Maßnahmen ein Umdenken forderten. Doch schon weit davor habe ich mir viele Gedanken gemacht, wie auch TV, klimaneutraler und zeiteffizienter für die Interviewgäste sein kann. Die Akzeptanz für Zuschaltung ist in den letzten Jahren sehr gewachsen und die technischen Möglichkeiten,

die wir heute haben, bestärken mich in diesem Schritt. Auch steht es in keinem Verhältnis, für ein 15-minütiges Interview eine lange Anreise auf sich zu nehmen, plus weiterer Kosten. Unternehmer sollten doch bei Ihren Kunden sein.

Was ist die Idee hinter der Inseliebe?

Vielleicht kenne Sie das auch, Sie sitzen in Ihrem Strandkorb und kommen mit Ihrem Strandnachbar ins Gespräch. Nachdem Sie sich über die Insel und Ihre Lieblingsplätze unterhalten haben, kommen Sie irgendwann zur Frage, "Und was machen Sie?" Das ist so natürlich, weil Menschen gerne mehr über Ihr Gegenüber erfahren. Und, wo kann man besser netzwerken als im Strandkorb oder Urlaub? Das ist so natürlich.



Sylt ist nicht nur eine Insel, sondern ein Lebensgefühl und eine echte Marke, die weit über Deutschland hinaus bekannt ist. In den 1920er Jahren übte sie eine magische Anziehungskraft auf Maler, Schriftsteller, Schauspieler und andere Berühmtheiten aus, die bis heute anhält. Kampen ist international als berühmtes Reiseziel für Prominente und Reiche bekannt.

Eine historische Verbindung besteht zwischen Sylt und Hamburg sowie, Berlin, die wir in unserem Spezial spürbar machen.

SYLT FÖHR AMRUM

NETZWERKEN AM STRAND

Wird es irgendwann eine Inseliebe direkt von Sylt geben?

Wir produzieren die zweite Staffel im Juni 2022 wieder im Studio. Für September 2022 planen wir eine Produktion direkt am Strand von Sylt. Unsere Gäste erwarten zu diesem Special viele Highlights! Zwölf Unternehmer:innen aus Hamburg oder Berlin können sich jetzt schon für diesen außergewöhnlichen Event bewerben.

Warum, den nur Berliner und Hamburger? Neben der besonderen Beziehung zwischen den beiden Städten und Sylt werden wir zusätzlich lokale Kampagne starten.

Gibt es eine Vision für Inseliebe?

Unsere Idee ist ab 2023 auch die Nachbarinsel zu bereisen und die Inseliebhhaber:innen dort kennenzulernen.



Martina Hautau | Medien Mind
www.martinahautau.TV/inseliebe



Vom Start bis in die Zukunft Geschichten haben Sogwirkung

Wenn Menschen Ihnen über die Schulter schauen können, Sie den Blick hinter die Kulissen freigeben und Sie die Erlaubnis geben, Ihre Philosophie - ja, den Menschen hinter dem Unternehmen - zu entdecken, dann zeigen sich einzigARTige Unternehmensgeschichten.



EVERGREEN CONTENT

Eine Quelle der Inspiration

Unternehmen verändern sich im Laufe der Zeit. Wer in Ihrem Unternehmen oder Ihrer Kunden w kennt Ihre Philosophie? Wer weiß, was Sie angetrieben hat, als Sie Ihr Unternehmen gegründet haben und was Sie heute bewegt?

Neben der Idee und den Wunsch etwas in der Welt zu verändern, gehören viele Aufgaben zum Unternehmertum. So gilt es, die Finanzen im Blick zu haben, Gesetze einzuhalten und sich um die Kundengewinnung zu kümmern. Die Werbung- und Marketingmaßnahmen haben sich mit dem Internet verdoppelt. Wann haben Sie Ihre in dem Regelwerk von Marketing und Social Media Strategie, Zielgruppen- und Keywordanalysen, Ihre Werte und Geschichte verloren?

Für ein Firmenjubiläum, zur Stärkung des Employer Branding, zur Stärkung der Kunden- und Medienrelevanz oder als Contentquelle, eine biografische Dokumentation wirkt als Allrounder und Evergreen.

*Martina Hautau,
TV-Profi, Crisis & Life
Management Expert.
Bei Ihr steht der
Mensch im Mittelpunkt*



www.martinahautau.tv/dokumentation

Geschichten haben die Menschen schon immer fasziniert. Fangen Sie Ihre Geschichte in bewegten Bildern ein, die Menschen bewegen, und die Ihre Zeit überdauern werden, um eine ewige Quelle von Inhalten für Ihre Marke zu sein.

Das zieht Mitarbeiter und Kunden an. In einem biografischen Dokumentarfilm verbindet sich Reputation mit Referenz, Ihre Tages-Lebens-Routine schafft Resonanz und Ihre Persönlichkeit stärkt das Vertrauen.

ANZIEHUNGSKRAFT

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, heißt es. Doch wie oft wird dieser Spruch vernachlässigt? Gemeinsamkeiten ziehen an und auch hier wird selten die Brücke geschlagen, um Mitarbeiter oder Kunden zu gewinnen. Bauen Sie Vertrauen und Interesse auf, erzeugen Sie Anknüpfungspunkte für die Ewigkeit.

INDIVIDUALITÄT IST TRUMPF

Auch bei Auftragsarbeiten achtet das Team um Martina Hautau darauf, die individuelle Dynamik der Unternehmer:innen durch den Film auszudrücken. Schauen Sie selbst: www.martinahautau.tv/filmprojekt/



Entdecken Sie den Menschen hinter dem Unternehmen.
Szene in der Dokumentation vom Melanie Thormann mit innovativem Equipment.

Aus der Schweiz in TV & Radio wirken

www.ama-coaching-concepts.com

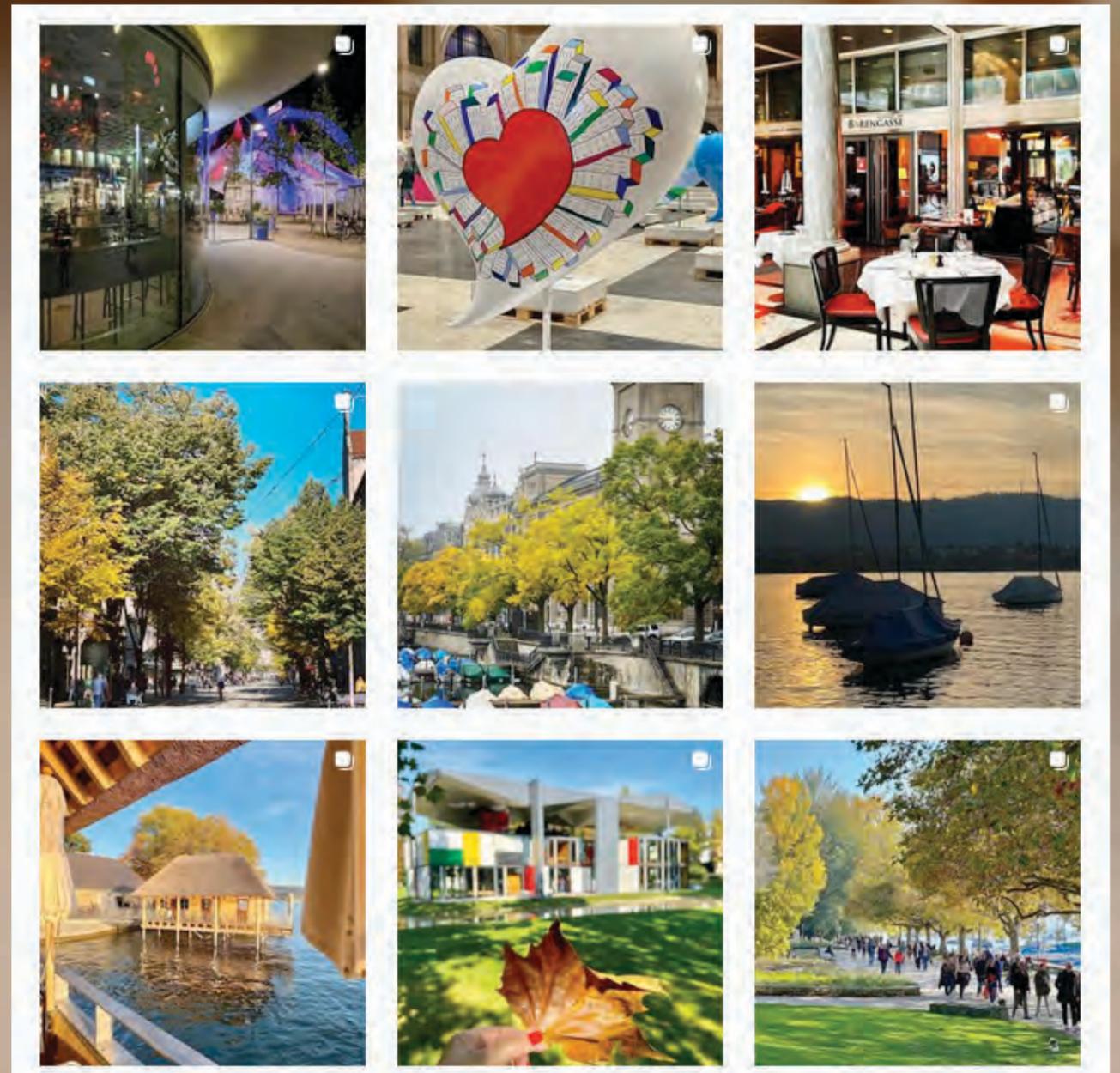


Aus der Wirtschaftsmetropole in die ganze Welt:
Mediengesicht Manuela Leonhard,
Assistentin der Stadtpräsidentin,
Stadtverwaltung Zürich, verkörpert
Zürich LIFE & WORK STYLE auf Socila Media
mit über 35.000 Kontakten und über 16.000
Followern auf Instagram



Made-in-SWISS-Kooperationen seit 2008

Das Team von Orhideal dankt allen bisher mitwirkenden Schweizer Unternehmen und Qualitätsanbietern.
Folgen Sie auch dem Instagram-Profil
„Zurich ist beautiful“ unserer Schirmherrin
Manuela Leonhard



Podium der Starken Marken
ORHIDEAL
IMAGE
SWISS SPEZIAL



PODCAST SERIE „HERZSCHLAG“



Die spannendsten Geschichten lauern oft da, wo man sie nicht vermutet. Wir haben sie entdeckt und lassen die Menschen hinter den Geschichten zu Wort kommen.

Jeder Mensch hat etwas, wofür er brennt, das ihn antreibt und sein Herz höherschlagen lässt. Wir sind von dem geprägt, was wir erlebt haben und Tag für Tag neu erleben. Deshalb entwickeln und verändern wir uns ein Leben lang – sei es im Kleinen oder in ganz großem Stil. Es ist eine Bereicherung, sich mit anderen Menschen darüber auszutauschen, welche prägende Erfahrungen sie gemacht haben, welche Entscheidungen sie getroffen haben oder auch, welche Zufälle ihren Lebensweg beeinflusst haben. Wir bei memon haben das Glück, immer wieder Menschen zu begegnen, die das Leben anpacken und Herausforderungen meistern. Manche von ihnen sind Visionäre, die ihre Ideale verfolgen, weil sie von ihren Ideen und ihren Zielen überzeugt sind. Andere haben einen Bruch im Leben erlebt und daraufhin ihr Leben radikal verändert. Allen gemein ist, dass sie irgendwann und irgendwie mit memon in Berührung gekommen sind – und uns von ihrer Lebensgeschichte berichtet haben. Weil wir der Meinung sind, dass jede gute Geschichte unbedingt erzählt werden sollte, starten wir im Mai unsere erste Podcast-Serie. Schon länger hatten wir diese Idee im Kopf, irgendwann war klar: Jetzt packen wir's an!

Ein Teil unserer Podcast-Serie behandelt die Menschen, die unmittelbar mit memon zu tun haben und Experten in den Themenbereichen elektromagnetische Strahlung, Feinstaub und geopathische Störzonen sind. Für den zweiten Teil der memon Podcasts haben wir ebenfalls großartige Menschen gefunden, die bereit waren, uns ihre spannende Geschichte zu erzählen. Jede dieser Geschichten zeigt uns, dass es letzten Endes darum geht, auf sein Herz zu hören.

Unser Herzschlag ist sozusagen unsere ureigene biologische Frequenz, mit der wir in Resonanz gehen, wenn wir das tun, was das Herz uns sagt. Und weil diese Geschichten auch unser Herz berühren, nennen wir unsere Podcast-Serie „Herzschlag“.

**Hören Sie rein
oder vielmehr:
Hören Sie auf Ihr Herz.**

„memon hat es sich zum Ziel gesetzt, allen Menschen ein Leben zu ermöglichen, das frei von negativen Umweltbelastungen ist. Um den Menschen Schutz vor elektromagnetischer Strahlung zu bieten, ohne auf moderne Technik verzichten zu müssen, hat memon eine Technologie entwickelt, die weltweit einzigartig ist.“



Die Herzschlag-Interviews werden moderiert und koordiniert von Melanie Mörtlbauer und Stefan Felder.

Jetzt Reinhören in den neuen memon Podcast „Herzschlag“ unter memon.eu/podcast sowie auf Spotify, Apple Podcasts, amazon music, Deezer und vielen weiteren Podcast-Apps.

www.ethiks.de

Durch ethische
Unternehmensführung
sind Sie ein...

begehrter Auftraggeber,

weil Sie transparent und lösungsorientiert
mit Ihren Lieferanten zusammenarbeiten.

1. Vorstand
Roland Gartner



2. Vorstand
Stefan Reuß



Nur das Logo?
Für uns zählt
das Gesicht
dahinter...



[www.orphideal-
image.com](http://www.orphideal-image.com)

IMPRESSUM

www.orphideal-image.com

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

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

Verbreitungspartner auszugsweise unter: www.image-magazin.com PARTNER je nach Bedarf und Möglichkeiten limitierte Printexemplare, Online-Streuung unbegrenzt in Zeitraum und Menge, über das Podium und den Kiosk

Koordination/ PR-Konzeption:

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

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

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

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

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

Bildnachweis: eingereichte Material der für sich werbenden Unternehmen • Motive von Fotolia.com © IvicaNS, © xy, © Neiron Photo, © alexandre zweiger, © fotodesign-jegg.de, © FrameAngel, © Mopic, © MK-Photo, © JFL Photography, © WavebreakMediaMicro, © icsnaps, © Mopic, © poplasen, © Radoslaw Frankowski

Danke an <http://de.123rf.com/> & Pixabay