

epos

Unternehmer,
die Geschichte schreiben



Die Favoriten von
Agnes Anna Jarosch
& Rainer Wälde

SAMUEL & CARSTEN WALDECK

Vom iPhone zum SHIFTPHONE
ohne Neukauf-Druck
und Wegwerf-Wahn

**WOLFGANG
MARSCHALL &
TAREK ABOUELELA**
30 % mehr Umsatz
+ 40 % weniger
Kündigungen
= 100 % mehr Spaß
im Vertrieb



- 4 **Markus Wasserle:**
Saubere Sache: Wie die unattraktive Gebäudereinigung durch Markus Wasserle und seine Wertschätzung in neuem Glanz erstrahlt
- 6 **Die drei von UXGO:**
Wie drei Männer den Markt für Damenschuhe revolutionieren
- 9 **Steffi Kircher:**
Mit 66 Jahren fängt das Leben an: Warum Steffi Kircher den Ruhestand gegen Coaching-Power tauscht
- 12 **Jens Minnemann:**
Bye-bye, geliebte Provision: Wie Jens Minnemann die Vermögensberatung neu erfindet und mutig auf die Seite des Kunden wechselt
- 14 **Carsten und Samuel Waldeck:**
Vom iPhone zum SHIFT: Wie die Waldeck-Brüder Steve Jobs helfen und mit dem SHIFT-Phone eine neue Ära einleiten
- 19 **Martin König:**
Mit Kollegialer Führung bereit für die agile Zukunft: Wie Martin König Teams zur maximalen Selbstverantwortung und Selbststeuerung befähigt
- 22 **Bernhard Hahner:**
Solide Stahltechnik trifft auf Elefanten, Kunst und Kreativität: Bernhard Hahner findet mit seinem Unternehmen ungewöhnliche Lösungen
- 25 **Wolfgang Marschall und Tarek Abouelela:**
Verkaufsfitt mit LUDOKI Sales: Wie 2 Typen und 1 Spiel für 30 % mehr Umsatz, 40 % weniger Kündigungen und 100 % mehr Spaß im Vertrieb sorgen
- 28 **Gerhard Hab:**
Ein Visionär, 4Wände, eine Nische: Gerhard Hab ermöglicht Kirchen neuen Raum zur Entfaltung
- 30 **Josef Glöckl:**
Sitzen Sie noch oder swoppen Sie schon? Der Weg vom schmerzgeplagten Passiv-Sitzen zur Aktiv-Revolution im Büro
- 33 **Achim Kopp:**
50 Jahre Erfolgsgeschichte mit null Stellenanzeigen? Achim Kopp genießt Vertrauen und leitet ein Familienunternehmen der anderen Art
- 34 **Cornelia und Stefan Schmid:**
Mit Coaching das Chaos im Kopf sortieren: Cornelia und Stefan Schmid helfen Menschen durch Veränderung
- 36 **Petra Schmitt-Böger:**
„Modernstes Labor in Deutschland“: Wie einem Zahntechniker der Wandel vom klassischen Handwerk zur innovativen 3-D-Arbeit gelingt
- 38 **Agnes Anna Jarosch:**
Warum das EPOS Magazin entstehen musste
- 44 **Rainer Wälde:**
Wie Sie neue Fachkräfte gewinnen

IMPRESSUM

EPOS – Unternehmer, die Geschichte schreiben **Herausgeber:** Agnes Anna Jarosch & Rainer Wälde GbR (V. i. S. d. P.) **Verlag:** Rainer Wälde media, Gutshof 2, 34621 Frielendorf, E-Mail: info@waeldemedia.de **Autoren:** Norbert Abt, Agnes Anna Jarosch, Micha Kunze, Rainer Wälde **Lektorat:** Henrike Doerr, www.text-welten.com **Layout/Satz:** Sarah Augustin, www.bluezeit.de **Druck:** Wir machen Druck, Backnang **Fotos:** Daniel Biskup, Peters Fotodesign, Janine Guldener, www.janine-guldener.com, HP Schrader, Kopp- Schleiftechnik, Jonathan Linker, Marco Moog, www.marcomoog.de, Marc Müller, Roerber, 4Wände GmbH, Shutterstock **Gedruckt** auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier. Alle Rechte vorbehalten. Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Beilage zu Authentisch leben 32 **ISSN:** 2566-9702 **Postvertriebsstück:** ZKZ 24882

EDITORIAL

„WO SIND ALL DIE INDIANER HIN WANN VERLOR DAS GROSSE ZIEL DEN SINN?“



Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer,

an diese Zeilen der Pop-Band PUR müssen wir denken, während wir diese neue epos-Ausgabe kreieren. Gestandene Häuptlinge, die frische Indianer brauchen, suchen derzeit vergebens nach Verstärkung. Der Stellenmarkt ist so leergefischt wie der Ozean.

Junge kritische High Potentials, die sich großen sinnstiftenden Zielen anschließen und gemeinsam cokreieren möchten, fühlen sich genauso einsam wie die großen Häuptlinge. Unternehmerische Sozialkosmetik und schön gestaltete Imageseiten lösen bei ihnen schon lange keine Begeisterungstürme mehr aus. Doch es gibt Hoffnung. So verrät zum Beispiel Achim Kopp, wie es möglich ist, 50 Jahre ein erfolgreiches Unternehmen zu leiten, ohne dabei eine einzige Stellenanzeige zu schreiben. Martin König zeigt ab Seite 19, wie starr-strukturierte Unternehmen sich durch das Kollegiale Führen zu agilen Organisationen entwickeln. Er erklärt, wie Organisationen zukünftig ohne Indianer und Häuptlinge auskommen, Chefs sich zu Mentoren und Angestellte zu unternehmerischen Mitdenkern weiterentwickeln.

Und wo ist der Sinn geblieben? Es genügt nicht, austauschbare, kompetent-innovativ-erfolgreiche Leitbilder auf die Homepage zu schreiben, die so nichtssagend sind wie Politiker-Erklärungen nach einer Wahlschlappe.

Storytelling ist unserer Erfahrung nach ein wichtiger Ansatz, um glaubhaft zu vermitteln, welchen Sinn Ihr Unternehmen stiftet und wofür Sie und Ihr Team morgens aufstehen. Das verstehen nicht nur die potenziellen Kunden, sondern auch die potentiellen Mitarbeiter.

Indem Sie als Unternehmer Ihre Stimme nutzen, anstatt sich hinter Produkten zu verstecken, machen Sie für viele Menschen einen Unterschied. Ob alt oder jung, Start-up oder Familienunternehmen mit Tradition:

Zeigen Sie sich – genau wie die Sinnstifter in diesem Heft.

Wir wünschen Ihnen bei der Lektüre viel Vergnügen!

Ihre

Ihr

Agnes Anna Jarosch (Stuttgart) & Rainer Wälde (Frielendorf)

Saubere Sache

Wie die unattraktive Gebäudereinigung durch Markus Wasserle und seine Wertschätzung in neuem Glanz erstrahlt

von Micha Kunze

Es ist wahrlich keine dankbare Branche, in der Markus Wasserle arbeitet. Seit er denken kann, reagieren die meisten Menschen gleich: mit Verachtung. Einer der wichtigsten Jobs wird in der Gesellschaft nicht gewürdigt, ja, sogar das Gegenteil ist oft der Fall.

Der gelernte Gebäudereiniger schlägt sich seit jeher mit geringschätzenden Sprüchen herum – doch die Branche hat er nicht verlassen. Stattdessen ist er dabei, sie zu revolutionieren und eine attraktive Arbeitsatmosphäre zu schaffen, in der seine Mitarbeiter gern arbeiten.

Die Lagerhalle von Gebäudereinigung Wasserle in München sieht auf den ersten Blick so aus, wie man sich das vorstellt. Hunderte Flaschen Reinigungsmittel, Waschmaschinen, Putzwerkzeuge, Gummihandschuhe und Wischmopps stehen für den Einsatz bereit. „Wir reinigen im Jahr weit über 5.000 Wohnungen. Da muss man schon gut ausgerüstet sein“, meint Markus Wasserle und reicht zwei seiner Mitarbeiter einen Korb mit Putzmittelflaschen. Obwohl er hier der Chef ist, ist er sich nicht zu schade, auch kräftig mit anzupacken. Ein Unternehmer, der seinen Mitmenschen auf Augenhöhe begegnet und nahbar ist.

Wer wertschätzt, wird wertgeschätzt

Markus Wasserle trägt einen schicken, blauen Anzug, dazu ein weißes Hemd. Er ist klar als Geschäftsführer zu erkennen, doch immer wieder bricht er bewusst aus dieser klassischen Rolle aus. An einem normalen Arbeitstag sieht man ihn auch mal hinter dem Steuer eines Schwertransporters sitzen oder in der Lagerhalle, wo er sich mit seinen Mitarbeitern austauscht. Bei Problemen haben diese keine Scheu, Markus Wasserle über Unstimmigkeiten in Kenntnis zu setzen und seinen Rat zu erfragen. Dass dies überhaupt möglich ist, liegt an seiner offenen, wertschätzenden Person und seiner Bereitschaft, auf Menschen einzugehen.

„Ich mag es, Menschen auf Augenhöhe zu begegnen.“



„Ich mag es, Menschen auf Augenhöhe zu begegnen und mit ihnen zusammenzuarbeiten. Wir sind hier ein Team. Wir können uns austauschen und auch ehrliches Feedback geben. Dadurch bin auch ich immer wieder gezwungen, mich selbst zu hinterfragen. Was ich aber definitiv wahrnehme: Die Wertschätzung, die ich meinen Mitarbeitern vermittele, kommt zurück.“ Das offene Arbeitsklima ist klar erkennbar, das zeigt sich auch heute wieder.

„Meinen Mitarbeitern soll es an nichts fehlen“

In der Reinigungsbranche wird oft gespart. Schlechte Ausrüstung, unzureichende Arbeitskleidung, mieser Stundenlohn. Csaba Szakacs und Ioana-Cristina Radu, ein junges Pärchen aus Rumänien, wissen nur zu gut, wie der Hase läuft. „Wir haben schon bei anderen Dienstleistern gearbeitet. Das war teilweise unter aller Sau. Sehr schlechte Bezahlung, Überstunden“, erzählt Radu. Bei Gebäudereinigung Wasserle fühlen sie und ihr Freund sich wahnsinnig wohl. Die Bezahlung ist weitaus besser, das Equipment ebenso. Und was am wichtigsten ist: Sie fühlen sich für ihren Einsatz wertgeschätzt. Ein Unterschied, der bedeutend ist.

„Ich möchte, dass sich meine Mitarbeiter hier wohlfühlen. Ich weiß, dass sie einen harten Job machen. Es ist meine Pflicht, als Arbeitgeber dafür zu sorgen, dass es ihnen an nichts fehlt“, meint Wasserle. Dass dies keine hohle Floskel ist, wird später am Nachmittag deutlich, als er zu einer Hausbesichtigung im Münchener Umland fährt. In Bayern ist der Wohnungsmarkt erbarmungslos und Unterkünfte fast nicht mehr bezahlbar. Um seinen Angestellten aber genau das zu ermöglichen, kauft oder mietet Wasserle Wohnungen und Häuser an – um sie günstiger an seine Angestellten zu vermieten. 17 Stück sind es mittlerweile. Eine große Erleichterung, zum Beispiel für Csaba Szakacs und Ioana-Cristina Radu, die nun in einer bezahlbaren Wohnung am Ammersee leben dürfen. Und ein Grund, warum Gebäudereinigung Wasserle als Unternehmen immer wieder die Nase vorn hat.

Eine Kletterhalle für die Angestellten

Doch mit der Wohnungsunterstützung hört das Engagement von Markus Wasserle für ein gutes Arbeitsumfeld längst nicht auf. Sein Team kann jederzeit auf die neusten Produkte zurückgreifen, auch in schweres Gerät für die einfachere und effizientere Abwicklung von Aufträgen investiert der Unternehmer. Auf 280 Arbeitskräfte kann sich Wasserle verlassen – und diese verlassen sich auf ihren Chef. Es ist bemerkenswert, wo der Unternehmer heute steht. Als Einzelkämpfer und mit 3.000

Euro Startkapital ging es los. Mittlerweile generiert Gebäudereinigung Wasserle mehr als acht Millionen Euro Jahresumsatz. Die Fluktuation? Praktisch gleich null. „Ich habe erfahren, dass jeder aus seiner Lebenssituation mit seinen Mitteln etwas erreichen kann, egal, wie groß oder klein“, erzählt er, während er zurück in sein Büro geht.

„Ich habe für mich erkannt, dass gerade in unserer Branche ein gutes Umfeld auch die Arbeitskräfte hält. Wo andere Unternehmen ständig um neue Kräfte buhlen müssen, haben wir Zulauf, der verlässlich ist und bleibt“, berichtet Wasserle. Attraktiv ist sein Unternehmen allemal: Vor drei Jahren errichtete er neue Räumlichkeiten für sein Verwaltungszentrum – und baute direkt eine umfangreiche Kletterhalle. Für seine Mitarbeiter ist die Nutzung kostenlos, alle anderen Besucher zahlen Eintritt. Die Halle trägt sich seit dem ersten Monat, rund 80.000 Besucher finden jährlich ihren Weg hierher. Für die Mitarbeiter ein absolutes Highlight – klar, wer kann schon behaupten, eine Sportanlage nur für sich zu haben?

Eigentlich ist alles ganz simpel

Die Philosophie, die Markus Wasserle lebt, trägt Früchte. Viel weniger Krankheitstage seiner Angestellten, zufriedene Kunden, ein professionelles Arbeitsumfeld – Ziele, die jedes Unternehmen hat und an denen doch so viele scheitern. Und er geht noch einen Schritt weiter: „Ich bin fest der Überzeugung, dass jedes Unternehmen auch einen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen sollte.“ Einer seiner zahlreichen Beiträge ist der kostenlose Deutschkurs, der bei Gebäudereinigung Wasserle angeboten wird. Für Wasserle ist Sprache der Schlüssel für jede gesellschaftliche Entwicklung. „Ich möchte, dass durch den Sprachkurs Menschen die Grundvoraussetzung haben, hier ihre Bestimmung zu finden. Ob bei uns im Unternehmen oder sogar in einem anderen Arbeitsbereich. Sie sollen ihr Leben selbstbestimmt leben können, das ist mein größtes Anliegen.“

Heute steht für Markus Wasserle noch eine Hausbesichtigung zwei Orte weiter an. Wohnraum, der Platz für vier Mitarbeiter bieten könnte. Mitarbeiter, die hier trotz der schweren Branche einen Job haben, in dem sie Wertschätzung und Unterstützung erfahren. Jeden Tag aufs Neue. „Eigentlich ist es alles ganz simpel. Was ist der Mehrwert, den ich mit meinem Unternehmen bieten kann? Das entscheidet darüber, ob sich Menschen wohlfühlen. Und das wiederum, ob das Unternehmen Erfolg hat.“

www.wasserle.de

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Leben Sie eine Kultur der Wertschätzung: Zeigen Sie Ihren Mitarbeitern in praktischen Details, wie kostbar sie als Menschen sind.

2

Stoppen Sie kreativ den Wechsel-trend: Setzen Sie auf langfristige Mitarbeiter, auch wenn in Ihrer Branche genau das Gegenteil passiert.

3

Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter praktisch: Fragen Sie konkret nach, in welchen Bereichen Sie als Unternehmer konkret behilflich sein können.



Jonathan Volz, Stefan Prem und Michael Jacobi setzen sich für schmerzfrei-schöne Frauenfüße ein.

Die drei von UXGO

Wie drei Männer den Markt für Damenschuhe revolutionieren

von Agnes Anna Jarosch

Starke Wurzeln

Die UXGO-Erfolgsgeschichte hat ihre Wurzeln 1945 im beschaulichen Kirchheim unter Teck: Der Orthopädiemechanikermeister Helmut Röck versorgt Kriegsversehrte mit seinen Arbeiten. Betroffen erkennt er, wie viele Menschen wegen ihrer Verletzungen am Gehäpparat ein Leben lang leiden müssen. Am Krieg und seinen Folgen kann Röck nichts ändern. Doch er schwört sich, den schmerzhaften Fehlstellungen und Fußschmerzen den Kampf anzusagen. Sein Versprechen: Nie wieder sollen Menschen wegen falschem oder schlechtem Schuhwerk Schmerzen leiden. Fortan konzentriert sich Röck darauf, Verletzungen und Fehlstellungen des Gehäpparates zu heilen und die Fußgesundheit zu fördern. Er entwickelt komplett neue und richtungsweisende Produkte mit innovativen Faserverbundwerkstoffen in der Orthopädietechnik sowie der Orthopädienschuhtechnik.

Zeitsprung

Der Krieg ist in Deutschland vorbei. Doch wer denkt, dass auch Fußprobleme längst der Vergangenheit angehören, der irrt. In Deutschland leiden über zehn Millionen Menschen an Hallux valgus und anderen Fehlstellungen. 75 % der Betroffenen sind Frauen. Eine der Hauptursachen heute: schlecht sitzendes oder ungeeignetes Schuhwerk. Die langfristigen Folgen für den Bewegungsapparat sind häufig ähnlich gravierend wie bei den Kriegsverletzungen 1945.

„Weil wir nur ein Paar Füße haben.“

Die erdrückende Mehrheit aller Schuhmodelle missachtet die natürliche Fußform des Menschen. Die zarten Füße neugeborener Babys und barfußlaufender Naturvölker weisen eine natürliche V-Form auf. Die heutigen Schuhe orientieren

sich jedoch meist an modischen Formen, laufen im Vorfußbereich zu schmal zusammen oder liegen zu eng an – mit fatalen Folgen: Die Zehen werden nach innen gedrückt. Chronische Fuß-, Gelenk-, Knie- und sogar Rückenschmerzen können die Folge sein. Darüber hinaus drohen Hallux valgus und Arthrosen als irreparable Spätfolgen. Dass es sich dabei um tückische Verformungen handelt, die nicht normal und nicht natürlich sind, wird den Betroffenen oft erst mit dem Eintreten der beißenden Schmerzen bewusst. Doch dann ist es für die meisten bereits zu spät.

Diese Fakten geben Stefan Prem, dem Enkel von Helmut Röck, zu denken. In dritter Generation führt der Orthopädie-Experte das Familienunternehmen seines Großvaters weiter und hält die Gründungsvision lebendig. „Warum muss jede dritte Frau in Deutschland unter Fußschmerzen, Fersensporn, Hallux valgus oder anderen arglistigen Fehlstellungen leiden? Warum werden Frauenfüße heute immer noch so gequält?“, fragt er sich und nimmt sich des Themas an.

1945 waren Design und modischer Chic zweitrangig, heute stehen sie bei der Kaufentscheidung an erster Stelle. Prem weiß, dass er genau hier ansetzen muss, und holt sich für seine Mission Verstärkung. Für das Thema Fußgesundheit und Orthopädie ist er selbst der beste Fachmann. Für die Themen Design und Kommunikation gewinnt er den Werbe- und Marketingspezialisten Jonathan Volz. Michael Jacobi war lange Marketingchef bei Siux und ist der Profi für die komplexe Distribution. Zusammen leiten die drei die UXGO GmbH mit Sitz in Kirchheim unter Teck.

Drei Männer – eine Mission

Schmerzfrei oder schön? „Das soll zukünftig kein Widerspruch mehr sein“, sind die drei sich sofort einig. Die drei Männer treten an, um dem gesundheitsschädlichen Trend und dem Monopol ungesunder Schuhformen für Frauenfüße ein Ende zu bereiten. Herzstück ist dabei die innovative V-Form der Schuhe, die das Ergebnis von über 70 Jahren Erfahrung und Expertise ist und mit einem internationalen Team and Spezialisten und Designern entwickelt wurde. „Wir gehen weder beim Design, beim Komfort noch bei der Qualität Kompromisse ein“, betont Prem seine Aufgabenstellung.

*Bis heute foltern
viele Frauen ihre Füße.
„Wenn das normal ist,
sind wir gerne verrückt.“*

Schnell sind sich die drei Männer einig, was sie antreibt. „Im Leben läuft jeder Mensch statistisch betrachtet zweimal um die Welt. Deshalb fertigen wir Schuhe, die Frauen schmerzfrei und schön durchs Leben tragen“, sagt Jonathan Volz. Und er ergänzt: „Weil wir nur ein Paar Füße haben.“ Vieles im Leben kann man neu kaufen – unsere Füße nicht. Sie leisten Großartiges für uns und haben passenden Schutz verdient.

Die V-Form von UXGO

Inzwischen bieten zwar einige Hersteller z. B. weiter geschnittene Hallux-valgus-Schuhe an, die hübsch und gesund sein sollen, doch die UXGO-Experten erkennen, dass häufig an Sohle, Material und Fußbett gespart wird. Frauen, die wirklich gesunde Schuhe suchen, die sie sowohl in der Freizeit als auch im Beruf tragen können, suchten bisher immer noch vergebens.

Der innovative UXGO-Leisten in V-Form ist das Resultat jahrelanger Erfahrung und Entwicklung. Der Leisten ist so angepasst, dass er sich wie angegossen an die naturbelassene Form der Füße anpasst. Die Ferse wird sicher gestützt und der Vorfußbereich bietet optimalen Platz und neue Freiheit für die Zehen. Darauf aufbauend hat UXGO Damen-Sneakers entworfen, die nicht nur der natürlichen Fußform gerecht werden und maximalen Lauf- und Stehkomfort garantieren, sondern chic aussehen und zu jedem Anlass getragen werden können.

Welche Geschichte wir schreiben

„Was Frauenfüßen im Laufe der Menschheitsgeschichte angetan wurde, ist unglaublich“, resümiert Volz. Das gilt nicht nur für China, wo das Fützebinden bis ins 20. Jahrhundert gängig war und kleine Mädchenfüße durch Knochenbrechen und extremes Abbinden deformiert wurden. Auch in Europa wurden und werden Frauenfüße seit Jahrhunderten gequält und in zu spitze, zu hohe und zu enge Modelle gezwängt. So konnten Frauen nicht davonlaufen und nichts bewegen. Bis heute foltern viele Frauen ihre Füße. „Wenn das normal ist, sind wir gerne verrückt“, sagt Volz.

Das junge Unternehmen UXGO wurzelt auf Knowhow und Erfahrung von über 70 Jahren auf der einen Seite. Auf der anderen Seite verpflichtet es sich den neusten technischen Errungenschaften und einem innovativem Design. Diese Aussage ist nur auf den ersten Blick ein Widerspruch. Das UXGO Fußbett und der UXGO Leisten mit dem V-Effekt sind aus dieser jahrzehntelang aufgebauten orthopädischen Fachkompetenz entstanden. Früher hat man es nicht besser gewusst. Heute sind die Erkenntnisse vorhanden, doch noch immer missachten die meisten Schuhmodelle die naturgegebene Form und engen die Füße besonders an den Zehen unnatürlich ein. Noch schlimmere Auswirkungen haben Schuhe mit Absatz, da sie den Vorfuß zusätzlich belasten. So entstehen meist nicht nur schmerzhaft Druckstellen, sondern auch Hallux valgus und Arthrosen können die Folgen sein. Das soll nicht länger normal sein, beschließen die Macher von UXGO. Mit ihren Schuhen leisten sie Aufklärungsarbeit für eine bessere Fußgesundheit.

Wie geht die Geschichte weiter? Stefan Prem fasst zusammen: „Mit der V-Form von UXGO wollen wir den Schuhmarkt revolutionieren und allen Frauen- und Mädchenfüßen eine schmerzfrei-schöne Zukunft ermöglichen. Doch wir entwerfen nur den Schuh. Wer wirklich zählt, sind all die starken Frauen, die den Wandel in der Gesellschaft einleiten. Das beste Produkt nutzt nichts, wenn es nicht angenommen wird. Unsere Kundinnen kaufen nicht nur Schuhe. Sie entscheiden sich bewusst, den schmerzhaften Wahnsinn der Vergangenheit zu beenden, Vorbild für die nächste Generation zu sein und den Weg für eine neue Ära und für gesunde und glückliche Füße zu bereiten.“ Volz und Jacobi nicken: „Da gehen wir mit! Die Geschichte schreiben wir nicht allein, sondern mit all den starken Frauen, Trendsetterinnen und Rebellinnen, die sich trauen, ihre Füße zu lieben und gut zu behandeln. Dafür wollen wir Danke sagen.“



www.uxgo.de
Kontakt: contact@uxgo.de

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Erfolgreich sind die Produkte, die echte Problemlöser sind: UXGO hilft gegen Schmerzen und Fehlstellungen und beugt Fußkrankheiten und Operationen vor. Was sind ihre Problemlösungen und können Sie diese in einem kurzen Satz erklären?

2

Sympathie erhalten die Marken, die gesellschaftliche, höhere Werte vertreten: UXGO setzt sich gegen Fußquälereien ein und erzeugt als Underdog und Rebell vor allem bei den weiblichen Usern virales Echo. Mit welchen Werten erzeugen Sie virales Echo?

3

UXGO bleibt seiner Positionierung als Mentor für schmerzfrei-schöne Frauenfüße treu. Das WARUM in 7 Worten: „Weil wir nur ein Paar Füße haben“. Wieviel Worte benötigt Ihr WARUM?

„Wer Frontalberieselung im Sitzen erwartet, der ist bei mir eindeutig falsch.“



MIT 66 JAHREN FÄNGT DAS LEBEN AN WARUM STEFFI KIRCHER DEN RUHESTAND GEGEN COACHING-POWER TAUSCHT

von Agnes Anna Jarosch

Wie wollen Sie als Mensch einmal sein, wenn Sie in Rente sind? Ein Vorbild an Lebendigkeit, Begeisterung und Abenteuer ist Steffi Kircher. Die heute 66-jährige Powerfrau beschließt vor 6 Jahren zu kündigen und einen vorzeitigen Ruhestand kurzum gegen geballte Coachingpower einzutauschen. „Ich bin keine Theoretikerin, sondern eine Frau der Praxis. 100 Prozent von dem, was ich heute weiß und weitergebe, habe ich selbst gemacht, erprobt und mir dabei nicht selten eine blutige Nase geholt,“ sagt die gestandene Führungskraft mit Stolz und Demut zugleich.

Was Steffi Kircher mit Tina Turner, Peter Maffay und Udo Lindenberg gemeinsam hat

Kirchers Geschichte ist so außergewöhnlich, dass sie sogar zum Musical verfilmt und aufgeführt wurde. „In 2 Jahren möchte ich ein Musical von meinem Leben auf die Bühne bringen,“ eröffnet sie eines Tages ihren Freunden. Wer Steffi Kircher kennt, weiß, dass sie nicht scherzt und es nicht dabei belässt, in Größenwahn zu schwelgen. Stattdessen geht sie beharrlich einen Schritt nach dem anderen und vertraut dem Leben. Zwar hat sie keinerlei Ahnung, wie man ein Musical schreibt, einübt und aufführt, doch davon lässt sie sich nicht abhalten. Zu erst sucht sie sich einen Theater-Förderverein und findet über die Kontakte in diesem Netzwerk im nächsten Schritt eine Regisseurin, die ihr helfen wird, das Drehbuch mit einer spannenden und professionellen Dramaturgie zu gestalten. Kircher ist beliebt und so firmieren sich 25 Freunde für 24 Monate zum Theaterensemble. Gut 2 Jahre lang schaffen sie Platz in ihrem Kalender, um ihrer Freundin diesen außergewöhnlichen Traum zu erfüllen und mit und für sie diese besondere Aufführung zu üben. Menschen zu motivieren scheint ihr in den Genen zu liegen, genauso wie die fröhliche

und lebensbejahende Grundeinstellung zum Leben mit allen Höhen und Tiefen.

Menschenkind

Es folgt ein Schritt nach dem anderen, bis es 2013 soweit ist: Ein Team von 25 Menschen führt das aufregende Leben der Steffi Kircher als Musical „Menschenkind“ im Rampenlicht auf. Genau wie Tina Turner, Peter Maffay und Udo Lindenberg hat Kircher sich einen Traum erfüllt und ein richtiges Musical auf die Bühne gebracht. 130 geladene Gäste lachen, pfeifen, tanzen und applaudieren mit Standing Ovations. Dass die Auf-führung ihres Lebens kein Drama, sondern eine Komödie ist, passt zum Gemüt von Steffi Kircher. Dabei gab es in ihrem Leben viele Herausforderungen und Reifepfahrungen. „Man kann viel mehr erreichen, als man sich selbst zutraut“, bestätigt sie. „Man braucht nicht sofort den ganzen Plan, aber man braucht den ersten Schritt.“

Auf der Flucht

Geboren wird Steffi Kircher 1953 in der kleinen ostdeutschen Stadt Zschopau südöstlich von Chemnitz. „Meine Mutter war 17 und mein Vater 19 Jahre alt, als sie heirateten. Die beiden waren noch viel zu jung, um sich für ein ganzes Leben zu binden“, erklärt sie die Ausgangslage. Ihr Vater studiert und ihre Mutter soll als Bußschaffnerin Fahrgäste bespitzeln. Da die Ehe nicht funktioniert und sie des Systems überdrüssig ist, flüchtet die junge Mutter allein in den Westen. Steffi Kircher soll mit ihrer Oma zusammen so schnell wie möglich nachkommen. Doch bei der Oma darf sie nicht bleiben. Der Vater bekommt in der damaligen DDR das Sorgerecht für seine Tochter zugesprochen und hält die Reisedokumente des Kindes unter Ver-schluss. Damit sind die Pläne erst einmal vereitelt.

„Dennoch ist meine Oma mit mir ausgebüchst“, erzählt Kircher die Geschichte weiter. „Damals im Jahr 1956 konnte man noch einfach mit der S-Bahn nach Westberlin fahren, allerdings wurden auf diesen Strecken die Passagiere sehr engmaschig von Grenzbeamten kontrolliert.“ Der Wagen, in dem Steffi mit ihrer Oma sitzt, soll ebenfalls kontrolliert werden. Während

ihre dreijährige Enkelin friedlich schläft, gefriert der Groß-mutter das Blut in den Adern. Je näher der Kontrolleur kommt, desto weiter rückt der Traum von einem Leben im Westen in die Ferne. „Papiere bitte“, fordert die schneidende Männer-stimme des Kontrolleurs auf. Noch ehe die Großmutter reagieren kann, antwortet eine andere Männerstimme im Abteil „das ist meine Tochter.“ Die Oma sieht, wie der Reisende seinen Pass zückt, in dem offensichtlich eine Tochter eingetragen ist. Kinder wurden damals ohne Fotos in den Pass der Eltern eingetragen und so hat diese Schwindelei eine reelle Chance auf Erfolg. Der Kontrolleur wirft der verdächtigen Reisetrippe einen kritischen Blick zu, bevor er die Papiere wieder zuklappt und zurückgibt. „Diesem fremden Mann und seiner spontanen Reaktion habe ich zu verdanken, dass ich nach West-deutschland gekommen bin“, erklärt Kircher heute.

Von Westberlin geht es nach Stuttgart, wo die Mutter im Lager einen amerikanischen Soldaten kennen und lieben lernt. Sie will mit ihm nach Amerika auswandern und dort ein neues Leben beginnen. Die 7-jährige Steffi wird gefragt, ob sie mit nach Amerika auswandern möchte oder lieber in Deutschland bleiben will. Sie entscheidet sich für Deutschland und wächst stattdessen bei Oma und Opa in Holzgerlingen auf. „Meine Großeltern hatten viel Lebenserfahrung und haben mich sehr selbstständig erzogen“, erklärt Kircher ihre damalige Entscheidung. Sie bringen der Enkelin Selbstvertrauen sowie Vertrauen in das Leben bei.

Goodbye, Germany

Nach der Schule macht Kircher eine Büro-Lehre in einem In-dustrieunternehmen. Bereits damals weiß die junge Frau was sie will. Ohne sich mit jemandem abzusprechen fasst sie direkt nach der Ausbildung den Entschluss, ihre Stelle zu kündigen und nach Amerika zu fliegen. Jetzt ist für sie die Zeit reif, ihre eigene Mutter besser kennenzulernen. Dort offerieren sich überraschende Möglichkeiten. Sie hört: „Wenn du arbeiten möchtest, ist das kein Problem. Das kriegen wir auch ohne Greencard hin.“ Also heuert Kircher in einer Fabrik für Kleinmö-bel an und hat Startschwierigkeiten. Sie lacht: „Die haben mir

alle drei Tage einen neuen Job gegeben, weil ich nichts konnte.“ Natürlich meistert die junge Frau auch diese Herausforderungen. Schnell wird ihr klar, dass sie so nicht ihr ganzes Leben arbeiten möchte. Als ihr Stiefvater aus Vietnam zurückkehrt und nach Deutschland versetzt wird, geht es auch mit Kircher nach einem Jahr USA zurück mit ihrer Familie nach Deutschland. Die Dinge fügen sich. Mit perfektem Englisch wird sie bei dem IT-Konzern Hewlett Packard vorstellig und darf sofort am nächsten Morgen be-ginnen.

Karriere ohne Studium

„Ich bin keine Theoretikerin und habe nicht studiert. Stattdessen habe ich mich immer von der Pike auf hochgearbeitet“, erzählt Kircher. Ohne Studium klettert sie die Karriereleiter hinauf, meistert kleinere und größere Katast-raphen und findet sich wenige Jahre

später im höheren Management wieder. „Es sollte ein neues Support-Zentrum aufgebaut werden, dessen Leitung mir an-geboten wurde. Die Teammitglieder saßen zuvor gut verteilt in europäischen Großstädten wie London und Paris und soll-ten ins Headquarter nach Böblingen umziehen. Dazu war nie-mand bereit, also hatten alle gekündigt. Als ich als frisch er-nannte Chefin meine neu zu leitende Abteilung betrat, fand ich leere Räume ohne Menschen, ohne Schreibtische und ohne PCs. Das Geschäft ging weiter und die zu betreuenden Kunden sind durchgedreht. Ich selbst war den Tränen nahe.“

Doch Kircher fasst sich. Statt in Selbstmitleid zu baden, definiert sie wieder den ersten Schritt: Menschen einstellen. Kircher hängt sich ans Telefon und ruft bei den neuen Arbeitgebern ihrer Ex-Mitarbeiter an. Sie schafft es, dass diese sich bereit erklären, ihre Neuzugänge für ein Training nach Deutschland zu schicken, damit ein Wissenstransfer zu den neu einzustellenden Mitarbeitern stattfinden kann.“ Ihr Fleiß zahlt sich aus. Nach nur 9 Monaten ist ihr Team wieder auf Flughöhe und Kircher hat viel Neues gelernt. Immer wieder kommt die taffe Frau an einem Punkt, an dem alles verloren scheint und immer wieder findet sie Wege, andere Menschen für ein gemeinsames Ziel zu motivieren und begeistern.

Sie selbst bleibt sich selbst dabei immer treu. So auch, als sie zu Avago Technologies wechselt und eines Tages beim Mittagessen von Ihrem Chef einen neuen Posten angeboten bekommt: „Steffi, wir wollen Dir den Job Distribution Sales Manager/Europa anbieten. Du kannst dir gerne eine Woche Zeit nehmen und das Angebot durch den Kopf gehen lassen.“ Kircher hat gerade die Gabel im Mund, schluckt den Bissen hinunter, nimmt die Gabel aus dem Mund und sagt: „Ja, das mach ich!“

In der neuen Funktion für ganz Europa verantwortet sie nun 200 Millionen Euro Umsatz und bekommt wieder Gegenwind: „Die Amerikaner wollten mich nicht. Doch mein Chef hat an mich geglaubt, sich vor mich gestellt und darauf bestanden, dass ich die Chance bekomme, mich zu beweisen.“ Wieder beißt Kircher sich durch und schafft es innerhalb weniger Monate, einstige Gegner zu Verbündeten zu machen.

Wahre Berufung: Menschen entwickeln

Bei HP gab es für Mitarbeiter einen dicken Weiterbildungs-Katalog. Anders sieht es stattdessen bei dem privat geführten Halbleiter-Unternehmen Avago aus, wo es keine großen

Budgets für Trainings gibt. Kircher erkennt jedoch an allen Ecken und Enden den Bedarf an Schulungen, Fortbildungen und Weiterentwicklung. Sie spricht mit ihrem Chef und be-kommt grünes Licht, die Mitarbeiter-Entwicklung in die Hand zu nehmen, Talente zu fördern und Seminare zu entwickeln. Dabei stellt sie selbst fest, wieviel Freude es ihr macht, Men-schen zu fördern.

Kirchers Trainings sind so kurzweilig wie sie selbst. Bewegen, Tanzen, Musik, Lachen und Kreativität gehören für sie selbstverständlich mit ins Business-Programm. Nach einer umfassenden NLP-Ausbildung entdeckt Kircher das Züricher Ressourcenmodell (ZRM) für sich. ZRM befähigt Menschen ganzheitlich, rational und emotional, gewünschte Ziele zu erreichen und Diskrepanzen aus dem Weg zu räumen.

Besonders viel Freude bereiten ihr die Teamtrainings nach der ZRM-Methode. „Es ist toll zu sehen, welche Dynamiken und Synergien entstehen und Gruppen mit Spaß zu Topleistungen befähigt werden. Bei meinem letzten Projekt für eine Anwaltskanzlei hat sich eine Gruppe aus einzelnen Mitarbeitern im ZRM-Prozess zum schlagkräftigen Team gemauert.“ Verankert wurde das ganze einstimmig mit einer gemeinsamen Beatles-Ge-sangseinlage, Motto-Tassen und einer neuen Einspielung in der telefonischen Warteschleife, damit das neue Ziel immer präsent ist. „So arbeite ich aus Überzeugung und das muss man wollen“ sagt Kircher selbstbewusst. „Wer Frontalberieselung im Sitzen erwartet, der ist bei mir eindeutig falsch.“ Sie erklärt: „Zusammenhalt, Vertrauen und Leistungsfähigkeit entstehen, wenn ich die Werte des anderen kenne und verstehe. Aber es geht nicht darum, Schmuse-Kurs zu fahren. Wenn die Situation es erfordert, gibt es von mir knallharte Interventio-nen, um alte Strukturen aufzubrechen.“ Ob Teambuilding oder Schattenarbeit, Stagnation oder Kommunikations-Probleme: Was auch immer das Thema ist, Steffi Kircher hat die Lö-sung. Sie betont allerdings, das Training keine Strafe sein soll-te, wenn es nicht rund läuft. Stattdessen appelliert sie an Unternehmer und Mittelständler, vorzubeugen und ihren Mit-arbeitern regelmäßig zu befähigen, bevor Schieflagen entste-hen. Getreu Kirchers Motto braucht es auch dafür nur einen ersten Schritt.

www.high-town.de
Kontakt: steffikircher@high-town.de



Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Sie müssen nicht immer den ganzen Plan kennen. Es reicht, ein klares Ziel zu haben, den ersten Schritt zu definieren und ins Handeln zu kommen.

2

Pflegen Sie berufliche Kontakte und private Freundschaften, denn mit dieser Unterstützung können selbst große Träume Realität werden.

3

Behalten Sie den Spaß an der Sache. Der beste Beweis für den richtigen Lebensweg ist, wenn man mit 66 Jahren immer noch gerne den Ruhestand gegen Lebensaufgaben und Herzensangelegenheiten tauscht.

BYE-BYE, GELIEBTE PROVISION

*Wie Jens Minnemann
die Vermögensberatung
neu erfindet und mutig
auf die Seite des Kunden
wechselt*

von Micha Kunze



*Wer hätte gedacht, dass ein
waschechter Revolutionär so
bodenständig daherkommen kann, wie
es Jens Minnemann tut? In luftigem
Hemd und mit einer ansteckenden
Gelassenheit krepelt der Unternehmer
ein festgefahrenes System um.*

Es ist ein herrlicher Sommertag im Stuttgarter Stadtteil Bad Cannstatt. Der Jakobsbrunnen plätschert angenehm vor sich hin, die Straßen füllen sich allmählich mit Passanten. Jens Minnemann ist heute nur auf der Durchreise hier, doch er kennt sich in Stuttgart gut aus. Immerhin hat er vor einigen Jahren noch hier gearbeitet und gelebt. 27 Jahre lang war er als Vermögenskundenberater und Bankdirektor für unterschiedliche Banken im süddeutschen Raum unterwegs. Eine Traumkarriere, stetig wachsende Verantwortung, tolles Gehalt. Was könnte da noch fehlen?

„Integrität“, antwortet Jens Minnemann wie aus der Pistole geschossen. Ein Stichwort, das heute noch öfter fällt. „Wie schaffe ich es, meine Kunden in Vermögensthemen integer, transparent und frei zu beraten?“ Eine Frage, die ihm seine bisherigen Arbeitgeber nicht ausreichend beantworten konnten. „Wenn ein Kunde zur Bank geht, dann bekommt er in einem Beratungsgespräch innerhalb kürzester Zeit ein Produkt angeboten. Berater sind ironischerweise nicht darauf geschult zu beraten, sondern zu verkaufen. Aber das ist einfach nicht der richtige Ansatz“, erzählt Minnemann bestimmt.

Wie sieht integriere Kundenberatung aus?

„Wenn ich ein Haus baue, dann suche ich mir einen Architekten. Einen Experten, der sich meine Vorstellungen anhört und mit mir eine passende Strategie entwickelt. Er wird für die Konzeption bezahlt – der umsetzende Bauträger später dann für das Produkt. Das sind zwei Paar Schuhe. Genau so sollte es in der Vermögensberatung auch sein. Als Kundenberater werde ich für die Strategieentwicklung bezahlt und die Produkthersteller für ihre Produkte.“ Seit Anfang des Jahres ist Jens Min-

nemann in der Start-up-Phase seiner Selbstständigkeit. Ein mutiger Schritt, der sich für ihn jedoch so folgerichtig anfühlt, wie er sich nur anfühlen kann. Trotz der bekannten Hürden, die die Existenzgründung mit sich bringt, strahlt er eine enorme Ruhe aus. Das macht seine Gegenwart angenehm und man merkt: Er ist sich absolut sicher, dass er mit seinem Modell richtig fährt.

Minnemanns Kunden sind vermögende Privatiers, Unternehmer und Erben, aber auch Institutionen wie Stiftungen oder kirchliche Organisationen. Was er ihnen bieten kann? „Ich erarbeite langfristige Vermögensstrategien. Dabei analysiere ich die Vermögenssituation und entwickle passgenaue Konzepte. Ich arbeite ausschließlich auf Honorarbasis und verkaufe keine Produkte“, erklärt er. „Wäre ich von Produkten abhängig, wäre ich versucht, wie so viele Vermögensberater schnell eine Lösung vorzuschlagen. Natürlich in der Hoffnung, dass sie der Kunde kauft und ich meine Provision einstreichen kann. Aber den Kunden frei beraten? Das könnte ich damit sicherlich nicht.“ Genau aus diesem Grund arbeitet Minnemann völlig anders.

Banken setzen auf schnelle Lösungen und nicht auf Strategien

Schnell wird deutlich, dass er bei keiner der Banken, in denen er tätig war, ein für sich rundum überzeugendes Konzept erleben durfte. „Die grundsätzlichen Mechanismen sind überall die gleichen.“ So wird die Frage nach der Wirkung einer Kapitalanlage nur sehr selten gestellt. Und das, obwohl es mehr Möglichkeiten als je zuvor gibt, mit einer Anlage nicht nur eine gute Rendite zu erzielen. Zum Beispiel höhere Ziele seiner Kunden, die mit ihrem Vermögen Gutes tun möchten. Leider erreicht dieser wertvolle Gedanke nur selten die Kunden der Banken. Ein Umstand, dem Jens Minnemann mit seiner transparenten Beratung entgegenwirkt.

In den letzten Monaten war das Feedback auf seine Philosophie jedenfalls einstimmig: Das Konzept ist revolutionär. „Der eine Vorteil für den Kunden ist auf jeden Fall, dass ich ohne Provision arbeite und deshalb frei und unvoreingenommen beraten kann. Aber mir geht es auch um einen neuen Leitsatz: Wie kann ich meinen Kunden dienen? Das sollte im Dienstleistungssektor natürlich selbstverständlich sein. Aber das ist es einfach nicht“, berichtet Minnemann. Ein universelles Konzept ist gar nicht möglich: „Das ist ein hochindividuelles Geschäft. Hier geht es um Exzellenz, um persönliche Beziehungen und Vertrauen.“

Das Geschäftsmodell macht bereits seine Kunden

Jens Minnemann ist neugierig. Kurz unterbricht er das Gespräch, um den Retro-Kühlschrank des kleinen Cafés in Bad Cannstatt zu begutachten. Er nimmt sich eine eiskalte Club Mate heraus: „Das wollte ich schon immer mal probieren“, meint er grinsend und öffnet die Fla-

sche. Diese Neugier kommt ihm gerade auch in seiner Gründungsphase sehr zugute. „Es belebt mich gerade richtig, mich in diese neuen Prozesse einzudenken. Website, Visitenkarten, Gründungszuschuss, alle rechtlichen Grundlagen. Das fordert mich und ist einfach ganz anders als mein früherer Bankalltag.“

Seine Frau und seine vier Töchter stehen geschlossen hinter Minnemann. Das weiß er auch sehr zu schätzen – immerhin war es nicht risikofrei, vom einen auf den anderen Tag zu kündigen. Doch schon damals hatte er den inneren Frieden, den er auch jetzt gerade ausstrahlt. Denn die ersten Kunden klopfen schon an: Nächste Woche startet bereits ein Erstgespräch, mit drei weiteren potenziellen Kunden ist Minnemann ebenfalls im Kontakt. Das Geschäftsmodell macht bereits die Runde – und das, bevor die aktive Akquise überhaupt begonnen hat.

Im Finanzsektor stellen sich die Sinnfragen

Eine Motivation schwingt deutlich im Gespräch mit Minnemann mit: sinnhafte und werteorientierte Arbeit. Die Kunden bewusst mit in die Prozesse integrieren und mündig machen zum Beispiel. Aber auch Großzügigkeit ist ihm ein Anliegen. „Wer einmal erlebt hat, mit wie viel Freude es verbunden ist, zu geben, will einfach mehr davon“, erzählt er voller Überzeugung. Im Finanzsektor stellen sich zwangsläufig die Sinnfragen – vor allem, wenn klar wird, dass Geld nicht die Antwort auf alles ist. „Ich persönlich bin der Überzeugung, dass wir gut und fair bezahlt werden sollten. Aber auch, dass wir von dem Überfluss, den wir haben, abgeben dürfen.“

In seinem kühnen Vorhaben will Jens Minnemann kein Einzelkämpfer bleiben. „Ich kann mir gut vorstellen, ein Team aufzubauen, das meine Werte und meine Vision teilt“, sagt er. Genügend Interessenten gibt es dafür allemal; mit Sicherheit werden noch viele Menschen anknocken, die von der einzigartigen Herangehensweise überzeugt sind. Doch für den Moment liegt der Fokus auf den ersten Kunden und darauf, das Konzept einer integrieren, transparenten und strategischen Vermögensberatung Realität werden zu lassen. Eine Aufgabe, die Minnemann mit Vorfreude, vollster Überzeugung und einer Gelassenheit angeht, die nachhaltig beeindruckt. Viva la revolución!

www.visionforfinance.com

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Bauen Sie langfristig Vertrauen auf: Verzichten Sie auf kurzfristige Abschlüsse, bei denen nur eine Partei gewinnt.

2

Positionieren Sie sich als Vordenker: Entwickeln Sie Ihre ganz eigene Firmenvision, die sich vom Durchschnitt der Branche deutlich unterscheidet.

3

Setzen Sie auf Integrität: Leben Sie authentisch Ihre Werte und achten Sie auf eine innere und äußere Stimmigkeit.



VOM IPHONE ZUM SHIFT

WIE DIE WALDECK-BRÜDER APPLE INSPIRIERTEN UND MIT DEM SHIFTPHONE EINE NEUE ÄRA EINLEITEN

von Rainer Wälde

Den Seinen gibt's der Herr im Schlaf. Bei Carsten Waldeck geschieht dieses Wunder: 15 Jahre, bevor Apple sein erstes Smartphone auf den Markt bringt, träumt er vom iPhone und läutet damit einen Quantensprung in der Kommunikationsbranche ein.

Heute baut er mit seinem Bruder Samuel das SHIFTPHONE und will damit einen nachhaltigen Wechsel bei der wertorientierten Produktion initiieren.

Die technologische Entwicklung der nächsten Jahre
Capenway Hall ist ein Ort zum Träumen: Das Herrenhaus in der englischen Grafschaft Lancaster wirbt damit, ein Platz zu sein, „an dem Gott Leben verändert.“ Doch der 21-jährige Carsten Waldeck hat keine Ahnung davon, dass genau dies geschehen wird. Gemeinsam mit über 300 anderen Studenten hat er sich dafür entschieden, fast ein Jahr in einer Art modernem Kloster zu verbringen. Sein größter Wunsch ist es, Gottes Willen zu tun und ihn besser kennenzulernen. Dort, im „bunk bed“ eines stickigen Sechsbettzimmers, hat er seinen ersten bedeutsamen Traum, das weiß er nach dem Aufwachen noch ganz sicher. Doch an den Inhalt kann er sich nicht mehr erinnern. Carsten spürt, dass er etwas Wichtiges verpasst hat, und besorgt sich für die nächsten Nächte eine Taschenlampe, Stift und Papier.

Während im Mondlicht die Schafe rund um das Herrenhaus grasen, träumt Carsten weiter. Es sind sehr realistische Träume, die der junge Mann schwer nachvollziehen kann, weil es 1991 noch kein Internet für die breite Bevölkerung gibt. In diesen Träumen sieht er das iPhone und das iPad, aber auch viele andere technologische Entwicklung der nächsten 40 bis 50 Jahre. Damit die Bilder nicht verloren gehen, malt er Skizzen in ein kleines, schwarzes Büchlein.



Zurück in Deutschland berichtet er seinem neun Jahre jüngeren Bruder Samuel ausführlich von seinen Träumen. Die beiden teilen sich ein Zimmer und fangen in vielen Gesprächen an, gemeinsam zu spinnen, wie ihre Zukunft aussehen könnte. Sie entdecken, wie ähnlich ihre Gedanken sind, und entwickeln eine intensive Einheit als Brüder. Samuel fühlt sich nicht als der kleine, dumme Bruder, sondern von Carsten wertgeschätzt.

Dieser startet als Design-Student an der Hochschule in Darmstadt. Parallel studiert er noch Informatik, Philosophie und Theologie in Marburg. In seiner Diplomarbeit mit dem Titel „iWorld – eine Studie zur multimedialen Organisation der Weltinformation“ bringt er einen Teil seiner weitreichenden Träume zu Papier: mobiles Internet, Social Networks und smarte Touch-Geräte, die er „iPhone“ und „iPad“ nennt. Aber auch einen „Geospace“ stellt er vor, eine interaktive Weltkugel mit „Streetview“, wie wir sie heute als Google Earth kennen.

Apple wird auf den jungen Visionär aufmerksam

Carsten Waldeck wird Lehrbeauftragter an der Hochschule Darmstadt und arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fraunhofer Institut. Ein Jahr, nachdem seine Diplomarbeit veröffentlicht wurde, wird Apple auf den jungen Visionär aufmerksam und lädt ihn zur Entwicklerkonferenz nach San Francisco ein, um seine Projekte vorzustellen. Dort trifft er auf Steve Jobs, Bas Ording und viele andere Apple-Größen. Doch ein Mensch, der ihn besonders beeindruckt, ist John Geleynse, der Leiter der Konferenz und seines Zeichens „User-Experience-Evangelist“ bei Apple. Trotz vieler Bemühungen, John persönlich zu sprechen, wird daraus leider nichts: John ist meist umringt von Menschen und sehr beschäftigt.

Die Konferenz geht zu Ende und Carsten ist enttäuscht: Es gibt zwar viele spannende Begegnungen, aber ein echter Durchbruch kommt nicht wirklich zustande. Am darauffolgenden Sonntag geht Carsten in die Kirche. Als nach dem Gottesdienst im Kinosaal das Licht angeht, traut Carsten seinen Augen nicht: Ist das nicht John Geleynse, der sich da eine Reihe vor ihm von seinem Platz erhebt? Carsten geht auf ihn zu und spricht ihn an. Es ist tatsächlich John Geleynse! Er bekommt die Einladung zum Mittagessen und danach das Angebot, für den Rest seiner Zeit im Wohnwagen der Familie zu wohnen, den sie als Gästezimmer in ihrem Garten stehen haben. Jeden Abend nach der Arbeit besucht ihn John im Wohnwagen und sie reden über Gott und die Welt.

John schafft es, Carsten einen Termin auf dem Apple-Campus zu organisieren, um seine Visionen in der „Mobile-Group“ vorzustellen. Neben „iWorld“ präsentiert er auch sein „Liquid Browsing“. Die Mitarbeiter sind fasziniert. Überraschend ablehnend ist dagegen die Reaktion auf seine Vision vom iPhone. Apple hat 1998 den tragbaren „Newton“-Computer eingestellt und glaubt zu dieser Zeit nicht mehr wirklich an den großen Durchbruch von Handheld-Geräten. „Die meisten Mitarbeiter haben mich diesbezüglich daher eher etwas belächelt. Doch im Prinzip hatte ich die Antwort, die in den nächsten Jahren den Durchbruch ermöglichen würde“, so Waldeck heute.

2007 präsentiert Steve Jobs der staunenden Weltpresse das erste iPhone. „Es war Gottes Geschenk an die Menschheit“, betont Carsten und man spürt, dass er keinen Groll gegenüber dem Weltkonzern hegt: „Ich wollte unbedingt, dass es Apple gut geht, und habe ihnen auch kein fertiges Produkt gegeben, sondern nur eine detaillierte und gut gestaltete Vision.“ Während Apple seinen Siegeszug mit dem Smartphone antritt, erfindet Waldeck weiter. Mit seiner ersten Firma iStuff entwickelt er ein spezielles Mikrofasertuch, um den Bildschirm zu säubern. Doch sein Meisterstück soll Liquid Browsing werden: „Die Liquiverse GmbH war eine echte Nummer. Wir gehörten zu den 500 innovativsten Unternehmen der Welt!“ Als Erfinder hat er 50 Prozent Anteil und programmiert mit seinem Start-up eine visuelle Technologie: „Sie soll große Datenmengen auf einem kleinen Display mit 100-facher Effizienz sichtbar machen.“

Der Investor setzt ihm die Pistole auf die Brust

Doch leider kommt es anders als geplant. Kurz vor der Markteinführung versuchen einige Investoren, das Unternehmen zu übernehmen und den Erfinder auszubooten. Er stockt einen Moment und presst die Lippen zusammen: „Der Investor setzte mir die Pistole auf die Brust und wollte mir alles wegnehmen, was ich entwickelt habe. Innerlich war ich sauer auf Gott. Dann habe ich mich gefasst und ihn gefragt, was ich tun soll.“ Im Unternehmen steckt Carstens Erbe: 200.000 Euro hat die Waldeck-Familie investiert.

Carsten wagt einen verblüffenden Schritt: Er verschenkt seine Erfindung und seine Geschäftsanteile an die Investoren. „Ich habe mich entschieden, nicht zu kämpfen, sondern einfach loszulassen.“ Ohne Handy, ohne Laptop steht er mit leeren Taschen auf der Straße und muss am Tiefpunkt überlegen: „Was will ich wirklich und was nicht?“ 2010 geht die Firma in die Insolvenz, der Investor war hauptsächlich an den Patenten interessiert.



„Im Grunde sind wir Werte-Wandler. Und der Grundwert ist ein freies Geschenk für alle Zeit.“

im Übergang zu einer nahezu völlig digital vernetzten Welt.“ Dabei meint er nicht einfach Digitalisierung und künstliche Intelligenz: „Künftig wird das Wissen in seine Atome zerlegt und einer neuen universellen Logic-Architektur verfügbar.“ Aktuell seien weniger als ein Prozent vernetzt, das Internet als „digitales Dokumentennetzwerk eigentlich überholt und noch weit von dem entfernt, was notwendig ist. Den anstehenden Shift nennt Waldeck „eine der größten Veränderungen der Menschheitsgeschichte“. Sein größter Traum ist es, daß diese Veränderung zu einer echten "Fair-Änderung" wird.

Carsten wünscht sich, dass dieser Shift nicht einfach nur von Geschäftsmodellen getrieben wird und lediglich ein paar Unternehmen mächtiger und einige Einzelpersonen reicher macht: „Sonst haben wir diese große Möglichkeit zur Veränderung leider vertan.“ Nach seiner Ansicht muss es ein echtes Umdenken geben: "Vom Kapitalismus, der nur auf Macht und Geld fokussiert ist, hin zu einem echtem Valuismus, der das ganze Wertespektrum in Betracht zieht.“ Er will diesen Wandel aktiv mitgestalten und gründet mit Bruder Samuel und Vater Rolf Ende 2014 die Firma SHIFT.

Im nordhessischen Falkenberg, einem kleinen Ort mit weniger als 800 Einwohnern wird weit in die Zukunft gedacht. Doch um diese zu verstehen, muss man an den Anfang von Samuels und Carstens Geschichte gehen: Ihr Vater lehrt Physik und Mathematik an der Universität Gießen. Doch die akademische Karriere nimmt 1970 ein jähes Ende: Die Eltern beobachten, wie immer mehr Studenten in die Abhängigkeit von Drogen und Alkohol geraten, und beschließen, praktisch zu helfen. Statt weiterhin Mathe zu unterrichten, gründen sie ein Hilfswerk: „Hoffnung für dich“. Im selben Jahr wird Carsten geboren und wächst gemeinsam mit Drogenabhängigen in einer Kneipenstraße auf. Die Eltern teilen ihr Leben mit Alkoholkranken und Junkies und praktizieren aus christlicher Nächstenliebe ein offenes Haus: Es gibt Butter vom „Butterberg“, ausgerangiertes Brot vom Vortag. Nachhaltigkeit ist kein Fremdwort, sondern Alltag bei den Waldecks. Nach acht Jahren zieht die Familie nach Falkenberg, um den Drogenabhängigen ein ruhiges Umfeld zu bieten. Im selben Jahr wird Samuel geboren. In einem verfallenen Schloss, das mal Kneipe, dann Bordell war, wohnen sie mit fünf Familien wie eine Kommune zuerst in einem einzigen Zimmer. Dann werden nach und nach die anderen Räume renoviert. Grinsend berichtet Carsten, dass im Dorf schnell die Gerüchte kursierten: Ihr Papa sei ein Drogendealer und würde mit mehreren Frauen in einer Sekte leben.

Das erste Volks-Phablet

Die Geschwister wachsen mit „gebrauchten Klamotten in einem Schloss auf“. Glücklicherweise berichten sie von ihrer Kindheit im Stroh und der ersten Trekkerfahrt. Mutter Clarita startet eine Pferdefarm. Mitunter sind wöchentlich 100 Kinder auf dem Hof. „Wir haben schon als Kinder gemerkt, dass da ganz viel

Erfüllung drinsteckt, wenn man in Menschen investiert“, betont Samuel. In dieser Zeit entdeckt Carsten seine kreative Ader und merkt, wie stark seine visuelle Vorstellungskraft ist. Sie ist heute noch seine wichtigste Begabung. „Ressourcen schonen“ ist bei ihrer Firma SHIFT das oberste Gebot. Während die großen Konzerne darauf setzen, dass die Kunden möglichst jährlich ihr Smartphone gegen ein neues Gerät tauschen, wollen die Waldecks genau das verhindern: „Ein schönes iPhone auf dem Müll“, sagt Samuel, „ist ein hässliches Problem für den Planeten.“

2014 bringen die Waldeck-Brüder ihr „erstes Volks-Phablet“ auf den Markt, ein großes Smartphone mit einem 7-Zoll-Display. „Es hat uns gestört, dass man gezwungen ist, ein neues Gerät zu kaufen, wenn nur ein Bauteil davon kaputt ist“, erzählt Samuel. Entwickelt wird es eigentlich als Monitor für einen Kamerakran, um bessere Filme zu drehen. Doch aus dem „Versehen“ gestalten sie eine Serie von nachhaltigen Smartphones. Mit Crowdfunding sammeln die Waldecks innerhalb von drei Monaten über 100.000 Euro ein und können damit das SHIFT7 selbst produzieren. Die Augen von Carsten fangen an zu strahlen: „Normalerweise kann man erst ab einer Stückzahl von 100.000 Geräten ein Modell im eigenen Design herstellen.“ Dass er als Designer nun sein selbst gestaltetes Produkt launchen kann, empfindet er „als ein richtiges Wunder“.

Die Treue der vielen kleinen Schritte

Die Geräte werden in China fair gefertigt. Ein kleines Team baut sie nach seinen Plänen in einer kleinen Manufaktur und zu Arbeitsbedingungen wie in Deutschland. Doch das Besondere ist das modulare Konzept: Jeder Nutzer kann sein eigenes SHIFT-Phone zu Hause selbst öffnen, um die Kamera, den Speicher oder die Batterie jederzeit auszutauschen. „Egal, ob das Display zerkratzt ist, der Akku nachlässt oder eine technisch ausgereifere Kamera auf den Markt gekommen ist – die Komponenten lassen sich einzeln nachbestellen, was letztlich die Ressourcen schont und die Langlebigkeit der Geräte erhöht“, erläutert Samuel. Im Gegensatz zu den neuen iPhones ist das nachhaltige SHIFT-Phone kein Luxusprodukt. Bereits ab 444 Euro bekommt der Nutzer ein innovatives Smartphone, das seit vier Jahren mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet wird.

Damit dieser günstige Preis möglich ist, arbeitet die ganze Familie zusammen: Vater Rolf kümmert sich um Finanzen und Verträge, Bruder Samuel um den Support und die Mitarbeiter. Mutter Clarita hilft im Versand und Carstens Ehefrau Deborah engagiert sich in der Kundenbetreuung. Der ganze Familien-

clan verzichtet bewusst auf große Gehälter und Gewinnausschüttungen, damit ihre gemeinsame Vision in Existenz kommt. Bescheiden lebt Carsten selbst in einem kleinen Fachwerkhäuschen, das er für 11.000 Euro gekauft hat. Sein Bruder Samuel nur zwei Häuser weiter. Gleich gegenüber bauen sie momentan einen Dorfladen auf, damit die Einwohner wieder vor Ort einkaufen können und nicht zwingend mit dem Auto in die Kreisstadt Homberg fahren müssen. „Es war uns schon lange ein Anliegen, bei uns im Dorf Produkte aus der Region anzubieten und wieder einen Ort zu schaffen, an dem sich die Menschen treffen und austauschen können“, erzählt der jüngere Bruder.

Soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit

Der träumende Unternehmer, der bereits vor 27 Jahren das iPhone gesehen hat, glaubt, dass wir vor „einer der größten Veränderungen der Menschheitsgeschichte stehen“. Seinen Part formuliert der bescheidene Mann dennoch ziemlich groß: „Ich will mit meinem Bruder dazu beitragen, dass aus einem kapitalistischen System, das hauptsächlich von Macht und Geld getrieben wird, ein wertorientiertes System entsteht.“

Zur Internationalen Funkausstellung im September 2018 in Berlin stellten Samuel und Carsten dann als nächsten Schritt das „SHIFTmu“ vor. Das Paket enthält ein Smartphone, einen Tablet-Bildschirm, einen Hub und eine mobile Tastatur. Statt drei Geräten soll der Nutzer künftig alle Daten in seinem Telefon immer mit dabei haben. Damit spart er sich die Synchronisation und auch die Cloud. „Das ganze Leben in meiner Hosentasche“ ist ein neuer innovativer Alles-in-einem-Ansatz, der wiederum Ressourcen spart. 2020 soll es auf den Markt kommen. Vorbestellungen unterstützen bereits jetzt die Entwicklungsphase.

„Trotz aller harten Zeiten und Tiefschläge fühle ich mich unglaublich beschenkt und glücklich. Ehrlich gesagt fällt es mir schwer, mir vorzustellen, dass es auf diesem Planeten noch einen Menschen gibt, der glücklicher ist als ich“, sagt Carsten noch zum Abschied. Dann zieht er die Haustür zu und widmet sich seinem nächsten Projekt. Gemeinsam mit seinem Bruder Samuel will er das Unternehmen in eine Stiftung überführen, damit die Erträge dem Gemeinwohl zugutekommen: „So viel Gutes tun, wie wir können, und auf dem Weg dahin so wenig Schaden wie möglich anzurichten“ ist ihr gemeinsames Ziel.

www.shiftphones.com

Carsten Waldeck nimmt einen Schluck Wasser und fügt sichtlich dankbar hinzu: „Doch damit war die Geschichte noch nicht zu Ende. Durch ein Wunder habe ich viele Jahre später alles wieder zurückbekommen: den Firmennamen, den Sourcecode, die Markenrechte und die URLs“. Nach wie vor träumt er vom Liquid Browsing und ist sich sicher, dass seine Entwicklung eines Tages für jedermann zugänglich sein wird.

Währenddessen hatte sein Bruder Samuel das Abitur gemeistert und sich überlegt, Medizin zu studieren. Doch beim Praktikum im Krankenhaus entdeckt er: „Das passt nicht für mich. Die Schicksale gehen mir zu nahe.“ Ihm wird klar, wie sehr er selbst kreativ denkt: „Ich habe immer lieber gemalt, statt etwas aufzuschreiben.“ Durch Carstens Empfehlung lernt er die Kunsthochschule für Medien in Köln kennen und bekommt dort einen Studienplatz. Ihn faszinieren die Filme von Wim Wenders und er entdeckt, wie ausdrucksstark dieses Medium ist. Doch das Studium hat nicht die oberste Priorität, wie Samuel schnell zugibt: Seine Leidenschaft gilt der Musik und dem Schlagzeug: Er spielt in der Band einer Kölner Kirchengemeinde und gründet in seiner WG eine „Home Zone“, in der sich die Studenten die Köpfe heiß reden über Gott und die Welt und die gesellschaftlichen Umbrüche. Schnell wird klar, wie leicht auch ihm die Ideen einfach so zufallen, und er entwickelt einen interaktiven Dokumentarfilm. Inspiriert vom Liquid Browsing seines Bruders wird ein Interface programmiert, in dem sich die Nutzer durch den Film klicken können.

Die größte Veränderungen der Menschheitsgeschichte

Die Schnittmengen mit Carsten werden immer größer: Als Visionär sieht er eine große Veränderung: „Wir befinden uns

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Nehmen Sie Ihre Träume ernst: Schreiben Sie alle Tag- und Nachtträume in ein spezielles Buch.

2

Halten Sie an Ihren Träumen fest: Mitunter sind Sie mit Ihren Ideen der Zeit weit voraus. Bleiben Sie dran, bis der Kairos-Moment kommt.

3

Teilen Sie Ihr Wissen großzügig: Nur in einem starken Gemeinwohl kann jeder Unternehmer langfristig erfolgreich sein.

Einzigartige Tagungen im Herzen Deutschlands



Bieten Sie Ihren Kunden und Mitarbeitern ein einzigartiges Erlebnis: Der Gutshof in Frielendorf zählt zu den größten privaten Hofanlagen in Hessen. Das 300 Jahre alte Barock-Ensemble wurde in den letzten zehn Jahren mit sehr viel Liebe zum Detail von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz restauriert.

Im Mittelpunkt steht das historische Uhrenhaus, das Ihnen für Ihre Tagung komplett zur Verfügung steht, und ein 2.500 m² großer Klostersgarten. Fernab von Hektik können sich Ihre Teilnehmer ganz auf die Fortbildung konzentrieren und in den Pausen wunderbar entspannen.

Moderner Komfort und historisches Flair

Ihre Tagungsteilnehmer können direkt auf dem Gutshof im Gästehaus übernachten. Der Neubau bietet Ihnen mit 24 Betten modernen Komfort und eine traumhafte Weitsicht in das nordhessische Märchenland. Alle Zimmer haben einen französischen Balkon oder eine eigene Terrasse.

In der gemütlichen Weinstube finden Ihre Gäste je nach Wunsch Gemeinschaft oder können sich in Ruhe auf der Sonnenterrasse oder dem großzügigen Laubengang erholen. Für Ihre Referenten oder die Tagungsleitung steht ein besonderes

Refugium zur Verfügung. Im neu gestalteten Schäferhaus mit zwei Zimmern, Küche und Bad können sie sich abseits der Gruppe erholen.

Maßgeschneiderte Tagungen

Nutzen Sie die Expertise von Ilona und Rainer Wälde, den beiden Gründern der Gutshof Akademie. Gerne bieten Ihnen die beiden Gastgeber einen maßgeschneiderten Vortrag für Ihre Tagung an. Freuen Sie sich auf eine humorvolle Präsentation – die praxishere Impulse können direkt im Berufsalltag Ihrer Teilnehmer umgesetzt werden.

Gemeinsam etwas Einzigartiges erleben

Genießen Sie einen Abend für alle Sinne mit den beiden Gastgebern im Gutshof Gästehaus: Anne-Marie Helms wurde in Australien geboren und wuchs in Papua-Neuguinea auf. Der Niederländer Peter Helms kam als Sänger des Musicals „Hair“ nach Deutschland. Das kulinarische Künstlerpaar verwöhnt sie mit internationaler Küche, die beiden haben bereits Gästehäuser in Kanada und Südafrika geleitet.

Zentrale Lage im Herzen Deutschlands

Der Gutshof liegt zentral in der Mitte Deutschlands und ist über die drei Autobahnen A 4, A 5 und A 7 gut zu erreichen. Von der Ausfahrt Homberg (Efze) sind es nur 15 Minuten zum Gutshof. Ihre Gäste können auch bequem mit dem ICE anreisen. Der Bahnhof Treysa ist im Stundentakt mit Kassel und Frankfurt verbunden.

www.gutshof-akademie.de



MIT KOLLEGIALER FÜHRUNG BEREIT FÜR DIE AGILE ZUKUNFT

Martin König ist bereit für seinen neuen Auftrag. Neugierig betritt er den Wirkungsbereich seiner neuen Kunden. Das inhabergeführte, private Klinikum mit 60 stationären Zimmern macht einen guten Eindruck. Die Kernkompetenz des Hauses sind biomedizinische Behandlungen auf höchstem Niveau. Doch daneben müssen weitere Disziplinen beherrscht werden. Das Gesamtangebot umfasst die Hotellerie samt den typischen Organisations-, Belegungs-, Housekeeping- und Instandhaltungsaufgaben sowie die Gastronomie mit allen Prozessen der hochwertigen Patientenversorgung zum Klinikalltag.

von Agnes Anna Jarosch

Wie Martin König Teams zur maximalen Selbstverantwortung und Selbststeuerung befähigt

Typische Symptome: Wann die klassisch-hierarchische Führung versagt

„Meistens werde ich gerufen, wenn die klassisch-hierarchische Führung nicht mehr funktioniert oder versagt“, erklärt König die Ausgangslage. Die Gründe dafür können unterschiedlich sein. Typische Ursachen, die Firmen zu einem radikalen Umdenken zwingen, sind volatile (also stark schwankende, instabile) Märkte oder Bereiche, Beschleunigungen in den Dynamiken, steigende Komplexitäten oder hohe Fluktuationen und Arbeitsüberlastungen, die mit altem Denken nicht in den Griff zu bekommen sind.

Bei seinem neuen Kunden im Klinikum haben persönliche Gründe dazu geführt, sich von König zur Kollegialen Führung begleiten zu lassen. Der Gründer und Inhaber, der bisher das Gastronomie- und Hotelmanagement leitete, kann sich nur noch zu 30 % in seinem Betrieb engagieren. Das Haus ist renommiert und hat einen guten Ruf, doch durch diesen



Einschnitt liegt vieles brach. Die Folgen unterlassener Führung lassen niemals lange auf sich warten: Frustration, Demotivation, Personal- und Qualitätsprobleme schleichen sich schneller ein, als Unternehmern in Notlagen lieb ist.

Der klassische Ansatz, einen neuen Geschäftsführer einzustellen und einzuarbeiten, wird schnell verworfen. Zum einen würden locker 1,5 bis 2 Jahre vergehen, bis ein passender Ersatz rekrutiert, eingestellt und eingearbeitet wäre. Zum anderen hat die Kollegiale Führung zu viele Vorteile, die sich in der Organisation, in der Motivation, in Schnelligkeit, Befähigung und in der Wirtschaftlichkeit positiv niederschlagen. So kommt Martin König ins Spiel.

Königs Alleinstellungsmerkmal: Agile Leadership-Kompetenz

Als Experte für Kollegiales Führen ist König immer dann gefragt, wenn klassisch-hierarchische Führungsstile an ihre Grenzen stoßen und scheitern. Sein Leben hat ihn genau für diese Aufgabe bestens vorbereitet, denn sein eigener Führungsstil ist seit jeher durch Kommunikationsstärke, Transparenz und Partnerschaftlichkeit geprägt.

Zum einen kommt er aus der IT-Branche und kennt die agilen Arbeitsmethoden mit allen Vor- und Nachteilen. Er weiß, wann welche Methoden am besten funktionieren und nutzt sie als Gerüst des Kollegialen Führens, um den Shift in eine neue Ära zu ermöglichen. Zum anderen hat er in den letzten 30 Jahren im Business Coaching, in der Organisationsentwicklung, im Leadership und in der agilen Beratung in über 50 Unternehmen über 100 Projekte erfolgreich fertiggestellt, neue Technologien und agile Methoden eingeführt und Strategieentwicklungen implementiert. Alle Probleme, die seine Kunden in Organisationen erleben, kennt er aus der eigenen Praxis. Ob im Team, in der Geschäftsführung oder beim Verwaltungs-/Aufsichtsrat: Es ist seine Stärke, mit den richtigen Interventionen komplexe Systeme aufzubrechen, Widerstände aufzulösen, neue Routinen zu implementieren und die Macht von Behinderern zu reduzieren.

Vorleben statt vortragen

Im Klinikum zeigt König auf: „Wir brauchen ein halbes Jahr, um die ersten wichtigsten Verantwortungsbereiche durch die reduzierte Kapazität in die Organisation zurückzugeben, ohne Menschen dadurch zu überfordern.“ Als Coach ist es Königs erste Aufgabe, den Wechsel von hierarchischem Führen mit seinen Denk- und Erwartungshaltungen zu einem Kollegialen Führungsstil der Mitverantwortung zu initiieren. Seine Workshops sind selbstverständlich kollegial und agil geprägt. „Man muss selbst erleben, wie Agiles Führen geht und wie sich die Zusammenarbeit durch den Einsatz eines Kanban-Boards verändert“, sagt König. Auf einmal entsteht Transparenz und jeder weiß, woran der andere arbeitet. Teams werden gefordert, selbst zu priorisieren und unternehmerisch zu entscheiden, welches die wichtigsten und dringendsten Aufgaben sind, die es heute zu erledigen gilt. Sie werden gefordert, sich selbst zu organisieren und selbst zu bestimmen, wer welche Aufgaben übernimmt. Dadurch entsteht eine schnelle Dynamik, ein großes Verantwortungsbewusstsein und ein neues Level an menschlicher Kompetenz.

Die Werkzeuge des Kollegialen Führens

Als Coach leitet König Teams in die Selbstbefähigung und bringt ihnen das Werkzeug und die Methoden bei, sich selbst zu organisieren und zu leiten. In agilen Organisationen gibt es keine langen Sitzungen, in denen Menschen sich in passiver Körperhaltung geduldig berieseln lassen. Stattdessen gibt es regelmäßige Standups, Meetings im Stehen, da alle Teilnehmer aktiv und präsent bleiben und diese Form zu schnelleren und besseren Ergebnissen führt. Anhand von Kanban-Boards werden die wichtigsten nächsten Schritte analysiert und ans Team verteilt. In Retrospektiven werden vergangene Entscheidungen und Maßnahmen betrachtet und ausgewertet: Was hat gut geklappt, wo hakt es? Gemeinsam lernt das Team aus Fehlern und entwickelt sich weiter. Spannungsanalysen decken auf, wo es in den Teams klemmt und wo die wichtigsten Ansatzpunkte zur Veränderung sind. Anhand der Delegationsmatrix legt der Inhaber fest, wer welche Führungsaufgaben- und Verantwortungsbereiche zukünftig übernimmt und wer Veto-Optio-

„Alle Probleme, die seine Kunden erleben, kennt er aus der eigenen Praxis.“

nen hat, z.B. beim Einstellen neuer Kollegen oder bei Gehaltserhöhungen. Diese Kontrolle ist wichtig, damit das ganze System belgieitet wird und nicht kollabiert. Das wichtigste Werkzeug für den

Inhaber ist ein Kreismodell, das sich in aller Konsequenz an der Wertschöpfung ausrichtet und Transparenz und Steuerung ermöglicht.

Achtung, Denkgrenze

Derzeit ist das Kollegiale/Agile Führen noch seiner Zeit und der breiten Masse voraus. Zu sehr sind menschliche Gehirne an alte Denk- und Arbeitsmuster gewöhnt. „Meine Mitarbeiter sollen ihr Gehalt selbst bestimmen? Ha-ha-ha.“ Die Idee klingt für Inhaber, Geschäftsführer und Mitarbeiter gleichermaßen absurd, doch sie funktioniert. König beruhigt: „Nur eine erfahrene agile Organisation ist in der Lage, Gehälter im Sinne des Unternehmens selbst zu bestimmen. Dies ist die Königsdisziplin und der letzte Schritt im agilen Unternehmen. Wir beginnen mit einfachen Bereichen, etwa der Transparenz und der Arbeits- und Aufgabenverteilung, damit die Organisation daran lernen, wachsen und reifen kann. Wer das Turnen neu erlernt, fängt ja auch nicht mit doppeltem Rückwärtssalto samt dreifacher Schraube an. Generell stellt er fest, dass Teams mehr leisten können, als manche Geschäftsführer und Führungskräfte glauben möchten. Häufig fällt es schwer, Hoheitsmächte abzugeben. Misstrauen und Ängste, die die eigene Identität, den Machteinfluss und die Daseinsberechtigung betreffen, kommen ins Spiel. Auch hier sorgt König für Transparenz und steuert den Prozess konsequent in der Sache, aber sanft zum Menschen, der sich von geliebten Titeln und Vorrechten verabschieden muss.“

Vom Chef zum Mentor

In der Klinik stößt König auf wissbegierige und willige Teams. „Da die Führung nicht mehr wie früher gegeben werden konnte, waren die führungslosen Mitarbeiter dankbar für jeden neuen Ansatz und jedes neue Werkzeug.“ Das Agile Führen trägt schnell seine Früchte und innerhalb weniger Wochen zeigt sich die deutliche Entlastung auch beim Inhaber. Er setzt seine 30 % Arbeitskraft jetzt für den Wissenstransfer ein, damit seine Orga-

nisation befähigt wird, ihm die 70% abzunehmen, die er nicht mehr leisten kann. Er selbst findet sich in der Mentorrolle wieder und ist erfreut darüber, wie gut seine Mitarbeiter in der Lage sind, seine Verantwortungsbereiche zu übernehmen. Er teilt sein Wissen, definiert Prozesse und befähigt Menschen. Die Organisation wird zum obersten Gut, wobei der Inhaber als oberste Instanz immer noch klar definierte Vetorechte und Kontrollbefugnisse hat.

Vom Angestellten zum Macher

Auch für die Angestellten werden die ersten Erfolge der Selbstbefähigung sehr schnell spürbar, wie etliche Alltagsbeispiele zeigen. Durch Kanban wurde zum Beispiel transparent, dass häufig aus Zeitnot keine Arztberichte eingereicht wurden, obwohl die Berichte praktisch fertig geschrieben waren. Dadurch wurden schnelle und wichtige Umsätze leichtfertig verschenkt. Jetzt ist die Aufgabe im agilen Prozess neu verankert und kann nicht mehr vergessen werden. Überlaufende E-Mail-Eingänge führten dazu, dass Patientenanfragen nicht beantwortet wurden und das Image der Klinik angeschlagen wurde. Eine Arzt-Assistenz leerte den E-Mail-Eingang und alle Nachrichten auf ihrer Mailbox, platzierte sie in dem Kanban-Board und spürte sofortige Erleichterung. Sie sagte: „Ich hatte immer Kopfschmerzen und Angst, dass ich etwas vergesse. Mit der neuen Transparenz fühle ich mich nicht mehr ohnmächtig oder schuldig, sondern weiß, was die nächsten dringenden und wichtigen Aufgaben sind.“ Mitarbeiter agieren nicht mehr als Einzelkämpfer, sondern lernen systematisch voneinander in Kollegengruppen. Kollegiales Führen fördert die Kultur einer selbstlernenden Organisation. Die klassisch-hierarchische Trennung von Denken, Entscheiden und Ausführen ist aufgehoben. Überall herrscht Aufbruchstimmung.

Martin König nickt zufrieden, denn das Klinikum ist auf einem guten Weg in die Selbstbefähigung und bereit, die nächsten Hürden zu nehmen. Genau wie der Inhaber wird auch er sich schon bald zurückziehen, um in anderen Firmen die Denkgrenzen zu sprengen und diese in die Agilität und Zukunftsfähigkeit zu begleiten.

www.durchblick.coach

Kontakt: martin.koenig@durchblick.coach

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Never chance a winning team.
Lassen Sie alles beim Alten, wenn es funktioniert. Änderungen sind dann gefragt, wenn klassische Systeme nicht mehr funktionieren.

2

Heben Sie die künstlich-hierarchische Trennung zwischen Denken, Entscheiden und Ausführen auf,
wenn Sie ein agiles Unternehmen werden möchten. Ihre Mitarbeiter können mehr leisten, als Sie denken.

3

Gehen Sie dabei langsam, kontrolliert und schrittweise vor.
Auf der Sachebene müssen neue Werkzeuge erlernt werden und auf der emotionalen Ebene brauchen Menschen Zeit, um sich von Titeln und Hoheitsmacht zu verabschieden.



SOLIDE STAHLTECHNIK TRIFFT AUF ELEFANTEN, KUNST UND KREATIVITÄT

BERNHARD HAHNER FINDET MIT SEINEM UNTERNEHMEN UNGEWÖHNLICHE LÖSUNGEN

von Micha Kunze

Wie viel Hightech brauchen eigentlich Elefanten? Eine Frage, die man sich nicht zwangsläufig stellen würde – außer natürlich, die Gehegedecke fällt den dickhäutigen Freunden wortwörtlich auf den Kopf, wie im Münchener Tierpark Hellabrunn. Dieser wunderbare Zoo ist schon eine Welt für sich. In großzügig gestalteter Umgebung mit großen Bäumen und weiten Gehegen tummeln sich Affen, Nashörner, Giraffen und Löwen. Bernhard Hahner kennt diesen Zoo allzu gut. Vor einigen Jahren war er aus beruflichen Gründen hier, heute sind er und seine Frau Christina nur zu Besuch. Trotzdem lässt er es sich nicht nehmen, zumindest kurz an der alten Wirkungsstätte vorbeizuschauen, an der er und sein Team von Hahner Technik im Jahr 2016 ein kleines Meisterwerk erschaffen haben.

Seine Kollegen würden Bernhard Hahner wohl am ehesten als technisches Universalgenie bezeichnen. Der wissbegierige Unternehmer, der sein Werk nur ein paar Kilometer außerhalb von Fulda betreibt, strebt immer nach neuen Herausforderungen. „Wir sind Stahlbaukonstrukteure, aber das ist schon lange nicht mehr unsere einzige Disziplin. Wir bieten auch komplexe technische Anlagen für unsere Kunden an oder bauen auch mal verrückte Metallkonstruktionen für Künstler.“ Ein Alleinstellungsmerkmal, das viele Kunden sehr zu schätzen wissen.

Bernhard Hahners Kampf mit dem Schulsystem

So sehr sich Bernhard Hahner in seiner Rolle als Unternehmer wohlfühlt, so holprig war seine Findungsphase. „Ich weiß noch, wie ich am ersten Schultag heulend auf dem leeren Schulhof stand. Da war nichts mehr mit der Freiheit, die ich auf unserem Bauernhof genossen hatte. Mir war klar, dass die nächsten Jahre wie Knast sein würden“, erinnert sich Hahner

zurück. Es sollten Demütigungen folgen, die niemandem zu wünschen sind. „Ich musste mit rechts schreiben lernen, obwohl ich Linkshänder bin. Und als Legastheniker war ich immer derjenige, der die Sechsen im Diktat hatte. Das wurde natürlich vor der gesamten Klasse laut vorgelesen.“ Die fünfte Klasse muss er wiederholen, als er von der Haupt- auf die Realschule wechselt. Die Lehrer sind sich einig: Aus dem wird nichts!

Wo die Schule versagt hat, lehrt ihn aber das Leben. Als handwerklich begabter junger Kerl eignet er sich praktisches Wissen an, wo es nur geht. „Dem Pferdeschmied habe ich über die Schulter geschaut und irgendwann das Schweißen von ihm gelernt. Und an Fahrrädern habe ich rumgeschraubt, so oft es ging“, erzählt Hahner und lächelt. Aus den Rädern wurden Mopeds, aus den kleinen Projekten wurden größere. „Ein Kumpel von mir hat sein Moped frisiert, und das lief dann viel schneller als meines. Er verfügte einfach über mehr theoretisches Fachwissen. Das hatte er in der Fachoberschule gelernt. Da war für mich klar: Da muss ich hin.“

Wenn die Leidenschaft stimmt, nimmt das Leben Fahrt auf

Bernhard und Christina Hahner machen an einem Gehege Halt, in dem sich einige Zebras tummeln. Der Himmel ist bewölkt, weswegen die großen Menschenmassen heute ausbleiben. „Auf der Fachoberschule für Maschinenbau hat sich alles geändert. Da war Schule plötzlich leicht. Mich hat einfach alles interessiert, ich hab das aufgesogen wie ein Schwamm“, berichtet Hahner, immer noch das Gehege betrachtend. „Durch die Ausbildung, meine Praktika und mein Studium in Friedberg bin ich durchmarschiert. Währenddessen habe ich noch eine Schweißfachingenieursausbildung gemacht. Das flog mir alles einfach zu.“

Ein Mann der Tat, so viel steht fest. Der Schritt zum Gewerbe war also reine Formsache. Dass aber eben jene Formalitäten in Deutschland ganz schön Nerven kosten, musste Hahner am eigenen Leib erfahren: „Ich habe mein Gewerbe ohne betriebswirtschaftliche Kenntnisse angemeldet. Im Laufe der nächsten Jahre musste ich

mich dann natürlich mit dem Finanzamt, den Handwerkskammern und allen möglichen bürokratischen Instanzen rumschlagen. Ich war echt noch grün hinter den Ohren“, meint er und muss laut lachen. „Mein erstes Darlehen habe ich aufgenommen, weil ich Steuern nachzahlen musste.“ Fast nicht zu glauben, wenn man das wirtschaftsstarke Unternehmen heute anschaut.

Ein Wahrzeichen bekommt ein neues Dach verpasst

Im Laufe der Jahre wachsen die Projekte und die Auftragsvolumen steigern sich. Eines Tages stößt das Team auf eine Ausschreibung: Das denkmalgeschützte Elefantenhaus im Hellabrunner Zoo braucht ein neues Dach. Hahner Technik bewirbt sich, doch das Projekt wird nicht vergeben. „Zu teuer“, erklärt Bernhard Hahner. „Die Anforderungen waren für das Budget einfach zu groß.“ Doch das Team lässt nicht locker und geht die Extrameile. „Wir haben ein komplett neues System entwickelt, um die gewünschte Optik beizubehalten, aber viel weniger Stahl zu verbauen. Dieses Nebenangebot haben wir dann auf gut Glück abgeschickt.“ Gezeigte Initiative, die sich auszahlt: Der Auftrag geht an Hahner Technik.

„Ich weiß noch, wie ich am ersten Schultag heulend auf dem leeren Schulhof stand. Da war nichts mehr mit der Freiheit, die ich auf unserem Bauernhof genossen hatte.“



Realisierung der Arbeit „LinienLand“ der Künstlerin Alicja Kwade für eine Ausstellung im „Museum Haus Konstruktiv“ in Zürich

Für das neue Dach verbaut das Team 60 Tonnen Stahl. Die Konstruktion besteht aus 500 Trägerelementen und 2.000 Verbindungsbauteilen. Eine große Herausforderung, denn jedes Teil ist haargenau designt und passt auch nur an eine Stelle. Das Projekt ist ein voller Erfolg, das sogar den Deutschen Metallbaupreis gewinnt. Eine von vielen Trophäen, welche die Vitrienen von Hahner Technik schmücken. Und es stimmt: Das Elefantenhäus ist äußerst beeindruckend. Hahner erklärt, dass der Stil dem Original von 1914 nachempfunden ist. Auch Jahre später kann er noch genau rekonstruieren, wann wo welcher Handstreich getätigt wurde. Das Wahrzeichen des Tierparks hat wieder ein sicheres Dach über dem Kopf und sieht beeindruckend aus wie eh und je!

Ist das Kunst oder kann das weg?

In Bernhard Hahners Brust schlägt aber auch noch ein Künstlerherz. Überhaupt ein wichtiger Bestandteil der Familie: Christina Hahner ist Architektin und beschäftigt sich auch in ihrer Rolle in der Öffentlichkeitsarbeit viel mit Gestaltung. Die älteste der drei Töchter studiert Freie Kunst. Und auch Bernhard Hahner selbst nimmt immer wieder Aufträge an, um die Visionen unterschiedlichster Künstler Realität werden zu lassen. „Ich liebe es, über meinen Tellerrand hinaus zu schauen. Diese Kunstprojekte sind für uns alle immer etwas ganz Besonderes.“ Im Laufe der letzten Jahre entstanden etliche Installationen und architektonische Werke, teilweise von namhaften Künstlern.



„Cube Spiral“ von Prof. HD Schrader. Planung, Statik, Realisierung und Montage durch HAHNER Technik

„Unsere Ausstellungsstücke stehen zum Beispiel in Zürich, New York und Kopenhagen. Das ist auch für meine Mitarbeiter immer unfassbar wertvoll, da mitzuwirken. Wir alle haben so eine Leidenschaft für unsere Arbeit, und das macht den ganzen Unterschied. Wir wissen, dass wir uns mit jedem neuen Bauprojekt ein kleines Denkmal setzen.“ Bernhard Hahner und seine Frau schauen ein letztes Mal auf das Elefantenhäus. Auch das ist eines ihrer vielen mit Herzblut gebauten Denkmäler, das noch in vielen Generationen Menschen eine große Freude bereiten wird. Und den grauen Bewohnern des Elefantenhauses sowieso.

www.hahner-technik.de

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Gehen Sie die Extrameile:

Bieten Sie alternative Ideen an, die der Kunde von Ihnen gar nicht erwartet hat.

2

Entwickeln Sie Ihre Eigenarten:

Haben Sie den Mut zu Marotten und zu ungewöhnlichen Ideen, die Sie einzigartig machen.

3

Denken Sie quer:

Verlassen Sie das enge Korsett Ihrer Branche und nutzen Sie den Erfahrungsschatz anderer Gesellschaftsbereiche.

Verkaufsfit mit LUDOKI Sales

Wie 2 Typen und 1 Spiel für 30 % mehr Umsatz, 40 % weniger Kündigungen und 100 % mehr Spaß im Vertrieb sorgen

von Agnes Anna Jarosch



„Wer nicht wirbt, der stirbt“, weiß der Volksmund. Es mag Nischen geben, doch im umkämpften Wettbewerb haben genau die Unternehmen die Nase vorn, die die besten Verkäufer haben und die genau dort neue Ansätze und Lösungen finden, wo andere das Handtuch werfen. Verkaufen kann man lernen, dennoch sind die Frustrations- und Fluktuationsquoten in vielen Vertriebsteams hoch. „Wie lernt man Verkaufen am besten?“ – diese Frage beschäftigt Wolfgang Marschall und Tarek Abouelela tagtäglich. Kennengelernt haben die beiden Vertriebsprofis sich vor über zehn Jahren.

Die Situation damals: Abouelela ist bereits seit Jahren als Trainer und Unternehmer erfolgreich und sehr beschäftigt. Zum einen hat er ein Verlagsbüro samt Vertrieb und trainiert Vertriebsteams zur Steigerung ihrer Wirksamkeit im Verkauf. Auf diese Erfolge ist er stolz, doch die Fülle an Aufgaben beschert ihm etliche 100-Stunden-Wochen. In ihm reift die Erkenntnis, dass es so nicht weitergehen kann. „Ich will den Aufwand halbieren und gleichzeitig meinen Ertrag verdoppeln“, lautet das neue Ziel des selbstbewussten Unternehmers. Gute Coaches lassen sich coachen – und so sucht Abouelela nach einem Profi, der ihn auf diesem Weg begleitet, und trifft dabei auf Wolfgang Marschall.

Marschall besticht mit vielseitiger Lebenserfahrung jenseits akademischer Standardkarrieren. Er war als Zahntechniker genauso erfolgreich wie in der Filmproduktion mit Werbefilmern, lebte in Kalifornien im Zen-Kloster, erlernte die Körper-Psychotherapie sowie das professionelle Coaching und schulte Vertriebsmannschaften in großen Versicherungskonzernen. Wenn es ein Tüftler-Gen gibt – Marschall hat es; er überrascht regelmäßig mit kreativen Ideen und innovativen Erfindungen.

Mission: Aufwand halbieren, Ertrag verdoppeln

Bei seinen Recherchen nach dem richtigen Coach findet Abouelela zwei Wolfgang – einer davon wird sein Berufsleben komplett verändern. Er trifft sich erstmalig mit Wolfgang Marschall zum Essen und beide sprechen 3,5 Stunden so miteinander, als würden sie sich bereits ewig kennen. Vieles im Leben lässt sich durch Fleiß und Anstrengung erreichen, doch wenn die Chemie zwischen zwei Menschen passt, ist das ein Geschenk. Die beiden Unternehmer senden auf einer Wellenlänge und philosophieren über Trainings, Transferquoten sowie messbaren Erfolg. Beide haben den Eindruck, dass Menschen ins Training geschickt werden, dann jedoch nicht weiterüben.



„Menschen entdecken plötzlich ihr Potenzial – und das macht Freude.“

Abouelela, der selbst aus dem Leistungssport kommt, erklärt: „Jeder Profi-Sportler weiß, dass man VOR dem Wettkampf trainiert und IM Wettkampf abliefert. In den meisten Vertriebs-teams sieht die Realität anders aus. Die trainieren nur beim Kunden vor Ort – also im Wettkampf. Das ist ein sehr kostspieliges Training, denn es überlässt den Gewinn leichtfertiger Konkurrenz und kostet das eigene Unternehmen fahrlässigen entgangenen Umsatz.“ Prinzipiell beschäftigt Abouelelas persönliches Coaching-Thema alle Unternehmen: Wie lässt sich der Aufwand senken und gleichzeitig der Ertrag steigern? Wie bekommt man Vertriebsteams also dazu, VOR dem Wettkampf verkaufsfähig zu werden?

Von der Idee zum Gamechanger

Ein weiterer Zufall stellt die Weichen für die Zusammenarbeit der beiden Männer: In Marschalls Bürogebäude ist das Nachbarbüro frei. Zu seiner Überraschung soll er seinen neuen Nachbarn bereits kennen. Tarek Abouelelas Gesicht blickt ihn beim Umzug freudig an. Beide Vertriebsprofis beschließen, zusammen Seminare anzubieten und dabei mit und voneinander zu lernen. Die Mission: „Wir entwickeln einen echten Gamechanger. Wir erfinden eine Verkaufsausbildung, bei der sich der Aufwand halbiert und der Ertrag verdoppelt.“ Schnell ist die Idee geboren, für diese Ausbildung ein neuartiges Praxis-Training zu entwickeln, das Menschen befähigt, im geschützten Raum zu üben, ohne sofort potenziellen Umsatz an der Kundenfront zu gefährden. Menschen sollen spielerisch verkaufsfähig werden und auch noch Spaß dabei haben, lautet der Auftrag.

Dazu wird ein professioneller Spieleentwickler mit an Bord geholt, doch der hält die Idee für eine „Mission Impossible“ und zeigt eine Schwierigkeit nach der anderen auf. So konzipiert das Team Marschall-Abouelela kurzerhand ohne den Spieleprofi weiter. Innerhalb von zwei Stunden wird der Spielplan und innerhalb von drei Monaten LUDOKI Sales entwickelt. Sämtliche Lebenserfahrung, Menschenkenntnis und das gesammelte Vertriebswissen fließen in dieses Meisterwerk ein. Marschall erinnert sich: „Am Anfang haben wir alles selbst gemacht. Wir haben eine Stanzmaschine gekauft, alle Karten selbst laminiert und mit Nagelscheren rundgeschnitten.“

Ursprünglich hatten die beiden LUDOKI-Erfinder vor, das Spiel nur für die eigenen Trainings zu nutzen. Doch jeder, der LUDOKI erlebt, ist so begeistert, dass schnell ein Lizenzsystem daraus wird. „Wo können wir das kaufen?“, wird das Duo von den begeisterten Teilnehmerinnen und Teilnehmern gefragt. Also gründen die beiden Unternehmer im Oktober 2009 eine gemeinsame Firma, die LUDOKI GmbH. LUDO ist lateinisch und steht für das Spielerische („ich spiele“), KI bedeutet im Asiatischen Kraft und Energie, DO ist im buddhistischen der Weg. Kurzum: Bei LUDOKI geht es darum, spielerisch Kräfte freizusetzen, sich selbst zu befähigen und den Weg vom Kennen ins Können zu beschreiten.

16 Themenfelder, 400 Trainer, 5.000 Teilnehmer

Heute ist Gamification als Mega-Trend der Weiterbildung in aller Munde, doch vor zehn Jahren sind die beiden mit dieser Idee als Pionier am Markt: „Wenn wir bei Personalchefs und Geschäftsführern unser buntes Brettspiel vorstellten, wurden wir mit Naserümpfen, skeptischen Blicken und verschämtem oder hämischen Lachen konfrontiert. Hochbezahlte Verkaufsteams in dunklen Anzügen sollten freigestellt werden, um während ihrer Arbeitszeit ein Brettspiel zu spielen? Die Vorstellungen von einem seriösen Verkaufstraining sahen damals anders aus.“

Doch die beiden Vertriebsprofis wissen, was sie tun. LUDOKI überzeugt im Praxistest – innerhalb einer halben Stunde verwandeln sich Ablehnung in Anziehung, Widerstände in Überzeugung, Skepsis in Habenwollen. Schnell sind die ersten 100 firmeninternen LUDOKI-Trainer ausgebildet. Insgesamt hat LUDOKI in zehn Jahren 16 Themenfelder erobert, 400 interne Trainer und 30 externe Partner gewonnen sowie über 5.000 Teilnehmer geschult, nachhaltig wirksam zu werden. Zu den Kunden zählen Großkonzerne ebenso wie namhafte innovative kleine und mittelständische Unternehmen.

Mini-Innovation-Lab: Raum für Veränderung

„Wir bewegen die Menschen, etwas zu tun, was sie eigentlich hassen – und das mit Freude und Leidenschaft“, fasst Marschall die Magie von LUDOKI zusammen. Er selbst erinnert sich an seine Erfahrungen als Teilnehmer und die verhassten Rollenspiele: „Die Kamera wurde eingeschaltet, und es war peinlich,

sich selbst in Großaufnahme zu sehen und vor allen öffentlich für Fehler kritisiert zu werden. LUDOKI ersetzt die Kritik durch qualifizierte Wertschätzung und den Ernst durch Spiel. Dadurch kreieren wir einen konsequenzenfreien, geschützten Raum, in dem Menschen in den Flow kommen, neue Dinge mit Leichtigkeit ausprobieren und systematisch besser werden.“

In der Industrie werden solche Orte als „Innovation Lab“ bezeichnet: dritte Orte, an denen weitab von jeglichen alten Systemen und starren Traditionen, menschlichen Territorial- und Grabenkämpfen, Vorurteilen und Verurteilungen neue Ansätze, Veränderungen und Innovationen ausprobiert werden sowie gedeihen und wachsen können. Als Mini-Innovation-Lab schafft LUDOKI im Handumdrehen diesen Raum, in dem Weiterentwicklung jenseits von Vorschriften und Hürden gelingt.

Wer spielt, der bleibt: Die Kündigungsquote sinkt um 40 %

Der vorausseilende Gehorsam ist im Vertrieb weit verbreitet – er resultiert aus schlechten Erfahrungen und falschen Annahmen. Viele Verkäufer sind zum Beispiel überrascht, wenn sie erfahren, dass die Aussage „das ist zu teuer“ ein Kaufsignal ist. Bei LUDOKI geht es um Wissen und Methoden, aber auch um Selbstwirksamkeit und Glaubenssätze. Teilnehmer lernen, Verhandlungen sportlich zu nehmen sowie Einwände und Widerstände neu zu betrachten. LUDOKI erteilt die Erlaubnis, die Hürden, an denen man früher gescheitert wäre, spielerisch zu nehmen und negative Erfahrungen durch positive zu überschreiben. Das ist nachweislich der Weg vom Kennen ins Können, wie ein Versicherungskonzern durch Kontrollgruppen bestätigt. Während ein Teil des Vertriebsteams drei LUDOKI-Trainingseinheiten erhält, bleibt der Rest des Teams als Vergleichsgruppe ohne LUDOKI-Training. Das Resultat: In der Gruppe mit den drei LUDOKI-Einheiten steigt der Umsatz um 30 %, gleichzeitig sinkt die Fluktuation um 40 %.

Das Erfolgsgeheimnis

LUDOKI kann zu Recht als „eierlegende Wollmilchsau“ bezeichnet werden. Das Training fördert die persönlichen Fähigkeiten genauso wie das Teambuilding, den sozialen Kontakt, einen wertschätzenden fachlichen Austausch, das Lernen voneinander, die Beziehung und das gemeinsame Lachen. „Wenn 20 Menschen an fünf Tischen LUDOKI spielen, herrscht ein Höllenlärm“, sagt Marschall. „Doch erstaunlicherweise sind die



Teams so vertieft, dass sie gar nicht mitbekommen, dass um sie herum noch andere da sind.“

Im LUDOKI-Fieber

Längst hat LUDOKI Sales Familienzuwachs bekommen. Nach und nach gesellten sich aufgrund der Nachfrage weitere Expertengebiete wie Leadership, Communication, Style & Etiquette oder Young Talents als Bewerberspiele hinzu, die langwierige Assessment Center verkürzen. Die Teilnehmerstimmen motivieren Marschall und Abouelela weiter zu tüfteln: „Am meisten freuen wir uns über die persönlichen Feedbacks und E-Mails, etwa wenn Erfolgsquoten in der Telefonakquise nach einem Training von 9 % auf 33 % steigen. Menschen entdecken plötzlich ihr Potenzial – und das macht Freude.“ Darüber hinaus sind auch Spiele für den privaten Gebrauch im Angebot. Marschall und Abouelela bestätigen: „Wir sind immer Verkäufer, und mit unseren Lösungen aus der LUDOKI-Familie können wir nicht nur Umsätze im Business verdoppeln, sondern sogar die Schiefelage in privaten Beziehungen verhindern und somit Scheidungen vorbeugen. Wir schaffen Bewusstsein und begleiten Menschen immer genau dort, wo Schwierigkeiten auftauchen.“

www.Ludoki.com

Kontakt Wolfgang Marschall: wm@ludoki.com

Kontakt Tarek Abouelela: ta@ludoki.com

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Co-Creation ist der Trend der Zeit, denn immer komplexere Herausforderungen in volatilen Welten lassen sich nicht allein lösen. Finden Sie Partner, denen Sie vertrauen, die Sie ergänzen und mit denen Sie kollaborieren sowie Synergieeffekte erzeugen können – genau wie Wolfgang Marschall und Tarek Abouelela.

2

Trendsetter nehmen Spott und Gelächter sportlich. Es ist normal, das echte Gamechanger so lange auf Ablehnung und Widerstand stoßen, bis eine kritische Masse überzeugt ist.

3

Mit Zahlen, Daten und Fakten gewinnen Sie das Interesse von Kritikern. 44 % Rückgang bei der Kündigungsquote und 30 % mehr Umsatz sind schlagkräftige Argumente. Sorgen Sie selbst für Umfragen, Studien und Vergleichstests, falls es noch keine Belege für die Wirksamkeit Ihrer Produkte und Dienstleistungen geben sollte.



EIN VISIONÄR, 4WÄNDE, EINE NISCHE

GERHARD HAB ERMÖGLICHT KIRCHEN NEUEN RAUM ZUR ENTFALTUNG

von Micha Kunze

Wer bei „Westhouse“ an ein typisch amerikanisches BBQ-Restaurant irgendwo in der Wüstenlandschaft Nevadas denkt, liegt in Hinblick auf dieses Mega-Projekt in Augsburg weit daneben. Mit dem neuen Begegnungszentrum im Westen der Stadt beschreitet Gerhard Hab neue Wege.



An diesem wunderschönen Sommertag sind die Bürozimmer der Firma *4Wände* in Augsburg ganz in Licht getaucht. Die Sonnenstrahlen fallen durch die großzügige Fensterfront und erhellen die Baupläne, die überall an den Wänden hängen. Gerhard Hab sitzt entspannt in seinem Bürostuhl, eine Tasse Kaffee in der Hand. Aufgrund des Wetters hat er sich heute gegen einen Anzug entschieden, aber auch sonst greift er lieber zu legerer Garderobe. Er macht einen gelassenen Eindruck, obwohl er eine Verantwortung trägt, die viele Unternehmer wohl schnell an ihre Grenzen führen würde.

„Im Wesentlichen unterstützen wir Kirchengemeinden, christliche Werke und Initiativen, sich räumlich zu entwickeln. Das heißt, eine entsprechende Infrastruktur zu bekommen, damit sie ihre wichtige Arbeit bestmöglich ausüben können“, erklärt Gerhard Hab. Warum er und sein Unternehmen in dieser Nische gelandet sind, ist tatsächlich eher zufälliger Natur. „Eines unserer frühen Projekte war ein Bauprojekt einer Kirchengemeinde aus dem Augsburger Süden. Kurz danach folgte ein Auftrag aus dem Westen. Als wir die Projekte auf unsere Website stellten, bekamen wir schlagartig Anfragen von Gemeinden aus ganz Deutschland.“

Enge Budgets und lebenswert – wie geht das zusammen?

Nach seinem Studium geht es für den Wirtschaftsingenieur zunächst ins Projektmanagement der Automobilzulieferindustrie. Hier eignet sich Gerhard Hab wichtige Qualitäten im Bereich Organisationsentwicklung und Veränderungsprozesse an – Know-how, das Jahre später perfekt auf seine große Vision passt. „Wir hatten schon 1997 die Idee von *4Wände* und haben kurz darauf auch gegründet. Für uns war klar, dass wir Familienhäuser entwickeln wollten, die einem begrenzten Budget unterliegen. Für uns war da immer die Frage im Hinterkopf, wie wir lebenswerten und schönen Wohnraum ermöglichen und dabei kostenorientiert arbeiten können“, erzählt Gerhard Hab. Für dieses Unterfangen steht die nordamerikanische Holzrahmenbauweise Pate, schnell wird zudem eine Kooperation mit einem kanadischen Bauunternehmen geschlossen.

Doch trotz aller Ambitionen ist der Anfang schwer. Gerhard Hab nimmt einen Schluck aus seiner Tasse, denkt einen Moment lang nach. „Wir mussten bei den ersten Projekten richtig Lehrgeld bezahlen. Finanzen zu jonglieren und parallel zum eigentlichen Job eine Firma aufzubauen, das ging schon richtig an die Substanz.“ Nicht nur er, auch sein Geschäftspartner, mit dem er die Firma gegründet hat, müssen finanziell Abstriche machen. Die Schattenseiten großen Unternehmertums und edler Visionen.

Aus der Krise wird ein Neuanfang

Die immer wieder aufkeimenden Krisensituationen finden im Jahr 2008 ihren Höhepunkt. Nach zehn harten Jahren reicht es dem Partner von Gerhard Hab – er verlässt das Unternehmen. „Das war eine ziemlich schmerzhaft Zeit. Wir haben zwar mit einem Coach alles aufgearbeitet und sind im Frieden auseinandergegangen. Unsere unterschiedliche Sichtweise auf das Unternehmen hat einfach immer mehr zu Konflikten geführt. Oft ist Unterschiedlichkeit eine große Chance, aber hier hat es uns einfach gelähmt“, reflektiert Gerhard Hab. Doch mit dem Ausstieg seines Partners hört seine Vision keineswegs auf.

Kurz nach der Krise gründen Gerhard Hab und seine Frau *4Wände* als GmbH – ein Familienunternehmen. Er verlässt seinen alten Job und fokussiert sich nun ganz auf das, was ihm am Herzen liegt. Die Konzentration auf sinnstiftende Bauprojekte für christliche Initiativen beflügelt ihn. Er selbst ist seit Jahren Mitglied in einer Freien evangelischen Gemeinde und schätzt das intensive Engagement für Kinder, Jugendliche und Familien – und die gelebte Nächstenliebe, die den Nöten von Menschen in allen Lebenslagen begegnet.

Aus dem Sinnsucher wird Sinnstifter

„Ich habe schon immer nach dem Sinn hinter den Dingen gesucht“, erzählt Gerhard Hab. „Gerade nach dem Studium musste ich mich sehr hinterfragen, wo ich überhaupt hin möchte. Für mich war relativ schnell klar, dass ich eine Arbeit machen will, die wirklichen Nutzen stiftet. Da war es mir dann auch egal, dass die Beratungsbranche, in der ich lange unterwegs war, viel lukrativer ist.“ Doch für Gerhard Hab hört es als Geschäftsführer bei der Nutzenfrage noch längst nicht auf. „Kann ich hier im Unternehmen auch einen Fokus auf das ‚Wie‘ und nicht nur auf das ‚Was‘ legen?“ Das ist für ihn eine zentrale Frage, die er mit seinen Projekten immer wieder beantwortet.

In einer so kleinen Nische sind Vertrauen und ein guter Ruf entscheidend. Viele Anfragen erfolgen aufgrund persönlicher

Empfehlungen. Die Grundlagen dafür wiederum sind ein guter Zusammenhalt und eine wertschätzende Kultur im Unternehmen. „Ich lebe eine offene Haltung mit meinen Mitarbeitern, die einfach auf Augenhöhe ist. Ich nehme sie mit hinein in wichtige Entscheidungen. Natürlich arbeiten wir ergebnisorientiert, aber das ist eben nur dann möglich, wenn sich alle wohlfühlen und an einem Strang ziehen.“ Nachhaltigkeit ist für Gerhard Hab nicht nur bei der Auswahl seiner Bauressourcen wichtig. Oder bei der Wahl der Transportmittel zu den Baustellen (wenn möglich, reisen er und alle Mitarbeiter mit der Bahn an). Nein, Nachhaltigkeit fängt für ihn bei der Unternehmenskultur an, auf die alles andere aufbauen kann. Erfahrungswerte, die er in seinem regelmäßig erscheinenden Experten-Blog auch mit seinen Kollegen und der Öffentlichkeit teilt.

Ein neues Begegnungszentrum für Augsburg

Was bisher sein herausforderndstes Projekt war? Gerhard Hab schmunzelt und deutet mit einer leichten Kopfbewegung in Richtung der Baupläne, die immer noch sanft von der Sonne angestrahlt werden. „Dieses Projekt hier heißt ‚Westhouse‘. Das wird ein multifunktionales Begegnungszentrum hier in Augsburg. Wir arbeiten seit über acht Jahren daran.“ Ein Bauprojekt, das wesentlich umfangreicher ist, als alles, was *4Wände* bisher umgesetzt hat. Nicht nur ein Zentrum, auch ein Hotel mit 73 Zimmern als Inklusionsbetrieb, Bistro, Turnhalle, Seminarräume, Büro-Etage und ein Saal für bis zu 500 Menschen – das alles als Investorenprojekt aufgezogen.

Was auf den Bauplänen schon abenteuerlich aussieht, sieht auf der nur 400 Meter entfernten Baustelle noch beeindruckender aus. Von dem viergeschossigen Holz-Hybridbau stehen bisher nur die beiden Tiefgaragengeschosse in Stahlbeton und die ersten tragenden Säulen. Eine leichte Brise weht etwas Staub auf, Gerhard Hab schaut sich grinsend um. Schon nächsten Sommer soll das Zentrum fertig sein. Sportlich, doch er glaubt fest an den Erfolg des Projekts. Und nicht nur das: „Das hier ist unser Pilotprojekt. Ich träume davon, deutschlandweit solche Begegnungszentren zu entwickeln. Das ist eines der Projekte, die mir ganz deutlich machen: Das, was wir hier tun, stiftet einen großen Nutzen für die Gesellschaft.“ Und das nicht nur für die Menschen hier in Augsburg, sondern mittelfristig für viele andere Orte, die von diesen innovativen Zentren stark profitieren werden.

Gerhard Hab bloggt regelmäßig über seine Projekte und Erfahrungen: www.4waende.de/blog

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Erkennen Sie Ihre Nische:

In welchem Bereich können Sie Ihre Einzigartigkeit besonders gut nutzen?

2

Wandeln Sie enge Budgets in Gewinn um:

Suchen Sie nach alternativen Lösungen, von denen Ihre Kunden und Ihr Unternehmen gleichermaßen profitieren.

3

Werden Sie zum Sinnstifter:

Wie können Sie mit Ihrer Arbeit anderen Menschen und der Gesellschaft dienen?



Sitzen Sie noch oder swoppen Sie schon?

Der Weg vom schmerzgeplagten Passiv-Sitzen zur Aktiv-Revolution im Büro

von Agnes Anna Jarosch

„Sitzen ist das neue Rauchen“, weiß der Volksmund. Rund acht Stunden sitzen wir im Büro, hinzu kommen einige Stunden im Auto, in der Bahn, am Küchentisch, im Restaurant und auf dem Sofa. „Sitzen wir uns kaputt?“, fragt sich Josef Glöckl, der Gründer und Geschäftsführer der aeris GmbH. Seinem Erfindergeist und Durchhaltevermögen ist es zu verdanken, dass sich das Sitzen von einer rückenfeindlichen Passivhaltung zu einem gesundheitsfördernden Aktivtraining entwickelt hat. Seine komplett neuartigen Ansätze, der Volkskrankheit Rückenschmerzen den Kampf anzusagen, bescherten ihm die Aufnahme in die Top-100-Liste der innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand sowie diverse Preise und Auszeichnungen.

Vom Gymnastikball zum Unternehmen

Dabei wurde die Revolution des Sitzens aus der Not heraus geboren. Glöckl selbst litt unter so starken Rückenschmerzen, dass er gar nicht mehr sitzen konnte. Seine Frau, Physiotherapeutin und Osteopathin, machte ihn mit einem großen, grünen Gymnastikball bekannt. Das sollte sein neues Sitzmöbel sein. Das war für ihn der Anfang, denn seinem Rücken ging es nach und nach tatsächlich besser. Fünf Jahre lang hat der Ball seinen Bürostuhl ersetzt, doch dann war der Erfindergeist geweckt.

Ein großer grüner Gymnastikball hatte seine Vorzüge im sportiven Bereich, jedoch nicht im Büroalltag. Ständig rollte er Glöckl davon oder war im Weg. Darüber hinaus war seine Kunststoff-Oberfläche haptisch unangenehm und zum Dauersitzen ungeeignet. Optisch konnte er mit den prunkvollen, edlen oder stylischen Bürostühlen der namhaften Hersteller ebenfalls nicht mithalten. Durch seine Frau wusste Glöckl, dass seine Rückenprobleme kein Einzelfall waren. Sie berichtete ihm von ihren zahlreichen Rückenschmerzpatienten, die durch das krumme Sitzen vor dem PC zu Dauergästen in ihrer Praxis wurden. „Erfinde doch mal was, damit die Leute sich im Büro nicht kaputtsitzen“, ermutigte sie ihn.

Fortan begleitet Glöckl seine Ehefrau auf Gesundheitskongresse und erfährt, wie sehr das starre Sitzen den Rückenschmerz fördert. Er lernt, dass eine vertikale Be- und Entlastung des Rumpfes, wie wir sie beim Gehen und Laufen automatisch haben, gesundheitsfördernd ist. Muskeln, die in moderater Bewegung sind, können nämlich nicht verspannen. Vertikales Schwingen fördert die Mikrozirkulation und beugt Rückenschmerzen vor. Eine Lösung gab es damals allerdings nicht. Also nahm Glöckl dieses Wissen mit in seine Garage und fing an, an den Wochenenden zu tüfteln. Fünf Jahre hat es gedauert, um ein komplett neuartiges, rückenfreundliches Sitzmöbel zu kreieren: den swopper.

Lachen, Spott und Reklamation

Der erste swopper kommt 1997 auf den Markt und 2004 wird der 100.000ste swopper verkauft. Heute ist es normal, dass man in Bewegung sitzt, doch damals war das eine Revolution. Die meisten Menschen konnten sich vor 20 Jahren bewegtes Sitzen nicht vorstellen. Fast alle Tester, die sich auf den swopper setzten, haben die Erfindung erst einmal ausgelacht. Sie werteten das Sitzgefühl als kurzweiligen Spaß, jedoch nicht als langfristige Alternative zum normalen Stuhl. Wurde der swopper verschickt, kam er postwendend als Retoure zurück. Einhelliger

Kommentar: „Was soll denn das? Der wackelt ja!“ Der Markt war noch nicht bereit – und das junge Unternehmen musste sehr viel Aufklärungsarbeit leisten.

Der Erfinder und Unternehmer präsentiert den swopper auf jeder Messe und fühlt sich dabei wie ein Prediger in der Wüste. „Ich wusste, dass wir mit der Idee richtig liegen“, ist Glöckl sich sicher. Es war eine Frage der Zeit, seine Erkenntnisse bekannt zu machen und die breite Masse aufzuklären.

„Nur wer sich bewegt, kann was bewegen“

Das Durchhalten und das ständige Predigen haben sich gelohnt, denn heute ist der swopper eine Erfolgsgeschichte. „Leben in Bewegung ist unser Firmenmotto, dem wir trotz aller Widerstände stets treu geblieben sind“, sagt Glöckl. „Nur wer sich bewegt, kann etwas bewegen. Kinder bewegen sich – wenn sie dürfen – ständig. Aber dieser natürliche, gesunde Bewegungsdrang wird dem Menschen im Laufe seiner Schul- und Arbeitskarriere abtrainiert. Statt sich zu bewegen, wird bis zu elf Stunden gesessen. Der Körper rebelliert dagegen mit Verspannungen, Krankheiten, Übergewicht. Damit es erträglicher wird, bekommen die Stühle einfach noch ein paar Polster mehr, breitere Armlehnen sowie viele Hebel und sonstige technische Spielereien. Dazu Glöckl: „Wir finden es fahrlässig, die Ursache des Problems zu ignorieren, und bauen genau deshalb 3D-aktive Sitzmöbel.“

Das Familien-Unternehmen mit mittlerweile 60 Mitarbeitern ist zu Recht stolz, das Bewegtsitzen mit viel Ausdauer und Herzblut nicht nur in den Markt gebracht, sondern damit einen so großen Durchbruch geschafft zu haben. Seitdem hat der swopper Familienzuwachs bekommen: den Stehsitz muvman, den Kinderstuhl swoppster und den Bürostuhl 3Dee. Glöckl erklärt, was es mit diesen Modellen auf sich hat. „Nachdem der swopper zuerst Nischen, dann den Privatbereich und schließlich die Bürowelt erobert hatte, haben wir diverse Varianten auf den Markt gebracht. Der muvman ist unsere dynamische Stehhilfe, die überall sehr beliebt ist: zu Hause, in Büros, aber auch in Bars. Gerne wird der muvman für Produktions-Arbeitsplätze bestellt, da er nicht nur höhenverstellbar ist, sondern durch seine besondere Konstruktion gleichzeitig einen festen Stand und einen weiten Greifraum bietet.“ Der swoppster hingegen wurde speziell für Kinder entwickelt. Je eher ein gesundes Sitzverhalten erlernt wird, desto besser. Der Bürostuhl 3Dee ist der einzige Bürostuhl, der sich tatsächlich in allen drei Dimensionen bewegt und dadurch Rückenschmerzen vermeidet. Ständig kommen neue Produkte hinzu. Neuster Clou ist unter anderem die muvmat, eine Anti-Ermüdungsmatte, auf der der Mensch wieder natürlich, aktiv und entspannt steht – immer in Bewegung, wie auf einem Waldboden. Der oyo und der numo sind als bewegende Designstühle sowohl im Meetingraum, im Homeoffice oder am häuslichen Esstisch einsetzbar. Selbstbewusst steht Glöckl zu dem Konzept „Made in Germany“ und freut sich, nicht nur viele Patente, sondern auch viele Auszeichnungen für die innovativen Eigenentwicklungen bekommen zu haben.

„Was soll denn das? Der wackelt ja!“

„Unser natürlicher Zustand ist es, fit und durchtrainiert zu sein.“

Revolution im Büro

Glöckl macht sich weiterhin dafür stark, dass starre Arbeitsplätze sich zu aktiv-dynamischen Bewegungsräumen we-

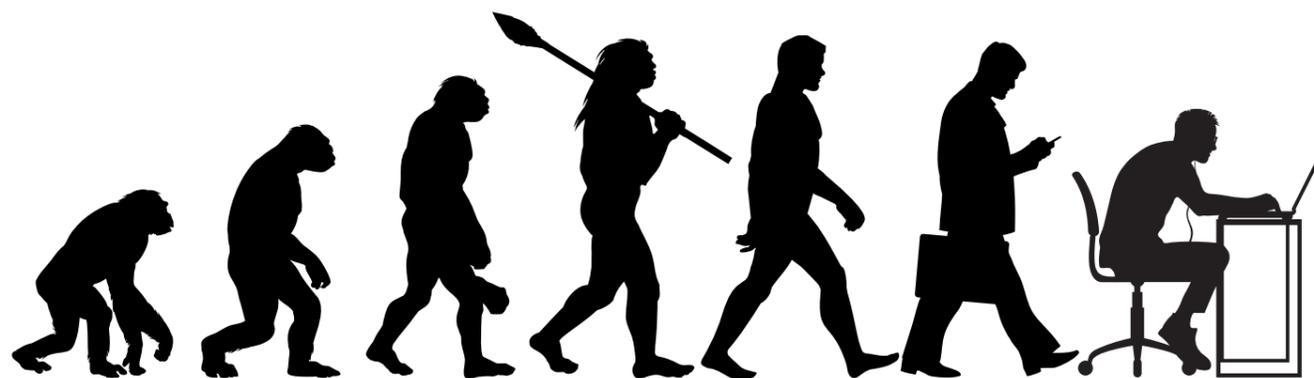
terentwickeln und dass schlechte Gewohnheiten durch gesunde Routinen ersetzt werden. „Es ist höchste Zeit für eine Revolution im Büro“, sagt der Unternehmer, der einst auf einem großen grünen Gymnastikball seine Erfolgsgeschichte begann. Mit seinem innovativen Büromöbelkonzept active office wird durch Arbeitsflächen auf Sitz- und auf Stehhöhe, die individuell und elektrisch in der Höhe einstellbar sind, ein spontaner, intuitiver und ständiger Haltungswechsel gefördert. So kommt mehr Bewegung an den Arbeitsplatz – ganz natürlich. Passend dazu gibt es ein breites Zubehörprogramm – vom Sichtschutz bis zum innovativen Kabelmanagement.

Zu seinem Lebensthema – der Arbeitsplatz als Bewegungsraum – hat Glöckl sogar ein Buch geschrieben und sich selbst als Autor positioniert. Im aktiven Office, so seine Idee, verbringt der Mensch den Büroalltag in Bewegung. Dabei kombiniert der Unternehmer Erkenntnisse aus der Anthropologie, Biochemie, Osteopathie, Psychologie, klinischer Psycho-Neuro-Immunologie und Bewegungslehre. Durch 11 Elemente

wird es möglich, in der modernen Arbeitswelt gesund, leistungsfähig und im Einklang mit der menschlichen Natur zu leben und zu arbeiten. Ein einzigartiger Ansatz, der über die gut gemeinten Empfehlungen von Medizinern, Berufsgenossen-schaften, Krankenkassen und der Büromöbelindustrie bei weitem hinausgeht.

Auf die Frage, wie es seinem Rücken geht, lacht der Unternehmer. „Seit 20 Jahren habe ich tatsächlich keinerlei Rückenprobleme mehr. Ich selbst bin der beste Beweis dafür, wie wirksam ein aktiv-dynamischer Arbeitsplatz ist. Unser natürlicher Zustand ist es, fit und durchtrainiert zu sein. Bewegtes arbeiten hilft gerade mir – dem Erfinder – dabei, trotz Büroalltag zu diesem natürlichen Zustand zurückzufinden. Ich werde nicht mehr müde und brauche durch das Swop-pen keinen Koffein-Kick mehr. Diese Lebensqualität wünsche ich jedem Menschen.“

www.aeris.de
Kontakt: info@aeris.de



Degeneration statt Evolution? Josef Glöckl ist angetreten, um mehr Gesundheit und Bewegung an den Arbeitsplatz zu bringen.

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Was ärgert Sie? Was bereitet Ihnen Schmerzen oder Probleme? Biografien belegen, dass erfolgreiche Unternehmen anderen dadurch helfen, dass sie ein Problem für sich selbst gelöst haben.

2

Misserfolg ist nicht immer ein Signal dafür, dass Sie auf dem falschen Weg sind. Es ist häufig ein Merkmal dafür, dass Sie als Trendsetter Ihrer Zeit voraus sind. Geduld und Durchhalten zahlen sich häufig aus.

3

Fokussieren Sie sich: Setzen Sie auf ein Produkt, um Ihre Energien am Anfang zu bündeln und den Markt zu erobern. Zu viele Produkte können Verwirrung stiften. Erweitern Sie Ihre Dienstleistungs- und Produktpalette daher erst dann, wenn das Produkt mit den besten Marktchancen sich bewährt hat.



von Micha Kunze

50 Jahre Erfolgsgeschichte mit null Stellenanzeigen?

Achim Kopp genießt Vertrauen und leitet ein Familienunternehmen der anderen Art

Wer möchte schon auf Asphalt arbeiten, wenn es auch Parkettboden gibt?

Irgendetwas ist anders im Werk von Kopp Schleiftechnik. Normalerweise würde man in einem Arbeitsumfeld wie diesem graue Betonböden, stickige Luft und schmutzige Geräte erwarten. Doch nicht hier: Im gesamten Werk liegt, obwohl auch hier regelmäßig die Späne fliegen, ein glänzender Parkettboden. „1.500 m² sind das“, erzählt Achim Kopp, Geschäftsführer von Kopp Schleiftechnik, während er seinen morgendlichen Rundgang macht. „Eichenholz. Das schafft eine viel bessere Atmosphäre als Fliesen.“ Und es stimmt: Trotz schweren Geräts wirkt die Umgebung wesentlich edler als gewohnt.

Schon Achim Kopp's Vater verlegte in seiner ersten Werkstatt 1979 Parkett. Eine Frage des Stils, aber auch der Pragmatik. „Wenn ein Werkzeug auf Fliesen fällt, geht es kaputt. Das passiert uns hier nicht“, erklärt Achim Kopp, bevor er mit einem Mitarbeiter einige Absprachen trifft. Jeden Morgen ist er im Werk unterwegs, ist im stetigen Austausch mit seinen Angestellten. „Wir nehmen unsere Mitarbeiter in fast alle unsere Entscheidungen hinein. Das ist eine unserer wichtigsten Philosophien.“ Als das Familienunternehmen im Jahr 2014 beschloss, ein neues, größeres Werk zu bauen, wurden in einem Workshop gemeinsam Ideen zusammengetragen. Über 200 Impulse kamen von den Mitarbeitern – ein starkes Zeichen dafür, wie sehr sich die Angestellten mit dem Unternehmen identifizieren und es aktiv mitgestalten.

Hightech trifft auf Herzblut

Achim Kopp und seine Familie haben eine große Vision. Als Hersteller für Fräser und Bohrer ist Exzellenz und Qualität von hoher Bedeutung – denn die Produkte werden unter anderem in der Luftfahrt und Medizintechnik eingesetzt. Das zweite Standbein, die Werkzeugschleiferei der Produkte, gehört mittlerweile zu

den größten in Deutschland. „Wir wollen im Bereich Qualität und Service zu den Besten im Land gehören“, meint Achim Kopp und fügt hinzu: „Wir wissen aber auch, dass wir das nur schaffen, wenn die Unternehmenskultur stimmt. Wenn sich die Menschen hier wohlfühlen und wertgeschätzt werden, dann können wir überhaupt erst einen einmaligen Service bieten. Was wir hier leben, überträgt sich nach außen.“ Hier treffen Hightech und Herzblut aufeinander – mit großem Erfolg.

Bei Kopp Schleiftechnik werden diese Erfolge auch ausgelassen gefeiert. Letztes Jahr ließ Fabian Kopp, als ein neuer Rekordumsatz erzielt wurde, zur Überraschung und Freude aller ein Burger-Mobil auf das Gelände fahren. Auch Mitarbeiter-Events erfreuen sich größter Beliebtheit. Die Auswirkungen dieser starken Gesten? Keine Fluktuation. „Wir haben in 50 Jahren Firmengeschichte noch keine einzige Stellenanzeige aufgegeben“, meint Achim Kopp. „Wir vertrauen auch den Empfehlungen unserer Mitarbeiter. Das hat bisher wunderbar funktioniert.“

Das Familienunternehmen geht in die nächste Runde

Ein Familienunternehmen zu führen ist nicht immer ein einfaches Unterfangen. Gemeinsam mit seinem Bruder Jürgen Kopp und seiner Frau Heike gelingt die Geschäftsführung aber exzellent. Auch über die Tatsache, dass seine Tochter, sein Sohn und sein Neffe schon jetzt Teil der Firma sind, ist Achim Kopp überglücklich. „Wir haben ein sehr gutes, harmonisches Verhältnis zueinander. Wir haben ihnen jederzeit die Freiheit gegeben, ihren Weg einzuschlagen. Dass die drei ihren Platz bei uns gefunden haben, ist wahnsinnig schön“, sagt er begeistert. Ein familiengeführtes Unternehmen, das aus drei Generationen besteht, wird immer seltener. Ein umso größeres Statement, dass dies bei Kopp Schleiftechnik durch Wertschätzung, Innovation und Exzellenz gelingt. Und mit dem edelsten Arbeitsumfeld der Region.

www.kopp-schleiftechnik.de



Mit Coaching das Chaos im Kopf sortieren

CORNELIA UND STEFAN SCHMID HELFEN MENSCHEN DURCH VERÄNDERUNG

von Micha Kunze

Selten sah Teamwork so gut aus. Cornelia und Stefan Schmid sind bei sich angekommen, das merkt man den beiden deutlich an. Vor vielen Jahren haben sie sich als Coaches positioniert und begleiten seitdem Führungskräfte und Ratsuchende, um aus Chaos Ordnung zu machen. Treffend – denn ihr gemeinsamer Lebensweg war streckenweise von chaotischen und heftigen Krisen geprägt, denen sich das Paar stellen musste.

Als Führungskräftecoach hat Stefan Schmid immer wieder mit spannenden Persönlichkeiten zu tun, die tagtäglich mit enormem Druck, großer Verantwortung und wahnsinnig stressigen Situationen konfrontiert sind. „Ich bin individualpsychologischer Berater, aber ich habe auch eine Ausbildung zum Stress- und Burnout-Coach in Frankfurt absolviert“, erzählt er. Ein Berufszweig, der heute gefragter ist denn je. Und dabei so komplex, wie die Personen dahinter. „Man kann hier nicht mit einem Baukastensystem Leute wieder flottmachen. Uns geht es um eine individuelle, maßgeschneiderte Beratung.“ Kein Coaching nach Schema F, so viel steht fest. Immer wieder betont Stefan Schmid, dass die Selbstreflexion der Schlüssel zu einem guten Führungsstil und einem gesunden Lifestyle ist.

Auch bei Cornelia Schmid spielt genau dieser Aspekt eine maßgebliche Rolle. „Mein Herz schlägt für Menschen, die gerade in großen Veränderungsprozessen stecken. Da schwirren so viele Fragen in der Luft, die einem richtig Angst machen können“, berichtet sie. Als Veränderungscoach weiß sie genau, dass Angst wichtige Entwicklungsschritte und Karriere-Entscheidungen lähmen kann. „Wenn du da nicht weißt, wer du bist und wohin du dich entwickeln willst, dann fliegst du schnell auseinander.“ In ihren Coachings sucht Cornelia Schmid nach dem Problem hinter dem Problem. „Es gibt immer einen Grund für unser Verhalten. Nur oft ist das erst einmal nicht offensichtlich“, weiß sie. Das gilt für Menschen in Führungsverantwortung ebenso wie für Studierende mit Prüfungsangst.

Wenn die Berufung in die Krise kommt

Das gemütliche Beratungszimmer, in dem Cornelia und Stefan Schmid sitzen, bietet eine ziemlich idyllische Aussicht auf das beschauliche Gechingen im Stuttgarter Großraum. Draußen im Garten blüht ein prächtiger Rosenstrauch, dessen Duft durch die offene Gartentür sogar bis ins Zimmer gelangt. Die beiden sind sehr präsent und fokussiert. Es ist offensichtlich, dass sie in ihren Coaching-Ausbildungen auch sich selbst immer wieder neu kennenlernen durften. In den 20 Jahren, in denen sie schon verheiratet sind, ist dabei so einiges passiert – auch mussten sie sich durch Krisen schlagen, die so richtig an die Substanz gingen.

„Vor etwa acht Jahren haben wir beschlossen, für ein christliches Werk im Schwarzwald zu arbeiten, das sich um Holocaust-Überlebende in Israel kümmert. Das war eine ziemlich konservative Organisation. Als wir dort anfangen, haben wir richtig gemerkt, wie dort die Angst vor Veränderung gewachsen ist“, erinnert sich Cornelia Schmid. Sie und ihr Mann, der die Geschäftsleitung übernahm, wurden innerhalb kürzester Zeit verleumdet, übergangen und böswillig angegriffen. „Ich habe irgendwann mitbekommen, dass mein pensionierter Vorgänger an meinen freien Tagen in mein Büro ging und die Mitarbeiter dort instruiert hat. Und das war noch eine von den harmlosen Sachen“, erzählt Stefan Schmid.

Schon nach acht Monaten spitzt sich die Situation so zu, dass ein Vereinstreffen einberufen wird. Ganze zwölf Stunden lang schießt die Gründergeneration gegen den Vorstand, dem auch Stefan Schmid angehört. Dieser wiederum versucht alles, um einen Kompromiss zu finden. Doch am Ende des Tages sieht er nur eine Möglichkeit, um das Werk nicht zu spalten: Er muss das Handtuch werfen. „Ich habe zu dieser Zeit einen Vortrag gehalten“, wirft Cornelia Schmid ein. „Ironischerweise war das Thema, wo unser Platz im Leben ist. Mittendrin bekam ich den Anruf von Stefan. Ich ging zurück zu meinen Seminarteilnehmern und sagte: Ich habe gerade meinen Platz verloren.“

„Krisen machen sich schlecht im Lebenslauf“

Mit diesem Schock ist die Krise jedoch erst eingeleitet. Jobsuche, Umzug, Neuorientierung – und das mit zwei Kindern im Grundschulalter, die sich schon wieder an ein neues Umfeld gewöhnen müssen. „Es hat mich so schockiert, wie andere Leute über diese Krise gesprochen haben. Ein Kollege meinte, dass sich das im Lebenslauf überhaupt nicht gut mache. Ich

hätte ihn am liebsten durchs Telefon gezogen und ihm eine verpasst! Da habe ich gemerkt, dass wir in Deutschland ein wahnsinnig ungesundes Verhältnis zu Krisen haben“, erzählt Stefan Schmid und schüttelt ungläubig den Kopf. Aus der Not heraus arbeitet er wieder als Betriebswirt und verwaltet Parkplätze, doch der Wechsel vom Geschäftsführer zum Angestellten behagt ihm überhaupt nicht.

Seine Frau Cornelia kommt schneller auf den Trichter. Da sie nicht wieder als Krankenschwester arbeiten möchte und das Arbeitsamt dermaßen überfordert ist, wagt sie irgendwann den Glaubenssprung: Mit einer notdürftig zusammengezimmerter Website und ein wenig Kaltakquise beginnt sie ihre Selbstständigkeit. Zunächst als Rednerin, dann als Coach. „Ich habe das fast nicht glauben können, aber nach kürzester Zeit war ich ausgebucht“, erzählt sie verblüfft. „Ich habe einfach nur über das gesprochen, was wir erlebt haben. Aber genau davon haben andere profitiert.“ Ein Phänomen, das sich häuft: Noch während sie selbst die eigene Krise überwinden, suchen unzählige Menschen den Rat des Ehepaares.

Die Lösungen liegen im Kunden selbst

Nach einer intensiven und erfahrungsreichen Zeit voller Ungewissheit und Veränderungen sind Cornelia und Stefan Schmid in ihrem Element angekommen. Die beiden sind sich einig: Ohne den großen Bruch vor acht Jahren wären sie heute nicht an diesem Punkt. „Keine Ausbildung der Welt kann uns diese Erfahrung geben“, meint Stefan Schmid. „Unsere Krise war die beste Fortbildung, die wir hätten kriegen können.“ Es ist faszinierend zu sehen, dass die beiden nun Menschen helfen, die in ähnlichen Situationen stecken: der Kampf mit verbissenen Führungsfiguren, die Angst vor großer Veränderung und das Suchen und Finden der eigenen Persönlichkeit.

Ihre Erfahrungen bedeuten aber absolut nicht, dass die beiden Coaches ein Patentrezept haben. Im Gegenteil. „Wir gehen in jedes Gespräch mit der Einstellung, dass wir nichts wissen“, meint Cornelia Schmid und gießt sich noch etwas Kaffee in ihre Tasse. „Dass wir all das erlebt haben, macht uns empathischer für unsere Kunden. Aber die Lösungsansätze liegen trotzdem nicht bei uns, sondern bei jeder Person selbst. Letztlich ist es ihre Verantwortung, ob sie ihre Krisen als Loch im Lebenslauf sieht oder als Chance, durch das anfängliche Chaos zu wachsen. Und das haben wir definitiv für uns so erfahren.“

www.schmid-coaching.de

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Nutzen Sie die Kraft der Krise:
Entdecken Sie, welches persönliche Lernpotenzial darin verborgen ist.

2

Gönnen Sie sich eine Auszeit:
Wählen Sie einen aktiven Ortswechsel, um sich aus der Distanz neu zu positionieren.

3

Wagen Sie einen Glaubenssprung:
In welchem Bereich möchten Sie Ihr Potenzial ausprobieren, ohne vorher zu wissen, ob es klappt?



„MODERNSTES DENTALLABOR IN DEUTSCHLAND“

WIE EINEM ZAHNTECHNIKER DER WANDEL VOM KLASSISCHEN HANDWERK ZUR INNOVATIVEN 3-D-ARBEIT GELINGT

von Norbert Abt

Der klassische Zahntechnikerberuf wird durch die Digitalisierung auf den Kopf gestellt: Zum 100-jährigen Jubiläum erfindet sich Böger Zahntechnik nochmals neu und positioniert sich als modernstes Dentallabor in Deutschland.

Frauen und Männer sitzen in weißen Kitteln an hohen Tischen. Das Mobiliar dieses Arbeitsplatzes ist nicht nur funktional, es besticht durch hohe Qualität und geschmackvolle Formgebung: Der Korpus der Tische ist aus Holz, die Platte aus Corian, einem Verbundwerkstoff, der wie Marmor aussieht. An den Tischen wird sowohl handwerklich gearbeitet als auch mit modernsten, computergesteuerten Geräten.

Es ist die neue Einrichtung der Hamburger Böger Zahntechnik. Sie dokumentiert, wie das traditionsreiche Familienunternehmen, das seit 1920 besteht, sich der Zukunft im Hinblick auf Technik und Mitarbeiterführung stellt.

Miteinander und Kommunikation

Die Mitarbeitenden können sich durch die Anordnung der Tische jederzeit gut sehen und miteinander sprechen. Die Möbel und ihre Anordnung sollen so das Miteinander und die Kommunikation erleichtern und unterstützen.

„Der Berufsstand und die Branche befinden sich in einem tiefgreifenden Wandel“, so Petra Schmitt-Böger, die 1996 in das Unternehmen eintrat. „Es geht weg vom analogen Fertigen hin zum Konstruieren am Computer. Wir bekommen zunehmend Datensätze vom Zahnarzt und nicht mehr analoge Abformungen. Die Fräsmaschinen stellen dann die gewünschten Teile her; individuell, automatisch und sehr viel genauer und schneller als mit den handwerklichen Verfahren. Das kommt den Patienten zugute.“

Digitaler Gezeitenwechsel

Aus einem Handwerks- und Technikbetrieb wird Schritt für Schritt ein hochmoderner digitaler Betrieb. „Noch“, erklärt Schmitt-Böger, „werden 75 Prozent der Aufträge analog abgewickelt. Doch in einigen Jahren werden 60 bis 80 Prozent der Produkte mithilfe modernster Technik digital hergestellt.“ In der Konsequenz heißt das: Kronen, Brücken und Prothesen werden schneller und exakter produziert, bisher notwendige Anpassungen werden seltener oder sogar unnötig, weil die Digitaltechnik viel genauer ist, als es analoge Prozesse sein können. Hier zeigt sich der digitale Gezeitenwechsel in einer Branche.

Ausbildung: Handwerklich und digital

Doch in der Ausbildung, darauf legt das Unternehmen wert, lernen die Nachwuchskräfte weiter alle handwerklichen Arbeiten und Schritte. „Dieses Grundwissen ist entscheidend für den Beruf“, so Schmitt-Böger, „auch für die digitale Praxis.“

Mit über zehn Auszubildenden ist die Ausbildung ein Schwerpunkt des Unternehmens. Der berufliche Nachwuchs erlernt beides: alle Schritte der handwerklichen wie der digitalen Herstellung. Aus der engagierten Arbeit mit dem Nachwuchs entstand ein eigenes Ausbildungshandbuch. Für die Firma Böger ist die Ausbildung nicht nur ein Beitrag für die Branche, sondern entscheidend, um neue qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen.

„Wir informieren viel. Das ist uns wichtig.“

In den letzten Jahren wurde eine moderne Mitarbeiterführung in der Firma etabliert. „Für uns als Unternehmensleitung heißt das, dass wir uns fortbilden, um die Besonderheiten und Erwartungen des Berufsnachwuchses zu verstehen“, erklärt Petra Schmitt-Böger. Die Belegschaft wird zunehmend jünger.

Vor allem aber bedeutet Mitarbeiterführung für das Unternehmen unbedingte Transparenz. So gibt es viele Möglichkei-

ten, um sich zu informieren: Mitarbeiterfrühstücke, Sitzungen und Bildschirme mit wichtigen Informationen. Aber auch die Möglichkeit, jederzeit an einer Sitzung der Unternehmensleitung teilnehmen zu können. „Wir informieren viel. Das ist uns wichtig. Wir wollen, dass alle die Möglichkeit haben, Anteil zu nehmen.“

Tradition mit Zukunft

Bei der Böger Zahntechnik verbinden sich Tradition und Moderne in besonderer Weise: Firmengründer Oscar Böger arbeitet 1919 als Hilfskraft bei einem Hamburger Zahnarzt, den Beruf des Zahntechnikers gibt es damals noch gar nicht. Bereits ein Jahr später, 1920, macht er sich selbstständig und bietet zahntechnische Leistungen an. Er mietet eine Einzimmerwohnung im Hamburger Grindelviertel und bildet seinen älteren Bruder Friedrich aus. In der Folge wächst das Unternehmen beständig, arbeitet maßgeblich an der Entwicklung des Berufes mit und gehört bis heute zu den innovativsten seiner Branche.

1931 wird die Zahntechniker-Innung in Hamburg gegründet. Erster Obermeister wird Friedrich Böger. 1932 legen er und sein Bruder Oscar neben vier weiteren Zahntechnikern die erste Meisterprüfung im deutschen Sprachraum ab. In den Folgejahren nimmt Friedrich Böger als Vorsitzender der Meisterprüfungskommission die ersten Prüfungen zum Zahntechnikermeister von Hamburg bis Österreich ab.

Jahre des Wachstums und der Expansion

1966 werden die beiden Jungmeister Claus und Fritz Böger Teilhaber der Firma. Mit den beiden Brüdern verbindet sich das außerordentliche Wachstum des Unternehmens: 1972 entsteht ein neues Firmengebäude im Waterloohain mit 150 Ar-

beitsplätzen. Sie führen als erstes Unternehmen ihrer Branche Computertechnik ein. In den Folgejahren entstehen Firmen-niederlassungen in Neumünster (1976) mit heute 15 Arbeitsplätzen und 1990 in Schwerin mit 30 Arbeitsplätzen und seit 2015 auch am Universitätskrankenhaus Eppendorf.

1996 übernehmen Bert, er ist Zahntechniker und Zahnarzt, und Zahntechnikermeister Dirk Böger die Leitung des Unternehmens. Petra Schmitt-Böger steigt als Diplomkauffrau ebenfalls in das Unternehmen ein. Ein erfolgreiches Trio mit sich gut ergänzenden Kernkompetenzen.

Etwas Gutes tun – gemeinsam mit der Caritas

Ihr Know-how setzt die Böger Zahntechnik auch für Hilfsbedürftige ein. Sie ergänzt ein Zahnbehandlungsangebot der Hamburger Caritas für Menschen ohne Krankenversicherung und stellt ihre Arbeit kostenlos zur Verfügung. Damit will das Unternehmen „etwas Gutes tun“ für Menschen ihrer Heimatstadt und nimmt die Mitarbeiter und Auszubildenden mit hinein in das soziale Engagement.

Dabei weiß Petra Schmitt-Böger nicht nur um den gesundheitlichen, sondern auch den sozialen Aspekt dieser Hilfe: „Wieder unbeschwert und schmerzfrei lächeln zu können, bedeutet gerade für bedürftige Menschen eine enorme Steigerung ihrer Lebensqualität!“ Schon bei der ersten Behandlung kann das Unternehmen einer 35-Jährigen helfen, für die sie kostenlos eine Unter- und Oberkieferprothese herstellen. Die Frau kann nicht nur endlich wieder normal essen, sondern findet, dank der neuen Zähne, auch eine Arbeit.

www.boeger.de

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Führen Sie den digitalen Wandel an:

Werden Sie zu einem Pionier in Ihrer Branche, der das Beste aus der analogen Welt in die neue Ära mitnimmt.

2

Beteiligen Sie aktiv Ihre Mitarbeiter:

Kombinieren Sie die Weisheit der langjährigen Fachkräfte mit der Neugier der Auszubildenden.

3

Engagieren Sie sich lokal:

Suchen Sie ein soziales Projekt, bei dem Sie sich als Unternehmen vor Ort gemeinsam engagieren können.

BEGEISTERUNG FÜR ECHE WUNSCHKUNDEN:

WARUM DAS EPOS MAGAZIN ENTSTEHEN MUSSTE

Ein Selbstportrait von Agnes Anna Jarosch

Wenn mir vor 25 Jahren mal jemand gesagt hätte, dass ich eines Tages erfolgreich selbständig sein, Unternehmer beraten und mein eigenes Unternehmermagazin herausbringen werde, hätte ich dieser Person einen Vogel gezeigt. Gern würde ich in der Zeit zurückreisen, um meinem 18-jährigen Ich eine Botschaft zukommen zu lassen: „Versteck dich nicht! Zeig Dich! Ja, die Drachenkämpfe werden kommen, doch du wirst deinen Weg zum Wunschkunden finden.“



Wissen Sie noch, was Sie als kleines Kind einmal werden wollten? Bei mir kam die Antwort immer wie aus der Pistole geschossen: Journalistin. Während meine Freundinnen und Spielkameraden davon träumten, Feuerwehrmann zu werden, zum Mond zu fliegen oder als Krankenschwester Menschen gesund zu pflegen, gab es für mich nur einen Traum, nämlich zu schreiben. Um bei diesem Traum anzukommen, bedurfte es vieler Umwege: von der Realschule zum Gymnasium, von der Höheren Handelsschule zu missglückten Praktika bei lokalen Käseblättern. Weiter vom Studium der Ökotoxikologie mit weißem Kittel im Chemielabor und anatomischen Demonstrationen mit echten Leichen bis hin zur Produktleiterin für einen renommierten Wirtschaftsverlag. Von dort weiter zur Chefredaktion eines Knigge-Ratgebers bis hin zu vier Jahren Auslandsabenteuer in der Großstadt-Metropole Seoul in Südkorea.

Zu den Themen Schreiben, Reden und Überzeugen bin ich durch eine harte Schule gegangen. Über Jahre hinweg durfte ich von den besten Werbetextern der Welt lernen. Insgesamt habe ich als Chefredakteurin in einer Dekade mehr als 10.000 Seiten geschrieben und redigiert und diverse Auszeichnungen für meine Werke bekommen. Auf der anderen Seite der Welthalbkugel habe ich Lampenfieber durchstanden, englische Redner- und Coaching-Ausbildungen absolviert und häufig auf die harte Tour gelernt. Mit meinem Wissen durfte ich die Schlagzeilen großer Tageszeitungen bestimmen, auf großen Bühnen im Rampenlicht stehen und in öffentlich-rechtlichen TV-Shows debat-



„Genau diese Erfahrungen ermöglichen es mir heute, mich zurückzunehmen und die Bühne für meine Kunden zu bereiten.“

tieren. All das hat mich genau auf das vorbereitet, was ich heute mache. Genau diese Erfahrungen ermöglichen es mir heute, mich entspannt zurückzunehmen und die Bühne für meine Kunden zu bereiten.

Sich selbst zu portraituren ist immer eine vermessene Aufgabe. Genau deshalb möchte ich gern auch meine Kunden sprechen lassen, denn mit ihnen gemeinsam bin ich schon heute im Olymp der Zusammenarbeit angekommen. Meine Kunden begeistern mich wirklich, sodass ich diese Leidenschaft in Energie transformiere, in Worte und Taten übersetze und damit wiederum meine Kunden überrasche. Kurzum: Meine Kunden faszinieren mich, dass ich wiederum meine Kunden begeistere. Das ist Geben und Nehmen auf höchstem Niveau und mit vielen Geschäftspartnern verbinden mich mittlerweile echte Freundschaften.

Mut zum Wunschkunden

Auch ich bin anfangs den gesellschaftlichen Denkgrenzen auf den Leim gegangen und habe unreflektiert falsche Überzeugungen übernommen. Ich dachte tatsächlich, dass ich mich mit Kampf-Akquise abmühen und mit Kundentypen abgeben müsste, die nicht zu mir passen. Heute weiß ich, dass ich von meinem guten Ruf leben kann. Meine Reputation und meine Positionierung arbeiten so exzellent für mich, dass ich über diverse Kanäle von genau den Wunschkunden gefunden werde, deren größter Fan ich sein kann. Genau deshalb mache ich jedem Unternehmer Mut, wählerisch zu sein und seine Wunschkunden sehr gezielt mit den richtigen Kernbotschaften anzusprechen. Oder denken Sie wirklich, dass Sie für einen Kunden, den Sie nicht achten, ehren und respektieren, langfristig betrachtet exzellente und überdurchschnittliche Arbeit abliefern können? Nutzen Sie stattdessen die enorme Handlungsenergie, die Ihre Wunschkunden in Ihnen freisetzen.

Unternehmer, die Geschichte schreiben

Meine Wunschkunden sind keine Unterlasser, sondern Unternehmer. Es sind genau die Menschen, die den Willen haben, den Verlauf der Geschichte in ihrer Nische zu gestalten, zu verändern und zu prägen. Ich bewundere den Mut, gegen den Strom zu schwimmen. Respekt habe ich vor erfinderischen Bestleistungen. Besonders schätze ich das Engagement, mit dem Unternehmer ihrer Passion nachgehen und dabei Kunden, Mitarbeiter und die Öffentlichkeit mitnehmen.

Aus dieser Passion für meine Kunden und die tollen Unternehmer dieser Zeit ist dieses EPOS Magazin entstanden. In meiner Coaching-Arbeit begegne mir so viele lehrreiche oder amüsante, spannende oder rührende, tiefgehende oder überraschende Unternehmerbiografien und Erfolgsgeschichten, die es verdient haben, für die Nachwelt erhalten und niedergeschrieben zu werden. Gleichzeitig leben wir in einer Welt, die es ebenfalls verdient hat, über diese großen und kleinen ermutigenden Geschichten informiert zu werden und sich davon inspirieren zu lassen.

„Besonders schätze ich das Engagement, mit dem Unternehmer ihrer Passion nachgehen und dabei Kunden, Mitarbeiter und die Öffentlichkeit mitnehmen.“

Rainer Wälde und ich kennen und schätzen uns schon lange aus der Zusammenarbeit beim Deutschen Knigge-Rat. Für EPOS bündeln wir gemeinsam unser Können und unsere Energien, um dieses Heft von Mal zu Mal immer weiter zu verbessern. Gerne möchte ich Ihnen Mut machen, denn jeder Unternehmer ist außergewöhnlich, kann seine Nische verändern und Geschichte schreiben.

Fangen Sie am besten schon heute damit an! ▶▶▶



Rainer Wälde und ich als stolze Herausgeber: 2017 ging die Erstausgabe des EPOS Magazins an den Start.

SO SEHEN ECHTE WUNSCHKUNDEN AUS.



Vom Feinsten!

„Agnes Anna Jarosch wurde mir empfohlen und ich bin dankbar für den Tipp, denn ihre Arbeiten sind wirklich super. Ergänzend zur Story erarbeiteten wir auf Basis der Coaching-Ergebnisse den Marketingplan, die Werbekampagnen und redaktionelle Interviews mit meinen Wunschkunden. Ich bin sehr zufrieden und empfehle Frau Jarosch gerne weiter.“

Christoph Klobeck, Inhaber und Geschäftsführer der „Betten Klobeck KG“, Wasserburg

Schatzfinderin mit Herzverstand

„Zielsicher findet Agnes Anna Jarosch in Windeseile heraus, was einzigartig und wirklich wichtig ist. Sie eröffnet komplett neue Sichtweisen und Perspektiven und bringt den Kern der Unternehmensidentität in Sprache wie keine andere. Ich schätze es, sie an meiner Seite zu haben.“

Michael Clark Bethke, Unternehmer und Inhaber „Liquid Leadership“, Stuttgart

Volltreffer!

„Agnes Anna Jarosch versteht es intuitiv, genau das, was nicht gesagt wird, herauszuarbeiten und in die Kommunikation zu bringen.“

Ilona Dörr-Wälde, Inhaberin und Master-Trainerin der TYP Akademie & Gutshof-Akademie, Frielendorf

Vollprofi!

„Wunderbar, wenn ein Profi kommt und einem den Blick für das Schöne und Spannende in der eigenen Identität und Historie präsentiert. Genau so ein Profi im Finden und Herausarbeiten ist Agnes Anna Jarosch. Die Zusammenarbeit mit ihr ist eine Freude und das Ergebnis begeistert. Vielen Dank für die Begleitung!“



Boris Thomas, Inhaber und Geschäftsführer der Thomas Holding GmbH, Bremervörde

Ein echter Geheimtipp!

„Als ich mir die Coachingaufgaben anschaute, wusste ich sofort, hier habe ich mir eine Journalistin in mein Team geholt, die genau versteht, was Journalismus in den heutigen sozialen Medien ausmacht. Ich fühlte mich von der 1. Minute an auf höchstem Niveau betreut und die Grundlagenarbeit sowie die Techniken sind genial. Diese Vollblut-Storytellerin hält, was sie verspricht und noch viel mehr. Mit dieser Empfehlung erweise ich mir eigentlich einen Bärendienst, Agnes ist ein Geheimtipp!“

Martin König, Inhaber Durchblick Business Coaching, Reinach/Schweiz

Überraschend gut!

„Agnes Anna Jarosch hat mir mit ihren Fragen, ihren Analysen, ihrer Arbeit und ihren Texten von Anbeginn meiner Selbstständigkeit dabei geholfen, mich auf dem Markt zu positionieren und von potenziellen Kunden als vertrauenswürdiger und erfahrener Experte für das komplexe Thema ‚Datenschutz‘ wahrgenommen zu werden.“

Edmund Hilt, Inhaber „hilt evolution“, Renningen

Die Unternehmensflüsterin

„Agnes Anna Jarosch gelang es, mit wenigen Fragen an den Wesenskern, das Grundmotiv meiner Arbeit vorzudringen. Die über ein sehr angenehmes Interview erarbeitete Unternehmensgeschichte liefert mir das WARUM, welches mich täglich antreibt, mit meinen Kunden individuelle Lösungen zu entwickeln. Herzlichen Dank an Frau Jarosch für die passgenauen Worte und die hervorragende Zusammenarbeit! Gerne empfehle ich sie weiter.“



Rositta Beck, Inhaberin „denkvorgang“, Remseck bei Stuttgart

Exzellent

„Extrem gut vorbereitet, strukturiert, mit sehr viel Input und guten Vorschlägen geht sie sehr professionell, hoch konzentriert und mit einer exzellenten Ausdauer in die Umsetzung. Das Endergebnis begeistert und vermittelt ein sehr, sehr gutes Gefühl. Ich arbeite seit fast vier Jahren mit Frau Jarosch zusammen und mag mir Marketing ohne Frau Jarosch an meiner Seite nicht vorstellen!“

Josephine Ruppert, Inhaberin und Geschäftsführerin der Gesellschaften JR-herzchirurgische OP-Sets oHG, JR-Consulting oHG, JR OP Personalservice GmbH, JR OP-Akademie GmbH

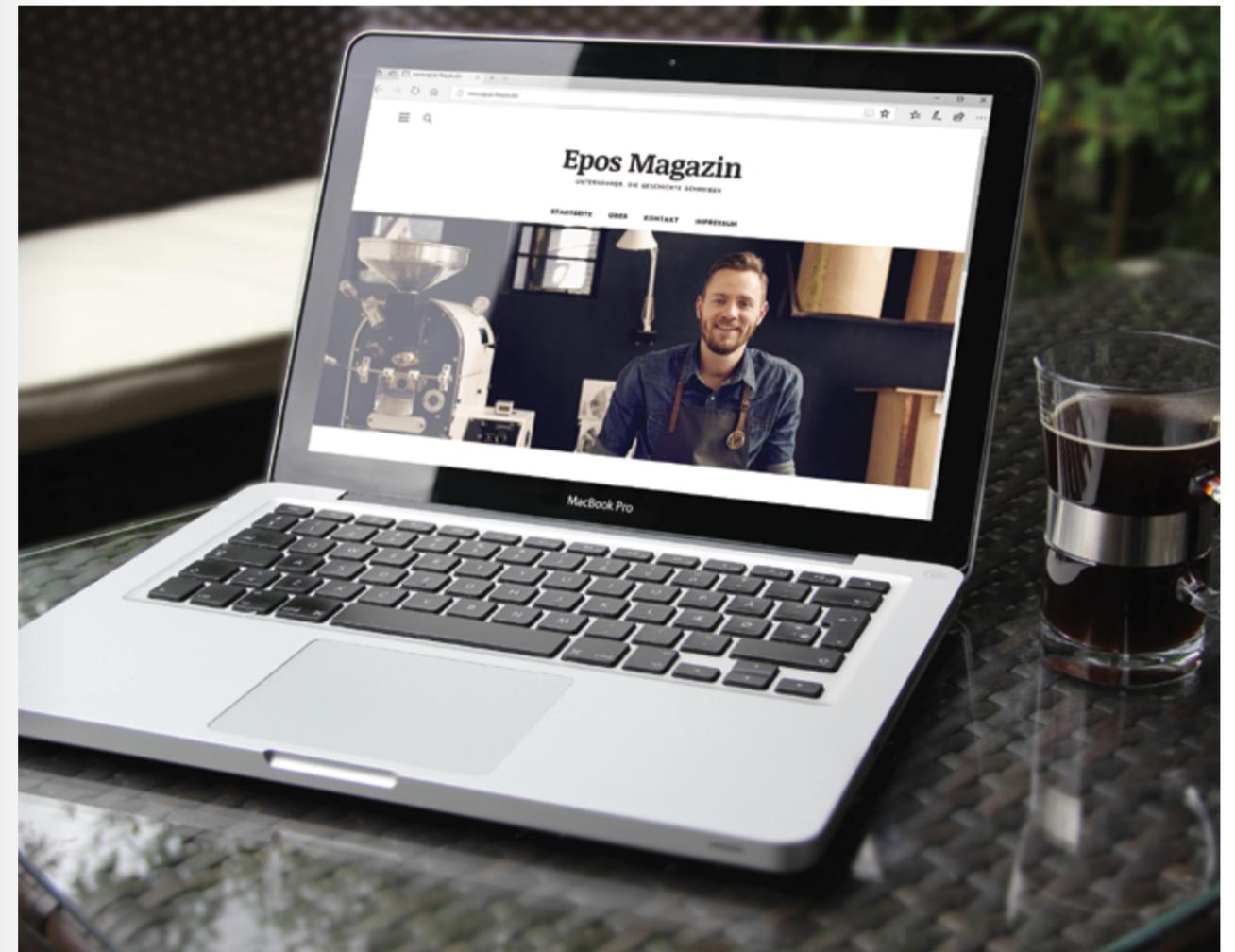
IHR SPIRIT IST GEFRAGT: SO EINFACH TEILEN SIE UNTERNEHMERTUM



Jetzt wird Teilen leicht!

Diese und weitere aktuelle EPOS-
Storys sind ab sofort online für Sie
gesammelt auf www.epos-heute.de

Machen Sie mit und bringen Sie unternehmerischen Spirit in die Welt. Abonnieren Sie die besten Unternehmergegeschichten als monatliches Online-Magazin. Teilen Sie die besten Storys von Unternehmern, die Geschichte schreiben – ganz schnell und einfach, online und viral mit einem Mausklick. Profitieren Sie ab sofort monatlich von den besten Praxisbeispielen. Bringen Sie noch mehr Unternehmer-Spirit in Ihr Leben und in diese Welt.



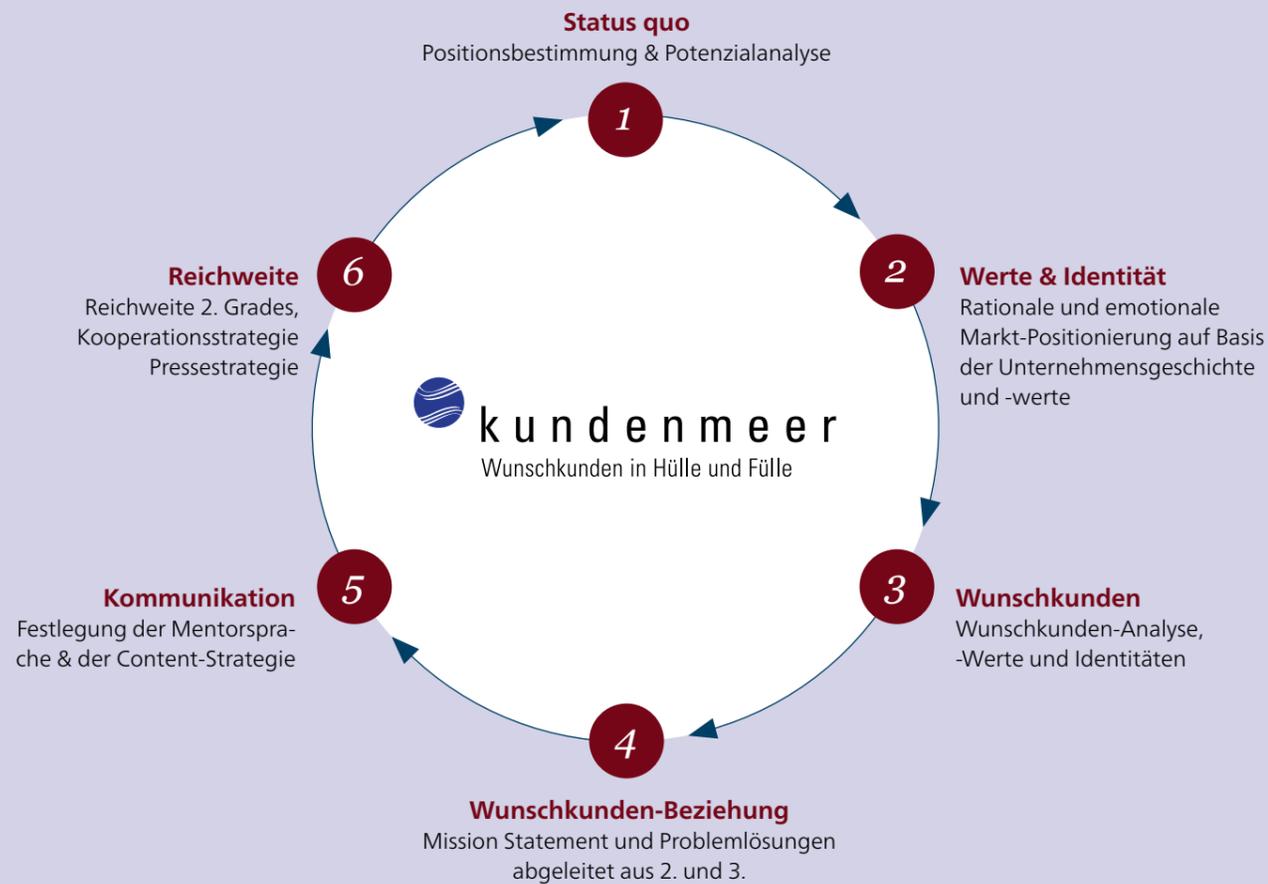


ICH FÜHRE SIE ZUM WUNSCHKUNDEN.

Schreiben Sie ab heute Geschichte

Ausgehend vom Hollywood-Storytelling nach Joseph Campbell schreiben wir Ihre Unternehmensgeschichte als Kick-off-Element für Ihre Wunschkunden-Kommunikation. In 6 einfachen Schritten werden Sie als Experte noch besser wahrnehmbar und unverwechselbar:

In 6 einfachen Schritten zum Wunschkunden-Business



Sichern Sie sich Ihr telefonisches, kostenfreies und exklusives Erstcoaching mit mir.

jetzt@kundenmeer.de
Tel. +49 711 935865-18



Wie gut ist Ihre Positionierung? 7 starke Fragen für Ihren Schnelltest

- 1 Was ist Ihr WARUM?** Erklären Sie in einem Satz, was Ihr Unternehmen langfristig auf dieser Welt bewirken und bewegen will:

- 2 WARUM Sie?** Erklären Sie in zwei Sätzen, welche a) rationalen und b) emotionalen Stärken Sie als Marke/Unternehmer gegenüber dem Wettbewerb auszeichnen und warum Kunden zu Ihnen kommen sollen:

- 3 WOZU sagen Sie Nein?** Ein mutiges NEIN ist das wichtigste Instrument eines klaren Profils und einer starken Positionierung. Welche Kunden, Aufträge, Nischen, Formen, Erwartungen und Bereiche bedienen Sie zugunsten einer klaren Positionierung nicht (mehr)?

- 4 Praktischer NUTZEN auf Produkt/Dienstleistungsebene:** Wie genau verbessern und vereinfachen Ihre Angebote das Leben Ihrer Kunden im Alltag? (Goldene Regel: Nur das, was sich einfach kommunizieren lässt, lässt sich auch gut verkaufen.)

- 5 Praktische Beweise auf Produkt/Dienstleistungsebene:** Welche wahren Kundengeschichten, Beispiele, Erlebnisse und Anekdoten emotionalisieren UND beweisen Ihre Behauptungen unter 4):

- 6 WO zeigen Sie sich?** Der größte Gegner ist nicht der Wettbewerb, sondern die eigene Unbekanntheit. Wie erfahren genau die Menschen, die Ihre Angebote brauchen könnten, dass es Sie gibt?

- 7 Wie nutzen Sie REICHWEITE 2. GRADES?** Zufriedene Kunden sind Ihre besten Markenbotschafter, denn die Zielgruppe kennt die Zielgruppe und Wunschkunden kennen weitere Wunschkunden. Mit welcher Strategie nutzen Sie die Reichweite 2. Grades für Ihr Wirken?

Gemeinsam in die Klarheit

Ohne Klarheit kein Markterfolg. Gerne begleite ich Sie dabei, strukturiert und ohne Umwege in die Transparenz zu kommen.

Ihr Angebot erhalten Sie unter info@kundenmeer.de und Tel. 0711 935865-18.

Ihre Agnes Anna Jarosch



WIE SIE NEUE FACHKRÄFTE GEWINNEN

von Rainer Wälde



„UNS FEHLEN DIE MITARBEITER“,

HÖRE ICH IN DEN LETZTEN MONATEN

VERSTÄRKT, WENN ICH MIT UNTERNEHMERN

SPRECHE. DIE KLASSISCHE STELLENSUCHE

IST NICHT ERFOLGREICH GENUG, UM

FACHKRÄFTE ZU GEWINNEN.

Die digitalen Möglichkeiten sind für kleine Mittelständler noch unsicheres Terrain. Deshalb zeige ich drei effektive Schritte auf, um im Employer Branding Neuland zu gewinnen.

Schritt 1: Nutzen Sie Ihre Stimme als Unternehmer

Viele Unternehmer schauen mich ungläubig an, wenn ich ihnen empfehle, einen Blog zu starten. Doch nach meiner Erfahrung aus vier Blogs, die ich seit Jahren führe, ist das die preiswerteste und effektivste Möglichkeit, um als Arbeitgebermarke an Leuchtkraft zu gewinnen.

Ich empfehle den Unternehmern, einen kleinen Online-Test zu machen. Geben Sie bei Google einfach die beiden Suchwörter „documenta“ und „knigge“ ein. Überraschte Gesichter: Auf den ersten Plätzen sind vier Blogbeiträge zu finden, die ich vor sieben Jahren geschrieben habe.

Nun gibt es zu den Suchbegriffen fast 100.000 Ergebnisse und mittlerweile war bereits eine weitere Weltkunstausstellung in Kassel: Doch das Ergebnis bleibt unverändert. An dieser Stelle habe ich die volle Aufmerksamkeit meiner Gesprächspartner und der Nebel lichtet sich.

Meine Empfehlung: Bloggen Sie als Arbeitgeber regelmäßig über die Themen, die für potenzielle Fachkräfte relevant sind. Jeder Beitrag ist bei Google ein dauerhafter Link, der über Jahre zu Ihrem Unternehmen führt.

Schritt 2: Eröffnen Sie einen Instagram-Kanal

Bei der Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen führt an Instagram kein Weg vorbei: Eine Milliarde Menschen nutzen dieses Netzwerk aktiv, in Deutschland sind es 58 Prozent der jungen Er-

wachsenen. Wenn Sie diese Zielgruppe als Auszubildende oder junge Fachkräfte gewinnen wollen, brauchen Sie als Unternehmen einen Instagram-Kanal.

Regelmäßig biete ich meinen Kunden eine dreitägige Schulung zum Social Media Manager an. Der Tenor in den fachlichen Gesprächen: An Instagram führt kein Weg vorbei, wenn ich neue Fachkräfte gewinnen will. Die junge Zielgruppe schaut zuerst im sozialen Netzwerk, wie sich die Firma präsentiert.

Ich bin überzeugt, dass potenzielle Mitarbeiter zuerst nach Indikatoren suchen, ob ein mittelständisches Unternehmen für sie vertrauenswürdig und attraktiv genug ist. Bei Instagram kommt es ganz stark auf die Qualität der Fotos an: Mitarbeiter in Aktion, interessantes Licht, ungewöhnliche Bildkompositionen.

Schritt 3: Kommunizieren Sie aktiv über Facebook, Xing und LinkedIn

Ich persönlich fahre mit unterschiedlichen Facebook-Firmenseiten eine Doppelstrategie: Alle neuen Bilder, die ich bei Instagram poste, erscheinen über die automatische Verlinkung auch als Beitrag bei Facebook. Das spart Zeit und Energie. Bei der Personalsuche ist Facebook bei der Generation der über 30-Jährigen immer noch die erste Wahl. Zudem hat Facebook den Vorteil, dass Sie neben älteren Fachkräften auch die Generation der Eltern erreichen. Konkrete Stellenangebote aus der Region werden so innerhalb der Familie bekannt und, wenn sie relevant sind, auch an die jungen Erwachsenen weitergegeben.

Im deutschsprachigen Europa hat sich das Business-Netzwerk Xing als wichtige Plattform etabliert: 14,3 Millionen Nutzer haben in Deutschland, Österreich und der Schweiz ein berufliches Profil, davon sind 994.000 Premium-Mitglieder. Laut Statista nutzen bislang 20 Prozent der Unternehmen Xing bei der Kandidatensuche – auch da ist noch viel Luft nach oben.

Für Unternehmen, die international aktiv sind, spielt LinkedIn als weltweiter Marktführer die zentrale Rolle mit 500 Millionen Profilen, davon 1,28 Millionen in Deutschland. Interessant: 40 Prozent der Nutzer in Deutschland sind zwischen 35 und 49 Jahre alt – deshalb sollten Sie bei der Gewinnung von neuen Mitarbeitern auch LinkedIn aktiv einbeziehen.

SIEBEN GRÜNDE, WARUM SIE ALS UNTERNEHMER BLOGGEN SOLLTEN

1. Festigen Sie Ihren Expertenstatus

Sie sind ein innovativer Unternehmer, ein pfiffiger Handwerker oder ein smarterer Arzt? Häufig wissen Ihre potenziellen Kunden gar nicht, wie gut Sie sind. Im digitalen Zeitalter zählt nicht nur Ihr fachliches Know-how, sondern auch Ihre Reputation. Mit einem eigenen Blog können Sie Ihre berufliche Expertise oder Ihre langjährige Erfahrung durch praktische Beispiele und kurze Geschichten illustrieren. Mit jedem Beitrag stärken Sie Ihren Expertenstatus und werden damit auch in Ihrer Branche immer bekannter.

2. Erweitern Sie Ihre Reichweite

Sind Sie bislang nur regional bekannt oder nur wenigen Insidern in Ihrer Branche? Mit einem Blog können Sie Ihre Reichweite vergrößern und neue Kunden und Kooperationspartner finden. Jeder Beitrag, den Sie schreiben, wirkt auf Jahre hinaus und hilft Ihrem Unternehmen, dass Sie dauerhaft gut gefunden werden.

3. Inspirieren Sie Menschen

Haben Sie den Mut, als Chef hinter der Fassade Ihres Unternehmens hervorzutreten. Inspirieren Sie Ihre Bestandskunden mit authentischen Geschichten, die Sie selbst erlebt haben. Erzählen Sie ganz offen, wie viel Anstrengung und Kreativität hinter Ihren Produkten und Dienstleistungen stecken. Gute Geschichten werden weiter erzählt, in den sozialen Netzwerken geteilt und stärken die Verbindung zu Ihrem Unternehmen.

4. Bauen Sie Ihr eigenes Königreich

Investieren Sie Ihre Zeit in einen eigenen Blog, statt Ihre ganze Energie in den Aufbau von Facebook und anderen Netzwerken zu stecken. Meine Empfehlung: „Blog first, Social Media second.“ Bauen Sie zuerst Ihr „eigenes Königreich“ mit einem eigenen E-Mail-Verteiler, bevor Sie sich ganz von Facebook & Co. abhängig machen. Ihr Vorteil: Ihre Blogbeiträge kommen exklusiv als persönliche Mail bei Ihren Lesern an, während sie in der Flut von Nachrichten in den sozialen Netzwerken häufig untergehen.

5. Nutzen Sie Ihren guten Namen

Vertrauen ist im Business-Bereich mitunter ein rares Gut. Neuen Kunden fällt es schwer, einer unbekanntem Firma zu vertrauen. Von Mensch zu Mensch lässt sich die Brücke des Vertrauens dagegen leichter bauen. Mein Tipp: Nutzen Sie Ihren guten Namen als Unternehmer, um mit eigenen Geschichten potenzielle Mitarbeiter zu begeistern, für Ihre Firma zu arbeiten.

6. Schildern Sie offen Ihre Höhen und Tiefen

Zu jeder Symphonie gehören Dur und Moll – zu jedem glaubwürdigen Unternehmer seine Höhepunkte und Misserfolge. Nutzen Sie den eigenen Blog, um transparent Ihre unternehmerische Vita darzustellen. Haben Sie den Mut, auch Ihre eigenen Krisen zu illustrieren und was Sie daraus gelernt haben. Nur dann werden Sie als stimmige Persönlichkeit wahrgenommen.

7. Sparen Sie mit jedem Blogbeitrag bares Geld

Mit jedem einzelnen Blogbeitrag können Sie bei Google eine dauerhafte Spur auf Ihre Seite legen. Damit sparen Sie auf Dauer bares Geld. Ein pfiffiger Marketing-Kollege hat ausgerechnet, dass der Kontaktpreis für einen neuen Besucher auf Ihrer Internetseite deutlich günstiger als mit Google AdWords liegt. Da manche Keywords mehrere Euro pro Klick kosten, ist Suchmaschinenoptimierung durch Blogbeiträge preiswert und wirkt im Vergleich zudem langfristig.



Im bundesweiten Ranking hat es Rainer Wälde in die Top 5 der besten Managementberater in Deutschland geschafft. Zur Preisverleihung von Bundespräsident a. D. Christian Wulff wurde er mit seiner Frau Ilona Dörr-Wälde eingeladen.

BRAUCHEN SIE UNTERSTÜTZUNG?

Gerne begleite ich Sie beim Aufbau Ihres eigenen Blogs. Auf Wunsch erarbeite ich für Sie eine gezielte Positionierung, die Ihren Expertenstatus festigt, und entwickle für Sie auch das redaktionelle Konzept für Ihren Blog.

Fordern Sie kostenlos und unverbindlich ein persönliches Angebot an: Tel. 0 56 84-9 22 69 88

DIESE UNTERNEHMER HABEN IHR MARKENHERZ ENTDECKT

Ein großer Segen

„Die Begegnung mit Rainer Wälde war für mich ein großer Segen. Er hat mich im Rahmen meiner beruflichen Neuausrichtung sehr einfühlsam begleitet. Sein Talent, durch gezielte Fragen und aufmerksames Zuhören zu verstehen, zu erfassen, Verstecktes zutage zu fördern und das Ganze präzise und klar auf den Punkt zu bringen, ist einzigartig. Rainer Wälde übt keinen Beruf aus – er lebt seine Berufung.“

Jens Minnemann, Vermögensberater



Es geht immer um Werte und Nachhaltigkeit

„Ich habe ich sehr schnell erkannt, dass es Herrn Wälde immer um Werte und um Nachhaltigkeit geht. Im Workshop zum Thema Blogbeiträge haben mich seine professionellen Fragen beeindruckt und sehr nachhaltig inspiriert. Die Gutshof-Akademie ist für unsere Region Nordhessen ein Glücksfall und eine große Bereicherung.“

Jürgen Pfaar, Geschäftsführer Tischlerei Pfaar

In kurzer Zeit so viel weitergebracht

„Wenn ich sage ‚Ich habe an noch keinem Workshop teilgenommen, der mich in so kurzer Zeit so viel weitergebracht hat‘, dann fühlt es sich komisch an. Und glaube mir, ich habe bereits an unendlich vielen Workshops teilgenommen. Es ist irgendwie wesentlich mehr und mit Worten kaum zu beschreiben, was der 365-Grad-Workshop mit mir gemacht hat und nach wie vor noch macht.“

Marion Filzek, Consultant

Hilfreiche Insider-Informationen

„Jedem, der sich mit Auftritten vor der Kamera beschäftigt und etwas dazulernen möchte, kann ich das Training mit Rainer sehr empfehlen. Durch seine ruhige, aufmerksame und professionelle Art schafft er schnell eine vertraute Umgebung. Dies ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Und ganz nebenbei gab es noch interessante und hilfreiche Insider-Informationen.“

Torsten Welcker, Geschäftsführer

Eine Schärfung meines Profils

„Herr Wälde hat mich mit seiner positiven und offen zugewandten Art sehr gut bei der Schärfung meines Profils unterstützt. Besonders wertvoll waren für mich seine konkreten, konstruktiven und stärkenden Kommentare zu meinen ersten Schreibversuchen. Ich habe viel gelernt und fühle mich jetzt sicher dabei, meine Meinung zu meinen Fachthemen in Form von Blogs oder auch Kommentaren zu veröffentlichen.“

Dr. Eric Heinen-Konschak



Neue Klarheit und Struktur

„Die Zusammenarbeit mit Rainer Wälde hat auf viele lose Enden und Fragezeichen die für mich entscheidenden Antworten geliefert und für Klarheit in meiner Positionierung als auch für Struktur in der Umsetzung gesorgt. Schon während des intensiven und zugleich leichtfüßigen Workshops bin ich mir durch Herrn Wälde ganz besonderes Fragenkonzept wieder richtig auf die Schliche gekommen. Mindestens genauso wertvoll ist aber seine daran anschließende Arbeit mit den Workshop-Inhalten, die die ganzen Ergebnisse präzise zusammenfasst und daraus ganz individuelle und sehr konkrete Handlungsschritte ableitet. Mich hat die Kombination aus absolut wertschätzender und vertrauensvoller Atmosphäre, die tiefe Offenheit ermöglicht, und der professionellen Draufsicht mit dem nötigen Feinschliff fasziniert. Danke dafür!“

Evelyn Siller, Image-Expertin

Der Feinschliff meiner Positionierung

„Als ich Rainer Wälde zum ersten Mal bei einem Vortrag erlebt habe, war ich von seiner Art sofort begeistert. Authentisch, souverän und einfach sympathisch, dazu mit viel Erfahrung. So einen Mentor konnte ich für den Feinschliff meiner Positionierung gut gebrauchen. Daher habe ich mich für das 360-Grad-Interview entschieden, welches Rainer individuell auf mich zugeschnitten hat. Die Interview-Situation war dann eine neue, sehr positive Erfahrung für mich. Denn die Fragen haben deutlich gemacht, wo meine Leidenschaften liegen und wo weniger. Die anschließende Zusammenfassung dieser Selbstreflektion sowie der Austausch zu meinen Ideen für Website, Blog und Social Media, haben mich einen großen Schritt weitergebracht.“

Christian Schleicher

Sehr intensiv und gewinnbringend

„Ein Workshop mit Rainer Wälde auf dem Gutshof – die Worte reichen nicht, um alles zu beschreiben. Der liebevoll bis ins kleinste Detail restaurierte Gutshof mit wunderbaren Mitarbeitern erweckte bei mir sofort das Gefühl ‚hier bist du richtig!‘ Der Alltag blieb vor dem Gutshof. Rainer Wälde schuf bei mir mit seiner wertschätzenden und wohlthuenden Art und seinem Fachwissen ein vertrautes und gleichzeitig professionelles Arbeitsverhältnis. Das ermöglichte ein Workshop, der intensiv und gewinnbringend war. Seine Hinweise, Tipps und die Ausarbeitung des Workshops sind mir Wegbegleiter geworden. Ich fuhr motiviert, begeistert und voller Elan in den Alltag.“

Sylvi Schütze, Festtagsfloristik

Ein Gewinn, der mich weiterbringt

„Seit über 30 Jahren kenne ich Rainer Wälde schon. Drei Jahrzehnte, in denen er mich immer wieder mit seiner Risikobereitschaft und seiner innovativen Kraft überraschte. Ganz stark finde ich an Rainer Wälde, dass er auf seiner Reise nicht bei sich oder seinen Projekten stehen bleibt, sondern immer den Nutzen des anderen im Blick hat. Jede Begegnung wird so zu einem Gewinn für mich, die mich weiterbringt.“

Lothar Krauss, Berater und Autor „Der Leiterblog“



DAS ERFOLGSKONZEPT VON RAINER WÄLDE

Die Markenherz-Methode

Wie Sie den Kern Ihrer Marke finden und in kurzer Zeit umsetzen

1

Markenherz-360-Grad-Interview

Wie werden Sie zur Marke? Der erste Schritt ist einfach: Sie müssen nur erzählen. Ich nehme mir einen halben Tag Zeit und erkunde in einem persönlichen 360-Grad-Interview, wo Ihr Herz schlägt. Darin bündle ich 30 Jahren Berufserfahrung als Journalist. Am leichtesten ist es für Sie, sich mit den Themen zu positionieren, für die Ihr Herz brennt. Daher starte ich mein 360-Grad-Interview mit Ihren Träumen, Leidenschaften und Herzenswünschen.

2

Markenherz-Redaktionsplan

Nach dem Workshop nehme ich mir alleine einen weiteren Tag Zeit, um für Sie einen Redaktionsplan zu erarbeiten. Außerdem erhalten Sie von mir die Überschriften für die ersten 100 Blog-Beiträge. Und ich zeige Ihnen, wie Sie Ihren eigenen Blog starten. Sie haben die Wahl, ob Sie Ihre wöchentlichen Beiträge selbst schreiben oder lieber einem Ghostwriter erzählen möchten. Sie benötigen nur eine Stunde im Monat und erhalten vier fertige Beiträge – auf Wunsch sogar mit passenden Bildvorschlägen.

3

Markenherz-Positionierung

Zum Redaktionsplan gehört auch eine schriftliche Positionierung mit wertvollen Zitaten aus dem Workshop. Damit können Sie in Kürze mit Ihrem Blog starten. Das Ergebnis bespreche ich persönlich mit Ihnen in einem ausführlichen Telefonat. Damit festigen Sie Ihren Expertenstatus und gewinnen innere Sicherheit.

4

Lassen Sie Ihr Herz schlagen

Wählen Sie aus unserem Rundum-sorglos-Paket, was Sie brauchen:

- Experten-Blog
- Unternehmensgeschichte
- Social-Media-Seminar
- Medientraining
- Business-Fotos
- Persönlicher Imagefilm
- Kundenerfolgsgeschichten
- Image-Coaching
- Vortrag



Telefon +49 5684 9226988

Persönliches Telefonat, ob meine Methode für Sie die richtige ist.



Mailen Sie mich an: markenherz@waelde-media.de

Nutzen Sie meinen persönlichen Workshop. Schreiben Sie mir eine kurze Mail – gerne schicke ich Ihnen unverbindlich mein Angebot zu.

DIESER POKAL KÖNNTE IHNEN GEHÖREN:

*Kennen Sie persönlich
Ausnahme-Unternehmer/-innen,
die eine Auszeichnung verdient
haben? Schlagen Sie uns Ihren
Favoriten für den EPOS Award
2020 vor oder bewerben Sie
sich selbst.*

Machen Sie mit
und senden Sie uns Ihren Vor-
schlag bis zum **30. Juni 2020** per Mail
an: office@gutshof-akademie.de.
Alle Einsendungen werden von der
Jury ausgewertet und drei Unter-
nehmer für den *EPOS Award*
2020 nominiert.

EPOS zeichnet Unternehmer aus, die als Sinnstifter Geschichte schreiben. Ihre Erfolge und Geschichten wollen wir sichtbar machen und ihnen eine öffentliche Bühne bieten.

Sicher kennen auch Sie Unternehmerinnen und Unternehmer aus dem Mittelstand, die Sie persönlich begeistern und beeindrucken. Nennen Sie uns deren Namen und schlagen Sie diese Persönlichkeiten für den EPOS Award vor. **Wir suchen mutige Unternehmer, die ihre Nische gefunden haben, ihrer Leidenschaft folgen, Krisen bewältigen und Verantwortung übernehmen. Selbstverständlich können Sie sich auch selbst bewerben.**

