

ePOS

Unternehmer,
die Geschichte schreiben



Die Favoriten von
Agnes Anna Jarosch
& Rainer Wälde

JÜRGEN GOSCH
DER HUMMER-
KÖNIG VON SYLT

RÜCKBLICK
EPOS AWARD:
Bäcker Plentz ist
Sinnstifter des Jahres

INHALT



- 4 **Markus Dobbelfeld und Frederik Thomas**
Erfolgsfaktor Digitalkompetenz: Zwei „Digitale Veteranen“ bauen digitale Kompetenzen auf – mit und ohne Headhunting
- 7 **Edmund Hilt**
Sicher in die digitale Zukunft: Wie Edmund Hilt mit geballter IT-, Führungs- und Strategiekompetenz unternehmerische Ziele begleitet und umsetzt
- 10 **Eva Zweidorf**
„Veränderung beginnt immer bei uns selbst“: Eva Zweidorf setzt mit der „New Work“-Arbeitskultur in Unternehmen an
- 12 **Jürgen Gosch**
Der Hummerkönig von Sylt
- 14 **Doron Schneider**
Ein Paradies auf Erden: Doron Schneider bringt mit GanEden Israels Immobilienwelt zum Blühen
- 16 **Gunnar Schröder**
Vom Bestatter zum Krisen-Coach: Gunnar Schröder begleitet als Verlustexperte Menschen in ihren Trauerprozessen
- 18 **Ina Gärtner**
„Wenn es um den Nachlass geht, kochen die Emotionen hoch“: Als Erbschaftsplanerin begleitet Ina Gärtner Menschen zur passgenauen Vorsorge
- 20 **Sebastian Mann**
Wertschöpfung oder Sinnstiftung? Beides! Sebastian Mann hilft Mandanten, Vermögen und Finanzen segensreich zu nutzen
- 22 **Christian Dittrich**
Vom Mathe-Talent zum kreativen Software-Unternehmer: Christian Dittrich entwickelt agile und individuelle Anwenderlösungen, die konsequent begeistern, statt zu nerven
- 24 **Bäcker Plentz**
Rückblick auf den EPOS Award 2019: Warum Bäcker Plentz für uns der Sinnstifter des Jahres ist
- 26 **Johannes M. Hüger**
Führung im Wandel: Führung 5.0 und warum sie so wichtig ist
- 28 **Rainer Wälde**
So gelingt Ihnen eine erfolgreiche Pressearbeit
- 30 **Agnes Jarosch**
Bleib dir treu und erfinde dich neu!

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@waelde-media.de **Autoren:** Johannes Hüger, Agnes Anna Jarosch, Micha Kunze, Rainer Wälde **Lektorat:** Henrike Doerr, www.text-welten.com **Layout/Satz:** Sarah Augustin, www.bluetezeit.de **Druck:** Wir machen Druck, Backnang **Fotos:** Julia Baumgart Photography, Gosch LFG GmbH, Janine Guldener, www.janine-guldener.com, Bäckerei Plentz **Gedruckt** auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier. Alle Rechte vorbehalten. Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Beilage zu Authentisch leben 36 **ISSN:** 2566-9702 **Postvertriebsstück:** ZKZ 24882

WIE ERFINDE ICH MICH UND MEIN BUSINESS NEU?



Liebe Unternehmerin, liebe Unternehmer,

was für ein Jahr für alle KMUs und Solopreneure!

Die Corona-Pandemie hat uns alle miteinander ordentlich durchgeschleudert und Schwächen und Stärken mehr denn je ans Licht gebracht. Viele Unternehmer sind aktiv im Prozess, einen neuen Platz in der Business-Landschaft zu erobern und sich selbst neu zu erfinden.

Dabei trennt sich die Spreu vom Weizen: Wer keine neuen Ansätze findet, gerade jetzt neue Mehrwerte für seine Kunden zu liefern, bleibt auf der Strecke.

In Gesprächen mit unseren Kunden und Geschäftspartnern wird uns dabei deutlich, worauf es mehr denn je ankommt:

- Digitale Kompetenz und Skalierbarkeit: Analoge Geschäftsmodelle allein reichen in den meisten Bereichen nicht mehr aus. Es gilt, diese durch für Kunden sinnstiftende Digitalisierung zu ersetzen oder zumindest zu ergänzen.
- Nachhaltigkeit und Werteorientierung: Niemand möchte in Unternehmen involviert oder investiert sein, die ethisch-moralisch fragwürdig und ohne Nachhaltigkeit sind. Wirecard lässt grüßen.
- Positionierung und Orientierung: Je unsicherer die Zeiten, desto größer der Wunsch nach Sicherheit und Orientierung. Diese spüren Menschen durch Klarheit, Berechenbarkeit und Persönlichkeit.

Woran erkennen Ihre Kunden, wer Sie sind und was Sie bieten? Zum Beispiel durch Storytelling. In diesem Heft finden Sie wieder Unternehmer, die in Ihrer Nische besonders und einzigartig sind und täglich wichtige Mehrwerte stiften.

Genießen Sie die Geschichten und lassen Sie sich inspirieren.

Wir wünschen Ihnen bei der Lektüre dieses Heftes viel Vergnügen!

Ihre

Ihr

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

ERFOLGSFAKTOR DIGITALKOMPETENZ:

Zwei „Digitale Veteranen“ bauen digitale Kompetenzen auf – mit und ohne Headhunting

von Agnes Anna Jarosch

Hand aufs Herz: Gehören Sie zu der unternehmerischen Minderheit, die alle digitalen Hausaufgaben längst vor der Covid-19-Krise erledigt hatte? Einige kleine und mittlere Unternehmen und Konzerne wurden durch Covid-19 sehr unsanft aus dem Dornröschenschlaf geweckt, um sich staunend in einer neuen, disruptiven Welt wiederzufinden. Plötzlich galt es, jegliche Schlaftrunkenheit abzuschütteln und den digitalen Wandel im Akkord zu bewältigen, um die eigene Existenz zu retten. Die Not machte erfinderisch und führte in fast allen Branchen zu kreativen Ideen, bei denen digitale Lösungen die klassischen analogen Geschäftsmodelle entweder sinnvoll ergänzten oder teilweise sogar komplett ersetzten. Doch wer bei Digitalisierung nur an neue Technik denkt, vergisst dabei das Wesentliche: den Menschen.

„Achtung“, mahnt Markus Dobbelfeld bereits seit Jahrzehnten immer wieder, „der digitale Wandel kann nur erfolgreich sein, wenn der Mensch im Fokus steht.“ Sein Geschäftspartner Frederik Thomas ergänzt: „Der Mangel an qualifizierten Teams stellt heute das größte Hemmnis für digitale Innovationen dar.“

Digitale Pionierprojekte vor der Jahrtausendwende

Beide bezeichnen sich selbst augenzwinkernd als „Digitale Veteranen“, denn sie haben seit über 20 Jahren Führungserfahrung im digitalen Wandel bei diversen namhaften Firmen vorzuweisen. Markus Dobbelfeld baute sein erstes digitales Team noch im letzten Jahrhundert – 1998 – bei HILTI USA auf. Heute ist allein der E-Commerce-Sektor bei HILTI über eine Milliarde Umsatz schwer. Er berichtet: „Die ersten Weichen dafür haben wir noch vor der Jahrtausendwende gestellt, allerdings gab es damals kaum digitales Know-how auf dem Markt. Wir mussten unser Team selbst upskillen, das heißt, wir mussten uns selbst aus eigener Kraft für die Digitalisierung befähigen.“

Die Pioniererfolge von Frederik Thomas liegen unter anderem im Aufbau von Full-Service-E-Commerce in über 13 Ländern für die Wolford AG, wobei ihn seit jeher die Entwicklung und Umsetzung disruptiver Geschäftsmodelle fasziniert und fordert. Gemeinsam decken die beiden sämtliche Disziplinen des digitalen Geschäfts erfolgreich ab: Digital Commerce, Digital Marketing, Digital Banking, Produktdigitalisierung und digitale Businessmodell-Transformation.

„Der Mangel an qualifizierten Teams stellt heute das größte Hemmnis für digitale Innovationen dar.“



Der Startschuss, als digitale Veteranen „Search & Co.“ zu gründen fällt 2020. „Bei Vorwerk galt es zuvor, eine digitale Geschäftseinheit als Team mit über 100 digitalen Fachkräften aufzubauen, etwa für die Digitalisierung des Thermomix oder die Entwicklung von Staubsaugerrobotern. Auf der Suche nach externen Talenten mussten wir feststellen, dass uns normale Personalvermittler nicht weiterhelfen konnten“, erläutert Markus Dobbelfeld die Misere. Trotz enormen Aufwands erleben Thomas und Dobbelfeld, dass die gängigen Headhunting-Firmen auf dem Markt zwar fit im Personalwesen sind, jedoch mangels fehlender eigener Praxiserfahrung die erforderlichen digitalen Qualifikationen nicht ausreichend einschätzen und bewerten können.

Da es generell überall zu wenige digitale Fachkräfte gibt, ist es unerlässlich, auch die firmeninternen digitalen Talente zu entwickeln und zu fördern. Doch wie genau? Digitalisierung bedeutet meistens, bekannten Boden zu verlassen und unbekanntes Terrain zu betreten. Die Gefahr ist groß, teure Fehler bei der Technologieauswahl, der Budgetierung und vor allem bei der Auswahl der digitalen Führungskräfte zu machen.

„Genau hier kommen wir ins Spiel, weil wir über zwei Jahrzehnte lang leistungsstarke digitale Organisationen aufgebaut und geleitet haben, die mit disruptiven digitalen Geschäftsmodellen beeindruckende kommerzielle Ergebnisse erzielten. Das ist unsere einzigartige Kompetenz und ein unschlagbarer Mehrwert für unsere Kunden“, sagt Frederik Thomas.



Weil der Mensch im Mittelpunkt steht

Frederik Thomas betont noch einmal: „Der wichtigste Erfolgsfaktor während der Digitalisierung sind und bleiben die Menschen, die daran arbeiten und die erforderliche Expertise und die notwendige Sozialkompetenz mitbringen.“ Häufig erlebt er, dass digitale Vorhaben gestartet werden, obwohl das Team dafür fehlt – oder – dass aus der Not heraus Fehlbesetzungen erfolgen und die Qualifikation und das Mindset der Menschen nicht passen.

Gerade auf das Mindset legen Dobbelfeld und Thomas besonderen Wert. Sie gehen bei ihrer Begleitung in die digitale Kompetenz in drei systematisch aufeinander aufbauenden Phasen vor.

1. Verstehen durch Analyse und Bewertung

Um das Unternehmen samt der aktuellen Situation umfassend zu verstehen, erstellen sie zuerst ein kulturelles Unternehmensprofil und ermitteln den digitalen Reifegrad. Daraus wird der detaillierte Bedarf an digitaler Kompetenz ersichtlich.

2. Verstärken durch Aufbauarbeit

Im zweiten Schritt geht es ans Verstärken und Aufbauen der digitalen Kompetenz. Je nach Ausgangslage und digitaler Reife erfolgt dies mittels Headhunting. Hier sind Thomas und Dobbelfeld durch ihre jahrzehntelange digitale Expertise exzellent vernetzt. Die Einzigartigkeit der beiden Digitalveteranen liegt jedoch darin, dass sie bei Bedarf auch als Interimsmanager verstärken. Sie kennen sowohl die Fallstricke als auch die relevanten Methoden und Prozesse, um die internen Talente zu fördern und zu befähigen.

3. Vertrauensaufbau durch Entwicklungsbegleitung

Der Aufbruch ins digitale Neuland erfordert, die Unsicherheiten und Ängste von Menschen ernst zu nehmen. Es bedarf gezielter Unterstützung, um das Vertrauen in die eigenen Skills und in die Machbarkeit des digitalen Wandels zu stärken und zu fördern, damit dieser gemeinsam gestemmt werden kann. Auch hier stehen Thomas und Dobbelfeld zur Seite und unterstützen durch Weiterbildung und durch Mentoring der digitalen Führungskräfte.

Dies gilt nicht nur für die Entwicklung der eigenen Talente, sondern auch für die extern rekrutierten Leader. Vorschnelle Trennungen in der Probezeit sind selten auf mangelnde fachliche Kompetenzen zurückzuführen, sondern auf ein Scheitern beim Einfinden in die spezifische Kommunikations- und Unternehmenskultur mit allen geschriebenen und ungeschriebenen Regeln. „Ich habe selbst miterleben müssen, wie hochgradig versierte CDOs (Chief Digital Officers) an den Spielregeln des Unternehmens, der Kultur und der Akzeptanz des Teams scheiterten. Das muss nicht sein. Auch hier können wir durch Mentoring begleiten und vorbeugen“, so Dobbelfeld.

Headhunten oder upskillen?

Eine Frage des Mindsets

„Welche Strategie gewählt wird, um die eigene digitale Kompetenz zu verstärken, hängt vom digitalen Reifegrad eines Unternehmens ab“, erläutert Thomas. Sofern ein niedriger oder mittlerer Reifegrad vorliegt, ist es essenziell, passende externe digitale Leader zu finden und zu gewinnen, weil sie sehr viel Praxiserfahrung ins Unternehmen bringen. Ist der digitale Reifegrad stattdessen hoch, ist es sinnvoll, interne Talente zu befähigen, weil Akzeptanz und kulturelles Verständnis entscheidender werden.

Um den digitalen Reifegrad zu ermitteln und zu stärken, bauen Thomas und Dobbelfeld wieder auf die menschlichen Stärken und suchen nach Innovationsarchetypen im Unternehmen. Über einen Fragebogen mit über 70 verhaltensbasierten Fragen lässt sich gut abbilden, wie es generell um den Innovationsgeist bei Führungskräften und Mitarbeitern bestellt ist. „Dieses Modell haben wir mit Fachhochschulen und Psychologen entwickelt und arbeiten daran kontinuierlich weiter“, sagt Dobbelfeld. „Es ist nicht essenziell, dass ein digitaler Leader sich in der Technologielandschaft auskennt. Wichtiger als digitale Fachkenntnisse sind die sozialen und psychischen Stärken, zum Beispiel die Fähigkeit, virtuelle Teams zu führen, Unsicherheiten zu ertragen, Ambivalenzen auszuhalten und immer wieder schnell und flexibel auf unvorhersehbare Veränderungen zu reagieren.“

Spannungsfeld zwischen Tradition und Innovation

Das Fazit von über 20 Jahren Digitalerfahrung ist einfach und eingängig: Die Digitalkompetenz eines Unternehmens hängt davon ab, wie groß das Innovationspotenzial ist. Dieses wiederum ergibt sich aus dem Mindset der Führungskräfte und Mitarbeiter, die an Bord sind. Technologiekompetenzen können leicht erworben werden, doch ein disruptives Mindset ist Grundvoraussetzung für jeden, der digitaler Leader werden möchte.

„Je geschichtsträchtiger und traditionsreicher ein Unternehmen ist, desto schwieriger fällt erfahrungsgemäß die Disruption.“

Allerdings beobachtet Dobbelfeld: „Je geschichtsträchtiger und traditionsreicher ein Unternehmen ist, desto schwieriger fällt erfahrungsgemäß die Disruption.“ Häufig gibt es in bewahrenden Unternehmenskulturen eine Abwehrhaltung gegenüber der Veränderung. Hier hilft professionelles Change-Management, um die Stärken der eigenen Historie zu nutzen und sich dennoch gleichzeitig neu zu erfinden.

„Vorwerk zum Beispiel ist ein Traditionsunternehmen, das sich der Digitalisierung und der Disruption gestellt hat. Wir haben den Kunden ernst genommen und verstanden, wo die Schmerzpunkte liegen. Im Marktsegment des Thermomix war die Problemstellung nicht etwa, wie man kocht. ‚Was koche ich heute‘ ist stattdessen eine der Fragen, die fast alle Menschen beschäftigt und die bekannt ist. Daraus hat sich ein neues, erfolgreiches digitales Abo-Geschäftsmodell ergeben, bei welchem die Thermomix-Fans in über 60.000 gelingsicheren Rezepten Inspiration finden.“

Insgesamt gibt es im digitalen Wandel neben dem Menschen und der Kultur natürlich noch weitere Handlungsfelder. So den Markt und die Kunden, die Strategie und Businessmodelle, die Prozesse, die Technologie und letztlich die digitale Vermarktung. Doch der ultimative Erfolgsfaktor in digitalen Wandel ist nicht die Technologie – sondern der Mensch.

Dies ist es, was Dobbelfeld und Thomas antreibt: Menschen inspirieren und befähigen, Mehrwerte für Kunden schaffen, die eigenen Erfahrungen und Lektionen teilen, damit der digitale Wandel gelingt.

Nähere Infos unter: www.searchandco.com



Zum Digitalcheck:

Mit dieser Checkliste können Sie überprüfen, wie es um Ihre Digitale Kompetenz bestellt ist. <https://www.searchandco.com/epos>

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Zuerst der Mensch: Starten Sie mit der Suche nach digitalen Talenten sowohl auf dem Markt als auch im eigenen Unternehmen. Die Technik kommt dann erst an zweiter Stelle.

2

Begrüßen Sie die Disruption:

Der digitale Wandel kann nur gelingen, wenn Sie sich bereitwillig den disruptiven Kräften unserer Zeit stellen.

3

Fokussieren Sie sich auf die Schmerzpunkte Ihrer Kunden:

Je besser und gewichtiger Ihre digitalen Problemlösungen, desto sicherer ist der Umsatz von morgen.

SICHER IN DIE DIGITALE ZUKUNFT:

Wie Edmund Hilt mit geballter IT-, Führungs- und Strategiekompetenz unternehmerische Ziele begleitet und umsetzt

von Agnes Anna Jarosch

Im November 2013 ist es endlich so weit: Edmund Hilt gründet sein eigenes Unternehmen „Hilt Evolution“. Im Nachgang scheint es, als hätte sein ganzes Berufsleben ihn genau darauf vorbereitet, in den Meisterjahren seiner Berufszeit sein Wissen und seine Erfahrung als Berater und Mentor mit vielen Unternehmen zu teilen. Rund um die Themen Datenschutz und Datensicherheit, Qualitätsmanagement, Prozessoptimierungen sowie Unternehmens- und Personalentwicklung steht Edmund Hilt dank seines vielseitigen Lebenslaufs beratend und umsetzend zur Seite. Dabei begleiten ihn der Gründerspirit und der Wunsch nach Selbstständigkeit bereits seit dem Studium.

„Schon während des Studiums hatte ich mein eigenes Gewerbe angemeldet“, berichtet er. Als ausgebildeter elektrotechnischer Assistent und Fernmeldeelektroniker arbeitet und verdient er zwar gut neben dem Studium, doch der Wunsch nach Unternehmertum bleibt stark. So verwendet er die Auszahlung eines Bausparvertrags, um sich einen modernen Flachbettscanner und einen Farbdrucker zu kaufen. In den frühen 1990er-Jahren sind diese Geräte eine Rarität und er nutzt sein Equipment, um für Kunden Grafiken, Visitenkarten und Flyer zu erstellen. Darüber hinaus übt er sich früh als Coach und trainiert als Leistungssportler die Nachwuchstalente im Ringen.

„Nach einer Verletzung musste ich meine Ambitionen im Leistungssport aufgeben, doch das Ringen hat meine Persönlichkeit geprägt und mir viele lebenslange Freundschaften beschert“, sagt er und erzählt weiter: „Zögern, schlechte Vorbereitung, fehlende Entschlossenheit oder Fehler spürst du im Ringen sofort am eigenen Leib. Du kannst die Schuld nicht aufs Team schieben, sondern musst die Konsequenzen deines Handelns selbst spüren und ausbaden.“ Diese sportliche Tugend hilft Edmund Hilt auch im Berufsleben, fokussiert, diszipliniert und auf direktem Weg seine Ziele anzusteuern – ohne Umwege, ohne Ausreden und ohne Ausflüchte.

Nach dem Studium ist für ihn noch nicht die Zeit, um mit einer eigenen Firma voll durchzustarten. Stattdessen steht bei Edmund Hilt die Familiengründung an und Sicherheit geht in dieser Lebensphase vor. So beginnt er stattdessen als angestellter Entwicklungsingenieur bei der Robert Bosch GmbH und sagt im Nachgang: „Das war das Beste, was mir passieren konnte.“ Zwar betreibt er nebenher mit einem Partner ein Ingenieurbüro, stellt jedoch fest, dass er als Grünspross den technischen Problemen und Herausforderungen, die sich in laufenden Projekten ergeben, allein niemals gewachsen wäre. Von sei-





„Es hat mich gereizt, bei einem Start-up mit dabei zu sein und die Gründungsphase mitzuerleben“,

auch sein Englisch verbessert sich auf ein verhandlungssicheres Niveau. Es ebnet ihm die Möglichkeit, ab sofort auch auf internationalem Parkett zu verhandeln. Edmund Hilt erlebt spannende und verrückte Zeiten, rettet remote Daten rund um den Globus und hat 24 Stunden am Tag Bereitschaft, weil niemand ihn in seiner Expertennische der Datensicherungsbänder in Deutschland vertreten kann. Jung und unvorbereitet wird er zum technischen Leiter befördert. „Plötzlich hatte ich auch noch das Führungsthema an der Backe“, beschreibt Edmund Hilt die Situation und spürt Lernbedarf bei sich. Als Strukturveränderungen anstehen, wagt er den nächsten Sprung und übernimmt bei der Neckarwerke Stuttgart AG genau die Abteilung, in der er einst als Lehrling seine Ausbildung absolviert hat. Da er die Menschen, mit denen er früher gearbeitet hat, in Ehren hält und die Kontakte pflegt, kommt eins zum anderen und er wird nach knapp einem Jahr von seinem ehemaligen Geschäftsführer abgeworben.

Menschen führen lernen

Sein neuer Arbeitgeber ist internationaler Hersteller von Codier- und Kennzeichnungssystemen. Beim Einstellungsgespräch erfährt Edmund Hilt, dass das gesamte Managementteam ein intensives, professionelles Führungstraining über mehrere Monate durchlaufen soll. Wieder eine besondere Ausbildung, die er so sonst nirgendwo bekommt. Lernhungrig und weiterbildungswillig sagt er zu. Darüber hinaus durchläuft er dann auch noch ein aufbauendes, begleitendes einjähriges Führungstraining, das auf europäischer Ebene auf Englisch stattfindet. „Das war meine intensivste Zeit, um Führung zu lernen“, resümiert er. Das Unternehmen agiert international, die Firmensprache ist Englisch und Edmund Hilt genießt es, als Technical Manager Central Europe und Betriebsleiter mit vielen anderen Kulturen zusammenzuarbeiten. Zum Ende hin gibt er diese Positionen allerdings auf, um die anstehende SAP-Einführung in diversen Ländern in Teilen mit zu verantworten und umzusetzen. „Jetzt fehlt mir nur noch die Erfahrung, Geschäftsführer zu sein“, denkt er.

Wieder helfen ihm sein Netzwerk und eine spannende Fügung. Unterwegs nach Frankreich trifft er auf dem Flughafen zufällig den Geschäftsführer der Datenrettungsfirma, in der er zwei Jahre lang so intensiv mitgewirkt hatte. Dieser ermutigt ihn: „Melde dich, wenn deine SAP-Aufgabe erledigt ist. Wir brauchen demnächst einen weiteren Geschäftsführer.“ Zum ersten Mal in seinem Leben durchläuft Edmund Hilt ein Assessment Center und hat wieder Glück. Im Testverfahren gibt es diverse und sehr vielseitige Aufgaben. „Ich hatte mit allem gerechnet, aber nicht mit einem Mathetest. Doch wie der Zufall es wollte, hatte ich genau die im AC abgefragten komplexen Matheaufgaben der Oberstufe erst vor wenigen Wochen mit meinen Kids gepaukt“, sagt er und bekommt die Stelle.

nen erfahrenen Kollegen in der großen Entwicklungsabteilung bei Bosch lernt er, wie man – von Fall zu Fall unterschiedlich – Probleme bei der Hard- und Softwareentwicklung am besten anpackt, um sie zu lösen.

Abenteuer USA

Es wäre verlockend, nach der beschleunigten Lernphase bei Bosch mit dem nebenberuflichen Ingenieurbüro voll durchzustarten, doch das Fundament erweist sich als nicht solide und tragfähig genug. Die Sehnsucht nach Start-up- und Pioniergeist treibt Edmund Hilt stattdessen zu einem amerikanischen Unternehmen, das sich auf Datenrettung spezialisiert hat und die erste Niederlassung in Deutschland gründet. Freunde erklären ihn für verrückt, als er die Sicherheit eines so renommierten deutschen Arbeitgebers wie Bosch für eine – zwar in Amerika erfolgreiche, aber in Deutschland noch nicht etablierte – No-Name-Firma aufgibt. „Doch es hat mich gereizt, bei einem Start-up mit dabei zu sein und die Gründungsphase mitzuerleben“, begründet er seine Entscheidung und findet sich wenige Wochen später in den USA in Minneapolis im Bundesstaat Minnesota wieder, um ein neunwöchiges Training zu durchlaufen.

Kuriose Datenrettung

Das Thema der Datenwiederherstellung ist in Deutschland damals Neuland. Eine Ausbildung zum Datenretter gibt es nicht. Durch diesen Schritt wird nicht nur sein Expertenwissen über Datensicherung auf ein einzigartiges Level gehoben, sondern

Kündigen und gekündigt werden

Sein ehemaliger Arbeitgeber Ontrack Data Recovery GmbH heißt mittlerweile Kroll Ontrack GmbH, doch viele Kollegen aus der Gründerphase sind immer noch da. Noch immer spürt er den Pioniergeist der Menschen. Wieder erwarten ihn spannende Aufgaben, neben der Technik fordern ihn nun die Leitung von Vertrieb und Marketing. „Meine schwerste Aufgabe war allerdings, Menschen zu entlassen, weil verschiedene Standorte geschlossen werden mussten.“ Nach drei Jahren kommt es dann auch für ihn überraschend und aus heiterem Himmel, dass ihm die Kündigung auf den Tisch gelegt wird. Er lernt, auch diesen unvorhersehbaren Schlag sportlich und nicht persönlich zu nehmen. Da die Firma international umstrukturiert wird, gilt es, rational zu entscheiden und mögliche Kostenstellen zu streichen.

„Meine Kinder waren noch in der Ausbildung und wir hatten einen Berg Schulden für unser Haus aufgenommen“, erklärt er seine finanzielle Lage. „Selbstständig machen wollte ich mich jedoch aus der Stärke und nicht aus der Schwäche heraus.“ Wieder hilft ihm sein Netzwerk, in dem Fall ein Kumpel, den er seit der Ringer-Jugendzeit kennt und mit dem er bereits während der Studienzeit Geschäfte gemacht hat, als dieser noch PCs im Wohnzimmer seiner Eltern schraubte. Bei ihm steigt er mit in die Geschäftsführung ein und erwirbt lange vor der Scharfschaltung der DSGVO eine weitere Kernkompetenz, indem er sich zum Datenschutzbeauftragten weiterbildet.

Wie Geduld sich auszahlt

Drei Jahre später ist die Zeit dann endlich reif. „Wenn nicht spätestens mit 50, wann dann?“, fragt er sich selbst. An berufsbegleitendes Coaching ist er gewöhnt und schreckt nicht davor zurück, Coaches aus der privaten Tasche zu bezahlen, um sein eigenes Unternehmertum vorzubereiten. Mit viel Sachverstand baut er sich selbst ein Portfolio, mit dem er schnell auf die Beine kommt und das ihm Freude bereitet.

Jede einzelne Station seines Lebens zahlt sich aus: zwei Ausbildungen, Entwicklungs-Basics bei Bosch, Bootcamp in den USA, Daten retten, Daten schützen, Probleme lösen, Unternehmen verantworten und Menschen führen. Endlich ist Edmund Hilt reif, seine Meisterjahre einzuläuten und sein eigenes Unternehmen zu starten. Das Haus ist abbezahlt, die Kinder sind aus dem Größten raus und jetzt kann ihn nichts mehr stoppen.

Das Konzept geht auf und Edmund Hilt kann sich mittlerweile vor Aufträgen kaum retten. Er hat es von langer Hand geduldig geplant und solide vorbereitet, dass er jetzt von seiner umfassenden Erfahrung und seiner Expertenpositionierung leben kann.

Schmerzthema DSGVO

Meistens wird er bei akuten Schmerzthemen, wie etwa der DSGVO, gerufen. Er mahnt: Jede Organisation, jede Behörde und jeder Verein braucht ein Datenschutzkonzept. Dabei geht es nicht nur um den sichtbaren Datenschutz auf Homepage und in E-Mails, sondern auch um die interne Absicherung von Daten gegenüber Unbefugten und gegen Verlust. Darüber hinaus betreut er seine Mandanten am liebsten langfristig, denn er versteht Organisationen, Prozesse, Strukturen und Menschen. Besonnen und fokussiert begleitet er ganzheitlich bei Veränderungsprozessen, Qualitätsmanagement und Führungskräfteentwicklung.

Seinen Sport, das Ringen, hat er übrigens mittlerweile gegen Salsa-Tanzen eingetauscht und reflektiert: „Beim Tanzen bist du ganzheitlich gefordert, im hier und jetzt, stellst dich immer wieder auf neue Partner ein. Du musst zu 100 Prozent präsent sein. Es geht darum, auch den anderen gut aussehen zu lassen, denn gewinnen kannst du nicht allein, sondern nur als Team.“ Wieder eine Einstellung, die ihm auch im Beruf weiterhilft: „Es geht nicht ums gegenseitige Übertrumpfen, das Verlierer erfordert, sondern um die Freude daran, sich gemeinsam und kontinuierlich weiterzuentwickeln.“



Geschenk von Edmund Hilt für die Epos-Leserschaft:

Checkliste „Ist Ihr Unternehmen Datenschutz-konform?“ – für Epos-LeserInnen bestellbar per E-Mail unter: datenschutz@hilt-evolution.com – Stichwort „Epos/Datenschutz“

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Pflegen Sie Ihr Netzwerk und Ihre Freundschaften. Ob Sie selbst kündigen, gekündigt werden oder Teammitgliedern eine Kündigung aussprechen müssen: Achten Sie auf eine gute Trennungskultur. Menschliche Beziehungen müssen nicht enden, nur weil der Arbeitgeber wechselt.

2

Profitieren Sie vom Sport: Jede Sportart kultiviert Stärken wie Ausdauer, Teamgeist oder Geduld, die Ihnen auch im Berufs- und Privatleben nutzen.

3

Profis wissen, dass sie nicht alles allein schaffen können. Sie vertrauen guten Coaches und Mentoren, um besser zu werden und schneller Ziele zu erreichen.

„Veränderung beginnt immer bei uns selbst“

Eva Zweidorf setzt mit der „New Work“-Arbeitskultur in Unternehmen an

von Micha Kunze

Jetzt wird Unternehmenskultur neu gedacht!

Das Hamburger Schanzenviertel strotzt heute wieder vor geschäftiger Großstadtatmosphäre, obwohl es gleichzeitig doch auch unheimlich vertraut wirkt. Aus den liebevoll eingerichteten Hipster-Cafés und exotischen Restaurants steigt herrlicher Duft auf die Backsteinstraßen. „Ich liebe dieses Viertel“, strahlt Eva Zweidorf, während sie in Richtung des Cafés „Elbgold“ schlendert. „Hier gibt es die volle Bandbreite. Imbissbuden stehen direkt neben dem Sterne-Restaurant. Alles ist so rau und ehrlich. So fühle ich mich wohl.“

Auf den ersten Blick würde man Eva Zweidorf nicht unbedingt in diesem Szeneviertel verorten. Auf den zweiten jedoch schon: Ihre begeisterungsfähige, aufgeschlossen herzliche Art passt wunderbar zum lebendigen Treiben dieses Kiezes. Nicht ohne Grund ist ihr Büro nur ein paar Gehminuten von hier entfernt. Ihr Job? Nachhaltige Veränderungen in Unternehmen ermöglichen. „Das hat aber nichts mit dem klassischen Change Management zu tun“, wendet sie ein. „Da läuft man Gefahr, eine neue Themen-Kuh durchs Unternehmen zu treiben und nach einem halben Jahr ist alles wieder beim Alten. Es geht um echte kulturelle Transformation von innen heraus.“

Statische Unternehmen verlieren den Anschluss an eine komplexe Welt

Eva Zweidorf nimmt ihren Cappuccino entgegen und sucht sich einen der freien Tische aus. „Wir erleben seit einigen Jahren einen riesigen gesellschaftlichen Umbruch, der auch den Arbeitsmarkt verändert. Weil die Welt komplexer und gleichzeitig individueller geworden ist, sind es auch die Anforderungen der Kunden. Viele Unternehmen können damit aber noch nicht gut umgehen.“ Diese seien in der Vergangenheit darauf trainiert worden, für gewisse Anforderungen vorgegebene Prozesse parat zu haben. Das reiche aber nicht mehr. Jetzt seien individuelle Lösungen gefordert. „Entscheidungen können nicht erst mal langsam in die Chefetage und genau so langsam wieder zurückgehen. Der Markt verlangt eine sofortige innovative Antwort“, weiß Eva Zweidorf aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung.

Wie man komplexen Herausforderungen begegnet? „Das Stichwort ist Agilität. Flexibel und kompetenzorientiert eine passgenaue Lösung für ein Problem finden. Und genau da krankt es in deutschen Unternehmen gewaltig“, erklärt sie. Das Problem liege dabei auf vielen Ebenen. „Wenn ich nicht weiß, welche indi-

viduellen Potenziale meine Mitarbeiter haben, wie soll ich sie dann einsetzen? Wenn der Chef alles doppelt und dreifach kontrolliert, wie sollen die Mitarbeiter dann effizient arbeiten? Eva Zweidorf kennt die festgefahrenen Systeme zur Genüge.

Was passiert, wenn der Chef seine Macht verliert?

Es gelte, Unternehmenskultur umzudenken und neu zu prägen. Der vorherrschende hierarchische Führungsstil sei dabei oftmals ein echter Entwicklungskiller. „Die Expertise in einem Unternehmen liegt doch ganz klar bei den jeweiligen Mitarbeitern. Sie haben den Kontakt zum Kunden – und nicht der Chef. Da braucht es ein ganz neues Mindset, das loslassen und einladen kann, ohne alles zwanghaft zu kontrollieren.“ Für dieses Bewusstsein steht Eva Zweidorf mit ihrem Team ein. „New Work“, eine neue, hochflexible Arbeitsmentalität wurde schon vor Jahren von Zukunftsinstituten als Megatrend vorhergesagt. Mittlerweile ist dieser Trend eine Realität.

„Wir werden immer von der Unternehmensleitung beauftragt. Und genau da setzen wir auch an. Wie soll eine positive Unternehmenskultur entstehen, wenn der Boss kein gutes Vorbild ist? Veränderung passiert zuerst immer bei uns selbst“, erklärt Eva Zweidorf. „Deshalb arbeiten wir als Erstes mit der Führungs- und Vorstandsebene. Da gehen wir dem Mindset auf den Grund. Welches Weltbild haben die Chefs? Und welches Menschenbild?“ Nicht selten erlebe sie, wie geringschätzig Führungskräfte über ihre Mitarbeiter sprechen. „Und ich denke mir dann: Das ist doch dein Laden? Ihr habt diese Menschen ausgesucht. Die Mitarbeiter spüren doch, wie du über sie denkst!“

„Unser Job ist die Freisetzung der Mitarbeiter“

Die Sonne kämpft weiterhin wacker gegen das Hamburger Regen-Klischee an. Vom Schanzenviertel nebenan dringt lautes Gelächter. „Wenn wir mit Führungskräften arbeiten, dann geht das ans Eingemachte. Denn da werden sie mit festgefahrenen Denkstrukturen konfrontiert. Und sehen sich oft auch in ihrer Machtposition bedroht.“ Die Lösung sei der Schritt weg von hierarchischen Strukturen hin zu kreativer, gemeinschaftlicher Gestaltung.



Vom individuellen Lernfeld zur nachhaltigen Unternehmenskultur

Im Geschäft ihrer Großeltern lernt Eva Zweidorf Unternehmertum von der Pike auf. Im System der ehemaligen DDR eine ganz eigene Herausforderung. Heute entwickelt sie mit ihrem Team Modelle, mit denen nachhaltige Veränderung in einem Unternehmen ermöglicht wird. „Wir gehen in drei Schritten vor“, erklärt sie. „Wir starten bei der Ich-Kultur. Woran muss jeder Einzelne arbeiten? Dann geht es zur Wir-Kultur. Wie treten wir gemeinsam in Interaktion und nutzen unser kollektives Potenzial? Und wir landen dann beim Blick auf die nachhaltige Zukunft des Unternehmens.“ Ein System, das bislang Erfolg bewiesen hat. Aber auch ein System, das schnell an seine Kapazitätsgrenzen stößt.

„Diese Prozesse sind intensiv und nehmen viel Zeit in Anspruch. Wir begleiten die Führungskräfte eine ganze Weile und rüsten sie aus, um auch ihre Mitarbeiter zu schulen. Aber wenn wir ausgebucht sind, sind wir nun mal ausgebucht.“ Deshalb gehen nächstes Jahr eine ganze Reihe wertvoller Begleitprogramme online, die noch mehr Unternehmen in ihrer kulturellen Entwicklung helfen. „Wir arbeiten mit Lern-Meeting-Plattformen, mit einer avatarbasierten 3-D-Lernwelt und natürlich mit einer Vielzahl an Lernmaterialien.“ Es ist folgerichtig, dem digitalen Arbeitsmarkt mit digitalen Angeboten zu begegnen, ohne die persönlichen Begegnungen zu vernachlässigen. Lernen nach individuellem Tempo.

Nicht nur das: Zukünftig werden in einem siebenmonatigen Kultur-Camp auch Kulturbotschafter ausgebildet. Diese sollen in ihrem Unternehmen wiederum das Gelernte anwenden und eine fruchtbare Kultur prägen. Dank digitalem Austausch flexibel, individuell und nachhaltig. Eben ganz so, wie es der „New Work“ entspricht. Individuell und divers wie das Hamburger Schanzenviertel. Eva Zweidorf weiß um die Wertigkeit ihres Produkts. Aber sie weiß auch: „Veränderung kann nur entstehen, wenn wir uns bewusst darauf einlassen. Und das liegt in der Verantwortung jedes Einzelnen.“

Alle Updates zu den „Kulturreformern“ gibt es ab sofort hier: www.kulturreform.com

Eva Zweidorf bloggt wöchentlich unter: www.evazweidorf.de

„Unser Job ist es, die Freisetzung des Potenzials in einem Unternehmen zu ermöglichen. In meiner Karriere habe ich so oft brachliegendes Potenzial erlebt. Wenn ich heute Mitarbeiter anschau, dann sehe ich wahnsinnig viele Chancen für Gestaltung und Wachstum“, berichtet Eva Zweidorf und ihre Augen leuchten auf. „Dieses Potenzial wollen wir freilegen.“ Für sie ist klar: Die Mitarbeiter sind keine bloßen Ressourcen, sondern individuelle Persönlichkeiten, die ganz natürlich die „New Work“ leben und gestalten. Wenn man sie nur lässt.

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Gestalten Sie „New Work“ bewusst. Der Megatrend „New Work“ ist längst Realität. Wie können Sie die Potenziale Ihrer Mitarbeiter freisetzen, agil auf komplexe Probleme zu reagieren?

2

Entwicklungen im Unternehmen beginnen bei Ihnen. Wenn Sie sich Veränderungen in Ihrem Unternehmen wünschen, schauen Sie auf Ihre „Blind Spots“. Als Vorbild haben Sie die Chance, authentisch voranzugehen. Die positive Veränderung wird Ihnen folgen.

3

Finden Sie neue Weite in festgefahreneren Systemen. Viele Unternehmen kämpfen mit ihren statischen Strukturen. Entlarven Sie diese und Sie werden merken, wie Ihr Business immer agiler und flexibler wird. Die Veränderung von innen heraus wird folgen.

*Clever ist auch
der Slogan, der aus der
Personenmarke Gosch
einen Lebensstil macht:
„Heute schon
gegoscht?“*



JÜRGEN GOSCH: DER HUMMERKÖNIG VON SYLT

von Rainer Wälde

*Jürgen Gosch ist 79 Jahre alt und immer noch umtriebig.
50 Gosch-Filialen gibt es heute und diese machen dank klarer Positionierung Jürgen Gosch
zu einer der bekanntesten Personenmarken in Deutschland.
Was steckt hinter dem Erfolg des Hummerkönigs?*

Der Chef als Markenbotschafter

Wer im Sommer auf Sylt seinen Urlaub verbringt, kann Jürgen Gosch immer noch in der Alten Bootshalle in List antreffen. Die „nördlichste Fischbude Deutschlands“ ist sein Revier. Auch in der Saison schaut der Chef selbst nach dem Rechten, räumt auch mal einen Aschenbecher weg und gibt den Mitarbeitern klare Instruktionen. Jürgen Gosch ist für die Gäste präsent und selbst ein wichtiger Teil der Marke. Ob auf Fotos oder in seinem Restaurant: Der Chef trägt immer seine eigene Kochjacke mit roten Knöpfen und seine weiße Schürze und seinen Hummer. Auf der Tasche eingestickt: Gosch Sylt.

Stolz auf die eigene Geschichte

Jürgen Gosch ist stolz auf seine Biografie: Bereits mit vier Jahren pulte er mit seinen Schwestern Krabben. Die Mutter zog die drei Kinder allein auf, das Geld war knapp, jeder musste mit anpacken, so Gosch in seiner Biografie. Später sammelte er auf einer Müllkippe Schrott, dann wurde er Maurer. Die zündende Geschäftsidee entstand im Gespräch mit Fischern, die er im Hafen beobachtete. Zahlreiche Touristen wollten Aale kaufen, doch die Krabbenfischer zuckten mit den Schultern: Haben wir nicht! Jürgen Gosch erkannte die Marktlücke, besorgte sich beim Fischhändlern die begehrten Aale und verkaufte sie nach Feierabend selbst im Hafen.

Gosch achtet auf die kleinsten Details

Auch als erfolgreicher Unternehmer hat Jürgen Gosch nicht vergessen: Es kommt auf die kleinsten Details an: Wo steht der Blumenkübel? Sind die Aschenbecher geleert? Liegen Servietten auf dem Boden?

In einem Interview mit der „Zeit“ betont Gosch, wie wichtig die „erdigte Arbeit“ bis heute für den Erfolg seines Unternehmens ist. Es sind die einfachen Dinge, die dem Gast auffallen. Gleichzeitig bedauert er, dass es für diese praktischen Arbeiten so wenig Anerkennung gibt. Im Dialog zu diesem Artikel erklärt mir Gosch, „dass er am liebsten mit aufgeweckten, hungrigen Mitarbeitern arbeitet.“ Der Aufsteiger Gosch fördert Menschen, die wie er auch aufsteigen wollen.

Heute schon gegoscht?

Jürgen Gosch gilt als strenger Chef. Er selbst betont: „Das stimmt, ich mache klare Ansagen! Wer will denn einen wankelmütigen Chef?“ Das Fischbusiness hat er als Quereinsteiger von der Straße auf kennengelernt.

Unvergesslich sind die Geschichten, wie er als fahrender Fischhändler tagsüber vor Karstadt Aale verkaufte und nachts in seinem VW-Bus bei den Fischen schlief. Begründung: Hotel zu teuer, außerdem könnte jemand die Ware klauen.

Clever ist auch der Slogan, der aus der Personenmarke Gosch einen Lebensstil macht: „Heute schon gegoscht?“ Aus dem pfiffigen Aalverkäufer ist eine bundesweite Restaurantkette geworden mit eigener Fischfabrik und einem geschätzten Jahresumsatz von 81 Millionen. (Quelle: foodservice).

Erst kürzlich wurde er als „Gastronom des Jahres 2020“ ausgezeichnet, was den 79jährigen Ausnahmeunternehmer besonders freut.

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Gosch bloggt: Lassen Sie Ihre Kunden teilhaben an Ihren Erfahrungen und erzählen Sie Ihre besten Geschichten.

2

Stehen Sie selbstbewusst zu Ihrer Herkunft: Scheuen Sie sich nicht, offen über schwierige Stationen Ihrer Biografie zu schreiben.

3

Sie sind die Marke: Bei Gosch ist es die immer gleiche Kochjacke. Mit welchen Details sorgen Sie für einen Wiedererkennungswert bei Ihren Kunden?

EIN PARADIES AUF ERDEN

Doron Schneider bringt mit GanEden Israels Immobilienwelt zum Blühen

von Micha Kunze

Wer durch das belebte und hochmoderne Tel Aviv läuft, würde im Traum nicht daran denken, dass hier vor knapp 100 Jahren nur Sanddünen waren. Mittlerweile ist die Großstadt am Mittelmeer ein Hightech-Mekka und wächst ebenso wie der Rest Israels stetig. Eine Entwicklung, die Doron Schneider und Hunderte Investoren mitprägen.



Die Heimkehrer brauchen ein neues Zuhause

Es ist unmöglich, sich der Faszination Tel Avivs zu entziehen. Eine kilometerlange Strandpromenade schließt sich der historischen Altstadt von Jaffa an, im Hintergrund durchbrechen Hochhäuser das Panorama der Stadt und nur wenige Blocks weiter beginnt die vom Bauhaus-Stil geprägte „weiße Stadt“. Es gibt viel, was es hier zu bestaunen gibt. Auch Doron Schneider kommt immer wieder gerne auf einen Besuch vorbei. Heute sitzt er entspannt in einem Strandcafé direkt am Meer.

„Dieses Land wächst ständig weiter“, erzählt er und nimmt einen Schluck aus seinem Glas. Campari Orange, eines seiner Lieblingsgetränke. „In den letzten fünf Jahren sind jährlich knapp 40.000 Juden nach Israel zurückgekehrt. Die müssen ja irgendwo wohnen.“ Israel verpflichtete sich mit dem Rückkehrgesetz von 1950 dazu, Menschen mit jüdischer Herkunft und jüdischem Glauben aufzunehmen. Das stellte die Regierung gleichzeitig vor die logistische Mammutaufgabe, genügend Wohnungen bereitzustellen. Der Beginn eines großen Bau-booms, der seitdem nicht abbricht.

Doron Schneider begegnet der Wohnungsnot Israels

Vor einem Jahr gründete Doron Schneider mit seinem alten Freund Sali Eilon das Vermittlungsunternehmen GanEden, hebräisch für Paradies. Die Vision: Patenschaften für ausgewählte Bauprojekte in Israel an Investoren aus aller Welt zu vermitteln. „Das ist eine Win-Win-Win-Situation“, strahlt Doron Schneider. „Die Investoren haben eine sichere Anlage, Bauunternehmen

bekommen durch die Finanzierung genügend Startkapital, um die Zuschüsse der Banken beziehen zu können, und es werden viel schneller Wohnräume in Israel geschaffen.“ Durch die Arbeit von GanEden können Bauunternehmen bis zu zehn Projekte gleichzeitig umsetzen. Ein lobenswertes Unterfangen – und wenn man genauer auf die Wohnungsnot in Israel schaut, auch ein bitter nötiges. Denn bislang ist es der Regierung nur im Ansatz gelungen, der hohen Nachfrage gerecht zu werden.

„Hier gibt es noch viel zu tun. In diesem Moment ermöglichen unsere Investoren den Bau von 120 Studentenwohnungen, Wohnhäusern und Siedlungen für junge Familien. Alles erdbebensichere Gebäude, das ist hier in Israel besonders wichtig“, berichtet Doron Schneider und lässt seinen Blick über das Meer schweifen. Beständig rollen die Wellen an den Sandstrand. Doron Schneider ist ein Visionär, keiner, dem man so leicht etwas vormacht.

Für ihn ist es ein folgerichtiger Schritt, Geld nicht nutzlos auf der Bank liegen zu lassen, sondern sinnvoll zu investieren. Ein Investment, von dem sich auch immer mehr Deutsche überzeugen lassen. Doron Schneider krempelt die Ärmel seines schwarzen Hemds hoch und schmunzelt. „Wenn Leuten bewusst wird, dass ihr Geld auf dem Konto keinen Mehrwert bringt, sie aber bei uns eine sichere Rendite bekommen, während sie gleichzeitig etwas Gutes tun – dann braucht es keine große Überredungskunst mehr.“

Kann eine Anlage krisensicher sein?

Ein paar Meter weiter bildet sich eine Schlange an der Strandbar. Der Barkeeper bereitet die Cocktails im Schutz einer durchsichtigen Plastikfolie zu und schiebt sie vorsichtig über den Tresen. Der Strand ist heute recht überschaubar besucht, obwohl die Sonne für sommerlich heiße Temperaturen sorgt. In den stetig wachsenden Wohnungsmarkt Israels zu investieren mag klug sein – doch ist das auch krisensicher? Doron Schneider deutet mit einem Kopfnicken in Richtung der Strandbesucher. „Auch in Israel wurde alles gestoppt. Bis auf die Baubranche. Das ging auch gar nicht – Wohnungen müssen trotzdem her. Die Nachfrage bleibt weiterhin bestehen.“ Noch ein Vorteil, den Doron Schneider sieht: keine Immobilienblase, die irgendwann platzen könnte. Das Gegenteil ist der Fall: Dieses Jahr könnten schätzungsweise sogar 70.000 Juden nach Israel zurückkehren. Mehr Menschen, mehr benötigte Wohnungen.

Doron Schneider hat es selbst erlebt, wie es ist, einen Neustart in Israel bewältigen zu müssen. 1978 – als er elf Jahre alt war – ließ seine Familie Deutschland hinter sich. Ohne Besitz, ohne Wohnung, nur mit dem brandneuen Mercedes seines Vaters kamen sie in der Hafenstadt Haifa an. Doron Schneider muss grinsen. „Mein Vater war schon immer ein Stehaufmännchen. Das habe ich von ihm geerbt.“ Der Start ins neue Leben ist Doron und seiner Familie geglückt, obwohl das nicht einfach war. Nun investiert er darin, anderen Menschen ein neues und sicheres Zuhause zu ermöglichen.

Die israelische Bürokratie kostet GanEden Millionen

„Wir sind sehr schnell an der Bürokratie Israels verzweifelt. Wenn wir Investoren aus dem deutschsprachigen Raum gewinnen konnten, haben sich die Banken sofort quergestellt. Seit den ‚Panama Papers‘ ist das auch verständlich. Das Risiko, irgendwelche Geldwäscher zu unterstützen, ist den Banken viel zu hoch. Aber das hieß auch, dass unsere Klienten innerhalb von zwei Wochen derart viele Formulare ausfüllen mussten, dass einige frustriert das Handtuch geworfen haben. Der kleine Beamte in Israel, der die Kunden von Amt zu Amt schickt, ist sich dieses Ausmaßes natürlich nicht bewusst. Aber wir haben durch diese riesige Hürde Millionen verloren.“

Wenn Beruf und Berufung sich treffen

Nach einem halben Jahr Papierkrieg ist es GanEden jetzt gelungen, mithilfe einer Transferfirma legal und effizient Investoren aus aller Welt in die ausgewählten Bauprojekte mit einzubeziehen. Doch auch, wenn das Unternehmen unerwartet schnell durch die Decke ging, ist Gewinn nicht der Fokus von Doron Schneider. „Natürlich muss ich meine Familie ernähren. Und ich liebe es, Geschäfte zu machen. Aber diese Arbeit hat für mich eine ganz eigene Qualität. Sie entspricht meiner Berufung, Israel mit aufzubauen und erblühen zu lassen. Als ich das Unternehmen gegründet habe, ist mir aufgefallen, dass meine Vision für Israel und dieses Business Hand in Hand gehen. Das ist ein Privileg!“

Die Möglichkeit für Investoren, daran teilzuhaben, bringe Vorteile für alle Beteiligten – und sei damit gleichzeitig Teil eines viel größeren Bildes. „Wenn ich sehe, dass hier in Tel Aviv, in Jerusalem oder in Kfar Saba Dutzende Bauprojekte durch unsere Arbeit viel schneller realisiert werden, dann begeistert mich das. Es dient den Menschen in Israel, es dient den Bauunternehmen und es dient den Investoren auf der ganzen Welt. Besser geht es nicht“, erzählt Doron Schneider und zieht sich seine Jacke an. Die Sonne ist fast komplett hinter dem Meer untergegangen, allmählich werfen die bunten Glühbirnen der Strandbeleuchtung Licht auf die Promenade. Die Fensterscheiben der Hochhäuser reflektieren die letzten Sonnenstrahlen. Die Straßenlampen lassen die Stadt aufleuchten.

Mehr Infos zu Doron Schneider finden Sie unter: www.doronschneider.de

Einen Einblick in die Arbeit von GanEden gibt es unter: www.ganeden.de



GANEDEN
ISRAEL ZUM BLÜHEN BRINGEN

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Finden Sie den Mehrwert für alle Parteien. Wem dient Ihr Business? Gibt es Chancen und Möglichkeiten, Ihr Modell so zu erweitern, dass noch mehr Menschen von Ihrer innovativen Idee profitieren können?

2

Mutige Entscheidungen zahlen sich aus. Der sichere Weg mag wie der richtige wirken. Doch Innovation ist immer auch ein Schritt raus aus der Komfortzone. Wo stehen Sie mit Ihrem Business? Und welche Schritte würden Sie gern als Nächstes gehen?

3

Nachhaltige Lösungen werden sich durchsetzen. Der schnelle Erfolg ist nicht zwangsläufig der nachhaltigste. Gute Lösungen zeichnen sich durch ihren langlebigen und weitreichenden Charakter aus. Welchen langfristigen Nutzen hat Ihr Unternehmen für Sie, Ihre Kunden und die Gesellschaft?

VOM BESTATTER ZUM KRISEN-COACH

Gunnar Schröder begleitet als Verlustexperte
Menschen in ihren Trauerprozessen

von Micha Kunze

Wir alle müssen sterben. Eine unbequeme Wahrheit und sicherlich nicht das beliebteste Thema auf einer Cocktailparty. Oder sonst irgendwo. Vielen Menschen wird das Ausmaß eines Todesfalls erst so richtig bewusst, wenn sie beim Bestatter sind. Eine Situation, die emotional strapazierend ist. Und ein Ort, an dem Gunnar Schröder den Trauernden mit Empathie und Weisheit begegnet.

Eine Spannung ohne Ausweg?

„Der Tod macht uns Angst. Ganz einfach, weil wir keine Ahnung haben, was danach kommt. Bei unbekanntem Ding wandeln wir Menschen auf dieser Welt einfach Nichtwissen in Wissen um. Aber beim Tod? Da geht das nicht. Wir bleiben ahnungslos, was da auf uns wartet. Diese Spannung ist existenziell. Und wir können sie nicht auflösen.“ Ein steiler Gesprächseinstieg, den Gunnar Schröder wählt. Aber wie sich herausstellen soll, nur die Spitze des Eisbergs.

Dank der sommerlichen Temperaturen hat sich Gunnar Schröder heute für einen entspannten Look entschieden, den er bei der Arbeit sicherlich nicht tragen würde: ein blau-weiß gestreiftes, bretonisches Shirt und Leinenshorts. Jetzt hat er nämlich Feierabend und genießt die letzten Sonnenstunden bei einem Gin Tonic in seinem geräumigen, heimelig eingerichteten Wohnzimmer. Eine gesunde Distanz zu seinem Arbeitsplatz zu wahren, scheint ihm gut zu gelingen. Das war nicht immer so.

50 Jahre alt, 40 Jahre Berufserfahrung

„Ich führe das Bestattungsunternehmen jetzt gemeinsam mit meinem Bruder in der vierten Generation. Und ob man es glaubt oder nicht, ich saß mit zehn Jahren schon am Telefon und habe die Anrufe entgegengenommen. Das hat mich natürlich wahnsinnig früh mit dem Thema Sterblichkeit konfrontiert.“ Fluch und Segen zugleich. Während Gunnar Schröder schnell ein Gespür für den Wert des Lebens gewinnt, steigt auch die Angst vor einem jungen Tod. Seine innere Balance kommt ins Wanken.

Nach dem Fachabitur herrscht Unklarheit darüber, wie der Weg weitergehen soll. Das Liebäugeln mit der Polizistenausbildung verliert gegen den sicheren Weg des Bankkaufmanns. Doch Gunnar Schröder landet schließlich wieder im familiengeführten Unternehmen: Neben seinem Bruder arbeiten noch seine Eltern und seine Ehefrau dort zusammen. Eine Konstellation, die große innere Konflikte befeuert. „Ich habe versucht,

es allen recht zu machen. Ich war nicht frei in meiner Arbeit und habe von allen Seiten nur Druck gespürt. Als Bestatter gilt es ja auch, einer gewissen gesellschaftlichen Norm zu entsprechen“, erzählt er. Dass er naturgemäß als Überbringer schlechter Nachrichten wahrgenommen wird, ist da auch nicht besonders hilfreich.

Die eigenen Krisen als wertvolle Erfahrung sehen

Vom einfühlsamen Bestatter, der heute weit über Eutin hinaus bekannt ist, ist Gunnar Schröder damals noch ein ganzes Stück entfernt. „Wenn man 24/7 auf Abruf ist, keine Wochenenden hat und drei Mal im Jahr eine Woche in den Urlaub kommt, ohne wirklich runterzufahren – das geht nicht lange gut. Ich bin ständig über meine Grenzen gegangen und zweimal direkt in die Depression marschiert.“ Gunnar Schröder spricht bedacht und voller Gelassenheit. Er wirkt wesentlich aufgeräumter als das frühere Ich, das er hier beschreibt.

Der Weg aus der Bredouille? „Ich habe mir Anfang der 2000er einen Coach genommen. Ich habe begonnen, Arbeit zu delegieren. Es hat auch einige Zeit gebraucht, mich von dem äußeren Druck und den Erwartungen anderer Menschen zu lösen“, erzählt er. Diese Krisen – vor allem seine Zeit der Depression – sind für ihn heute eine wichtige Erfahrung. Denn er ist täglich mit Menschen im Gespräch, die selbst in einer Krise stecken.

Nicht nur Bestatter, sondern Vollzeit-Philosoph

Trotz seiner Kämpfe reift in Gunnar Schröder zeitgleich ein wahrer Schatz heran: ein tiefes philosophisches und psychologisches Verständnis für den Menschen. „Klar, ich beschäftige mich schon das ganze Leben lang mit dem Tod und betreue Menschen in Krisensituationen. Da wächst Erkenntnis ganz automatisch.“ Doch damit gibt er sich nicht zufrieden. Über die Jahre bildet sich Gunnar Schröder fort, liest sich in die Materie ein und durchdringt zunehmend auch die philosophische Komplexität des Themas rund um Leben und Tod. Eine Qualität, die Menschen an ihm heute schätzen.

„Ich bin nicht nur Bestatter. Ich bin Verlustexperte. Ich leiste Perspektivarbeit. Und das ist der springende Punkt. Was braucht die Familie in diesem Moment von mir? Natürlich geht es da um die Art der Bestattung und Zeremonien. Aber es geht um so viel mehr. In dem Moment, in dem sich Menschen mit dem Bestatter treffen, ist das wie ein Eingeständnis, dass die verstorbene Person wirklich tot ist.“

Das Mysterium der Trauer

In seiner Laufbahn hat Gunnar Schröder schon einiges miterlebt. Die abgeklärten Männer etwa, die sich von einem zynischen Spruch zum nächsten hangeln. Oder Menschen mit dünnem Nervenkostüm, die von Emotionswellen förmlich durchgepeitscht werden. Für Gunnar Schröder sind die Trauerphasen nach Verena Kast am greifbarsten: das Nicht-Wahrhaben-Wollen, das Ausbrechen der Emotionen, das Suchen und Sich-Trennen und zuletzt die Phase des neuen Selbst- und Weltbezugs. Wie viel Zeit zwischen diesen Phasen vergeht, sei jedes Mal unterschiedlich.

Dabei unterscheidet Gunnar Schröder zwischen der Seele, dem Empfindungsorgan, und dem Verstand, dem Regulierungsorgan. „Es ist wie bei einer Waage. Auf der Seelenseite wiegt der Verlust eines Menschen schwer, das ist wie ein Holzblock. Als Gegengewicht packen wir dann auf die Verstandesseite schöne Erinnerungen oder Dankbarkeit für die gemeinsame Zeit. Aber weil die Seele noch schmerzt, spült sie immer wieder wie ein Tsunami Emotionen über die Schale und räumt die Verstandesseite leer. Die müssen wir dann wieder mühsam befüllen. Das Gute dabei ist: Der Tsunami hat auch ein Stück des Holzblocks abgetragen. Das Gefühl von Verlust wird mit jedem Mal geringer. Das ist der Prozess des Trauerns.“

In Zeiten des Verlusts ist Gunnar Schröders Coaching gefragt

Es sind verblüffende Bilder, die Gunnar Schröder zeichnet. Bilder, die er auch seinen Kunden liebevoll mit auf den Weg gibt, um ihnen den Raum und die Ermutigung für ihre Trauer zu geben. Auch abseits seines Berufs schaut er gesellschaftsphilosophisch auf das Thema Verlust und die daraus resultierenden Existenz- und Sinnfragen. Gerade jetzt, während der Corona-Krise, ist das präsenter denn je – Verluste hat jeder auf die eine oder andere Art zu beklagen. Ein Grund, warum die Nachfrage an Gunnar Schröders Coaching steigt.



Diese Kompetenz ist nicht nur aus seinem herausfordernden Beruf gewachsen. Gunnar Schröder hat jüngst einen Profifolger beraten und begleitet im Rahmen eines „Hands-on-Sponsorings“ zwei Fußballmannschaften der Verbands- und Oberliga. Eine Leidenschaft, die auf seinem tiefen Verständnis für Krisen und Wachstumsprozesse fußt und die in seiner neuen Coaching-Firma „Soul Support“ nun ausgebaut wird. Neue Perspektiven für Unternehmer und Profisportler, lebensnah und praktisch. „Wenn es etwas gibt, was ich gut kann“, sagt er und lacht herzlich, „dann ist es Menschen, die in der Scheiße sitzen, wieder rauszuholen.“

*Gunnar Schröders „Soul Support“ geht bald online:
www.soul-support.de*

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Ihre Krisen sind eine wertvolle Ressource. Schätzen Sie Krisenzeiten als Möglichkeit, zu wachsen und sich zu entwickeln. Mit diesem Bewusstsein werden Sie automatisch ein Vorbild für alle, die selbst durch eine Krise gehen.

2

Verstehen Sie die tiefen Sehnsüchte Ihrer Kunden. Welche inneren Konflikte stecken hinter der Anfrage Ihrer Kunden? Lassen Sie sich empathisch auf diese Themen ein – und Sie werden Ihrer Dienstleistung eine ganz neue Qualität verleihen.

3

Wagen Sie sich mit Ihrer Expertise auf neue Pfade. Welche Softskills, welche tiefen Erkenntnisse hat Ihre bisherige Tätigkeit in Ihnen reifen lassen? Gibt es andere Aufgaben, die Sie mit diesem neuen Skillset nun meistern können?

„Wenn es um den Nachlass geht, kochen die Emotionen hoch“



Als Erbschaftsplanerin begleitet Ina Gärtner Menschen zur passgenauen Vorsorge

von Micha Kunze

Bürokratie und Beamtendeutsch: Die Hürde der Vorsorge

Es ist ein wunderschönes Fachwerkhaus im nordhessischen Dagobertshausen, in dem das Büro von Ina Gärtner liegt. Harmonisch verschmelzen die dunklen Fachwerkbalken mit der modernen und geschmackvollen Inneneinrichtung und dem farbenfrohen Anstrich der Wände. Hier finden viele der Gespräche statt, bei denen es schon auch mal an die Substanz geht: Wie verteile ich mein Erbe? Was soll in meinem Testament stehen? Wenn mir etwas zustößt – wer entscheidet dann über mein Leben? Es ist ein unglaublich spannendes Feld, in dem Ina Gärtner arbeitet. Und ein wichtiges sowieso.

„Es sind oft ältere Menschen, die ihren Weg zu mir finden“, erzählt Ina Gärtner. Sie sitzt entspannt auf dem Sofa, heute im leger-schicken Look im dunkelblauen Sakko, mit warmer und sympathischer Ausstrahlung. „Aber ich habe auch Kunden, die aufgrund eines großen Familienkonflikts in einer Sackgasse stehen und nicht wissen, welche Entscheidung angemessen ist. Jede einzelne Person hat ganz individuelle Fragen und Wünsche. Für genau die nehme ich mir Zeit.“

Es gibt so manche Themen, um die viele Menschen einen großen Bogen machen: die Erstellung des eigenen Testaments etwa, die Erbverteilung, Vollmachten oder Patientenverfügungen. Dabei sind es genau diese Themen, die mit fortschreitendem Alter immer wichtiger werden. Jedoch ersticken deren Komplexität diese wertvolle Auseinandersetzung oft im Keim. Hier setzt Ina Gärtner an – und schafft eine Atmosphäre, in der Menschen zielgerichtet gute Entscheidungen für ihr Leben treffen können.

Wer richtig planen will, braucht eine gute Basis

Worum es bei der Erbschaftsplanung geht? „Es geht einerseits um Vollmachten. Was geschieht, wenn ich zum Beispiel einen Unfall habe? Und es geht um das Thema Nachlass und Vermächtnis. Also was passiert, wenn ich sterbe? Das sind Themen, bei denen es sich absolut lohnt, wenn man sich gut mit ihnen auseinandersetzt“, berichtet Ina Gärtner. Im System sei aber bisher nur wenig Platz für die Sorgen und individuellen Bedürfnisse der Menschen. Oft, weil diese Grundlagengespräche nicht im Kompetenzbereich der zuständigen Instanzen liegen.

Deshalb setzt Ina Gärtner einen Schritt früher an. Ihr ist es ein besonderes Anliegen, dass sich ihre Kunden auf einen Prozess einlassen können. „Ich schaffe einen Raum, in dem auch alle Ängste und Konflikte angesprochen werden dür-

fen. Beim Zuhören merke ich, an welchen Stellen Unsicherheiten und Frustration herrschen und das spiegle ich auch. Nur so können Menschen langfristig gute Entscheidungen treffen, die sie auch wirklich verstehen.“

Vom Wochenkurs zum Doppelstudium

Der Weg zur Erbschafts- und Estate-Planerin war für Ina Gärtner selbst alles andere als gerade. 2012 bekam sie das Angebot, an der Europäischen Akademie für Finanzplanung einen Wochenkurs zur zertifizierten Erbschaftsplanerin zu machen. „Von diesem Kurs war ich sofort begeistert“, erzählt sie erfreut. Der Startschuss für eine außergewöhnliche Karriere. „Mir geht es nicht nur um die Finanzplanung von Menschen. Das machen Bankleute ja auch. Wie gehe ich aber damit um, wenn Konflikte herrschen? Wenn es keine klassische Wohnungsverteilung gibt? Keine oder mehrere Kinder? Oder Partner grundsätzlich unterschiedliche Vorstellungen für ihr Testament haben?“

Schnell wird Ina Gärtner klar: Ihr Know-how reicht für fachliche, nicht aber für die zutiefst persönlichen Fragen ihrer Kunden aus. Deshalb legt sie an der Fern-Uni Hagen noch ein Studium als Mediatorin oben drauf und krönt ihren akademischen Werdegang mit einem Studium an der EBS in Oestrich-Winkel, das sie als Estate Planner und Generationenberaterin abschließt. „Dieses Studium hätte ich mal besser in meinen frühen Zwanzigern gemacht“, lacht sie laut. Doch die Strapazen haben sich gelohnt. Erbschaftsplanerinnen wie Ina Gärtner, die fachliche Kompetenz mit ehrlichem Interesse und feinfühleriger Gesprächsführung verbinden, gibt es in Deutschland fast nicht.

„Der Prozess geht so lange, wie er gehen muss“

Was die Gespräche bei Ina Gärtner ausmachen, ist ein sicherer Rahmen, ein offenes Ohr und genügend Zeit. „Ich lerne meine Mandanten immer erst kennen. Ich höre zu und bekomme ein Gespür für sie – und sie umgekehrt natürlich auch für mich. Es ist wichtig, dass mich meine Kunden sympathisch finden und das Gefühl von Sicherheit haben. Nur dann ist es möglich, über diese teils heiklen Themen frei zu sprechen“, sagt Ina Gärtner. Dafür habe sie eine feste Regel: Der Prozess geht so lange, wie er gehen muss. Keine Abkürzungen. Solche Dinge brauchen eben ihre Zeit.

Während Pragmatiker meist sehr zielgerichtet und innerlich aufgeräumt Ina Gärtners Dienstleistungen in Anspruch nehmen, brodeln in manch anderen viel mehr. „Oft herrscht auch einfach eine Unsicherheit. Mandanten kommen und merken, dass in ihnen ein Thema arbeitet, von dem sie nicht genau wissen, ob und wie sie es bearbeiten können.“ Nicht selten unterstützt Ina Gärtner bei der Unternehmensnachfolge oder der Überschreibung von Konten und Immobilien. Mitunter eine emotionale Angelegenheit. „Da helfen mir meine Fähigkeiten als Mediatorin, diese Themen auf den Tisch zu bringen und zu spiegeln, woran es momentan hakt. Das sind immer sehr spannende Begegnungen.“

Wer sich auf den Prozess einlässt, wird mit Erleichterung belohnt

Es kommt schon auch mal vor, dass in genau diesen Gesprächen tief liegende Konflikte ausbrechen. Vor allem, wenn es um die eigene Verwandtschaft geht. „Familie ist das dünnste Eis, über das man laufen kann“, meint Ina Gärtner fast schon andächtig. Gerade dann, wenn es mal etwas emotionaler zur Sache geht, behält sie einen kühlen Kopf. „Ich bleibe da professionell und wahre Distanz“, sagt sie. „Manchmal geht es gar nicht mehr um ein Testament oder irgendeine Entscheidung. Die Themen liegen viel tiefer.“

Glücklicherweise überwiegen die positiven Begegnungen in Ina Gärtners Karriere. „So oft bekomme ich Anrufe oder Nachrichten von Menschen, die am Ende der gemeinsamen Zeit unglaublich dankbar sind. Und zutiefst erleichtert. Deshalb mache ich meinen Job so, wie ich ihn mache“, verrät sie lachend. „Die gute Basis schaffen, damit alles rechtlich sauber und gleichzeitig individuell passend über die Bühne gehen kann.“ Ina Gärtners Arbeit zeigt nicht nur, dass eine ausreichende Vorsorge maßgeblich wichtig ist. Sie zeigt vor allem auch die Wichtigkeit, wie mit der Vorsorge umgegangen wird. Darin hat sie einen stimmigen und nachhaltigen Weg gefunden. Warum es in Deutschland so wenige Erbschaftsplanerinnen vom Kaliber einer Ina Gärtner gibt? Das bleibt rätselhaft. Fest steht: Es braucht mehr von ihnen!

Über die Dienstleistungen und Vortragstermine von Ina Gärtner informieren Sie sich hier: www.ina-gaertner.de

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Wichtige Prozesse kann man nicht abkürzen. Veränderung geht so lange, wie sie gehen muss. Erlauben Sie sich, sich die Zeit für Ihre Prozesse zu nehmen, die Sie benötigen.

2

Fokussieren Sie sich auf Ihr Arbeitsfeld. Nicht jedes Problem, das in einem Prozess auf den Tisch kommt, ist Ihr Problem. Machen Sie sich bewusst, welche Verantwortungen bei Ihnen liegen – und welche bei Ihrem Gegenüber.

3

Wann gehen Sie Ihre Erbschaftsplanung an? Je früher Sie sich mit dem Thema Erbschaft auseinandersetzen, desto besser. Beschäftigen Sie sich jetzt mit diesen wichtigen Themen, damit Sie bei der Unternehmensnachfolge oder Erbschaft kein böses Erwachen erleben.



WERTSCHÖPFUNG ODER SINNSTIFTUNG? BEIDES!

Sebastian Mann hilft Mandanten,
Vermögen und Finanzen segensreich zu nutzen

von Agnes Anna Jarosch

Sebastian Mann wird mir empfohlen für Themen rund um Vermögensanlage, Vermögensverwaltung, Immobilienfinanzierung und Versicherungen. Als ich zum Hörer greife und ihn anrufe, merke ich sofort, dass etwas nicht stimmt. Ich bin darauf vorbereitet, zügig das obligatorische Frage-und-Antwort-Spiel zu durchlaufen, das mein Kundenpotenzial offenbart. Doch diese Sondierung bleibt aus. Stattdessen reden wir von Mensch zu Mensch. Als ich auflege, bleibt das überraschend freudige Gefühl von Wohlwollen zurück. In Zeiten von Check24, heiß verkauften Leads und zu Sparfüchsen gemauerten Kunden ist es gesellschaftlich akzeptierte Normalität, dass wir Menschen einander im geschäftlichen Kontext wie Objekte behandeln. Mit „MehrWert Finanzen“ lebt Sebastian Mann den Gegenpol und beweist seinen Kunden tagtäglich, dass es auch anders geht.

Den klassischen Denkansatz der Finanzbranche lernt Sebastian Mann 2004. „Ihr seid keine Berater, ihr seid Verkäufer“, erfährt er als junger Mensch in den ersten Wochen seiner Banklehre. Instinktiv weiß er, dass diese Beratungsmentalität nicht seine Mission sein kann. Mit klaren Wertvorstellungen kündigt er nach der Ausbildung und wechselt zu einem Vermögensverwalter. Gemeinsam mit seinen Partnern ist er 2007 als

jüngster Teil der Gemeinschaft Mitbegründer einer Investment-Gesellschaft, die in Rumänien, Bulgarien, China und Abu Dhabi Immobilienprojekte finanziert und offene Fonds managt. Das Unternehmen hat Erfolg und wächst schnell auf 110 Mitarbeiter und 100 Millionen verwaltetes Vermögen. Doch Manns Gewissen rebelliert und er kämpft bei seinen Mitgesell-schaftern für seine Version von Transparenz, Verwalterschaft und Umgang mit Anlegergeldern. Am Ende muss er feststellen, dass er mit seiner Vision allein bleibt. Resigniert gibt er seine Anteile zurück, verlässt Ende 2010 die Gesellschaft. Ein Jahr lang arbeitet er für einen Fotovoltaikprojektentwickler und baut dort den Investorenbereich und die Private-Equity-Finanzierung für eine Technologieentwicklung auf.

Mäuse, Motten und Mercedes

Als Christ hadert er mit sich selbst, mit Gott und mit der Welt. Neben dem Unternehmertum hatte er an der Frankfurt School of Finance & Management seinen Studienabschluss gemacht und darüber hinaus auch noch eine Coaching-Ausbildung abgeschlossen. Orientierungslos fragt er sich, warum ausgerechnet er in der ethisch oft so fragwürdigen Finanzbranche gelandet ist. Wer Fragen stellt, bekommt Antworten. Sebastian Mann erhält seine Antworten in Form eines Buches, das er ge-

schenkt bekommt. Das Werk heißt „Mäuse, Motten und Mercedes“, wurde von Craig Hill und Earl Pitts im Jahr 2002 geschrieben und handelt von den biblischen Prinzipien im Umgang mit Geld. 256 Seiten und 353 Gramm geballter Inhalt sättigen Manns hungrigen Geist.

„Das war mein Kick-off“, sagt Sebastian Mann. „Ich hörte endlich auf, Gott Vorwürfe zu machen, und fing an, die Finanzprinzipien der Bibel auf mein eigenes Leben zu übertragen.“ Er beginnt, an die Versorgung Gottes zu glauben, Geben zur Grundhaltung zu entwickeln und wie ein treuer Verwalter Gottes die ihm anvertrauten Mittel zu verwalten und sich mit dem Thema der Nachhaltigkeit zu beschäftigen.

Eines kommt zum anderen. Durch Zufall erfährt er, dass einer seiner Bekannten sich „MehrWert Finanzen“ angeschlossen hat, und ist sofort Feuer und Flamme. Er kann aufhören, das Rad neu zu erfinden, weil es das Geschäftskonzept des nachhaltig-ethischen Finanzierens, das er ins Leben rufen möchte, bereits gibt. 2012 schließt sich Mann als Partner der MehrWert GmbH an und stellt die Weichen für seine Version des Finanzierens und Wirtschaftens in unserer Welt.

Gewinn mit Sinn

Bei „MehrWert Finanzen“ ist alles wohlthuend anders, als Sebastian Mann es in der Bank kennengelernt hat. Kunden versteht er als Mandanten. Er selbst arbeitet nicht als Verkäufer, sondern als Coach und Berater, der hilft, sinnvolle Entscheidungsgrundlagen zu schaffen – ergebnisoffen statt abschlussorientiert. Während Bankberater häufig rollieren, um sachlich-distanziert zu bleiben, baut „MehrWert Finanzen“ auf Vertrauen, Beziehung und Beständigkeit. Statt schnelle Gewinne abzuernten, fokussiert man sich auf Sinn und Nachhaltigkeit und ist dabei gewillt, Willen, Geduld und Fokus zu investieren, statt nur zu entnehmen. Eine Ernte will vorbereitet werden, damit die Saat aufgeht und Früchte trägt. Dazu gehört das Säen, Bewirtschaften, Ruhen sowie das Beachten von Jahreszeit und Klima.

In Zeiten von Ölhavarien, Klimakatastrophen, Betrugsskandalen und Wirecard-Pleiten erkennen immer mehr Akteure auf dem Finanzmarkt, dass die Investitionsrisiken bei mangelnder Ethik und fehlenden Nachhaltigkeitskonzepten zu groß werden. Damals gehörte Mann mit „MehrWert Finanzen“ zu den Pionieren. Dabei motivierte ihn die Idee, zur sinnvollen Nutzung von Vermögen zu befähigen und nebenbei zu einer lebenswerteren Welt beizutragen. Beides kann und darf sich

nicht mehr ausschließen, findet er und sagt: „Wenn Wert und Sinn Hand in Hand gehen, entsteht Segen.“ Transparenz gehört für ihn in seiner Arbeit ganz selbstverständlich mit dazu: „Bei Finanzierungen legen meine Mandanten die Karten offen auf den Tisch. Warum sollte ich da nicht auch für Transparenz beim Kostenmodell sorgen?“

Gier oder genug?

Die Corona-Pandemie zeigt, dass in der Zukunft von der steigenden Inflation bis zur Deflation alles denkbar ist. Sebastian Mann empfiehlt deshalb nicht etwa, in Angst zu verharren und Goldbarren im Safe zu horten, denn wirtschaftlich-sinnstiftende Unternehmen werden auch in Zukunft ihren Wert behalten. Er ermuntert stattdessen dazu, ausgewählt zu streuen und entspannt zu bleiben. Genauso, wie nicht jeder Samen auf fruchtbaren Boden fällt, ist es okay, wenn bei guter Streuung mal eine Investitionsentscheidung keine Früchte trägt. „Den Output kann man meistens nicht allein definieren, aber den eigenen Input und die Intention“, sagt er. „Dabei muss nicht alles gelingen.“ Eben weil die Gier niemals satt ist, ermuntert er, sein persönliches Genug zu kennen. Maßvoll statt maßlos – das ist die neue, gesunde Definition für ein gutes Leben.

Die Zukunft sieht Sebastian Mann in der Transformation von Denken und Konsum. Erneuerbare Energien, Ernährungsverhalten, Klimawandel, künstliche Intelligenz, Robotics, Digitalisierung und Gesundheitswesen werden uns herausfordern. Vermögen ist Mittel zum Zweck und kann sinnvoll eingesetzt dazu beitragen, neue Lösungen zu finden. Er resümiert: „Die Zukunft wird sich massiv von unserer Gegenwart unterscheiden, doch die anstehenden Veränderungen bieten eine Riesenchance für eine menschlichere, liebevollere und lebenswertere Zukunft.“

Genau dazu kann jeder Einzelne beitragen – auch durch seine Finanz- und Vermögensentscheidungen.

Zum Weiterhören:

Seit 2019 gibt es gemeinsam mit seinem Partner Dr. Alexander Matijevic einen Podcast unter „Oh du heiliges Geld“, in dem sie sich jede Woche neu Finanzfragen widmen und prüfen, was die Bibel dazu zu sagen hat.



<https://open.spotify.com/show/55sAVrDzlPd3e323oLS5RD?si=ADrf6C7FRbKAQCfdWj40ew>

www.mehrwert-finanzen.de

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Wer Fragen stellt, bekommt

Antworten: Stellen Sie sich die richtigen Fragen, die Ihnen bei Ihrer Weiterentwicklung helfen?

2

Ermöglichen Sie Gewinn mit Sinn:

Investieren Sie Ihr Geld in Firmen, die ethisch-nachhaltige Mehrwerte stiften, denn diese werden auch in Zukunft ihren Wert behalten.

3

Definieren Sie Ihr persönliches

„Genug“: Maßvoll statt maßlos ist für uns alle eine neue, gesunde Definition für ein gutes Leben.

VOM MATHE-TALENT ZUM KREATIVEN SOFTWARE-UNTERNEHMER:

Christian Dittrich entwickelt agile und individuelle Anwenderlösungen, die konsequent begeistern, statt zu nerven



„Schließlich sind neben dem Quellcode noch andere Faktoren wichtig, damit eine Software richtig gut werden kann.“

von Agnes Anna Jarosch

„Ich habe schon sehr früh angefangen, mich mit Computern zu beschäftigen“, beginnt Christian Dittrich seine Geschichte. Als Geschäftsführer der creatale GmbH hat sich er sich auf kompromisslos gute Anwender-Software spezialisiert und für diesen Werdegang mit Hindernissen bereits von Kindheitsbeinen auf die Weichen gestellt. Mit seiner Familie wächst er in Ostdeutschland in der Nähe von Berlin auf. Die Leidenschaft für Selbstständigkeit und für Software wird ihm früh vermittelt, denn nach der Wende arbeitet Dittrichs Vater als Software-Entwickler. Er bringt seinem Sohn bei, was er weiß, und zusammen probieren die beiden viel aus und experimentieren. So bekommt Dittrich einen tiefen Einblick in die damals noch unbekannteren Technologien. Seine Freizeit verbringt er dabei mit der Programmierung von Computerspielen. „Sehr zum Leidwesen meiner Eltern“, sagt er und grinst.

Mathe-Leistungskader und internationale Olympiaden

In Frankfurt an der Oder geht er auf das Carl-Friedrich-Gauss-Gymnasium mit Fokus speziell auf Mathematik, Naturwissenschaft und Technik, das regelmäßig Schüler zu internationalen Olympiaden für Physik, Chemie, Biologie und Mathematik entsendet. „Unser Gymnasium war wahrlich eine Talentschmiede mit diversen Zusatzangeboten und -leistungen.“ Christian Dittrich wird für das Leistungszentrum Mathematik nominiert und trainiert mit dem Leistungskader für die Teilnahme an internationalen Olympiaden. Bereits ab der 7. Klasse erhält er Informatikunterricht, was im Jahr 1997 sehr innovativ ist. Das Thema Programmierung begeistert ihn und es macht ihm Spaß, zu experimentieren, Quellcode zu schreiben und sich am Ende, häufig auch nach längerer Tüftelei, über ein funktionierendes Ergebnis zu freuen.

Nach dem Abitur steht für Dittrich außer Frage, dass er seiner Spiele- und Programmierfreude weiter folgen möchte. Dabei ist ihm wichtig, seine praktischen Fähigkeiten zu verbessern. „Ich wollte lernen, Programme noch besser zu schreiben, statt zu viel über die Theorie zu sinnieren.“ Auf seiner Suche nach einer geeigneten Universität findet er den neuen Studiengang „Softwaretechnik“, der allerdings nur an der Uni in Stuttgart angeboten wird. „Es handelte sich um einen Modellstudiengang, in dem auch zwei einjährige Projekte eingeplant waren, um die praktische Umsetzung zu durchleben und zu erfahren. Schließlich sind neben dem Quellcode noch andere Faktoren wichtig, damit eine Software richtig gut werden kann.“

Leitstern: „Irgendwann habe ich meine eigene Firma“

Doch vorher stehen bei ihm noch der Wehrdienst und die Zeit beim Bund an. „Diese Zeit war wichtig für mich“, sagt Dittrich. „Denn hier habe ich festgestellt, dass ich nicht gut unter Chefs arbeiten kann. Das hat meinen Wunsch verstärkt, mich selbstständig zu machen. Mir ist es wichtig, nicht gegen meine eigene Logik und Grundwerte zu handeln.“ Doch noch ist dieses Ziel in weiter Ferne. Erst einmal geht es darum, Kompetenz aufzubauen und die fachlichen Grundlagen zu schaffen. Die Gewissheit, „irgendwann einmal habe ich meine eigene Firma“, ist sein Leitstern

während seiner Lern- und Studienzeit. Sein Studium beginnt 2006 und entspricht voll und ganz Dittrichs Erwartungen. Da sein Professor gute Kontakte zu Bosch Indien hat, findet sich Christian Dittrich im Winter 2009/10 in Bangalore als Bosch-Praktikant wieder. „Die Arbeit war super“, sagt er. Gleichzeitig merkt er allerdings, dass er nicht in einem anonymen Konzern arbeiten will, sondern lieber in einer kleineren Firma.

Anwendungen, die Spaß machen

Während all der Jahre bleibt die Faszination für Spiele bei Dittrich erhalten. Viele erinnern sich gewiss, dass 2009 das Spiel ‚Minecraft‘ auf den Markt kam. Als Programmierer mit einem Faible für Computerspiele interessiert ihn, wie sich Spieler selbst organisieren, Freundschaften und Gemeinschaften aufbauen, um gemeinsam Ziele zu erreichen. „Bei ‚Minecraft‘ sieht die Welt bei jedem Spieler anders aus. Man kann sie ohne Vorgaben verändern und neu zusammensetzen. Dieser Kreativ-aspekt an Software faszinierte mich sehr.“

So tritt Dittrich mit dieser Idee bereits neben dem Studium an seine Kommilitonen heran, um als Freizeitprojekt ein Konzept auszuarbeiten und einen Prototypen zu bauen. Die Idee ist: „Wenn das funktioniert, dann gründen wir eine Firma.“ Gesagt, getan. Inspiriert vom Gründergeist meldet Dittrich im September 2012 mit drei weiteren Studienkollegen die erste eigene Firma „creatale“ (create und tale) an. Mit kreativer Software-Entwicklung ziehen die vier jungen Gründer den ersten Kunden an Land, für den sie ein langjähriges, komplexes Software-Projekt abwickeln. Doch als nach dem Abschluss des Projekts 2015 kein Anschlussprojekt in Sicht ist, bleiben die Kassen leer.

Vom Programmierprofi zum Unternehmer

„Wir mussten lernen, dass technische Leidenschaft allein nicht ausreicht. Im Studium lernt man nicht, wie man Unternehmer wird, Marketing, Werbung sowie die Akquisition neuer Projekte betreibt.“ Seine Mitgründer beschließen, aus der Firma auszusteigen. Dittrich bleibt zurück und muss die Weichen für sich und sein Leben stellen. Soll er den Traum von der eigenen Firma aufgeben, um angestellt zu sein?

Das kommt für den technikversierten Freigeist nicht infrage. 2016 beschließt er, die Verantwortung als alleiniger Gesellschafter zu übernehmen, die Ärmel hochzukrempeln und die Defizite in Verkauf, Kommunikation und Marketing aufzuarbeiten. Da die Kassen der GmbH leer sind, muss eine Strategie

her, um erst einmal zu überleben und über die Runden zu kommen. Dittrich beschließt, dieses unternehmerische Tief mit einer Teilzeitanstellung zu überbrücken. „Bei freier Zeiteinteilung konnte ich räumlich unabhängig Geld verdienen und gleichzeitig meine Firma weiterführen und mich um die Baustellen kümmern.“

Expertenstatus sichtbar machen

Dittrich denkt viel nach und holt sich Unterstützung von Beratern und Mentoren. Was muss sich ändern, damit seine Firma langfristigen und nachhaltigen Erfolg hat? Sein einzigartiges Verständnis bei Mathematik und Programmierung sucht seinesgleichen und ihn reizen die komplexen Problemstellungen, die kreativer Lösungen bedürfen. „Das zeichnet uns aus: Egal wie hoch die technische Herausforderung ist, wir finden garantiert eine Lösung.“ Dittrich rappelt sich auf und zieht aus eigener Kraft ein großes Projekt an Land, das ihm Aufwind gibt. Von da an geht es bergauf. Schritt für Schritt beginnt er, sein Team neu aufzubauen, qualifizierte Mitarbeiter zu finden und mit neuer Positionierung auf dem Markt sichtbar zu werden.

Für ein digitales Business, das schnell skaliert: „Software, die du liebst“

Er fragt: „Was haben die großen Player wie Apple, Amazon, Google, Tesla und Amazon gemeinsam? Alle haben einmal klein angefangen und geniale Ideen in kompromisslos gute digitale Problemlösungen übersetzt. Ohne digitale Lösungen geht es heutzutage nicht mehr. Doch Kundenbegeisterung entsteht nur, wenn softwarebasierte Lösungen bei der Anwendung Spaß machen und einfach gut funktionieren.“ Dabei entwickelt Christian Dittrich die Software bei „creatale“ konsequent agil. „Unsere Kunden haben dadurch diverse Vorteile, wie etwa eine kurze Zeit bis zur Markteinführung bei voller Kostenkontrolle und maximaler Flexibilität. Das ermöglicht einen schnellen Return on Investment und schnelle Reaktion auf Änderungen.“

So schließt sich der Kreis von den Anfängen in der Kindheit bis zum erfolgreichen Unternehmertum: Mathematische Intelligenz vereint sich mit versiertem technischen Verständnis und mit spielerischer Kreativität. Sie ermöglichen eine einzigartige Software, die bei der Anwendung Freude bereitet und gern verwendet wird – dies ist der Schlüssel für alle beliebten und erfolgreichen digitalen Software-Lösungen, damit das digitale Business schnell skalieren kann.

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Was ist mit den Leidenschaften aus Ihrer Kindheit passiert? Sie sind für uns häufig ein Wegweiser zu dem, was uns nicht nur erfolgreich, sondern auch glücklich macht.

2

Haben Sie einen Leitstern im Leben und können Sie diesen klar benennen? Ein Leitstern hält uns auf Kurs, auch wenn es zeitweise schwierig und holprig wird.

3

Sie sind unkopierbar – aber können Sie dies auch kommunizieren? Finden Sie eine klare Kernbotschaft, die Ihre Positionierung und Ihre Leidenschaft vermittelt.

RÜCKBLICK AUF DEN EPOS AWARD 2019:

Warum Bäcker Plentz für uns der Sinnstifter des Jahres ist

von Rainer Wälde



Karl-Dietmar Plentz gewinnt den ersten EPOS Award. Mit diesem Preis werden mittelständische Unternehmer ausgezeichnet, die als Sinnstifter in der Gesellschaft vielfältig Geschichte schreiben.

Seine klare Haltung bietet Orientierung

Eine unabhängige Jury unter Leitung von Dr. Christa Pfeffer und Sven Kaun-Feederle wählte aus den eingegangenen Bewerbungen den Brandenburger Bäckermeister. Er führt bereits in der vierten Generation die Familienbäckerei in Oberkrämer an der nordwestlichen Stadtgrenze von Berlin. In der Laudatio würdigte die Jury die leidenschaftliche Haltung von Karl-Dietmar Plentz: „Haltung meint hier nicht resilient und quasi teflonbeschichtet durch die Herausforderungen seines Lebens zu eilen. Nein, der Preisträger zeigt: Eine klare Haltung bietet Orientierung und kann andere in Bewegung setzen.“

Karl-Dietmar Plentz ist in der DDR aufgewachsen und hat mit seiner Frau Agnes fünf Kinder großgezogen: „Diskriminierung und entsprechender Verzicht auf Abitur und Studium zu Zeiten der DDR konfrontierten unseren Preisträger schon früh mit Krisen. Durch eine schwere Erkrankung des Vaters kam die Übernahme des Familienbetriebs bereits im Alter von 22 Jahren. Widerstände mussten bewältigt, grundsätzliche Zukunftspläne nach der Wende angegangen, auch eine persönliche Erschöpfungszeit und Neuorientierung für Aufgaben in Familie, Unternehmen und Gesellschaft durchlebt werden.“

Ein Brotmacher mit Passion

Karl-Dietmar Plentz erlernt das Bäckerhandwerk, wird engagierter Unternehmer und Gemeindevertreter und handelt aus christlicher Überzeugung – ein ehrenamtlich engagierter Mann mit Leidenschaft. Die Jury betont: „Der EPOS-Preisträger aus Brandenburg hat sich in vielerlei Hinsicht um das Gemeinwohl verdient gemacht. Als Bäckermeister verantwortet er heute einen Handwerksbetrieb mit mehreren Filialen und 160 Mitarbeitenden. Er fördert unter anderem die Tradition des Bäckerhandwerks durch den Einsatz eines historischen Holzbackofens.“

Für den Juroren Sven Kaun-Feederle backt Bäcker Plentz dabei mehr als kleine Brötchen: „Für christliche Werte setzt sich der erfolgreiche Unternehmer mindestens so zapackend ein wie für innovative Marketing-Aktionen. So

fördert er als ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb Jugendliche mit Handicap als auch mit Begabtenförderung, zum Beispiel dem trialen Studium und Ausbildung mit Auslandspraktikum. Nebenberuflich verbindet er Traditionshandwerk mit sozialem Engagement und setzt sich für Projekte ein wie die Spendenaktion ‚Ein Brot, das Gutes tut‘. Dabei sammelten die Deutschen Innungsbäcker im vergangenen Jahr 100.000 Euro zugunsten von ‚Ein Herz für Kinder‘.“

Epos Award: Wertschätzung für 160 Mitarbeiter

„So wie ihr von den Menschen behandelt werden möchtet, so behandelt sie auch.“ Dieses Bibelzitat ist ein gelebter Wert in seiner Handwerksbäckerei, die auch Platz für Unterschiedlichkeit bietet. Bäcker Plentz stellt Mitarbeiter unabhängig von ihrem Hintergrund ein und hat auch die „Charta der Vielfalt“ unterschrieben, die sich für ein vorurteilsfreies Arbeitsumfeld einsetzt.

Sein Wunsch: Alle Mitarbeitenden sollen Wertschätzung erfahren: unabhängig von Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität.

Die Jury des EPOS Awards betont: „Damit dient Karl-Dietmar Plentz denjenigen wertorientierten Unternehmern als Vorbild, die aus ihrem klaren Standpunkt heraus Diversität respektieren und gerade dadurch an Glaubwürdigkeit gewinnen.“

Buchtipps

Die Unternehmensgeschichte von Karl-Dietmar Plentz: „Der Brotmacher“, Brunnen Verlag, Gießen, 2019



Auch 2020 wird der EPOS Award Unternehmer auszeichnen, die als Sinnstifter vielfältige Geschichte schreiben. **Am 18. November** treffen sich zum zweiten Mal Selbstständige und mittelständische Unternehmer zum EPOS-Tag.

Der **ZDF-Fernsehmoderator Tim Niedernolte** hält in diesem Jahr den Hauptvortrag:

Die Welt ist im Umbruch. Nicht nur im Internet entlädt sich geballte Wut in Form vernichtender Kommentare. In vielen Lebens- und auch Arbeitsbereichen vermissen wir einen guten und fairen Umgang miteinander. Um diesen Trend aufzuhalten, setzt Tim Niedernolte auf ein positives Gegenmittel: die Wunderwaffe Wertschätzung. Sie ist kostenlos, stets verfügbar und überaus wirkungsvoll. Wertschätzung motiviert, stärkt Beziehungen und bereichert sowohl Geber als auch Empfänger. Warum also setzen wir sie nicht viel konsequenter ein? Gerade im Unternehmensumfeld kann gelebte Wertschätzung mehr Energie und Kreativität freisetzen als so manche Bonuszahlung.



Die Veränderung unserer Lebens- und Arbeitswelt, Generation Z und Alpha, Digitalisierung und andere wichtige Megatrends fordern dringend Anpassungen und einen neuen Schwerpunkt von Führung.

Führung im Wandel

Führung 5.0 und warum sie so wichtig ist

von Johannes M. Hüger

Das sind bedenkliche Zahlen: 97 Prozent der Führungskräfte halten sich selbst „eher für eine gute Führungskraft“. Dieser Aussage würden jedoch maximal 22 Prozent der entsprechenden Mitarbeiter zustimmen. Eine erschreckende Diskrepanz! Allein in Deutschland entsteht durch schwache Führung jedes Jahr ein wirtschaftlicher Schaden von geschätzten 107 Milliarden Euro* und die Zahlen sind vielen Versuchen zum Trotz in den letzten Jahren stabil.

Mir erzählte ein Betroffener, um dem entgegenzuwirken, hätte sein Unternehmen viel Geld in die Hand genommen und die besten Programme und Trainer engagiert. Das Ergebnis? 98 Prozent hielten sich danach eher für eine gute Führungskraft, aber nur noch maximal 15 Prozent der Mitarbeiter wollten dies bestätigen. Da ist wohl etwas schiefgelaufen.

In der Vergangenheit waren Führungsverständnis und die Erwartungen an Führungskräfte meist sehr einheitlich. Das ist heute nicht mehr der Fall. Das Verständnis von Führung, die Prioritäten und Kompetenzen, die von Führung gefordert sind, haben sich gewandelt.

Aktuell sichtbar wird das, wenn beispielsweise zu Corona-Zeiten Mitarbeiter statt im Großraumbüro auf einmal wesentlich selbstorganisierter vom Homeoffice aus arbeiten sollen. Führen auf Distanz verlangt dann plötzlich andere Fähigkeiten und Herangehensweisen. Auf einmal geht es viel stärker um Verbindung statt um Durchsetzungskraft, ums Begleiten statt ums Befehlen. Abgesehen von solchen auffälligeren Verschiebungen hat sich die Sichtweise von Führung in den letzten Jahrzehnten Führung beständig weiterentwickelt.

Führung 1.0 bis Führung 3.0

Ich erinnere mich noch an mein Studium, als der Professor uns als prüfungsrelevante Führungsdefinition diktierte: Eine Führungskraft ist der weisungsbefugte Dienstvorgesetzte seiner Mitarbeiter. Zugegeben, das war im letzten Jahrtausend kurz nachdem die Erdkruste erkaltete. Hier ging es vor allem um Position, Macht, Status, um Befugnisse und Kompetenzen, Dienstwagen ... Das war Führung 1.0.

Neben der Klarheit dieses Ansatzes entwickelte sich gerade wegen der damit verbundenen Schwächen eine neue Priorität. Das Bewusstsein wuchs, dass dringend mehr Menschenorientierung nötig ist, um ehrgeizige Ziele zu erreichen. Zudem wurde die Bedeutung der Vorbildfunktion korrigiert. Ein wichtiger Punkt. Als Führungskraft muss man nicht nur stark und durchsetzungsfähig, sondern auch Coach sein. Als solcher unterstützt die gute Führungskraft die Mitarbeiter nach Kräften, die gesetzten Ziele zu erreichen. Das war Führung 2.0.

Natürlich ist diese Entwicklung etwas pointiert dargestellt. Trotzdem will ich in aller Kürze auf kritische Punkte aufmerksam machen. Viele Mitarbeiter schätzen zu Recht die Stärken dieses Ansatzes: mehr Kontakt, die Führungskraft als Vorbild und andere wichtige Errungenschaften. Aber dieser Ansatz hatte, wie sich im Laufe der Zeit zeigte, auch Schwächen. Wieder etwas spitz formuliert ging es darum, menschnähere heilige Könige zu formen. Aber sie blieben eben Könige.

Führung 3.0 korrigierte diesen Schwachpunkt und erlaubte mehr Entfaltungsräume für die Mitarbeiter und ließ neben der klassischen Führungskraft mehr Raum für Initiative, Gestaltung und Selbstorganisation der Arbeit. Führung beschreibt hier zum ersten Mal eine konkrete Tätigkeit, unabhängig von der Position: „Führungskraft im ureigensten Sinn ist die Person, die erkennt, wo Veränderung sinnvoll, hilfreich und notwendig ist, und die alles tut, um diese Veränderung auch zu bewirken.“ Es wurden Räume geschaffen, in denen Mitarbeiter selbst Verbesserungspotenziale identifizieren und angehen konnten.

Von Führung 4.0 zu Führung 5.0

Während Führung 1.0 und 2.0 eine Position beschreiben und Führung 3.0 eine Person umreißt, setzt Führung 4.0 einen ganz anderen Schwerpunkt. Inspiriert durch die Herausforderungen von Matrixaufgaben, die nicht durch klassische Weisung zu bewältigen sind, wurde bewusst: Bei Führung geht es immer um eine Form von Beziehung. Diese gilt es zu gestalten. Beziehung lebt von Kontakt, von Gegenseitigkeit. Ansonsten ist die Führungskraft zwar vorgesetzt, aber sie führt nicht. Führung beschreibt hier die Qualität einer Beziehung mit all ihren Dynamiken und Wirkungen. Es geht um Kontakt, relevante Begegnung, Führen auf Augenhöhe und Achtsamkeit im persönlichen Umgang. Die Ausrichtung auf gemeinsam erarbeitete und angestrebte Ziele führt zu höherer Identifikation und Motivation. 360-Grad-Feedback erlaubt es, einander den Spiegel vorzuhalten.

Eine deutliche Weiterentwicklung! Aber, Sie ahnen es schon, auch diese hatte einen Schwachpunkt: Was nutzt es, wenn die Qualität einer einzelnen Führungsbeziehung sich verbessert, aber Führung viel zu partiell ist und das Gesamtsystem vernachlässigt wird?

Die Veränderung unserer Lebens- und Arbeitswelt, Generation Z und Alpha, Digitalisierung und andere wichtige Megatrends fordern dringend Anpassungen und einen neuen Schwerpunkt von Führung. Der Megatrend WeQ, vom Zukunftsforscher Peter Spiegel in Anlehnung an den bekannten IQ benannt, beschreibt die Entwicklung, dass wir viele Herausforderungen nur in einer neuen Qualität eines intelligenten Miteinanders bewältigen können. Führung 5.0, auch WeQ-Führung oder NEO-Führung (an nachhaltiger Entwicklung orientiert) genannt, reagiert darauf mit einem deutlich umfassenderen Ansatz: Führung wird verstanden als die notwendige Kraft und Dynamik der gemeinsamen Ausrichtung einer gesamten Organisation, eine gemeinsame Aufgabe. Statt um starre Hierarchien geht es um gemeinsame Wirksamkeit. Führung 5.0 denkt umfassender, stärkt Selbstverantwortung, sucht und bewirkt die bestmögliche, nachhaltige Ausrichtung für alle Prozessbeteiligten.

Die Rolle der Führungskraft

Die offizielle Führungskraft versteht sich in diesem Kontext, neben der juristischen Verantwortung, vor allem als Teamcoach, Ermöglicher, Rahmengeber und Geburtshelfer. Es geht um Führung als gemeinsam getragene Aufgabe, gemeinsame Ziele, Nachhaltigkeit und eine zunehmende Qualität in der Zusammenarbeit – deswegen auch WeQ-Führung genannt. Untersuchungen zeigen: Führung 5.0 lohnt sich, weil sie – richtig verstanden – eine Organisation menschlicher, wirtschaftlicher und nicht nur in Corona-Zeiten resilienter und zukunftsfähiger macht.

Welches ist nun die richtige Form von Führung, der beste Führungsstil? Lassen Sie es mich so beantworten: Die Geführten entscheiden. Als Führungskraft brauchen Sie aus allen Schwerpunkten Kompetenzen. Aber erst ein breiteres Verständnis von Führung und mehr WeQ-Führung liefert andere Ergebnisse, als die eingangs erwähnte Untersuchung.

Keine Frage: Führung braucht es immer! Aber was genau unter guter Führung verstanden wird, was von einer Führungskraft erwartet wird, welche Kompetenzen gefordert sind, hat sich deutlich verschoben. Wer das versteht, erlebt, wie alle Beteiligten gewinnen: der Kunde, die Firma, die Führungskräfte und die Mitarbeiter.



<https://www.co-create.de/seminare/masterclass-moderne-fuehrung/>

Johannes M. Hüger ist verheiratet und hat drei erwachsene Kinder. Er ist Geschäftsführer der co-create GmbH und Experte für moderne (Unternehmens-)Führung. Als solcher ist er auch WeQ Ambassador und hat mehrere Bücher geschrieben. Ab November 2020 ist er mit seiner modularen Master-Class „Führung im Wandel“ in der Gutshof Akademie zu Gast.



SO GELINGT IHNEN EINE ERFOLGREICHE PRESSEARBEIT

von Rainer Wälde

Wünschen Sie sich mehr öffentliche Anerkennung für Ihr Unternehmen? Möchten Sie Ihre Reputation erhöhen? Träumen Sie davon, als anerkannter Experte von Radio und Fernsehen angefragt zu werden?

Welche Geschichte möchten Sie erzählen?

Wie komme ich in die Medien? Das ist eine Frage, die sich jeder Selbstständige und Unternehmer stellt. Vor allem dann, wenn ein Mitbewerber von der Presse hofiert wird und häufig als Experte glänzt. Nach 35 Jahren im Medienbusiness kann ich Ihnen sagen: Es kommt primär auf Ihre Geschichte an. Was haben Sie als Selbstständiger erlebt? Was bewegen Sie als Unternehmer? Welche Krise haben Sie durchlebt? Wie gehen Sie mit Niederlagen um? Gerade in der Krise steckt enormes Potenzial für gute Geschichten. Zudem haben Sie jetzt die einmalige Chance, sich als Unternehmer zu profilieren und dauerhaft Reputation aufzubauen – auch als Marke. Die Medien suchen täglich nach neuen Geschichten von „Helden“, die in der Krise durchhalten, nicht aufgeben, sich neu erfinden, neue Wege gehen.

Dazu ein konkretes Beispiel: Markus Wasserle bekommt einen Anruf vom ZDF. Der überregionale Sender will ihn und seine Gebäudereinigungsfirma am Samstagabend vorstellen. Eine Riesenchance für den Chef von 400 Mitarbeitern in München. Kurze Nachfrage: Was will das ZDF von ihm? Sie haben gehört, dass er seinem Team besondere Wertschätzung entgegenbringt. Er hat eine eigene Kletterhalle gebaut und auch eine Surfanlage – dort können die Mitarbeiter kostenlos trainieren. Das fördert die Gesundheit, reduziert die Krankheitstage und stärkt die Bindung zum Unternehmen. Markus Wasserle strahlt am Telefon – das merke ich schnell, als er bei mir anruft. Gleichzeitig ist er auch etwas nervös. Wie läuft das ab? Was soll ich sagen? Die Anfrage scheint wie ein Lottogewinn: eine Sendung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, dazu am Samstag, wenn viele zu Hause sind. Mehrere Millionen Zuschauer bundesweit. Der Reputationsgewinn und vor allem die Reichweite sind selbst mit einem großen Werbebudget nicht zu kaufen.

Wie kann ich mich auf das Medium vorbereiten?

Im Vorfeld briefe ich Markus Wasserle, auf was er bei seinem Fernsehauftritt achten sollte. Mein Tipp: Warten Sie nicht auf die Fragen, sondern überlegen Sie sich im Vorfeld, was Sie sagen möchten. Was ist Ihre Kernbotschaft? Welches Beispiel, welche Geschichte möchten Sie erzählen? Häufig zieht der erste TV-Bericht weitere Medien von Print bis Radio nach sich. Wer einmal in den Medien auftaucht und sich dabei bewährt, wird in der Regel immer wieder angefragt. Entscheidend für Ihren Erfolg in den Medien ist strategisches Storytelling: Für welches Thema sind Sie Experte? Was macht Ihre Dienstleistung, Ihr Angebot einzigartig? Welche Geschichte steckt dahinter? Wen könnte das interessieren? Strategisches Storytelling bedeutet auch, jeden Monat zu überlegen, welche aktuelle Geschichte Sie jetzt erzählen können.

Zum Schluss noch ein Beispiel aus unserer Akademie: Im letzten Jahr haben wir von null auf hundert eine neue Ausbildung entwickelt und dazu einen verrückten Namen erfunden: Waldbademeister. Mit diesem Titel haben wir es in kürzester Zeit in die Presse, ins Radio und ins Fernsehen geschafft. Selbst die „Tagesthemen“ haben ausführlich darüber berichtet. Der Höhepunkt waren Abendnachrichten im „Hessen Fernsehen“ – als halbstündige Livesendung aus dem Gutshof. Diese mediale Aufmerksamkeit hat uns in kürzester Zeit zahlreiche Anmeldungen und ausgebuchte Kurse und Zusatztermine beschert. Der Waldbademeister wurde dank der Medien zum Erfolgseminar unserer Akademie und rettet uns auch in diesem schwierigen Jahr der Pandemie.

WIE SIE MIT STORYTELLING NEUE REICHWEITE GEWINNEN

Rainer Wälde: erfahrener Filmregisseur, Fernsehjournalist und Autor.

► *Bequem von zu Hause aus lernen:*

STORYTELLING IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN // 89 Euro

In fünf Online-Seminaren zeige ich Ihnen, wie Sie Geschichten strategisch gekonnt bei Facebook, Instagram und Youtube erzählen. In jeweils 90 Minuten können Sie bequem von zu Hause aus lernen, die Tipps sofort umsetzen und in der Praxis testen.



IHR ERSTES BUCH // 149 EURO

Träumen Sie davon, Ihr erstes Buch zu schreiben? Mit diesem Online-Kurs lernen Sie, in sieben Schritte Ihr eigenes Buch zu schreiben. Starten Sie mit einem Probekapitel, um Ihre Geschichte zu publizieren. Kombinieren Sie die besten Erlebnisse zu einem eigenen Buch, das die Herzen Ihrer Leser berührt.



ONLINE-SEMINARE UND
PERSÖNLICHE WORKSHOPS

► *Persönliche Workshops:*

STRATEGISCHES STORYTELLING // 690 Euro

Gern entwickle ich mit Ihnen eine passgenaue Strategie, um als Experte in Print, Radio und Fernsehen zusätzliche Reputation und Reichweite aufzubauen. In einem persönlichen 360-Grad-Interview erkunde ich an einem halben Tag, wo Ihr Herz schlägt. Auf Wunsch produziere ich für Sie nach dem Workshop eine konkrete Medienstrategie und einen persönlichen Redaktionsplan.



AN DER EIGENEN GESCHICHTE ARBEITEN

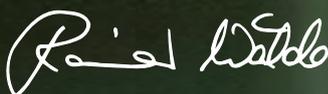
Story-Work-Wochenende mit Rainer Wälde

Sie haben eine eigene Geschichte und wissen nicht, ob sie für ein Buch, einen Film oder für die Medienarbeit Ihres Unternehmens gut genug ist? Gern arbeite ich mit Ihnen ein Wochenende lang an Ihrer Geschichte. Das ist ein ganz exklusiver Workshop für alle Geschichtenerzähler, die weiterkommen wollen.



PROFITIEREN SIE VOM KOSTBAREN INSIDER-WISSEN

Für viele Menschen ist die Medienbranche ein Buch mit sieben Siegeln. Bereits als 18-Jähriger habe ich für eine Tageszeitung geschrieben, mit 25 Jahren mein erstes Buch veröffentlicht. Als langjähriger Redaktionsleiter im Fernsehen verfüge ich über sehr viel Insider-Wissen, das ich Ihnen gern zur Verfügung stelle. Gern zeige ich Ihnen, wie Sie die Reichweite von Zeitung, Radio und Fernsehen für Ihr Unternehmen nutzen.

Ihr 

www.rainerwaelde.de



&



Tel. +49 5684 9226988
Persönliches Telefonat,
ob meine Angebot für
Sie das richtige ist.

Schreiben Sie mir:
info@rainerwaelde.de
Nutzen Sie meinen persönlichen
Workshop. Schreiben Sie mir
eine kurze E-Mail – gerne schicke
ich Ihnen unverbindlich mein
Angebot zu.



BLEIB DIR TREU & ERFINDE DICH NEU!

Mit den Archetypen zu neuer Einzigartigkeit im Post-Corona-Zeitalter

von Agnes Anna Jarosch

„Zur Glaubwürdigkeit eines Menschen gehören sein Charakter und seine Kompetenz“, sagte der renommierte US-amerikanische Bestseller-Autor Stephen R. Covey. Sein zeitloses Werk „Die 7 Wege der Effektivität“ zählt zu den wichtigsten Businessbüchern des 20. Jahrhunderts und mich wundert es nicht, dass ein scharfsinniger Vordenker wie Covey die Kompetenz an die zweite Stelle setzt. Sie ist längst nicht so wichtig wie der Charakter – und sie ist relativ einfach zu erwerben und aufzuzeigen. Als Unternehmer und Solopreneur haben Sie Auszeichnungen, Leistungsnachweise und Kundenbewertungen vorzuweisen, die Sie mit wenigen Klicks ins virtuelle Schaufenster stellen und so Ihre Kompetenz belegen.

Kompetenznachweis versus Charakternachweis

Doch wie konkret kommuniziert man den unverwechselbaren Charakter von Unternehmen und Personenmarken? Eine ganzheitlich umfassende Möglichkeit der Charakter-Kommunikation bietet Ihnen die Archetypen-Lehre. Sie geht auf den Psychiater Carl Gustav Jung zurück und befasst sich unter anderem mit den unbewussten und ursprünglichen Grundstrukturen menschlicher Handlungsmuster. Es waren wie so oft die Amerikaner, die sich als Pioniere trauten, C. G. Jungs Lehren auf die Unternehmenskommunikation zu übertragen, um die emotionale Einzigartigkeit von Marken zu klären und zu stärken. Deutlich wird das zum Beispiel bei den Automarken: Der archetypische Herrscher liebäugelt als Alphanier mit Mercedes oder Porsche, der weitblickende Weise mit Audi und der rebellisch-kreative Querdenker mit MINI, weil dieser in der klassischen Dienstwagen-Liga in keine Schublade passt.

Die Ansprache der Autohersteller ist dabei emotional klar und unverwechselbar.

- „Das Beste oder nichts“ verspricht Mercedes seinen Kunden – dies versteht sich von selbst für alle Könige unter sich.
- „Vorsprung durch Technik“ finden Sie bei Audi – eine kluge Entscheidung für alle, die den Archetypus des besonnenen Weisen in sich tragen.
- „BE MINI“ setzt auf Kontrast und ein nonkonformes Lebensgefühl jenseits der Konventionen. Hier geht allen Rebellen, Querdenkern und Nonkonformisten das Herz auf.

Dabei kommunizieren die Autohersteller konsequent und emotional den Charakter ihrer Marke. Sie liefern Ihnen nicht nur ein Auto, sondern eine Möglichkeit, Ihre Identität auszudrücken.

Und wie sieht Ihre emotionale Ansprache aus? Prima, wenn Sie auf Kompetenz bauen und tolle Problemlösungen bieten. Mein Apell lautet jedoch – ganz im Sinne von Stephen Covey – vergessen Sie den Charakter nicht. Bieten Sie Ihren Kunden nicht nur tolle Produkte, sondern eine emotionale Identität. Dadurch kreieren Sie für sich selbst eine Nische, in der Sie nicht mehr dem Preisdumping und dem Wettbewerb unterliegen.

Was kommt nach Corona?

Wie die Welt sein wird, wenn wir die Corona-Pandemie überstanden haben, wissen wir nicht. Doch auf dem Weg dahin suchen die Menschen nach Orientierung und Sicherheit. Eine disruptive Welt erfordert, die eigenen Stärken neu zu entdecken. Daher gilt: Nutzen Sie die Zeit, um Ihr eigenes rationales und emotionales Profil nachzuschärfen.

Starke Marken wie Harley-Davidson bieten so viel Identität, dass aus Kunden Fans werden, die sich sogar das Markenemblem als Tattoo auf der Haut verewigen. So viel Begeisterung findet sich nicht nur in der Rockerwelt. Selbst im beschaulichen Bremervörde gibt es dank dem Betten- und LattenrosthHersteller Lattoflex ein Unternehmen, das Identifikation ermöglicht. Ein Lattoflex-Mitarbeiter aus China ist von seinem Arbeitgeber so begeistert, dass er sich den Firmennamen in die Haut tätowieren und verewigen ließ. Würden Ihre Mitarbeiter Ähnliches wagen?



Zeigen Sie Kante, um Ihren Kunden nicht nur Produkte, sondern auch ein emotionales Zuhause zu bieten. Sie werden überrascht sein, welche Schätze zugange treten, wenn Sie sich mit Ihrem Archetypen und der daraus resultierenden Mission beschäftigen.

▶▶▶ **Fordern Sie rechts im Kasten Ihren GRATIS-Archetypentest an, um Ihre Identität zu klären und Ihre Wunschkunden zu begeistern.**

IHR „7 X 7-TURBO“ – WEIL POSITIONIERUNG IHR BESTES MARKETING IST

7 STUNDEN

IHRE 7 WORKSHOP-VORTEILE

- 1 – Position & Vision** Sie können Ihre Vision benennen und sie in Aktion übersetzen.
- 2 – Mentormarke** Ihre Mentormarke (nach Archetypen & Limbic Map) ist klar definiert – samt Kompetenz- & Charakter-Faktoren.
- 3 – Wunschkunden** Sie lernen Ihre Byer-Personas als Helden kennen – samt ihren größten Nöten, Wünschen und Bedürfnissen.
- 4 – Markengeschenk** Sie kennen Ihr Markengeschenk und haben ein klares Mission Statement.
- 5 – Kommunikation** Sie haben Ihre drei wichtigsten Markenversprechen definiert und Ihre einzigartige Mentorsprache steht fest.
- 6 – Reichweite** Sie haben den optimalen Mix aus Online-offline- und Kooperations-Strategien festgelegt.
- 7 – Fokus** Sie haben alles Wesentliche auf einer einzigen Seite verdichtet – ein klarer Fokus für Sie selbst und für externe Partner.



IN NUR 7 STUNDEN ZU IHRER NEU-POSITIONIERUNG

Durch gute Vorbereitung und wichtige Vorüberlegungen arbeiten wir nach dem Pareto-Prinzip und erzielen in 20 Prozent der Zeit 80 Prozent der Ergebnisse. Glauben Sie es nicht? Lesen Sie die zufriedenen Kundenstimmen auf der Hefrückseite und probieren Sie es aus.

Buchen Sie Ihren 7x7-Turbo® bei mir.



Telefon +49 711 935865 -18



E-Mail: archetyp@agnes.jarosch.de



▶▶▶ EXTRA FÜR EPOS-LESER:

**Sie wollen mich kennenlernen?
Schreiben Sie mir eine E-Mail und ich
schenke Ihnen Ihren Archetypentest.**



In über zehn Jahren habe ich Tausende von Nachwuchs- und Führungskräften international bis zur obersten Chefetage zu Kommunikationsthemen trainiert und mein Wissen auch in Print, Rundfunk und TV weitergegeben. Als langjährige Chefredakteurin habe ich von den besten Werbetextern der Welt gelernt. Ich denke mit dem Herzen und höre auch das, was nicht gesagt wird, um Ihre Identität und Ihre Einzigartigkeit ans Licht und zur Sprache zu bringen.

Ihre

Agnes Luna Jarosch

VOLLPROFIS IN IHRER NISCHE –

Wir danken unseren Wunschkunden



Die richtigen Kunden gewinnen

„Im Mittelstand läuft das Marketing oft unkoordiniert. Der Unternehmer wünscht sich ein strukturiertes Vorgehen. Dank Rainer Wälde haben wir jetzt einen individuellen Redaktionsplan und genügend Themen für die nächsten Jahren, um die richtigen Kunden zu gewinnen.“

Karen und Arne Suter, mehrfach ausgezeichnetes Dentallabor



Eigene Talente freilegen

„Eine intensive Reise zum persönlichen Markenkern. Die Ergebnisse vom Workshop machen Gänsehaut. Auf den Punkt legt Rainer einfühlsam und mit gezielten Fragen die eigenen Talente frei. Das Resultat verblüfft mich wirklich.“

Henning Harfst, Moderator und Coach



Neue Klarheit durch Positionierung

„Das Positionierungs-Coaching mit Rainer Wälde brachte vor allem eines: Klarheit. Rainer Wälde stellt die richtigen Fragen an der richtigen Stelle und auf einmal erscheint der Weg, den es zu gehen gilt, ganz klar.“

Louise Fiegel, Auftrittstrainerin



Out-of-the-box-Denken

„Einem alteingesessenen Familienunternehmen mit über 90-jähriger Geschichte wieder frischen Wind zu bringen, ist keine leichte Aufgabe. Rainer Wälde stand uns hier mit viel neuer Inspiration und cleverem Hinterfragen sowie „out-of-the-box-Denken“ zur Seite und war uns eine wertvolle Hilfe.“

Helmut und Manuel Hoffmann, Geschäftsführer www.ANDSONS.de



Weitblick, Wissen und Charisma

„Ich kann Ihnen Herrn Wälde nur bestens empfehlen. Er ist eine Ausnahmepersönlichkeit mit Weitblick, Wissen und Charisma. Er ist ein fantastischer Zuhörer und das Gespräch mit ihm hat mich enorm weitergebracht in meiner Positionierung.“

Kurt Höller, Gastronom Speaker



Immenses Medienwissen

„Rainer Wälde hat ein tolles Auge und Ohr, um zu hören, wo die Reise hingehet und kann Menschen sehr gut einschätzen. Mich fasziniert als Unternehmerin, wie er die Positionierung mit seinem immensen Medien-Wissen kombiniert.“

Vanessa Weber, Geschäftsführerin Werkzeug Weber GmbH & Co. KG



Strategisches Marketing

„Wenn Sie Frau Jarosch kennenlernen, sind Sie sofort von Ihrer fröhlichen und herzlichen Art eingenommen und mögen Sie auf Anhieb. Schätzen lernen Sie sie, wenn sie auf der Arbeitsebene erste Ergebnisse präsentiert. 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 zwei 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 OP-TIMIERT OP-Sets GmbH, JR OP-TIMIERT OP-Consulting GmbH, JR OP-Akademie GmbH, JR OP-Personalservice GmbH



Storytelling

„Eine gute Geschichte, die das Kopfkinno aktiviert, das Gehirn anregt und unser Herz berührt, ist ungeheuer machtvoll. Doch als Unternehmer sieht man häufig den Wald vor lauter Bäumen nicht. Wunderbar, wenn dann 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



Mein WARUM

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

Rositta Beck, Inhaberin von „denkvorgang“, Remseck bei Stuttgart



Marktpositionierung

„Viele Jahre habe ich als Technischer Leiter, Betriebsleiter und angestellter Geschäftsführer gearbeitet, bevor der lang ersehnte Startschuss für die Selbstständigkeit fiel. Agnes Anna Jarosch hat mir mit ihren Fragen, ihren Analysen, ihrer Arbeit und ihren Texten von Beginn an 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 von „hilt evolution“, Renningen

RAINER WÄLDE

AGNES JAROSCH