

Ein Hit nicht nur für Pferde

Ein junges Unternehmen steht für Innovationen bei der Pferdehaltung



Thorsten Hinrichs

Der Pferdesport boomt seit den 80er-Jahren. Die Pferde werden traditionell in Einzelboxen gehalten. Diese Art der Haltung berücksichtigt aber die natürlichen Lebensansprüche der Pferde gar nicht oder nur teilweise. Thorsten Hinrichs HIT-Bewegungsstall revolutionierte die Szene und beschert dem jungen Unternehmen ein ständiges Wachstum.

Vom Hobby zur Problemlösung

Im Jahre 1997 entschieden sich Thorsten Hinrichs und seine Frau zum Kauf zweier Pferde, um damit freizeitmäßig zu reiten. Die beiden Pferde wurden in einer nahegelegenen Pferdepension in Boxen untergebracht. In den Sommermonaten bei Weidegang mit entsprechender Bewegung der Pferde war „die Welt noch in Ordnung“; im Winterhalbjahr traten die Nachteile der Einzelhaltung aber deutlich zu Tage. Die beiden Pferde waren durch die langen „Stehzeiten“ in den Boxen unausgeglichen und litten sichtbar unter dem staub- und schadgasbelasteten Stallklima des konventionellen Innenboxenstalls.

Damals erinnerte sich Thorsten Hinrichs an sein Agrarstudium Ende der 80er-Jahre und an einen damit verbundenen Besuch der Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft. Dort lernte er eher zufällig eine Versuchsanordnung zur Erforschung tiergerechter Gruppenhaltungssysteme für Pferde kennen – einen Bewegungsstall. Kernstück der Forschungsanlage war eine computergesteuerte Fütterungsanlage. Nach dem zeitaufwendigen Durchstöbern von Unterlagen und Fachliteratur (Google gab es noch nicht...), reifte der Entschluss, die Pferde auf dem eigenen Hof artgerechter zu halten als in der Pferdepension.

Kein Unternehmen besaß ein Konzept, um die Vision vom Bewegungsstall umzusetzen.

Zu diesem Zweck wurden verschiedene Fachfirmen konsultiert. Doch die Enttäuschung war riesengroß, denn keine der befragten Firmen besaß ein Konzept bzw. geeignete Produkte, um die Vision vom Bewegungsstall umzusetzen. Gepackt von der Idee, den eigenen Pferden eine bessere Haltungsumwelt zu schaffen, reiste Thorsten Hinrichs durch ganz Deutschland und Österreich. Er besuchte gute Pferdeeställe, nahm Kontakt zu Pferdeexperten auf, um aus den gewonnenen Erkenntnissen die optimale Haltungsform für den eigenen Stall selbst zu entwerfen.

Im Herbst 1998 war es dann soweit; das eigene Konzept vom „Bewegungsstall“ wurde umgesetzt. Als wesentlicher Bestandteil wurde eine automatisierte Fütterungsanlage – ein erster Prototyp der Firma Wasserbauer aus Österreich – installiert.

Nachdem der eigene Stall in Betrieb genommen wurde, kamen einige interessierte Privatpferdehalter aus der Umgebung auf die Hinrichs zu und fragten nach einem Stallplatz für ihr Pferd. Aus der privaten Haltung entwickelte sich aufgrund der Nachfrage in kurzer Zeit eine gewerbliche Pferdepension. Mit nun insgesamt 13 Pferden konnten die Hinrichs dann viele Erfahrungswerte im Umgang mit den Pferden und deren Besitzern sammeln.

Der Weg in die Selbständigkeit

„Zu der Zeit war ich angestellter Produktmanager in einem Unternehmen der Stallbaubranche“, erzählt Thorsten Hinrichs. „Der Geschäftsführer forderte mich auf, mir für das kommende Jahr eine Erweiterung der Produktpalette zu überlegen. So entwarf ich ein Konzept für den Einstieg in den Pferdebereich. Die Spezialisierung wäre der ‘Bewegungsstall’ gewesen. Da die Firmenleitung zwar grünes Licht für dieses Konzept gab, es aber nur ‘nebenbei’ laufen sollte, entschied ich mich zum ▶

In dieser Ausgabe

FALLSTUDIE
Ein Hit nicht nur für Pferde Seite 1

INSTRUMENTE
Auf der Suche nach dem „Plus“ Seite 5

IMPRESSUM

Herausgeber: StrategieForum e.V.
Netzwerk für Erfolg und Wachstum
Heidelberger Str. 12 - 68549 Ilvesheim
Tel (0621) 48 42 873 - Fax 48 42 874
Redaktion: Thomas Rupp
redaktion@strategie.net

Der StrategieReport erscheint exklusiv für die Mitglieder des StrategieForum e.V.

Ausstieg aus dem Angestelltenverhältnis und gründete die Firma HIT.“

Thorsten Hinrichs Schritt in die Selbständigkeit war von der Überzeugung getragen, eine großartige Sache „gefunden“ zu haben. Er verspürte das Gefühl, so Hinrichs: „einen bedeutenden Beitrag für die zukünftige Entwicklung einer ganzen Branche zu leisten; nicht nur Produkte zu verkaufen, sondern nachhaltig das Wohl der uns anvertrauten Lebewesen zu fördern. Diese Kraft konnte aber nur entstehen, indem etwas völlig Neues im Markt angeboten wurde, was keiner der traditionellen Anbieter in dieser Form im Programm hatte.“

Von Anfang an konzentrierte sich Hinrichs auf die Gruppenhaltung von Pferden.

Die Vermarktungsaussichten erschienen sehr gut; gleichwohl war zu der Zeit die traditionelle Boxenbauweise vorherrschend und die „Bewegungsstall-Philosophie“ erst bei sehr wenigen Pferdebesitzern bekannt. Doch durch die von Beginn an vorgenommene Spezialisierung auf die Gruppenhaltung von Pferden konnte Hinrichs detaillierte theoretische und praktische Kenntnisse über den gesamten Themenkomplex sammeln.

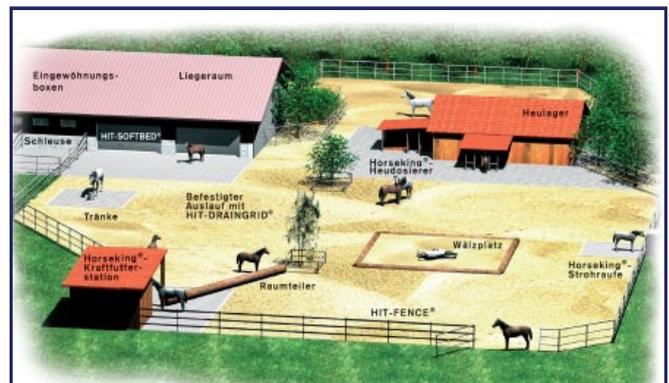
Alle nach der Firmengründung eingestellten festen und freiberuflichen Mitarbeiter sind selbst Pferdehalter bzw. betreiben einen HIT-Aktivstall und identifizieren sich eindeu-

tig mit der HIT-Philosophie. So entstand mit der Zeit ein riesiges Potenzial an Wissen und Motivation, mit dem man die Nutzenmaximierung bei seiner Zielgruppe vorantreibt. Um es vorweg zu nehmen: Innerhalb von neun Jahren Geschäftstätigkeit hat sich der Umsatz der

Firma HIT verzehnfacht. Im ersten Jahr (2001) wurden ca. 300.000 Euro umgesetzt; im Jahre 2009 waren es knapp 3 Millionen Euro. Die Mitarbeiterzahl ist mittlerweile auf 10 Festangestellte und ca. 10 freiberufliche Berater angestiegen.

„Wesentlich wichtiger als die ‘harten Daten und Fakten’ sind die weichen Faktoren zu bewerten“, so Hinrichs. „Hier hat es HIT geschafft, sich in der Pferdeszene zu einem Trendsetter im Bereich der artgerechten Pferdehaltung zu entwickeln. Dieser immaterielle Wert kann gar nicht hoch genug bewertet werden, da er für die Zukunft den wesentlichsten Erfolgsfaktor darstellt.“

Die knapp zehn Jahre Erfahrung als Produktmanager in einem international tätigen Unternehmen kamen Thorsten Hinrichs jetzt zugute. Nicht zuletzt hatte er von seinem Chef gelernt, sich immer zu konzentrieren und statt „mit der Gießkanne“ mit einem „dicken Strahl auf den Punkt“ zu arbeiten. Für die eigene Selbständigkeit war dieser Grundsatz eine der wichtigsten Voraussetzungen, um mit einem kleinen



Beim Konzept des HIT-Bewegungsstalls leben die Pferde im natürlichen Gruppenverband und können sich frei bewegen.

Produktangebot eine Sonderstellung im Markt, wurde von den „Haltungspionieren“ bewundert und von der traditionellen Szene belächelt – aber sehr wohl intensiv wahrgenommen.

Die Zielgruppen

Pferde besser zu halten, ist generell für jeden Pferdefreund wichtig. HIT spricht daher mit dem Aktivstallkonzept einen großen Kreis von Interessierten an. Die Kommunikation richtet sich jedoch im Wesentlichen an Stallbetreiber von Pferdepenionen, da diese das größte Potenzial bieten. Waren es in den ersten Jahren hauptsächlich Umbaulösungen in landwirtschaftlich ausgerichteten Pferdebetrieben, so sind es heute wesentlich mehr Um- und Neubauten auf gewerblichen Reiterhöfen.

Indirekte Zielgruppe sind die Kunden der Pferdepenionen, nämlich die Pferdebesitzer, die den Wunsch haben, ihre Pferde selbst „hinters Haus“ zu halten und ihren eigenen kleinen Aktivstall realisieren wollen.

Das brennende Problem

Wie eingangs beschrieben, treten in der traditionellen Einzelhaltung relativ häufig gesundheitliche Probleme beim Pferd in Erscheinung. Der generelle Wunsch der Pferdebesitzer ist es jedoch, alles zu tun, um die Pferdegesundheit zu fördern. Der Gruppenhaltung in einfachen Offenställen haftet von „früher“ her u. a. noch das Image von „Matschläufen“ (d.h. schmutzige



Anstatt den ganzen Winter in den Boxen zu stehen, können sich die Pferde das ganze Jahr hinweg bewegen.

Vom ersten Moment besaß das HIT-Beratungs- und

Pferde) sowie häufigen Rangauseinandersetzungen (d.h. Verletzungsgefahr) an.

In entsprechend geplanten und ausgestatteten HIT-Aktivställen werden die genannten Probleme deutlich minimiert bzw. ganz eliminiert und ins Gegenteil umgekehrt. Durch eine sehr positive Berichterstattung in den Fachmedien sowie fachspezifischen Internetforen wird dies in der Pferdeszene mehr und mehr publik gemacht, so dass viele Pferdebesitzer diese verbesserte Haltungsform für ihr Pferd nachfragen.

Neben dem Aspekt „Gesunde Pferde“ und „Zufriedene Pferdebesitzer“ ist es das Bestreben jedes Pensionsstallbetreibers, wirtschaftlichen Erfolg zu haben. Indem vermehrt Pferdebesitzer den „HIT-Aktivstall“ nachfragen, bietet sich Stallbetreibern hier eine gute Möglichkeit, mit dem Stallsystem einfacher Kunden zu gewinnen und einen höheren Pensionspreis zu erzielen. Damit erlangt auch das Kriterium „Erfolgreiche Stallbetreiber“ einen immer bedeutenderen Stellenwert in der Kommunikation.

Die Innovationen

„Da es in der gesamten Pferdebranche vor uns keine Firma gab, die ein derartiges Konzept mit entsprechenden Produkten angeboten hat,“ erklärt Thorsten Hinrichs, „haben wir das Konzept und die Produkte zum größten Teil selbst entwickelt.“ Und er zählt die bisherigen Innovationen auf: Entwicklung des Aktivstallkonzeptes sowie der com-



Raumteiler schaffen Bewegungsanreize:
Wer Futter will, muss sich bewegen.

putergesteuerten Kraffutterstation (2001). Entwicklung des computergesteuerten „Heudosierers“. Damit kam der Durchbruch bei den Pensionsstallbetrieben, da es erstmals möglich war, Raufutter gezielt individuell in der Gruppenhaltung zu verabreichen (2002).

Entwicklung eines eigenen „Trennschichtgitters“ zur dauerhaften Befestigung von Ausläufen und Paddocks (2003). Entwicklung neuartiger gebrauchsmustergeschützter Weichbodenbeläge (GummiSpritzgussteile) als Pferde-Liegefläche (2004). Entwicklung der „Gruppenfütterung“: Pferde nehmen ihr Raufutter gleichzeitig an zeitgesteuerten Raufen auf; Mengenanpassungen erfolgen über die tierindividuelle Ab-ruffütterung (2005-2006).

Das HIT-Erfolgsdreieck: Gesunde Pferde, zufriedene Pferdebesitzer und erfolgreiche Stallbetreiber.

Entwicklung eines neuartigen patentgeschützten Trennschichtgitters mit Querentwässerungsfunktion (2007). Entwicklung der Wasser sparenden Tropfbewässerung für Pferdeböden unter Einsatz des neuen, patentierten Trennschichtgitters (2008). Entwicklung einer HIT-spezifischen KundenNutzenStrategie KNS; die Entwicklungsgrundlage hierzu stellen die Prinzipien der EKS dar (2009).

Die Kooperationsstrategie

„Wir verstehen und als Dienstleistungsunternehmen und möchten kein Produktionsunternehmen sein“, erklärt Thorsten Hinrichs. „Die von uns selbst entwickelten Produkte werden bei ausgewählten Lieferanten, die auf ihren jeweiligen Gebieten innovativ und schlagkräftig sind, hergestellt. Die langjährig gewachsenen und guten Beziehungen zu diesen Unternehmen gewährleisten die Bereitstellung qualitativ hochwertiger Produkte, die für unser Geschäft unabdingbar sind.“



Die chip- und computergesteuerte individuelle Futtergabe ist ein Kernstück der HIT-Bewegungsställe.

Insbesondere im Zuge der Produktentwicklung ist eine kooperative, vertrauensvolle Partnerschaft entstanden, die auch für zukünftige Projekte eine gute Perspektive bietet. Kooperationen gibt es u.a. bei der automatisierten Fütterungstechnik, die von der Firma Wasserbauer aus Österreich geliefert wird. Die Kunststoff-Trennschichtgitter liefern die Firmen Kronen-Hansa aus Lohne und Wefoba aus Gaildorf bei Schwäbisch-Hall. Die Gummi-Pferdebetten kommen von der Firma GKT aus Fürstentum bei Berlin. Mit diesen drei Produktgruppen realisiert HIT nahezu 90% seines Gesamtumsatzes.

„Vor mehreren Jahren entstand aus einer gemeinsamen Projektbearbeitung im Ausland eine bis heute andauernde private Freundschaft zu Uwe Kraft, der ein Unternehmen für Pferdesportgeräte erfolgreich weltweit aufgebaut hat“, berichtet Thorsten Hinrichs. „Seit dieser Zeit kooperieren wir und Kraft in der Form, dass man sich 'die Bälle gegenseitig zuwirft', d. h. es werden insbesondere für das stetig wachsende Aus-

landsgeschäft Informationen über bestimmte Projekte und Kunden ausgetauscht.“ Der größte Erfolg dieser Kooperation war das Zustandekommen des bislang größten Einzelauftrages für HIT für die Befestigung von Pferdeausläufen mit dem Trennschichtgitter im Emirat Katar am persischen Golf mit einem Umsatzvolumen von ca. 300.000 Euro.

Die Kommunikation

Seit der Firmengründung 2001 setzt HIT auf die praxisbezogene, authentische Darstellung des Konzeptes. Neben den Standardmethoden wie Website, Printmedien etc. werden mit großem Erfolg Sonder-schauen auf Messen mit realistisch aufgebauten HIT-Aktivställen und lebenden Pferden gezeigt. Gegenüber üblichen Messeständen sticht diese Präsentationsform deutlich hervor und schafft große Wettbewerbsvorteile.

Die ständige und wesentliche Erhöhung des Kundennutzens ist ein Pfeiler der HIT-Philosophie.

Daneben findet die Kundenberatung häufig auf den Pferdebetrieben der HIT-Aktivstall-

berater statt. Interessenten können dann hautnah miterleben, wie ein solches Stallsystem funktioniert. In „gemütlicher Atmosphäre“ werden dann die Beratungsgespräche vor Ort durchgeführt. Darüber hinaus gehören eine Vielzahl von Referenzbetrieben zur „HIT-Familie“ und tragen durch positive Aussagen zur weiteren Verbreitung des Systems bei.

Strategie und Vision

Nach achtjähriger Aufbauarbeit beschloss Thorsten Hinrichs Mitte 2009, sich wesentlich aus dem operativen Tagesgeschäft zurückzuziehen und die Strategie für einen erneuten Konzentrations- und Spezialisierungsprozess zu erarbeiten. „Anlass dieser Überlegungen“, führt er aus, „war ein Dialog mit einem unserer Kunden aus Tschechien, Herrn Nader Safari, der mich auf die ‘EKS’ aufmerksam machte. Für HIT spielte ich dann die jeweiligen Prinzipien und Phasen der EKS durch und entwickelte einen grundlegend neuen Strategieansatz für die zukünftigen Maßnahmen, der die Bezeichnung KundenNutzenStrategie KNS erhielt.“

Die weitere Entwicklung von HIT wird maßgeblich durch die nachfolgend aufgeführte Unternehmensphilosophie beeinflusst:

Grundwerte – Beachtung der natürlichen Bedürfnisse aller Lebewesen. Wirtschaftliches Handeln unter Berücksichtigung von ethischen und moralischen Grundsätzen.

Mission – Wesentliche Erhöhung des Kundennutzens durch ständige Weiterentwicklung von innovativen



Pferdeponen und professionelle Reitbetriebe sind die Hauptzielgruppe für den HIT-Bewegungsstall.

Ideen zur Verbesserung bestehender Produkte, Systeme und Konzepte. *Zukunftsvision* – Dauerhafter und bester Problemlöser der HIT-Kernzielgruppen, d.h. weltweite Marktführerschaft.

Die seit Mitte 2009 ins Leben gerufene HIT-KundenNutzenStrategie KNS befindet sich in der Umsetzungsphase. Für 2010 sind die entsprechenden Ziele klar definiert: Ziele des Erfolgsdreiecks realisieren – Schaffung regionaler Beratungszentren (Team- statt Alleinverantwortlichkeit) – Implementierung des Nachfrage-Sog-Systems – Verstärkte Website-Aktivitäten/HIT-InfoCard für Wissenstransfer – Mitarbeiterfähigkeiten fördern – Einführung eines „AktivService“ für den technischen Kundendienst – Produktoptimierungen vorantreiben – Konzentration auf das Kernproduktsortiment.

Thorsten Hinrichs ist mehr als optimistisch: „Die EKS kam genau zur richtigen Zeit. Wir werden uns ausschließlich auf unsere größten Stärken konzentrieren. Unser Fokus wird sich schwerpunktmäßig auf nur eine Kernzielgruppe und deren spezielle Bedürfnisse konzentrieren. Und statt den Umsatz bzw. die Umsatzziele im Fokus zu haben, wird zukünftig die Erhöhung des Kundennutzens der Motor allen Handelns sein.“ ■

Kontakt:

Thorsten Hinrichs
HIT Hinrichs Innovation + Technik GmbH
Kleine Straße 2 – 25795 Weddingstedt
Tel (0481) 68 37 63 - 0
t.hinrichs@aktivstall.de – www.aktivstall.de



Patentierter Trennschichtgitter zur dauerhaften Befestigung von Ausläufen und Padocks gehören zu den vielen HIT-Innovationen.

Auf der Suche nach dem „Plus“

Kreativität ist der Erfolgsfaktor Nummer Eins

Von Dieter Fröhlich



Dr. h.c. Dieter Fröhlich

Sie können ein Minus auf Ihrem Konto ausgleichen – also auf Null bringen – oder „überkompensieren“. Wenn Sie im Plus sind, haben Sie sich ein Polster geschaffen, von dem Sie zehren können. Dieses Prinzip gilt auch im privaten und beruflichen Leben.

Vor einiger Zeit wollte man wieder einmal das Geheimnis beruflichen Erfolgs ergründen. Man untersuchte dazu ca. 20.000 Menschen, die man in zwei Gruppen einteilte. In der ersten Gruppe befanden sich die Erfolgreichen und in der zweiten Gruppe die weniger Erfolgreichen.

Man vermutete, die Erfolgreichen besäßen sicherlich eine höhere Intelligenz und seien fleißiger. Die zweite Gruppe sei dementsprechend eher dümmere und fauler. Sehr erstaunt war man dann über das Ergebnis. Die Erfolgreichen waren durchaus nicht immer die Intelligenteren, und es gab viele unter ihnen, die man gar eher als „faul“ einstufen würde.

Der gemeinsame Erfolgsfaktor der erfolgreichen Gruppe jedoch war die „höhere

Kreativität“. Vereinfacht ausgedrückt, bedeutet das: Kreativ ist, wer für ein Problem die bessere Lösung findet. Kreativität ist Schöpfungskraft und Erfindergeist.

**Erfolgreiche Menschen sind kreativer.
Kreativ ist, wer für ein Problem
die bessere Lösung findet.**

Die Frage ist nun: Wie kann man eine so wichtige Fähigkeit erwerben, fördern und stärken? Die Antwort der Musikschule Fröhlich lautet natürlich: durch das Musizieren. Musik fördert die Phantasie und die Vorstellungskraft. Das ist die Basis und es trainiert komplexes, ganzheitliches Denken und Handeln. Hier läuft ein langfristiger Prozess ab, ähnlich wie beim Erlernen einer Fremdsprache.

Ein Tipp, der Ihnen sofort hilft, Ihre Kreativität zu erhöhen: Stellen Sie sich die römischen Zahlen vor, die Sie vor langer Zeit einmal gelernt haben, also I, II, III, IV, V usw. Damit hat die westliche Welt bis ins Mittelalter hinein gerechnet. Dieses System hatte jedoch einen großen Mangel: Es war für mathematische Operationen ungeeignet. Über Indien und Arabien kam damals eine Neuigkeit zu uns: die Null. Sie hieß „Zifero“. Aus diesem Wortstamm kennen wir heute noch die Begriffe „Ziffer“ und „Zero“.

Bevor wir nun prüfen, wie wir diese „Null“ in unserem täglichen Leben verwenden, brauchen wir ein neues Wort. Sie kennen die Be-

deutung von „Kompensation“, also Ausgleich. Unser neues Zauberwort heißt „Über-Kompensation“.

Zur Verdeutlichung hier zwei Beispiele: Ihre Bank ruft an: „Gleichen Sie Ihren Minus-Kontostand von 15.000 Euro aus!“ Angenommen, Sie tun das, und Sie bringen Ihr Konto auf 0,00 Euro, dann haben Sie das Minus kompensiert. „Überkompensiert“ hätten Sie es bei einem neuen Kontostand von beispielsweise 30.000 Euro im Haben.

Gibt es Überkompensation in der Natur? Ja! Angenommen, Sie haben sich das linke Bein gebrochen. Sie empfinden das als „Minus“. Nach einiger Zeit ist Ihr Bein wieder heil, der Minus-Zustand ist jetzt wieder kompensiert, also „Null“. Aber die Natur denkt weiter: Sie bildet an der einst gebrochenen Stelle mehr Gewebe als vorher vorhanden war. Sie überkompensiert.

Betrachten wir die Null bei unserem Gesundheits-Zustand: „Minus=krank“ – „Null=Abwesenheit von Krankheit, also



Foto by Paco Villa, flickr.com

Wer nicht nur das 'Minus' kompensiert und damit auf 'Null' kommt, sondern ein 'Plus' liefert, begeistert seine Kunden.

gesund“ – „Plus=vital“. Durch die Überkompensation gleichen Sie also nicht nur das Minus aus, sondern Sie schaffen sich quasi ein Polster, von dem Sie zukünftig profitieren können.

Hier ein paar Beispiele:

Ihr Kunde hat einen Wunsch. Dieser Zustand ist ein „Minus“. Sie erfüllen seinen Wunsch mit Ihrer Ware oder Ihrer Dienstleistung. Jetzt stehen Sie bei „Null“: Sie haben getan, was der Kunde von Ihnen erwartet hat, und dafür bezahlt er Sie.

Ein „Plus“ erreichen Sie, wenn Sie für ihn zusätzlich etwas Nützliches, Positives oder Angenehmes tun. Damit können Sie Ihren Kunden „begeistern“. Und „Geist“ ist eine höhere Ebene. Das gibt dem Kunden die Möglichkeit, von Ihnen positiv und begeistert zu sprechen. Man sagt, die so genannte Mund-zu-Mund-Propaganda sei die beste Empfehlung. Mit einem „pffiffigen“ Plus schaffen Sie dazu die beste Voraussetzung.

Dieses „Plus“ wirkte schon vor 50 Jahren: Meine Mutter bestellte ihren Kaffee bei der Firma Ogo aus Bremen. Außer dem frisch gerösteten Kaffee war auch immer ein kleines Geschenk im Paket, über das sie sich sehr freute. Sie hielt der Firma über Jahrzehnte die Treue. Kleine Ursache – große Wirkung!

Und das „Plus“ funktioniert auch noch heute: Ein von mir hoch geschätzter Lieferant ist Reiner Kreuzmann, der Inhaber der Firma Schönherr, Spezialist für professionelles Organisieren, Präsentieren und Verkaufen. Wenn der Bestellwert pro Sendung mehr als 50 Euro erreicht, legt er Ihnen vier „Geschenke“ bei.

Wolfgang Allgäuer, ein Franchise-Kollege aus Österreich, ist Inhaber des Systems Olina, das hochwertige Küchen verkauft und installiert. Um die Zufriedenheit seiner Kunden sicherzustellen, vereinbart er, ein Jahr nachdem die Küche aufgestellt wurde, einen Termin beim Kunden. Dabei werden alle Funktionen der Küche überprüft und justiert. Seine „Plus“-Erfindung: Er lädt an diesem Tag die ganze Kunden-

Familie zum Essen ein. Warum? Weil die Küche „Geburtstag“ hat und an diesem Tag „frei“ haben soll. Wenn ich bedenke, wie viele Partner den Hochzeitstag vergessen, dann könnte man die Geburtstagsfeier für eine Küche schon für übertrieben halten. Aber die Idee trägt Früchte: Die Kunden sind davon begeistert.

Es wird Ihnen Freude bereiten, wenn Sie sich privat und beruflich auf die Suche nach dem „Plus“ begeben.

Das Erlernen einer Fremdsprache ist vor dem 8. Lebensjahr viel leichter als zu einem späteren Zeitpunkt. Die Musikschule Fröhlich fördert über den Musikunterricht hinaus kostenlos das Englisch-Lernen mit einer speziellen Methode. Die Kinder erwerben damit bis zum 6. Lebensjahr einen passiven Wortschatz von 2.000 Wörtern fürs Leben.

Einer meiner Verwandten, Gerd K., war Geschäftsführer eines Autohauses. Im Angebot waren hauptsächlich kleinere Autos. Also nichts zum „Angeben“. Trotzdem ist ein Kleinverdiener mit Recht stolz darauf, wenn er sich ein neues Fahrzeug leisten kann. Gerd ließ für jeden Autokäufer eine riesige Torte backen, die er in den Kofferraum des neuen Autos stellte.

Die Torte war so groß, dass man sie nicht alleine essen konnte. Man musste schon

Freunde und Nachbarn dazu einladen. „Ja, wieso hast Du denn so eine große Torte gekauft?“, fragen die Eingeladenen. Jetzt kann der stolze Besitzer seine Freude über das neue Auto mit anderen teilen. Und das Autohaus erntet ein Image-„Plus“!

Mein Tipp für Sie: Trainieren Sie in Ihrem Umfeld, wie Sie aus „Minus“ nicht nur auf „Null“, sondern zu „Plus“ kommen. Das ist leichter als Sie denken. Denn wenn Sie sich dazu entschließen, dann wird Ihr Geist hellwach. Er findet (oder erfindet) schneller, weil er jetzt weiß, wonach er suchen soll. Sicherlich hat Ihr Unterbewusstsein nun schon damit begonnen, nach einem passenden „Plus“ zu suchen. Das ist durchaus im Sinne dieser Anregungen. Bringen Sie Ihre kleinen grauen Zellen auf Touren! Ein „Plus“ ist immer und überall zu finden. Sie müssen nur danach suchen.

Es wird Ihnen Freude bereiten, wenn Sie sich privat und beruflich auf die Suche nach dem „Plus“ begeben. Sie werden Kunden, Mitarbeiter und (Geschäfts-)Partner begeistern. Also fangen Sie am besten sofort damit an. ■

Kontakt:

*Dr. h.c. Dieter Fröhlich
Musikschule Fröhlich
Am Forsthaus 1 – 35713 Eschenburg
Tel (02774) 92 77 0
dieter.froehlich@musikschule-froehlich.de
musikschule-froehlich.de*



Eine Torte im Kofferraum eines Neuwagens. Das ist eine Plusleistung, mit der sich das Autohaus einen Imagegewinn sichert. Denn die Torte wird i.d.R. nicht allein gegessen.