



# Creative Change

## WORKS

### **Inspirierende Unternehmen**

#### **von Teilnehmern der Ausbildung Unternehmensenergetik**

##### **Alaska vegane Tapas- und Weinbar/ Restaurant**

Vor 7 Jahren haben 4 Freunde aus Katalonien in meiner Straße eine vegane Tapas-Bar eröffnet. Als Restaurant ist das Geschäft bei den Vorgängern nicht gut gelaufen, nur der Bierausschank zu Musik war erfolgreich. Die vier haben den Zapfhahn übernommen und damals für die Gegend sehr aufwendiges und teures Essen angeboten, komplett selbst gemacht mit aktuellen Trends aus dem veganen Umlauf sowie eigenen Adaptionen und komplette Eigenkreationen. Ich hätte ehrlich gesagt nicht gedacht, dass sie sich damit lange halten können, aber es kam anders. Ich bewundere mit welcher Konsequenz sie ihre gemeinsame Idee zu viert umgesetzt haben und bis heute damit erfolgreich sind.

Werte sind Tierliebe und vegane Überzeugung, Liebe zu Essen, Kreativität, Fleiß und Ausdauer sowie Gemeinschaftsleben. Nach innen sehr viel Hingabe an die Idee und das Team, teils mit viel Druck, das Level zu halten. Nach außen klar, selbstbewusst und pointiert im Umgang und in den Angeboten und der Ausgestaltung sehr lebendig kreativ. Schwerpunkt auch im physisch-emotionalen Bereich.

##### **Benedikt Klarmann**

ist der Inhaber des Naturkosmetik Start-ups „Junglück“ aus München. Ein Jungunternehmer, der nach seinen Angaben, seiner Mutter und Freundin, die ständig über enttäuschende Kosmetikprodukte klagten, mit innovativen, umweltfreundlichen und absolut naturkosmetischen Produkten das Leben erleichtern wollte.

Das Ergebnis ist sehr beeindruckend und Benedikt Klarmann ist seinen hohen Ansprüchen, ein klimafreundliches Produkt auf allen Ebenen zu erzeugen, absolut treu geblieben. Ich mag die Produkte

sehr und man spürt, dass Werte wie Transparenz, Ehrlichkeit, Schönheit, Professionalität, Klimafreundlichkeit, Leistbarkeit, Teamarbeit, Diversität und vor allem Kundenorientiertheit konsequent umgesetzt werden. Ständig werden Produkte optimiert und es gibt viel Information und Transparenz nach Außen für den Kunden. Kommunikation und Information nach Außen werden großgeschrieben, man fühlt sich gut informiert und nicht überschüttet, was glaubhaft macht, dass es um die Zufriedenheit der Kunden in erster Linie geht und daraus der Erfolg des Unternehmens erwächst. Es hat den Anschein, dass seine Mitarbeiter sehr innovativ und professionell arbeiten und das Arbeitsklima von viel Bewusstheit für Mensch und Natur geprägt ist. Schwerpunkt seines Unternehmens würde ich emotional/physisch sehen.



# Creative Change

## WORKS

### Florida-Eis:

Ist zumindest regional sehr beliebt und erfolgreich, weil ein gutes Produkt – handproduzierte Eiscrème, mit Tradition und gleichzeitig Innovation verbunden wird – die Manufaktur setzt auf Nachhaltigkeit im Sinne regionaler Wirtschaft, Energieautarkie und Unabhängigkeit von Marktschwankungen, die in der Entwicklung konsequent und immer mehr umgesetzt wird, ohne die Qualität oder den Erkennungswert zu schmälern.

Der Schwerpunkt ist physisch-emotional: Liebe zur Handarbeit, Essen, Genuss, Sommer, Sonne und die Assoziation mit Florida, aber auch Berliner Kindheit, gleichzeitig sehr schlicht und simpel in der Produktpalette, Verpackung und Bewerbung, kein Glamour aber sehr ansprechend und erfrischend. Nach innen harte Arbeit und Zusammenhalt, die sich jetzt auszahlen, nach außen die einfache und direkte Ansprache in Kombination mit dem Nachhaltigkeitsgedanken.

Vor 10 Jahren hat der Unternehmer Olaf Höhn mit dieser Veränderung mit 62 Jahren, inspiriert von seiner Tochter, umgesetzt. In das neue Konzept hat er sehr viel Geld und Mühe investiert und wurde belächelt, jetzt im dynamisch-schwankenden Marktumfeld zahlen sich diese Investitionen aber aus. Das Unternehmen macht seit einiger Zeit Gewinne, expandiert und ist beispielsweise von den derzeitigen Energiepreisen vergleichsweise wenig betroffen. Das finde ich mutig und vor allem auch in der Langfristigkeit des vorausschauenden Handelns und der Konsequenz bewundernswert. Obwohl ich kein großer Eis-Esser bin, werde ich mir eine Packung Pistazieneis von Florida besorgen.

### Helene Fischer

Was ich persönlich inspirierend finde: wie sie – obwohl im klassischen Schlager den Einstieg – „ihres“ draus machte und Akrobatik, ihre Liebe zu Musicals, die Liebe zu Menschen ... in ihren Shows integriert und das sehr professionell; die Disziplin und Ausdauer, daran zu arbeiten; die Leichtigkeit und Freude in der Außenwirkung.

Und jetzt die energetische Sichtweise: Schwerpunkt Unternehmen: physisch/ emotional, Werte: Menschen erreichen, Freude machen.

Unternehmerischer Umgang innen: Disziplin, Entwicklung, immer wieder was Neues bieten, ihren Ansprüchen gerecht werden, das zu tun, was sie gerne macht, sich immer wieder neu erfinden und damit Menschen auch positiv überraschen, hat große Freude daran, sich selbst herauszufordern; unternehmerischer

Umgang außen: Freude, Professionalität, Frieden schenkend, Leichtigkeit, Verlässlichkeit, Ordnung/Pünktlichkeit, Dankbarkeit;

### Creative Change Work

Für mich ein sehr lichtvolles Unternehmen mit vielen inspirierenden Werten.



# Creative Change

## WORKS

Firmenstruktur klar auf allen Ebenen.

Ein breitgefächertes Angebot.

Authentisches Auftreten, aktiv und dynamisch.

fühlt sich harmonisch an im innen und außen.

Sehr gut organisiert.

Übersichtliche Homepage, man findet sich sehr gut zurecht und alles ist ordentlich und genau beschrieben. Auch sehr schöne Bilder!

Auf Fragen, egal ob inhaltlich oder um Abwicklung usw. wird umgehend von dir liebe Sina oder deinen Mitarbeiterinnen geantwortet.

Ständig wird etwas verbessert, angepasst, hinzugefügt und erneuert.

Die Elemente sind ausgeglichen, die Visionsenergie voller Absicht, Weisheit, Fokus und der Unternehmensenergiefluss ist lichtvoll, feurig, aktiv, motiviert, dynamisch, freudig, ausgedehnt.

Innere Familienenergie ist lichtvoll im Fluss.

Sehr gut geerdet.

Schwerpunkt ist stabil, verankert und doch empfinde ich ihn flexibel.

Werte wie Entwicklung, das Bewusstsein erweitern, Weisheit, mutig sein, Flexibilität, Wachstum usw. werden zielstrebig und freudvoll, ob innen oder außen umgesetzt.

### **Helmut Wittmann- Märchenerzähler:**

Was macht ihn in seinem TUN so erfolgreich? Schwerpunkt, Werte, unternehmerischer Umgang innen und außen. Der Schwerpunkt ist mental/spirituell. Durch seine Märchen vermittelt er Themenbereiche zum Nachdenken und zur positiven Veränderung. Dies gelingt ihm sehr gut bei Kindern, aber auch bei Erwachsenen. Er ist in enger Verbindung mit Naturwesen sowie Natur und bringt diese Erfahrungen mit Hilfe seiner Märchen in die Außenwelt.

Seine Werte sind Neugierde und Offenheit für die Anderswelt. Über die Märchen lebt er diese Neugierde aus und vermittelt seine Erkenntnisse so ins Außen und ist damit sehr erfolgreich. Seine gigantische Erdung bringt unglaubliche Stabilität in sein Unternehmertum.

Sowohl Tiefgang ins Spirituelle, Leichtigkeit, Lebensfreude und authentisch sein sind in allen seinen Bereichen sehr spürbar und gut verbunden. Die Visionsenergie ist gut angebunden und sein Unternehmensfluss hell und leuchtend und gut fließend.

### **Shaktimat Akupressur**

Schwerpunkt physisch/emotional

Werte: aus Liebe zu den Menschen, Hingabe an das Leben, Wertschätzung, Nachhaltigkeit, Liebe zur Freiheit, Ehrlichkeit, Offenheit, Vielfalt



# Creative Change

## WORKS

Unternehmerischer Umgang innen: Wertschätzung der Mitarbeiter, zum Beispiel in dem man sich die Arbeitszeit selbst einteilt, Familie, Freunde, Hobby wird ebenfalls großgeschrieben, regelmäßige Treffen online, Achtung der Weiblichkeit: bei der monatlichen Periode wird der Frau überlassen, ob sie zur Arbeit kommen möchte. In Indien werden nur Frauen beschäftigt, die 3 Mahlzeiten erhalten, guter Lohn, auch im Urlaub. Für Kinder wird das Schulgeld übernommen. Soziale gemeinnützige Projekte werden unterstützt,

Unternehmerischer Umgang außen:

Produkt hält was es verspricht, Preis/Leistung stimmt, Menschlichkeit wird großgeschrieben: zum Beispiel mit "Versorgung" von Übungsvideos, nette Ansprechpartner, Möglichkeit von Austausch auf Facebook. natürliche Materialien (kein Geruch)

### **Keanu Reeves – Schauspieler, Regisseur, Autor, Filmproduzent**

Werte die mich inspirieren:

- Menschlichkeit
- Liebe zum Menschsein
- steht/tut/und lebt nach zu seinen Werten, die echt mit dem großen Ganzen im Einklang stehen
- trifft den Zeitgeist
- vermittelt trotz manchmal „gewaltvoller“ Filme größere Werte
- Klarheit, kraftvoll und doch sanftmütig

Was ihn erfolgreich macht:

- ständiges lernen / entwickeln / entfalten...dranbleiben
- ein größerer Geist von innen motiviert ihn
- er liebt was er tut und er tut was er liebt
- viele seiner Werte innen und außen ergänzen sich, nähren sich, ...

Schwerpunkt hat sich über die Zeit verändert...am Anfang stark suchend, wechselnd...bis hinzu zum Bereich Mental-Spirituell bis Mental-Emotional....bis jetzt gut laufender Schwerpunkt spirituuell-emotional

Innen: klar, gut ausgerichtet, motiviert, weiß wofür er brennt und wofür nicht, und setzt das auch um, traut sich immer wieder in Neues Unbekanntes, kreativ, mutig, vertraut seinem Herzen seiner inneren Führung

Außen: gibt gerne und bedingungslos, großes Herz, hat Menschsein nicht vergessen trotz Berühmtheit und Reichtum, im Gegenteil, Liebe zum Menschsein ist mit den Jahren mehr geworden und nimmt weiter zu, authentisch, echt, in den Rollen und im Leben

### **Kinsky'sches Forstamt**

Ca. 3000 ha Wald



# Creative Change

## WORKS

(ca.90 ha Teiche sind seit 2018) verpachtet an Teich-Leben Waldviertler Bio-Karpfen ca. 160 ha Teiche).

Energetischer Schwerpunkt physisch-physisch (ein kleinerer Teilschwerpunkt läuft auf physisch-spirituell)

Werte die mich inspirieren:

-obwohl Abstammung aus etwas sehr, sehr Konservativen Starrem kommt...altes, echtes und gute Werte in einem neuen Zeitgeist oft schon leicht vor der Zeit

-Nachhaltigkeit für Generationen

-im Einklang mit dem großen Ganzen vom Kahlschlagunternehmen zu echter nachhaltiger Waldwirtschaft, angepasst an die größeren Veränderungen und Bedingungen (Klima, Naturveränderungen, Bewusstseins-Veränderungen nach innen und außen...)

(Förster gehen regelmäßig durch alle Waldfläche und reden mit Natur und Bäumen, Forstarbeiter egal ob Motorsäge oder Harvesterfahrer treffen sich vor Arbeitsbeginn zur Absprache und beten / danken innerlich für das was Wald gibt und den Wesen im Wald

-Einklang von Menschen und Natur

(bei rechtzeitiger Vorbestellung gibt's zum richtigen Zeitpunkt geschlägertes Holz, vom Musikholz, über Dachstuhlholz...Förster und Forstarbeiter wissen Bescheid über die Nutzung des Holzes und suchen mit Herz und Hirn das richtige Holz für den Kunden...)

-Vertrauen auf die Kernkompetenz ...deswegen wurde auch die Teichwirtschaft vor 4 Jahren verpachtet)

Innen:

Freude am Lernen, Entwickeln Entfalten für was größeres Ganzes, Dienst, Demut, Liebe zur Natur, Lernen von der Natur, Wertschätzung der Natur, Wertschätzung des/der Menschen, Dankbarkeit, Vertrauen auf innere Führung, großen Mut, Klarheit, miteinander, Hand in Hand

Außen: einfach, klar, kraftvoll, Einklang mit der Natur und Mensch, nährnde lebendige Kreisläufe zwischen innen und außen, Klarheit, miteinander und Hand in Hand auch mit Kunden und Lieferanten.

### Unternehmen - ACP TEKAEF Ried im Innkreis

TEKAEF ist ein marktführender Anbieter für intelligente Lösungen rund um den Büroalltag und bietet ein herstellerunabhängiges Komplettportfolio aus Lösungen, Produkten und Services. Unser Unternehmen unterstützt Kunden bei der zeitlich und räumlich flexiblen Gestaltung der Abläufe rund um die Themen Druck- und Dokumentenmanagement sowie mobiler Arbeitsplatz. Dabei pflegen wir als Full-Service-Dienstleister hervorragende Beziehungen zu den größten Herstellern aus den Branchen Print, Office und Mobility und garantieren bestmögliche Beschaffung und Optimierung im C-Artikel Management.

Schwerpunkt: mental - physisch

Wir haben das Ziel, für unsere Kunden, Partner und Mitarbeiter ein kompetentes, verlässliches und sympathisches Unternehmen zu sein, mit dem man gerne zusammenarbeitet und in dem sich die Mitarbeiter wohlfühlen! Unsere Kultur ist durch folgende Werte geprägt:

1. Qualität und Zuverlässigkeit: Unser QM-System unterstützt bei der Regelung und Optimierung unserer Prozesse. Deren Qualität verstehen wir als Voraussetzung für Produkt- und Servicequalität.



# Creative Change

## WORKS

Wir akzeptieren die Vorgaben unseres QM-Systems, stehen zu unserem Wort, halten Absprachen ein und übernehmen Verantwortung für unsere Arbeit.

2. Nachhaltigkeit: Wir streben nach langfristigen, zukunftsfähigen Lösungen. Durch solides Wirtschaften erhalten wir den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens. Die Einhaltung ökologisch nachhaltig wirkender Standards (ISO14001) ist ein wesentlicher Bestandteil unseres unternehmerischen Handelns.

3. Kollegialität: Für uns ist eine teamorientierte Arbeitsweise von hoher Bedeutung. Wir gehen respektvoll miteinander um und arbeiten alle an einem positiven Klima und schaffen Vertrauen. Wir halten zusammen!

4. Freiraum und Verbesserungen: Wir fördern neue Ideen und bieten Freiraum für gute Denk- und Herangehensweisen. Unser Ideenwerk bietet eine Plattform für eine Verbesserung in kleinen Schritten. Aus Fehlern wollen wir konsequent lernen und weitere Optimierungen zur künftigen Vermeidung ableiten. Zudem wollen wir Wissen aufbauen und dieses bestmöglich an alle Mitarbeiter vermitteln.

Werte: Liebe zur Funktionalität, Nachhaltigkeit, Verbundenheit, Verbindlichkeit, Wertschätzung und Respekt, Lösungsorientierung, Offenheit, Wirtschaftlichkeit, Fairness.

Unternehmerischer Umgang innen

Schwerpunkt wird eher physisch - mental gelebt

Werte wie Liebe zur Funktionalität, Lösungsorientierung, Verbundenheit, Respekt, Wertschätzung, Verbindlichkeit, Offenheit, Wirtschaftlichkeit, Fairness werden nach innen gelebt.

Werte wie Nachhaltigkeit ist nach innen nur wenig geerdet.

Unternehmerischer Umgang außen

Schwerpunkt wird mental - physisch präsentiert was auch dem idealen Schwerpunkt entspricht.

Werte wie Liebe zur Funktionalität, Lösungsorientierung, Verbindlichkeit, Nachhaltigkeit, Verbundenheit, Offenheit, Fairness, Wertschätzung, Respekt, Wirtschaftlichkeit werden nach außen gelebt bzw. sind geerdet und dabei unterschiedlich ausgedehnt.

### **The Spirit of OM Feng Shui zum Wohlfühlen**

Entwerfen, produzieren und verkaufen naturreine Bio-Textilien, deren Design und Herstellung absolute Herzenssache ist. Verwendung hochwertige Materialien, umweltschonend, nachhaltig und schadstofffreie Herstellungsprozesse nach Bioenergetik und Feng-Shui.

Edelsteine mikrofein gemahlen eingeprägt für mehr Wohlbefinden und um den Energiefluss im Körper zu steigern und für innere Harmonie.

Im innen:

Vision: Kleidung, die die Schwingung erhöht und schützt für Menschen und Umwelt

Ziel ist es, dass die Kunden Ihr Leben mit mehr Lebensfreude und Wohlbefinden genießen können.

Die Kleidung kann die Aura schützen und den Energiefluss verbessern.

Motive wie Blume des Lebens und ayurvedische Farbtöne, alles im Detail ausgearbeitet.

Unternehmerischer Umgang innen:

Inspirierende Unternehmen – Ausbildungsinfos Unternehmensenergetiker



# Creative Change

## WORKS

Feng-Shui Gebäude gebaut, dort wo gearbeitet wird, werden alle Werte gelebt.

Sehr viel Liebe fließt in die Herstellung, da alles selbst entworfen wird und alle Produktionsprozesse nach den Vorstellungen und Werten umgesetzt wird.

Unternehmerischer Umgang außen:

Jedes Jahr selbst gestalteter liebevoll entwickelter Katalog mit immer neuen Produkten.

Wohlfühleffekt ist spürbar, somit kaufen Kunden gerne wieder,

direkter Kundenkontakt, Händler werden unterstützt mit kostenlosem Werbematerial.

### Firma Zovko-Consulting

Die Herren der Firma Zovko-Consulting kenne ich noch nicht lange. Ich lasse mich von ihnen unterstützen, um klar ausgerichtet und mit gutem Inhalt einen YouTube-Kanal aufzubauen.

Die Werte, die die Firma verkörpert sind Hilfsbereitschaft, Klarheit, Fokus, Kompetenz, Konzentration, Tatkraft, Ausdauer, Präsenz und Kundenfreundlichkeit

Es macht sie in ihrem Tun erfolgreich, dass sie nicht nur über die Werte sprechen, sondern die Werte auch leben. Alle, mit denen ich bisher zu tun hatte, waren wirklich daran interessiert, mich mit ihrem Wissen und Können zu unterstützen.

Aus meiner Sicht ist der Schwerpunkt mental-mental.

Zum Umgang innen und außen kann ich „sagen“, dass die Firma gute Qualität zusagt und sie auch hält.

Es wird nicht nur gesagt, dass sie für mich da sind, sie sind es auch. Fragen werden superschnell beantwortet, und ich spüre, dass die Mitarbeiter und auch die Geschäftsführer wirkliches Interesse daran haben, mir eine gute Basis zu vermitteln.

### Yogi Tea

Yogi Tea ist für mich ein inspirierendes Unternehmen, noch viel mehr als vorher, jetzt wo ich mich ausgiebiger und detaillierter damit beschäftigt habe.

Was sie erfolgreich macht: spricht eine breite Kundengruppe an, die die vor allem Tee trinken wollen und zum Teil von der emotionalen Aussendung und dem dargestellten Lifestyle mit angesprochen werden, zum anderen auch / und die, die denen hochwertige Bioqualität wichtig ist. Dadurch, dass es sowohl in Drogeriemärkten als auch in kleinen Bioläden und Reformhäusern erhältlich ist, können verschiedene Kunden gut darauf zugreifen.

Trifft im Kollektiv auf den Zeitgeist und das große Interesse an Nachhaltigkeit, Bioqualität, Gleichgewicht, Gesundheit, Balance, insbesondere durch ihren Außenauftritt und der entsprechenden Vermarktung ihrer Produkte.

Anspruch des Unternehmens an sich selbst: dass der Wert von Nachhaltigkeit sich durch alle Ebenen zieht:

- Anbau und Kontakt zu den Bauern



# Creative Change

## WORKS

- Transportwege, Bahn statt LKW, Partner of the Good Shipping Programm - klimaneutrale Schifffahrten
- Produktionsanlagen die möglichst wenig Energie und Emissionen verbrauchen und mit Öko Strom versorgt werden
- Verpackungsanfertigung – zeigen hier sehr genau auf welchem Teil der Verpackung wie nachhaltig, ökologisch, ganzheitlich usw. und auch dass es z. B. bei den Kuverts und der Heißsiegel Beschichtung noch Verbesserung bedarf
- Mitarbeiterführung

Dass es dem Menschen gut geht, auch den Mitarbeitern ist ein hoher Wert des Unternehmens. Zeigt sich z. B. in der sehr detailreichen Auflistung folgender Punkte: flexible, bedarfsgerechte Arbeitszeiten, Unterstützung bei Weiterbildungen insb. der Yogalehrerausbildung auch finanziell und mit Zeitausgleich, Zuschuss zur Nutzung des ÖPV, im Büro in Hamburg lädt Küche dazu ein Verpackungsmüll zu vermeiden und selber zu kochen und nebenbei den Gemeinschaftssinn zu stärken, in Italien können die Kunden kostenlos in der Kantine essen, eine Bibliothek und Wäscheservice nutzen und werden bei ihrer Steuererklärung unterstützt, in Italien werden Mitarbeitern z. T. Schulgebühren, Kosten für medizinische Ausgaben, Babysitting und Altenpflegedienste erstattet.

Das ein Unternehmen so vielfältig und vielschichtig den Ansatz der Nachhaltigkeit vertritt und repräsentiert berührt mich.

Werte: Nachhaltigkeit. Ökologisch. Wohlfühl. Ganzheitlichkeit. Gleichgewicht. Balance. Globales Wohlergehen. Gesundheit. Integrität. Weiterentwicklung. Soziale und ökologische Verantwortung. Ethik. Fairness. Achtsamkeit. Das viele Werte sich durch viele Ebenen vielschichtig ziehen, finde ich toll. Wohlfühl, Ganzheitlichkeit, Gesundheit z. B. im kostenlosen Angebot für Kunden; Blogartikel mit verschiedenen Ansätzen für Wohlbefinden, Ayurveda, Rezepte und Yogavideos. Globales Wohlergehen in der Unterstützung verschiedener globaler und lokaler Projekte. Der Ansatz Körper, Geist und Seele als Einheit zu betrachten, findet sich immer wieder an verschiedenen Stellen der unternehmerischen Handlung. Die Transparenz, mit der sie all das darstellen, schätze ich wert.

Der Hauptschwerpunkt ist die Vermarktung und ist physisch emotional. In vielen Bereichen ist der Schwerpunkt aber auch spirituell durch ihren großen Ansatz und Einsatz nachhaltig und ganzheitlich zu wirken und zu agieren.

### **Jürg Wyss, Jumi AG**

Jumi produziert, entwickelt und vermarktet Käse- und Fleischspezialitäten in einem hochpreisigen Segment auf dem Wochenmarkt in Bern, beliefert spezialisierte Gastronomie im In- und Ausland, betreibt eigene Verkaufsläden in Wien und London, betreibt einen Catering-Service und 2 x Monat wird für ca. 30 Personen eine Führung durch ihren Betrieb mit einem anschließenden Essen am langen Holztisch in der ehemaligen Gaststube des Restaurants durchgeführt.

Jürg Wyss ist einer von zwei Gründern der Jumi AG.

Ein junges, familiäres Team (ca. 50 Personen) mit sehr flachen Hierarchien, in dem jeder seine Stärken einbringen kann. Die starke Kundenausrichtung mit einer Produktpräsentation meist in «Retro-Deko» und jung-frischem, aktiven Verkaufen geben einen speziellen Spirit. Die Produkte tragen meist Berndeutsche Namen (blaus Hirni (blaues Hirn), Bäuper-Chnouä (Belper-Knolle); beides Käseprodukte). Sie sind anders als die Anderen und es gelingt ihnen, Geschichten zu den Produkten emotional inkl. Präsentation zu verbinden und dank den höheren Preisen auch kommerziell erfolgreich zu sein.



# Creative Change

## WORKS

Schwerpunkt: Emotional-Physisch.

Werte: ursprüngliche natürliche Produkte, Kundenerlebnis-Orientierung, familiäre Gemeinschaft, Eigenverantwortung.

Unternehmerischer Umgang innen und außen

Innen: gelebte Team-Orientierung (gemeinsames Mittagessen am langen Tisch), Eigenverantwortung nach Fähigkeiten, vorgelebte Leistungsbereitschaft, Offenheit und innerer Antrieb immer wieder neues zu versuchen, Kunden Fokussierung

Außen: Jung, dynamisch, Qualität, innovativ, anders als die anderen, Leichtigkeit und Freude im/am Tun.

### Andre Rieu

Für mich persönlich: Leidenschaft für das, was er tut, Freude, inneres Kind, die Wertschätzung seiner Mitarbeiter, das Miteinander, hohe Qualität seiner Konzerte und zugleich Öffnung der klassischen Musik für alle Menschen durch Unterhaltung, Witz und Charme, Schönheit auch fürs Auge (Frauen tragen schöne bunte Kleider) und fürs Gemüt (spielt keine schweren Stücke, sondern fröhliche, unterhaltsame Stücke)

### Schwerpunkt:

-Unternehmerschwerpunkt: mental, hell, strahlend, dynamisch, ein paar leichte Schleier, Anbindung ist da, erfüllt

- Nach außen: emotional, prickelnd, gelassen, verbunden, starker Hin- & Rückfluss mit dem Außen (Interaktion mit dem Publikum/mit dem Außen), lebendiger als Schwerpunkt nach innen, eher warmer Schimmer

- Nach innen: zentrierter, kompakter, aber dennoch hell, weniger ausgelassen, fokussierter, bläulich schimmernd/strahlend, auch auf menschlicher Ebene verbunden

### Werte:

-Nach außen: Geborgenheit, Freude, Kraft

-Nach innen: Freude am Tun, Perfektionismus/hoher Anspruch, Gemeinschaft

-1 Tag nach Kurs: Abstände untereinander haben sich verringert, Luft ist noch etwas vorne,

Feuer noch etwas weniger vorhanden, aber schon sehr viel mittiger.

### Zotter



# Creative Change

## WORKS

Für mich persönlich: Inspiration, Neugier auf Neues, ständige Weiterentwicklung, Kraft, Verantwortung übernehmen für gesamtes Produkt von Rohstoffen (eigene Schokoplantagen) bis hin zu Verkauf (Qualitätsanforderungen hinsichtlich Lagerung, Verkaufszeitpunkt ab Lieferung, etc. für Händler). Das Übergeordnete sehen (Umwelt, Auswirkungen auf die Erde, etc.). Wertschätzung von Menschen (auch der Kakaopflanzenarbeiter), von Natur, Qualität (die Schokoladensorten, Art und Weise des Anbaus) und der Erde. Genuss. Kreativität (so viel außergewöhnliche Sorten im Sortiment), immer wieder neue Wege gehen.

Unternehmensschwerpunkt des Herrn Zotters:

- - mental mit Anteil spirituell und physisch, dynamisch, erfüllt, eher warmes Licht/rötlicher Schimmer, klare Abgrenzung mit etwas gräulicher Membran, Anbindung gegeben, emotional etwas geschwächt/aufgeteilt bzw. geteilte Stränge; (Unternehmensschwerpunkt von Zotter Schokolade ist im physischen Bereich, mit ganz leichtem emotionalem Touch)
- - nach innen: zusammenziehend, zu Unterteilungen des Schwerpunkts (Abteilungen) dunklere Bänder, Einstellung aufdrückend, allerdings auch 1 Bereich, der sehr strahlend ist und frei zirkuliert, fast zu frei – keine klaren Grenzen, eiert ein wenig; Gesamtschwerpunkt überwiegend hell, auch schwingend und angebunden, von dunklen Bewusstseinsfäden durchzogen, eher kühles Licht (weißlich, silbrig)
- - nach außen: eher warmes hell (gelblich/orange), angebunden, emotionale Ebene eher schwächer

Werte:

- für Zotterschokolade: hell, 1. Wert könnte heller sein,
- Leidenschaft, Kreativität, Freiheit
- nach innen: Härte/Strenge/eher bindend, Kreativität, Freiheit
- nach außen: Genuss, Freiheit, Freude

### NIKKEN:

Unternehmen NIKKEN wurde 1975 in Japan gegründet und hat seine Vision in mehr als 35 Ländern getragen. Was macht sie in dem was sie tun erfolgreich?

Ihre Vision besteht darin, es jedem Menschen zu ermöglichen, ein gesundes, erfülltes Leben zu führen. Sie verhelfen Menschen überall auf der Welt, die Verbindung zur Natur wiederherzustellen und gleichzeitig die Innovation der Technologien in der Gesellschaft auch genießen zu können.



# Creative Change

## WORKS

Produkt Herstellung für Gesundheit, Grundlage sind Technologien. Magnettechnologie, Ferninfrarottechnologie, Negativ Ionen Technologie

In dem gesamten Produktsortiment sind immer diese Kerntechnologien vertreten.

Sie haben Werte wie Gesundheit, glückliches Leben führen, Freiheit, Nachhaltigkeit, gesunde Finanzen, mehr Balance, mehr Fitness

Unternehmerischer Umgang innen:

Das heute verändern, für ein besseres Morgen.

Nikken hat eine Philosophie und einen Leitsatz:

Die Lösung für diese beinahe universellen Probleme beginnt mit einer anderen Denkweise.

Sie entwickeln Produkte und deren vorhandenen Technologien werden stetig weiterentwickelt.

Discover it....live it....Share it.... Ist ebenfalls ein Grundsatz.

Sie haben ein Netzwerk Vertriebssystem gewählt von Mensch zu Mensch, gute Schulungen, sowieso Produkte, d.h. Produkte, die im Alltag integriert werden können wie z. B. Magnetsohlen, denn laufen tut man sowieso, oder Schlafen tust du sowieso.....

Sie haben die Elemente Energie ausgewogen in Ihrer Vision der 5 Säulen und die Umsetzung in der Entwicklung, arbeiten mit Forschern an stetiger Entwicklung und Verbesserungen. Die Produkte sind grundlegend immer die Gleichen, jedoch mal mit verbesserter Wirkung und ab und zu was ganz Neues.

Ziel ist immer auf Wachstum ausgerichtet mit diesen Werten. 5 Säulen der Gesundheit:

1. Gesunder Geist

2. Gesunder Körper

3. Gesunde Familie

4. Gesunde Gesellschaft

5. Gesunde Finanzen

Jeder der Säulen führt zu einer zufriedeneren, gesünderen und nachhaltigen Lebensweise. Alles ist miteinander verbunden und wenn was fehlt, kann es ergänzt werden, da für jeden Bereich was dabei ist.

Es gibt es Humans Being More Training und Schulungen für Mitarbeiter Events Conventions, 2 mal im Jahr neue Produktvorstellung, Internetplattform und Shop sehr ansprechend

Unternehmerischer Umgang außen

Es wirkt anziehend wie ein Magnet. Macht ein gutes Gefühl, gute Produkte zu kaufen. Es strahlt Stabilität und Sicherheit aus. Wirkt professionell und hochwertig.

Bekanntheitsgrad durch Personen geschaffen, die Erfahrung mit den Produkten machen und es weitersagen. Erfahrungsberichte sprechen für sich.



# Creative Change

## WORKS

Werbung wird somit gespart. Außer Kataloge und Homepage.

Mit großer Vision schnelles stabiles Wachstum mit langfristiger Ausrichtung. Produkte die Funktionieren ist Voraussetzung.