

Social Media - notwendiges Übel oder ideales Kommunikationsmittel?

Social Media (oder Soziale Medien) ist der Begriff für interaktive Kommunikation zwischen Menschen, die durch den Einsatz von webbasierten Plattformen unterstützt wird. Es handelt sich um Netzwerke, die ihren Nutzern einen Austausch von Meinungen, Erfahrungen, Ideen und auch Emotionen ermöglichen durch die Weitergabe von Texten, Fotos, Videos und Podcasts.

Entscheidend ist der Netzwerkgedanke. Eine eingleisige Weitergabe von Informationen passt nicht zu diesen Medien. Die Art der Kommunikation hat nicht Lese- sondern Gesprächscharakter. Und sie ist nicht nur das Ergebnis technischer Entwicklungen, sondern auch und gerade die Folge kulturellen und gesellschaftlichen Wandels. Christine Maria Brühl erläutert das in ihrem folgenden Artikel mit Hinweis auf die Hirnforschung und deren Erkenntnisse über Jugendliche so: „Das digitale Zeitalter prägt andere Denkstrukturen - schnell und kurz antworten ist so selbstverständlich für die Jugend wie für 60-jährige das strukturierte, nachhaltige Zu Ende denken.“ Interaktion, Zugehörigkeitsgefühl, personalisierte Informationen, Selbstdarstellung sind wichtige Elemente der Kommunikation. Basisdemokratische Ansätze prägen die Art der Kommunikation.

Es gibt viele verschiedene Kommunikationsarten im Social Media Bereich, von Social Networks über Blogs, Microblogs, Podcasts bis hin zu Foren. Bekannte Social Networks sind Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Google+, Myspace und einige mehr. Neue kommen ständig dazu. Die Nutzergruppen ändern sich, auch von den Jüngeren zu den Älteren, vom privaten zum geschäftlichen Bereich.

Die Nutzerzahlen sind gigantisch, die Zuwächse dieser Medien auch, das Tempo der Zuwächse ebenfalls. Hat es noch 38 Jahre gedauert bis Radios eine Nutzerzahl von 100 Mio. erreichen konnten, Fernseher im Vergleich 13 Jahre und das World Wide Web 4 Jahre, so hat z.B. Facebook ein solches Ziel in 9 Monaten erreicht. Facebook hat über 1 Mrd. aktiver Nutzer, und ein Vergleich zeigt vielleicht auch hier die Dimension: Wäre Facebook ein Land, wäre es das drittgrößte (und wahrscheinlich das am schnellsten wachsende) Land der Erde.

Etwa ein Fünftel aller Unternehmen in USA und Europa arbeiten bereits mit Blogs, Foren und (Enterprise)Wikis. Die Blogs der Kanzlerin sind allseits bekannt. (Öffentliche)Wikis kennen wir auch alle, z.B. als Online-Enzyklopädie Wikipedia. Soziale Medien sind aus unserer privaten und auch geschäftlichen Welt nicht mehr wegzudenken, auch wenn sie noch sehr unterschiedlich intensiv genutzt werden und trotz bestehender Ängste vor Datenschutzproblemen.

Wichtig, insbesondere für die Entscheidung geschäftlicher Nutzungen, ist eine realistische Einstellung zu den Möglichkeiten der Nutzung, zur Brauchbarkeit und Wirkung der Inhalte, zum notwendigen Zeit- und Personaleinsatz. Inhalte müssen relevant und aktuell sein. Die Darstellung muss authentisch sein. Es muss Bereitschaft bestehen, Inhalte zu teilen, und die Erfolgskriterien müssen klar definiert sein.

Also - auch wenn soziale Netzwerke bereits ein wichtiges Element unseres geschäftlichen (und privaten) Lebens geworden sind: Machen Sie es richtig oder lieber gar nicht! Und: Wenn es gut gemacht ist, wird

Informieren Sie sich über
unsere Anzeigenkonditionen



FREUNDESKREIS
KÄTE AHLMANN
STIFTUNG

Wissenswertes? Hier klicken!



Best-Practice
Auszeichnung
erhalten-
Webdesign
seit 2003

WALTRAUD NUSSBAUM
STEUERBERATERIN

Schlossstraße 16 · 45468 MÜLHEIM A, D. RUHR
TELEFON (0208) 4 59 39 90 · Fax (0208) 4 59 39 99
E-Mail: kontakt@steuerberatung-nussbaum.de

Text-Aufgaben:
Julia Epstein

Texte,
die
sich
rechnen



Christa Stadler

Coaching
Organisationsberatung

Selbstmanagement
• nach dem Zürcher
Ressourcenmodell (ZRM®)

es Teil einer Erfolgsgeschichte. Zwei Beiträge aus der Praxis zu diesen verschiedenen Aspekten finden Sie in diesem Newsletter.

Wir wünschen Ihnen geschäftliche Erfolge mit und durch Netzwerke und eine schöne Frühlingszeit zur Entspannung!

Ihre
Elke Weber-Braun und Susanne Eschke

z. B. in bewundernswerter Weise tut und damit ein Vorbild für viele sein kann.

Ihre

Elke Weber-Braun Susanne Eschke Prof. Dr. Jutta Glock

ZUM THEMA

Der sinnvolle Einsatz von Social Media



Susanne Eschke

Unser Vorstandsmitglied **Susanne Eschke** ist Geschäftsführende Gesellschafterin der Eschke Medienberatung GmbH in Wesel und kommt darüber tagtäglich mit dem Thema Social Media in Berührung. Für welche Unternehmen Facebook & Co. etwas bringt und wer davon lieber die Finger lassen sollte, zeigt sie uns anhand einiger Beispiele.

Social Media ist vielseitig nutzbar

Social Media ist sinnvoll, wenn es ein Bedürfnis der Zielgruppe erfüllt. Eine Facebook-Seite ohne Konzept und regelmäßige aktuelle Inhalte schadet eher, als dass sie hilft. In einem solchen Fall sollte lieber die Verlinkung zur Facebook-Seite auf der eigenen Webseite deaktiviert werden. Eine nicht gepflegte Facebook-Seite ist ein absolutes No-Go. Dann besser keine!

Eine passende Strategie finden

Für die Positionierung des Unternehmens und in der PR-Arbeit kann Social Media eine gute Unterstützung sein. Treten Sie mit Ihren potentiellen und bestehenden Kunden in direkten, wechselseitigen Kontakt. Oder suchen Sie gezielt nach hochqualifiziertem Personal. Social Media ist weitaus flexibler einsetzbar, als man zunächst vermuten mag.

Für jede Strategie sind Ziele und die Zielgruppe individuell zu definieren. So ist Social Media nicht immer gleich Facebook. Ein Blog,



oder sogar Micro-Blog via Twitter, kann viel mehr Relevanz für Ihre Zielgruppe haben, das Bedürfnis der Zielgruppe also besser erfüllen. Zentraler Bestandteil und Ausgangspunkt der Social Media Strategie ist die eigene Webseite, zur Umsetzung der vorab in der Strategie definierten Ziele. Das Ziel der Bemühungen sollte also immer sein, die Zielgruppe der Social Media Strategie zu den eigenen Webseiten zu leiten, um sie dort zu den gewünschten Aktionen zu bewegen.

Beispiele für erfolgreiche Social Media Strategien

1. Ein deutschlandweit agierendes Technologie-Unternehmen setzt per Social Media auf Personal Recruiting.

Als deutschlandweit agierendes Technologie-Unternehmen können Sie ihre Position in der Region stärken um nach qualifiziertem Personal zu werben. Hierfür beschreiben verschiedene Mitarbeiter ihre Erfahrungen im Betrieb. Das Unternehmen stellt sein soziales Engagement in der Region dar. Auszubildende schildern außergewöhnliche Erlebnisse z.B. von ersten Messebesuchen oder Ähnlichem. Dies kann eine sinnvolle Social Media Strategie zum Personal Recruiting sein.

2: Ein lokaler Fisch- und Meeresspezialitätenhandel will über Social Media Kunden werben/Kunden binden.

Als Inhaber eines lokalen Fisch- und Meeresspezialitätenhandels betreiben Sie einen Blog in dem Sie wöchentlich Rezepte veröffentlichen, Zubereitungen erläutern und Tipps zum Umgang mit außergewöhnlichen Waren geben. Gut lässt sich dieser kostenlose „Service“ mit den Angeboten der Woche kombinieren. Rezepte und Zubereitungstipps lassen sich gut damit abstimmen.

Persönlichkeiten/Stars im Gegensatz zu Unternehmen

Viele glauben, dass Facebook voraussetzt sein Gesicht zu zeigen und wie ein Buch allen offen darzulegen. Für Persönlichkeiten und Stars mag dies durchaus der Fall sein. Wie diese Personen ihren Kaffee trinken, wie ihr Wohnzimmer eingerichtet ist, oder was sie heute Mittag zu essen hatten, sind aus der Sicht ihrer Fans wertvolle Informationen. Für Ihr Unternehmen und die Zielgruppe Ihres Social Media Marketing hat dies aber wenig Relevanz. Einen persönlichen Touch und eine direkte Ansprache schließt dies jedoch nicht aus. Die Inhalte Ihres Social Media befriedigen aber die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe.

Tip: Austausch zu gemeinsamen Interessen

Generell ist ein Austausch zu gemeinsamen Interessen der richtige Ansatz, um die Bedürfnisse der Zielgruppe auszumachen. Im Beispiel des Fisch- und Meeresspezialitätenhandels bringt einen das gemeinsame Interesse an qualitativ hochwertigen Lebensmitteln und leckerem Essen zusammen. Die Rezepte und Empfehlungen zur Zubereitung erlauben einen Austausch mit der Zielgruppe zu den Erfahrungen und Lieblingsrezepten. Auch Anregungen für weitere Rezeptideen und Raum für Fragen und Rückmeldungen zu lassen, ist an dieser Strategie zum Social Media eine wertvolle Ergänzung. So schaffen Sie, was der erste Teil des Begriffes Social Media wörtlich bedeutet: Sie bringen eine soziale Komponente in die Kommunikation. Es können so Beziehungen aufgebaut werden und Bindungen zwischen Ihrem Unternehmen und Ihrer Zielgruppe geschaffen werden.

Susanne Eschke



Coaching für berufliche Veränderung
Birgit F. Unger

Mentorin für UnternehmerInnen
Aktiv in den Netzwerken der Wirtschaft
Unternehmerin seit 1990
www.coaching-unger.de



Kollegiale Fallberatung für Unternehmerinnen und Selbstständige: gemeinsam Lösungen und Ideen finden. Nächster Termine im Rotanda Business-Club, Köln: **Donnerstag, 8. Mai**.
www.rubelteichelmann.de

RubelTeichelmann
Kollegiale Fallberatung

IHR PARTNER IM VERTRIEB

**BERATUNG
BEGLEITUNG
PRAXIS
TRAINING**

SABINE DEGNER
Dipl.-Betriebswirtin (FH)
WWW.SABINE-DEGNER.DE

Social Media - Mal ganz ehrlich!



Christine Maria Brühl

Die gebürtige Österreicherin **Christine Maria Brühl** (Mentorin) ist als Geschäftsführerin der Darmklinik Exter auch verantwortlich für den Bereich Marketing.

Natürlich wollte auch sie die Augen vor den neuen Medien nicht verschließen, aber passen Facebook & Co. wirklich zur sensiblen Kundschaft und den diskreten Themen einer Darmklinik?

Ich bin eine Frau der ersten Stunde, der ersten PCs, hatte 1984 eine private Sprachenschule, wo wir die ersten EDV-Kurse auf 64iger IMB-PC angeboten haben. Zu dieser Zeit musste man noch die Programmiersprache MS_DOS lernen, um überhaupt den Computer bedienen zu können. Zudem waren „diese Dinger“ noch sehr teuer, die Zeit nicht reif und ich hatte viel Lehrgeld in den Sand gesetzt.

1987 musste ich das medizinische Institut für Proktologie in Bad Salzuflen mit fünf Ärzten managen. Meine EDV-Erfahrung kam mir nun sehr zugute - 1988 hatten wir die erste große Praxis in Deutschland ohne Papier - vollelektronisch organisiert, auch die Terminkalender. Diese Erfahrung zahlte sich richtig in Geld aus...

Alles machte Spaß. Ich machte mich selbstständig als Praxisberaterin, spezialisiert auf EDV geführte Praxen, und habe mir mit dieser Erfahrung zugetraut, die erste ganzheitliche Darmklinik auf privater Basis zu bauen. EDV-Organisation - heute Social Media, war immer mein Steckenpferd, hat mir schon zu Zeiten, wo es noch kein Qualitätsmanagement gegeben hat, geholfen, klare Strukturen zu schaffen.

Mit Eifer hatte ich mir 1995 schon die Domain für unsere heutige Darmklinik gesichert. Dies lässt uns heute noch im Google-Ranking vorne dabei sein, oft an Nummer eins. Wir haben seit 20 Jahren bereits Internet und ohne die 12 -15 % Internetpatienten wüsste ich nicht, wie wir unser Planzahlen erreichen sollten.

Elektronische interne Kommunikation:

Eine große Transparenz und Effektivität für Geschäftsführung und Mitarbeiter schafft in der Kommunikation unsere EGroupware (Anm. der Red.: ist ein Webportal mit verschiedenen Modulen: Kalender, Aufgabenverwaltung, Adressbuch, E-Mail-Client, Chat usw. für das Arbeiten innerhalb von Gruppen), mit der wir intern kommunizieren. Ich bin über mein Smartphone komplett integriert. Die Flut der Emails machte mir schon manchmal zu schaffen, aber mit Übung und Disziplin ist es zu schaffen. Ich habe mein Umfeld so mitwachsen lassen, dass man von mir nicht umgehend und sofort eine Antwort erwartet. Ich lege noch Wert auf „sacken lassen“, meine Zeit selbst einzuteilen und nicht ständig zur Verfügung zu stehen. Für bestimmte Mitarbeiter kann dies natürlich nicht gelten.

So und bisher war alles gut, ich war immer vorne dabei und fühlte mich im Social-Media-Bereich wohl und fand es toll. Bis auf den Tag als Facebook kam.

Diese neuen Netzwerke, mit Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn und noch viele mehr haben bei uns seit 2 Jahren den Betrieb komplett auf den Kopf gestellt. Natürlich war es für mich selbstverständlich, wieder vorne dabei zu sein und sich darauf einzulassen. Aber mulmig war es mir schon. Vieles versteh ich heute noch nicht bei Facebook. Es ist mir irgendwie unheimlich - wie alles, was sich in den letzten Jahren so entwickelt hat. Es ist einerseits toll, aber ich hatte es nicht so eilig, weil ich Respekt vor Datenklau hatte und, wie wir nun ja wissen, ist es ja nicht unberechtigt gewesen.

Ich mache mittlerweile alles über das Internet, sogar das Einkaufen von Putzmitteln, Toilettenpapier, etc. Es ist bei dem vollen Lebensprogramm sehr angenehm, nicht stundenlang diesen „lästigen Kleinkram“ für den Haushalt zu organisieren. Soweit so gut. Privat ist Social Media ja kein Problem, obwohl ich den Stress zeitweise schon einen Irrsinn fand: private E-Mails, Geschäftsmails, Facebook, Xing, LinkedIn.

Ein guter Freund, ein bekannter Gehirnforscher, erklärte mir mal, wie sehr sich das Gehirn der Jugendlichen anders entwickelt. Das digitale Zeitalter prägt andere Denkstrukturen - schnell und kurz antworten ist so selbstverständlich für die Jugend wie für 60-jährige das strukturierte, nachhaltige Zu Ende denken. Am Beispiel der computerisierten Musik kann man dies gut erkennen. Ältere können diese Melodien nicht mehr behalten, auch wenn sie musikalisch sind.

Aber nun - Facebook, Twitter, Xing etc. im Betrieb, in einer Darmklinik, wo man mehr als sensibel mit dem Kunden umgehen muss. Was machen wir? Eine gute Idee ist es wohl, junge Menschen dazu zu holen, so dachten wir. Die können dies ja viel schneller. So haben wir unsere Tochter im Betrieb vor 2 Jahren für Social Media eingestellt. Sie sollte das Internet, den Newsletter, Facebook, Twitter erst mal regelmäßig bedienen. Tja, da ist auf einmal ein ganz anderes Denken im Betrieb. Die Jugend spricht: „Mama, du musst da mit viel mehr Leichtigkeit dran gehen, die Leute wollen einfache Informationen aus dem Haus, menschliche Dinge, auch Persönliches - eine komplett andere Welt.“

Können wir dies unseren Patienten antun?

Oh mein Gott, was für ein Stress. Ich habe seit 30 Jahren nichts anderes gemacht als überall für die größte Diskretion zu sorgen. Menschen die unser Haus aufsuchen haben eine große Hemmschwelle, überlegen sich Jahre, ob sie sich trauen, in unsere Klinik zu kommen.

Beim Klinikbau habe ich auf nichts anderes geachtet, als mit feinem Gespür die Räume zu gestalten, den Menschen eine Komfortzone zu schaffen, Vertrauen aufzubauen. Seit Jahren schulen wir Mitarbeiter für Wertschätzung und Sensibilität, und nun soll auf einmal alles über Bord geworfen werden, weil wir im Social Media-Zeitalter angekommen sind.

Das war Stress pur, für uns beide. Wir waren die einzigen im Betrieb, die dies vorantreiben wollten - hier die Social Media-Mitarbeiterin als Newcomer und dort eine Mannschaft, die diesen „Scheiß“ nicht mitmachen will. Bis dahin hatten wir unsere Homepage mit TYPO3 immer wieder erneuert, war eigentlich alles toll, wir lagen bei Google auf Nummer Eins, hatten unseren regelmäßigen Newsletter verschickt und irgendwie war alles im Fluss soweit.

Mir wurde klar, dass Facebook keine Nebensache ist. Dass wir nicht darauf verzichten können, wurde mir schon lange klar gemacht. Es musste etwas passieren - wir mussten uns mit unserem Behandlungsangebot auseinandersetzen: Was tun wir? Wer sind wir? Was sagen wir den Menschen da draußen? Wer sind unsere Patienten? Können wir so etwas überhaupt machen? In der Medizin war es seit über 100 Jahren so, dass der Kunde zugeteilt wurde, da musste nur weggearbeitet werden und jetzt soll dies umgekehrt sein?

Der Himmel kam mir mit einer unternehmerischen Freundin zu Hilfe, der ich mein Leid geklagt hatte. Wir haben eine Mitarbeiterbefragung in Form von Fokusinterviews gemacht und uns voll auf die Potentiale der Mitarbeiter generell eingestellt, Social Media war erst mal Nebensache. Aus den gesammelten Themen haben wir in Workshops eine sehr gute Struktur geschaffen, die die Ergebnisse gut verbessert hat. Die Mitarbeiter haben ihre Erfolgserlebnisse durch Qualifizierung der eigenen Kompetenzen erlebt.

Aus den vielen Einzelleistungen wird nun immer mehr unser ganzheitliches Behandlungskonzept verbessert. Wir sind überrascht gewesen, wie wenig einheitlich in manchen Sachen gesprochen wurde, obwohl jeder überzeugt war, dass dem nicht so war. Wir sind nun seit 24 Monaten in einem ständigen Prozess, der aus der Not heraus nie so entstanden wäre.

Im Bereich Social Media haben wir seit Monaten vieles zurückgefahren und haben uns intensiv mit uns, mit internem Marketing, der Qualifizierung der Mitarbeiter, dem Qualitätsmanagement und unserem ganzheitlichen Behandlungskonzept auseinandergesetzt.

Wir werden in den nächsten Monaten in der Lage sein, einen soliden Redaktionsplan auf der Basis eines gesunden Fundamentes in einem Marketingkonzept zu präsentieren, das von jedem im Haus getragen wird. Es gibt keine Social Media- Abteilung mehr, sondern alle sollen mit dem Thema vertraut sein. Wir lassen uns nicht jagen, sondern wollen uns sicher bewegen. Aber wir tun auch viel.

Wir haben ein neues CI und arbeiten an dem USB - Alleinstellungsmerkmal. Wir haben mittlerweile viel Geld in die Hand genommen, haben unseren Betrieb in vielen Bereichen erneuert, haben ein neues Bewusstsein bekommen. Es fühlt sich richtig an.

Dies hat unser Denken in der Tat erneuert, und die Mitarbeiter machen den Anschluss ins digitale Zeitalter mit Drive und Elan nun mit. Es kann auch sein, dass unser Team entscheidet, dass wir außer Facebook nicht überall sein werden, weil wie schon gesagt - unser Thema vielleicht doch zu heikel ist.

Wie sagen wir in Kärnten - Schau ma mal und schau Sie auch mal.

Ihre

Christine Maria Brühl

Darmklinik Exter GmbH

www.darmklinik.de

PERSONALIEN

Wir gratulieren ...

... folgenden TWIN-Mentorinnen zum Geburtstag und wünschen alles Gute, vor allem aber stets Gesundheit, viel Glück und weiterhin Erfolg bei allen Ihren verantwortungsvollen Aufgaben.



Petra Mehne (50)
Sibylle Senff (60)
Barbara Huhn-Gres (65)
Ines Melamies (65)
Jean Elsner (70)

DANKE für die gute Zusammenarbeit und alles was Sie für die Stiftung bislang getan haben!

TWIN-TEAM

Dem Glück auf Umwegen entgegen - Martina Teichelmann und Astrid Heisig



Martina Teichelmann, Astrid Heisig

„Kind, mach was Anständiges, etwas, mit dem man ein sicheres Einkommen hat!“ Diesen Satz hörte ich oft und er prägte zunächst meinen beruflichen Werdegang.

Heute mit 48 Jahren weiß ich, dass nichts zufällig im Leben geschieht und viele meiner zuerst nicht erklärbaren Wege später einen Sinn ergaben. Aber was ist etwas „Anständiges“, das auch noch „sicheres“ Geld bringt?

Mein Berufsweg in Kürze: Abgeschlossenes Studium der Sinologie und Zusatzstudium Deutsch als Fremdsprache, Auslandsaufenthalte in der ROC Taiwan und in der VR China, währenddessen Unterricht der chinesischen Kalligrafie; Dozentin für DaF/DaZ, Chinesisch und chinesische Kalligrafie, später Ausbildung zur Ernährungsberaterin nach TCM und ein enormes Interesse am Thema „gesunde Produkte“, da ich persönlich gesundheitliche Probleme hatte.

Und weil ich all diese Dinge gerne und mit Leidenschaft tat und tue, dachte ich, dass ich alles verknüpfen kann und im chinesischen Bereich meine Zukunft liegt. Ich unterrichtete leidenschaftlich gern und bin auch eine ausgezeichnete Dozentin aber mir fehlte immer irgendetwas. Ich wusste nicht, was es war. Ich wandte mich an die Unternehmensberatung ETC Jung in Mülheim an der Ruhr. Hier erkannte man meine vielfältigen Stärken und ich gründete die Firma Ren „Der Mensch“. Diese weitsichtige Unternehmensberatung machte mich auf

die Käte Ahlmann Stiftung aufmerksam. Für diesen Hinweis bin ich sehr dankbar, denn als junge Unternehmerin wusste ich, dass ich im Firmenleben noch viel lernen muss.

Mal bin ich Lehrerin, mal bin ich Schülerin. Doch wer konnte meine Mentorin werden? Ich brauchte eine Unternehmerin mit viel Erfahrung, die offen für ungewöhnliche Ideen und Visionen ist und die zuhören kann. Und was für ein Glück: Martina Teichelmann, meine Mentorin, besitzt genau diese Fähigkeiten und eine große Portion Ehrlichkeit, Kreativität und Unvoreingenommenheit, die ich sehr schätze. Durch die langen und intensiven Frühstücksgespräche mit ihr, wurde mir klar, dass mein Unternehmen keinen Schwerpunkt hat. Eine fatale aber enorm wichtige Erkenntnis, die ich nach und nach korrigierte.

Manchmal sieht man vor lauter Wald die Bäume nicht und ich benötigte einen zweiten und dritten Blick auf mein eigenes Tun. Daraus habe ich viel gelernt und festgestellt, wie wichtig es ist, innezuhalten, sich mit seinen Zielen und Visionen zu beschäftigen. Und diese Erkenntnisse gebe ich heute an andere UnternehmerInnen weiter.

Was ist meine Vision vom Leben? Was macht mich glücklich? Schon als Kind hatte ich das große Bedürfnis zu helfen. Doch wem helfen und wie setze ich meine vielen Fähigkeiten dazu ein? Nelson Mandela sagte: „Bildung ist die stärkste Waffe, mit der man die Welt verändern kann“. Und ich möchte meinen Beitrag dazu leisten unsere Welt positiv zu verändern. Viele Kinder haben nicht die Chance an Bildung teilzuhaben. Deshalb trete ich meinen Lebenstraum an und werde mich um Waisenkinder in China kümmern. Das ist meine Aufgabe.

Im Zuge meiner Gedanken und Überlegungen wurde mir immer bewusster, dass ich nicht die einzige Person bin, die einen Lebenstraum hat und die auf dieser Welt Spuren hinterlassen möchte. Genau diese Menschen finden mich. Sie arbeiten mit mir zusammen und möchten ihrem Leben auch einen Sinn geben. Und hier setzt meine Arbeit an. Der Weg meiner Partner und Partnerinnen ist mein Ziel. Meine Firma hilft Menschen, den Zweck ihrer Existenz zu finden und ich unterstütze sie, bis sie ihre Ziele oder Träume erreicht haben. Dafür benötigen wir täglich eine gute Gesundheit und viel Energie. Auf dem Weg meiner PartnerInnen nutze ich alle meine Kenntnisse und Erfahrungen für sie und ein Geschäft, das Menschen gesund halten kann und finanziell aufbaut. Diese Tätigkeit macht mich stolz, glücklich und bringt mir Freude.

Manchmal wache ich morgens auf und habe Schmetterlinge im Bauch, als wäre ich frisch verliebt. Das Gefühl wünsche ich von ganzem Herzen allen Unternehmerinnen! Und noch einmal meinen herzlichen Dank an Martina Teichelmann, die den entscheidenden Anstoß gegeben hat.

Ich weiß, dass ich etwas „Anständiges“ und Wichtiges mache und mit dem etwas provokanten Titel „Glück kann man kaufen?!“ berichte ich - auf meinem ins Leben gerufenen Glückstag am 3. Mai 2014 (www.mein-glueckstag.de) in Oberhausen/Duisburg - wie wir Menschen unser Leben selbst bestimmen können. Dabei unterstützen mich 4 weitere Referierende, die sich das Glück zum Beruf gemacht haben. Auch Sie sind herzlich willkommen.

Astrid Heisig

Beraterin für mehr Leben

Astrid Heisig war meine dritte Mentee und jedes Mal macht es mir wieder besondere Freude, weil es immer ganz anders ist. Ich wünsche Astrid viel Erfolg!

Das Programm TWIN kann ich wirklich mit Begeisterung weiterempfehlen. Um es zu einem erfolgreichen Jahr werden zu lassen, habe ich einige Tipps:

- Ich finde es wichtig, dass die Mentees es zu schätzen wissen, dass Mentorinnen ehrenamtlich Ihre Zeit zur Verfügung stellen. An einem Ehrenamt sollte sich auch die Erwartung orientieren.
- Schön ist, wenn Mentees sich vorher genau überlegen in welchem Bereich sie Unterstützung brauchen. Dann kann sich die Mentorin darauf vorbereiten.
- Gerade in dieser WinWin Beziehung sollten berufliche Fragen geklärt werden, die sonst nirgendwo gestellt werden können. Mentorinnen bieten eine große Erfahrung als Unternehmerinnen, die sie auch mal offen und unverblümt weitergeben. Gerade für nicht so begeisterte und euphorische Rückmeldungen sollten beide offen sein. Sie helfen vielleicht am meisten weiter.

Martina Teichelmann

Agentur Teichelmann

www.agenturteichelmann.com

TWIN-NEWS

„Voll Frau, voll Chefin“ - Ein Brief an Käte Ahlmann



Käte Ahlmann (1890-1963)

Am 23. Januar dieses Jahres veröffentlichte „DIE ZEIT“ in der Reihe „Denn Du bist nur eine Frau“ einen imaginären Brief von Kerstin Bund (Redakteurin im Ressort Wirtschaft) an Käte Ahlmann. „Voll Frau, voll Chefin“ gibt einen Einblick in das Leben von Käte Ahlmann (1890 - 1963), die es als vierfache Mutter geschafft hat, nach dem Tod ihres Mannes Norddeutschlands größtes Stahlwerk zum Erfolg zu führen. [mehr...](#)

„Frauen im Blick“, eine Netzwerkveranstaltung der Handelskammer Hamburg



Foto: © Handelskammer Hamburg/Annegret Hultsch

Anlässlich des Internationalen Frauentages lud die Handelskammer Hamburg am 11. März zu einem spannenden Abend mit der Gelegenheit zum Austauschen, Diskutieren und Netzwerken. Lore-Maria Peschel-Gutzeit, frühere Hamburger und Berliner Justizsenatorin, Elke Weber-Braun, Vorstandsvorsitzende der Käte Ahlmann Stiftung, Renate Bargsten, bis vor kurzem Deutschland-Präsidentin des EWMD European Women's Management Development e.V. und Anna Gottschalk, Mitglied des Vorstandes des Frauenwohnprojekts „Arche Nora“ sprachen auf dem Podium über Chancen und Grenzen von Solidarität unter Frauen, vor allem in der Arbeitswelt.

„Frauen im Blick - Aktive Frauen verbinden sich“



Foto: © Handelskammer Hamburg/Annegret Hultsch

Auch in diesem Jahr feierten Frauen in aller Welt den Internationalen Frauentag. Aus diesem Anlass lud die Handelskammer Hamburg in Zusammenarbeit mit Landesfrauenrat Hamburg e.V. und Schöne Aussichten - Verband selbstständiger Frauen e.V. zu einem spannenden (Feier-)Abend in die Handelskammer ein!

Interessierte hatten ab 18:00 Uhr die Gelegenheit zum Austauschen, Diskutieren und Netzwerken und konnten sich ausgiebig bei den 20 Hamburger Frauennetzwerken und -verbänden, die sich auf der traditionellen „Netzwerkmeile“ im Börsensaal der Handelskammer präsentiert haben, informieren. Für die Käte Ahlmann Stiftung waren die Mentorinnen **Gisela** und **Birgitt Ohlerich** (www.ihr-steuerteam.de) mit einem Infostand vor Ort und haben viele angeregte Gespräche zum Thema Mentoring führen können.



Foto: © Handelskammer Hamburg/Annegret Hultsch

Das Highlight des Abends war eine hochrangig besetzte Talkrunde, die um 19.30 Uhr im Albert-Schäfer-Saal begann. Diskutiert haben Lore-Maria Peschel-Gutzeit, frühere Hamburger und Berliner Justizsenatorin, **Elke Weber-Braun**, Mitbegründerin und Vorstandsvorsitzende der Käte Ahlmann Stiftung, Renate Bargsten, bis vor kurzem Deutschland-Präsidentin des EWMD European Women's Management Development e.V. und Anna Gottschalk, Mitglied des Vorstandes des Frauenwohnprojekts „Arche Nora“, über Chancen und Grenzen von Solidarität unter Frauen, vor allem in der Arbeitswelt. Auch in diesem Jahr übernahm die Redakteurin Nicola Sieverling die Moderation. Nach einer spannenden Diskussion klang der Abend mit einem Sektempfang aus.

Alles, was Sie sonst noch über die Veranstaltung und zur Geschichte des Internationalen Frauentags wissen möchten, finden Sie unter: www.frauen-im-blick.de

NORDGATE - Die Mittelstandsmesse für den Norden mit Besucherrekord



1.675 Besucher kamen bei frühlingshaften Temperaturen in die Neumünsteraner Holstenhallen. Eingeladen waren Entscheider und Unternehmer aus Schleswig-Holstein, Hamburg und Niedersachsen. Hochkarätige Gäste aus der Politik

gaben sich die Klinke in die Hand, darunter Schleswig- Holsteins Wirtschaftsminister Reinhard Meyer und Landtagspräsident Klaus Schlie.

Regina Raubusch (Mentorin) und **Anke Feierabend** (Mentee) waren für Sie auf dem Unternehmerinnen-Forum.

Bereits zum 3. Mal fand die Wirtschaftsmesse in Neumünster statt. Diesmal auch mit einem Unternehmerinnenforum. Natürlich dabei, die Käte Ahlmann Stiftung. Der Landesfrauenrat und weitere Frauen-Netzwerke bildeten dieses Forum für Gespräche auf Augenhöhe, Austausch und Information. Das Unternehmerinnen- Forum wurde sehr gut angenommen und die Käte Ahlmann Stiftung konnte einmal mehr punkten und sich bekannter machen.



A. Feierabend, R. Raubusch

Dazu trug auch der Vortrag bei, den ich hielt, um deutlich werden zu lassen, was junge Unternehmerinnen dazugewinnen, wenn sie sich eine Mentorin zur Unterstützung nehmen, quasi von Unternehmerin zu Unternehmerin. Meine derzeitige Mentee, **Anke Feierabend** (www.ankefeierabend.de) war eigens aus Niedersachsen angereist und untermauerte bei dem Vortrag den Vorteil, den es hat, sich eine Mentorin über die Käte Ahlmann Stiftung zu suchen. Sie sprach darüber, wie sie den

Weg zu unserer Stiftung fand, wie es ihr mit dieser Begleitung durch eine Mentorin geht und wie wir miteinander arbeiten, denn Niedersachsen liegt ja nicht gerade in unmittelbarer Nähe zu Kiel in Schleswig-Holstein.

Es funktioniert trotz der Entfernung gut. Ein Mix aus persönlichen Treffen und Email-Austausch für Fragen - Antworten und Infos auf beiden Seiten. Die Wirtschaftsmesse erwies sich auch für die Mentee als sehr nutzbringend. Ein Mehrwert, den Sie vielleicht ohne Mentorin nicht hätte nutzen können.

Ihre

Regina Raubusch

Personalberatung/ Coaching

(www.reginaraubusch.de)

Noch mehr Informationen zur Veranstaltung gibt es [hier](#).

TWIN-Stammtisch Rhein-Ruhr in Essen



„Eigentlich müssten wir uns viel öfter austauschen und eigentlich wäre es auch schön, wenn sich die TWIN-Tandems untereinander besser kennenlernen würden“ - so äußerten sich viele Mentorinnen und Mentees aus der Region Rhein-Ruhr im Juli 2013 während einer kollegialen Fallberatung auf Schloss Eichholz.

Daraufhin war nach dem Vorbild der Berliner TWINS schnell die Idee zu einem regelmäßigen Stammtisch geboren und beinahe genauso rasch umgesetzt.

Seit Oktober organisieren **Natali Pilic** und **Janine Flocke**, Inhaberinnen einer Kreativagentur in Essen (www.rand-band.de), und beide derzeit Mentees, den TWIN-Stammtisch Rhein-Ruhr. Ziel ist es, die Vernetzung zwischen den aktuellen und ehemaligen Mentorinnen und Mentees der Region Rhein-Ruhr zu fördern und Interessentinnen einen

ungezwungenen Rahmen für eine erste Kontaktaufnahme zu bieten. Gäste sind daher immer sehr willkommen.

Die Treffen finden im sechswöchigen Turnus plus einen Tag statt - so gibt es keinen festen Wochentag, der manche Mentees und Mentorinnen aufgrund anderer Verpflichtungen von vornherein ausschließen würde. Die Termine geben die beiden Organisatorinnen bereits einige Wochen vorher bekannt und laden zu jedem Stammtisch gesondert per E-Mail ein. Da sich der Stammtisch in wechselnden Restaurants in Essener Rütterscheid trifft, sollten sich die Teilnehmerinnen zuvor anmelden.

Mentorinnen und Mentees, die Interesse am Stammtisch haben, melden sich einfach bei Janine Flocke, am besten per E-Mail: j.flocke@randband.de

ENGAGEMENT IM AUSLAND

Frauenförderung in Nepal



Ann-Katrin Bauknecht

Ann-Katrin Bauknecht kam erstmals 1986 als Beraterin einer Teppichmanufaktur nach Kathmandu, der Hauptstadt Nepals: „Es war Zuneigung zu diesem faszinierenden multikulturellen Vielvölkerstaat am Fuße des Himalayas mit seiner grandiosen Natur ... und zu seinen liebenswerten Menschen, die mich zu meinem sozialen und kulturellen Engagement für Nepal veranlasste. Geprägt durch ihr religiöses und kulturelles Leben sind die Menschen in

der Bergwelt des Himalaya-Landes trotz grenzenloser Armut und größter Entbehrungen voller verinnerlichter Herzlichkeit und Toleranz. Sie haben es verdient, dass ihnen ... Hilfe zur Selbsthilfe zuteil wird.“

Ann-Katrin Bauknecht ist heute Honorargeneralkonsulin von Nepal. Uns erzählt sie von ihren ehrenamtlichen Tätigkeiten in Zusammenhang mit Frauenförderung in diesem Land.

Engagement in der nepalischen Teppichindustrie

Ich kam erstmals 1986 als Beraterin einer Teppichmanufaktur der Dalai Lama Foundation in Sachen Farben und Teppich-Design nach Kathmandu, der Hauptstadt Nepals. Eine sehr abenteuerliche Reise, wie sich herausstellen sollten, denn das Land, seine Sitten und Gebräuche waren mir fremd.

Zwar hatte ich mir Kenntnisse über Farbberatung an der Kunstakademie Esslingen a. Neckar und Textilkunde über eine eigene Damen-Kollektion unter dem Pseudonym des Mädchennamens meiner thüringischen Großmutter „Anna Rohn“ erworben, doch geriet ich unvorbereitet als

Autodidaktin in Bezug auf „Teppichdesign“ in eine mir bis dahin völlig unbekannte Kultur und Gesellschaftsstruktur. Dieses Abenteuer, in welches ich mich mit großer Begeisterung stürzte, erwies sich andererseits als Glücksfall, geriet ich hierdurch doch als völlig Unbekannte nicht nur in eine mir bis dahin verschlossene Welt im einzigartigen Kathmandu-Tal, sondern konnte vor allem an der Basis, d.h. an den Webstühlen der Teppich-Manufakturen enge Kontakte zu armen ungelerten Weberinnen und Webern knüpfen und ihre Welt, geprägt von Unwissenheit und Armut, kennenlernen.

Nach anfänglichen Schwierigkeiten, vor allem hervorgerufen durch die gesellschaftlichen Unterschiede in der hinduistischen und buddhistische Kultur Nepals, aber auch durch Sprachprobleme, entwickelte sich die Zusammenarbeit mit den Teppich-Manufakturen nach wiederholten Besuchen in Nepal zu einer erfolgreichen Kooperation, die beide Seiten zusammen schweißte. Mit meinen inzwischen erworbenen Fachkenntnissen gelang es mir in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Chemiekonzern Sandoz, der mit seinen Textilfarben über ein Monopol am Dach der Welt verfügte, meinen nepalischen Freunden eine umweltfreundlichere Teppichwäsche zu vermitteln, welche ihnen bis dahin von den ausländischen Importeuren vorenthalten worden war. Der Bau der ersten umweltfreundlichen Teppichwaschanlage unweit von Kathmandu in Kooperation mit einem namhaften nepalischen Teppichproduzenten und der Firma Sandoz brachte mir 1992 das Angebot der nepalischen Regierung ein, mich zur Honorarkonsulin für Südwestdeutschland mit Sitz in Stuttgart zu berufen. Die offizielle Ernennung, mitgetragen vom Auswärtigen Amt, erfolgte im April 1993.



Bild: Wikitravel.org

Fortan führten mich regelmäßig 2 - 3 Mal pro Jahr Besuchsreisen nach Nepal, sowohl im Auftrag meines deutschen Auftraggebers, für den immer neue Kollektionen für die begehrten Nepal-Tibet-Provenienzen zu kreieren waren, als auch in dem Wunsch, mich für die großartigen nepalischen Frauen in sozialen Projekten zu engagieren, welche trotz ihres Analphabetentums und aus ärmsten Verhältnissen stammend von einem unbändigen Drang getrieben wurden und noch immer werden, das Überleben ihrer Großfamilie mit ihrer Arbeit sichern zu helfen, damit es ihren Kindern eines Tages besser gehen möge.

In jener Zeit zählte Nepal rd. 20 Millionen Menschen, von denen rd.80 Prozent in den von Armut geprägten ländlichen Bergregionen lebten, wo aufgrund fehlender Infrastruktur, und Bildung, mangelnder Wasser- und Nahrungsmittelversorgung die Not groß war und die Bauernfamilien, in der Regel Analphabeten, ums tägliche Überleben kämpfen mussten, was (überhaupt) nur im Rahmen der Großfamilie möglich war, wo die Jungen für die Alten einstehen und alle gemeinsam zum Unterhalt beitragen. Die Situation hat sich seither nicht verbessert. Inzwischen

zählt Nepal rd. 30 Millionen Menschen und in den Jahren der maoistischen Regierungsverantwortung geriet Nepal durch Stillstand von der Weltöffentlichkeit unbemerkt immer tiefer in Not und Elend.

Herstellung von Kaschmirprodukten in Kathmandu

Während die Herstellung der handgeknüpften Teppiche, ihre Einfärbung mit europäischen Textilfarben und eine sachgemäße Teppichwäsche immer umweltbewusster von statten gingen, wurde dieses traditionelle Handwerk immer stärker von Kinderarbeitsdebatten in der westlichen Welt und einer schleichenden Marktsättigung auf den wichtigen europäischen Märkten überschattet, was letztendlich um die Jahrtausendwende zu einem allmählichen Zusammenbruch dieser für Nepal traditionellen und lebenswichtigen Industrie führte.

Das Knüpfen von Nepalteppichen war eines der wenigen Betätigungsfelder, in welchem Frauen in der patriarchalischen Gesellschaft Nepals ein Auskommen fanden, um zum Lebensunterhalt der Familie und zur Schulbildung ihrer Kinder beizutragen. Der drastische Rückgang der nepalischen Teppichproduktion bedeutete für viele Familien erneut große Not und viele Entbehrungen. In dieser Zeit begann der Um-schwung in andere Betätigungsfelder, wie z.B. das Weben von Original-Pashmina-Tüchern, die aus dem Kathmandu-Tal stammten, von unifarbene und bestickten Kaschmirschals und wunderschönen Stolas und Decken - womit schnell neue Märkte erschlossen werden konnten.

Durch die Mitgründung einer Manufaktur in Kathmandu zur Herstellung von Kaschmir- und Pashminaschals bis hin zu Homewear-Produkten, Pullovern und Accessoires konnte ich auf diesem Sektor dazu beitragen, vornehmlich Frauen einen Arbeitsplatz zu bieten. Meine Beratungshonorare kamen vornehmlich diesem Vorhaben zu Gute. Diese Manufaktur hat durch die wunderbare handwerkliche Qualität ihrer Kaschmirprodukte in Nepal Maßstäbe gesetzt. Die Manufaktur, inzwischen im Besitz einer jungen nepalischen Unternehmerin, berate ich noch heute hinsichtlich Design, Farbgestaltung und Qualität. Ihre teils handgefertigten Produkte halten durchaus den Vergleich mit europäischen Kaschmirqualitäten aus.



Nepalische Landfrauen

Förderung armer Landfrauen in Westnepal - Bhujung-Projekt I

Als Honorarkonsulin von Nepal wurde von mir erwartet, dass ich mich vor allem auch sozial in Nepal engagiere. Da ich durch meine Teppichdesign-Aktivitäten die Armut der Frauen an den Webstühlen und die Bedürftigkeit der Landfrauen in den Bergregionen hautnah miterlebt hatte, war es mir ein großes Anliegen, mich vor allem der

Frauenförderung und Bildung und Ausbildung junger benachteiligten Mädchen zu widmen.

Selbst Landfrau aus Ostwestfalen, interessierte ich mich intensiv für die Situation der nepalischen Landfrauen, die sich noch heute mit mittelalterlichen Strukturen und einer extrem rückständigen Landwirtschaft herumschlagen müssen, wo nur wohlhabende Bauern eine Kuh oder ein Yak besitzen und sich die armen Landfrauen mit einem erosions-geschädigten kargen Boden abmühen, der kaum etwas hergibt, Wasser von weither heranschleppen müssen und in dieser patriarchalischen Gesellschaft das Überleben ihrer Familien seit alters her sichern müssen.

Bereits nach Ernennung zur Honorarkonsulin in 1993 hatte ich mich an einen deutschen Senior- Experten gewandt, der für die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) in Nepal arbeitete und um Unterstützung gebeten. Die GTZ ist als Beratungsstelle des Bundesministeriums für Entwicklungszusammenarbeit in Entwicklungsländern aktiv und kooperiert eng mit der jeweiligen deutschen Botschaft. Dieser Seniorenexperte beschäftigte sich vornehmlich mit der Förderung von Kleinstunternehmen im Industrieministerium in Kathmandu, und beklagte, dass dieses Projekt nur jungen Männern aus guten Familien offenstand. Dies war Motivation und Antrieb zugleich, gemeinsam das 1. Förderungsprojekt für arme Landfrauen in Westnepal zu entwickeln und uns der weiteren Expertenunterstützung durch den nationalen King Mahendra Trust for Nature Conservation (KMTNC) zu sichern. Diese königliche Stiftung war in weiten Gebieten Westnepals mit Umweltschutzmaßnahmen engagiert. In 2006 wurde der KMTNC mit dem Abdanken des Königs in eine nationale Naturschutzstiftung umgewandelt.

In diesem ersten spendenfinanzierten Landfrauenförderungsprojekt in Westnepal, das im Distrikt Bhujung/Region Lamjung entstand, und sich die Existenz traditioneller AMA-Clubs („Mütter-Gruppen“) zu Nutze machte, die sich seit jeher in den entlegenen Regionen Westnepals zusammen geschlossen haben, wurden durch nach einer besseren Bearbeitung des Bodens Mais, Reis, Kartoffeln, Gemüse und Heilkräuter angebaut, Geflügel gezüchtet und Ziegen und Yaks für den Ackerbau gehalten. Die Landfrauen begannen alsbald ihre Waren über den lokalen Markt hinaus anzubieten bis hin zu Gästehäusern entlang der Trekkingrouten, denen sie Gemüse und Geflügel für den Verzehr liefern konnten. So entstand ein reger Warenaustausch und Handel über örtliche und regionale Grenzen hinweg, der auch einen gewollten Multiplikatoren-Effekt in den angrenzenden Nachbarregionen auslöste. Um die ständigen Schulungen der AMA-Clubs nicht im Freien abhalten zu müssen, finanzierte der gemeinnützige Verein VEBW e.V., Stuttgart, dessen Vorsitz ich in 1995 übernahm, im Zentrum der Region Lamjung, d.h. im Ort Bhujung, ein multifunktionales Versammlungshaus, das auch als medizinisches Zentrum und Schulhaus genutzt wurde. Nachdem sich die Landfrauen von Bhujung in bewundernswerter Weise emanzipiert hatten und ihrer neuen Multiplikatorinnen-Rolle in den Nachbar-Regionen mit großem Eifer nachkamen, konnten wir mit den zuständigen Experten der GTZ und des KMTNC einen weiteren Schritt beschließen und in den 10 AMA-Clubs, die zu Beginn des Förderprogramms in Bhujung und Region durch eine Machbarkeitsstudie ausfindig gemacht worden waren, ein Kleinstkredit-Programm einzuführen.

Zu diesem Zweck mussten die Landfrauen zunächst mittels Symbolen in eine simple Buchhaltung und Budgetführung eingewiesen werden. Da es in den entfernten ländlichen Regionen Westnepals keine örtlichen oder

regionalen Banken gab, wurde ein eigenes MicroCredit System entwickelt, das mit einem revolving Kredit pro Ama-Club von ca. DM 500.-- (heute EUR. 500.--) ausgestattet wurde, den die Club-Mitglieder selbst verwalten durften, jedoch einer vierteljährlichen Kontrolle ihrer Bücher unterlagen. Auch der Zins, zu dem die Landfrauen ihren Schwestern einen Kredit gewährten, wurde von den Landfrauen selbst festgelegt. Dieses Kleinkreditsystem hat sich über die Jahre bis zum heutigen Tag bewährt. Auch hat es nie nennenswerte Außenstände gegeben. In den Jahren 2003 - 2004 wurden zusätzliche **Mentorinnen-Programme** eingeführt, um die zehn AMA-Clubs nach 10jähriger Förderung auf ihre Entlassung in die Selbständigkeit im Frühjahr 2005 vorzubereiten.

Dieses erfolgreiche Landfrauenförderungsprojekt wurde ausschließlich durch private Spenden und Zuwendungen finanziert, die ich über den gemeinnützigen Verein **VEBW Verein Entwicklungshilfe Baden-Württemberg e.V., Stuttgart** (www.vebw.de), in den Jahren 1995 - 2005 einwerben konnte. Seit 2005 findet keine direkte finanzielle Förderung mehr statt, da sie unserer Philosophie entgegensteht, dass eine dauerhafte Förderung nur neue Abhängigkeit schafft und sich kontraproduktiv auf den Willen zur Eigenständigkeit auswirkt. Jedoch besteht weiterhin ein enger Kontakt und reger Informationsaustausch zu unseren Partnern vor Ort.

Lesen Sie im 2. Teil des Nepal-Berichts (Newsletter 2-2014) u.a. über den großartigen Erfolg eines Mädchenschulprojekt in der entlegenen Hochgebirgsregion von Upper Mustang.

KURZ NOTIERT

WETTBEWERBE UND AUSZEICHNUNGEN

Ein positives Gründungsklima in Deutschland zu fördern, Mut zur Selbstständigkeit zu machen und natürlich innovative Ideen und unternehmerisch herausragende Leistungen auszuzeichnen - das sind die Beweggründe von Wettbewerben und Förderpreisen für Gründer und Jungunternehmen.

Jedes Jahr auf Neue erreicht die Stiftung eine Vielzahl von Informationen und Aufrufen dazu. Um Ihnen einen kleinen Überblick zu geben, stellen wir hier 4 der bedeutendsten nationalen Förderpreise vor:

Deutscher Gründerpreis



Foto: Bildschön, Berlin

Der von stern, Sparkassen, ZDF und Porsche ausgelobte Preis wurde zum ersten Mal 1997 vergeben. In den Kategorien Schüler, StartUp, Aufsteiger und Lebenswerk werden herausragende Unternehmer oder die, die es einmal werden wollen, prämiert.

Der ideale Kandidat

... ist eine überzeugende und vorbildhafte Gründerpersönlichkeit.

... hat eine innovative Geschäftsidee mit klarem Alleinstellungsmerkmal.
... hat ein langfristig tragfähiges Geschäftsmodell.

Bewerbung/ Nominierung/ Auswahl

Für den Deutsche Gründerpreis können sich Unternehmen nicht selbst bewerben. Ein *Expertennetzwerk* (ca. 300 Mitglieder aus renommierten Unternehmen, Hochschulen, Ministerien usw.) prüft in Frage kommende Unternehmen und schlägt diese der *Gründerpreis-Jury* vor (Ausnahme Kategorie Schüler). Diese wählt pro Kategorie die drei besten Unternehmen aus, die Finalisten. Über die endgültigen Preisträger entscheidet dann die *Präsentationsjury*.

Die Auszeichnung

Neben einer feierlichen Verleihung im ZDF- Hauptstadtstudio, werden alle Finalisten und Preisträger portraitiert und im ZDF, im Magazin stern und auf stern.de vorgestellt.

In den Kategorien StartUp und Aufsteiger erhalten die Finalisten und Preisträger u.a. individuelle Coachings, Medientrainings und für 2 Jahre einen Paten aus dem Kuratorium des Deutschen Gründerpreises, dem auch **Rosely Schweizer** (Kuratoriumsvorsitzende der Käte Ahlmann Stiftung) angehört.

Termine und Fristen

- 15. Januar 2014 Ende der Einreichungsfrist für Unternehmensvorschläge
- Mai 2014 Auswahl der Finalisten pro Kategorie
- Juni 2014 Präsentationsjurysitzung
- 16. September 2014 Preisverleihung und öffentliche Bekanntgabe der Preisträger

Weiter Informationen erhalten Sie auf der Homepage des Deutschen Gründerpreises unter www.deutscher-gruenderpreis.de

Großer Preis des Mittelstandes



Die Auszeichnung „Großer Preis des Mittelstandes“ wird seit 1994 an besonders erfolgreiche mittelständische Unternehmen vergeben und gilt laut einer breit angelegten „isw“- Benchmarkstudie aus dem Jahre 2011 als Deutschlands wichtigster Wirtschaftspreis. Die Oskar-Patzelt-Stiftung ist gemeinsam mit Kammern, Verbänden, Städten und Gemeinden der Träger des Wettbewerbes „Großer Preis des Mittelstandes“.

Der ideale Kandidat

... besitzt ein Unternehmen, welches jährlich mindestens zehn Arbeitsplätze und 1,0 Mio. Euro Umsatz aufweist.
... sollte mit seinem Unternehmen bereits wenigstens drei Jahre stabil

am Markt tätig sein.

... führt sein Unternehmen frei von kommunaler oder staatlicher Beteiligung (Ausnahme: Beteiligungsgesellschaften als Mittelstandsförderung).

Bewerbung/ Nominierung/ Auswahl

Mittelständische Unternehmen können von Institutionen, Organisationen, Kammern, Verbänden, Vereinen, Kommunen, Unternehmen und Persönlichkeiten nominiert werden. Die nominierten Unternehmen erhalten daraufhin die Möglichkeit, ihre Wettbewerbsunterlagen auszufüllen - und damit die Jurystufe zu erreichen. Weder den nominierenden Institutionen noch den nominierten Unternehmen entstehen im Zusammenhang mit dem Wettbewerb Anmelde- oder Bearbeitungsgebühren.

In einem mehrstufigen Verfahren wählen die Jurys der zwölf Wettbewerbsregionen die Finalisten und Preisträger, die Abschlussjury die Preisträger der Sonderpreise und die Vergabe der Ehrenplaketten. Bewertet werden die Leistungen in den fünf Wettbewerbskriterien

- Gesamtentwicklung des Unternehmens
- Schaffung/Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen
- Modernisierung und Innovation
- Engagement in der Region
- Service und Kundennähe, Marketing

Jährlich werden so ca. 100 Unternehmen mit dem „Großen Preis des Mittelstandes“ ausgezeichnet.

Die Auszeichnung

Bereits mit dem Erreichen der Jurystufe erhalten die Unternehmen eine Urkunde. Aus ihnen wählen die Juroren der zwölf Regionaljurys sowie die beiden Sonderjurys die Preisträger und Finalisten aus. Die Preisverleihungen selbst finden jeweils auf einer der vier feierlichen Galas im September statt, die Entscheidungen der Jury werden erst am Abend der Preisverleihung bekanntgegeben.

Die Auszeichnungen sind nicht dotiert, jeder Preisträger und Finalist erhält eine Preisskulptur, eine Urkunde und den Applaus der Gäste zur Preisverleihung.

Termine und Fristen

Für den diesjährigen Wettbewerb ist die Nominierungsphase abgeschlossen. Anfang November 2014 wird die Neuausschreibung des Wettbewerbs für das Folgejahr durch die Oskar-Patzelt-Stiftung erfolgen. Bis zum 31. Januar 2015 können Nominierungen über das Portal www.kompetenznetz-mittelstand.de vorgenommen werden. Weitere Informationen zum Wettbewerb erhalten Sie auf der Homepage www.mittelstandspreis.com

IDEE-Förderpreis



Seit 1997 verleiht Albert Darboven, Inhaber und Geschäftsführer des Hamburger Traditionsunternehmens J.J. Darboven alle 2 Jahre den Darboven IDEE-Förderpreis an Frauen mit Erfolg versprechenden Business-

Konzepten und wegweisenden Geschäftsideen.

Die ideale Kandidatin

... ist Existenzgründerin oder Jungunternehmerin, die nicht länger als drei Jahre selbstständig ist.

... besitzt großes persönliches Engagement und eine neue wegweisende Geschäftsidee.

... hat bereits erste unternehmerische Erfolge erzielt und neue Arbeitsplätze geschaffen oder es ist zu erwarten.

Bewerbung/ Nominierung/ Auswahl

Die Bewerbungsunterlagen für den Darboven IDEE-Förderpreis 2015 können angefordert werden unter:

segmenta pr
Frau Ute Lund
Telefon: 040.44 11 30-24
Mail: lund@segmenta.de

Aus den eingereichten Bewerbungen wählt die hochkarätige Jury unter dem Vorsitz von Dr. Henning Voscherau, dem früheren Ersten Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg, fünf Finalistinnen.

Seit 2013 gibt es zusätzlich ein Publikumsvoting. Aus allen Bewerbungen werden einige in Kurzform online zur Abstimmung vorgestellt. Die Gründerin bzw. Jungunternehmerin mit den meisten Stimmen erhält einen zusätzlichen Platz in der Finalrunde. Dort dürfen sich dann sechs Bewerberinnen persönlich präsentieren.

Die Auszeichnung

Im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung werden alle Preisträgerinnen gewürdigt. Der erste Preis ist mit 50.000 Euro dotiert, der zweite Preis mit 10.000 Euro und der dritte Preis mit 5.000 Euro.

Termine und Fristen

Die nächste Preisverleihung findet im Jahr 2015 statt. Nähere Termine stehen noch nicht fest.

Weiter Informationen erhalten Sie auf der Homepage <http://www.darboven.com/unternehmen/engagement/idee-foerderpreis-2013.html>

KfW-Unternehmenspreis GründerChampions



Der KfW-Award GründerChampions, der jährlich im Rahmen der deGUT verliehen wird, prämiiert ein Unternehmen aus jedem deutschen Bundesland, welches nicht länger als fünf Jahre besteht und eine kreative und nachhaltige Geschäftsidee mit gesellschaftlichem Mehrwert umsetzt.

Der ideale Kandidat

...hat eine Firma (branchenunabhängig) mit Sitz in Deutschland und ist seit maximal fünf Jahren am Markt.

...behauptet sich durch Engagement, Eigeninitiative und Kreativität am Markt.

Bewerbung/ Nominierung/ Auswahl

Aus jedem Bundesland wird ein Landessieger prämiiert. Alle 16 Sieger konkurrieren um den Bundessieger, der an das Unternehmen vergeben, das unter den Landessiegern besonders auffällt, beispielsweise durch eine innovative Idee oder Arbeitsweise, mit der es sich erfolgreich am Markt behauptet. Weiterhin haben alle Bewerber die Chance auf Sonderpreise für Leistungen (z.B. soziales Engagement, Nachhaltigkeit etc.), die die Jury beeindruckt haben.

Die Auszeichnung

Die feierliche Prämierung der GründerChampions findet das nächste Mal am 16. Oktober 2014 im Bundeswirtschaftsministerium in Berlin auf der Eröffnungsveranstaltung der deGUT statt. Es werden Preisgelder in Höhe von insgesamt 30.000 Euro vergeben.

Termine und Fristen

Im Zeitraum von 01.05. bis 01.08.2014 können Sie sich unter www.degut.de bewerben. Mit folgendem Formular können schon jetzt Unternehmen vorgeschlagen werden: <http://www.degut.de/unternehmen-vorschlagen>

TERMINE

11. Fachkongress WoMenPower in Hannover



Den 11. April 2014 sollten Sie sich freihalten. Als der größte Fachkongress zu arbeitspolitischen Themen und Karrierefragen vermittelt WoMenPower praxisnah Informationen für alle Berufsphasen: vom Berufseinstieg

bis zur Karriereförderung. Es lohnt sich auf jeden Fall dabei zu sein!

36 praxisorientierte Workshops, hochkarätige Keynote-Sprecher/innen, eine spannende Podiumsdiskussion sowie eine begleitende Ausstellung mit knapp 80 Aussteller/innen und ausreichend Raum und Zeit für Networking werden geboten. [mehr...](#)

Kieler Gründungsforum



12. April 2014 öffnen sich zum 11. Mal die Tore des Kieler Gründungsforums im Wissenschaftszentrum. Hier treffen sich Gründungsinteressierte zur Information und zum Austausch rund um das Thema Existenzgründung.

Neben Impulsreferaten bietet die Aktion „Frag‘ den Gründer“ Rat und Hilfe von ehemaligen Gründern. **Regina Raubusch**, Beratung & Coaching, repräsentiert mit einem Infostand die Käte Ahlmann Stiftung. [mehr...](#)

Women & Work in Bonn



Deutschlands größter Messekongress findet am 24. Mai 2014 in Bonn statt. Persönliches Networking und Karriereplanung stehen im Vordergrund aber auch das Thema „Ethik im Business“. **Martina Teichelmann**, Agentur Teichelmann, wird für uns vor Ort sein. [mehr...](#)

Nationaler Aktionstag zur "Unternehmensnachfolge durch Frauen"



Am 26. Juni 2014 soll es wieder einen "Nationalen Aktionstag zur Unternehmensnachfolge durch Frauen" geben.

Expertinnen und Experten wollen gut qualifizierten Frauen die Betriebsübernahme als Option der Selbstständigkeit näher bringen und Übergeberfamilien für die Potenziale ihrer Töchter und Mitarbeiter im Hinblick auf die Unternehmensnachfolge sensibilisieren. [mehr...](#)

UNSERE FÖRDERER



Konrad
Adenauer
Stiftung

Wir danken unseren Förderern für ihre Hilfe und regelmäßige Unterstützung, insbesondere der Konrad-Adenauer-Stiftung, die uns zweimal jährlich die Durchführung unserer Seminare für unsere Mentorinnen und Mentees ermöglicht



der Firma CompuSense Communication und Bigga Rodeck, dank deren Unterstützung dieser Newsletter erscheinen kann.

Alle Beiträge sind mit Sorgfalt recherchiert. Dennoch können wir keine Haftung für die Richtigkeit unserer Nachrichten übernehmen. Weiterhin ist die Stiftung nicht für die Inhalte fremder Seiten verantwortlich, die über einen Link erreicht werden.

Impressum.

Sie erhalten diesen Infodienst von der
Käte Ahlmann Stiftung, Oderfelder Strasse 3, 20149 Hamburg,
Telefon 040 - 20 93 19 23 - 0
E-Mail: info@kaete-ahlmann-stiftung.de

Verantwortlich: Elke Weber-Braun

Layout und Programmierung: [CompuSense Communication, info@CompuSense.de](mailto:info@CompuSense.de)

Fotos: Privatbesitz.

Der Newsletter erscheint dreimal jährlich. Sollten Sie den Newsletter künftig nicht mehr wünschen, klicken Sie bitte [hier](#).