

epos

Unternehmer,
die Geschichte schreiben



Die Favoriten von
Agnes Anna Jarosch
& Rainer Wälde

THOMAS ALTHOFF:

**Wie man ein Grandhotel
mit Exzellenz und
Ökonomie führt**

JOSEPHINE RUPPERT:
**Wie Sie aus Problemen
innovative Geschäfts-
modelle entwickeln**

INHALT



- 5 **Josephine Ruppert:**
Wie Sie aus Problemen innovative Geschäftsmodelle entwickeln
- 8 **Kurt Höller:**
Wie Sie weltweit von den Besten lernen und gute Ideen regional adaptieren
- 10 **Michael Clark Bethke:**
Wie Sie Unternehmensvisionen und -ziele aus Ihren Werten ableiten
- 14 **Markus Schott:**
So werden Flipflops zum begehrten Kultobjekt
- 18 **Meike Gesine Hartmann:**
Wie eine alte hawaiianische Heilmethode Unternehmer beflügelt



- 20 **Thomas Althoff:**
Er bietet seinen Gästen einen Mehrwert, der nicht auf der Rechnung steht
- 23 **Thomas Bühler:**
Wie Sie als Unternehmer die Coca-Cola-Strategie für Ihr Business umsetzen
- 27 **Friedrich Wilhelm Raiffeisen:**
Warum Sie sich niemals für Ihre Wurzeln schämen sollten
- 29 **Dr. Wilhelm Bartels:**
Wie ein hochspezialisierter Hightech-Chirurg eine alte Heilrezeptur vor dem Aus bewahrt

- 32 **Volker Mühl:**
Wie ein Steuerberater den Kundenservice neu erfindet
- 34 **Markus Buschmann:**
So vermeiden Sie als Unternehmer spätes Bedauern
- 36 **Silke Heuwerth:**
Wie viel Geld kosten Abteilungsdenken und Grabenkämpfe in Ihrem Unternehmen?
- 38 **Walter Stuber und Dirk Eckart:**
Warum gute Unternehmer gegen kleingeistige Attacken immun sind

- 40 **Rainer Wälde:**
Wie Unternehmerträume wahr werden

- 43 **Markenherz-Methode:**
Wie Sie den Kern Ihrer Marke finden

- 44 **Agnes Anna Jarosch:**
Warum das EPOS Magazin entstehen musste

- 47 **Markenherz-Methode:**
In 6 einfachen Schritten zum Wunschkunden-Business

IMPRESSUM

EPOS – Unternehmer, die Geschichte schreiben **Herausgeber:** Agnes Anna Jarosch & Rainer Wälde GbR (V. i. S. d. P.) **Verlag:** Rainer Wälde media, Guts-hof 2, 34621 Frielendorf, E-Mail: info@waeldemedia.de **Autoren:** Agnes Anna Jarosch, Micha Kunze, Rainer Wälde **Lektorat:** Dorothee Köhler, www.dorothee-koehler.de **Layout/Satz:** Sarah Augustin, www.blütezeit.biz **Druck:** Wir machen Druck, Back-nang **Fotos:** Janine Guldener, www.janine-guldener.com, Marek & Beier Fotografen, Klaus Lorke, Ulrich Eichentopf Monique Wüstenhagen, compamedia, Shutterstock **Gedruckt** auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier. Alle Rechte vorbehalten. Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Ver-lages. Beilage zu Authentisch leben 27 **ISSN:** 2566-9702 **Postvertriebsstück:** ZKZ 24882

EDITORIAL

LUST AUF UNTERNEHMERTUM



Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer,

bitte überlegen Sie einmal: Wer sind in Hollywood-Filmen, Tageszeitungen und Reportagen die Bösewichte? Häufig bedienen Regisseure, Journalisten und Medienmacher ein Klischee. Verständlich, denn es ist spannender, über Drückerbanden und Abzocker-Firmen zu berichten als über das bodenständige Unternehmertum. Das Strickmuster ihrer Geschichten wiederholt sich: Der ehrliche und sympathische Habenichtskämpfer gegen den reichen und unethischen Unternehmer-Fiesling. Am Ende triumphiert Glück über Geld und der mittello-se Held besiegt den Bonzen. Diese Storys prägen unbewusst unser Weltbild und führen unsere Kinder ins Angestellten-Dasein statt in die unternehmeri-sche Selbstbestimmung.

Mit diesem Magazin wollen wir ein Zeichen setzen! Wir wollen all die Mutigen feiern, die sich trotz zahlreicher Herausforderungen und Widerstände auf das Abenteuer „Unternehmen“ einlassen. Die Unternehmer, die wir in unserer tag-täglichen Arbeit kennenlernen dürfen, beeindrucken uns immer wieder. Sie arbeiten vorbildlich, motiviert und gewissenhaft, um ihre Familien zu ernähren, die Arbeitsplätze ihrer Angestellten zu sichern und im Inland Steuern zu zah-len, von denen wiederum die öffentlichen Infrastrukturen und Einrichtungen bezahlt werden können. Unternehmer sind das Rückgrat unserer Gesellschaft und verdienen es, für tägliche Bestleistungen gewürdigt zu werden.

Genau dafür bietet das EPOS Magazin den Raum. Feiern Sie mit uns die Großen und die Kleinen, die Start-ups und die Platzhirsche sowie die Bodenständigen und die Kreativen, die als Unternehmer ihre Welt verändern und Geschichte schreiben.

Viel Vergnügen bei der Lektüre
wünschen Ihnen

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

Agnes Anna Jarosch Rainer Wälde

*Feiern Sie mit uns
genau die Unter-
nehmer, die ihre
Welt verändern
und Geschichte
schreiben.*

Wie Sie aus Problemen innovative Geschäftsmodelle entwickeln

Von Agnes Anna Jarosch



1440 war es Johannes Gutenberg, der sich fragte, warum die Abschrift einer Bibel Menschenleben dauern sollte. Mit seiner Erfindung des Buchdrucks löste er dieses Problem, veränderte die Welt und ebnete den Weg, damit Bildung für alle Menschen zugänglich wurde.

1873 entwickelte der jüdisch-deutsche Auswanderer Levi Strauss in Amerika die Jeans. Ihm fiel auf, dass die Arbeitshosen der Goldgräber den starken Belastungen im Wasser nicht standhielten. Als kluger Geschäftsmann löste er das Problem, indem er Hosen aus stabilem Segeltuch fertigte, sie später blau färbte und mit Nieten verstärkte. Heute sind Jeans bei Enkel und Oma, Hipster und Buchhalter, Aldi und Gucci, Student und VIP gleichermaßen im Regal oder im Schrank zu finden.

Dass Problemlösungen von der Masse erst einmal verstanden werden wollen, beweist die Geschichte von Werner von Siemens. Als er seinen Vorläufer der Straßenbahn 1881 auf einer Gewerbeausstellung vorführte, wurde dieser zum Flop. Dennoch baute er in Eigeninitiative zwei Pferdebahnwagen um, damit die erste elektrische Straßenbahn den Betrieb aufnehmen konnte. Was wären New York, London und Tokio heute ohne die Metro?

Die Wertschätzung von Problemen ist damals wie heute die Basis für Welterfolge. Genau deshalb lassen sich starke Unternehmer von Problemen begeistern und nehmen diese zum Anlass, um aktiv zu werden und neue Geschäftsfelder zu entwickeln. Eine Ausnahme-Unternehmerin, der dies in der Medizinbranche seit 20 Jahren immer wieder gelingt, ist **Josephine Ruppert**.

Die Wertschätzung von Problemen ist die Basis für Welterfolge.

Wundern Sie sich auch über die gängige Manier, sich über Probleme zu echauffieren und sie als lästiges Übel des Daseins zu diffamieren? Aus Unternehmersicht sind Probleme wertvolle Ressourcen, denn jedes noch nicht gelöste Problem kann ein potenzielles Geschäftsmodell sein. Immer wieder beobachte ich, dass erfolgreiche Unternehmer die Welt mit anderen Augen sehen als die Restbevölkerung.

JOSEPHINE RUPPERT LÖST MIT VIEL ELAN PERSONAL-ENGPÄSSE IM OP

Von Agnes Anna Jarosch



Die Krankenhaus-Branche ist hart und hat immer noch den Ruf, hierarchisch-konservativ organisiert zu sein. Frauen in der obersten Führungsriege sind selten, umso mehr sticht Josephine Ruppert mit ihrer Persönlichkeit und ihren Dienstleistungen heraus.

Die zierliche blonde Frau wirkt elegant und stilsicher, sodass man sie eher in der Kunst- oder Werbebranche vermuten würde. Wer Ruppert in Aktion erlebt, wird Zeuge, wie sie selbst den knorrigsten Professoren zu fachlich-schwergewichtigen OP-Themen Paroli bietet und für ihre Überzeugungen und Innovationen wie eine Löwin kämpft. In 20 Jahren hat sie gemeinsam mit ihrem Mann vier Unternehmen aufgebaut, die sich alle aus dem Bedarf der Kunden ergeben haben. In der Pflege hat das Thema Personalmangel das Gehör der Massenmedien gefunden, doch der OP gilt als „Black Box“. Während Besucher die leeren Flure auf den Stationen erleben und deshalb aufschreien, bekommen narkotisierte Patienten die Probleme des OPs nicht zu Gesicht. Keine Lobby, keine Lösung. Krankenhäuser, die langfristige Maßnahmen zur Personalbindung und zum Employer Branding versäumt haben, sind im OP stark auf Leihpersonal angewiesen. Rupperts neuester Coup ist deshalb das „Pooling“, das die Personalengpässe der Kliniken gerade an den Wochenenden und während der Bereitschaftsdienste löst. So werden auch die sehr belastenden Arbeitszeiten durch externes Personal gedeckt und das stark belastete, angestellte Personal entlastet. Aber der Reihe nach:

Wie alles begann: Ein Auto, ein Telefon und eine gute Idee im Kopf

Rupperts Erfolgsgeschichte beginnt vor über 20 Jahren, als sie auf einer Dienstreise in den USA die Wirkung von individualisierten OP-Sets im Operationssaal erlebt. Statt wie in Deutschland mühsam 90 Einzelteile aus dem Lager zusammenzusuchen, öffnen die OPSchwwestern dort im Handumdrehen ein individuell konzipiertes Set, um sofort mit der OP zu beginnen. In Deutschland ist Ruppert zum

Auf der nächsten Seite lesen Sie ihre ganze Geschichte ...

damaligen Zeitpunkt fest angestellt und führt ein sorgenfreies Leben. Doch die Problemlösung „OP-Sets“ begeistert sie so sehr, dass sie ihren lukrativen Job an den Nagel hängt und ihre erste Firma JR OP-Sets gründet. Ihr Mann Bernhard Stiegelmayr unterstützt sie auf dem Sprung in die Selbständigkeit. Er nimmt ihr die letzten Bedenken und verkauft sogar sein geliebtes BMW-Cabriolet, um seine Frau mit Startkapital zu unterstützen.

Klinkenputzen und Akquise-Marathon

Ruppert setzt sich ins Auto und beginnt mit dem Klinkenputzen – von Montag bis Freitag ist sie quer durch Deutschland in Krankenhäusern unterwegs. Es hagelt Abfahren. Die Einkäufer erklären: „Nette Idee, aber wir haben unsere Verträge.“ Die Medizinprodukte-Hersteller offenbaren: „Wir haben bereits Direktverträge mit den Kliniken und Einkaufsgemeinschaften. Deutschland tickt anders.“ Die Anwender in den OP-Sälen verstehen die Vorteile, doch sie sind nicht die Entscheider.

Werner von Siemens lässt sich nicht von der Straßenbahn abbringen und Josephine Ruppert lässt sich ebenfalls nicht beirren.



Ein starkes Team: Vor 20 Jahren verkaufte Bernhard Stiegelmayr sein Auto, um seine Frau mit Startkapital zu unterstützen

Doch genauso wenig, wie Werner von Siemens sich von der Straßenbahn abbringen ließ, ist Josephine Ruppert zu beirren. Lange Monate vergehen, bis in Leipzig ein neues Herzzentrum eröffnet. Sie bekommt dort einen Termin im OP und findet Gehör. „Im Herzzentrum war man sofort begeistert von der Idee“, erinnert sie sich. Die Geschäftsführung erklärt sich bereit, Auswertungen zu machen, Zeiten zu messen und zu prüfen, ob mit den OP-Sets Personal genau dort eingespart werden kann, wo offene Stellen nicht besetzt werden können. Das Ergebnis der Analyse lautet: Ja! Offen für Neues erkennt man hier die Potenziale der Sets: Das Herzzentrum wird Rupperts erster Großkunde.

Ein Meilenstein in der Geschichte von JR. Jetzt erst beginnt die Branche, die zierliche blonde Frau ernst zu nehmen – schließlich hat sie eine der modernsten Privatkliniken überzeugt.

Wie sich Rupperts Firmen JR OP-Consulting, JR OP-Akademie und JR OP-Personal aus dem Kundenbedarf ergeben

JR leistet Aufklärungsarbeit und hat Erfolg. „Mittlerweile haben wir mehr als 30 Kliniken unter Vertrag. Viele unserer Kunden sind zehn Jahre und länger bei uns“, sagt Ruppert. Regelmäßig steht sie bei ihren Kunden im OP und hört aufmerksam zu, welche Probleme es gibt. Genau aus diesen Problemen entwickelt sie weitere Geschäftsfelder. Akute Probleme entstehen zum Beispiel bei den Abläufen im OP, sodass sie die Firma JR OP-Consulting gründet. „Die Sets sind im Handumdrehen einsatzbereit. Doch das nutzt nichts, wenn der Chirurg fehlt oder der Patient. An diesen Abläufen arbeiten wir mit den Krankenhäusern, denn mit dem OP steht und fällt der wirtschaftliche Erfolg einer Klinik“, fasst sie zusammen.

Auf die neuen Herausforderungen des Hybrid-OPs reagiert sie und gründet die JR-Akademie. Sie kreierte die Zertifizierung zum Hybrid-OP-Techniker (HOT) und schafft damit ein komplett neues Berufsbild. Schließlich nutzt die neueste Hybrid-OP-Technik nichts, wenn niemand die neu zu erlernenden Abläufe der interdisziplinären Zusammenarbeit beherrscht. Nach drei Jahren ist diese Ausbildung etabliert und selbst die Branchenriesen der Medizin setzen auf das HOT-Konzept von JR. So gesellen sich zu der Firma JR OP-Sets nach und nach die Firmen JR OP-Consulting, JR OP-Akademie und JR OP-Personalservice. Mit Fleiß, Innovation und Kundennähe erwirtschaftet die gesamte JR-Firmengruppe mit 70 Mitarbeitern Umsätzen im zweistelligen Millionenbereich.

„Alle unsere Dienstleistungen haben sich immer aus dem Bedarf unserer Kunden ergeben.“

So löst JR Personalprobleme – auch am Wochenende und im Bereitschaftsdienst

Für faule Kompromisse und Pseudolösungen ist JR nicht zu haben, sondern verpflichtet sich der Erstklassigkeit im Gesundheitswesen. Einmal richtig zu investieren, ist ihrer Erfahrung nach klüger und sparsamer, als es zwei Mal falsch zu tun. Deswegen legt sie bei auch bei der Personalauswahl für den JR OP-Personalservice viel Wert auf Fachwissen und Erfahrung. „Wenn eine Klinik schon unterbesetzt ist, hat sie keine Zeit, schlecht qualifizierte Leihkräfte zu schulen. Genau deshalb bin ich stolz darauf, dass unser Team top ausgebildet ist“, erklärt sie. Derzeit hört sie das Leid der Kliniken, dass Zeitarbeiter keine Bereitschafts- und Wochenenddienste leisten. Wieder ein Problem, aus dem sich ein Geschäftsfeld ergibt. Sie arbeitet an Lösungen, bei denen Kliniken auch außerhalb der Standard-Arbeitszeiten auf einen Mitarbeiter-Pool zurückgreifen können, damit der sichere OP-Betrieb gewährleistet ist.

Nach mehr als 20 Jahren blickt Josephine Ruppert zufrieden zurück und ist froh, dass sie damals den entscheidenden Schritt ins Unternehmertum gewagt hat. „In Deutschland schreibt jedes zweite Krankenhaus rote Zahlen, jedes sechste steht vor der Insolvenz. Da freut es uns besonders, wenn unsere Kunden mithilfe optimierter OP-Prozesse wettbewerbsfähig werden und bleiben. Krankenhäuser überleben, wenn sie langfristig zu wirtschaftlich gesunden Unternehmen werden, in denen Angestellte gesund bleiben und Patienten gesund werden. Das ist unsere Mission.“

Best-Practice-Erfolgstools: Für Sie auf einen Blick

1

Ziehen Sie die Unternehmerbrille auf und betrachten Sie Probleme mit neuen Augen. Für Sie als Unternehmer sind Probleme Geschenke, da hinter jedem ungelösten Problem ein noch nicht erfundenes Geschäftsmodell steht.

2

Besuchen Sie Ihre Kunden, sprechen Sie mit ihnen, arbeiten Sie am besten mit! Auf diese Weise hören, sehen und erleben Sie, wo der Schuh im Alltag drückt, und lösen Probleme besser als Ihr Wettbewerb.

3

Geben Sie nicht auf, wenn die Allgemeinheit Ihren Visionen noch nicht folgen kann. Denken Sie an die Weitsicht von Werner von Siemens, Steve Jobs und Josephine Ruppert: Erfolgreiche Unternehmer glauben an ihre Vision und geben nicht vorschnell auf.