

„Immer zwei Schritte vor den anderen sein“

AKAD-Absolventen behaupten sich in den unterschiedlichsten Branchen als Unternehmer

Ob selbstständige Marketingberaterin, Inhaber eines Ingenieurbüros, Art Director in der eigenen Agentur oder Geschäftsführer der eigenen Tai Chi-Schule – eines haben diese AKAD-Absolventen gemeinsam: Die Gewissheit, dass sie ohne ihr Studium bei AKAD in ihrer Selbstständigkeit nicht so erfolgreich wären oder den Schritt in die Selbstständigkeit nicht gewagt hätten. Stellvertretend für viele Absolventen der AKAD-Hochschulen stellen wir Ihnen in diesem Beitrag vier Menschen mit ungewöhnlichen Berufsbiografien vor, die in ganz unterschiedlichen Branchen ihr eigenes Unternehmen gegründet haben.



„Wir wollen das Menschliche rüberbringen“

„Jeder Selbstständige sollte im Grunde genommen eine Grundbasis an BWL-Wissen haben. Alle Inhalte des AKAD-Studiums habe ich sofort versucht, umzusetzen – zum Beispiel habe ich gelernt, Bilanzen zu lesen und strategisch zu denken“, sagt Christiane Köhn-Ladenburger,

die vor elf Jahren in Rosenheim die Firma Projektteam – Fachagentur für Bildsprache gegründet hat. Damals war das Unternehmen eine Grafikagentur mit Schwerpunkt Fotografie. Im Rahmen ihres BWL-Studiums bei AKAD von 2002 bis 2006 hat die studierte Grafik- und Fotodesignerin eine neue Dienstleistung entwickelt, auf die sie und ihre sieben fest angestellten Mitarbeiter am neuen Firmenstandort Bopfingen sich inzwischen spezialisiert haben: Die Visualisierung von Unternehmensstrategien. „Wir entwickeln Bildsprachekonzepte für Unternehmen, reichern zum Beispiel in Geschäftsberichten nüchterne Daten mit Bildsprache an“, erklärt Köhn-Ladenburger. „Ziel ist es, eine für das Unternehmen einzigartige Bildsprache zu entwickeln. Das Kommunikationskonzept entsteht dann an Hand dieser Schlüsselbilder. Dadurch wird auch in der Werbung das Unternehmen sympathisch und echt nach außen getragen.“

Dabei legt die 34-jährige großen Wert auf die Authentizität der Bilder und ist dabei ganz Fotografin: „Wir wollen das Menschliche rüberbringen, hinter die Firma und den Profit schauen. Deshalb fotografieren wir am liebsten keine Models, sondern die Mitarbeiter vor Ort. Gerade haben wir zum Beispiel die Verkäufer einer neuen Küchenmarke befragt, wie sie ihre Hobbys und Leidenschaften mit dem Thema Küche und Kochen in Verbindung bringen. Nach dem Workshop entstand für jeden eine ganz spezielle Bildidee. Ein begeisterter Angler kam in Anglerhosen, Angel und frischem Fang und bereitete während des Foto-Shootings live den Fisch zu.“

Diese Art des Marketings, so Köhn-Ladenburger, verlange auch vom Kunden, in der Werbung neue Wege zu gehen. Besonders freut sie sich darüber, wenn dann, wie bei einem Tochterunternehmen der EnBW, durch Markttests verifiziert wird, dass dieser neue Weg erfolgreich ist.

Projektteam – Fachagentur für Bildsprache: www.projektteam.com
 Ingenieurgesellschaft TechnoPlan GmbH: www.ibtp.de
 Marketing mit Pfeffer: www.marketing-mit-pfeffer.com
 WuWei – Schule für Tai Chi und Chi Gong: www.wuweiwweb.org



„Über ein Studium redet man nicht, man hat es“

Auch **Jürgen Kleylein** studierte bei AKAD Betriebswirtschaft, um sein Unternehmen erfolgreicher führen zu können. Wie rund 15 Prozent aller AKAD-Studierenden nutzte er die Möglichkeit, ohne Abitur zu studieren und begann mit dem Probestudium an der FH

Pinneberg. „Der Meister ist einfach nicht so anerkannt wie ein akademischer Abschluss“, diese Erfahrung hat der Elektroinstallateurmeister als selbstständiger Unternehmer immer wieder gemacht. „Von Seiten der Kunden wird ein Studium heutzutage einfach erwartet. Man redet nicht darüber, dass man studiert hat, es ist sozusagen die Voraussetzung, um sich überhaupt erfolgreich an öffentlichen Ausschreibungen beteiligen zu können“, erklärt der 42-jährige, der vor 16 Jahren zusammen mit einem studierten Kollegen im fränkischen Marktrodach die Ingenieurgesellschaft TechnoPlan GmbH gegründet hat. 2001 begann er mit dem Probestudium, seit April 2007 führt er nun den Titel des Dipl.-Wirtschaftsinformatikers.

„Das macht sich in der Auftragslage deutlich bemerkbar“, sagt der Unternehmer. „Wir sind die einzigen in unserer Branche, die im Gebiet Nordbayern im Moment noch wachsen – weil wir neue Wege gehen.“ Kleylein, sein Partner und die mittlerweile zehn Mitarbeiter haben sich auf die Effizienzsteigerung von Altanlagen spezialisiert. Um hier Prognosen zu Sanierung und Wertsteigerung zu stellen, ist sein neu erworbenes betriebswirtschaftliches Wissen unabdingbar. Zu den Kunden von TechnoPlan gehören die wichtigen Krankenhäuser der Region in Saalfeld, Lichtenfels und Kronach, die Stadtwerke Coburg und der Omnibusverkehr Franken.

Nach einigen Jahren in der Hotellerie wechselte sie in die Zentrale der deutschen Vermögensberatung AG in Frankfurt in das Ressort Ausbildung, Vertrieb und Marketing. Parallel begann Pfeffer 2002 ihr BWL-Studium mit Schwerpunkt Personal- und Organisationswesen an der FH Stuttgart. „Diesen Entschluss habe ich schon mit dem Ziel getroffen, mich nach meinem Abschluss selbstständig zu machen“, sagt sie. Bereits nach dreieinhalb Jahren hatte Pfeffer ihr Diplom in der Tasche: „Die Zielstrebigkeit aus dem Studium ist auch jetzt in der Selbstständigkeit von großem Nutzen.“ Um als frisch gebackene Betriebswirtin den Berufseinstieg zu finden, nahm sie zunächst eine Stelle als Director of Sales and Marketing bei der Hotelkette SINN Hotels an, bevor sie 2006 den Sprung in die Selbstständigkeit wagte.

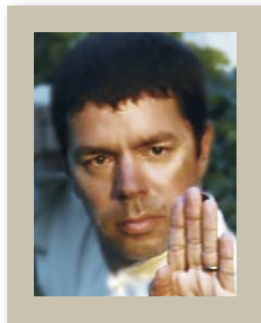
Sie hat es nicht bereut: „Ich habe inzwischen einen festen Kundenstamm und kann vom ersten Tag an von meiner Selbstständigkeit leben.“ Zu ihren Kunden zählen das Hotel Alexander am Zoo, der Stahlgroßhandel Steinwedden Stahl (beide in Frankfurt am Main) und das Reitzentrum Südbaden. Über die Erfolge ihrer Kunden, die sie mit ihrer Beratung bewirkt, freut sie sich: „Zum Beispiel haben wir das Hotel Alexander am Zoo, das vorher eine Kette angehörte, als eigenständige Marke etabliert und die Nachfrage bei Steinwedden Stahl ist um 30 Prozent gestiegen.“

Wie kann man als Selbstständige in einer Branche wie der Marketingberatung Erfolg haben, in der die Konkurrenz derart groß ist? „Ich muss von meiner eigenen Idee und Leistung überzeugt sein – wenn ich Zweifel daran habe, bemerkt das der Kunde“, nennt Pfeffer einen wichtigen Punkt. „Und ich muss mich immer fragen: Was dient meinem Ziel und was nicht? Da muss man Projekte, die vielleicht interessant wären, auch mal auf Eis oder ad acta legen.“



„Bei mir hat Dienstleistung ein Gesicht“

„Für die Dauer des Auftrages bin ich Teil des Unternehmens meiner Kunden, statt ein externer Dienstleister ohne Gesicht“, so beschreibt **Nicole M. Pfeffer** ihre Firmenphilosophie, die zugleich ihr Erfolgsrezept ist. Sie hat sich mit ihrer Sales- und Marketingberatung „Marketing mit Pfeffer“ mit Sitz in Frankfurt am Main auf kleine und mittlere Unternehmen spezialisiert. Ihre Affinität zu Marketing und Personal habe sie bereits während ihrer früheren Tätigkeit in großen Hotels bemerkt, erzählt die 37-jährige ausgebildete Köchin.



„Wenn Sie Ihren ersten Herzinfarkt überlebt haben, kommen Sie zu mir“

Das Ziel von **Jan Leminsky** ist es, die chinesische Philosophie in die Wirtschaftswelt zu vermitteln: „Diese Gedanken und wirtschaftlicher Erfolg widersprechen sich nicht, im Gegenteil: Das mentale

Training ist der Schlüssel dazu, voranzukommen und dabei bei sich selbst zu bleiben“, erklärt er. Leminsky ist Gründer und Geschäftsführer von WuWei, einer Schule für chinesische Bewegungskunst an den Standorten Hamburg und Bremen. WuWei bietet auch spezielle Kurse für Firmenkunden wie beispielsweise Business Tai Chi an: „Ich sage immer zu den Managern: Wenn Sie

Ihren ersten Herzinfarkt überlebt haben, kommen Sie zu mir. Wenn Sie schlau sind, kommen Sie vorher“, erzählt Leminsky und berichtet von seinem bisher größten Erlebnis: „Das war, als ich 160 Leute, darunter Vorstände wichtiger Firmen, in einer Halle simultan unterrichtet habe.“ Als einen seiner schönsten beruflichen Erfolge nennt er auch, zwei Menschen geholfen zu haben, die heute ohne Medikamente leben können.

Warum ist Leminsky, in seiner Branche eher ungewöhnlich, trotz gehobener Preise gerade auf dem Sektor der Firmenkunden erfolgreich? „Ich spreche die Sprache der Wirtschaft“, sagt der 42-jährige, der von 1989 bis 1993 an der damaligen FH Rendsburg Wirtschaftsinformatik studiert hat. In der Tat kann er auf eine langjährige Erfahrung im Handel zurückgreifen: Nach einer Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann war Leminsky 18 Jahre lang bei dem Holzgroßhandel Barth & Co in Hamburg tätig, nach seinem Studienabschluss in der Position des Büroleiters.

Die Beschäftigung mit mentalem Training begleitet ihn seit seiner Teenagerzeit: Damals begann er mit autogenem Training. „Das hat mir sehr geholfen, das Fernstudium neben dem Beruf durchzuhalten“, erinnert er sich. Das AKAD-Studium habe das

Unternehmerische in ihm geweckt, sagt Leminsky. Von seinen Kenntnisse in Management und Betriebspsychologie profitiere er als Firmengründer, Geschäftsführer und Vorgesetzter von rund 20 Mitarbeitern maßgeblich: „Ich habe eine Vision, einen Business-Plan und die Schule ist in Business Units gegliedert.“

„Siegen, ohne zu kämpfen“

Eines würde er allerdings heute beim Schritt in die Selbstständigkeit anders machen: „Ich kann nur jedem Firmengründer raten, sich nach öffentlichen Fördermöglichkeiten umzuschauen, statt, wie ich damals, das eigene Familienkapital einzusetzen.“

Mit Projekten wie „Chinesisch fit im Alter“, persönlicher Betreuung und kleinen Gruppen erobert sich Leminsky immer neue Kundengruppen und kann sich trotz großer Konkurrenz im Wettbewerb behaupten: „Man muss immer zwei Schritte vor den anderen sein“, sagt er. Das bedeute aber nicht, dass man die Wettbewerber besiegen oder gar vernichten müsse: „Siegen ohne zu kämpfen“ das ist das aus der chinesischen Philosophie stammende Motto von Jan Leminsky: „Kampfkünstler kämpfen nicht. Sie erreichen ihre Ziele durch kluges und geschicktes Taktieren.“

wz



Peter Hahn

Besuchen Sie unsere Modehäuser

Göppingen

Poststraße 39 · Telefon 0 71 61/68 39 24

Stuttgart

Hirschstraße 31 · Telefon 07 11/29 72 44

Winterbach

Peter-Hahn-Platz 1 · Telefon 0 71 81/70 82 94

Unser kostenloses Modemagazin erhalten Sie unter:

PETER HAHN · Peter-Hahn-Platz 1

73649 Winterbach · www.peterhahn.de

24-Stunden-Bestellservice: Tel. **01805/708 111**

(0,14 €/Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom/Mobilfunknetze ggf. höher)

Fax 01805/708 333