

LADIES DRIVE

DAS BUSINESSMAGAZIN FÜR LADIES MIT DRIVE

FRAUEN IN UNIFORMEN

MAJOR GENERAL KRISTIN LUND,
HAUPTMANN ESTHER NIFFENEGGER UND CAMILLE BELHAM

FEATURING: GINA DOMANIG

Basel Tattoo, Erin Ganju, Clivia Koch, Joy Müller, Estella Benz, Elisa Bortoluzzi Dubach,
Gudrun Sander, Monika und Djina Irmia, Katja Hahnloser, Anne Caroline Skretteberg

DAS BUSINESSMAGAZIN

FÜR LADIES MIT DRIVE


No. 30 . Sommer 2015 . 8. Jahrgang
Ausgabe Schweiz & Deutschland

Schweiz CHF 15.- Europa EUR 11.-



9 771662 575007 02

WENN FRAUEN FRAUEN UNTERSTÜTZEN

Eine Kolumne von Esther-Mirjam de Boer, präsentiert vom  verband frauenunternehmen
Fotos: Peter Keller

„Zusammen mehr bewegen“ ist das diesjährige Leitmotiv des Verbands Frauenunternehmen. Im Fokus der zweiten Kolumne stehen Kooperationen, die auf vorhandenem Synergiepotenzial basieren. Die auf der Women's Expo Switzerland 2015 realisierten Gemeinschaftsstände der Verbandsmitglieder Brigitte Frank und Angelika Schmahl-Vogt sowie Arlette Berger und Dorit Schmidt-Purrmann liefern dafür erfolgreiche Beispiele.



MOTIVATIONSAKTOR „GEMEINSAMER NENNER“

Einige Monate hatten Brigitte Frank, Inhaberin der biz.dress ag (bizdress.biz), und die Lebens-, Paar- und Sexualberaterin Angelika Schmahl-Vogt (vicarte.ch) Vorlauf. Ihr gemeinsames Ziel: ein Gemeinschaftsstand auf der Women's Expo Switzerland (WES) 2015 mit einem Angebot rund um die Frau: Style, Kleidung, Gesundheit auf körperlicher, psychischer und seelischer Ebene. Um sich den Platz für einen entsprechend raumgreifenden und prominenten Auftritt zu sichern, brauchte es sechs Unternehmen. Eine gezielte Suche innerhalb diverser Frauen-/Unternehmerinnen-Netzwerke brachte die geeigneten „Synergie“-Partnerinnen für dieses gemeinsame Projekt zusammen: Evelyn Brüniger und Michèle Berli von Perlendesign, Farb- und Stilberaterin Liane Habich, Silke Riemer mit ihrer Vitalpraxis sowie Myriam Grubenmann von mad Hairdesign. Das gemeinsame Standkonzept mit dem Slogan „Raum für Sie. Vitalität, Energie, Style, Lebenskunst, Schönheit“ entstand im Rahmen eines einzigen Kick-off Meetings. Die Messekooperation war geboren, der gemeinsame Nenner gefunden, die jeweiligen Aufgaben und Verantwortlichkeiten verteilt. Ein Konzept, das sich bewährte. Das zeigte u. a. der beeindruckende Marketingeffekt, der sowohl vorher wie nachher gute Resonanz in den Medien und Social Media erzielte. Dafür sorgte nicht zuletzt eine Logowand (siehe Foto) mit den Unternehmenssignets der Gemeinschaftsstandinhaberinnen – ein echter Eyecatcher.

Ebenso effizient, mit nur vier Wochen Vorbereitungszeit, schöpften die beiden Netzwerkpartnerinnen Arlette Berger, Inhaberin von

„Kreativität im Business“, und Klang- und Kommunikationsexpertin Dorit Schmidt-Purrmann (klangimpulse.ch), ihre Synergien mit einem Gemeinschaftsstand auf der WES aus. Mit dem Leitmotiv „Gemeinsam für mehr Erfolg und Kreativität im Business“ präsentierten beide ihre neuen Geschäftsfelder, das taoistische Gesichterlesen (gesichterlesen-im-business.ch) und die tibetische Klangschalenthherapie mit Planetenschalen, aufmerksamkeitsstark einer breiten Öffentlichkeit. Das mit der Absicht, beide Disziplinen ganz bewusst im Geschäftsumfeld zu positionieren. Auch diese Rechnung ist aufgegangen, denn die gemeinsame Präsenz zweier eher „untypischer“ Angebote sorgte für doppelte Aufmerksamkeit, die beiden Unternehmerinnen viele wertvolle Kontakte zu potenziellen Kundinnen und konkrete Aufträge bescherte. Im Nachgang zum Messeauftritt sind weitere gemeinsame Projekte bereits in Planung.

DER WILLE ZUR GEGENSEITIGEN UNTERSTÜTZUNG

So unterschiedlich beide Beispiele in Thema und Auftritt sind, so sehr verbindet sie doch die persönliche Einstellung. Synergien gekonnt zu nutzen, ist ganz wesentlich eine Frage der Haltung. So resultierte die Hauptmotivation für den gemeinsamen Auftritt in beiden Fällen einerseits aus der Absicht, sich gegenseitig im unternehmerischen Wirken zu unterstützen, und andererseits aus dem Wissen, zusammen einfach mehr bewegen zu können. Der Anreiz auf einen grossen gemeinsamen Erfolg reduziert auch Konfliktpotenzial auf ein Minimum. Das gilt ebenso für ganz pragmatische Aspekte wie geteilte Kosten.

UND LAST BUT NOT LEAST:

Der Multiplikationsfaktor Netzwerk hat in beiden Fällen ganz hervorragend funktioniert und einen wesentlichen Teil zum gelungenen Marketing beider Messeauftritte beigetragen. Aus 1 plus 1 wurde nicht nur 2, sondern ein Mehrfaches dessen, was alleine möglich gewesen wäre.

