

## Revolution im Trinkbecher?

### PP – die organische trinkbare Mahlzeit

*Die meisten Menschen sind heutzutage viel beschäftigt. Da bleibt oft wenig Zeit für eine gesunde ausgewogene Ernährung. Ein brandneues Produkt will hier Abhilfe schaffen: schnell zubereitet, mit enormer Nährstoffdichte, günstigem Preis und einem einzigartigen Geschmack. Die bayerischen Erfinder von Potful Power bezeichnen es als erstes rein pflanzliches Getränk mit deutschem Qualitätsanspruch. Hält es das, was es verspricht?*

Oftmals überschätzen wir die eigene Multitaskingfähigkeit. Denn wer Freizeit, Familie und Beruf unter einen Hut bringen will und dann auch noch auf seine Gesundheit achten möchte, der muss oft mindestens einen Punkt davon vernachlässigen. Meist zieht die gesunde Ernährung den Kürzeren. Es muss halt schnell gehen, darf nicht zu aufwändig sein und nicht allzu viel kosten. Außerdem kapitulieren viele vor der fast unlösbaren Aufgabe, möglichst alle lebenswichtigen Nährstoffe am Tag zu sich nehmen. Ein neues innovatives Naturprodukt bietet für all das die Lösung. Betrachten wir die einzelnen Punkte einmal näher.

### Erfüllt PP alle Anforderungen des modernen Lifestyle?

Die Erfinder sind C. und H. W. aus dem bayerischen Kl... Sie sagen: „Wir bieten für unsere gestresste Zivilisation eine Alternative zu den herkömmlichen Essgewohnheiten. Sie ist gesund und einfach herzustellen und erleichtert uns ein bisschen das Leben.“ Tatsächlich geht die Zubereitung denkbar schnell und bequem: Das Pulver in Wasser, Smoothie, Milch, Tee oder Saft geben und bereits in einer Minute ist der Superdrink fertig.

Der hohe Gehalt an wertvollen Inhaltsstoffen resultiert aus den verwendeten Zutaten. Für deren Zusammenstellung war C. W. zuständig. „Wir haben PP mit dem Fokus auf die Nährstoffdichte und somit auf die positive Beeinflussung unseres Wohlbefindens entwickelt“, erklärt sie. „In speziellen Rezepturen wurden die jeweiligen Produkteigenschaften in Zusammenarbeit mit Ernährungsexperten fein aufeinander abgestimmt. Uns ist kein vergleichbares Produkt auf dem Markt bekannt, das auf eine solche Zusammenstellung aufbaut.“

Enthalten sind zwölf verschiedene rein pflanzliche Naturprodukte, die – nicht nur von den W's – häufig als „Superfoods“ bezeichnet werden. Diese Pflanzen sind reich an Vitalstoffen in einer besonders günstigen Zusammensetzung. Sie dienen im besonderen Maße unserer Gesundheit und decken einen großen Teil des täglichen Nährstoffbedarfs ab. Zudem ist das Getränkepulver laktose- und so gut wie glutenfrei und deshalb auch für Allergiker geeignet. Eine Mahlzeit mit dem Pulver kostet je nach Verpackungsgröße um die 1,40 Euro.

### Und was verstehen die W's unter „deutschem Qualitätsanspruch“?

„In PP ist alles drin, was der Mensch braucht – und nichts, was er nicht braucht“, sagt H. W. „Wir verzichten auf jegliche Zusatzstoffe, verwenden Produkte meist aus deutschem Anbau und mit wenigen Ausnahmen in Bio-Qualität. Die Zutaten werden äußerst schonend verarbeitet und durch die hochwertige Verpackung gewährleisten wir eine lange Haltbarkeit der gesunden Inhaltsstoffe. Wir selbst lieben den Geschmack und genießen PP jeden Tag.“

Wenn man ein gesundes Lifestyle-Produkt mit all den genannten Eigenschaften definiert – dann scheint PP tatsächlich sämtliche Anforderungen zu erfüllen.

Momentan läuft eine Crowdfunding-Aktion – die Art der Finanzierung funktioniert ohne Banken, dafür gemeinsam mit engagierten Menschen. Eine Summe von 150.000,- Euro soll erreicht werden, dann können Produktion, Studien und größere Marketing-Maßnahmen starten. Wer sich daran beteiligt, erhält PP zu einem sehr günstigen Preis. Mit dem Start der Auslieferungen wird im Oktober 2014 gerechnet. Auf [www.p...](http://www.p...) gibt es nähere Infos.

## Wiederentdeckte Delikatesse für die Feinkostküche

*Exquisite Mahlzeiten benötigen besonders edle Gewürze – beispielsweise ein ausgewogenes Pfefferbouquet wie es der Koh Kong Pepper besitzt. Er stammt aus der traditionsreichen Pfefferkultur Kambodschas, welche fast in Vergessenheit geraten ist. Die Firma XYZ möchte das delikate Gewürz aus diesem Anbaugebiet zurück ins Bewusstsein bringen und hat es neu in ihr Sortiment aufgenommen. Der schwarze Pfeffer wird organisch angebaut und fair gehandelt.*

Pfeffer ist weltweit ein beliebtes Gewürz. Die kleinen inhaltsreichen Körner gibt es in den verschiedensten Farben und in über 700 Arten. Ursprünglich stammt das Gewürz aus Indien und wird heute in verschiedenen Ländern Asiens, aber auch in Südamerika angebaut. In der heutigen Zeit wird der Pfeffer fast ausschließlich zum Würzen von Speisen genutzt, während er früher eine recht große Bedeutung als Heildroge hatte. Vor allem seine appetitanregenden und verdauungsfördernden Eigenschaften waren sehr geschätzt.

Der Kambodschanische Pfeffer wurde erstmals Ende des 13. Jahrhunderts von einem chinesischen Diplomaten erwähnt. Nach einem rapiden Wirtschaftsaufschwung geriet die Pfefferkultur des asiatischen Landes allerdings in Vergessenheit und ging 1975 im Strudel der politischen Unruhen unter.

### Genussreich, ökologisch und fair

Hannelore S-S, Firmengründerin von XYZ, bereist Kambodscha bereits seit 2008. Bei ihren zahlreichen Besuchen vor Ort lernte sie die Produzenten des geschichtsträchtigen kambodschanischen Pfeffers kennen und war von Anfang an von dem Gewürz überzeugt. „Den Koh Kong Pepper wollte ich möglichst schnell in unser Sortiment aufnehmen“, erzählt sie. „Er ergänzt ideal die von uns angebotenen Seidenaccessoires: Beides sind herausragende Produkte des Landes.“

Die genussreichen Pfefferpflanzen wachsen zwischen dem Golf von Thailand und dem Kardamom-Gebirge. Geschützt durch die Hügelkette eines Nationalparks wird der Koh Kong Pepper organisch angebaut und sorgfältig kultiviert. Der schwarze Pfeffer gedeiht unter optimalen klimatischen Bedingungen, wird von Hand geerntet und handverlesen. So entsteht ein exklusives Gewürz, das die Feinkostküche bereichert.

„Der Koh Kong Pepper hat eine intensive Geschmacksnote, ein reichhaltiges Aroma, einen warmen Duft und ein ausgewogenes Pfefferbouquet“, schwärmt Hannelore S-S. Sie empfiehlt den Pfeffer für Fleischgerichte aus Rind oder Lamm und ganz besonders zu Wild. „Aber auch zu Obstsorten wie Erdbeeren, Mango oder Melone passt er hervorragend“, sagt sie.

Selbstverständlich beruhen die Beziehungen zu den Produzenten auf fairem Handel, wie alle Produkte von XYZ. Der Anbau der Pfefferpflanzen erfolgt in Genossenschaften und bei Kleinbauern unter fairen und ökologischen Bedingungen. Auch bei der Verpackung bleibt sich die Firma treu: Der Koh Kong Pepper wird vom „Freundeskreis Mensch“, einer Behinderteneinrichtung in Baden-Württemberg, aromadicht abgepackt. Erhältlich ist der kambodschanische schwarze Pfeffer auf [www.XYZ.com](http://www.XYZ.com).

(veröffentlicht in "Der Mittelstand BVMW", 5/2012)

## **Gefühle wecken heißt Umsatz steigern**

Imagepflege lohnt sich

*Aus der Hirnforschung weiß man: Der Mensch entscheidet zu 80 % unbewusst. Dabei wird er vor allem von Emotionen gesteuert. Da es zudem zwischen den Wettbewerbern immer weniger Preis- und Qualitäts-Unterschiede gibt, handeln Kunden und Unternehmer auch bei Kaufentscheidungen verstärkt nach dem Bauchgefühl. Die Vertriebstaktik daran auszurichten, kann besonders für mittelständische Unternehmen enorme Wettbewerbsvorteile bringen.*

Werte wie Vertrauen, Respekt und Ehrlichkeit gewinnen in Geschäftsleben und Alltag zunehmend an Bedeutung. So sagen z.B. 88 % der Top-Entscheider, dass sie einem Anbieter dann den Zuschlag geben, wenn sie Vertrauen in ihn haben.

Die Gesamterscheinung eines Menschen beeinflusst wesentlich das Unterbewusstsein und damit die Emotionen des Gegenübers. Aus einer Studie mit dem bezeichnenden Namen „Kleider machen Vertriebsfolge“ geht klar hervor: Empathie und persönliches Auftreten von Vertriebsleuten haben einen elementaren Einfluss auf die Verkaufszahlen.

Ebenso prägt laut Studie der erste Eindruck nachhaltig die Qualität der Verhandlungen: Fast 90 % der Befragten waren der Meinung, dass das äußere Erscheinungsbild des Vertrieblers authentisch wirken soll. Dies kann auf jeden übertragen werden, der im Kundenkontakt steht. Ob Handwerker, Verkäufer, Sekretärin oder Firmenchef: Sie alle sind Botschafter ihres Unternehmens. Hier können sich mittelständische Betriebe gegenüber den Großen profilieren.

Mittelständler haben hervorragende Voraussetzungen, ihre positive Firmenidentität nach außen zu transportieren. Der Weg zum Mitarbeiter und Kunden ist wesentlich kürzer. Durch seine persönliche Präsenz kann der Chef Einfluss auf die Außenwirkung seiner Firma nehmen. Dabei gilt: Fachliche Kompetenz ist zwar wichtig, aber sie ist eben nicht alles.

Zur Imageentwicklung gibt es viele Möglichkeiten: Mit empathischer Gesprächsführung knüpfen Unternehmer wertvolle Kontakte. Mitarbeiter generieren durch positives Auftreten Kunden für ihr Unternehmen. Der korrekte Kleidercodex steht für eine respektvolle und professionelle Einstellung. All das weckt unbewusst positive Emotionen. Damit ist der Fuß in der Tür des Kunden. In der Folge verlaufen die Gespräche reibungsloser und Fachwissen kann noch glaubwürdiger vermittelt werden.

Mittelständische Unternehmen sollten diese Erkenntnisse für sich nutzen: Erfolgreiche Unternehmenspolitik und steigender Umsatz beruhen auf Werten wie Vertrauen und Authentizität. Wenn sie auf moderne Umgangsformen und passendes Erscheinungsbild setzen, zeigen sie Wertschätzung gegenüber Kunden und Geschäftspartnern. So werden deren Kaufentscheidungen im eigenen Sinne beeinflusst.

## Lounge-Mietmöbel bei TV-Shows, Messen und großen Events

*Bei etablierten Fernsehsendern und auf bekannten Veranstaltungen wird es vorgemacht: Sitzlandschaften für drinnen und draußen, einfarbig oder kunterbunt beleuchtet. Loungemöbel zum Mieten wie Sofas, Sessel oder Tische werden immer beliebter. Die Möglichkeit, das Mobiliar anzumieten, bringt dieses besondere Flair auch auf Firmenevents, Messen oder private Feiern.*

Lounge-Mietmöbel sind trendig, stylisch und praktisch - ob als eindrucksvolles Bühnenbild bei Deutschland sucht den Superstar, effektvolle Leuchtmöbel bei der TV-Show "Willkommen bei Carmen Nebel" oder stilvolle Outdoor-Lounge beim 24-Stunden-Rennen in Le Mans und Imola. Zum Glück ist der Trend nicht nur diesen Veranstaltungen vorbehalten, sondern hält vermehrt Einzug in Geschäftsbereichen und Familienhaushalten.

### Lounge-Mietmöbel machen's möglich

"Viele Unternehmer oder Privatleute wollen für ein einmaliges Ereignis nicht extra Loungemöbel kaufen und haben auch meist keinen Platz, diese zu lagern", erklärt F. M. von [www.xzy](http://www.xzy). "Das Anmieten ist eine tolle Alternative, zumal keine Lager- oder Instandhaltungskosten anfallen."

Ein weiterer Vorteil für die Veranstalter ist, dass sie sich bis auf die Auswahl der geeigneten Möbel um nichts selber kümmern müssen. Die meisten Anbieter Loungemöbel-Konzepten präsentieren online ihr Angebot und beraten zudem bei der Zusammenstellung der Möbel vor Ort. Der oft deutschlandweite Hin- und Rücktransport sowie Auf- und Abbau gehören ebenfalls zum Service.

### Von spektakulär bis dezent, von Kunststoff bis Leder - und immer günstig

Neben dem praktischen Nutzen sind es in erster Linie die optische Vielfalt und die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten, was Loungemöbel so attraktiv macht. "Ein Firmenevent wird so richtig spektakulär mit leuchtenden LED-Möbeln", begeistert sich F.M. "Die gibt es in den unterschiedlichsten Farben und in großer Bandbreite, beispielsweise als Sitzcubes, Lounge-Inseln oder LED-Theken. Die Farbtöne können wechseln und verschiedene Loungeatmosphären zaubern - zum Beispiel als cooles Blau oder warmes Orange."

Natürlich gibt es auch dezentere Loungemöbel, die sich als elegante Inseln zum Ausruhen und Plaudern präsentieren: Gemütliche Rattansofas und -sessel mit bequemen Auflagen gehören genauso dazu wie Sofalandschaften aus hochwertigem Kunstleder. Für den Messestand gibt es u. a. beleuchtete Stehtische, Plexiglassäulen oder hochglänzend lackierte Brückentische. Farblich reicht die Palette von Weiß und Schwarz über Braun bis hin zu Beige oder Taupe.

"Für eine größere private Feier bietet es sich ebenfalls an, Loungemöbel zu mieten", sagt Möller. "Mir fallen da vor allem Hochzeiten ein, bei denen ja oft zahlreiche Gäste kommen. Was wäre da nicht besser geeignet, als formschöne weiße Ledersofas oder helle Rattan-Sessel?" Die Lounge-Mietmöbel gibt es sowohl für indoor als auch für outdoor - je nachdem, wo gefeiert werden soll.

Und wie sieht es nun mit den Preisen aus? Kann sich wirklich jeder eine Ausstattung wie bei Shows mit Dieter Bohlen oder Carmen Nebel leisten? "Es ist schwierig, hier eine allgemeine Aussage zu treffen", sagt F.M. "Das hängt natürlich von vielen Faktoren ab. Aber ich kann versprechen, dass für unsere Lounge-Mietmöbelkonzepte keiner allzu tief ins Portemonnaie greifen muss."

## **Pause vom Alltag im neuen Wellnessparadies in Moosburg**

*In der Hektik unserer Zeit tut es Körper und Seele gut, zwischendurch einmal zu entspannen. Diese Auszeit hilft Kraft zu tanken, spornt zu neuen Höchstleistungen an und kann sogar ein wenig mehr Klarheit ins Leben bringen. Seit September können Gestresste und Ruhesuchende nun auch in M. im „Happy ...“ verschiedenste Wellness-Angebote für sich nutzen.*

So geht es sicherlich vielen Menschen: den ganzen Tag vor dem Bildschirm sitzen, täglich viele gleichförmige Bewegungen ausführen, von einem Termin zum anderen hetzen und sich wenig Zeit für sich selbst nehmen. Die Folgen sind ein verspannter Rücken, schmerzender Nacken oder innere Unruhe.

Um sich wieder fit und wohl in seinem Körper zu fühlen, ist neben Sport oder aktiven Entspannungsmethoden eine Wellness-Behandlung eine gute Alternative. Einfach mal bequem liegen und sich auf gesunde Weise verwöhnen lassen. Bereits nach einer Stunde Wohlfühl-Öl-Massage oder einer anderen der angebotenen Anwendungen stellt sich ein wunderbar entspanntes und wohltuendes Gefühl ein – fast wie neugeboren.

Somboon Sch. vom „Happy ...“ hat in ihrer xx-jährigen Berufspraxis immer wieder beobachtet, wie ihre Anwendungen bei den gestressten und verspannten Kunden wirken. „Während der Behandlungen gelingt es vielen, etwas Abstand zu ihren bisherigen Denkmustern und physischen Verkrampfungen zu gewinnen“, sagt sie. „Das bringt sogar einige einen ersten Schritt weiter in Richtung eines neuen Lösungsansatzes.“

Nachdem Somboon Sch. und ihr Team das „Happy ...“ bereits seit xx Jahren in F. betreiben, haben sie sich nun vergrößert. Seit September gibt es eine weitere Filiale des Wellness-Studios in M. Dort teilen sie sich mit der Kosmetik-Praxis unter den Arkaden die Räumlichkeiten in der Bahnhofstraße 1. In den schönen Praxisräumen hat der hektische Alltag keinen Zugang, zum Beispiel bei einer Rückenmassage mit heißen Kräuterstempeln, beruhigenden russischen Honigmassage oder ganz speziellen Wellness-Paketen.

Die Wellness- und Massagetherapeutin erklärt die Philosophie hinter ihrer Arbeit so: „Unsere Körperarbeit beruht darauf, dass Stille und Bewusstsein ganz besonders wichtig für Glück und Zufriedenheit der Menschen sind.“ Wellness könne zwar nicht die Welt retten, erklärt Somboon Sch. lächelnd, aber zumindest einen kleinen Teil dazu beitragen, die eigene innerliche Balance und Harmonie wieder herzustellen.

„Unser Ziel ist es in erster Linie, unsere Kunden für einige Zeit in eine ruhige, entspannende Atmosphäre zu entführen. Ihnen eine kleine Pause vom Alltag zu gönnen“, sagt die Praxis-Chefin. „Und wenn wir dazu beitragen können, dass unsere Behandlung neue Wege im Leben aufzeigt, freut uns das natürlich umso mehr.“

Ob zur körperlichen Entspannung, zum Tanken neuer Energie oder für ein kleines Stückchen Selbstfindung: Wer sich selbst oder einem lieben Menschen per Gutschein eine Wohlfühl-Zeit gönnen möchte, findet hier [www.happy....de](http://www.happy....de) mehr Infos dazu. Und wer will, kann sich die „Mobile Wellness Lounge“ sogar auf seinen Event oder zu sich nachhause holen.