

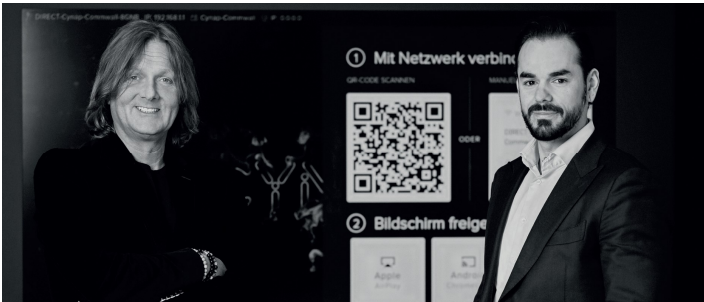
NEU, JETZT IM XXL-ZEITUNGSFORMAT

GESCHÄFTE UND MENSCHEN

GESCHÄFT UND FRUNDSCHAFT SOLLTE MAN TRENNEN, ODER?

Text: Stefan Koll und Sascha Hoselmann

DIE REDEWENDUNG IST IHNEN SICHER ALLEN BEKANNT. WIR WOLLEN NICHT ÜBER DEN SICHER SEHR UNTERSCHIEDLICH ZU INTERPRETIERENDEN BEGRIFF FREUNDSCHAFT PHILOSOPHIEREN, SONDERN EINEN EINBLICK IN UNSERE ART DES NETZWERKENS GEBEN, AUS DER AUCH UNSERE KOOPERATION SOWIE UNSERE KOLUMNEN ENTSTANDEN SIND.



Nein, wir trennen Freundschaft und Geschäft nicht voneinander. Ganz im Gegenteil. Ausgehend davon, dass eine Freundschaft ganz gleich welcher Tiefe, auf ähnlichen Werten und einer verbindenden Idee für die Zukunft basiert, war uns dies auch immer die Basis für erfolgreiche Projekte. Und so wandelten sich über die Jahre Geschäftsbeziehungen in Geschäftsfreundschaften und nicht selten Freundschaften über das Geschäftliche hinaus. Das Wissen, mit wem man es zu tun hat, wie der Gegenüber tickt und welche Fähigkeiten in einem stecken, scheint für die Wahl eines Partners sehr relevant.

Mit einem Schuss Sympathie wird dann aus erfolgreichen Projekten echte Freude am eigenen Handeln. Das kann System haben, denn wie im privaten Leben, wächst ein Freundeskreis im Laufe der Zeit, und so gesellt sich über die Jahre Menschen aus den unterschiedlichsten Geschäftsbereichen in unseren „Inner Circle“. Heute stellen diese beheimatet gepflegten Beziehungen einen starken Verbund von Menschen gleicher Haltung dar und ermöglichen immer wieder, wunderbare Ideen in die Tat umzusetzen.

MIT FREUNDEN ESSEN,
REDEN UND – GESCHÄF-
TE MACHEN

Ein Beispiel dafür ist unser „Pirelli Fine Dining“, bei dem wir gemeinsam mit dem Plugged Media Verlag (CEO Frank Kreif), Smart Homes Pro (Filiz Bragulla, Frank Kreif) und Elvie Barlach (Inhaberin der Barlach K Halle in Hamburg) ein exklusives Dinner inmitten einer musealen Kunstausstellung in Hamburg geben. Auch hier steht das Ziel im Fokus, eine gute Zeit mit Freunden

den zu erleben und diesen Kreis zu erweitern. Ein Kreis, in dem wir beim „Du“ sind, aber den Respekt füreinander nicht verlieren. Ein Kreis, in dem wir einander zuhören, um zu verstehen. Ein Kreis, in dem wir gemeinsam Mehrwerte schaffen.

Ein solcher Kreis kann nur dann entstehen und bestehen, wenn man achtsam Sorge trägt, dass man nur jene Menschen kuriert, die auch wirklich zusammenpassen. Denn schließlich führt man eine Freundschaft doch auch nicht mit jedem. Was aber wollen wir Ihnen dann sagen? Nun ja, vielleicht einfach nur, dass es sich manchmal mehr lohnt, den Menschen zu betrachten als den direkten Umsatz. Denn mit den passenden Menschen entsteht so viel mehr als Umsatz.

NEUES ENTDECKEN

Das Jahr 2024 startete mit einer glücklichen Zeit, und wir durften uns besinnen und zur Ruhe kommen. Der ausklingende Winter war dafür wie geschaffen, und doch war es auch eine Zeit des Aufbruchs, in der wir uns um Neues, Spannendes kümmern durften. Wir sind ist im letzten Quartal des alten Jahres auf eine neue Entwicklung des Herstellers PURSONIC gestoßen, der seit einiger Zeit zum Mutterkonzern von REVOX gehört und jetzt sein Potenzial richtig entfalten kann.

Dieser Zusammenschluss wird noch viel Freude bereiten, ob unter Bauherren, Architekten, Interior Designern, TGA-Planern etc. bei Stephan oder bei Geschäftsführern mittelständischer Unternehmen, Dienstleistern und Künstlern bei Sascha – durch tiefgehende Gespräche im Rahmen der Projekte entstehen oft

Freundschaften, aus denen
tiefes Vertrauen erwächst.

GEMEINSAME LEIDENSCHAFTEN

Bei unseren Freunden von unsichtbaren Lautsprechern steht vor allem eines im Vordergrund: dass die gewünschte Technik nicht zu sehen und doch akustisch voll präsent ist. Die notwendige Elektronik ist problemlos in 19-Zoll-Schränke zu integrieren, und Kabel können in Wände und Kabelkanäle verlegt werden. Für Lautsprecher wird so die Zukunft minimalistisch bzw. am liebsten unsichtbar, damit Puristen, Ästheten und Liebhaber schönen Designs ihre Videokonzerne in bester Qualität erleben können.

So hat REVOX® jetzt auch unsichtbare Lautsprecher im Produktportfolio. INV UNIT sind Flächenlautsprecher, die unsichtbar unter Putz, Anstrich oder Tapete verbaut werden. Diese Fullrange Lautsprecher mit flächiger Abstrahlcharakteristik eignen sich zur unsichtbaren Integration in Wände und Decken von Trocken- und Massivbau. Die Technologie setzen wir in unserem Flagship-Showroom im Hause Beton.Gold in Kampen auf Sylt um – ein Besuch, der der sich lohnt und der Beginn einer leidenschaftlichen Freundschaft sein wird.

In diesem Sinn wünschen wir Ihnen/Euch ein herrliches Frühjahr mit lieben Freunden, viel Geschäft und der Leidenschaft für gelebte Freundschaft.

alles von Herzen Liebe,

Stephan Koll &
Sascha Hoselmann

VON CHEFSESSELN, KULIS UND LEITERN

FAXEN IM JAHR 2024 - EIN ANACHRONISMUS?

Text: Frank Kreif

ZUGEgeben, wir haben seit Jahren kein echtes Fax mehr im Büro. Dennoch erreichen uns ein paarmal die Woche lustige Werbefaxe. Grund genug für eine sentimentale Betrachtung.

Alle paar Tage kommt wieder eins. Ein Fax. Nicht wirklich in Form eines oder mehrerer Blätter. Stattdessen verkündet eine Mail im gemeinschaftlichen Posteingang des Verlages, dass mal wieder jemand den Versuch gemacht hat, uns per Fax zu erreichen. Und wirklich ausnahmslos handelt es sich dabei um monochrome Werbeschriften, die uns lederne Chefessel, multifunktionale Ausziehleiter, Radarwarner oder auch Werbekulis verkaufen wollen. Alle kommen sie ohne übertragene Rufnummer, dafür mit einer Nummer zur Bestellung per Fax (sic) aus den Niederlanden. Sind da Faxe noch ein so großes Ding?

EIN BISSCHEN SCHWERMUT

Dabei spielte das Fax eine durchaus relevante Rolle im redaktionellen Dasein. Nicht nur, dass es die Kommunikation mit unseren Ansprechpartnern in der Industrie und bei PR-Agenturen mehr als ein Jahrzehnt gewissermaßen „spontan“ und zugleich verbindlich gemacht hat. Nein, es war in einem früheren Leben, also bei einem anderen Verlag, sogar eine echte Erlösquelle. Per „Faxabruf“ konnten sich interessierte Leser früher erscheinene Berichte und Tests nach Hause holen - weit vor Paid Content im Internet.

GUTER CHARAKTER

Ein Fax war zugleich schnell und verbindlich. Über die Ankunft beim Empfänger

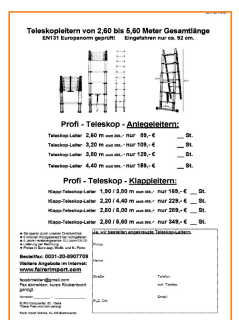
petzte der Sendebericht und man kann wohl sagen, dass die Öffnungsquote damals bei 100 Prozent lag. Eat this, Newsletter.

Und heute? Heute sind es die weiter oben erwähnten Werbefaxe, was eigentlich schade ist, denn im Grunde unseres Herzens vermissen wir das Fax. Nicht jetzt das Stück Papier in der Hand, aber die Konzentration auf eine Seite, verbunden mit der Tasche, dass man nicht nur auf farbige Bilder, sondern selbstverständlich auch GIFs, Hyperlinks, Tracking-Elemente und den ganzen anderen, neumodischen Schnickschnack verzichten muss, wären eine gelungene Fingerübung für all diejenigen, die meinen, sich in zwanzig Zitatebenen verlieren zu müssen und das auch noch per cc und bcc an alle Beteiligten und Unbeteiligten. Und klar, es gab Farbfaxe. Aber mal ehrlich? Hat die jemand genutzt?

Ein Fax ist straight, schnörkellos und unmissverständlich und die verzweifelte Meldung: „Der Absender möchte diese Nachricht zurückholen“ gibt es hier auch nicht. Gefaxt ist gefaxt.

DER FUNKE HOFFNUNG

Vielleicht, ja ganz vielleicht. erlebt ja das Fax eine Renaissance wie die Schallplatte. Auch wenn wir nicht wirklich daran glauben, hoffen wird man ja dürfen.



AKTION: FIX EIN FAX

Wir suchen kreative Köpfe. Oder vielmehr deren Faxe. Schickt uns ein Fax auf die 0211-78177919. Die kreativsten Onepager (bitte nur eine Seite) veröffentlichen wir in den kommenden Ausgaben von NEW WORK.

Einen Einsende- Pardon - Einfaxschluss gibt es nicht, aber es gilt das Motto: „First come, first serve“ bis wir die Lust am Thema verlieren. Vielleicht wird es ja auch ein Dauerbrenner. Nutzt den Platz, den euch A4 bietet,

um uns und unsere Leser
zum Lachen zu bringen, zum
Nachdenken oder schlicht
als Werbefläche für euch.

Fix ein Fax an die:
021178177919