



Jeden Monat über 18.000 Leser und jeden Monat die Highlights unserer weltweiten Recherchen. Neues Denken. Neues Handeln. Neuer Erfolg. Hier abonnieren »

Ausgabe 77
Juni 2008

Die Welt von Förster & Kreuz



Querdenk-Archiv

- » [Business Querdenker](#)
- » [Value-Innovation](#)
- » [Produkt-DNA](#)
- » [Re-Channeling](#)
- » [360-Grad-Blick](#)
- » [Low Income - High Potential](#)
- » [Customer Discovery](#)
- » [Mix-It](#)
- » [Preis-DNA](#)
- » [Easy-Inc.](#)
- » [Design-Matters](#)
- » [5-Star-Service](#)
- » [Out-Of-The-Box](#)
- » [Queer-Gedacht :-\)](#)
- » [Underground-Innovation](#)
- » [Outside-Innovation](#)

[Home](#) | [Förster & Kreuz](#) | [Archiv](#) | [Beratungsletter abonnieren](#) | [Abmelden](#) | [Impressum](#)

Kein Mensch braucht Innovation. Nehmen Sie das Rad als Beispiel. Hatte die Menschheit vor rund 5.500 Jahren auf diese Erfindung gewartet? Selbstverständlich nicht. Die Gesellschaft war vor der Erfindung des Rades für die 'Radlosigkeit' konzipiert. Wir können uns nur allzu gut vorstellen, wie es dem Erfinder des Rades erging. Die andere Typen zogen über ihn her: **"Was für ein Weichei. Der benutzt ein Rad. Echte Kerle tragen Felssteine auf dem Rücken..."**

Und was vor einigen Jahrtausenden in Mesopotamien galt, das gilt auch heute noch unverändert: Innovatoren bekommen immer wieder die drei Leitsätze der Galshüter des Status Quo zu hören: "Das war schon immer so! Das hat bisher auch prima ohne dieses neue Dings funktioniert! Das kann doch bestenfalls ein Nischenprodukt werden!"

Innovatoren und Querdenker sind immer auch Rebellen. So wie Dov Moran, über den wir in diesen Beratungsletter berichten. Diese Menschen pfeifen auf die Vorschriften und haben keinen Respekt vor dem Status Quo. Man kann sich über sie lustig machen oder sie verleumden. Nur ignorieren kann man sie nicht, denn sie verändern die Welt und treiben die Menschheit voran. **Während einige sie für verrückt halten, betrachten wir sie als Genies.**

Alles, außer gewöhnliche Grüße
Anja Förster & Peter Kreuz

FREUDE MACHEN!

Empfehlen Sie den Beratungsletter an Freunde & Kollegen...



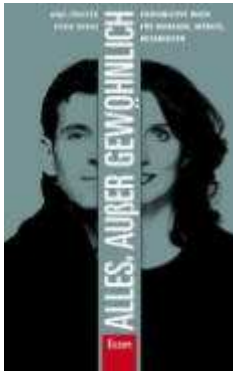
Business-Querdenker

Business Querdenker – bewegen etwas. Oftmals gegen Widerstände, gegen professionelle Schwarzmalen, institutionalisierte Bedenkenträger und scheinbar unverrückbare ökonomische und gesellschaftliche Wahrheiten. Und sie sind stur: Sie glauben an ihre Idee und setzen sie durch. Ihr Credo: Das Unmögliche ist oft auch das Unversuchte (**mehr**).

"Vergessen Sie es!" – Dov Moran hat den USB-Stick trotzdem erfunden

Auf eine Innovation kommen hundert sogenannte Spezialisten und selbsternannte Experten, die davor warnen. Als der Israeli Dov Moran vor acht Jahren den USB-Stick erfand, war der Widerstand aus den Reihen der institutionalisierten

ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH



»Wirtschaftsbuch-
Preis 2007

»Financial Times
Nr.1 Bestseller

[Mehr Infos](#)

DIFFERENT THINKING!



"Ein Buch für alle, die
Inspiration suchen,
etwas bewegen wollen
und den Mut haben,
auch mal Neues zu
wagen."

Manager Magazin

[Mehr Infos](#)

Drucken Sie...

diesen Beratungsletter
als pdf-Datei aus [»](#)

Nutzen Sie...

unsere Beiträge für
Ihre Publikationen.
Einzige Bedingung: Ein
Hinweis und Link auf:
Beratungsletter.com

Stöbern Sie...

im umfangreichen
Archiv des
Beratungsletters [»](#)

Empfehlen Sie...

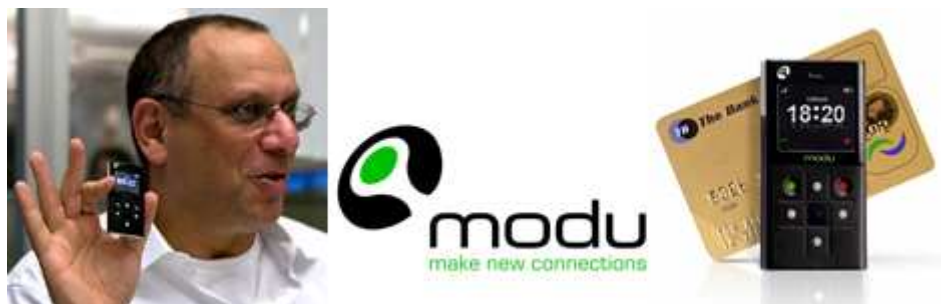
den Beratungsletter
bitte an Kollegen und
Freunde weiter. Danke!

Bedenkenträger groß.

Eine gut 100-seitige Marktanalyse gab dem Speicherstift damals keine Chance: Zu teuer, zu umständlich – kurz: überflüssig. "Vergessen Sie es! Dieses Gerät wird es auf keinen Fall am Markt schaffen", lautete das Fazit. Es gibt ja schon die CD-Rom und die gute, alte 1.44MB-Floppy-Disk...

Moran ließ sich nicht beirren. Er war überzeugt, dass die Welt auf den USB-Stick wartete: "Wir hatten eine Erfindung, von der wir vom ersten Moment an spürten: Das wird wow!" Und er hatte Recht: Das Speichermedium wurde zum Welterfolg. 2001 brachte es seiner Firma M-Systems 45 Mio. US-Dollar ein, fünf Jahre später fast 1 Milliarde.

So ein Erfolg sollte normalerweise ausreichen, um sich für den Rest des Lebens bequem zurückzulehnen und sich von einer Fernsehtalkshow zur nächsten reichen zu lassen. Zumal 2006 der US-Konkurrent SanDisk das Unternehmen von Dov Moran für 1,55 Mrd. US-Dollar übernahm.



Das superkleine Modu-Handy wiegt nur 40 Gramm...

Doch der 52-jährige Unternehmer bastelt bereits an der nächsten Revolution: ein superleichtes Minihandy. Wegen seines Gewichts von nur 40,1 Gramm hat es das 'Modu' sogar schon ins Guinnessbuch der Rekorde geschafft. Der eigentliche Clou ist aber der modulare Ansatz: Das Modu ist nur ein Basisgerät, das man in diverse funktionale Hüllen stecken kann. Diese 'Jackets' verwandeln das Modu-Basisgerät erst in ein normales Handy, ein Smartphone, eine Kamera oder in ein Navigationsgerät – je nach Wunsch und Verwendungszweck.

Damit nicht genug. Mit den entsprechenden Schnittstellen kann jedes Gerät zu einem "Modu Mate", also technisch kompatibel, werden. Ein Radiowecker etwa könnte das Modu aufladen, eingehende SMS auf dem Uhrendisplay zeigen und die auf dem Modu gespeicherte Musik als Weckmelodie spielen. Die Universal Music Group und der Geo-Softwarehersteller Tele Atlas sind schon mit im Boot.



...und lässt sich in coole funktionale "Jackets" stecken.

Im Oktober soll das Modu für etwa 200 Euro auf den Markt kommen. In punkto Qualität und Design konkurriert es zwar mit dem iPhone von Apple, spielt aber in einer niedrigeren Preisklasse. Morans klare Ansage: In vier Jahren soll seine Modu Ltd. zu den fünf größten Handyfirmen gehören. Wenn sein Start-Up bei Tel Aviv so weiter wächst, erscheint das Ziel nicht vermessen. Vor einem Jahr arbeiteten dort zehn Mitarbeiter, heute mehr als 100.



Querdenk-Chance

Dov Moran ist ein willensstarker Typ, der Ideen konsequent bis zur Marktreife entwickelt und sich dabei weniger von der Marktforschung, aber umso mehr von seinem Bauchgefühl leiten lässt. Natürlich hat kein Kunde ihn jemals aufgefordert, ein Handy-Chamäleon zu entwickeln. Genauso hat ihn niemand mit Bittbriefen traktiert, einen USB-Stick auf den Markt zu bringen, und zwar pronto.

Für alle Erbsenzähler gilt: Auch wenn es gern versucht wird, man kann Erfolg nicht sicher vorausberechnen. Ein intelligenter Rechenprozess führt an sich noch nicht zu einem intelligenten Ergebnis. Es braucht immer beides: eine realistische Abschätzung der Risiken UND eine gehörige Portion Bauchgefühl und Mut, die Chancen trotzdem zu nutzen.

Quellen und weiterführende Informationen

>["Dov Moran: Es geht auch anders", Financial Times Deutschland, 11.04.2008](#)

>[Homepage Modu Ltd.](#)

>[Modu-Werbung bei YouTube](#)

>[Mehr Business-Querdenker](#)

>Mehr Quergedachtes: [ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH & DIFFERENT THINKING](#)

Value-Innovation

Value Innovation – Entdecken Sie Innovationspotenzial jenseits eng gefasster Produktinnovationen, indem Sie systematisch die gesamte Kunden-Erfahrungskette und den damit zusammenhängenden Nutzen - vom Kauf über den Gebrauch bis hin zur Entsorgung - nach Potenzialen für Neuerungen durchforsten ([mehr](#)).

Steinway – Tonangebender Monopolist dank früher Talentbindung

Ein Aufschrei ging durch Österreich, als Ende 2007 die Wiener Klaviermanufaktur Bösendorfer verkauft wurde – ausgerechnet an den japanischen Mischkonzern Yamaha, der neben Motoren und Stahl auch Musikinstrumente herstellt. Einem fernöstlichen Investor ein "maßgebliches Stück österreichischer Kulturgeschichte" überlassen zu müssen, das schmerzte nicht nur Bildungs- und Kulturministerin Claudia Schmied.

Viele Hersteller von hochwertigen Klavieren und Konzertflügeln sind verstimmt. Der Absatz hat sich seit 1990 von 1,5 Millionen auf 700.000 Instrumente halbiert. Chinesische Billig- und Lizenzware überschwemmt den Weltmarkt. Digitalklaviere werden immer besser und billiger. Auch Freizeitaktivitäten haben sich geändert.

Nur ein Hersteller stimmt nicht in das Wehklagen ein: Steinway. Das deutsch-amerikanische Unternehmen dominiert den Markt. 98 Prozent aller Top-Konzerte werden auf einem Steinway vorgetragen – absolutes Monopol! Wie kam es dazu?



"Steinway Artists": Der Hersteller hat über 1.300 Pianisten vertraglich an sich gebunden. Den "Steinway Artists" wird garantiert, in jeder Stadt frisch gestimmte Flügel und Übungsräume vorzufinden. Positiver Nebeneffekt: Viele "Steinway-Artists" treten überhaupt nur dann auf, wenn ein Steinway-Instrument zur Verfügung steht. Steinway hat zudem eine eigene Künstler- und Konzertagentur und betreut die Kunden in allen Situationen des täglichen Tournee-Lebens.

"All-Steinway-Schools": Steinway umwirbt die Kunden von morgen früher als die Konkurrenz. Das Unternehmen verleiht Konservatorien, die ihren kompletten Bestand auf Steinway umstellen, ein "All-Steinway"-Siegel. Das ist clever. Denn je früher sich Studenten ihr Repertoire ausschließlich auf Steinways erarbeiten, desto weniger werden sie später geneigt sein, den Hersteller zu wechseln.



Kuriose Notiz: In einem Experiment ließ das Zürcher Pianohaus Jecklin sechs Flügel von 40 Pianisten testen – blind, ohne Nennung der Hersteller. Die Urteile über einen Yamaha lagen weit auseinander, von "Anschlag schwer, schlechtesten Flügel" bis "bei weitem am schönsten, sofort wohl fühlen und geborgen sein".

Querdenk-Chance

Steinway versucht erst gar nicht, sich mit der Konkurrenz über die niedrigsten Preise zu messen. Stattdessen machte sich das Unternehmen auf die Suche nach intelligenten Nutzeninnovationen. Und die finden sich entlang der gesamten Kunden-Erfahrungskette: Künstlerbetreuung, Übungsräume in den großen Städten, Zertifizierung von Konservatorien etc.

Fazit: Die Wettbewerber lassen sich nur auf eine Weise schlagen: indem man aufhört, es zu versuchen.

Quellen und weiterführende Informationen

>"Der Klang der Zeit", Süddeutsche Zeitung, 26.01.2008, Seite 15

>"Eine Manufaktur mit höchstem Prestige", F.A.Z., 20.09.2006, Seite 16

>[Homepage von Steinway & Sons](#)

>Zu den [All-Steinway-Schools](#) und den [Steinway-Artists](#)

>[Mehr Beispiele zu Value Innovation](#)

>Mehr Quergedachtes: [ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH & DIFFERENT THINKING](#)

Tourkalender

Es gibt immer mal wieder die Gelegenheit, Anja Förster bzw. Peter Kreuz bei öffentlichen Veranstaltungen zu erleben. Eine Übersicht über alle öffentlichen Veranstaltungen gibt's im **> Tourkalender**.



Value-Innovation

Value Innovation – Teil 2. Diesmal nicht aus dem Musikbereich, sondern dem Gesundheitswesen:

GE Healthcare – Rundum-Sorglos-Paket für Hessens klamme Kliniken

Der Innovationsdruck ist dort am größten, wo am meisten gespart werden muss und keine Schlamperei passieren darf – zum Beispiel in Krankenhäusern.

Die Gesundheit Nordhessen Holding AG betreibt sechs Krankenhäuser, zwei Reha-Zentren und Seniorenwohnanlagen. Am 1. Mai ging das Unternehmen eine deutschlandweit einmalige Technologiepartnerschaft mit GE Healthcare ein.



Seitdem versorgt die Medizintechniksparte von General Electric die Kliniken der Gesundheit Nordhessen mit Medizintechnik. Bisher mussten die Krankenhäuser die teuren Geräte einzeln kaufen und auch Wartungsaufträge einzeln vergeben. Ein hoher administrativer Aufwand!

GE Healthcare bietet nicht mehr nur radiologische Großgeräte an, sondern dringt weit in die Wertschöpfungskette der Gesundheit Nordhessen ein. Und übernimmt selbständig Aufgaben, um die sich die Kliniken nicht mehr kümmern müssen: Bereitstellung und regelmäßige Erneuerung der Geräte, Kalibrierung oder auch Reparaturen. Diese komplette Bewirtschaftung der Geräte durch GE Healthcare sorgt für spürbare Entlastung.



Flexibilität: GE Healthcare bietet bedarfsorientierten, flexiblen Gerätetausch, Nutzung modernster Technologien, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein Höchstmaß an Entscheidungsfreiheit. Eine monatliche Flatrate sorgt für finanzielle Planungssicherheit. Das Vertragsvolumen beträgt rund 20 Mio. Euro über eine Laufzeit von zehn Jahren.

Wirtschaftlichkeit: Ein "Modell für die Zukunft" in Zeiten von Investitionsstaus stelle das umfassende Geräte-Lifecycle Management dar, so Bernd von Polheim, Präsident von GE Healthcare Deutschland. "Technologie und Service aus einer Hand wird für Effizienzsteigerungen einerseits und Kostensenkungen andererseits sorgen, die im Gesundheitsbereich so dringend notwendig sind".

Kein Wunder, dass weitere Klinikbetreiber dieses Modell aufgreifen. Konkurrent Philips unterhält bereits ähnliche Kooperationen und ist in Hamburg alleiniger Technikausstatter des Albertinen Krankenhauses.

Querdenk-Chance

GE Healthcare hat ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen, indem alle Vorgänge, die mit den Geräten verbunden sind, selbständig und ungefragt erledigt werden. Nur so können Kliniken beruhigt hochsensible Bereiche komplett outsourcen – wie etwa die Logistik an [Cardinal Health](#) (siehe [Beratungsletter 45, September 2005](#)).

Dieses B2B-Beispiel zeigt, dass Innovation nicht immer nur im Produkt selbst liegen muss. Überlegen Sie sich, wie Sie mit ihren Kernkompetenzen in die Wertschöpfungskette der Kunden eindringen, entlastende Aufgaben übernehmen und dadurch Werte schaffen können!

Quellen und weiterführende Informationen

>[Homepage GE Healthcare Deutschland, Österreich & Schweiz](#)

>[Homepage Gesundheit Nordhessen Holding AG](#)

>[Technologiepartnerschaft von GE Healthcare und Gesundheit Nordhessen](#)

>[Mehr Beispiele zu Value Innovation](#)

>Mehr Quergedachtes: [ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH](#) & [DIFFERENT THINKING](#)

Vorträge von Förster & Kreuz

"Frech und frisch, ermutigend, polarisierend - das schafft Bewegung und räumt den Kopf auf."

Agilent Technologies

Ob Sie eine Konferenz planen, Ihren Kunden etwas Besonderes bieten wollen oder für eine Strategiesitzung die Ärmel hochkrepeln: Förster & Kreuz kitzeln am Kopf, fordern heraus, begeistern Zuhörer und laden müde Motivationsbatterien auf.

mehr Infos



more



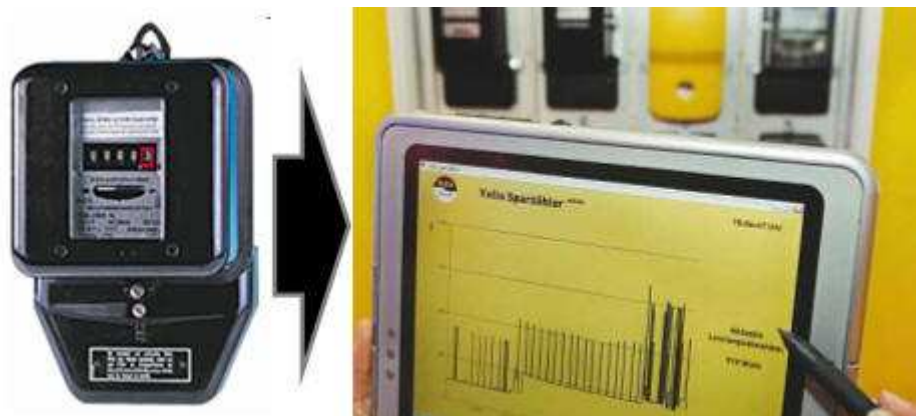
Produkt-DNA

Statt das Alte immer weiter zu perfektionieren, verfolgen Business-Querdenker einen anderen Weg: Sie hinterfragen ungeschriebene Branchengesetze und brechen aus alten Mustern aus. Das Ergebnis: Die Erschließung neuer Wettbewerbs-Spielräume und ein Entkommen aus dem Preis-Wettbewerb ([mehr](#)).

Smart Metering – Strom wird endlich sichtbar

Egal ob in Yello-Gelb oder E.ON-Rot: Strom ist unsichtbar. Das Produkt ist kaum differenzierbar und irgendwie auch langweilig - abgesehen vom Preis. Am ehesten wird Strom noch in den Farben schwarz auf weiß erfahrbar, mit der Rechnung zum Jahresende. Bis dahin zahlt der Verbraucher Abschlagszahlungen ins Blaue hinein und muss, meist zu Beginn des neuen Jahres – und weil die Preise gerne steigen – nachzahlen.

Mit der zeitlichen Entkoppelung von Verbrauch und Bezahlung jedoch verlieren Kunden jegliches Gespür dafür, wann sie wie viel Strom wofür verbrauchen. Das muss nicht sein. Intelligente Stromzähler, so genannte "Smart Meter", machen Strom endlich für jeden sichtbar.



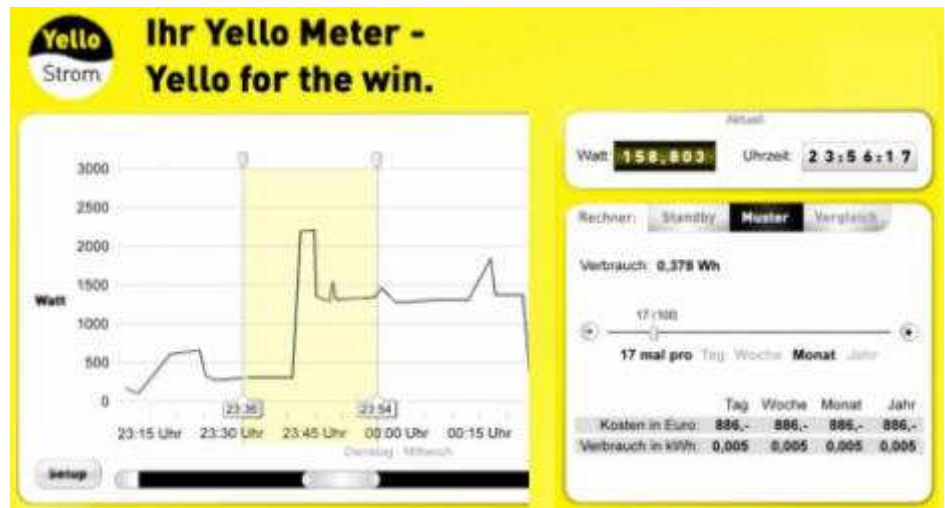
Smart Meter sind digitale Zähler, die Verbrauchsdaten sowohl dem Versorger als auch dem Kunden via Internet übermitteln. Und zwar permanent. So lässt sich der Verbrauch auf dem heimischen Computer überwachen und Stromfresser im Haushalt identifizieren – Stichwort: Stand-by-Betrieb.

Vorteile für die Verbraucher: Smart Meter können nicht nur Strom, sondern auch den Gas- oder Wasserverbrauch messen und gebündelt visualisieren. Sparmöglichkeiten werden aufgezeigt. Auch wenn eine Studie von Arthur D. Little den Spareffekt ohne Komforteinbußen auf nur zehn Prozent im Jahr beziffert –

Kontrolle ist besser und schafft Vertrauen.

Vorteile für die Versorger: Digitale Zähler können den Verbrauch in kürzeren Intervallen messen. Dadurch kann exakter abgerechnet und die Stromrechnung monatlich ausgestellt werden. Das regelmäßige Ablesen von Hand fällt weg. Auch verbrauchs- oder tageszeitabhängige Staffelpreise werden möglich.

Würde etwa morgens der Strom verteuert, zu anderen Tageszeiten hingegen verbilligt, könnte das Kunden motivieren, gleichmäßiger über den Tag verteilt zu konsumieren. Das teure Hinzuschalten von Kraftwerken, die in Spitzenzeiten eine Überlastung des Stromnetzes verhindern, würde überflüssig.



Smart Metering bei E.ON: In Großbritannien und Osteuropa laufen gerade Tests. In Schweden erhält jeder E.ON-Kunde bis 2009 einen Smart Meter, denn das Land verpflichtet die Versorger zur monatlichen Abrechnung.

Smart Metering bei RWE: Die RWE Rhein-Ruhr AG investiert ab diesem Jahr in das Projekt "100.000 intelligente Zähler für Mülheim". Kostenpunkt: 20 Millionen Euro für drei Jahre.

Smart Metering bei der Deutschen Telekom: Am Bodensee kooperiert die Deutsche Telekom mit dem örtlichen Versorger Technische Werke Friedrichshafen und dem Softwarehaus Bittner+Krull, um die Stadt mit intelligenten Zählern zu versorgen – ein neues Geschäftsfeld als Ersatz für die Verluste beim Festnetz?

Smart Metering bei Yello: Die Kölner Tochter von Deutschlands drittgrößtem Energieversorger, der Energie Baden-Württemberg AG (EnBW) überzeugte mit dem Slogan "gelb, gut, günstig" bisher über 1,4 Millionen Kunden zum Wechsel. Ab Sommer 2008 ist der "Yello Sparzähler Online" erhältlich. Eine Kooperation mit Microsoft soll den Zähler um Online-Services ergänzen.



Querdenk-Chance

Versorger, deren Preisgestaltung bislang einer Black-Box gleicht, können mit dieser nicht uneigennütigen Produkt-DNA ihr Image kräftig polieren.

Und angesichts steigender Energiepreise nehmen Smart Meter den Verbrauchern das mulmige Gefühl, raffgierigen Energieriesen ohnmächtig ausgeliefert zu sein. Smart Metering macht aus passiven Stromverbrauchern aktive Energiemanager - und erfindet den guten alten Stromzähler neu.

Quellen und weiterführende Informationen

> ["Intelligente Stromzähler: Sparen ohne Verlust", Wirtschaftswoche, 31.03.2008](#)

> ["Digitaler Zähler hilft beim Stromsparen", Handelsblatt, 22.03.2008](#)

> Smart Metering bei [E.ON](#), [RWE](#), [Deutsche Telekom](#) und [Yello](#)

> [Live: Der Yello Sparzähler im Echtzeiteinsatz in der Yello Kantine](#)

> Mehr Beispiele zu [Produkt-DNA](#)

> Mehr Quergedachtes: [ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH](#) & [DIFFERENT THINKING](#)

Der Bestseller von Förster & Kreuz

Wirtschaftsbuchpreis 2007

ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH

FINANCIAL TIMES Nr.1 BESTSELLER

HANDELSBLATT BESTSELLER

MANAGER MAGAZIN BESTSELLER

„Ein leidenschaftlicher Appell für Lebensunternehmertum.“
Süddeutsche Zeitung

„Es hat die Wirkung eines Energy-Drinks.“
Hamburger Abendblatt

„Ein Streichholz, das andere entzündet.“
Financial Times

BESTELLEN **Hörbuch BESTELLEN**

Queer-Gedacht :-)

Fit bleiben dank Fechten

Je öfter es im Kreuz klemmt und zwickt, desto attraktiver werden Kreuzworträtsel als Sportersatz. Gerade im Alter erfordert es eiserne Disziplin, sich fit zu halten. "Viel Bewegung", heißt es da immer, sei enorm wichtig.

Richtig zur Sache geht's im katholischen Altersheim Corpus Christi in Melbourne – und zwar hieb- und stichfest: Die Heimbewohner können dort Fechten lernen, was eine gehörige Portion körperlicher Koordination einfordert und fördert.

Lebenslanges Lernen in puncto proaktiver Konfliktbewältigung? Honi soit qui mal y pense - Ein Schuft, wer sich Böses dabei denkt!



FREUDE MACHEN!

Empfehlen Sie den Beratungsletter an Freunde & Kollegen...



DRUCK MACHEN!

Laden Sie sich den aktuellen BERATUNGSLETTER herunter...



Förster & Kreuz

Die Business-Querdenker und Bestsellerautoren **Anja Förster** und **Dr. Peter Kreuz** gehören zu einer neuen Generation von Wirtschaftsvordenkern: Leidenschaftlich unkonventionell kämpfen sie für die Befreiung aus Denkschablonen, das Ablegen von Scheuklappen und das Verlassen ausgetretener Pfade.



Ihr Labor für Business Querdenken ist die weltweit einzige Organisation, die auf allen fünf Kontinenten nach unkonventionellen und erfolgreichen Geschäftskonzepten forscht und nach den Menschen, die dahinter stehen.

Zu ihren Kunden zählen die Führungsetagen von Bayer, BMW, SAP, Siemens und weiterer namhafter Unternehmen.

Wenn Sie Förster & Kreuz buchen möchten, kontaktieren Sie Petra Steurer:
Tel. +41 (0)71 7446522; office@nolimit-steurer.ch

Mehr Infos gibt's hier:

[>Förster & Kreuz: In Vorträgen](#)

[>Förster & Kreuz: In Büchern](#)

[>Förster & Kreuz: In Person](#)

[>Querdenk-Labor](#)

[>Querdenk-Cast](#)

Sie können Ihr Beratungsletter-Abonnement selbst konfigurieren ...

Abbestellen. Klicken Sie auf den folgenden Link, wenn Sie den Beratungsletter nicht mehr erhalten wollen: [Link steht nur bei E-Mail-Versand zur Verfügung.](#)

Ändern. Klicken Sie auf den folgenden Link, wenn Sie Ihre E-Mail-Adresse ändern möchten: [Link steht nur bei E-Mail-Versand zur Verfügung.](#)

Impressum & Kontakt

Verantwortlich für den Inhalt: FÖRSTER & KREUZ GmbH
Geschäftsführer: Anja Förster, Dr. Peter Kreuz
Sitz: Heidelberg; Amtsgericht Mannheim: HRB 704510

c/o NO LIMIT· PR und Marketing Steurer, Petra Steurer, Rosenstrasse 12; 9430 St. Margrethen; Schweiz; T +41 (0)71 744 65 22, F +41 (0)71 740 09 26,
office@nolimit-steurer.ch

Kontakt: Kontaktdaten bei Anfragen für Vorträge, Workshops oder Beratungsprojekte sowie für Interviews oder Presseartikel finden Sie [hier](#).

Disclaimer: Es wird keinerlei Haftung für Übermittlungsfehler, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben übernommen. Die Nennung von Produkten anderer Hersteller oder Anbieter dient ausschließlich zur Information und stellt keinen Warenzeichenmissbrauch dar. Hinsichtlich der Auswahl, Leistung oder Anwendung dieser Produkte oder Dienstleistungen wird keinerlei Gewähr übernommen.

Pictures: www.gesundheit-nordhessen.de, www.steinway.de, www.yellostrom.de,
www.microsoft.com, www.gizmodo.de, www.cnews.ru, www.modumobile.com,
www.telegraph.co.uk

Redaktion: Anja Förster, Simone Holstein, Moritz Jäger, Peter Kreuz

Copyright © ANJA FÖRSTER & DR. PETER KREUZ
