

AUSGABE 10

Das erste und größte Sanitätshaus Magazin für FÜHRUNG,

# SANHAUS

MARKETING, BRANDING & MINDSET IM D/A/CH-RAUM

BUSINESS

## ANASTASIA ANASTASIADOU

*Wenn Gehen endlich rockt:  
zu Besuch bei FOOTPLA*

## TOM NEUBORN

*Zwischen Leidenschaft  
und Leerlauf*

## PETER SASS

*Let's talk about Money  
Kolumne*

## MIKE FISCHER

*Im Interview mit dem  
Fahrschullehrer dem die  
Promis vertrauen*

## CAROLINE SPROTT

*die Powersproten Kolumne*

## UND VIELES MEHR

*in dieser Ausgabe*



[www.sanhaus.biz](http://www.sanhaus.biz)

MADE IN GERMANY

[www.sanhaus.biz](http://www.sanhaus.biz)

@sanhausbiz



## Impressum

### Redaktion/Verlag

SANHAUS BUSINESS MAGAZIN  
c/o Tom Neuborn Consulting & Coaching  
E-Mail: [magazin@sanhaus.biz](mailto:magazin@sanhaus.biz)  
Redaktion: Tom Neuborn  
Lektorat und Redaktion: Alexandra Klein  
Layout und Gestaltung: Tom Neuborn,  
Torben Keller  
**Onlineredaktion**  
[magazin@sanhaus.biz](mailto:magazin@sanhaus.biz)

### Herausgeber, Verleger:

Tom Neuborn  
Schillerstr. 18,  
D- 88085 Langenargen  
**Anschrift:**  
Schillerstr. 18  
D- 88085 Langenargen  
Telefon (0152) 32 76 75 37  
E-Mail [magazin@sanhaus.biz](mailto:magazin@sanhaus.biz)  
Internet: [www.sanhaus.biz](http://www.sanhaus.biz)

### Alle Rechte vorbehalten

Autoren (Verantwortliche i.S.d.P.)  
Die Autoren der Artikel und Kommentare im Sanhaus Business Magazin sind im Sinne des Presserechts selbst verantwortlich. Die Meinung des Autors spiegelt nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider. Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit geschwiegen denn für Empfehlungen übernommen. Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen verantwortlich. Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne Genehmigung.

**MVFP**  
Medienverband  
der freien Presse

**BÜNDNIS**  
**ZUKUNFT**  
**PRESSE**  
Eine Initiative von BDZV und MVFP

Folgen uns auch auf



**Tom Neuborn**  
Herausgeber

## Sanitätshaus-Alltag, Fachkräftemangel, steigende Erwartungen und dazu die Frage nach der eigenen Sichtbarkeit.

Wer heute erfolgreich sein will, braucht mehr als gute Produkte und volle Auftragsbücher. Es geht um Haltung. Um Klarheit. Und darum, sich als Unternehmerin oder Unternehmer nicht zu verlieren, während man versucht, alles zusammenzuhalten. Genau hier setzt diese Ausgabe an.

Unsere Kolumnistin **Caroline Sprott** widmet sich der Frage, wie Veranstaltungen im Sanitätshaus wirklich gelingen. In „Die goldene Formel für erfolgreiche Sanitätshaus-Veranstaltungen“ zeigt sie praxisnah, warum gute Planung allein nicht reicht und weshalb Emotion, Struktur und klare Ziele über Erfolg oder Frust entscheiden.

In seinem **fiktiven Gespräch** nimmt unser Volontär **Torben Keller** die **Malleo Dynastab® BOA® von Thuasne** unter die Lupe.

In unserer Firmenstory trafen wir uns zum zweiten Mal mit Anastasia Anastasiadou. Und wer sie schon aus der Ausgabe III kennt, merkt sofort: Da hat sich etwas getan. Nicht nur geschäftlich, sondern auch körperlich und mental. Wir sprechen über Transformation, über mutige Entscheidungen und darüber, wie Rock'n'Roll auf Orthopädieschuhtechnik und Einlagenbusiness trifft. Ein Gespräch über Haltung, Marke und den Mut, konsequent seinen eigenen Weg zu gehen.

Dass wirtschaftlicher Erfolg immer auch eine innere Dimension hat, wurde mir im Gespräch mit unserem Money-Kolumnisten Peter Saß in Bremen einmal mehr bewusst. In „Wenn Geld plötzlich leise wird“ geht es darum, warum gerade die Weihnachtszeit der richtige Moment ist, finanzielle Werte neu zu ordnen.

Für unsere Serie „Outside the Bubble“ hat es uns diesmal nach Gera geführt. Zugegeben: Ich war lange nicht mehr dort. Das letzte Mal habe ich beim Panzerpionierbataillon 701 unseren TPZ getankt. Und ja, im Gespräch mit Mike Fischer ging es auch ums Tanken, allerdings im übertragenen Sinn. Vor allem aber um die Frage: Wie wird man eine der bekanntesten Fahrschulen Deutschlands? Ein Gespräch über Fokus, Marke und den Mut, groß zu denken.

Ach ja und natürlich gibt es auch wieder unser Weihnachtsgewinnspiel. Dieses Mal vielleicht nicht ganz so üppig wie sonst, aber dennoch lohnenswert, ebenso wie die Beiträge aus der Redaktion und mein eigener.

Viel Vergnügen beim Lesen

Dein

*Tom Neuborn*





AUCH MIT DABEI: IM FIKTIVEN GESPRÄCH

| BUCHEMPFEHLUNGEN | AUSBLICK |

# INHALT VOL X

**03**

**CAROLINE SPROTT**

DIE POWERSPROTTEN KOLUMNE

**08**

**IM FIKTIVEN  
GESPRÄCH**

**09**

**ANASTASIA  
ANASTASIADOU**

WENN GEHEN ENDLICH ROCKT

**16**

**DAS HÖRT DIE REDAKTION**

UNSERE PODCAST EMPFEHLUNGEN

**21**

**PETER SASS**

LETS TALK ABOUT MONEY KOLUMNE

**26**

**ZWISCHEN LEIDENSCHAFT  
UND LEERLAUF**

ÜBER DEN ECHTEN WERT EXTERNER  
TRAININGS

**30**

**MIKE FISCHER**

DER FAHRLEHRER DEM DIE PROMIS  
VERTRAUEN

**41**

**10 WIRKUNGSVOLLE**

MARKETING TIPPS FÜR DEIN  
SANITÄTSHAUS

**58**

**FEEDBACK & REFLEXION**

KOMMUNIKATION MIT KUNDINNEN,  
KOLLEGINNEN UND SICH SELBST



# DIE GOLDENE FORMEL FÜR ERFOLGREICHE SANITÄTSHAUS- VERANSTALTUNGEN

Es gibt diese Events, die sprühen nur so vor Herzlichkeit, Gastfreundlichkeit und Leidenschaft für die Arbeit als Versorgende. An denen man spürt, dass etwas in Bewegung kommt, obwohl äußerlich nur Stühle in Reihen stehen, ein Beamer surrt und Menschen langsam ihre Plätze einnehmen. Ich habe in den letzten zwei Jahren über 130 Lesungen gehalten, überall im Land, und dabei eine besondere Lektion gelernt. Es liegt nicht allein an mir, dass Teilnehmer zu einer Veranstaltung kommen, sondern mehrere wichtige Faktoren spielen dabei eine Rolle:

- Wie wurden die Kunden eingeladen?
- Was hat man ihnen gesagt?
- Wurden Kosten für ein Ticket erhoben?
- Wer wurde eingeladen?



Photo PHOTOGRAPHIC Berlin



Mir wurde bewusst, dass der eigentliche Erfolg einer Veranstaltung selten erst in dem Moment entsteht, in dem ich die Bühne betrete. Die Atmosphäre trägt schon lange vorher, was später im Raum sich entfalten kann.

Je persönlicher und herzlicher die Teilnehmer auf die Veranstaltung hingewiesen werden, wenn sie einen kleinen symbolischen Obolus Eintritt bezahlen und sie auf die Lesung "eingegroovt" wurden, desto unvergesslicher wird der Abend. Es ist faszinierend, dass meine Lesung zwar nach so vielen Wiederholungen schon sehr ausgefeilt ist, jedoch sie vom Vibe des Publikums abhängt.

Ein gutes Sanitätshaus erkennt, dass eine solche Veranstaltung nicht nur Wissen vermittelt oder ein aktuelles Buch vorstellt, sondern Erinnerungen und Vertrauen schafft, Mut wachsen lässt und Menschen zusammenbringt, die im Alltag oft das Gefühl haben, ihre Last allein zu tragen. Sich dabei als Versorger mit guten Intentionen zu positionieren, kann eine lebenslange Kundschaft ins Rollen bringen. Diese Einsicht verändert alles.

## VERTRAUEN KEHRT IMMER ZUM GLEICHEN ORT ZURÜCK. WENN KUNDINNEN SPÜREN, DASS IHR SANITÄTSHAUS SIE NICHT NUR ALS VERSORGUNG, SONDERN ALS MENSCH BETRACHTET

### Vorbereitung ist alles

Wenn eine Lesung besonders erfolgreich verlief, dann erkundige ich mich immer, was das Haus anders gemacht hat. Viele Häuser unterschätzen, wie entscheidend die Phase vor dem Event ist, dabei entsteht genau dort der Funke, der am Abend selbst zu einem lauschigen Knistern wird. Wenn ein Team nicht einfach Aushänge aufhängt, sondern seine Kundinnen persönlich einlädt, entsteht sofort ein anderer Ton. Sobald jemand hört, dass ein Haus an sie gedacht hat, fühlt sie sich gesehen, wertgeschätzt und ernst genommen.

„Frau Meier, wir haben einen Lipödem-Abend geplant und Sie kamen mir sofort in den Sinn. Ich bin sicher, dass Ihnen die Impulse richtig guttun und neuen Schwung fürs Selbstmanagement geben. Kommen Sie gern vorbei, Sie würden wirklich fehlen.“

Flyer, die man jeder Kompressionsversorgung beilegt, kurze Anrufe bei Menschen, die schon länger mit sich ringen oder eine kleine Karte mit ein paar warmen Worten in der Messkabine – all das klingt wie Kleinkram, trägt jedoch eine Botschaft, die weit über Werbung hinausgeht. Es entsteht eine Einladung zum Dazugehören.

Häuser, die so arbeiten, erleben regelmäßig, dass sich ihre Veranstaltungen dreimal so gut füllen wie jene, die sich allein auf einen Stapel Flugblätter verlassen. Begeisterung ist ansteckend, besonders wenn sie sichtbar aus dem eigenen Team kommt.

Ein schönes Beispiel kommt mir dabei immer in den Kopf: ein Allgäuer Sanitätshaus schaffte es, sage und schreibe 150 Leute an einem Samstagmorgen Punkt 9 Uhr zu versammeln. Es waren so viele, dass man Stühle aus den Büros der Angestellten zusammenklaubte, um unvorhergesehene Teilnehmer nicht abweisen zu müssen. Auf meine Nachfrage, wie sie das geschafft haben, habe ich eine verblüffende Antwort erhalten. „Unsere Marketingabteilung ist zurzeit aufgrund von Personalmangel schlecht aufgestellt.



Photo PHOTOGRAPHIC Berlin

Das haben alles unsere Vertriebler geschafft, durch persönliche Einladung bei den Hausbesuchen.“ Das ist beeindruckend!

### Wie erreicht man regen Austausch?

Das Gefühl im Raum entscheidet, ob Menschen sich öffnen möchten. Eine Veranstaltung beginnt nicht mit meinem ersten Satz, sondern mit dem Moment, in dem jemand durch die Tür tritt und intuitiv spürt, ob sie willkommen ist.

Ein kleines Getränk, ein freundliches Gesicht, ein Raum, der nicht steril wirkt, sondern nach Begegnung aussieht, reicht oft schon aus, um die innere Anspannung vieler Betroffener sinken zu lassen.

Menschen, die mit einer chronischen Erkrankung leben, tragen häufig nicht nur körperliche Schwere mit sich, sondern auch emotionale Vorsicht. Die ersten Minuten entscheiden, ob sie innerlich einen Schritt zurücktreten oder einen Schritt nach vorne wagen. Je wärmer der Empfang, desto mutiger die Fragen, desto lauter das Lachen, desto tiefer die Gespräche, desto ehrlicher die Rückmeldungen.

Ein Event wird dann wirklich erfolgreich, wenn ein Haus erkennt, dass es nicht nur einen Vortrag ausrichtet, sondern für einen Tag oder Abend einen sicheren Ort schafft. Das Team ist der wahre Motor, weil es die Menschen nicht nur an diesem Event begleitet, sondern dauerhaft.



## POWER Sprotte

Vertrauen kehrt immer zum gleichen Ort zurück. Wenn Kundinnen spüren, dass ihr Sanitätshaus sie nicht nur als Versorgung, sondern als Mensch betrachtet, steigt die Bereitschaft, Therapieempfehlungen umzusetzen und dranzubleiben. Diese Form der Compliance entsteht nicht durch perfekte Fachworte, sondern durch zwischenmenschliche Echtheit.

### Die Größe spielt keine Rolle

Die wichtigste Erkenntnis meiner bisherigen Erfahrungen aus 15 Jahren Lipödem- und Lymphödem-Veranstaltungen lautet vermutlich, dass die Größe des Ortes oder der Stadt nichts darüber sagt, wie stark ein Abend werden kann. Aber es beginnt schon im Kundenkontakt im Alltag, ob ein Kunde als Fan kommt oder nur kostenloses Wissen abgreifen will und nie wieder gesehen wird. Viele Häuser berichten im Nachgang, dass neue Kundinnen geblieben sind, dass bestehende Kundinnen sich fester verbunden fühlen und dass das Bild des Hauses in der Region gewachsen ist. Veranstaltungen sind nicht nur Marketing, sie sind Beziehungspflege auf Augenhöhe.

Der emotionalste Moment kommt oft am Ende. Wenn eine Frau mit Tränen in den Augen sagt, dass sie sich zum ersten Mal seit Jahren verstanden fühlt. Wenn jemand lächelt, obwohl sie den ganzen Tag Schmerzen hatte. Wenn ein ganzes Team realisiert, dass dieser Abend mehr bewirkt hat als jede noch so perfekte Produktbroschüre.

Vielleicht besteht die goldene Formel gar nicht aus vielen Schritten, sondern aus einem einfachen Gedanken. Ein Team, das eine Veranstaltung nicht als Pflichtaufgabe sieht, sondern als Chance, Menschen zu stärken und die eigene Mission sichtbar zu machen, schafft Abende, die weit über die Veranstaltung hinaus wirken. Ich erlebe regelmäßig, dass genau dort der Funke überspringt, der die Versorgung menschlicher, wärmer und wirkungsvoller macht. Veranstaltungen sind dann erfolgreich, wenn sie nicht perfektioniert, sondern getragen werden. Von Haltung, von Herz und von einem Team, das weiß, wie sehr es gebraucht wird.

**EIN KLEINES GETRÄNK, EIN  
FREUNDLICHES GESICHT, EIN  
RAUM, DER NICHT STERIL  
WIRKT, SONDERN NACH  
BEGEGNUNG AUSSIEHT,  
REICHT OFT SCHON AUS, UM  
DIE INNERE ANSPANNUNG  
VIELER BETROFFENER SINKEN  
ZU LASSEN**

**DIE  
POWER SPROTTE**

**Caroline Sprott**, ist

Lipödem Health-  
fluencerin, Referentin,  
Bloggerin, Autorin,  
irgendwie sowas wie  
Model und Lipödem  
Mädchen für alles.

Seit 2015 hat sie den  
größten patienten-  
geführten Blog "**Lipödem  
Mode**", mit allerlei  
Wissen und interessanten  
Artikeln zum Thema  
Selbstmanagement bei  
Lipödem und Lymphödem  
und generell in  
Kompression gegründet.

**powersprotte.com**



Photo PHOTOGRAPHIC Berlin





medi

Für mediven cosy  
und NEU für  
mediven 550 Bein!

## Seitliche Naht bei mediven® Flachstrick

Die einzigartige Innovation bei  
flachgestrickten Kompressionsstrümpfen

- Bequemes Gefühl in der sensiblen Kniekehle
- Nahtlose Sitz- und Trittfläche
- Ideal bei viel Bewegung
- Sportlicher Look

**Zweckbestimmung:** Flachgestrickte medizinische Kompressionsversorgung zur Kompression der unteren oder oberen Extremitäten, hauptsächlich bei der Behandlung von Erkrankungen des Lymphgefäßsystems.

Weitere Informationen unter:  
[www.medi.de](http://www.medi.de)



medi. ich fühl mich besser.



**UNSER  
VOLONTÄR** von  
Torben Keller

# IM FIKTIVEN GESPRÄCH MIT DER MALLEO DYNASTAB® BOA® VON THUASNE

Photo: Thuasne

**Servus, schön, dass du Zeit hast. Egal ob Laufen, Fussball, Tennis, und auch abseits der Piste beim Skie- oder Snowboard-fahren, oder, oder, oder. Gefühlt sehe ich dich gerade echt oft. Was ist dein Geheimnis?**

Hey Torben, danke für die Einladung! Ja, ich bin tatsächlich überall unterwegs in Alltagschuhen, Business-Outfits, Laufschuhen und sogar auf dem Court bei Profis. Mein Geheimnis? Ich bringe Stabilität zurück ins Sprunggelenk, ohne dich zu blockieren. Ich bin kein starrer Klotz, sondern ein smarter Partner, der dich sicher durch Training und Alltag begleitet.

**Das klingt ziemlich technisch erklär mal: Was genau machst du?**

Ich arbeite mit einem cleveren Mix aus seitlichen Stabilisierungselementen und Kreuzgurten, die dein Sprunggelenk zuverlässig führen. Mein Herzstück ist das BOA® Fit System, ein Drehverschluss, der dir eine präzise, gleichmäßige Anpassung ermöglicht. Kein lästiges Nachziehen, kein Verrutschen. Du drehst, klickst, und ich sitze perfekt. Es ist die junge Version der Puma disc an deinen Füßen.

**Also eher smart statt Korsett?**

Exakt! Alte Orthesen waren oft starr und unbequem. Ich hingegen setze auf aktive Stabilisierung: Ich gebe dir Halt, aber lasse dir Bewegungsfreiheit. So trainierst du dein Sprunggelenk, statt es "einzusperren". Ich helfe dir, wieder Vertrauen in deine Bewegung zu gewinnen.

**Klingt nach ganz schön viel Wirkung für etwas, das so unscheinbar am Fuß sitzt.**

Tja, unterschätze nie die Kraft eines klugen Designs! Mein belüftetes Innenfutter sorgt für Komfort, selbst bei langen Einsätzen. Und weil ich in die meisten Schuhe passe, bleibe ich diskret, du merkst mich kaum, aber ich bin da, wenn's drauf ankommt.

**Und du wirst sogar von echten Profis getragen?**

Oh ja. Leistungssportler setzen auf mich, weil Millimeter und Mikrosekunden über Sieg oder Niederlage entscheiden.

Wenn das Sprunggelenk wackelt, ist die Basis gefährdet. Genau da komme ich ins Spiel, ich stabilisiere, damit du dich voll auf deine Performance konzentrieren kannst.

**Was ist mit „normalen“ Menschen, hilfst du auch mir, wenn ich einfach nur viel am Schreibtisch sitze?**

Unbedingt. Verletzungen passieren nicht nur beim Sport. Auch im Alltag beim Gehen, Stehen oder nach einer Verstauchung bin ich da. Ich unterstütze dich bei mittelschweren bis schweren Sprunggelenksverletzungen und helfe, chronische Instabilitäten zu meistern. Egal ob Profi oder Büroheld ich bin für dich da.

**Wie lange bleibst du in so einem Fußleben?**

So lange, wie's sinnvoll ist. Bei akuten Verletzungen begleite ich dich durch die Heilungsphase. Bei chronischen Instabilitäten bleibe ich länger, bis du wieder sicher unterwegs bist. Wichtig ist: Ich bin kein Dauerprovisorium, mein Ziel ist, dass du dich irgendwann auch ohne mich stark fühlst.

**Und was ist dein Ausblick wirst du uns weiter begleiten?**

Definitiv! Solange Menschen sich bewegen, wird das Thema Sprunggelenksstabilität relevant bleiben. Ob du beim Tennismatch aufschlägst oder einfach nur zur Bushaltestelle eilst, wenn dein Gelenk sicher ist, geht's einfach besser. Ich unterstütze dich dabei.

**Dann danke ich dir für das Gespräch**

und werd beim nächsten Spaziergang mal ganz genau auf mein Sprunggelenk achten! Sehr gut und wenn du was merkst: Ich bin schon da.

Mehr unter [Thuasne.com](https://www.thuasne.com)





# ROCK MEETS

VON TOM NEUBORN

# ENLAGE

SPECIAL  
PERFORMANCE  
AND PICTURE BY

ANASTASIA  
ANASTASIADOU

**FOOTOPIA**

BRÜDER-GRIMM-STR.7, 36396 STEINAU A.D.STR.

WORLD'S FIRST  
EVENT-ORTHOPÄDIE-SCHUHTECHNIK-STORE





## Rock meets Orthopädieschuhtechnik und Einlagenbusiness

Anfang Dezember. Es regnet. Sieben Grad doch immerhin im Plus. Die Stadt ist festlich geschmückt, Lichterketten hängen in den Straßen und doch will noch keine weihnachtliche Stimmung aufkommen.

Ich bin bei Peter in Bremen. Wir sitzen zusammen, sprechen über seine Kolumne, feilen an Gedanken, schärfen Perspektiven. Dazu gönne ich mir ein Coaching bei ihm, Zeit zum Reflektieren, Sortieren, Weiterdenken.

Nach unserem Gespräch bringt mich Peter zum Hauptbahnhof. Für mich geht es jedoch nicht gleich nach Hause an den Bodensee zu Frau und den Kids, sondern ich mache vorher noch einen Abstecher in die Main-Kinzig-Region, genauer gesagt nach Steinau a. d. Str. Beim Lesen meiner Zielstraße denke ich mir: Ob mich dort ein Märchen über Zusammenhalt, Mut und den Entschluss, einfach loszugehen, erwarten wird?

Während sich gerade die Türen meines ICE schließen und wenige Minuten später die Tore der alten Hansestadt und die Bremer Stadtmusikanten hinter mir liegen. Mein Weg führt mich also weg von der Stelle 27 der Kinder- und Hausmärchen der Brüder Grimm auf die Schiene der Realität.

Doch vorher geht es über Hannover und Fulda, mit einer kleinen Taxifahrt bis in meine Zielstraße.

Footopia ist für mich ein Abenteuer. Kein glattpolierter Weg, sondern echtes Erleben.

Brüder-Grimm-Straße.

Ein Straßename, der nach Märchen klingt. Nach „Es war einmal“. Nach klaren Rollen, einem festen Drehbuch und einem vorhersehbaren Ende.

Jetzt bin ich also in Steinau. Ein Ortswechsel und doch dieselbe Mission: denn Geschichten entstehen dort, wo Menschen Haltung zeigen. Hinter der Tür mit der Hausnummer 7 wird keine Geschichte nacherzählt, hier wird eine neue Geschichte geschrieben.

Foodtopia ist kein klassisches Sanitätshaus. Es ist eher ein modernes Märchen mit Verstärker: Orthopädieschuhtechnik trifft Rock'n'Roll, Handwerk trifft Haltung, und mittendrin Anastasia Anastasiadou, Orthopädieschuhtechnik-Meisterin, Unternehmerin, Geschichten-erzählerin. Wir haben schon einmal miteinander gesprochen, möglicherweise erinnerst du dich ja noch an unser Interview in Ausgabe III.

Seitdem ist viel passiert: ein neuer Store, neue Ideen, ein eigener Sound, eine App in Planung, ein Buch im Entstehen und mutige Entscheidungen, die zeigen, dass Führung heute mehr ist als Öffnungszeiten und Kennzahlen. Zeit für Teil zwei. Zeit für ein Update aus der Brüder-Grimm-Straße. Zeit für ein rockiges Märchen, das noch lange nicht zu Ende ist.





**Footopia ist für mich ein Abenteuer. Kein glattpolierter Weg, sondern echtes Erleben.**

# INTRO

**Rock, Handwerk und Unternehmertum, darum soll es heute gehen. Seit unserem letzten Interview, das sich rückblickend wie ein erstes Kapitel anfühlt: Anastasia Wenn du heute darauf schaust, was war deine größte Veränderung seitdem?**

Meine größte Veränderung war tatsächlich ich selbst. Vor allem im Business habe ich meine Standards neu definiert, insbesondere beim Thema Mitarbeitende. Ich habe gelernt, dass es nicht meine Aufgabe ist, um Mitarbeitende zu kämpfen. Meine Aufgabe ist es, die Menschen zu finden, die wirklich zu mir und zu Footopia passen. Ich lehne inzwischen auch ganz bewusst ab.

Gleichzeitig bin ich mit dem, was ich habe, konsequent in die sogenannte Event-Orthopädie gegangen, weltweit einzigartig. Das war eine massive Veränderung. Natürlich kamen sofort die üblichen Stimmen: *Wie kann sie nur?* Aber genau das gehört dazu. Diese Phase ist jetzt abgeschlossen, der nächste Schritt ist der Vollautomatismus.



**Du hast im Vorgespräch von fünf Säulen gesprochen, auf denen Footopia aufbaut. Kannst du uns da einen kurzen Einblick geben?**

Die Event-Orthopädie ist bereits umgesetzt. Die nächste Säule ist ganz klar der Vollautomatismus, vereinfacht gesagt: Prozesse, die unabhängig von einzelnen Personen funktionieren. Stichwort Robotik, aber nicht um jeden Preis. Ich brauche keine Technik, die langsamer ist als ich selbst. Digitalisierung muss sinnvoll sein, sonst ist sie nutzlos.

**Von außen betrachtet wirkt dein Weg weniger wie ein Businessplan und mehr wie ein Rockalbum, mit Höhen, Brüchen, Refrains und einem AUXWeg. Triffst das?**

Absolut. Footopia ist für mich ein Abenteuer. Kein glattpolierter Weg, sondern echtes Erleben.

**Gab es einen Moment, in dem du gemerkt hast: Jetzt wird Footopia erwachsen?**

Nein. Footopia ist gerade eher ein Teenager. Bockig, laut, ausprobierend. Einer, der Grenzen testet und zeigen will, dass es auch anders und verdammt gut, gehen kann.

**Du bist bekennender Rockfan. Warum passt Rock besser zur Orthopädie- und Schuhtechnik als klassische Sanitätshaus-Ästhetik?**

Rock ist ehrlich. Rock schreit raus, was Sache ist. Genau das ist Footopia. Wir sind ehrlich zu unseren Kunden. Wenn jemand keine Einlagen braucht, sagen wir das. Wenn jemand nicht zu uns passt, schicken wir ihn weiter. Diese Klarheit ist unser Alleinstellungsmerkmal.

**Dein Store ist bewusst rockig gestaltet, schwarz, kantig, mit Haltung. Was sollen Kund:innen fühlen, wenn sie reinkommen?**

Viele sagen: Ich hätte nie gedacht, dass das ein Orthopädieschuhmacher ist. Und genau das ist der Punkt. Neugier. Überraschung. Und dann merken sie: Hier wird mir wirklich geholfen. Wir wollten nie spießig sein, sondern cool, und das ist uns gelungen.

**Dein Laden liegt in der Brüder-Grimm-Straße. Fühlt sich Footopia manchmal wie ein modernes Märchen an?**

Ja, es ist mein persönliches Märchen. Ein Traum, der Stück für Stück Realität wird.

**Brauchen Menschen heute mehr Geschichten oder mehr Produkte?**

Menschen brauchen Wahrheit. Keine Märchen, kein Marketing-Blabla. Ehrlichkeit. Tacheles. Gerade in unserer Branche.

**Ihr schließt euren Laden vom 22.12. bis 03.01. Luxus oder Notwendigkeit?**

Ganz klar Notwendigkeit. Respekt vor meinen Mitstreitern, vor meiner Familie und vor mir selbst. Der Umsatz verschiebt sich lediglich. Unsere Kunden kommen wieder, nur eben später.

**Der Store-Umbau ist sichtbar. Was hat sich unsichtbar verändert?**

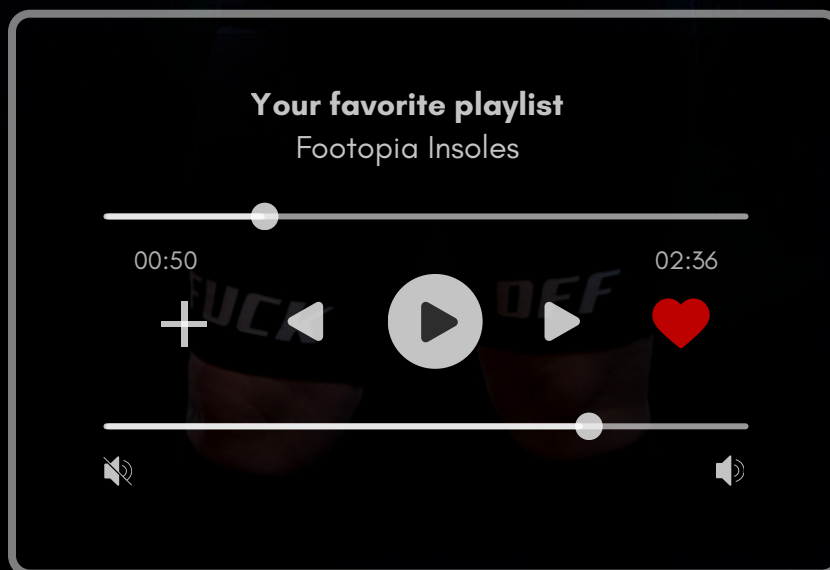
Mehr Räume, mehr Struktur, mehr Möglichkeiten, für Kunden wie für unsere Mitstreiter. Schulungsräume, Aufenthaltsbereiche, digitale Infrastruktur. Alles zählt auf Qualität und Nachhaltigkeit ein.

**Woran merkst du, dass Design, Atmosphäre und Marke auch wirtschaftlich funktionieren?**

Die Menschen fühlen sich wohl. Unser Laden ist wie ein Wohnzimmer. Gespräche entstehen, Vertrauen wächst. Das ist unser Marketing. Bevor ich Geld für Werbegeschenke ausbebe, investiere ich lieber in echte Wertschätzung.

**Wenn man dir zuhört, merkt man schnell: Du denkst intensiv über neue Geschäftsmodelle nach. Was treibt dich dabei mehr an. Neugier oder Unzufriedenheit mit dem Status quo?**

Beides. Den Status quo haben wir mit Footopia ohnehin schon durchbrochen, wir waren nie 08/15-Orthopädie. Mir geht es darum, Impulse zu setzen. Andere sollen den Mut finden, sich ebenfalls weiterzuentwickeln. Gleichzeitig ist da Neugier: Diese Wege ist vor mir noch niemand gegangen, und ich weiß selbst nicht, wo sie enden.



**Was bedeutet diese Entscheidung wirtschaftlich?**

Wir kommunizieren das strategisch frühzeitig. Die Wochen davor sind extrem intensiv, der Umsatz mehr als ausgeglichen. Wirtschaftlich funktioniert das sehr gut.

**Ihr habt einen eigenen Sound entwickeln lassen. Warum?**

Weil Marke auch Klang ist. Lizenzen kosten Geld, ein eigener Song ist persönlicher. Er transportiert unser Lebensgefühl. Unser Song heißt Footopia Insoles.

**Ihr plant eine eigene App. Backstage oder Hauptbühne?**

Eine Lifestyle-App. Mit Aufklärung, Rezepten, Informationen für Kunden und transparenter Kommunikation. Bürokratie wird digitalisiert, Handwerk bleibt Handwerk.

Ein gutes Beispiel ist das Sanitätshaus Hellbach aus Amberg. Susi ist eine wunderbare Persönlichkeit, und genau diese Persönlichkeit bringt sie gemeinsam mit ihrem Mann, Matthias in das Sanitätshaus ein. Das ist höchste Individualität und es ist auch mutig, den eigenen Weg genau so zu gehen. Aber genau das ist ihre Persönlichkeit.

Was mich allerdings nervt, sind Menschen, die ohne eigene Substanz kopieren. Vom Wording bis zu Ideen wird einfach abgeschrieben. Das ist keine Inspiration, das ist Unehrllichkeit und das stört mich.

**Aber Kopierer gibt es doch überall, das erlebe ich als Impulsgeber ja auch. Den meisten fällt es halt schwer zu sagen: „Hey, diesen Impuls habe ich von Tom oder Anastasia.“**

Ja, gibt es. Trotzdem nervt es. Es gibt wunderbare Beispiele echter Individualität, wenn Persönlichkeit wirklich ins Unternehmen getragen wird. Aber blind zu kopieren und sich dann für cool zu halten, ist eine Lüge. Das ist nicht Haltung, das ist Fassade.





FOOTOPIA PRESENTS

# DER EIGENE STORE SOUND

Wer leistungsorientiert ist und  
etwas verändern will, muss  
auch bereit sein, sich selbst zu  
verändern. Für mich war das  
wichtig, körperlich wie  
mental.

DENN RADIO HITS

## KANN JEDER

ABSPIELEN

[WWW.FOOTOPIA.DE](http://WWW.FOOTOPIA.DE)



# Wachstum darf nicht bedeuten, dass der Mensch zur Nummer wird.

**Wo siehst du die Zukunft der Orthopädieschuhtechnik, leise Evolution oder laute Revolution?**

Wenn ich ehrlich bin: Das Pferd lahmt. Ich werde meine Ämter niederlegen, das ist beschlossen. Zu viele verfolgen Eigeninteressen statt das Handwerk. Es geht um Machtspielchen, nicht um Inhalte. Standardisierung ist das große Schlagwort und genau da bekomme ich Bauchschmerzen. Wir brauchen keine Gleichmacherei, sondern klare Definitionen. Was ist ein Fertigprodukt? Was ist echtes Handwerk? Und was ist es wert? Ohne diese Ehrlichkeit wird es schwierig.

**Du willst weiter wachsen. Wie viel Rock verträgt dein Wachstum?**

So viel, dass ich als Unternehmerin noch selbst im Betrieb arbeiten und meine Kund:innen menschlich versorgen kann. Wachstum darf nicht bedeuten, dass der Mensch zur Nummer wird. Rechnerisch weiß ich: Ab etwa zwölf Mitarbeitenden kippt genau das. Dann verliert man Nähe und die ist für mich essenziell.

**Dir fehlen also Mitstreiter. Suchst du eher Einzelkämpfer oder eine Band?**

Ich suche einen Sänger. (lacht) Spaß beiseite: Ich suche Menschen mit Anstand. Verstand. Eigeninitiative. Kreativität. Keine Blender. Auf Blender reagiere ich allergisch. Meine Mitstreiter bekommen viel von mir, aber ich erwarte Leistung. Wer dauerhaft keine bringt, passt nicht zu uns.

**Ist Haltung wichtiger als Perfektion?**

Ja. Perfektion kann man lernen. Haltung nicht, wenn man sie nicht will.

**Du arbeitest mit deinem Mann zusammen. Wie würdest du eure Rollen beschreiben?**

Mein Mann hat den undankbarsten und lebensgefährlichsten Job. Er managt die IT bei mir. (lacht)

**Viele haben deine körperliche Veränderung bemerkt. Hat das auch innerlich etwas verändert?**

Nein. Ich bin derselbe Mensch geblieben. Aber ich glaube: Wer leistungsorientiert ist und etwas verändern will, muss auch bereit sein, sich selbst zu verändern. Für mich war das wichtig, körperlich wie mental.

**Hat das dein Führungsverständnis beeinflusst?**

Nein. Ich möchte keine Menschen führen. Ich möchte Menschen, die eigenständig arbeiten. Ein gutes Onboarding und dann Vertrauen.

**Du bringst ein Buch heraus: Biografie, griechische Wurzeln, Rezepte. Warum gehört Essen für dich zur Identität?**

Es ist meine Lebensgeschichte. Vom Nichts bis zur Selbstständigkeit. Mit Systemfehlern, mit Rollenbildern, mit Ehrlichkeit. Essen gehört dazu, weil es Erinnerungen trägt. Rezepte meiner Großmutter, meiner Mutter, das ist Herkunft und das ist Identität für mich. Bei uns heißt es: Wenn schwierige Gespräche anstehen, Sorge für gutes Essen. Dann wird zugehört.

**Welche Rolle spielen deine griechischen Wurzeln heute für dich als Unternehmerin?**

Sie sind mein Fundament. Stolz. Würde. Ehrgeiz. Arbeitswille. Das begleitet mich seit meiner Kindheit.

**Zum Abschluss, ganz ohne Märchen und Rockpose: Wie lautet dein Elevator-Pitch?**

Ich bin Anastasia Anastasiadou, Gründerin von Footopia, der ersten Event-Orthopädie-Schuhtechnik weltweit. Ich stehe für Handwerk mit Haltung, Innovation und neue Wege. Menschlich, ehrlich, ein bisschen unbequem und mit einer verdammt großartigen Community an Kund:innen.

**Es ist meine Lebensgeschichte.  
Vom Nichts bis zur Selbstständigkeit.  
Mit Systemfehlern, mit Rollenbildern, mit Ehrlichkeit.**



# QUARTRO



## DIE GESCHICHTE GEHT WEITER

Märchen enden oft mit einem klaren Schluss. Dieses hier nicht. Die Reise von Anastasia und ihrem Team, erzählt keine abgeschlossene Geschichte, sondern einen Prozess.

Einen über Haltung, Verantwortung und den Mut, Dinge anders zu machen im Handwerk, in der Führung, im Unternehmertum. Anastasia zeigt wiedereinmal, dass moderne Märchen keine Prinzessinnen brauchen, sondern Klarheit. Keine Zauberstäbe, sondern Entscheidungen. Und keinen Applaus sondern Wirkung. Kein Happy End. Sondern ein nächstes Kapitel. Rockig. Echt. Und wirtschaftlich relevant.

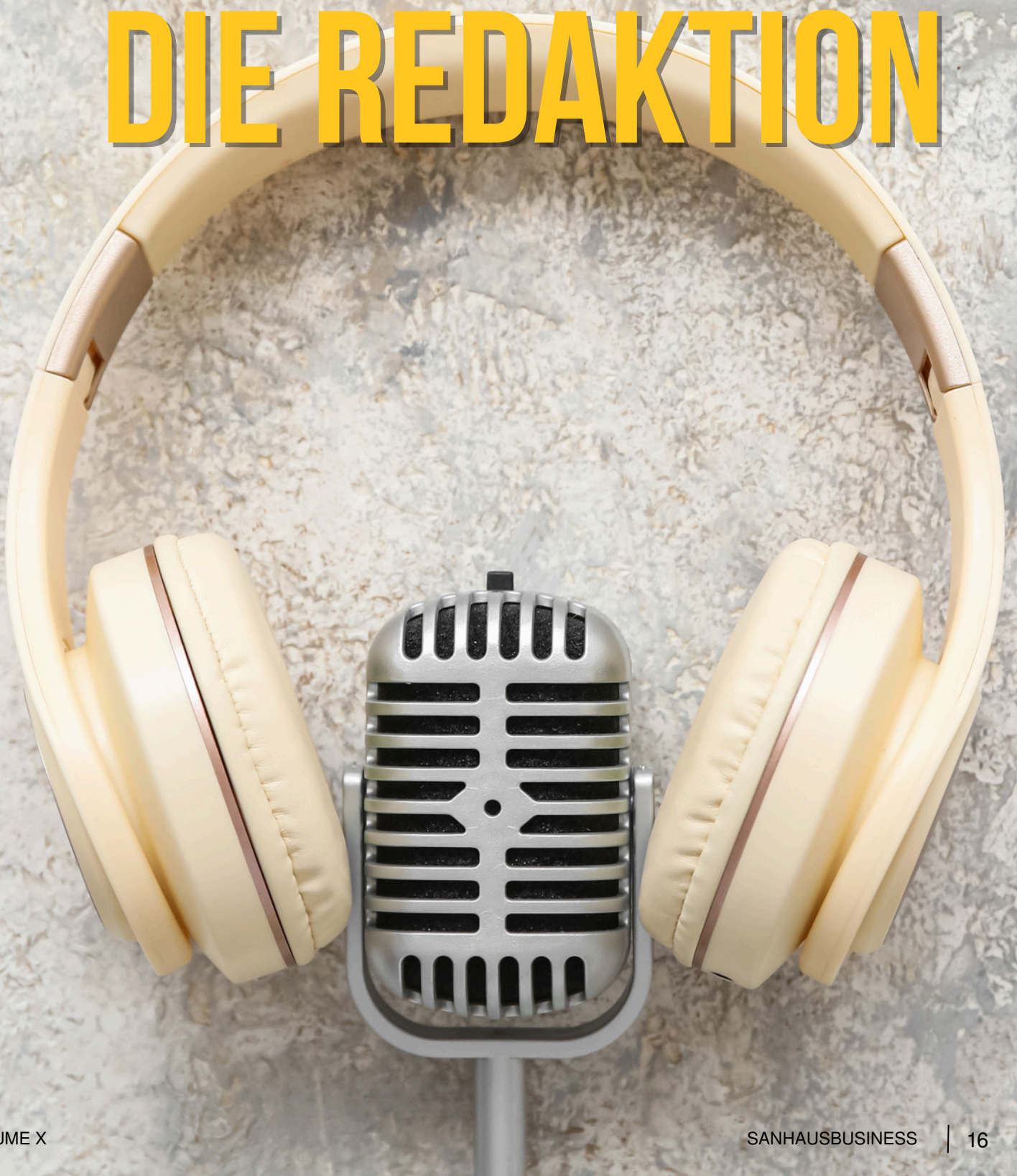


**Anastsia Ansastasiadou** ist Unternehmerin, Orthopädeschuhtechnik-Meisterin und Markenpersönlichkeit. Mit Footopia hat sie ein weltweit einzigartiges Konzept zwischen Handwerk, Erlebnis und Haltung geschaffen. Sie steht für Klarheit, Mut und wirtschaftliche Verantwortung.

**FOOTOPIA**  
ORTHOPÄDIE UND LIFESTYLE.



# **DAS HÖRT** **PODCAST** **DIE REDAKTION**





# WHAT WE HEAR

**HAST DU  
VORSCHLÄGE,  
WAS WIR UNS  
MAL ANHÖREN  
SOLLTEN?  
DANN SCHREIB  
ES UNS!**



## **Extrarunde - Der Biathlon Podcast**

Ja, es ist Winter, okay zumindest liegt links und rechts vor und neben der Redaktion alles in winterlichem Weiß. Und was gehört zum Winter wie die Zwiebeln auf den Döner? Richtig: der Biathlon. Die Stars der Szene, Ergebnisse, Weltcup-Analysen, News und Gedanken zum Biathlonsport, all das gibt es in diesem Podcast.

Mit der Extrarunde bist du immer auf dem neuesten Stand im Biathlon und bekommst alle Einblicke, die der Sport zu bieten hat.



## **Pizza & Pommes - mit Felix Neureuther und Philipp Nagel**

Und wir bleiben beim Sport: Für die einen ist er Mord, für die anderen ein Grund, der Weihnachtsvöllerei den Kampf anzusagen, und für wiederum andere ist er das Gegengewicht zu einer stressigen (Arbeits)Welt.

Der eine war mal 'ne große Nummer im Skisport, der andere im Quiz-Show-Business. Felix und Philipp treffen sich auf eine Pizza oder Pommes und diskutieren dabei Themen aus der Welt des Sports, aber auch aktuelle gesellschaftliche Aufreger.



## **Nerd & Kultur**

Wenn ein NERD auf die KULTUR trifft, sind es Marco und Yves. Die YouTube-Helden von "Nerdkultur" und ehemals "Moviepilot" verquatschen sich jeden Sonntag über STAR WARS, MARVEL, DC und die anderen schönsten Nebensachen dieser Welt. Yves verlässt MOVIEPILOT und ihr findet ihn ab August als BELYVES auf YouTube. Ps dort findet Ihr auch Marco auf NERDKULTUR. Check this out



# DAS GROSSE SANHAUS BUSINESS MAGAZIN

## WEIHNACHTS GEWINN SPIEL

**20-31  
DEZ.**

GEWINNE

- **BÜCHER**
- **JOURNALS**
- **SANHAUSBIZ HOODIE'S**

### SO NIMMST DU TEIL:

SCHREIBE UNS AN [MAGAZIN@SANHAUS.BIZ](mailto:MAGAZIN@SANHAUS.BIZ) UNTER ANGABE DEINES WUNSCHPRODUKTES UND DEINER GRÖSSE. MIT ETWAS GLÜCK HÄLTST DU BALD EINES DER TOLLEN PRODUKTE IN DEINEN HÄNDEN.



Weihnachten ist die Zeit der Lichter, der Wünsche und der Erwartungen. Auch in unserem Magazin gehört das Weihnachtsgewinnspiel inzwischen fest dazu, als kleiner Moment der Freude zum Jahresausklang. In diesem Jahr ist es anders. Und doch ist es nicht weniger herzlich.

Nicht, weil wir es vergessen hätten. Nicht, weil es uns weniger wichtig wäre. Sondern weil wir bewusst eine Entscheidung getroffen haben. Während hierzulande die Städte festlich geschmückt sind, Lichterketten die Straßen säumen und sich, trotz Regen und sieben Grad plus, noch keine echte weihnachtliche Stimmung einstellen will, ist diese Zeit für viele Menschen etwas völlig anderes. Für Kinder in der Ukraine bedeutet Weihnachten oft Unsicherheit, Kälte und Verlust. Und genau dort wollten wir hinschauen.

In den vergangenen Wochen haben wir gemeinsam mit Partnern aus der Industrie Pakete gepackt. Keine symbolischen Gesten, sondern konkrete Hilfe. Dinge, die gebraucht werden. Dinge, die Kindern zeigen: Ihr seid nicht vergessen. Diese Pakete haben ihren Weg gefunden, dorthin, wo Weihnachten kein Selbstläufer ist, wo es nicht um Wunschzettel geht, sondern um Wärme, Schutz und ein kleines Stück Normalität.

Uns war dabei bewusst, dass jede Entscheidung Konsequenzen hat. Auch für unser Weihnachtsgewinnspiel. Wir haben uns gemeinsam mit unseren Industriepartnern entschieden, einen großen Teil der verfügbaren Mittel in diese Spendenaktion zu geben. Nicht aus Pflichtgefühl, sondern aus Überzeugung. Viele Partner haben uns dabei unterstützt, mit Material, Logistik und finanzieller Hilfe. Still, leise und ohne große Bühne.

Gleichzeitig war uns eines wichtig: Ganz ohne Freude wollten wir das Jahr für unsere Leserinnen und Leser nicht ausklingen lassen. Deshalb stellen wir trotz allem auch in diesem Jahr einige Preise zur Verfügung. Unter anderem gibt es SBM-Gewinne sowie ausgewählte Bücher, die wir bewusst für dieses Gewinnspiel zurückgehalten haben. Keine große Industrie-Lotterie, aber ehrliche, wertige Dinge, über die man sich freuen darf.

Denn Freude schenken schließt Verantwortung nicht aus. Beides darf nebeneinander stehen. Dieses Weihnachtsgewinnspiel ist deshalb kein Verzicht, sondern eine Verschiebung. Von Masse zu Bedeutung. Von reiner Konsumfreude zu bewusstem Teilen. Von „mehr“ zu „sinnvoll“.

Wir glauben, dass Weihnachten nicht davon lebt, wie groß ein Preis ist, sondern davon, was er auslöst. Ein Lächeln bei unseren Leserinnen und Lesern. Und Hoffnung bei Kindern, für die ein Paket mehr bedeutet als ein Geschenk.

Unser Dank gilt allen Industriepartnern, die diesen Weg mitgegangen sind. Die nicht gefragt haben, was es ihnen bringt, sondern was wir gemeinsam möglich machen können. Und unser Dank gilt dir als Leser:in – für dein Verständnis, dein Mitgefühl und dafür, dass du diese Entscheidung mitträgst.

Weihnachten ist nicht immer laut. Manchmal ist es leise. Manchmal fährt es in Kartons über Grenzen. Manchmal liegt es in einem Buch, das man gewinnt. Und manchmal ist es einfach das Wissen, dass wir gemeinsam etwas richtig gemacht haben. So lassen wir dieses Jahr ausklingen.

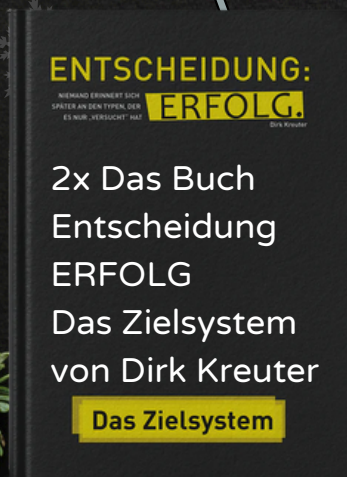
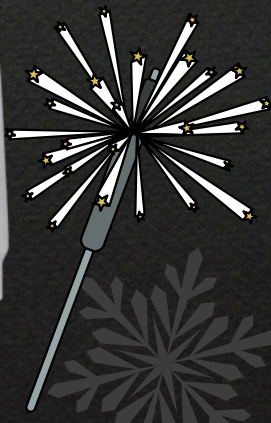
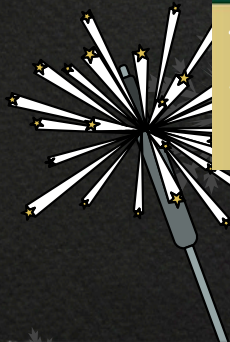
*Frohe Weihnachten,  
deine Redaktion*



# Sicher dir deinen Gewinn

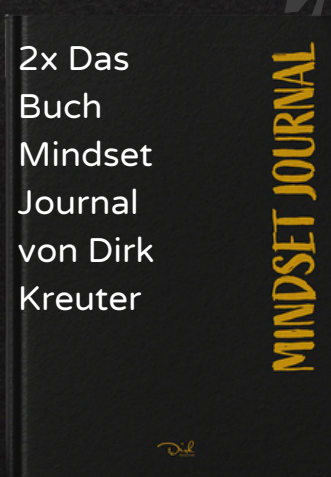


3xSANHAUS BIZ  
Hoodie in Gr.L



1x Ticket Excellence Weekend  
2026

Das Marketing-Event für Selbst-  
ständige und Geschäftsführer  
von mittelständischen Unter-  
nehmen in Regensburg





- KOLUMNE -

**EXKLUSIVE**  
**SANHAUS BIZ**  
**KOLUMNE**



**LET'S TALK ABOUT**



**mit**

**Peter Saß**





# HEUTE BESCHÄFTIGEN WIR UNS MIT DEM THEMA:

**Wenn Geld plötzlich leise wird  
Warum Weihnachten der beste  
Moment ist, deine finanziellen  
Werte neu zu ordnen**

Es gibt diese seltenen Tage im Jahr, an denen die Welt langsamer wird. An denen selbst der hektischste Manager einen Gang runterfährt, das Smartphone stumm bleibt und der Konsumlärm für ein paar Stunden verstummt. Weihnachten ist so ein Moment. Und genau deshalb eignet sich diese Zeit wie kaum eine andere, um sich der Frage zu stellen, die im Lärm des Alltags oft untergeht: **Warum tust du das alles überhaupt?**

**Denn Sinn ist kein „Nice-to-have“ in deiner finanziellen Planung, er ist der Motor, der bestimmt, wie du Geld nutzt, wofür du es einsetzt und welche Entscheidungen du triffst. Dein Money Mindset kann nur dann stabil und langfristig erfolgreich sein, wenn es auf Werten basiert, die zu dir passen und nicht auf dem, was dein Umfeld, deine Vergangenheit oder gesellschaftlicher Druck dir einflüstert.**

## **WEIHNACHTEN ZEIGT DIR, WURUM ES WIRKLICH GEHT**

Du kennst das Gefühl: Ein Raum voller Lichter, der Duft von Tannennadeln, ein Esstisch, an dem endlich alle Platz nehmen. Und plötzlich merkt man, wie nebensächlich vieles ist, dass man das ganze Jahr so wichtig genommen hat: Status, Tempo, Vergleiche, Kontostände. Die Feiertage wirken wie ein emotionaler Filter: Was keine Bedeutung hat, verschwindet. Was bleibt, sind Beziehungen, Momente, Werte. Und genau das ist der ideale Ankerpunkt für deine Finanzplanung:

- **Was ist dir wirklich wichtig?**
- **Welche Werte sollen dein Leben bestimmen?**
- **Wofür willst du Geld einsetzen und wofür garantiert nicht?**

Weihnachten hilft dir, diese Fragen nicht nur rational, sondern emotional zu beantworten. Und genau dort entsteht Sinn.

Die Verbindung zwischen Werten, Sinn und Finanzen ist essenziell, weil sie tief in dir verwurzelt ist und dein Lebensentscheidungen stark beeinflusst. Sie gibt dir Orientierung, Ausdauer und Gelassenheit.

## **SINN SCHAFFT FINANZIELLE KLARHEIT**

Wenn du deinen Sinn nicht kennst, wirst du finanziell ständig reagieren statt agieren. Du wirst Pläne machen, die nicht zu dir passen. Ziele setzen, die sich nie richtig anfühlen.

Und Entscheidungen treffen, die dich eher erschöpfen als erfüllen. Doch wenn du weißt, warum du finanzielle Freiheit willst, verändert sich alles:

- **Sparen fühlt sich nicht mehr nach Verzicht an, sondern nach Wahlfreiheit.**



**DAS IST,  
ALS WÜRDEST DU EIN  
NAVIGATIONSGERÄT  
OHNE ZIELANGABE  
STARTEN.  
SINN IST DEIN INNERER  
KOMPASS.  
WERTE SIND DIE  
KOORDINATEN.**



# NIEMAND FINDET FINANZIELLEN FRIEDEN, WENN ER NUR ZAHLEN VERFOLGT. SINN IST DAS FUNDAMENT, DAS DEINE ENTSCHEIDUNGEN TRÄGT, BESONDERS IN SCHWIERIGEN PHASEN, DENN SINN GIBT RICHTUNG, WENN ÄUSSERE UMSTÄNDE SCHWANKEN.

- Investieren wirkt nicht mehr riskant, sondern wie Selbstbestimmung.
- Geld wird nicht mehr zum Selbstzweck, sondern zum Werkzeug für ein Leben im Einklang mit deinen Werten.

Niemand findet finanziellen Frieden, wenn er nur Zahlen verfolgt. Sinn ist das Fundament, das deine Entscheidungen trägt, besonders in schwierigen Phasen, denn Sinn gibt Richtung, wenn äußere Umstände schwanken.

## NEUJAHR DER NATÜRLICHE STARTKNOPF FÜR DEINEN INNEREN RESET

Zwischen Weihnachten und Neujahr liegt ein magisches Zeitfenster. Das alte Jahr klingt aus, das neue klopft an – und du stehst für einen Moment dazwischen. Genau hier entsteht der perfekte Raum für Reflexion. Nutze diese Tage für eine ehrliche Bestandsaufnahme:

- Welche deiner Entscheidungen entsprachen deinen Werten und welche nicht?
- Wo hast du Geld für Dinge ausgegeben, die dir eigentlich nichts bedeuten?

- Welche Ziele hast du verfolgt, nur weil „man das so macht“?
- Welche finanziellen oder emotionalen Lasten willst du im neuen Jahr nicht mehr mitschleppen?
- Und vor allem: Was ist dein persönliches „Warum“ für finanzielle Freiheit?
- Sicherheit?
- Selbstbestimmung?
- Zeit für Familie?
- Ein Leben ohne Druck?

Sinnfindung ein Prozess ist, der Mut erfordert. Kein „Ich mach das mal eben“-Vorsatz, sondern ein bewusstes Innehalten, ein Hineinspüren. Weihnachten liefert die Emotionen. Neujahr liefert die Entscheidung. Beides zusammen ergibt Klarheit.

**ES GEHT NIE  
UM GELD AN  
SICH.  
ES GEHT  
DARUM, WER  
DU WIRST,  
WENN DU  
DEN MUT  
HAST, DEIN  
LEBEN...**



**...NICHT VOM  
GELD  
BESTIMMEN ZU  
LASSEN,  
SONDERN GELD  
FÜR EIN  
SINNVOLLES  
LEBEN ARBEITEN  
ZU LASSEN.**



## DER STILLE MOMENT, DER AUS GELD EIN WERKZEUG MACHT

Wenn es ein Geschenk gibt, das du dir in diesem Jahr machen solltest, dann dieses: Setze dir keine finanziellen Ziele ohne Werte. Das ist, als würdest du ein Navigationsgerät ohne Zielangabe starten. Sinn ist dein innerer Kompass. Werte sind die Koordinaten. Erst dann kann deine Finanzstrategie funktionieren. Und vielleicht merkst du gerade jetzt, in dieser stilleren Zeit:

Es geht nie um Geld an sich.

Es geht darum, wer du wirst, wenn du den Mut hast, dein Leben nicht vom Geld bestimmen zu lassen, sondern Geld für ein sinnvolles Leben arbeiten zu lassen.

## IMPULSE FÜR DIE FEIERTAGE ALS ANREGUNG ZUM JAHRESENDE

1. Notiere drei Werte, die dir dieses Jahr besonders wichtig geworden sind. Familie? Freiheit? Gesundheit? Kreativität?

2. Schreibe auf, wie Geld diese Werte im kommenden Jahr unterstützen soll. Ganz konkret nicht theoretisch.

3. Formuliere ein einziges, klares „Warum“, das deine finanziellen Entscheidungen 2026 tragen wird. Kurz, ehrlich, kraftvoll.

4. Entscheide bewusst, welche finanziellen Altlasten du NICHT mit ins neue Jahr nimmst.

Das ist dein Reset.

Dein Neuanfang.

Dein innerer Jahreswechsel.



# WENN DU DEINEN SINN NICHT KENNST, WIRST DU FINANZIELL STÄNDIG REAGIEREN STATT AGIEREN

## FAZIT: WEIHNACHTEN ERINNERT DICH DARAN, WAS WIRKLICH ZÄHLT NEUJAHR GIBT DIR DIE CHANCE, ES UMZUSETZEN

Wenn du diesen Übergang bewusst nutzt, entsteht ein Money Mindset, das dich nicht nur finanziell stärkt, sondern auch emotional frei macht.

Weihnachten bringt das Herz ins Spiel. Neujahr bringt die Richtung. Sinn bringt die Kraft. Und genau das ist der wahre Beginn finanzieller Freiheit. Mitten zwischen Tannenbaum und Kalenderwechsel.



Photo: Peter Saß

Peter Saß, ist ein erfahrener Kapitalmarktexperte, ausgezeichneter Fondsmanager und Coach. Er hilft Menschen, ihre finanziellen Ziele zu erreichen und ihre Beziehung zu Geld zu verbessern. Seine Expertise und Leidenschaft machen ihn zu einem gefragten Mentor und Berater.

 Peter Saß  
Coaching

# NEUJAHR BRINGT DIE RICHTUNG. SINN BRINGT DIE KRAFT. UND GENAU DAS IST DER WAHRE BEGINN FINANZIELLER FREIHEIT



# Zwischen Leidenschaft und Leerlauf: Was Sanitätshäuser über den echten Wert externer Trainings erkennen sollten



**Wer ein Sanitätshaus führt oder an der Kundenfront täglich mit Menschen arbeitet, weiß: Unsere Branche lebt von Kompetenz, Empathie und echter Hingabe. Doch mitten im dichten Versorgungsalltag passiert etwas Merkwürdiges und zwar nicht selten. Hersteller senden Menschen ins Haus, die mit Leidenschaft Wissen teilen wollen, die reisen, vorbereiten, investieren und trotzdem sitzen sie manchmal vor halbleeren Stuhlreihen. Warum eigentlich?**

**Diese Frage hat mich nicht mehr losgelassen. Denn wenn wir genauer hinsehen, steckt hinter jeder externen Schulung weit mehr als eine Routineveranstaltung. Sie ist ein strategisches Werkzeug, ein Qualitätsmotor, ein Bindeglied zwischen Herstellerexpertise und Kundenversorgung.**

**Vor allem aber ist sie Ausdruck von Menschlichkeit und Engagement von Menschen, die mit Herzblut unterstützen wollen, damit wir unsere Arbeit noch besser machen können.**

**Doch nutzen wir dieses Potenzial wirklich aus? Wertschätzen wir es genug? Oder nehmen wir es längst als selbstverständlich hin?**



# **Es ist leicht, diese Schulungen als „Herstellertermin“ abzutun. Es ist leicht, sie in die Kategorie Pflichtveranstaltung einzuordnen. Aber genau diese Haltung führt langfristig dazu, dass wir Chancen ungenutzt lassen.**

Vor Kurzem war ich als Coach und Trainer in einem Sanitätshaus tätig, um ein Führungskräfteentwicklungsmodul zu begleiten. Während ich mich auf meine Gruppe vorbereitete, fand im Nebenraum eine Produktschulung statt, durchgeführt von einem Menschen aus einem Herstellerteam, der mit sichtbarer Leidenschaft sein Wissen weitergeben wollte. Schon beim Betreten des Raums spürte man die Energie, die dieser Experte mitbrachte:

Die Unterlagen waren sorgfältig vorbereitet, das Material lag durchdacht aufgebaut bereit, die Präsentation war klar strukturiert und praxisnah. Ein Mensch, der ganz offensichtlich nicht nur „eine Schulung abhalten“ wollte, sondern sich ehrlich darauf freute, die Mitarbeitenden fachlich zu stärken.

Doch trotz dieses Engagements war der Raum nur spärlich besetzt. Dieser Moment hat mich nachhaltig beschäftigt. Denn er steht stellvertretend für eine Beobachtung, die vielen von uns aus dem Sanitätsfachhandel vertraut vorkommen dürfte:

Externe Schulungen werden im Tagesgeschäft häufig eher als Pflicht denn als Chance wahrgenommen. Ein Termin, der „halt irgendwie sein muss“, weil ein Hersteller da ist, weil es neue Produkte gibt oder weil interne Vorgaben es vorsehen. Aber selten betrachten wir die volle Dimension dessen, was dort eigentlich passiert und welche Bedeutung diese Trainings für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens haben.

Gerade in unserer Branche, in der Kompetenz, Vertrauen, handwerkliches Geschick und Beratungstiefe entscheidend sind, spielt kontinuierliche Weiterbildung eine zentrale Rolle. Und dennoch rutscht sie im Alltag zwischen Kundenversorgung, Rezeptmanagement, organisatorischen Anforderungen und Personalengpässen häufig an den Rand. Dabei lohnt es sich, genauer hinzusehen und zwar nicht nur auf die Inhalte, sondern auch auf die Menschen, die diese Inhalte vermitteln.

Denn es hat einen Preis, wenn Hersteller jemanden ins Unternehmen schicken, der mit echter Leidenschaft sein Wissen teilt. Einen Preis, der weit über Reisekosten, Fahrtzeiten oder organisatorische Aufwände hinausgeht. Es ist ein Investment in Beziehung, Zusammenarbeit und gegenseitiges Vertrauen.

Viele dieser Experten reisen quer durchs Land, verbringen Nächte in Hotels, leben zwischen Terminen und Koffern und trotzdem kommen sie in die Häuser mit einer beeindruckenden Motivation. Sie möchten Teams stärken, Fragen beantworten, Unsicherheiten abbauen und Werkzeuge an die Hand geben, die den Arbeitsalltag erleichtern. Sie möchten Wissen teilen, Feinheiten erklären und aus ihrer Erfahrung heraus unterstützen.

Sie tragen Verantwortung für Marke, Produkt und Kunden. Und sie besitzen ein Ziel, das in seiner Bedeutung häufig unterschätzt wird: Menschen im Sanitätshaus erfolgreicher zu machen – fachlich, kommunikativ und in ihrer täglichen Versorgungskompetenz.

Es ist leicht, diese Schulungen als „Herstellertermin“ abzutun. Es ist leicht, sie in die Kategorie Pflichtveranstaltung einzuordnen. Aber genau diese Haltung führt langfristig dazu, dass wir Chancen ungenutzt lassen. Denn in jeder Schulung steckt potenziell ein Impuls, der die Beratungsqualität im Haus erhöht.

**Damit Sanitätshäuser diese Chance bewusst nutzen können, finden Sie hier 10 sofort umsetzbare Blaupausen, die externe Trainings nicht nur effizienter, sondern auch wertschätzender und nachhaltiger machen, für die Trainer, für das eigene Team und für die gesamte Servicequalität. >>**

## **1. Klare Zielsetzung vorab definieren**

Bevor ein Hersteller überhaupt anreist, sollte allen Beteiligten klar sein:

Warum findet diese Schulung statt? Welche Probleme löst sie? Welche Kompetenzen sollen danach spürbar besser sein? Mit einer klaren Zieldefinition steigt nicht nur die Relevanz, sondern auch die Teilnahmebereitschaft.

## **2. Interne Einladungskultur statt „Pflichtschulung“**

Ankündigungen sollten inspirierend sein – kein „Ihr müsst teilnehmen“, sondern:

„Das ist eine Chance für uns, XY schneller, sicherer oder kundenorientierter zu machen.“ Nutze Storytelling, Praxisbeispiele oder kurze Teaser-Videos, um Neugier zu erzeugen.

## **3. Den Schulungsraum als Lernraum gestalten**

Ein ansprechend vorbereiteter Raum signalisiert Wertschätzung. Dazu gehören:

- Tageslicht & gute Sitzordnung
- funktionierendes Equipment
- Mustertische
- Getränke & kleine Snacks
- Name des Herstellers sichtbar platziert

Ein guter Lernraum ist die halbe Schulung.



## 4. Die Teilnahmezeit wertschätzen nicht „irgendwo dazwischen quetschen“

Idealerweise:

- klare Zeitfenster
- keine parallelen Aufgaben
- keine dauernden Unterbrechungen durch Telefon oder Kunden

Damit die Mitarbeitenden sich voll auf die Inhalte einlassen können.

## 5. Trainer vorab nach Praxis-Herausforderungen fragen

Vorab aktiv kommunizieren:

- „Wo erleben wir die meisten Schwierigkeiten?“
- „Welche Reklamationen treten auf?“
- „Welche Kundentypen fordern uns heraus?“

So wird die Schulung maßgeschneidert, statt Standardpräsentation.

## 6. Hybride Teilnahme ermöglichen

Nicht alle können gleichzeitig vor Ort sein. Moderne Gastgeber bieten:

- Liveschaltung per Teams/Zoom
- Aufzeichnung (für die eigene Akademie)
- digitale Dokumente oder FAQs

So verliert keiner den Anschluss.

## 7. Vorstellungsrunde nicht überspringen

Eine persönliche Begrüßung schafft Bindung zwischen Trainer und Team.

Ziel: Vertrauen, Offenheit, Motivation. Menschen lernen besser, wenn sie Beziehung aufbauen können.

Eine Idee, die Zeit spart. Ein Kniff, der Patienten spürbar hilft. Ein neues Argument, mit dem das Team souveräner auftritt. Oder ein Verständnis, das Fehler, Reklamationen und Frustrationen zukünftiger Patienten vermeidet.

Für die Geschäftsführung kann das wirtschaftlich relevant sein: Bessere Qualifikation bedeutet weniger Fehlversorgungen, weniger Nacharbeit, höhere Kundenzufriedenheit und mehr Vertrauen.

Für die Mitarbeitenden bedeutet es Sicherheit, Kompetenz und das gute Gefühl, die eigene Arbeit noch besser machen zu können. Und für die Hersteller ist es der einzige Weg, dafür zu sorgen, dass ihre Produkte im Alltag richtig, sicher und qualitativ hochwertig eingesetzt werden.

Doch der entscheidende Punkt ist keiner, der sich in Zahlen messen lässt, sondern ein zutiefst menschlicher: Wertschätzung. Mitstreiter, die mit echter Leidenschaft ihr Wissen teilen, verdienen unsere Aufmerksamkeit. Und sie verdienen den Respekt für ihren Einsatz. Denn dieser Einsatz ist nicht selbstverständlich.

Er ist Ausdruck eines professionellen Selbstverständnisses und einer Haltung, die unsere Branche am Leben hält. Deshalb möchte ich diesen Moment im Sanitätshaus nutzen, um einen Gedanken weiterzugeben, eine Einladung an Führungskräfte ebenso wie an die engagierten Mitstreiterinnen und Mitstreiter an der Kundenfront:

Wie bewusst ist uns der Wert dieser Schulungsangebote wirklich? Und würdigen wir die Menschen dahinter ausreichend? Vielleicht könnten wir beginnen, Schulungen nicht als Belastung im Terminkalender zu betrachten, sondern als Investition in Qualität, Stabilität und Zukunft. Vielleicht könnten wir Räume schaffen, in denen Lernen wieder Neugier auslöst. Vielleicht könnten wir diejenigen feiern, die tagtäglich ihr Können einsetzen, um Kunden mit Würde, Empathie und Fachwissen zu versorgen.

Denn am Ende geht es darum, dass unsere Branche von Menschen geprägt ist, die mit Herz arbeiten, auf beiden Seiten. Im Sanitätshaus und bei den Herstellern. In der Versorgung und in der Vermittlung von Wissen. Und weil alle gemeinsam daran arbeiten, dass Kundinnen und Kunden gut versorgt sind, verdient jeder einzelne dieser Menschen mehr als routinierte Teilnahme. Er verdient Anerkennung.

Und vielleicht fängt diese Anerkennung genau dort an: in einem vollen Schulungsraum, in offenen Ohren, in Wertschätzung für die Zeit anderer und in dem Bewusstsein, dass echte Leidenschaft ein Schatz ist, den wir nicht als selbstverständlich behandeln sollten.

## 8. Nachbereitung als festen Prozess verankern

Nach der Schulung sollte es

IMMER geben:

- kurze, strukturierte Zusammenfassung
  - To-do-Liste: Was setzen wir ab morgen um?
  - interne Multiplikatoren, die Wissen weitergeben
- Austausch nach 2–4 Wochen:  
Was hat funktioniert?

## 9. Herstellerfeedback einholen und ernst nehmen

Nach der Schulung auch Trainer fragen:

- „Was können wir als Gastgeber besser machen?“
- „Welche Fragen kamen zu kurz?“
- „Wie waren Stimmung und Beteiligung?“

Das stärkt Zusammenarbeit und Qualität für zukünftige Termine.

## 10. Wertschätzung sichtbar zeigen

Das kann sehr einfach sein, z. B.:

- persönliche Danksagung
- offener Post auf Social Media
- Erwähnung im Newsletter
- Kaffee & Snacks bewusst bereitstellen
- Feedbackrunde mit Applaus oder Wertschätzungen

Die Botschaft: Wir sehen deinen Aufwand. Er ist uns wichtig.

**Wie bewusst ist uns der Wert dieser Schulungsangebote wirklich?**



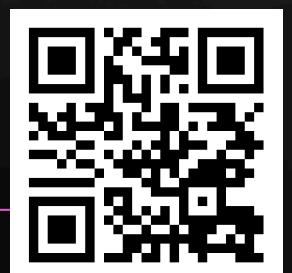


**BUSINESS** wird bei uns  
großgeschrieben.  
**UMWELT** aber auch:  
Dein SBM gibt es daher  
nur als **ePaper**

### Ausgabe verpasst?

Alle Ausgaben findest du in unserem Newsletter zum  
downloaden und lesen, was erfolgreich macht.

Besuche uns auf [www.sanhaus.biz](http://www.sanhaus.biz)  
oder Scanne den Code.





**EXCLUSIVES**

**SANHAUS BIZ  
INTERVIEW**

# **DER FAHR- LEHRER DEM DIE PROMIS VERTRAUEN**

Ein Interview mit Mike Fischer

**OUTSIDE  
THE  
BUBBLE**





Wir machen Fahrenlernen einfach **frischer.**

**Führung heißt Haltung zeigen egal in welcher Branche.“ Mike Fischer ist Unternehmer, Visionär und Gründer der Fischer Academy, einer der bekanntesten Fahrschulen Deutschlands. Er steht für eine Unternehmenskultur, die auf Vertrauen, Mut und klaren Werten basiert und hat aus einem lokalen Betrieb eine starke Marke mit Strahlkraft gemacht. Warum ist das für Sanitätshäuser spannend?**

**Weil die Herausforderungen erstaunlich ähnlich sind: Mitstreiter finden, Teams motivieren, Kunden begeistern, sich als Marke positionieren und das alles in einem Markt, der sich ständig verändert.**

**Im Gespräch mit unserem Herausgeber teilt Mike seine Erfahrungen aus über 25 Jahren Unternehmertum. Es geht um Führung mit Herz, um Markenaufbau, um die Frage, wie man eine klare Haltung entwickelt und was Unternehmer in der Gesundheitsbranche davon lernen können.**



**„Erfolg hat, wer mit Liebe führt.“**



**Mike, du führst seit Jahren mit Herz und Haltung. Welche Führungsprinzipien haben sich als zeitlos erwiesen, die auch für Sanitätshäuser wichtig sind?**

Meine zeitlosen Führungsprinzipien sind einfach und so logisch wie der Anfang unseres Lebens. Wir kommen auf die Welt mit zwei Grundbedürfnissen: Erstens wollen wir wachsen, zeigen, was in uns steckt, und spüren, dass wir bedeutsam sind. Zweitens wollen wir wie im Mutterleib, mit anderen verbunden bleiben.

Wachstum und Verbundenheit, dass sind für mich zwei Seiten derselben Medaille und die Grundlage meiner Führung. Wachstum bedeutet, dass sich jeder Einzelne fachlich wie persönlich entwickeln darf. Verbundenheit heißt, dass wir das gemeinsam tun als Team, in dem man sich gegenseitig unterstützt. Nur wenn beides zusammenkommt, entsteht eine Unternehmenskultur, die trägt und Zukunft gestaltet.

**Du hast früh Verantwortung übernommen. Welche Erfahrungen haben dir geholfen, ein starkes Unternehmen aufzubauen, das auch Unternehmer im Gesundheits-handwerk inspirieren könnte?**

Hab Mut, Aufgeben ist keine Option! Ich habe gelernt, dass Mitarbeiter mehr wollen, als nur pünktlich ihr Gehalt zu bekommen. Schaffe eine lebendige, bürokratiefreie Ideenkultur dann musst du Krisen nicht mehr fürchten.

Es gibt keine großen Probleme. Wer große Probleme hat, hat die kleinen zu spät gelöst.

**In dynamischen Märkten Orientierung zu geben, ist schwer.**

**Welche Strategien nutzt du, um dein Team in Veränderungsprozessen mitzunehmen?**

In einem dynamischen Markt ist es entscheidend, das Team frühzeitig mitzunehmen. Ich setze auf drei klare Prinzipien: Transparenz, Beteiligung und Vorleben. **Erstens:** Ich kommuniziere offen, welche Veränderungen anstehen und warum sie notwendig sind ohne Schönreden, aber auch ohne Panik.

**Zweitens:** Ich binde mein Team aktiv ein. Gemeinsam suchen wir nach Lösungen. Das gibt Sicherheit und schafft das Gefühl, Teil der Lösung zu sein.

**Drittens:** Ich lebe die Veränderung selbst. Wenn meine Mitarbeiter sehen, dass ich Neues ausprobieren und Fehler als Lernchance sehe, trauen sie sich ebenfalls.

So entsteht eine Kultur, in der Veränderung nicht Bedrohung, sondern Chance bedeutet.

**Führen durch Vertrauen“ ist dein Motto. Wie kann man dieses Prinzip in serviceorientierten Unternehmen wie Sanitätshäusern praktisch umsetzen?**

Wenn Mitarbeiter nicht wissen, wie es um das Unternehmen steht, übernehmen sie keine Verantwortung. Bedeutet: Mitarbeiter ernst nehmen, Verantwortung übertragen und offen kommunizieren. Vertrauen macht Mitarbeiter mutig und Mut schafft besseren Service.

**Was war die schwierigste Entscheidung deiner Unternehmerlaufbahn und welche Lehren können andere daraus ziehen, um in Krisenzeiten handlungsfähig zu bleiben?**

Vorweg: Wer entscheidet, führt. Löse kleine Probleme sofort, damit große erst gar nicht entstehen. Die schwierigsten Entscheidungen sind immer die emotionalen etwa, wenn man sich von Mitarbeitern trennen muss, die nicht mehr zu den Werten der Firma passen. Wer rechtzeitig klar entscheidet, bleibt handlungsfähig.

**Du arbeitest viel mit jungen Menschen. Wie motivierst und entwickelst du sie, damit sie Verantwortung übernehmen wollen?**

Der größte Irrtum ist, zu glauben, man könne andere motivieren, dass funktioniert nicht. Motivation kommt immer von innen. Als Unternehmer kannst du nur einladen und inspirieren. Wecke die Sehnsucht und die Menschen werden von selbst in Bewegung kommen. Willst du Schiffe bauen, erkläre nicht das Werkzeug oder die Baupläne sondern wecke die Sehnsucht nach dem großen weitem Meer.

**Mehrere Rollen gleichzeitig zu erfüllen, bringt Druck. Welche Routinen oder Denkweisen helfen dir, fokussiert zu bleiben?**

Indem ich Rollen abgebe. Die ersten Jahre meines Unternehmerlebens war ich die „Eierlegendewollmilchsau“ hab alles wissen wollen, hab alles entschieden. Das ging schief, ich war ausgelaugt, unzufrieden. Coaching und die Weiterbildung als Unternehmer haben mir dann weiter geholfen klarer fokussierter zu sehen.







Heute weiß ich, die wichtigste Aufgabe eines Unternehmers ist es, die Potenziale seiner Mitarbeiter zu entfalten und dafür das Spielfeld zu schaffen.

#### **Du unterscheidest zwischen Unternehmer und Selbstständigem. Warum ist dieser Unterschied entscheidend für langfristigen Erfolg?**

Der Selbstständige arbeitet im Unternehmen, der Unternehmer am Unternehmen. Wenn ich alles selbst mache, bin ich mein größtes Risiko. Erfolg entsteht erst, wenn Strukturen auch ohne mich funktionieren das perfekte Unternehmen wächst sogar ohne mich weiter.

#### **Wie erkennst du Führungspotenzial bei Mitstreitern und wie förderst du es?**

Da habe ich viele Fehler gemacht. Ich habe Top-Fachkräfte zu Führungskräften gemacht Riesenfehler! Eine Top-Fachkraft bleibt Top-Fachkraft. Führung ist ein eigenes Berufsbild. Entweder jemand kommt von selbst auf dich zu oder du suchst gezielt Menschen, die Führung gelernt haben.

#### **Wenn du deinem jüngeren Ich einen Rat geben könntest – was sollten junge Unternehmer im Gesundheitswesen beherzigen?**

Stell dir zwei Fragen:  
Erstens: Was hast du getan, damit deine Mitarbeiter wissen, warum sie bei dir arbeiten? (Sinnfrage)  
Zweitens: Was hast du getan, damit alle im Unternehmen spüren, dass sie im selben Boot sitzen? (Frage der Verbundenheit)

#### **Du hast die FISCHER Academy zu einer starken Marke gemacht. Wie schafft man das als Dienstleister?**

Marke bedeutet Klarheit: Wofür stehst du? Was unterscheidet dich? Welche Werte sollen Kunden mit dir verbinden? Unsere Botschaft lautet: „Alles aus Liebe.“ Arbeite mit wiedererkennbaren Farben, Sprache und Symbolen. Wiederholung schafft Sichtbarkeit – unser YouTube-Kanal mit 190.000 Followern und über 60 Mio. Views ist das beste Beispiel. Eine Marke ist das, was andere über dich sagen, wenn du nicht im Raum bist.

#### **Entwickelst du Marketingideen strategisch oder aus dem Bauch heraus und was empfehlst du Unternehmen mit wenig Zeit und Budget?**

Beides. Unser Social-Media-Auftritt, unsere YouTube-Videos alle 14 Tage um 18 Uhr, unser Buch, unsere DOKU das ist alles strategisch geplant. Vieles lässt sich langfristig planen, manche Ideen entstehen und müssen kurzfristig umgesetzt werden. Mein Motto: „Machen, nicht lange nachdenken.“

#### **Du bist digital sehr präsent. Wie wichtig ist Authentizität, wenn Vertrauen das wichtigste Produkt ist?**

Authentizität ist alles. Menschen spüren sofort, ob du echt bist. Gerade im Gesundheitsbereich wollen Kunden keine Show, sondern Verlässlichkeit und Nähe. Erkläre deine Produkte, zeige Ergebnisse, schaffe Vertrauen und Sehnsucht. Für alles gibt es eine Zielgruppe.

#### **Welche mutige Marketingaktion hat dir besonders viel Aufmerksamkeit gebracht?**

Als die ersten YouTube Star und Sternchen bei uns die Führerschein-ausbildung durchlaufen haben. Ich hätte niemals damit gerechnet Ausnahmezustand in unserer Stadt. Mit Shirin David hat alles angefangen. Bis heute kommen Reichweiten Influencer zu uns um den Führerschein in 7 Tagen zu absolvieren.

#### **„Marke ist Haltung.“ Wie können Unternehmen im Gesundheits-handwerk dieses Prinzip nutzen?**

Indem sie klar sagen: Dafür stehen wir, dafür nicht. Wer alles für alle sein will, verliert Profil. Haltung macht euch spürbar auch für Kunden. Verkauft nur, wofür ihr steht, nicht für Geld.

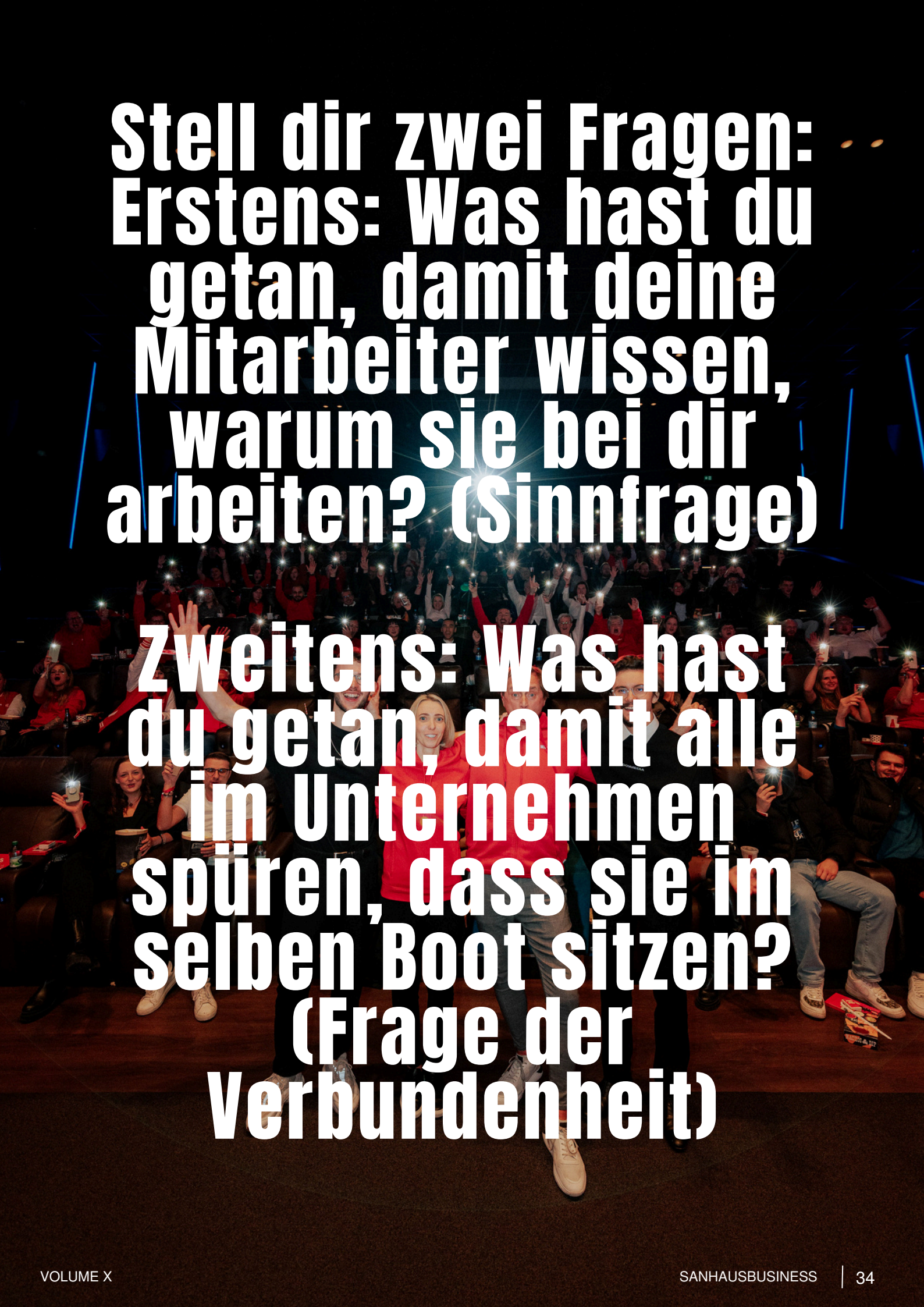
#### **Wie stellst du sicher, dass Botschaften nicht nur verstanden, sondern gespürt werden?**

Durch Geschichten. Fakten informieren, Geschichten berühren. Jeden Tag entstehen Geschichten mit Mitarbeitern, mit Kunden. Wichtig: Die Botschaft muss immer zum Produkt passen.

#### **Welche Rolle spielt Humor im Branding auch in ernsten Branchen?**

Eine große! Humor schafft Nähe. Auch im Gesundheitswesen darf man Menschen zum Lächeln bringen.





**Stell dir zwei Fragen:  
Erstens: Was hast du  
getan, damit deine  
Mitarbeiter wissen,  
warum sie bei dir  
arbeiten? (Sinnfrage)**

**Zweitens: Was hast  
du getan, damit alle  
im Unternehmen  
spüren, dass sie im  
selben Boot sitzen?  
(Frage der  
Verbundenheit)**



# Wer große Probleme hat, hat die kleinen zu spät gelöst

Lachen heilt oder etwa nicht?  
Seriosität heißt nicht, dass man ernst schauen muss.

## **Du bist Speaker und Redner. Wie gelingt es dir, Menschen nachhaltig zu inspirieren?**

Immer wenn ich Vorträge halte, schreibe ich meinem Team in die WhatsApp-Gruppe: „Heute erzähle ich über euch.“ Ich erzähle Erlebnisse und erkläre, was ich daraus gelernt habe. Inspiration entsteht, wenn jemand denkt: „Das könnte ich auch schaffen.“

## **Dein größter Aha-Moment beim Markenaufbau?**

Marke muss nicht teuer sein nur konsequent. Schon kleine, wiederkehrende Dinge schaffen Stärke. Ich trage immer Rot, wenn ich das mal nicht tue, fragen die Leute: „Was ist los, Mike?“

Das zeigt: Marke wirkt. Aber Achtung: Der Erfolg von heute ist der Feind des Erfolgs von morgen. Bleib wachsam.

## **Wie misst du, ob deine Marke wirkt?**

**„Die Qualität deiner Information bestimmt die Qualität deiner Handlung.“**

Wir tracken alles vom Website-Klick bis zum Schulterblick. So wissen wir genau, wo wir Gas geben müssen und wo wir besser nochmal einparken.

## **Du hast Kunden, die in der Öffentlichkeit stehen.**

**Wie gehst du mit dem zusätzlichen Druck um?**

Ganz einfach: Prominente werden bei uns im FischerDorf genauso behandelt wie jeder andere Kunde.

Gleichbehandlung sorgt für Ruhe und Respekt.

## **Welche Werte hast du von zu Hause mitbekommen, die dich bis heute tragen?**

Fleiß, Ehrlichkeit und der Glaube: Du kannst mehr, als du denkst. Mein Vater sagte immer: „Junge, wenn du ein guter Unternehmer sein willst, zahl deine Rechnungen pünktlich.“

## **Berufung und Beziehung wie gelingt dir die Balance, wenn beides volle Aufmerksamkeit braucht?**

Aktuell sehr gut meine Partnerin ist die starke Frau an meiner Seite und im Unternehmen voll aktiv. Wir sprechen alles gemeinsam ab und haben gemeinsame Interessen. Das ist ganz wichtig. Ich bin sehr froh, dass sie an meiner Seite ist. Wir ergänzen uns sehr gut.

## **Gibt es Rituale, die dir helfen, klar zu bleiben ein Modell für Unternehmer in stressigen Branchen?**

Gibt es überhaupt „stressige Branchen“? Oder empfinden wir nur Stress, wenn die Anforderungen größer sind als unsere Ressourcen?

Meine Strategie: **Bleib Daueroptimist.**

## **Familie ist für viele das Rückgrat. Siehst du das auch so und wie spiegelt sich das in deiner Führungskultur?**

Familie ist Liebe.

Liebe im beruflichen Kontext bedeutet: echtes Interesse an der Entfaltung des anderen.

Darum heißt mein Buch auch: „Erfolg hat, wer mit Liebe führt.“

# Motivation kommt immer von innen







**Was bedeutet Erfolg für dich heute und wie hat sich diese Definition verändert?**

Erfolg ist für mich das Gefühl von Glück und Ausgeglichenheit. Wenn du mich fragst: „Wie glücklich bist du von 1 bis 10?“ und ich sagen kann 10+, dann bin ich erfolgreich. Das gelingt nicht immer, aber man muss daran arbeiten. Im Übrigen eine schöne Frage an deine Leser... Wie glücklich bist du auf einer Skala von 1 – 10 und was müsste passieren um die 10+ zu erhalten?

**Was machst du, wenn Arbeit und Privatleben kollidieren?**

Ich kenne diese Trennung gar nicht. Für mich ist privates Leben gleich Arbeit und Arbeit gleich privates Leben. Der alte Spruch „Bier ist Bier und Schnaps ist Schnaps“ gilt für mich nicht.

***Erfolg entsteht erst, wenn Strukturen auch ohne mich funktionieren, dass perfekte Unternehmen wächst sogar ohne mich weiter***







**Marke bedeutet Klarheit:  
Wofür stehst du?  
Was unterscheidet dich?  
Welche Werte sollen  
Kunden mit dir  
verbinden?**

**Welche Werte willst du der nächsten Generation mitgeben und wie können Unternehmen sie leben?**

Ich nenne sie die „Wege zur Exzellenz“.

Sie hängen groß auf einer Tafel in meinem Büro:

Sei besessen fokussiere dich denke anders bleib

ehrllich langweile dich und andere nicht trage

Verantwortung denk an dich nimm dich nicht zu

wichtig sei dankbar. Diese Werte sind auch die Werte

unseres Unternehmens.

**Gab es einen Moment, an dem du gespürt hast: Jetzt bin ich angekommen?**

Ja im März 1990, als ich meine Gewerbeerlaubnis erhielt. Dieses Gefühl von Freiheit trage ich bis heute in mir mit allen Höhen und Tiefen, die das Unternehmertum mit sich bringt.

**Stell dir vor, du hättest nur 30 Sekunden, um zu sagen, wofür du stehst. Wie lautet dein Pitch?**

Ich bin der Dorfälteste im Unternehmen.

Meine wichtigste Aufgabe: die Potenziale meiner Mitarbeiter zur Entfaltung zu bringen und das Spielfeld dafür zu gestalten.

**„Machen, nicht lange nachdenken.“**





***Immer wenn ich  
Vorträge halte, schreibe  
ich meinem Team in die  
WhatsApp-Gruppe:  
„Heute erzähle ich über  
euch.“***

**Mike Fischer, ist Unternehmer,  
Visionär und Gründer der  
Fischer Academy. Er hat aus  
einem lokalen Betrieb nicht nur  
eine starke Marke mit Strahl-  
kraft gemacht, sondern gleich  
eine der bekanntesten Fahr-  
schulen Deutschlands. Er steht  
für eine Unternehmenskultur,  
die auf Vertrauen, Mut und  
klaren Werten basiert**





Das Buch zur

# EMOTIONALENVERSORGUNG

## Ihrer Lipödem-Kundinnen

Im Februar 2026 ist es soweit: Mein **zweites Buch** erscheint, welches ausspricht, was viele mit Lipödem seit Jahren fühlen. Es bricht das Schweigen über die **psychische Belastung** für alle, die ihre mentale Stärke zurückerobern und wieder selbstbestimmt sein wollen. Zusammen mit meiner Co-Autorin, der Ergotherapeutin Marianne Jouanneaux, freue ich mich sehr auf die **lebensverändernden Erkenntnisse**, die im Ratgeber durch therapeutische Gespräche und Arbeitsblätter vermittelt werden. Stärken Sie die Compliance Ihrer Kundinnen mit "Emotional frei mit Lipödem"!

**Jetzt den neuen Lipödem Ratgeber im Sortiment aufnehmen:**

[powersprotte.com/kosmos](https://powersprotte.com/kosmos)



**Buch ins Sortiment aufnehmen  
und Power SprotteVortrag für  
Ihr Sanitätshaus anfragen**

**POWERSPROTTE.COM**





# **DU MÖCHTEST IN DER NÄCHSTEN AUSGABE *EINE ANZEIGE PLATZIEREN?***

Dann nutze die Gelegenheit, deine Angebote, Produkte oder Veranstaltungen einem interessierten und zielgerichteten Publikum zu präsentieren. Unserem SANHAUS BUSINESS Magazin ist die ideale Plattform, um deine Botschaft wirkungsvoll in Szene zu setzen.

## **Sichere dir deinen Platz in der kommenden Ausgabe!**

Schreibe uns eine E-Mail an [magazin@sanhaus.biz](mailto:magazin@sanhaus.biz) und wir besprechen gemeinsam die Details, um deine Anzeige optimal zu gestalten. Wir freuen uns darauf, dich zu unterstützen!



AUS

DER  
REDAKTION



# Marketing

TIPPS FÜR DEIN  
SANITÄTSHAUS

# 10

# WIRKUNGSVOLLE



**Von der Branche. Für die Branche.  
Direkt. Umsetzbar. Ehrlich.  
Marketing im Sanitätshaus ist kein  
Hochglanz-Theater. Es geht um  
Vertrauen, um Menschen und um  
Lösungen mit Mehrwert.**

**Und um das eine Ziel: Gesehen  
werden, doch nicht von irgendwem  
sondern von den Richtigen.  
Wir haben für dich zehn  
praxiserprobte Tipps, wie du als  
Sanitätshaus heute Reichweite  
aufbaust, Kunden bindest und dein  
Branding stärkst.**

**Bau Vertrauen über Gesichter,  
nicht über Logos.  
Menschen folgen Menschen.  
Lass dein Team sichtbar werden:  
Wer berät, wer hilft, wer  
repariert?  
Authentizität schlägt Corporate  
Design.**

**→ Tipp: Kurze Instagram oder  
LinkedIn-Clips: „Ich bin Tanja,  
Reha-Technikerin und das liebe  
ich an meinem Job.“**

**Werde zur lokalen Marke, nicht  
zur anonymen Filiale.  
Deine größte Stärke ist deine  
Nähe. Kein Konzern kann das so  
wie du. Zeig dein Gesicht, dein  
Team, deine Geschichte.**

**Mach klar: Wir sind nicht  
irgendein Sanitätshaus, wir sind  
DEIN Sanitätshaus hier vor Ort.**

**→ Tipp: Lokale Google-Suche  
optimieren, Google My Business  
pflegen, wöchentliche Posts mit  
echten Fotos aus dem Alltag.**

**Dokumentiere, statt zu  
inszenieren.  
Gary Vaynerchuk sagt's ständig  
und er hat recht: „Document,  
don't create.“ Zeig, was du tust,  
statt stundenlang über perfekte  
Werbung nachzudenken.**

**Mach ein kurzes Video, wie ein  
Mitsreiter eine Prothese anpasst  
oder ein Rollator erklärt wird. Das  
ist 1000x glaubwürdiger als jede  
Werbeanzeige.**





**Mach deine Mitstreiter zu Markenbotschaftern.**  
**Dein Team ist dein bestes Marketinginstrument.**  
**Gib ihnen die Freiheit, stolz über ihren Beruf zu sprechen.**  
**Wenn sie ihre Arbeit teilen, wächst dein Markenvertrauen automatisch.**

**Sprich die Sprache deiner Zielgruppe, nicht deines Lieferanten.** Viele Sanitätshäuser kommunizieren technisch, nicht menschlich. Deine Kund:innen wollen keine Produktnummern hören, sie wollen wissen: **Wie hilft mir das im Alltag? Erklär Nutzen, nicht Features.**

**Werde sichtbar auf Social Media oder du existierst nicht.**  
**Ja, auch im Gesundheitswesen.**  
**Facebook für die Bestandskunden, Instagram für Nahbarkeit, LinkedIn für Partner und Fachkräfte.**  
**→ Tipp: Poste regelmäßig, antworte auf Kommentare, zeig Herz. Es geht nicht um Perfektion sondern um Präsenz.**

**Erzähle Geschichten, keine Produktinfos.** Storytelling funktioniert auch im Sanitätshaus. **Zeig Kund:innen (mit Einverständnis!), wie ihr Leben durch deine Arbeit besser wird.**  
**Ein emotionales „Vorher-Nachher“ berührt mehr als jede Rabattaktion.**





**Bau eine Community, nicht nur eine Kundendatei.**

**Mach dein Sanitätshaus zum Treffpunkt: für Reha-Sportgruppen, Pflegende, Angehörige. Offline UND online.**

**→ Tipp: Veranstalte monatlich einen kleinen „Gesundheitstag“ oder eine Live-Fragerunde auf Instagram.**


**Investiere in dein Employer Branding.**

**Wenn du keine Mitarbeitenden findest, hast du ein Kommunikationsproblem.**

**Zeig, warum es Sinn macht, bei dir zu arbeiten.**

**Menschen wollen für Unternehmen mit Haltung arbeiten – nicht für Firmen mit Stellenanzeigen.**

**→ Tipp: Mitarbeiter:innen vorstellen, Arbeitsalltag zeigen, Werte sichtbar machen.**



**Mach Marketing mit Herz, nicht aus Zwang. Das ist kein Slogan, das ist eine Haltung.**

**Du arbeitest in einer Branche, die Menschen hilft, mobil zu bleiben, Würde zu bewahren, Lebensqualität zu gewinnen.**

**Wenn du das ehrlich kommunizierst, ist das die stärkste Form von Marketing, die es gibt.**

**Du siehst also: Marketing für Sanitätshäuser ist kein Luxus, es ist Wertschätzung in Kommunikation.**

**Zeig, was du tust, zeig, wer du bist, und mach's mit Herz.**

**Oder, um's mit Gary Vaynerchuk zu sagen: "Attention is the asset. Herz ist die Strategie."**



# FüHRung schreibt man mit HR, denn FüHRung ist Heart Relationship

Ein Interview mit Leadership-Experte Tom Neuborn

Fachkräftemangel, Kostendruck, Generationswechsel, viele Sanitätshäuser stehen vor der Frage, wie gute FüHRung heute funktioniert. Einer, der weiß, was Zusammenhalt, Verantwortung und Vertrauen bedeuten, ist Tom Neuborn.

Er war zwei Kontingente im Afghanistan-Einsatz, als Teil einer hochkompetitiven, abgessenen Aufklärungseinheit der Bundeswehr. Heute schult und berät er FüHRungskräfte und Entscheidungsträger im Gesundheits- und Sanitätshaussektor.

Sein Leitsatz: „FüHRung schreibt man mit HR, denn das HR steht für Heart Relationship.“

Ein Gespräch aus der Praxis für die Praxis, über Vertrauen, Haltung und das, was FüHRung wirklich ausmacht.

Photo: Klaus Kretschmann



**Früher war FüHRung oft  
gleichbedeutend mit  
Hierarchie und Kontrolle**



## **FÜHRUNG heißt: zuhören, verstehen, begleiten**

**Tom, viele FÜHRungskräfte erleben gerade, dass sich ihre Rolle verändert. Was bedeutet FÜHRUNG für dich heute?**

FÜHRUNG heißt für mich, Menschen zu verbinden, nicht sie zu verwalten. Früher war FÜHRUNG oft gleichbedeutend mit Hierarchie und Kontrolle. Heute bedeutet sie, Vertrauen zu schaffen, Verantwortung zu teilen und Orientierung zu geben. Gerade in Sanitätshäusern, wo Menschlichkeit und Nähe zentrale Werte sind, funktioniert FÜHRUNG nur mit Herz. Deshalb sage ich: FÜHRUNG schreibt man mit HR, denn FÜHRUNG ist für mich unweigerlich Heart Relationship.

## **Ich weiß es gerade nicht, wie würdest du es denn machen, was würde für dich Sinn machen?**

**Das ist eine starke Erfahrung. Wie lässt sich das auf Unternehmen übertragen?**

Besser, als man denkt.

Auch in Sanitätshäusern hängt der Erfolg von Teams ab, die füreinander eintreten. Du brauchst Menschen, die sich aufeinander verlassen können im Außendienst, in der Werkstatt, in der Beratung. FÜHRUNG mit Heart Relationship bedeutet: Du weißt, wer neben dir steht, und du gibst ihm das Gefühl, dass du seinen Rücken freihältst.

## **FÜHRUNG mit Herz heißt nicht, immer nett zu sein. Es heißt, ehrlich zu sein**

**Heart Relationship statt Human Resources, was meinst du damit genau?**

Ich meine damit, dass FÜHRUNG nichts mit Verwaltung zu tun hat, sondern mit Verbindung. HR steht für mich nicht für Human Resources, sondern für Heart Relationship, für Herzensbeziehungen. FÜHRUNG ist Beziehungspflege: zwischen der FÜHRungskraft und den Mitstreiter:innen im Team.

Ohne diese Beziehung bleibt alles rein funktional und Menschen folgen keiner Funktion, sie folgen Vertrauen.



Ich habe das sehr intensiv erlebt, während meiner Zeit bei der Bundeswehr, in einer abgessenen Aufklärungseinheit im Afghanistan-Einsatz.

**Du warst zwei Kontingente im Einsatz in Afghanistan. Was hast du dort über FÜHRUNG gelernt?**

Unendlich viel, aber ehrlich gesagt auch schon während des gesamten Prozesses der Einsatzvorbereitung sowie in der Ausbildung in meiner Dienstgradgruppe. Wenn du in einer auf sich allein gestellten Aufklärungseinheit unterwegs bist, zählst du auf jeden einzelnen im Team, egal, ob dieser links, rechts, vor oder hinter dir ist. Du bist einfach aufeinander angewiesen.

Und das ist kein Training mehr, das ist Realität. Wenn es zum „Tic“ kommt, also zum Feuergefecht, dann zeigt sich, ob du ein Team hast, das zusammenhält. Wenn du ein „Voll-Assi“ bist, um es mal umgangssprachlich zu sagen, dann lässt man dich im Zweifelsfall zurück.

Das klingt hart, aber genau dort lernst du, dass FÜHRUNG kein Befehl ist, sondern Vertrauen in Aktion. Du führst nicht, weil du die Streifen, die Chevrons oder die Sterne auf der Schulter hast, sondern weil die anderen wissen: Auf dich kann ich mich verlassen, dir vertraue ich mein Leben an.

Ich erinnere mich an eine Szene nach meiner Dienstzeit in einem Sanitätshaus in der Nähe von Lübeck: Da sagte jemand zu mir: „Du warst doch beim Militär, du weißt doch, was ein Befehl ist. Also machst, du jetzt das was ich dir sage.“

Und ich antwortete: „So funktioniert Menschen-FÜHRUNG nicht.“ Wenn Sie keine Ahnung von der Sache haben, dann seien Sie so ehrlich zu sich und haben Sie die „Eier“ zuzugeben, dass Sie keine Ahnung von Sache XY haben und lassen die Leute ihren Job machen. Das ist echte FÜHRungsstärke.

**Was können Sanitätshäuser konkret aus deiner Erfahrung lernen?**

Dass Menschen und im speziellen unsere täglichen Mitstreiter keine Ressourcen oder gar Personalnummern sind, sondern Beziehungen, Experten, Familienväter und Mütter, alleinerziehend oder verheiratet.

FÜHRUNG heißt: zuhören, verstehen, begleiten. Es heißt, Mitstreiter stark zu machen, anstatt sie zu kontrollieren. Und das beste daran, dadurch wachse ich als FÜHRungskraft ganz Automatisch. In meinen Trainings sage ich oft: „Deine Aufgabe ist es nicht, alles zu wissen, dass geht eh nicht. Deine Aufgabe ist es stattdessen dein Team so zu führen, dass es gemeinsam als Einheit funktioniert.“



**Wenn du ein “Voll-Assi” bist, um es mal  
umgangssprachlich zu sagen, dann lässt man  
dich im Zweifelsfall zurück.**

Gerade in inhabergeführten Sanitätshäusern ist das entscheidend: Die Bindung zwischen Chef:in und Team ist oft enger als in größeren Häusern. Diese Nähe ist ein Schatz, welcher gepflegt werden will.

**Welche Eigenschaften braucht eine gute Führungskraft aus deiner Sicht am meisten?**

Empathie, Klarheit und Mut. Empathie, um Menschen und im speziellen die eigenen Mitstreiter wirklich zu verstehen. Klarheit, um Orientierung zu geben. Und Mut, um auch mal zu sagen: Ich weiß es gerade nicht, wie würdest du es denn machen, was würde für dich Sinn machen?

Führung mit Herz heißt nicht, immer nett zu sein. Es heißt, ehrlich zu sein, Feedback zu geben, Verantwortung zu übernehmen und auch mal zu sagen das Man einen Fehler gemacht hat, oder eine Fehlentscheidung getroffen hat. Denn zur Wahrheit gehört auch: Wir alle machen Fehler, keiner von uns ist Perfekt. Deine Mitstreiter folgen dir nicht, weil du Chef bist, sie folgen dir, weil sie dir vertrauen.

**Wenn du Führung in einem Satz zusammenfassen müsstest? Führung ist Vertrauen, übersetzt in Haltung.**

Führung schreibt man mit HR, denn für mich ist Führung Heart Relationship. Weil ohne Herz kein Mensch bereit ist, für dich durchs Feuer zu gehen, weder im Einsatz noch im stressigen Geschäftsalltag.

**Führung mit  
Heart Relationship bedeutet:  
Du weißt, wer neben dir steht**



Photo: Calvin Hollywood

**Tom Neuborn**, ist Leadership-Experte, Coach und Trainer. Er war Teil einer hochkompetitiven, abgessenen Aufklärungseinheit und absolvierte während seiner Zeit beim Militär zwei Kontingente in Afghanistan. Heute begleitet er Führungskräfte und Teams im Gesundheits und Sanitätshaussektor. Sein Leitsatz: „Führung schreibt man mit HR“ Er steht für eine Führung aus der Praxis für die Praxis mit Herz, Haltung und Verstand.



# ZUM



# LESEN

Cover: KK Steuerfachverlag GmbH, hienemann-Esslinger Verlag, Droemer TB



## UNSERE BUCHEMPFEHLUNGEN FÜR DICH



Lies  
Mal!



**Molly mittendrin - Die neue Schule: Molly mittendrin, Band 1**  
von Sabine Lemire 80 Seiten, erschienen: Aug 2025 Klett,  
ISBN 13: 978-3954703166

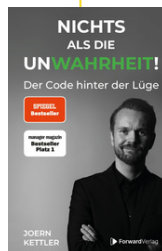
**Freunde finden für Anfänger: Los geht's mit Molly mittendrin!**

„Du wirst bestimmt schnell neue Freunde finden!“, sagen Mama und Papa. Aber so einfach ist das nicht, findet Molly. Die neue Schule ist riesig, alle scheinen sich bereits zu kennen und sie selbst ist viel zu schüchtern, um einfach auf andere zuzugehen. Wäre sie doch nur so mutig wie Lily aus ihrer Klasse!

**So geht Schule: Die Schule, die dich wirklich auf die Zukunft vorbereitet**

von Marcus Diekmann 336 Seiten,  
erschienen: Dezember 2025 ForwardVerlag ,  
ISBN 13: 978-3987551673

Wie Schule endlich Zukunft wird  
Künstliche Intelligenz, Digitalisierung und gesellschaftlicher Wandel verändern unsere Welt in rasantem Tempo. Doch das Bildungssystem? Es verharrt in Strukturen von gestern. Dieses Buch ist zugleich Weckruf und Werkzeug, ein praxisnaher Kompass für alle, die Schule neu denken und gestalten wollen. Es zeigt, wie Lernen mit Technologie menschlicher, gerechter und wirksamer werden kann, ohne Lehrkräfte zu ersetzen, sondern sie zu entlasten und zu stärken.



**Nichts als die Unwahrheit: Der Code hinter der Lüge**

von Kettler Joern 230 Seiten, erschienen: August 2024  
ForwardVerlag, ISBN 13: 978-3987550744

Die Fähigkeit, die Wahrheit inmitten von Lügern zu erkennen, ist der Schlüssel zum Erfolg, sei es im beruflichen oder im privaten Leben. „Nichts als die UnWahrheit“ nimmt Sie mit auf eine Reise in die faszinierende Welt des Lügen-Erkennens und zeigt Ihnen den unschätzbaren Wert dieser Fähigkeit. Im Berufsleben ermöglicht das Erkennen von Lügen erfolgreichere Verhandlungen im Vertrieb und verhindert, dass Rabatte verschenkt und Ressourcen verschwendet werden.

**Wie man Freunde gewinnt**

von Dale Carnegie 320 Seiten, erschienen: Juli 2023 FISCHER  
ISBN 13: 978-3596709410

DER Klassiker, der das Leben von Millionen von Menschen überall auf der Welt verbessert und verändert hat zum ersten Mal seit über vierzig Jahren aktualisiert. In Zeiten, in denen mitmenschliche Nähe und Freundschaft so wichtig sind wie nie zuvor, ist Dale Carnegies Motivationsbuch der Schlüssel für ein glückliches und erfülltes Leben. Die komplett neu übersetzte Ausgabe eines der weltweit erfolgreichsten Selbsthilfebücher wurde unter der Obhut von Dales Tochter Donna überarbeitet: sprachlich und inhaltlich aktualisiert, wurden auch wertvolle Originaltexte der Erstausgabe wiederhergestellt.



**Das erschöpfte Gehirn**

von Dr.med. Michael Nehls 368 Seiten, erschienen: Januar 2022 Heyne ,  
ISBN 13: 978-3453218130

Dr. med. Michael Nehls begibt sich auf die Suche nach der Quelle unserer mentalen Energie und er wird fündig. So kann er erstmals zeigen, wo unser „Hirn-Akku“ sitzt, welche Funktion ihm innerhalb unseres Gehirns zukommt und was das für unser Denken bedeutet. Dr. Nehls beschreibt, welche fatalen Folgen ein schrumpfender mentaler Akku für uns, unsere Gesellschaft und zukünftige Generationen haben kann und wie wir dem entgegenwirken können.

Cover: Klett, ForwardVerlag , FISCHER Taschenbuch, Heyne



# Ausgabe Verpasst?

↓ JETZT MEHR LESEN ↓

**DEN LINK**  
**zu**  
**DEN AUSGABEN**  
**IM**  
**NEWSLETTER**



**AUS**

**DER  
REDAKTION**



# Feedback & Reflexion in Sanitätshäusern

**Kommunikation mit Kundinnen,  
Kolleginnen und sich selbst**

## **Hast du noch Fragen?**

Zwischen Beratung, Rezepten, Werkstatt, Außendienst und oft sehr emotionalen Kundensituationen prallen unterschiedliche Erwartungen, Stresslevel und Wahrnehmungen aufeinander.

## **Komm, ich hör dir mal eben zu**

Warum kleine, ehrliche Gespräche in unserem mitunter stressigen Sanitätshausalltag Großes bewirken können  
ab Seite 54

## Kommunikation im Sanitätshaus besonders einfach und besonders schwierig

Das Sender-Empfänger-Modell beschreibt den grundlegenden Kommunikationsprozess, bei dem ein Sender eine Nachricht über einen Kanal kodiert und an einen Empfänger sendet, der die Nachricht dekodiert und interpretiert. Dieser Prozess ist nicht immer reibungslos und kann durch Störfaktoren beeinflusst werden. Nach der Dekodierung gibt der Empfänger häufig Feedback an den Sender zurück, wodurch der Kreislauf von vorne beginnen kann.

Was wie ein Satz aus einem Funckerhandbuch klingt, stammt jedoch von Shannon und Weaver und beschreibt die Kommunikation zweier Personen, bei der stets eine Person Sender und die andere Empfänger und Interpret ist. So weit, so logisch. Doch gerade in Sanitätshäusern zeigt sich: Kommunikation ist kein Selbstläufer.

Hier treffen Menschen aufeinander, die Schmerzen haben, die Einschränkungen erleben, die unsicher sind, die Scham empfinden können (z. B. bei Kompression, Brustprothetik, Intimhilfen), oder schlicht überfordert sind mit ihrer Situation.

# Hast du noch Fragen?

**Wir kommunizieren immer und überall, aber gerade im Sanitätshaus entstehen Missverständnisse schneller, als man denken mag. Zwischen Beratung, Rezepten, Werkstatt, Außendienst und oft sehr emotionalen Kundensituationen prallen unterschiedliche Erwartungen, Stresslevel und Wahrnehmungen aufeinander.**

Dass ein Stirnrunzeln, ein Satz oder ein fehlender Blickkontakt dann schnell als Ablehnung, Stress oder Ungeduld interpretiert wird, ist fast unvermeidlich. Nicht weil jemand unfreundlich sein will, sondern weil die Lage angespannt ist. Darum ist bewusstes Feedback so wichtig: im Team, aber auch in der Selbstreflexion. Nicht als Kritik, sondern als Resonanz. Als Möglichkeit zu prüfen: Kommt das auch an, was ich eigentlich ausdrücken wollte?

Der besondere Moment der Rückmeldung entsteht vor allem dann, wenn Kundinnen emotional reagieren, Kolleginnen unter Strom stehen oder Prozesse Stress erzeugen, in solchen Situationen filtert das „innere Ohr“ besonders stark. Wie Schulz von Thun beschreibt, besitzt jede Botschaft mehrere Ebenen: Sache, Beziehung, Selbstoffenbarung und Appell. Im Sanitätshaus bedeutet das ganz konkret, dass ein scheinbar neutraler Satz wie **„Können Sie kurz warten?“** zwar als sachliche Information gemeint sein kann, aber dennoch als Abwertung ankommen könnte. Ebenso kann **„Ich schau's mir gleich an.“**

Sicherheit vermitteln oder wie ein Abwimmeln wirken, und **„So machen wir das bei uns.“** kann Klarheit schaffen oder den Eindruck erwecken, der Kunde habe etwas falsch gemacht und müsse sich dafür schämen. Ob Anerkennung oder Kritik tatsächlich gehört wird, hängt häufig weniger vom Inhalt ab als vielmehr vom emotionalen Zustand des Gegenübers und vom eigenen. Aus diesem Grund ist gutes Feedback eine echte Führungs- und Teamkompetenz.



## Feedbackkultur im Alltag eines Sanitätshauses

Vielen Mitarbeitenden fehlt zwischen Reparaturaufträgen, Telefonanfragen, Verordnungen und Beratungsgesprächen schlicht die Zeit für ruhige Kommunikation. Stress komprimiert alles: auch Worte. Gerade deshalb braucht es bewusste Rückmeldungen wie:

- „**Wie ist es bei dir angekommen, als ich das gesagt habe...?**“
- „**Ich glaube, da haben wir aneinander vorbeigeredet – lass uns das kurz sortieren.**“
- „**Ich bin gerade unter Zeitdruck – falls es hart klang, war das nicht meine Absicht.**“

Solche Sätze entschärfen Konflikte, bevor sie entstehen. Sie verhindern, dass sich Frust festsetzt. Und sie stärken das Teamgefühl, ein entscheidender Faktor in einem Arbeitsumfeld, das emotional herausfordernd und körperlich fordernd zugleich ist.

## „Man kann nicht nicht kommunizieren“, gerade bei uns nicht

Paul Watzlawicks Erkenntnis gilt im Sanitätshaus doppelt: Wer mit Menschen arbeitet, die gesundheitlich belastet sind, kommuniziert ständig auch ohne Worte. Ein Atemzug. Ein Nicken. Eine Pause. Ein gehetzter Blick zur Uhr. All das sendet Botschaften: „**Ich bin bei dir.**“ oder „**Ich bin überfordert.**“ Und jede noch so kleine Reaktion wirkt zurück, auf Kundinnen und Kolleginnen.



Wir können also nicht nicht intervenieren. Doch wir können bewusster werden. Gerade im Sanitätshaus wird Feedback zur Chance, die eigene Wirkung zu verstehen: als Spiegel, nicht als Urteil. Als Angebot, nicht als Angriff.

## Warum sich der Mut lohnt

Wer zuhört, wer reflektiert, wer sich Rückmeldungen einholt, gewinnt: mehr Klarheit, mehr Gelassenheit im Kundenkontakt, mehr Verständnis für Stressreaktionen, mehr Teamvertrauen,

mehr Professionalität im Umgang mit Emotionen. Und vor allem: mehr Menschlichkeit, die Grundwährung jeder guten Versorgung.

## Jetzt bist du dran

Also: Vorhang auf für ehrlicheres Feedback, fein-fühligere Kommunikation und bewusste Reflexion, damit unsere Sanitätshäuser nicht nur Versorger, sondern auch Orte des echten Miteinanders bleiben.

*deine Redaktion*

# Komm, ich hör dir mal eben zu

**Warum kleine, ehrliche Gespräche in unserem mitunter stressigen Sanitätshausalltag Großes bewirken können**

**Manche Gespräche verändern etwas, oft sind es nicht die langen offiziellen Termine, sondern die kleinen Momente zwischendurch. Ein Satz. Ein kurzer Blick. Ein echtes Zuhören. Genau das kann Feedback im Alltag deines Sanitätshauses leisten: Menschen und Mitstreiter fühlen sich verstanden, gesehen und ernst genommen.**

**Genau hier setzt Tom als, Berater für Führung und HR im Gesundheitshandwerk, an. Sein Ansatz: Kommunikation ist nicht nur Technik, sie ist Haltung. Denn Oft entscheiden kleine Gesprächsmomente über Kultur, Stimmung, Teamgeist und Kundenzufriedenheit.**

Für uns beginnt gute Führung nicht im Besprechungsraum, sondern dort, wo der Alltag passiert: in der Werkstatt, im Verkaufsraum, im Telefonat, zwischen zwei Versorgungsen. Ein kurzer Satz, ein echtes, ja ein ehrliches Zuhören, ein bewusstes Nachfragen, dass sind die Momente, in denen Kultur entsteht. Und genau hier setzt meine Arbeit an.

Kommunikation ist für uns nicht nur Technik, sondern Haltung. Wenn Mitstreiter spüren, dass sie wahrgenommen und verstanden werden, verändert das, dass Miteinander, die Arbeitsbelastung und letztlich auch die Qualität der Kundenberatung. Kundinnen und Kunden im Sanitätshaus sind selten „nur“ Kunden, sie sind Menschen, die oft in einer verletzlichen Situation sind. Deshalb macht es einen Unterschied, wie wir ihnen begegnen, wie wir auf ihre Emotionen reagieren und wie wir unsere eigenen regulieren.

In unseren und Tom's\*(Tom Neuborn Anm. d. Red.) Trainings und Beratungen zeigen wir, wie Feedback nicht als Kritik, sondern als Resonanz verstanden werden kann. Es geht nicht darum, jemanden zu bewerten, sondern darum herauszufinden, ob angekommen ist, was man meinte. Viele Missverständnisse entstehen, weil wir mit unterschiedlichen inneren Bildern hören. Gerade in stressigen Situationen wird schnell gefiltert, interpretiert, befürchtet. Deshalb arbeiten wir viel mit Modellen wie dem Sender-Empfänger-Modell oder den vier Seiten einer Nachricht, nicht als theoretische Konstrukte, sondern als greifbare Orientierungshilfen für den Alltag im Sanitätshaus.

Worte transportieren nicht nur Informationen, sie transportieren Beziehungen, Emotionen und Haltungen. Wenn wir das bewusst wahrnehmen, verändert sich die Art, wie wir miteinander sprechen.

Ein wesentlicher Teil unserer Arbeit ist es, die Aufmerksamkeit auf das zu lenken, was wirklich beeinflussbar ist. Der Circle of Influence\* ist dabei ein kraftvolles Werkzeug. Viele Mitstreiter fühlen sich entlastet, wenn sie erkennen, dass sie nicht alles kontrollieren müssen, weder die Stimmung eines Kunden noch die Entscheidung eines Arztes oder die Bürokratie drumherum. Diese Klarheit schafft Ruhe, und aus dieser Ruhe entsteht bessere Kommunikation.



**Der Circle of Influence ist Teil eines Konzepts, das besagt, dass es Dinge gibt, die wir kontrollieren können, und solche, über die wir keine Kontrolle haben. Deshalb sollte unser Fokus immer auf den Dingen liegen, auf die wir einen Einfluss haben.**





# EIN „NEIN“ IM GESPRÄCH BEDEUTET SELTEN ABLEHNUNG

Besonders wichtig ist uns und Tom der achtsame Umgang mit Sprache. Ein einzelnes Wort kann ein Gespräch öffnen oder schließen. Das vielbenutzte „aber“, beispielsweise, relativiert Wertschätzung und erzeugt unbewusst Abwehr. In unseren Coachings zeigen wir, wie Sprache Atmosphäre gestaltet und wie man mit wenigen bewussten Anpassungen viel Klarheit und Wertschätzung erzeugen kann.

Damit Feedback im Alltag wirklich funktioniert, nutzen wir eine klare Struktur, die sich leicht anwenden lässt. Für uns beginnt gutes Feedback mit einer sauberen Wahrnehmung: Was habe ich tatsächlich beobachtet? Danach geht es darum, welche Wirkung das hatte, warum es wichtig ist und welchen Wunsch oder welches Ziel ich damit verbinde.

Diese Struktur macht Feedback respektvoll, eindeutig und gleichzeitig alltagstauglich, selbst dann, wenn wenig Zeit ist oder die Situation emotional aufgeladen ist.

Was oft vergessen wird: Ein „Nein“ im Gespräch bedeutet selten Ablehnung, sondern viel häufiger „so nicht“ oder „nicht jetzt“. Das kennst du bestimmt schon aus dem einen oder anderen Verkaufstraining.

In unseren Beratungen unterstützen wir Teams dabei, hinter die Oberfläche zu schauen und das Bedürfnis zu erkennen, das sich hinter einem Widerstand versteckt. Dadurch entstehen Lösungen, wo vorher Konflikte standen.

Nach einem Gespräch beginnt die eigentliche Arbeit: die Umsetzung. Deshalb begleitet Tom Führungskräfte nicht nur dabei, neue Erkenntnisse zu gewinnen, sondern auch dabei, diese in den Alltag zu integrieren mit klaren Gesprächsritualen, Team-Check-ins, Rollenklärung und verbindlichen Kommunikationsstandards. So entsteht eine nachhaltige Veränderung, die nicht nur verstanden, sondern auch gelebt wird.

Für uns ist Feedback keine Methode, sondern Kultur. Eine Kultur, in der Menschen sich trauen zu sprechen, zu fragen, zu reflektieren und zuzuhören. Und genau diese Kultur ist in Sanitätshäusern besonders wertvoll, für die Mitstreiter, für die Führungskräfte und für die Menschen, die täglich betreut und versorgt werden. Denn echte Veränderung beginnt oft mit einem einzigen Satz: „Komm, ich hör dir mal eben zu.“

*deine Redaktion*

## NACH EINEM GESPRÄCH BEGINNT DIE EIGENTLICH EARBEIT: DIE UMSETZUNG



# WIE SCHON ZU ENDE?

Der Winter ist da, das Jahr neigt sich seinem Ende zu und wir zählen leise rückwärts. In 12 Tagen sagen wir schon „Hallo 2026“. Und dann? Dann sind es nur noch acht Ausgaben, bis wir endlich volljährig sind. Naja... zumindest zahlenmäßig. Von „erwachsen“ ist bei uns bekanntlich noch lange keine Spur. Zum Glück. Denn uns gefällt es, anzuecken, aufzurütteln und Impulse zu setzen, die später von unseren Mitbewerbern aufgegriffen werden. Aber du weißt ja, wer es zuerst auf dem Schirm hatte, deine SBM Crew.

Das war sie: die **Winteraushgabe 2025** des **SANHAUS BUSINESS MAGAZINS**. Wir starten in die kalte Jahreszeit mit kurzen Tagen, warmen Getränken und einer ordentlichen Portion Vorfreude auf das, was kommt. Denn wann, wenn nicht jetzt, ist der Moment, neue Gedanken zuzulassen? Gerade jetzt zur Weihnachtszeit zeigt sich die Nächstenliebe besonders intensiv und welcher großartige Zauber in den Wegen steckt, die wir gehen.

Bei uns in der Redaktion lief zuletzt ziemlich häufig der Song „Mein Tag“ von der Crossover-Band „Such a Surge“. Das Video dazu ist im originalen Magnum P.I.-Stil gemacht. Und der Song startet wie folgt: „Heute ist einer von diesen Tagen an dem nichts daneben geht und ich schon früh am Morgen, mit einem Lächeln aufsteh', irgendwie besser als sonst ausseh', keinen Grund mies drauf zu sein, der reinste Sonnenschein...“

Uns in der Redaktion hat es richtig Freude gemacht, diese Ausgabe zu schreiben, zu diskutieren und zu streiten. Wir bieten dir auch mit dieser Ausgabe keine graue Theorie, keine Worthülsen, sondern Methoden und Impulse, die in der Praxis funktionieren.

**"Die Segel sind gesetzt, eine Bewegung wurde gestartet."**

**Aus der Praxis unserer Partnerbetriebe für deine praktische Arbeit im Sanitätshaus. Eins bleibt unverändert: Wir bleiben uns treu und weiter rebellisch. Das SBM wird weiterhin Impulse geben, Trends aufspüren, Diskussionen lostreten und die Redaktionen der alten Magazine wachhalten. Wir wollen inspirieren, nicht einschläfern. Überraschen, nicht kopieren.**

**Unser Ziel bleibt:** mehr von Menschen und ihren Geschichten zu erzählen und dich mit neuen Impulsen und anderen Sichtweisen zu überraschen. Dafür stehen wir.

Egal, wo du gerade stehst, mit dem SANHAUS BUSINESS MAGAZIN, dem Lieblingsmagazin Nr. 1 von inzwischen über 3.181 Leserinnen und Lesern, hast du die richtigen Zutaten für den Erfolg deines Sanitätshauses in der Hand.

Du bekommst in dieser und den kommenden Ausgaben die passenden Impulse du musst sie nur noch umsetzen.

Desweiteren möchten wir natürlich immer besser werden, daher ist Dein Feedback unsere Aufgabe: [magazin@sanhaus.biz](mailto:magazin@sanhaus.biz).

Bis bald, wir freuen uns auf Dich!  
Dein **Tom, Alex** und das gesamte  
**SANHAUS BUSINESS RED. TEAM**

Photo credit  
Olivia Wilson / Liceria Co.





Sicher dir deine Digitalausgabe.