Persönliches Profil
Vita + Expertise (ausführliche Version)

kernke

G.O.L.D. Inspiratorin

»Führt ein alter Weg nicht weiter,
sind neue Spuren essentiell!«

Ich unterstütze Transformation zum Besseren für Unternehmen, Teams und Einzelpersonen

Consulting, Coaching, Training, Vorträge
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke

Consulting
Coaching
Training
Speaking

www.kernke.de

…ich treffe den Kern!

Sie finden hier:

- **Kern<Inspiration**
- **Kern<Kompetenzen**
- **Kern<Aussagen**
- **Kern<Stücke**
- **Kern<Geschehenes**

…treffen Sie die richtige Entscheidung und treffen Sie mich!

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke

Kurzvita

Qualifikation:

Studium der Kommunikationswirtschaft

Studium der Wirtschaftswissenschaften und Marketing

Promotion Marketing in der Dienstleistungsmarketing/Gesundheitswirtschaft/Kultur

Geschäftsführerin der Kernke-Agentur und dem Institut für Marketing und Kommunikation Gmbh + Co KG seit 1991

Professur an der Hochschule für Oekonomie und Management/für Betriebswirtschaftslehre insbesondere Marketing

Erfahrung:

30 Jahre Agentur-Erfahrung und strategische Marketingberatung

Lehrerfahrung seit 2000

Trainings und Coachings seit 1991

Vorträge und Tagungen seit 1995

Beratungs-Schwerpunkt Dienstleistungen, Gesundheit, Kunst, und Beautybranche

Diverse Veröffentlichungen in Buchform und Fachzeitschriften

Geschäftsführerin und Präsidentin des Marketingclubs Nordhessen

Initiatorin und Vorstand von Kulturvereinen

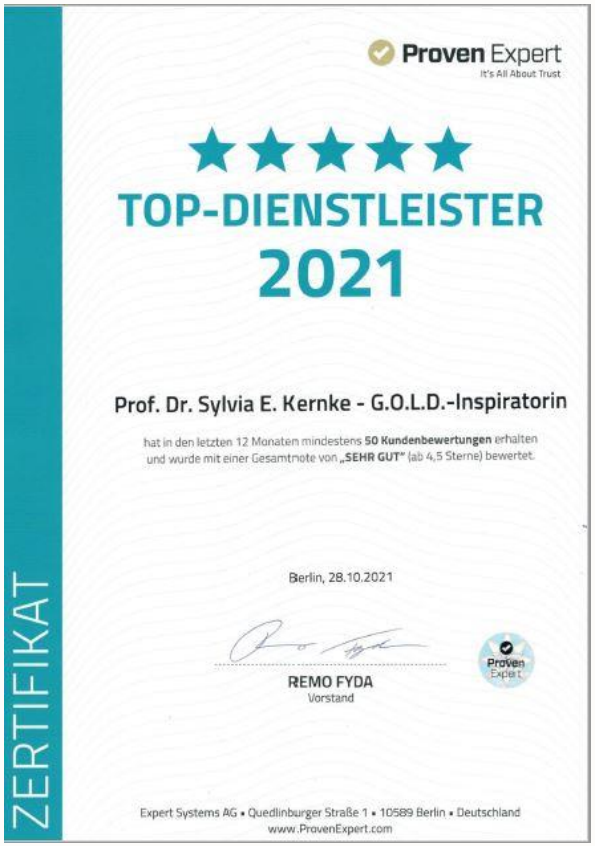
DORF-eigen-ART sowie vivars.com etc.

kernke

Wenn man seine Berufung zum Beruf macht, vergeht die Zeit so schnell, dass man glaubt, man steht im Wald!

Ich stehe hier mit einer 30 im Wald, weil ich es nicht glauben kann.
Am 1. Juli 2021 feierte ich 30sten Geburtstag meines erfolgreichen Unternehmertums!

Proven Expert
TOP-DIENSTLEISTER
2021
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin
REMO FYDA
ZERTIFIKAT
Proven Expert
TOP-EMPFEHLUNG
2021
REMO FYDA
ZERTIFIKAT
Proven Expert
2021
Proven Expert
TOP-EMPFEHLUNG
2021
Proven Expert
TOP-DIENSTLEISTER
2021



kernke

Vortragsqualität	5,00
Nutzen / Inhalt	5,00
Leistungen	5,00
Durchführung	5,00
Methodik	5,00

Rahmenbedingungen	Aufwand / Nutzen
SEHR GUT (4,97)	SEHR GUT (5,00)

Über hundert meiner Kunden haben mir Bestnoten gegeben und empfehlen mich uneingeschränkt weiter!

Inspiration

Jenseits aller Definitionen eröffnet sich dem Menschen die Stimme der Inspiration.

(David Kiser)

Die Seele atmet durch den Geist,
der Geist atmet durch die Inspiration….“

(Bettina Arnim)

Die Inspiration ist ein solcher Besucher, der nicht immer bei der ersten Einladung erscheint.

(P. I. Tschaikowsky)

Inspiration – der alkoholfreie Rausch.

(Alexander Otto Weber)

Wenn ich meine Tätigkeit ein einem Satz beschreiben sollte, dann würde ich sagen, dass ich **Inspiratorin für Veränderungen/Transformation** bin.

(Prof. Dr. Sylvia E. Kernke)

»Führt ein alter Weg nicht weiter,
sind neue Spuren essentiell!«

Ich unterstütze Transformation zum Besseren für
Unternehmen, Teams und Einzelpersonen

Consulting, Coaching, Training, Vorträge
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke

kernke

G.O.L.D. Inspiration

Transformation und professionelle Veränderungsbegleitung

Müsste ich es in einem Satz auf dem Punkt bringen, so würde ich mich als **Inspiratorin für Veränderungen** bezeichnen. **Transformation** für **Veränderungen** sind ausgesprochen wichtig, denn Stillstand bedeutet Rückschritt. Hierzu steigert eine beratende Begleitung die Effizienz und Effektivität.

Nicht große Unternehmen schlucken die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen. In der Praxis bedeutet das einen ständigen Perspektivenwechsel sowie den Willen zur Selbstreflektion, Veränderungsbereitschaft, Agilität und Flexibilität.

Mein Spezialgebiet ist die **Veränderungsbegleitung** in Form von **Marketingberatung/Coaching** in Kombination mit einer

Für Unternehmen können hierbei z. B. die Unternehmenskultur, ganz neue Branchen, Produkte oder Produktbereiche sowie neue interne und externe **Marketing-Strategien** relevant sein. Bei **betrieblichen Veränderungen** sind zudem **Mitarbeitermotivation** und Ressourcen wie Soft Skills elementar. Die **Veränderungsbegleitung** findet daher auch in Form von **Trainings und Seminaren** für die **Entwicklung im Team** statt.

Im **Coaching** unterstütze ich Einzelpersonen, die den Weg über das Unternehmen oder auch privat zu mir finden. Unternehmer und Führungskräfte werden im **Coaching** begleitet, Lösungen von bevorstehenden **Veränderungen** in beruflichen oder privaten Lebenssituationen zu entwickeln.

Was Sie hier finden:

- Social Media Beispiele Instagramm/Xing/Facebook/Linkedin..... Seite 11
- Veröffentlichungen..... Seite 21
- Wer bin ich?..... Seite 30
- Mein Werdegang..... Seite 33
- Meine Unternehmen ..... Seite 35
- G.O.L.D.-Methode ..... Seite 36
- Was hab ich gemacht? Meine Expertise ..... Seite 40
- Impressionen der Bühnenpräsenz .....:..... Seite 51
- Zertifikate (eine Auswahl)..... Seite 71
- Projekte (eine Auswahl)..... Seite 80
- Exkursion in die Politik ..... Seite 85
- Meine Kreation (besondere Ideen – nur eine kleine Auswahl)..... Seite 86
- Meine Qualität oder was mir wichtig ist ..... Seite 88
- Ehrenamt..... Seite 89
- Kernke in Zahlen ..... Seite 94
- Referenzen (eine Auswahl) ..... Seite 95
- Ein Interview ..... Seite 98
- Interessen ..... Seite 101
- Kontakt..... Seite 105

weitere Informationen unter

www.kernke.de

Social Media Beispiele

Hier finden Sie einige Beispiele für meine Social Media Aktivitäten. Ich freue mich, wenn Sie mir hier folgen!

kernke

G.O.L.D.-Inspiration und Transformation zum Besseren

Was haben Schuhe amerikanischer Ureinwohner mit heutigen Kunden-wünschen zu tun?

Prof. Dr.
Sylvia E. Kernke

www.kernke.de

...kern der inspriation...

kernke

G.O.L.D.-Inspiration und Transformation zum Besseren

Prof. Dr.
Sylvia E. Kernke

"Nichts auf der Welt ist so kraftvoll wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist."
(Victor Hugo)

www.kernke.de

...kern der inspriation...

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke

kernke

G.O.L.D. Inspiration und Transformation zum Besseren

Diversity bedeutet maximale Vielfalt!
Je unterschiedlicher Gruppen sind, um so besser. Wir kommen nur voran, wenn wir uns mit Menschen umgeben, die anders sind!

Consulting – strategisches Marketing
Coaching – Unternehmer u. Führungskräfte
Training – Seminare – Potentialentfaltung
Speaking – Keynotes zur Inspiration

kernke

G.O.L.D.-Inspiration und Transformation zum Besseren

Mag sein, dass Du überall hättest etwas werden können.

Du kannst aber immer noch überall alles sein.

kernke

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke: G.O.L.D. Inspiration und Transformation zum Besseren

Consulting – strategisches Marketing
Coaching – Unternehmer u. Führungskräfte
Training – Seminare – Potentialentfaltung
Speaking – Keynotes zur Inspiration

Jetzt: 2021 abschließen und 2022 aufschließen! Damit die erreichten Ziele gefeiert werden können, ist jetzt Marketingstrategie für 2022 und G.O.L.D. Inspiration gefragt! **www.kernke.de**

kernke

G.O.L.D.-Inspiration und Transformation zum Besseren

Mauern entstehen erst im Kopf und werden dann zu gesellschaftlichen Barrieren!

Prof. Dr.
Sylvia E. Kernke

www.kernke.de

Reste der Berliner Mauer

Sept. 2021

...kern der inspriation.

Wir sind Drehbuchautoren, Protagonisten und Regisseure
in unserem Leben und Unternehmen.
Manchmal ist unser Regiestuhl jedoch verwaist!

G.O.L.D. Inspiration
www.kernke.de

kernke
Wozu bist Du hier?
“MEINETWEGEN!”
Du bist einzigartig.
Wenn Du Dich selbst erkennst, dann kannst Du authentisch sein und Dir selbst treu bleiben!
www.kernke.de
Marketingconsulting-Coaching-Trainings-Speaking
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke

„Im Leben hat man immer drei Möglichkeiten“

Marketing-Professorin und Coach Sylvia Kernke über Lebenskrisen, Hamsterräder und Arbeitssucht

Sylvia Kernke ist in einem „Hamsterrad“ gelaufen, bis eine Freundin sie warnte: Du bist arbeitssüchtig. Heute hilft die Marketingprofessorin und Coach anderen dabei, Kraft aus dem Scheitern zu schöpfen. Sie zeigt auf, wann es Zeit ist, neue Wege zu gehen, und erklärt, warum man manche Fehler mehr als einmal machen muss. Und sie hat ein Buch über Krisen geschrieben.

VON INGA MICHLER

WELT: In Ihrem Buch steht ein sehr persönlicher Satz: „Mit 50 stand ich vor den Trümmern meines Lebens“, schreiben Sie. Wie das?

SYLVIA KERNKE: Mit 50 habe ich beruflich und privat neu durchgestartet. Nach 18 Jahren stand meine Ehe in der Krise.

Eine Freundin hatte Sie zuvor gewarnt, Sie seien „arbeitssüchtig“. Hatte sie recht?

Auf jeden Fall. Das ist eine sehr gute Freundin. Wir haben zusammen studiert und wir arbeiten heute beide als Coaches. Sie hat sich früh mit der Gratwanderung zwischen Genuss und Sucht beschäftigt. Arbeitssucht ist besonders tückisch. Denn viele Leute loben Sie ja als so fleißig. Hätte meine Freundin mich nicht wachgerüttelt, würde ich mir heute die Radieschen wahrscheinlich von unten angucken.

Sylvia Kernke startete mit 50 Jahren beruflich und privat neu durch

Dieses Interview wurde für **„Die Macher“** geführt. Das ist der Karriere-Podcast von WELT mit Wirtschaftsreporterin Inga Michler. Abonnieren Sie den Podcast bei Spotify, Apple Podcasts und Deezer oder direkt per RSS-Feed.

Was genau waren denn die Symptome?

Ich hatte große Freude daran, wenn ich nach 16 Stunden Arbeit nach Hause gefahren bin und habe mir gedacht: Morgen hängst du noch zwei Stunden dran. Feierabend habe ich erst gemacht, wenn ich Migräne hatte. Das ist einfach nicht gesund. Wenn das Körperliche, Geistige und Emotionale nicht im Ausgleich sind, dann stimmt irgendetwas nicht.

Haben Sie heute mehr Freizeit und neue Hobbys? Was hat sich geändert?

Na ja, wenn ich ganz ehrlich bin, ist Gewohnheit der stärkste Klebstoff. Niemand ist perfekt. Aber wir entwickeln uns immer weiter hin zu dem, was wir werden wollen. Und ich habe eine kleine Balance in einigen Bereichen gefunden.

Machen manche Menschen eigentlich immer wieder die gleichen Fehler?

Im Coaching sagen wir, man macht den Fehler solange, bis wir das, was wir daraus lernen sollten, gelernt haben. Das Gute beim Coachen ist, dass man Dinge bei anderen gut erkennen kann, wenn man sie selbst schon durchlebt hat. Stellen Sie sich vor, Sie laufen in einem Hamsterrad. Von innen sieht es aus wie eine Karriereleiter. Erst wenn Sie rausfallen, merken Sie: Ich ja bin gar nicht vorwärtsgekommen. Eine Krise eröffnet neue Perspektiven. Scheitern macht stark. Jetzt können Sie sich fragen: Ist es das, was ich immer wollte?

Falsche Prioritäten sind ein Grund für Krisen, Schicksalsschläge ein anderer. Damit haben Sie früh Erfahrungen gemacht.

durch. Das macht stark und widerstandsfähig.

Bis heute, schreiben Sie, hängt ein Schild bei Ihrer Mutter in der Küche. Darauf steht: ‚Wir sind hier nicht bei ‚Wünsch dir was‘, sondern bei ‚So ist es‘.“ Das klingt hart.

Es ist auch erst mal hart. Man muss natürlich aufpassen, dass man den zarten, sensiblen Part in sich nicht ganz verschließt. Ich habe einen harten Kern bekommen, und trotzdem ist da noch etwas Weiches. Jede Krise ist auch ein riesiges Geschenk. Sie gibt die Möglichkeit zu wachsen, zu lernen, sich zu transformieren. Das versuche ich auch, meinen Klienten aufzuzeigen. Jeder kann der Regisseur seines eigenen Lebens sein.

„Bitte wenden Sie sich nur an mich, wenn Sie wirklich etwas wandeln und transformieren möchten“, heißt es auf Ihrer Website. Muss es immer gleich der große berufliche Neustart sein?

Nein, aber man braucht die Bereitschaft zur Veränderung. Es geht um eine Kurskorrektur, darum, eine vermeintliche Schwäche in der Krise zu ei-

„Raus aus der Komfortzone“ ist noch eine Forderung von Ihnen. Geht das, ohne ständig getrieben zu sein?

Die Natur hat die Komfortzone eingerichtet, um uns zu schützen. Der Urmensch war auf Spar-Modus programmiert, damit er möglichst wenig Energie verbraucht. Wir modernen Menschen aber müssen uns ständig wandeln, agil sein. Das heißt eben nicht, getrieben zu werden. Einer meiner Klienten sollte als Manager im Konzern nach Osteuropa versetzt werden. Das wollte er mit kleinen Kindern nicht und hat gekündigt. Wir haben dann herausgearbeitet, wo er hinwill und wie er auf Unternehmen zugehen kann. Heute ist er technischer Geschäftsführer mit Verantwortung für 2000 Mitarbeiter. Ohne seinen Mut säße er jetzt irgendwo in Osteuropa und würde nicht mitbekommen, wie seine Kinder wachsen.

Sie können offenbar jeder Krise etwas Positives abgewinnen. Gilt das auch für die klassische Midlife-Crisis? Was ist gut daran?

Unser gesamtes Leben lang dürfen wir uns entwickeln. Wir haben sogar die Verpflichtung, uns zu entwickeln. Und dazu gehört es, Fehler zu machen. Dazu gehört auch das Älterwerden. Da können wir dann hoffentlich auf ein erfülltes Leben zurückgucken. Wir haben hoffentlich alles getan, was wir tun wollten. Und wir sagen hoffentlich nicht: „Ach, hätte ich doch mal.“

kernke

Dr. Inga Michler, die Investigationsjournalistin der WeLT, hat mich im Springer-Hochhaus in Berlin für Ihren Podcast „Die Macher interviewt. Gleichzeitig wurde ein zweispaltiger Bericht über die gesamte Höhe der Zeitungsausgabe abgedruckt.

Veröffentlichungen

G.O.L.D. Inspiration – Das Mutmach-Buch

Krisen machen stark!

Wie Sie neue Chancen mutig nutzen

Es gab schon immer Krisen: Weltkriege, Ölkrisen, nukleare Kata-strophen wie von Tschernobyl und Fukushima, Terroranschläge, Vulkan-ausbrüche, Pandemien wie die Pest, Cholera, Spanische Grippe, Sars oder Corona. Es wird auch immer Krisen geben. Nichts kann Krisen vollkommen verhindern. Aber es kann gelingen, auf Krisen besser vorbereitet zu sein, im Innen und im Außen, als Einzelperson, als Gruppe oder als Unternehmen.

Wünschenswert ist eine Bewältigungs-optimierung, um schneller die richtigen und folgeträchtigen Entscheidungen treffen zu können. Wichtig: um zu wachsen, brauchen wir die Krisen. Nur so gelangen wir aus der Komfortzone und brechen aus vorhandenen Mustern aus, um Chancen zu erkennen und nutzen zu können. Das ist Entwicklung. Was wären wir, ohne jemals in Schwierigkeiten geraten zu sein?

Veröffentlichungen

Künstler haben sich in einer Panel-Erhebung selbst als die glücklichste Berufsgruppe definiert. Gleichzeitig können nach aktuellen Wissenstand lediglich 2% von ihrer Kunst leben. Daraus resultiert, dass monetäre Leistungen nicht zwingend zum Glücksempfinden beiträgt. Es sind vielmehr Selbstbestimmtheit und Kreativität, die einen wesentlichen Teil zum persönlichen Glück werden können. Dies stellte ich meinen Studenten 2015 vor. Maria Keil, eine meiner Studentinnen fand diese These so interessant, dass sie dieses wissenschaftlich untersuchte und in ihrer Bachelorthesis veröffentlichte. Das verschaffte ihr eine Auszeichnung als beste Bachelorthesis bei der FOM in Hessen. Fünf Jahre später (August 2020) erschien unser gemeinsames Buch hierzu, welches der Kollege Dittrich in seiner Schriftenreihe veröffentlichte.

Für Führungskräfte ein wichtiger Hinweis, dass kreative Mitarbeiter auch keine Standard-Motivation benötigen, sondern Einfallsreichtum.

Veröffentlichungen

Bücher

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke:
Evaluierung kultureller Marketingstrategien im Krankenhaus: Wirkung und Umsetzung von Kunst in Kliniken (Management – Forschung und Praxis)

Die deutsche Gesundheitswirtschaft und die Kliniklandschaft sind geprägt durch Reformen, Wettbewerbsliberalisierung und Dynamik, die immensen Veränderungsdruck ausüben. Aus den sich veränderten politischen und rechtlichen Parametern, der demografischen Entwicklung sowie des allgemeinen Wertewandels resultiert die Notwendigkeit, dass Krankenhäuser sich in zunehmendem Maße dem Verdrängungswettbewerb aktiv stellen, tradierte Strategien und Ziele assimilieren und Patientenorientierung, innovative Serviceleistungen und strategische Markenprofilierung implementieren.

Auf diese Entwicklung reagieren Krankenhäuser mit Kostensenkungsstrategie sowie Prozessoptimierung, die jedoch die Chance auf notwendige, differenzierende und innovative Serviceleistungen im Krankenhaus minimieren. Dr. Sylvia E. Kernke ist seit 1991 auf das Krankenhaus- und Dienstleistungsmarketing spezialisiert, geschäftsführende Gesellschafterin der Kernke-Agentur für Marketing und Kommunikation sowie des Instituts für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft, Dozentin, Trainerin, Coach, Senior-Consultant, Referentin und Autorin.

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke:
CatherineOgramm – Erfolg mit Persönlichkeit

Dieses Seminarbuch ist ursprünglich für ein Verkaufstraining in der Beauty-Branche entwickelt worden und im Eigenverlag eines Kunden erschienen. Die Inhalte stützen sich auf die Tatsache, dass jeder Mensch individuell typische Denk- und Verhaltensstile besitzt. Solche Dominanzen bilden sich durch genetische Vorgabe, durch Prägung und Sozialisation. Sie sind Ausdruck der Persönlichkeit, die sich gleichermaßen auswirken auf die Kommunikation, den Beruf, die Zusammenarbeit im Team, das Lern- und Lehrverhalten und auf alle Entscheidungen im Leben.

Zur Persönlichkeitsentwicklung gibt es seit langer Zeit mannigfaltige Methoden und Möglichkeiten, die alle zum Ziel haben, wertfreie Erkenntnisse über persönliche Denk- und Verhaltensstile zu gewinnen. Nur eine wertfreie Wahrnehmung und Reflexion kann helfen, sich über Dominanzen gewahr zu werden und diese gegebenenfalls zu ändern. Dieses im Selbstverlag erschienene Buch kann helfen, zu einer Selbsterkenntnis zu kommen, um sich selbst besser zu verstehen und daraus Änderungsmöglichkeiten abzuleiten. Gleichfalls findet eine individuelle Einschätzung der bevorzugten persönlichen Verhaltensweisen statt.

Die Verknüpfung der Funktionsareale des menschlichen Gehirns mit der Zuordnung zu den Farben findet sich in vielen Persönlichkeitsanalyseverfahren und ist in diesem Fall besonders mit der weiteren Zuordnung zu den jeweiligen persönichkeitsbeschreibenen Göttinnen der Mythologie gelungen. Bisher ist eine derartige Zuordnung nicht veröffentlicht worden. Gerade in der Beautybranche gilt somit eine Mitarbeiterin oder Kundin nicht als Farbtyp sondern als Göttin.

Veröffentlichungen

Marketing allgemein

Marketing im Wandel
Marketing ist eine Denkhaltung
Marketingclub-Vorstand
Marketingprofis unter sich
Die Macht des Marketings
Kernke ist Präsidentin des Marketingclubs
Zentrale Marketing-Tagung 8
Zentrale Marketing-Tagung 2013
Herausforderungen Marketingclub

25 Jahre erfolgreiche Marktingberatung (1)
Marketing-Community
Marketing Award – Brillanteste Idee
Marketing in Netzwerken
Marketing ist nichts für Einzelkämpfer
Profildesign durch Marketing
Direkt-Marketing
Nordhessischer Marketingpreis
Vorstand MC im Amt bestätigt

Marketing im Gesundheitswesen

Atmosphäre durch Farben im Krankenhaus
Employer Branding im Gesundheitsmarkt
Farben für die Pflege
Gesundheit als Markt (2)
Health-Marketing-Coach
Diversikum Kunst und Gesundheit
Integriertes Klinik-Marketing
Klinik-Marketing in Marketing
Kreatives Farbkonzept im Krankenhaus
Pflege als Markenprodukt (2)
Preis für bestes Klinik-Marketing
Theater im Klinkalltag

Der Patient von heute ist Kunde von morgen
Farbe und Licht unterstützen bei Heilung
Farben schaffen Atmosphäre im Gesundheitswesen
Gesundheit fängt im Team an (2)
Integrierte Versorgung in Gesundheitsnetzen (1)
Kasser Kompetenz im Gesundheitsmarketing
Krankenhaus-Service
Kunst als Element der Öffentlichkeitsarbeit im Krankenhaus
Patientenorientierung
Servicequalität in Kliniken
Kunst im Krankenhaus
Kunstschatz im Krankenhaus

Veröffentlichungen

Marketing im Kunst- und Kulturbereich

- Kulturarbeit internes und externes Relationship-Management
- In Badeschlappen zur Vernissage
- Kunst als Element der Öffentlichkeitsarbeit
- Kunst beeinflusst
- Kunst soll bei Kirchenrenovierung helfen
- Nicht nur Kunstdrucke aufhängen
- Integrierte Kunst als Wettbewerbsfaktor
- Kreatives Nordhessen
- Kunst als Wettbewerbsfaktor
- Kunst ist die wichtigste Sprache
- Kunstprojekt im Seniorenzentrum

Kernke – Agentur für Marketing und Kommunikation

25 Jahre erfolgreiche Marketingberatung

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke erhielt die Urkunde für ihr 25-jähriges Firmenjubiläum im Bereich Marketing- und Kommunikationsberatung. Die erfolgreiche Unternehmerin gründete 1991 in München die Kernke-Agentur für Marketing und Kommunikation GmbH + Co KG. Ab 1992 war sie für regionale und überregionale Unternehmen von Zierenberg aus tätig. Im März wurden die Geschäftsräume nach Kassel in die Wilhelmshöher Allee 110 verlagert.

Seit Gründung der Agentur hat sich Kernke auf Marketing für Dienstleister bzw. die Gesundheitswirtschaft spezialisiert. Neben der Marketing- und Kommunikationsberatung sowie Seminaren und Coachings in diesem Bereich organisiert sie mit ihrem Team regelmäßig die Zentrale Marketing-Tagung in der Gesundheitswirtschaft (ZeMarkt), die im September zum Thema „Integriertes Marketing" in Kassel stattfinden wird. Interessierte finden Informationen unter www.zemarkt.de.

Die profunde Berufserfahrung und hohe Kompetenz der Unternehmerin fließen in die Ausbildung junger Menschen ein. Kernke lehrte bereits an verschiedenen Fakultäten. An der Akademie für Absatzwirtschaft unterrichtete sie 15 Jahre das Prüfungsfach Verkaufsförderung, seit 2013 lehrte sie unter anderem an der Hessischen Berufsakademie, der VWA in Kassel und Frankfurt sowie an der Hochschule Fulda. Das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst verlieh Kernke im Juli 2014 die Bezeichnung Professorin der Hessischen Berufsakademie.

Die größte private Hochschule Deutschlands, die FOM Hochschule für Oekonomie & Management mit Sitz in Essen, betraut Kernke mit der ersten Professur am neugegründeten Studienzentrum in Kassel. Dort ist sie für den Ressort allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing zuständig. Die FOM bietet ausbildungs- und berufsbegleitende Bachelor-Studiengänge an, die Vorlesungen finden abends und samstags statt. Kernke: „Meine Beratungs- und Coaching-Tätigkeit, die vornehmlich tagsüber realisiert werden kann, lässt sich hervorragend mit der abendlichen Lehre im Bereich Marketing an der FOM kombinieren."

Zum Tätigkeitsschwerpunkt zählen Marketing- und Kommunikationsberatungen, Coachings, Trainings zu den Themen Marketing, Kommunikation, Verkauf, Kundenorientierung und Persönlichkeitsentwicklung. Kernke hält deutschlandweit Vorträge und war nahezu zwanzig Jahre ehrenamtlich für den Marketingclub Nordhessen tätig. Für Kunden aus dem Ressort Gesundheit und Kosmetik betreut Kernke umfangreiche Business-Konzepte und unterstützt Unternehmer bei der Erreichung ihrer Ziele. Diese Betreuung geht weit über die Konzeptionserstellung hinaus und reicht bis in die operativen Phasen und Bereiche hinein. Ergänzend zu den genannten Aufgabenstellungen unterstützt Kernke seit Kurzem Künstler auf der Internet-Plattform www.vivarsa.com, welches ihr ein ganz persönliches Anliegen ist. IVM

Erhielt die Urkunde für ihr 25-jähriges Firmenjubiläum von der IMC überreicht: Prof. Dr. Sylvia E. Kernke. Foto: Zpell

6 Gesundheitsökonomie »Beschaffung« Management & Krankenhaus 10/2016

Employer Branding im Gesundheitsmarkt

Für Kliniken wird es immer wichtiger, sich als attraktives Unternehmen darzustellen. Das Bilden einer Arbeitgebermarke ist für Mitarbeiter sowie Arbeitgeber interessant.

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke, FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Essen, Kernke-Institut, Kassel

Für Arbeitgeber hat Employer Branding (Arbeitgebermarkenbildung) verschiedene Funktionen: zum einen die Präferenz- und Differenzierungsfunktion, zum anderen die Kosten- und Leistungsfunktion. Dabei bedeutet die Präferenzbildung, das eigene Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber darzustellen. Die Differenzierungsfunktion ist das Alleinstellungsmerkmal, welches den Arbeitgeber von konkurrierenden Wettbewerbern abgrenzen soll. Inwieweit das Employer Branding positiv erscheint, entscheidet das Vorstellungsbild des jeweiligen Gesundheitsunternehmens durch die Ausprägung der verschiedenen Interessengruppen, die stark differieren können. Das Ziel ist es immer, sich bei den Bewerbern als Wunscharbeitgeber zu positionieren und sich von konkurrierenden Unternehmen abzuheben.

Personalbeschaffung mit Marketing-Charakter

Die Wahrnehmung des Unternehmens wird dabei nicht zufällig gestaltet, sondern aktiv und gezielt generiert und beantwortet die offenen Fragen des Arbeitnehmers, warum er sich bei diesem Unternehmen bewerben soll. Die Bedeutung von Employer Branding hat in der Gesundheitsbranche stark zugenommen. Besonders vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung müssen die Unternehmen potenzielle Mitarbeiter von sich überzeugen. Aus diesem Grund sollten die Krankenhäuser geeignete Überzeugungsarbeit leisten. Die Personalbeschaffung ist daher zur Managementaufgabe mit Marketing-Charakter geworden.

Die Verknappung der Güter „High Potentials" sowie „Fach- und Führungskräfte" löst ein Handeln der Arbeitgeber aus, die sich gemeinsam im Wettbewerb „War for Talents" um Mitarbeiter bemühen. Dieser Wettbewerb hat in der Gesundheitsbranche zudem überregionalen bzw. globalen Charakter. Das Statistische Bundesamt prognostiziert, dass sich der Anteil der Erwerbstätigen immens reduzieren und bei sinkender Geburtenrate gleichzeitig die Lebenserwartung und die Multimorbidität der Menschen steigen wird. Das bedeutet zusätzlichen Bedarf an Mitarbeitern in Kliniken.

Ebenfalls ist es notwendig, dass sich gerade diese Einrichtungen ihrer Kernkompetenzen und der Glaubwürdigkeit, die eindeutig bei der Wiederherstellung und Erhaltung von Gesundheit liegt, erinnern und dies auch bei Mitarbeitern fokussieren.

Mitarbeiterbindung stärken

Employer Branding beschränkt sich nicht nur darauf neue Mitarbeiter zu gewinnen. Vielmehr gilt es, das Personal zu binden und die Verweildauer des einzelnen Mitarbeiters zu intensivieren. Personalbindung ist keine einmalige Maßnahme, sondern eine dauerhafte Strategie, welche die Identifikation und Loyalität der Mitarbeiter für ihren Arbeitgeber stärkt. Gemäß einer Studie des Deutschen Krankenhaus Institutes lag 2011 die Fluktuationsquote bei 6%. Die Personalbindungsmaßnahmen spiegeln sich in hoher Mitarbeiterzufriedenheit, geringeren Fehlzeiten, abnehmender Fluktuation und vor allem einer Verbesserung der Patientenzufriedenheit wider, was dem wirtschaftlichen Nutzen der Arbeitgebermarkenbildung Rechnung trägt.

Konzepte zur Gesunderhaltung eigener Mitarbeiter sollten an erster Stelle im Employer Branding der Kliniken stehen. Der Begriff der Marke stellt ein wiedererkennbares Vorstellungsbild einer Dienstleistung oder eines Produktes dar. Es wird hierbei dem Kunden ein Markenbild vor Augen geführt, welches ihn verleiten soll, dasjenige Produkt oder diejenige Leistung gegenüber dem Wettbewerb zu präferieren. Neben diesen Produkten und Dienstleistungen können jedoch auch Unternehmen ein solches Bild im Kopf des Patienten oder potenziellen Mitarbeiters sein.

Dabei sind, sofern ein gewisser Lebensstandard gesichert ist, monetäre Leistungsanreize nur bedingt geeignet. Jüngste Untersuchungen zeigen, dass, je kreativer ein Mitarbeiter ausgerichtet ist, er umso weniger auf finanzielle Anreize anspricht. Vielmehr wird er durch nicht monetäre Anreize motiviert. In der Markenpolitik spricht man auch von einem Mehrwertversprechen, welches sich an die Assoziation bestimmter Eigenschaften knüpft. Dies sollte für Krankenhäuser in erster Linie auch die Gesundheit bzw. Prävention sein. Daher ist ein Employer Branding für Praxen oder Krankenhäuser durch Leistungen der Gesunderhaltung verbunden.

Die Auswahl eines Arbeitgebers hängt häufig von Aspekten wie Gebäude, Firmenzentrale oder die Leistungen des Unternehmens ab. Die subjektive Wahrnehmung ist stark durch das Klinik-Image geprägt, welches entscheidet, ob es sich um einen attraktiven Arbeitgeber handelt oder nicht.

© Andrey Popov – Fotolia.com

Wir-Gefühl entscheidend

Ein zentrales Ziel des Employer Brandings ist die Schaffung eines Wir-Gefühls beim Klinkpersonal. Die Mitarbeiter selbst tragen mit ihrer Zufriedenheit die Attraktivität der Marke des Arbeitgebers nach innen und außen. Aspekte wie Arbeitsinhalt, Arbeitsklima, Führung, Entwicklungsmöglichkeiten, Karriereplanung sowie Übernahme von Verantwortung tragen dazu bei. Auch maßgeschneiderte Work-Life-Balance und Freiräume mit Kreativitätspotenzial und schließlich das Unternehmen selbst wie seine Reputation zählen zu den wesentlichen Faktoren.

Die persönlichen Werte und Lebenszeile der einzelnen Mitarbeiter in den betrieblichen Ablauf zu integrieren, steigert immens die Loyalität und erhöht sowohl die Zufriedenheit als auch die Motivation. Eine Auszeit für Reisen oder ein Sabbatical Jahr für die Persönlichkeitsentwicklung werden in großen, weltweit agierenden Unternehmen längst als Tool eingesetzt. Während die Bereitstellung eines externen Coaches im Arbeitsmarkt allgemein gebräuchlich ist, wird dies im Gesundheitssektor noch nicht realisiert, was jedoch wünschenswert erscheint.

Kernke-Institut für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft, Kassel
Tel.: 0561/7665 8800
info@kernke.de
www.kernke.de

kernke

Haug

Marketing – strategisch agieren statt resigniert reagieren

Autorin: Sylvia E. Kernke

ZUSAMMENFASSUNG

Ein strategisches Praxismarketing ermöglicht es Arztpraxen, nicht einfach nur mehr Patienten zu bekommen, sondern eine andere Patientenklientel zu erschließen. Ein wichtiger Faktor für wirtschaftlichen Erfolg. Um im Zukunftsmarkt Gesundheit herauszustechen, müssen Praxen ihre Individualität herausstellen und diese auf allen Ebenen des Marketings ihren Patienten kommunizieren.

ABSTRACT

Strategic practice marketing makes it possible for medical practices not only to get more patients, but also to attract a different patient clientele. This is an important factor for economic success. In order to stand out in the future health market, practices must emphasize their individuality and communicate this to their patients on all levels of marketing.

Schlüsselwörter
Marketing, Gesundheit, Praxismanagement, Praxismarketing, Social Media

Keywords
Marketing, health, practice management, practice marketing, social media

Foto: Thomas Reimer/Adobe Stock

Gesundheit als Markt

Die Gesundheitswirtschaft ist ein Beschäftigungsmotor. Derzeit arbeiten laut Statistischem Bundesamt 5,6 Millionen Menschen im Gesundheitswesen. Jeder 8. Erwerbstätige ist heute in dieser Branche tätig. Es handelt sich um einen stark wachsenden Markt. In wirtschaftlich agierenden Märkten sind Angebot und Nachfrage wirksame Mechanismen, die den Gesamtmarkt regeln. Steigt die Nachfrage, so ist die Preiselastizität groß. Im Gesundheitswesen steigt die Nachfrage stetig, doch der Gesundheitsmarkt ist speziell geregelt und reglementiert. Gesetze, Kooperationsverträge, Restriktionen und Standesrichtlinien unterbinden ein übliches Handhaben der Marktgesetze beispielsweise von Angebot und Nachfrage.

In der Regel zahlt auch nicht der Leistungsempfänger die erhaltene Gesundheitsdienstleistung, sondern ein Dritter: die Krankenversicherung. Auch dies ist eine Besonderheit in der Gesundheitsdienstleistung. In diesem Konstrukt eine Praxis profitabel führen zu können, ist für Ärzte eine Herausforderung und oft auch ein Dilemma: Eigentlich würden sie sich gern Zeit nehmen für die Patienten, zumal sie wissen, dass viele Erkrankungen psychosomatischer Natur sind. Hierfür fehlen jedoch zeitliche Ressour-

Wirtschaftspraxis
Verwaltungspraxis
Wirtschaftswissenschaften

Beiträge aus Lehre und Forschung

Diana Gotschy: Arbeitsmarktanforderungen an das wirtschaftswissenschaftliche Studium
Frank Schumann: Prozeßoptimierung in Unternehmensverwaltungen unter Einsatz von Office-Systemen
Isabelle Le Mouillour: Besonderheiten der Organisationskultur in französischen Unternehmen
Peter Hähnke: Benchmarking als neue Methode zur Wettbewerbsorientierung und langfristigen Sicherung der Konkurrenzfähigkeit
Wolfgang Siebers: Der Industriefilm als Marketing-Instrument - Eine empirische Analyse seiner Einsatzmöglichkeiten und Nutzung
Sylvia A. Kernke: Markt- und Zielgruppenanalyse als Grundlage eines Marketing Mixes, am Bsp. einer Pflegedienstleistungsfachzeitschrift
Anselm Hugle: Ein innovatives dienstleistungsbetriebliches Marketing-Konzept für ein Versorgungsunternehmen
Ruth Brede: Wertewandel und Freizeitverhalten - Eine empirische Analyse über die Nutzung der Freizeiteinrichtungen in Kassel
Dirk Kruse: Die externen Kosten der Energieversorgung
Dirk Maier: Unterstützung des Target Costing durch Prozeßkostenrechnung
Gerson Schweinsberg: Die Reform der Rechnungslegung von Versicherungsunternehmen
Antrittsvorlesung:
Udo Winand: Expertisesystem für Gesetzesnovellierung
Verzeichnis der Diplomarbeiten und Dissertationen

Doppelheft 1995 • 1/96

Weitere Veröffentlichungen finden Sie www.kernke.de

»Ich glaube, dass gerade hier im Vorderen Westen sehr vieles geht, was woanders nicht geht.«

Sylvia E. Kernke

Schön, wenn man die Weinhandlung im eigenen Haus und den Lieblingsitaliener um die Ecke hat.

Wo nimmst du nur diese Energie her?! Diese Frage wird Sylvia verhältnismäßig oft gestellt. Eine Antwort darauf hat sie auch nicht. »Ich bin eben so«, sagt sie achselzuckend. Die Frau mit den langen, kupferroten Haaren sprüht vor Ideen und Lebensfreude, ihr Temperament ist ansteckend. Keine schlechte Eigenschaft für eine, die in ihrem Beruf Andere dabei unterstützt, eigene Ideen und Wünsche nach vorne zu bringen. Vor über 27 Jahren macht sich die promovierte Wirtschaftswissenschaftlerin mit einem Beratungsunternehmen im Marketingbereich selbstständig, ihre Arbeit liebt sie noch immer. Und das ist auch gut so, denn viel Freizeit bleibt ihr nicht. Tagsüber empfängt sie Klientinnen und Klienten, gibt Coachings, Trainings und Seminare, reist für Termine durch ganz Deutschland. Abends bereitet sie den nächsten Tag vor und unterrichtet Studierende an der FOM Hochschule für Oekonomie & Management, wo sie eine Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre insbesondere Marketing inne hat. Das Pensum ist straff, aber Sylvia gut organisiert. »Neben Marketing unterrichte ich Kompetenz- und Selbstmanagement, da muss ich selbst mit gutem Beispiel voran gehen«, sagt sie lachend.

In Würzburg, München und New York hat die gebürtige Oehlshäuserin bereits gelebt und gearbeitet, bis es sie irgendwann wieder zurück in die nordhessische Heimat zieht. Lange Zeit wohnt sie in Zierenberg, am Fuße des Schreckenberges. Vor zweieinhalb Jahren tauscht sie dann ländliche Beschaulichkeit gegen urbane Betriebsamkeit. Vom Schreckenberg nach Kassel-West. »Ich habe zu jedem Zeitpunkt die richtige Entscheidung getroffen«, sagt Sylvia. »Mein Motto: Hinter jeder Veränderung steckt auch eine große Chance.« Die Suche nach einem neuen Heim in Kassel gestaltet sich einfach: »Die Wohnung hier habe ich nicht bewusst ausgesucht, die hat meine Intuition für mich gefunden. Und sie war schon ganz lange bestellt. Ich bin oft an dem Haus vorbei gefahren und, auch wenn es sich ein bisschen komisch anhört, irgendwie wusste ich, dass ich hier mal wohnen würde. Als ich dann tatsächlich auf Wohnungssuche war, blinkte dieses Angebot im Internet auf. Da bin ich sofort hergefahren.« Noch ehe die Wandfarbe getrocknet und die letzte Kiste ausgepackt ist, fühlt sich Sylvia schon heimisch – auch wenn das Wohnen direkt an der Hauptstraße sie hin und wieder auf die Probe stellt: »Ich habe manchmal das Gefühl, dass die Straßenbahn durch mein Bett fährt. In Zierenberg waren es die Spatzen, die mir die Ruhe geraubt haben und in Kassel ist es eben die Bahn. Ich überlege noch, was weniger schlimm ist!«, scherzt sie.

Im Vorderen Westen leben, für Sylvia bedeutet das „mittendrin" zu sein. »Was ich wirklich an diesem Viertel schätze: Du kannst hier rausgehen und dir mal eben einen Kaffee holen, in der Goethe joggen gehen oder dich mit Freunden auf dem Wehlheider Markt treffen«, sagt Sylvia. »Apropos, Ulla, da könnten wir doch auch mal wieder hin?!« »Du hast ja nie Zeit!«, kontert die augenzwinkernd und ergänzt: »Ich stimme Sylvia zu und erlebe es auch als Bereicherung, alles vor der Haustür zu haben. Wir haben hier etwa mit DA VINCI oder EIGENART sehr gute und stimmungsvolle Restaurants und eine vergleichsweise hohe Dichte an inhabergeführten Läden, die man so in anderen Stadtteilen eher weniger findet.« Ihren gemeinsam Kaffee nehmen Ulla und Sylvia am liebsten im Kiosk Treichel ein – ein lieb gewonnenes Ritual der Nachbarinnen.

Kunst und Kreativität sind schon lange fest in Sylvias privaten und beruflichen Leben verankert. Schon als Kind malt sie stundenlang mit Wasserfarbe und Wachsmalern, verdient ihr erstes kleines Geld mit neun Jahren, als sie mit einem Einhaarpinsel Miniaturlandschaften auf Kronkorken malt und diese

Die Professorin verbindet Leben und Arbeiten, dabei immer gut gelaunt. Unübersehbar: ihre Leidenschaft zu Büchern. Nach ihrer eigenen Auskunft stehe sie auf Büchern. Bei unserem Shooting steht sie daher auf einem Stapel, natürlich nur selbstverfasste Werke.

im Dorfladen verkauft. Als junge Frau besucht sie verschiedene Malklassen, unter anderem an der Art Students League of New York. »Mallehrer hatten es aber immer schwer bei mir, weil ich meinen eigenen Kopf und meine eigenen Vorstellungen hatte«, gesteht Sylvia. „Berufskünstlerin", das wollte sie ohnehin nie werden. Stattdessen taucht sie in die Welt des Marketings und der Werbung ein, wo sie ihre Kreativität ebenfalls hervorragend ausleben kann. Privat experimentiert sie weiterhin mit Farben und Materialien, mit Papier, Acryl und Gips. Sie ruft die Plattform vivars* ins Leben (www.vivars.de), um die Vernetzung von Künstlerinnen und Künstlern verschiedener Sparten zu unterstützen. Hin und wieder plant sie auch Kulturevents, wie das ungewöhnliche Projekt DORF-eigen-ART, bei dem internationale Künstlerinnen und Künstler ihre Werke in Scheunen, Ställen und Küchen der Dorfgemeinschaft ausstellen. Hier lernt sie auch die koreanische Künstlerin Song Li Seug alias Ankabuta kennen, die mit 10.500 kleinen, selbstgebastelten Ameisen bei der Ausstellung vertreten ist. Von Ankabuta ist Sylvias Lieblingsbild: ein großformatiges, organisches, in Grün- und Blautönen gehaltenes Acrylgemälde, das heute in ihrem Büro hängt. Seit Sylvia Kunst sammelt, legt sie viel Wert auf die persönliche Beziehung, die sie zu einem Werk hat: »Ich kann zu jedem Bild eine Geschichte erzählen, weil ich die Künstlerin oder den Künstler persönlich kenne, ausgestellt, gemacht oder beraten habe«, erzählt sie. Sie plädiert für »mehr Mut zu Farbe, Form und Raum« und ein Gang durch ihre Wohnung zeigt, dass dieses Motto für sie gelebte Realität ist. »Das ist der Unterschied zwischen Ulla und mir: Ulla ist zurückhaltend und so ist auch ihre Kunst. Und ich bin bunt, genau wie meine Kunst!«

Ulla und Sylvia sind froh über ihre gute Verbindung. »Ich schätze an Ulla ihre Klugheit, sie hat Stil, mondäne Weltoffenheit und sie liebt die Kunst«, sagt Sylvia. »Das finde ich so toll an der Kunst: Menschen kommen sich näher, Horizonte werden erweitert, Perspektiven können sich verändern. Und dafür sind wir beide ein schönes Beispiel.«

DR. SYLVIA KERNKE STEHT NUN AN DER SPITZE DER NORDHESSISCHEN KREATIVEN

Neue Präsidentin für den Marketing-Club

von Rainer Lomen

Bei der Hauptversammlung des Marketingclubs Nordhessen waren zwei Vorstandspositionen neu zu bestimmen. Die Zierenbergerin Dr. Sylvia E. Kernke, Marketingberaterin und Coach, wurde zur Präsidentin gewählt. Kernke löste Jürgen Reichert ab, Geschäftsführer der Bernhard Starke GmbH, der sein Amt fünf Jahre sehr engagiert sowie erfolgreich ausgeübt und aus gesundheitlichen Gründen zur Verfügung gestellt hatte. Zum geschäftsführenden Vorstandsmitglied machten die Clubmitglieder Antje Dittmar. Sie war zuvor bereits im Beirat des Clubs aktiv gewesen. Die beiden anderen Vorstandsmitglieder bleiben unverändert in ihrem Amt: Prof. Andreas Mann agiert weiterhin als Vizepräsident des Marketingclubs Nordhessen, Peter Crones betreut die Finanzen.

Nach der Hauptversammlung des Marketing-Clubs Nordhessen im Kasseler Schlösschen Schönfeld (v.l.n.r): Vizepräsident Prof. Andreas Mann, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied Antje Dittmar, Finanzvorstand Peter Crones, Präsidentin Dr. Sylvia E. Kernke und der langjährige Präsident Jürgen Reichert, der sein Amt aus gesundheitlichen Gründen zur Verfügung gestellt hatte.

kernke

Kernke an der Spitze

Marketing Club

Zierenberg. Im Rahmen der Jahreshauptversammlung des Marketingclubs Nordhessen wurde die Präsidentin und die Geschäftsführerin neu bestimmt. Dr. Sylvia E. Kernke, Marketingberaterin und Coach aus Zierenberg, wurde zur Präsidentin gewählt. Kernke löst damit Jürgen Reichert von Starke Datensysteme ab, der sein Amt aus gesundheitlichen Gründen zur Verfügung stellte. Zum geschäftsführenden Vorstand wurde Antje Dittmar, Personalberaterin aus Wittzenhausen, gewählt.

Kernke – Agentur für Marketing und Kommunikation

25 Jahre erfolgreiche Marketingberatung

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke erhielt die Urkunde für ihr 25-jähriges Firmenjubiläum im Bereich Marketing- und Kommunikationsberatung. Die erfolgreiche Unternehmerin gründete 1991 in München die Kernke-Agentur für Marketing und Kommunikation GmbH + Co KG. Ab 1992 war sie für regionale und überregionale Unternehmen von Zierenberg aus tätig. Im März wurden die Geschäftsräume nach Kassel in die Wilhelmshöher Allee 118 verlagert.

Seit Gründung der Agentur hat sich Kernke auf Marketing für Dienstleister bzw. die Gesundheitswirtschaft spezialisiert. Neben der Marketing- und Kommunikationsberatung sowie Seminaren und Coachings in diesem Bereich organisiert sie mit ihrem Team regelmäßig die Zentrale Marketing-Tagung in der Gesundheitswirtschaft (ZeMark), die im September zum Thema „Integriertes Marketing" in Kassel stattfinden wird. Interessierte finden Informationen unter www.zemark.de.

Die profunde Berufserfahrung und hohe Kompetenz der Unternehmerin fließen in die Ausbildung junger Menschen ein. Kernke lehrte bereits an verschiedenen Fakultäten. An der Akademie für Absatzwirtschaft unterrichtete sie 15 Jahre das Prüfungsfach Verkaufsförderung, seit 2013 lehrte sie unter anderem an der Hessischen Berufsakademie, der VWA in Kassel und Frankfurt sowie an der Hochschule Fulda. Das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst verlieh Kernke im Juli 2014 die Bezeichnung Professorin der Hessischen Berufsakademie.

Die größte private Hochschule Deutschlands, die FOM Hochschule für Oekonomie & Management mit Sitz in Essen, betraut Kernke mit der ersten Professur am neugegründeten Studienzentrum in Kassel. Dort ist sie für das Ressort allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing zuständig. Die FOM bietet ausbildungs- und berufsbegleitende Bachelor-Studiengänge an, die Vorlesungen finden abends und samstags statt. Kernke: „Meine Beratungs- und Coaching-Tätigkeit, die vornehmlich tagsüber realisiert werden kann, lässt sich hervorragend mit der abendlichen Lehre im Bereich Marketing an der FOM kombinieren."

Zum Tätigkeitsschwerpunkt zählen Marketing- und Kommunikationsberatungen, Coachings, Trainings zu den Themen Marketing, Kommunikation, Verkauf, Kundenorientierung und Persönlichkeitsentwicklung. Kernke hält deutschlandweit Vorträge und war nahezu zwanzig Jahre ehrenamtlich für den Marketingclub Nordhessen tätig. Für Kunden aus dem Ressort Gesundheit und Kosmetik betreut Kernke umfangreiche Business-Konzepte und unterstützt Unternehmer bei der Erreichung ihrer Ziele. Diese Betreuung geht weit über die Konzeptionserstellung hinaus und reicht bis in die operativen Phasen und Bereiche hinein. Ergänzend zu den genannten Aufgabenstellungen unterstützt Kernke seit Kurzem Künstler auf der Internet-Plattform www.vivars.com, welches ihr ein ganz persönliches Anliegen ist.

NH

Erhielt die Urkunde für ihr 25-jähriges Firmenjubiläum von der IHK überreicht: Prof. Dr. Sylvia E. Kernke.
(Foto: Zgoll)

enberg · Habichtswald · Wolfhagen Montag, 3. Juli 2006

Kultur im Herzen

Die Oelshäuser Unternehmerin Sylvia Kernke fördert Künstler und Kunstprojekte

Von Cornelia Lehmann

Freundinnen: Sylvia Kernke (rechts) mit Ankabuta (Song-Li Seuk) vor einem Gemälde der koreanischen Künstlerin, die mit einem Ameisen-Projekt auch schon bei der Oelshäuser DORF-eigen-ART vertreten war. Foto: Lehmann

OELSHAUSEN. Mangelndes Durchsetzungsvermögen wird ihr niemand vorwerfen können. Und an intelligenten Ideen im Marketing und für die Kunst fehlt es ihr auch nicht: Sylvia Kernke ist Powerfrau durch und durch. Das bewies sie am Wochenende beim Doppeljubiläum.

Statt ganz normal 40. Geburtstag und 15-jähriges Firmenbestehen zu feiern, gab's einen 15-Stunden-Jubiläumsmarathon mit 40 Überraschungen und 40 Köstlichkeiten und - natürlich - 15 Programmpunkten.

Die Werbefachfrau, die so gerne lacht, stammt aus Oelshausen. Doch irgendwann zog es sie aus der Beschaulichkeit eines kleinen Dorfes hinaus in die große weite Welt. In München gründete die Diplom-Ökonomin und staatlich geprüfte Kommunikationsfachwirtin ihr Unternehmen, die Kernke-Agentur für Marketing und Kommunikation. „Wenig später habe ich richtig entdeckt, wie schön es in Nordhessen ist", erklärt Kernke die Rückkehr nach Oelshausen. Dort, wo ihre Wurzeln sind, hat sich mittlerweile auch die kleine, aber feine Marketing-Agentur, die sie mit Unterstützung von drei Mitarbeitern führt, etabliert.

Aus ganz Deutschland, aber auch aus dem Ausland - kürzlich übernahm Kernke ein Projekt in den USA - kommen die Aufträge von Unternehmen, für die die Oelshäuser Firma Konzepte für die Vermarktung entwickelt und auch bei der praktischen Umsetzung hilft.

Oelshausen empfindet die 40-Jährige, die als Dozentin auch für die Nachwuchsausbildung sorgt, keineswegs als Provinznest, sondern als liebenswerten und vor kreativem Potenzial strotzenden Ort, der schön längst aus dem Dornröschenschlaf wachgeküsst wurde. Nicht zuletzt durch Sylvia Kernke selbst. Denn dank ihrer „Affinität zur Kunst" erweckte sie die DORF-eigen-ART, eine Ausstellung, die alle vier Jahre ganz Oelshausen mit Kunst überflutet und private Haushalte ins Konzept integriert. Doch nicht nur öffentlich, sondern auch privat fördert sie Künstler und Kunstprojekte. Kein Wundern, dass beim Jubiläumsmarathon von Lazlo Horvath über Ankabuta bis Lothar Spohr die Künstler in der Überzahl waren - längst sind aus Mäzenatentum enge Freundschaften geworden.

Kreative Prozesse

„In erster Linie bin ich Geschäftsfrau", sagt Sylvia Kernke, nebenher auch noch seit zwei Jahren Geschäftsführerin des Marketingclubs Nordhessen„ Kultur ist mein Privatvergnügen." Wenn sich dennoch ab und an Unternehmensstrategien mit Kulturkonzeptionen verquicken lassen, ist das aber mehr als eine zufällige, glückliche Symbiose. Denn den künstlerischen Aspekt und den Wunsch, sich und andere in kreative Prozesse einzubringen, hat die Firmenchefin immer im Hinterkopf.

Kontakt: Kernke-Agentur. Erpegasse 2, Oelshausen, 05606/5 66 50, E-Mail: info@kernke.de. Internet: www.kernke.de

Der Kunst verpflichtet

Die Kernke-Agentur feiert Jubiläum.

Die Kernke-Agentur für Marketing und Kommunikation feiert mit einer Reihe von Veranstaltungen ihr 15-jähriges Bestehen in Oelshausen. Bis zum 31. August werden 15 Exponate der Künstler Song-Li Seuk alias Ankabuta, die „Spinnenfrau", sowie Elke Geide und Lothar Spohr gezeigt. Außerdem hat der Kasseler Künstler Laszlo Horvat den Flur und das Treppenhaus der Agentur verwandelt: Ein modernes Fresko bietet der Agentur neue Inspiration. Alle Arbeiten können jederzeit nach telefonischer Anmeldung in den Agenturräumen in Oelshausen betrachtet werden.

Laszlo Horvat in Aktion: Im Treppenhaus der Agentur hat der Künstler ein Wandbild hinterlassen.

Seit vielen Jahren unterstützt die Unternehmensgründerin Sylvia E. Kernke zahlreiche Künstler und hat bereits eine interessante Sammlung von Exponaten angelegt.
Die Marketingberaterin hat bereits zahlreiche Kunstausstellungen ehrenamtlich organisiert. Seit neun Jahren initiiert sie die sympathische „Dorf-eigen-Art", eine Ausstellung, die Künstler und Kunstwerke im privaten Umfeld in Oelshausen präsentiert. In den eigenen Agenturräumen bietet sie regelmäßig Flächen für Künstler und Kunstinteressierte. Mit Künstlern wie Siggi Desans, Lys Friedrich Sers, Lucy Frolova-Bagreva, Professor Ullrich, Reimer Hennings, Walter Lindemann u.v.m., deren Werke anlässlich des 15-jährigen Jubiläums ausgestellt werden, hegt Kernke eine freundschaftliche Verbundenheit.

kernke

Kinkel in New York getroffen

Die einen fliegen nach New York, um dort Urlaub zu machen und sich die Stadt anzusehen. Andere haben schlichtweg beruflich dort zu tun, wie die junge nordhessische Unternehmerin ***Sylvia Kernke****. Die freiberufliche Marketing- und Kommunikationsfachfrau aus Zierenberg arbeitete zwei Monate für das German Information Center im Big Apple. Dieses ist als Pressestelle der Botschaft Washington unterstellt und betreibt Öffentlichkeitsarbeit für die Bundesrepublik Deutschland. Nicht nur Pressearbeit stand für die Nordhessin an, auch interessante Begegnungen auf höchster Ebene: Bei einem Empfang des noch amtierenden Außenministers* ***Klaus Kinkel*** *im vornehmen Grand Hyatt Hotel stellte sie sich dem F.D.P.-Politiker förmlich vor, schüttelte ihm die Hand. Zwei, drei persönliche Worte wurde gewechselt, dann dankte er ihr – auch ganz förmlich – für die ausgezeichnete Mitarbeit „in der federführenden Rolle" beim Empfang der rund 1000 geladenen Gäste.*

Noch-Außenminister Klaus Kinkel fand in New York lobende Worte für Sylvia Kernke, Leiterin einer Kommunikations- und Marketing-Agentur in Zierenberg. *Foto: nh*

kernke

R. 240 WO DONNERSTAG, 15. OKTOBER 1998 10

'LVIA KERNKE

Von Nordhessen nach New York

ie Oelshäuser Marke-
ıg-Fachfrau Sylvia
ernke war zwei Monate
ı German Information
enter in New York tätig.

ELSHAUSEN ■ Ihr Leben
ielt sich da ab, wo andere
enschen beeinflußt werden, in
r Werbung. Genauer gesagt,
ı Marketing. Sylvia Kernke ist

ON STEFAN BERNDT

eiberufliche Marketing- und
ommunikationsfachfrau aus
elshausen mit einer eigenen
gentur. Ihr neuestes Projekt
hrte die Diplom-Ökonomin
r zwei Monate zum German
formation Center (GIC) nach
ew York. Ihre Aufgaben: Öf-
ntlichkeitsarbeit für die Bun-
srepublik Deutschland.
Ein günstiger Zeitpunkt für
ernke, denn in ihren Aufent-
lt fielen die UNO-General-
rsammlung und die Bundes-
gswahlen. „Der Wahlausgang
ar für die 700 Gäste in New
ork, vornehmlich Deutsche,
aber auch einige Amerikaner, keine große Überraschung", beschreibt Kernke den Wahlabend in den Staaten. „Daß die SPD gewonnen hat, hat dort keinen umgehauen", bringt es die Werbefachfrau auf den

Punkt.
Ein Höhepunkt war sicherlich der Empfang von Außenminister Klaus Kinkel in New York mit weiteren 40 Außenministern. Dabei galt es, die Organisation für 1000 geladene Gäste zu erledigen. Für die Zierenbergerin bot sich die Gelegenheit für ein kleines Shake-

Sylvia Kernke aus Oelshausen hat für das German Information Center in New York gearbeitet. (Repro: Müller)

hands mit dem noch amtierenden Außenminister. Sehr introvertiert, kommunikativ und sehr freundlich war Syliva Kernkes Eindruck von dem FDP-Politiker.

Neben der Arbeit für die Empfänge war Kernke für das German Information Center als Redakteurin und Presseredakteurin tätig. Vornehmlich schrieb sie für Zeitungen für deutschstämmige Amerikaner, die in den Staaten eine Auflabe bis zu 30 000 Exemplaren erreichen.

Positives Fazit

Nach knapp zwei Monaten zieht Kernke ein positives Fazit ihres Amerika-Aufenthalts: Viel gelernt, viel erlebt - aber doch glücklich, wieder im heimischen Oelshausen zu sein. Dort wartet viel Arbeit auf die Unternehmerin, die Vorsitzende des Oelshäuser Vereins Dorf-Eigen-Art und im Arbeitskreis des Junioren-Marketing-Clubs Nordhessen aktiv ist.

Weitere Veröffentlichungen finden Sie auf

www.kernke.de

Wer bin ich?

»Unterschiedliche Krisen
haben auch mir geholfen,
mich neu zu erfinden und
zu wandeln. Ich bin
dankbar für die Chancen,
die sich daraus ergaben.«

Wer bin ich?

Der Mensch:	Prof. Dr. Sylvia E. Kernke, geboren im März 1966 **kommunikativ, kreativ, inspirativ**
Die Unternehmerin:	Ich habe mich bereits während meines Studiums selbständig gemacht, um mir dieses zu finanzieren. Daher war ich Inhaberin, Freiberuflerin, Geschäftsführerin, Gesellschafterin
Die Herkunft:	Ich stamme, wie es so schön heißt, aus überschaubaren Verhältnissen. Mein Vater ist früh verstorben und meine Mutter war dann damit beschäftigt, zwei Töchter allein und ohne Geld aufzuziehen. Mit 8 Jahren musste ich daher bereits die Verantwortung weitestgehend für mich allein tragen. Ich darf mit Stolz sagen, dass ich kein Protegé bin und alles aus eigener Kraft geschafft habe. Meine Werte, die mich leiten, sind früh auf dem Dorf, auf dem ich aufgewachsen bin, geprägt worden. Meine Schwester ist meine wichtigste und treueste Bezugsperson. Ich bin stolze Patentante von wunderbaren Patenkindern.
Quellberuf:	Nach meiner Hochschulreife habe ich zunächst den Beruf der Rechtsanwaltsgehilfin erlernt, beim Mieterverein Kassel und bei der HUK-Versicherung gearbeitet. Dann habe ich mich 1991 in München selbständig gemacht!

Verbunden mit einer Krise habe ich meine Freude an Wissen und Weiterbildung entdeckt und hab mich auf den Weg gemacht und studiert.

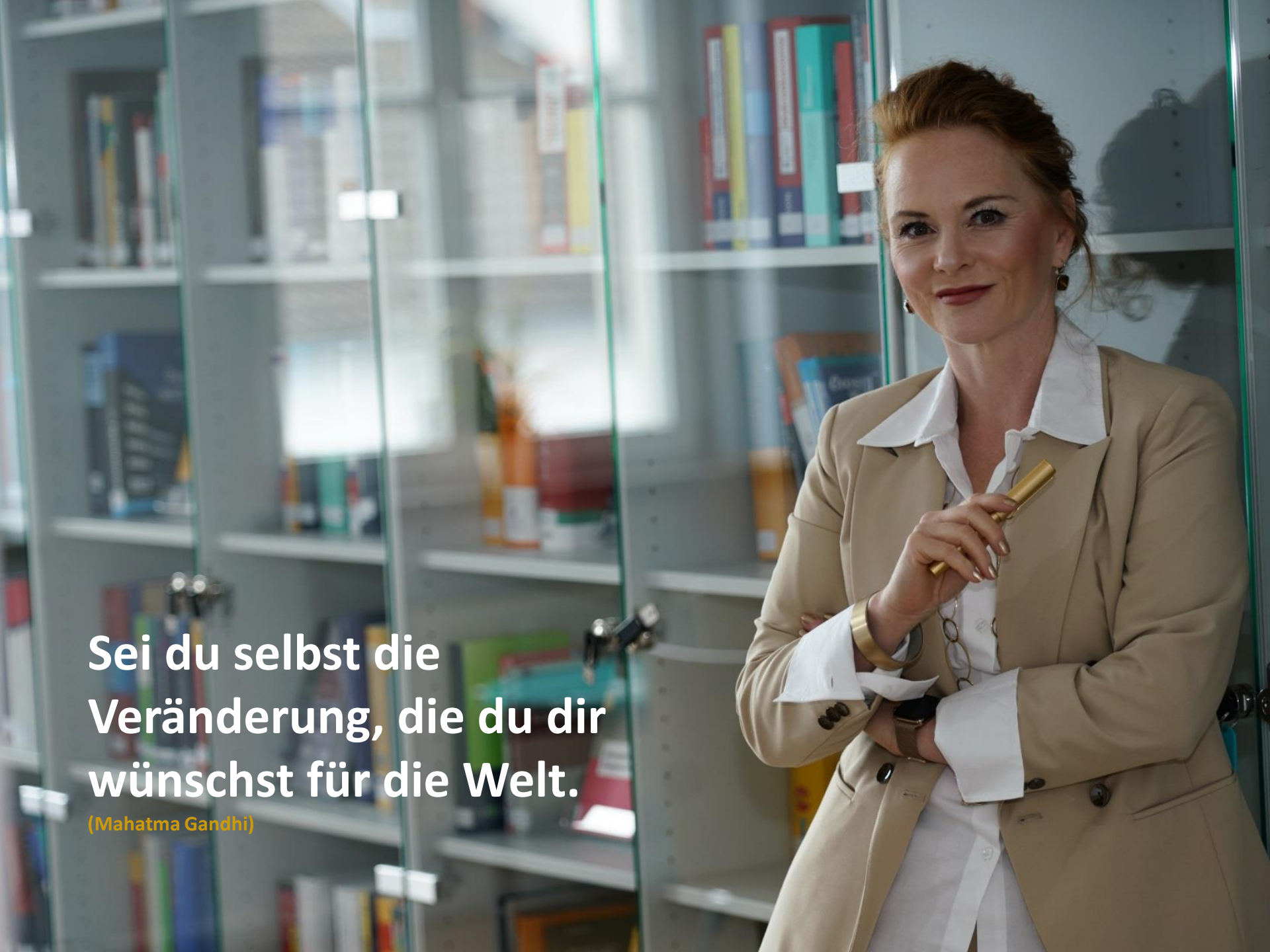
….denn es ist nie zu spät für Potenzialentfaltung sowie Selbstverwirklichung!

Mein Werdegang

- ✓ **Studium der Kommunikation** an der Akademie für Kommunikation, Staatl. gepr. Kommunikationsfachwirtin
- ✓ **Studium der Wirtschaftswissenschaften** an der Universität Kassel
  Schwerpunkt Marketing
  - 1995 Diplom I (Diplom Oeconomin)
  - 2000 Diplom II (Diplom Note 1,0)
  - 2009 Dissertation (Doctor rerum politicum)
    Bei meiner quantitativ/explorativen Forschung wurde ich von der **UNESCO** unterstützt
  - 2014 Professur an der BA
  - 2016 Professur an der FOM (Betriebswirtschaft/Marketing)

Selbständig seit Juli 1991
Geschäftsführende Gesellschafterin seit 2000 der Kernke-Agentur für Marketing und Kommunikation GmbH + Co KG
Geschäftsführende Gesellschafterin seit 2000 des Kernke-Instituts für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft GmbH (Schwerpunkt Gesundheitswirtschaft)

einen tabellarischen Lebenslauf mit den wichtigsten Stationen finden Sie www.kernke.de


Sei du selbst die
Veränderung, die du dir
wünschst für die Welt.
(Mahatma Gandhi)

Meine Unternehmen

Die Agentur

Business-Coaching

Trainings und Seminare

Vorträge

Marketing-/Kommunikations-
Beratung u. Konzepte

Veranstaltungen
Events, Tagungen

Studienreisen

Kreation

Das Institut

Das Gesundheitswesen ist eine besondere Branche, dieser Tatsache bin ich von Beginn an mit einem separaten Unternehmen gerecht geworden.

Marktforschung

Marketingberatung

Trainings, Seminare

Vorträge, Tagungen

Kunst in Kliniken

INSPIRATION

INSPIRATION

G.O.L.D. – Inspirations-Methode

G.O.L.D. - Methode

Meine Arbeit erfolgt mittels der von mir konzipierten GOLD-Methode

G. – GOAL – Genaue Analyse und Zielbestimmung

G

Nachstehende Inhalte können die einzelnen Phasen enthalten:

- Analyse von SOLL- und IST-Zuständen
- Herausstellen der Stärken- und Schwächen
- Ermittlung von Mitarbeiter-/Kundenzufriedenheit
- Definition von Chancen und Risiken
- Definition der persönlichen sowie beruflichen Ziele
- Festlegung der Unternehmens-Etappen sowie -Gesamtziele
- Klärung von Gesundheit – Sinn – Beziehungen – Beruf (Privatperson)
- Teilnehmer-Bedarfsermittlung vor Seminaren, zweck Inhaltsoptimierung

O. OPPORTUNITIES – Wege, die zum Ziel führen

O

- Potenzialermittlung/Potenzialentfaltung
- Module: Gesundheit – Motivation – Orientierung – Marketing – Strategie
- Ausloten der Möglichkeiten, die zum Ziel führen
- Ausloten der Möglichkeiten zur Zielerreichung
- Konzepte, um Menschen auf die bevorstehenden Veränderungen/Transformationen mitzunehmen

G.O.L.D. - Methode

Meine Arbeit erfolgt mittels der von mir erfolgten GOLD-Methode

L. LEADING – Führen und Begleiten zum Ziel

L

- Initiatives und proaktives Agieren
- Prozessentwicklung von Maß- und Aktivitätsplänen
- Step-by-Step der Zielerreichung nähern
- Dieser Prozess kann fakultativ begleitet werden. Somit verbleiben wichtige Ansprechpartner für die Herausfoderungen, die sich auf dem Weg zum Ziel ergeben – und vor allem, man bleibt dran
- Die meisten Beratungsprozesse enden hier, Kernke begleitet Sie wunschgemäß bei dieser wichtigen Phase

D. DURING – anhaltender/nachhaltiger Erfolg durch Kontrollieren und Überprüfung

- Während der Umsetzung greift bereits die Umsetzungs-Unterstützung
- auf Wunsch Begleitung/Kontrolle bzw. Überwachung der Etappenziele
- Das Ziel ist erreicht! Wohin geht es danach?
- Was ist jetzt wichtig, damit Erfolgswege nachhaltig eingehalten werden und sich alte Muster nicht wieder durchsetzen?
- Während und nach Zielerreichung kann individualisiert überprüft und unterstützt werden.

Das D steht jedoch auch für anhaltende Entwicklung: DEVELOPMENT

D

Konzentriere nicht all deine
ganze Kraft auf das Bekämpfen
des Alten, sondern darauf,
das Neue zu formen.
(Sokrates)

Was hab ich gemacht?

Beratungserfahrung/Konzepterstellung und Realisation

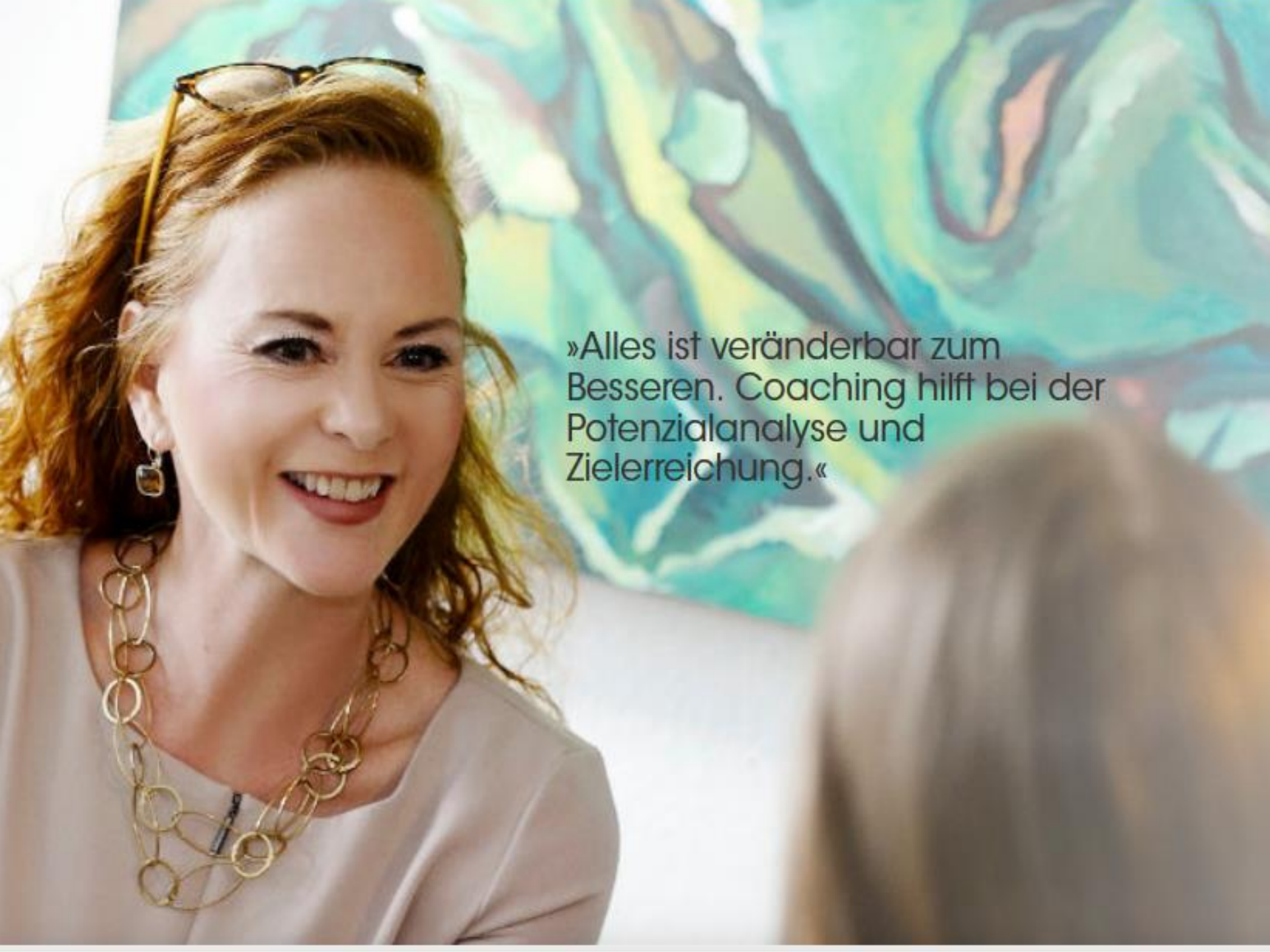
- unterschiedliche Kunden, verschiedener Branchen (Medizin, Gesundheitswesen, Kosmetik, Handwerk, Handel, Künstler, Weiterbildung, Reisen, Dienstleister etc.)
- Veranstaltung und Organisation von Tagungen, Kongressen
- Verlagsmitarbeit mit anschließender Leitung der Deutschen Generalvertretung des Schweizer HpS Mediaverlages (Mönchaltorf/Zürich), Marketingleitung, Organisation von Fachkongressen, Tagungen und Leserreisen (1992 - 2000), Markteinführung eines Online-Mediums/-Plattform www.printernet.info
- Kooperation mit weiteren Fachverlagen Bibliomed (Melsungen), Baumann (Kulmbach), Kohlhammer (Stuttgart), Vogel u. Urban (München), Elsevier (München) sowie Veröffentlichung von Fachartikeln
- Markt- und Meinungsforschung im Kundenauftrag als Grundlage strategischer Marketingkonzepte
- Mitarbeiterschulungen und Inhouse-Seminare im Kundenauftrag (unterschiedlicher Thematiken wie Verkaufstrainings, Verkaufsförderung, Mitarbeiterführung, Beschwerde-, Krisenmanagement, Kommunikation, Kundenorientierung)
- Kommunikationskonzepterstellung
- Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit
- Werbung, Verkaufsförderung, Eventplanung
- Organisation und Initiation verschiedener Kultur-Events/-Veranstaltungen und Marketingsupport

Was hab ich gemacht?

Coaching/Training/Bildungsbranche

- Coaching von Führungskräften und Unternehmern
- Über 180 Firmeninhaber der Dienstleistungs- bzw. Kosmetikbranche wurden seit 2005 erfolgreich betreut in Bereichen wie bspw. Unternehmercoaching, Beratung und Trainings, Schulungen
- Seminarkonzepterstellung für Verkaufstrainings/Persönlich-keitsentwicklung
- Coaching von Künstlern und Kreativen
- Lehrgangsorganisation, Coaching der Teilnehmer sowie Unterrichtsplanung und -durchführung für Bildungsinstitut Kraus, Warburg (Teilzeit 2000 – 2001)
- Kursleitung, Coach und Trainerin für VARIO, Personal- und Unternehmensberatung sowie Bildungsträger und Firma personal-aktiv, Kassel (Teilzeit 2001 – 2003)
- Trainerin für Forum Consult, Göttingen in den Bereichen Kommunikation, Marketing etc. (freiberuflich 2001 – 2004)
- Kooperation mit Praxismanagement Huttary, Seminare für Roche Pharma AG, deutschlandweit (freiberuflich 2004 – 2010)
- DIOMEDES Health Care Consultants GmbH, Melsungen (Tochterunternehmen B. Braun Melsungen, freiberufliche Trainerin 2007 - 2008)
- Coachings im Auftrag von Effect for Life GmbH, Kassel

SELBST


»Alles ist veränderbar zum
Besseren. Coaching hilft bei der
Potenzialanalyse und
Zielerreichung.«

kernke

Seminare und Vorträge zu
unterschiedlichen Themen

Weiterbildungsangebote wie hier:
Health-Marketing-Coach
und modularer Business-Coach

ZIELE
AUALYSE

Was hab ich gemacht?

Lehrerfahrung

- Lehrauftrag und Festanstellung an der FOM Hochschule für Oekonomie und Management, Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre insbesondere Marketing, seit 2014
- Hessische Berufsakademie
- Module: Kompetenz- und Selbstmanagement, Schlüsselqualifikationen, Arbeitstechniken, Marketing im Gesundheitswesen, Produkteinführung, Unternehmens- und Markenkommunikaiton, Wissenschaftliches Arbeiten
- Gastvorlesungen an der Dualen Hochschule Baden Württemberg, Stuttgart und an der FH Fulda
- Fachdozentin für Verkaufsförderung, Schlüsselkompetenz und Kreativität an der Akademie für Absatzwirtschaft, Kassel (2000 – heute), Mitglied der Prüfungskommission zur staatlichen Abschlussprüfung
- Verkaufsförderung - Vorlesungen Werbeakademien, Erfurt und Leipzig (2000 – heute)
- Seminare und Weiterbildungsveranstaltungen in der Gesundheitswirtschaft auch in Kooperation mit der Akademie für Absatzwirtschaft (2003 - 2004)
- Lehrauftrag der VWA, Kassel (WS 2012/2013)
  Betreuung der Fallstudie/Case Study
- Lehrauftrag FOM, Kassel (WS 2013/2014)
  Wissenschaftliches Arbeiten, Effizienz und Arbeitstechniken
- Lehrauftrag FH Fulda (SS 2014)
  Marketing in der Gesundheitswirtschaft
- Unterricht für Roche Pharma, Praxismanagement Huttary, Businesscoaching "get more competence", Inhouse-Seminare etc.

Was hab ich gemacht?

Expertise in Unternehmensberatungen (außer meiner eigenen)

07/1991 – 12/1991	Zirkel 2000, München
08/2000 – 01/2001	Kraus Bildungsinstitut - Unternehmensberatung
08/2001 – 01/2003	VARIO Unternehmensberatung

Auslandstätigkeiten

Projektarbeit im German Information Center in New York, Organisation von Events und Redaktionsarbeit für Wochenzeitschrift

Zusatz-Qualifikationen

Weiterbildung

06/1995	- Ausbildereignungsprüfung, berufs- und arbeitspädagogische Kenntnisse, IHK Kassel
06/2010	- NLP Basisseminar, Konzept und Methoden des NLP Coachings
2011/2012	- Einzelunterricht und Blockseminar Business-English, Berlitz Frankfurt und Kassel
02/2012 – 03/2012	- Entwicklung und Management von Forschungsprojekten
2010 – 2012	- Diverse Coaching Seminare bei imaco, Forchheim
10/2016 – 07/2017	- Ausbildung zur Kunst- und Kreativ-Theapeutin, Paracelsus Kassel
2019	- Hypnotiseurin, TheraMed-Institut Darmstadt
2020	- Ausbildung als Key-Note-Speaker bei Hermann Scherer

Was hab ich gemacht?

Seit 2010 werde ich im Deutschen Rednerlexikon geführt.

ImpulsVorträge/Speaking

In meiner fast 30jährigen Selbstständigkeit habe ich unzählige Vorträge und Impuls-Vorträge (Key-Notes) gehalten.

Diese aufzulisten ist kaum möglich.

DR. SYLVIA E. KERNKE

Kurzbiographie

Dr. Sylvia E. Kernke, 1966 in Nordhessen geboren, studierte Wirtschaftswissenschaften, Marketing, Kommunikation und Kunstgeschichte. Seit 1991 berät und referiert sie als Senior-Marketing-Consultant, Trainerin, Referentin und Coach in Deutschland, Schweiz und USA. Sowie die Kernke-Agentur GmbH + Co. KG als auch das Kernke-Institut für Marketing und Kommunikation GmbH werden von ihr als geschäftsführende Gesellschafterin sehr erfolgreich geführt. Sie ist als Dozentin verschiedener Werbeakademien tätig und seit 1995 im Vorstand des Marketingclubs Nordhessen engagiert. Sie initiiert verschiedene Kunst- und Kulturinitiativen, die als beispielhafte Kommunikations- und Begegnungsplattformen verschiedener Zielgruppen gelten. Sie gründete einen Kulturverein sowie einen Marketingclub im Gesundheitswesen. Sie schuf die Zentrale Marketing-Tagung in der Gesundheitswirtschaft (ZeMark) als einen innovativen Treffpunkt in der Klinikbranche, die seit 2003 jährlich stattfindet. Marketing für Dienstleistungserstellungsprozesse sind neben Marketing mit und durch Kunst ein wichtiger Baustein ihrer täglichen Arbeit. Mia Mare Bildungsreisen, bei denen Wissensvermittlung und Erholung gleichsam kombiniert werden, wurden von ihr mit gegründet. Sie führt Unternehmen und Menschen zu Erfolgen, weil sie alles und jeden Ansprechpartner individualisiert und keine Standardkonzepte kopiert und implementiert.

Themen

Das Solitärprinzip
Partner, Mitarbeiter und Kunden bedürfen individueller Strategien

Kunst-reiches Marketing – die sprichwörtliche Unternehmenskultur
Mit Kunst- u. Kulturevents Kunden- und Mitarbeiterbindung gestalten

Marketing für Dienstleister
Je intangibler die Produkte, desto wichtiger der Mitarbeiter und Service

Moderne Verkaufsförderung

Referenzen und Kundenstimmen

»Teilnehmer werden von Frau Kernke kompetent und engagiert geschult, beraten und betreut.« *Ingeborg Frimmel, Fa. Catherine*

»Vielen Dank für Ihren erfrischenden Vortrag ...« *Dr. Fank Hüttemann, Stabsstelle Wirtschaftsförderung des Landkreises Marburg-Biedenkopf*

»Sylvia Kernke bietet einen abwechslungsreichen, lebendigen Vortragsstil mit interessanten Praxisbeispielen. Mit ihrer charmant-resoluten Wissensvermittlung aktiviert sie mühelos auch große Gruppen.« *Volker Baars, Akademieleiter AfAK*

Veröffentlichungen

Auszeichnungen und Pressestimmen

Paul-Dierichs-Preis für Bürgerengagement

Initiatorin Get more competence-Trophy

Initiatorin ZeMark-Med Award

»Mangelndes Durchsetzungsvermögen wird ihr niemand vorwerfen können. Und an intelligenten Ideen im Marketing und für die Kunst fehlt es ihr auch nicht: Sylvia Kernke ist Powerfrau durch und durch.« *Hessische/Niedersächsische Allgemeine*

»Die Teilnehmer des Seminars bestätigten im Anschluß ausdrücklich, dass ihre Erwartungen zu 100 Prozent erfüllt worden waren.« *Wirtschaft Nordhessen*

349

Aufnahme i. d. Redneragentur

kernke

Speakers Excellence

Suche: kernke | Veranstaltungsort: Berlin, DE | Datum: tt.mm.jjjj | Auftrittszeit: Beginn | Dauer

Suche zurücksetzen

Experten Suchergebnis

Powered by Speakers Excellence

1 verfügbare Experten.

Expert Marketplace

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke

evtl. verfügbar

Sprachen:

Honorar: einloggen | kostenlos registrieren

Reisekosten: bitte Ort und Uhrzeit eintragen

Impressionen der Bühnenpräsenz

»Jeder Mensch ist ein Solitär – das Team ist eine Kombination von Solitären – der Feinschliff sind Trainings im Veränderungsprozess und Impulsvorträge.«

G.O.L.D. Inspiration
bei Vorträgen

Impressionen der
Bühnenpräsenz

…begeisternd!

…überzeugend!

…motivierend!

...inspirierend!

…berührend!

HERMANN
SCHERER
EXCELLENCE
AWARD
HERMANN
SCHERER

HERMANN
HERMANN SCHERER
DIPLOM
GOLD
PROGRAMM
Sylvia Kemke

Prof. Dr. Sylvia E. Kernke hat im September 2020 in Berlin den Weltrekord in der Dauerrede aufgestellt.

Für Ihre Veranstaltung geht es selbstverständlich auch kürzer ;)

weitere Impressionen der Vorträge und Moderation

kernke
Herzlich Willkommen
ZeMark 2009
kernke institut
ZeMark
kernke institut
ZeMark

Vorträge
Impulsvorträge
Keynote-Speaking
Moderation

Vorträge Rund um die Themen Marketing, Kommunikation, Verkauf, Kundenbindung und Service.

Events Keynotes/Laudatio bei im Kundenauftrag.

Frauenforum, eine Veranstaltungsreihe der FOM, Kassel

Ich habe nicht nur selbst Vorträge gehalten, sondern auch Veranstaltungen organisiert und moderiert, beispielsweise mit Rüdiger Dahlke und Hermann Scherer.
Auch hierbei war es mir auch hier wichtig, andere zu inspirieren!

Erfolgsmotivator macht Mut

„Mit Mut und Leidenschaft zum (Unternehmer)Erfolg" – unter diesem Motto hatte der Marketingclub Nordhessen zu einem Vortrag in den Gesellschaftssaal des Kongresspalais nach Kassel eingeladen. Ehrenpräsident **Prof. Ewald Griesel**, und der geschäftsführende Vorstand, **Dr. Sylvia E. Kernke**, konnten über zweihundert Gäste begrüßen.

Sie erlebten einen kurzweiligen Vortrag von **Hermann Scherer**, einer der bekanntesten Motivatoren und Redner Deutschlands. Das Fazit seines rund 90-minütigen Vortrages lautete, mehr Leidenschaft und Emotion in den Alltag zu bringen und den Mut aufzubringen, dies umzusetzen. „Die Verantwortlichen halten bloß durch, die Leidenschaftlichen leben." Im Anschluss an **Hermann Scherers** gelungenem Auftritt lud der Club zum kommunikativen Ausklang und einem Glas Sekt ein.

Marketingclub Nordhessen (v.l.): Ehrenpräsident Prof. Ewald Griesel, Geschäftsführerin Dr. Sylvia E. Kernke, Hermann Scherer. Foto: Kernke

IMPRESSUM
EXTRA TIP MEDIENGRUPPE

Vorträge zum Thema Internes Marketing und Unternehmenskultur.

„Was außen glänzen soll, muss innen mindestens funkeln oder noch besser glitzern.“

„Enthusiasmus ist das schönste Wort der Erde.“
(Christian Morgenstern)
„Begeisterungsfähigkeit ist die bestbezahlte Eigenschaft der Welt.“
(Frank Bettger)

GOLD

Zertifikate und Urkunden

Zertifkate und Urkunden

…eine Auswahl

Mensch Umwelt Kunst Technik UNIKASSEL VERSITÄT

Der

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

verleiht

Frau

Sylvia Evelin Kernke

geboren am 15. März 1966 in Wolfhagen

den Grad eines

Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Dr. rer. pol.)

nachdem sie in ordnungsgemäßem Promotionsverfahren durch ihre Dissertation

Evaluierung kultureller Marketingstrategien im Krankenhaus

mit der Note
gut (cum laude)

sowie durch die Disputation ihre wissenschaftliche Befähigung nachgewiesen und aufgrund dieser Leistungen die Gesamtnote

„gut"
(cum laude)

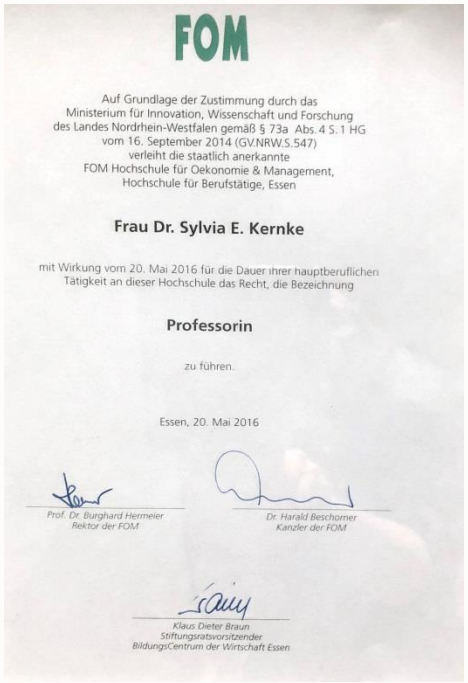
erhalten hat.

Kassel, den 24. Juni 2009

Der Präsident
(Prof. Dr. Rolf-Dieter Postlep)

Der Dekan
(Prof. Dr. Andreas Hänlein)

Notenstufen: mit Auszeichnung (summa cum laude), sehr gut (magna cum laude), gut (cum laude), bestanden (rite)



FOM

Auf Grundlage der Zustimmung durch das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen gemäß § 73a Abs. 4 S. 1 HG vom 16. September 2014 (GV.NRW.S.547) verleiht die staatlich anerkannte FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Hochschule für Berufstätige, Essen

Frau Dr. Sylvia E. Kernke

mit Wirkung vom 20. Mai 2016 für die Dauer ihrer hauptberuflichen Tätigkeit an dieser Hochschule das Recht, die Bezeichnung

Professorin

zu führen.

Essen, 20. Mai 2016

Prof. Dr. Burghard Hermeier
Rektor der FOM

Dr. Harald Beschorner
Kanzler der FOM

Klaus Dieter Braun
Stiftungsratsvorsitzender
BildungsCentrum der Wirtschaft Essen

IM NAMEN DES LANDES HESSEN

verleihe ich

Frau Dr. rer. pol. Sylvia E. Kernke

geboren am 15. März 1966

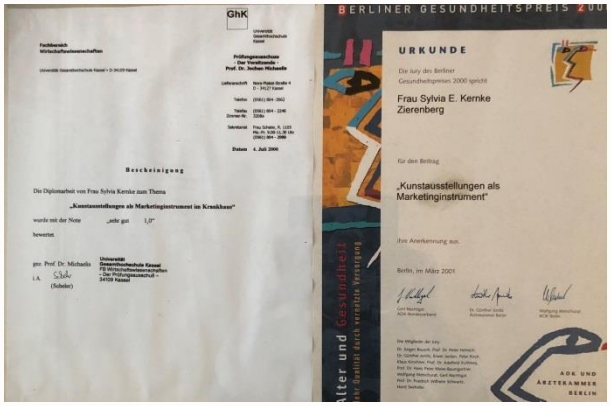
für die Dauer der Beschäftigung an der Hessischen Berufsakademie mit mindestens 12 Lehrveranstaltungsstunden wöchentlich die Bezeichnung

„Professorin an der Hessischen Berufsakademie".

Wiesbaden, den 31. Juli 2014

HESSISCHES MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND KUNST
In Vertretung

Dagmar Jung
Staatssekretär



GhK

Universität Gesamthochschule Kassel

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Prüfungsausschuss – Der Vorsitzende – Prof. Dr. Jochen Michaelis

Bescheinigung

Die Diplomarbeit von Frau Sylvia Kernke zum Thema

„Kunstausstellungen als Marketinginstrument im Krankhaus"

wurde mit der Note „sehr gut 1,0" bewertet.

Universität Gesamthochschule Kassel – FB Wirtschaftswissenschaften – Der Prüfungsausschuß – 34109 Kassel

Datum 4. Juli 2000

BERLINER GESUNDHEITSPREIS 2000

URKUNDE

Die Jury des Berliner Gesundheitspreises 2000 spricht

Frau Sylvia E. Kernke
Zierenberg

für den Beitrag

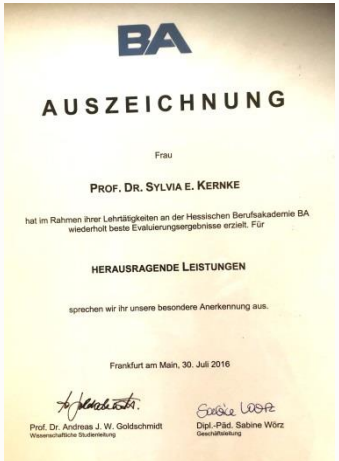
„Kunstausstellungen als Marketinginstrument"

ihre Anerkennung aus.

Berlin, im März 2001

Alter und Gesundheit

ÄRZTEKAMMER BERLIN



BA

AUSZEICHNUNG

Frau

PROF. DR. SYLVIA E. KERNKE

hat im Rahmen ihrer Lehrtätigkeiten an der Hessischen Berufsakademie BA wiederholt beste Evaluierungsergebnisse erzielt. Für

HERAUSRAGENDE LEISTUNGEN

sprechen wir ihr unsere besondere Anerkennung aus.

Frankfurt am Main, 30. Juli 2016

Prof. Dr. Andreas J. W. Goldschmidt
Wissenschaftliche Studienleitung

Dipl.-Päd. Sabine Wörz
Geschäftsleitung

Sylvia Kernke

geboren am 15. März 1966 in Wolfhagen

hat an der

AKADEMIE FÜR KOMMUNIKATION KASSEL (AKK)

in der Zeit

vom 12. Juni 1992 bis 11. Juni 1994

an einem viersemestrigen Studium teilgenommen.
Die **staatliche Abschlußprüfung** zum/zur

KOMMUNIKATIONSFACHMANN/ KOMMUNIKATIONSFACHFRAU

wurde am 11. Juni 1994 vor dem Prüfungsausschuß beim Regierungspräsidium Kassel erfolgreich abgelegt.

Nach der Ausbildung, die alle Bereiche der Marketing-Kommunikation berücksichtigte, kann auf Grund des Prüfungsergebnisses und der während des Studiums erbrachten Leistungen die Befähigung zur Übernahme von Aufgaben als

Kommunikationswirt/in (AKK)

ausgesprochen werden.

Kassel, 11. Juni 1994

Vorstand der Akademie Dipl.-Kfm. Klaus Hirsch

Dr. Falk G. Swenull

kernke

Der Mensch funktioniert zu 90 Prozent unbewusst. Insofern macht die Hypnose-Ausbildung zum Einsatz für Coachings, Trainings und Seminare mehr als Sinn!

Menschen in der Tiefe (Kern) nachhaltig berühren…

Jeder Mensch
ist ein Künstler!
(Josef Beuys)

Zertifkate

Industrie- und Handelskammer Kassel

PRÜFUNGSZEUGNIS

Sylvia Kernke

15. März 1966 in Wolfhagen

hat vor dem Prüfungsausschuß der Industrie- und Handelskammer Kassel nach den Bestimmungen der Prüfungsordnung

berufs- und arbeitspädagogische Kenntnisse

gemäß § 2 der Ausbilder-Eignungsverordnung vom 20. 4. 1972 in einer Prüfung nachgewiesen.

Kassel, den 20. 6. 1995

Industrie- und Handelskammer Kassel

Der Hauptgeschäftsführer — Der/Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses

Zertifikat

Wir bestätigen

Frau Prof. Dr. Sylvia Kernke

die erfolgreiche Teilnahme am Seminar

Kunst- und Kreativtherapie - Aufbau und Intensivierung

Lösungsorientiertes Arbeiten - Demenz - Lebenspanorama - Essstörungen

im Rahmen der Paracelsus-Seminare & Fachqualifikationen durchgeführt in

Kassel

vom 25.11.2017 bis 10.12.2017
32 Ustd.

Seminarleiter:
Tina Baronetti

Kassel, den 10. Dezember 2017

zertifiziert nach AZAV HZF

paracelsus heilpraktikerschulen

Zertifikat

Wir bestätigen

Frau Prof. Dr. Sylvia Kernke

die erfolgreiche Teilnahme am Seminar

Fachausbildung: Kunst-, Kreativ- und Maltherapie

im Rahmen der Paracelsus-Seminare & Fachqualifikationen durchgeführt in

Kassel

vom 25.11.2016 bis 14.05.2017
176 Ustd.

Seminarleiter:
Tina Baronetti

Kassel, den 14. Mai 2017

zertifiziert nach AZAV HZF

paracelsus heilpraktikerschulen

NLP-Coaching Ausbildungsinstitut Kassel
Praxis für Coaching und systemische Kurzzeittherapie
- Psychotherapie HPG -

NLP-Coaching Institut • Breitscheider. 53 • 34119 Kassel

0561-776417

Frau Dr.
Sylvia Kernke
Tilsiter Str. 15b
D 34289 Zierenberg

Kassel, den 26.06.10

TEILNAHMEBESCHEINIGUNG

Frau Dr. Sylvia Kernke hat vom 25.-27.6.2010 an einem NLP-Basisseminar teilgenommen. Das Seminar war eine Einführung in Grundkonzepte und Methoden des NLP's und Coachings. In dem Seminar wurden schwerpunktmäßig folgende Themen theoretisch und in praktischen Übungen bearbeitet:

- Herstellen und Aufbauen von Kontakt und Vertrauen
- Lösungsorientierte Konzepte und Fragetechniken
- Strukturen von Denkprozessen verstehen lernen
- Wertesysteme erkennen und nutzen lernen
- Nonverbale Kommunikationsaspekte nutzen

Dauer: Ca. 20 Unterrichtsstunden

Harald Brill, NLP-Lehrcoach

DHBW

Duale Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart

Frau
Dr. Sylvia E. Kernke
Tilsiter Str. 15a
34289 Zierenberg

Frau Dr. Sylvia Kernke geb. am 15.03.1965 ist an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart als nebenamtliche Lehrbeauftragte tätig.

Sie hielt die Veranstaltung Marketing in der Fachrichtung Gesundheitswirtschaft für die Studierenden des 4. Studiensemesters im Rahmen des Moduls Allgemeine Betriebswirtschaftslehre eigenverantwortlich ab.

Frau Dr. Kernke hat es, auch nach Aussagen der Studierenden, in ausgezeichneter Weise verstanden, den Inhalt Ihrer Lehrveranstaltungen didaktisch angemessen aufzubereiten. Auf der Grundlage gut strukturierter Lehrunterlagen vermittelte Frau Dr. Kernke den Studierenden einen für das duale Ausbildungskonzept der Dualen Hochschule Baden Württemberg bedeutsamen praktischen Bezug, kombiniert mit grundlegenden theoretischen Zusammenhängen.

Wir haben Frau Dr. Kernke als kompetente Lehrbeauftragte schätzen gelernt, die über ein großes Maß an pädagogischer Eignung, gepaart mit fundiertem betriebswirtschaftlichem Wissen verfügt. Ihr Verhalten gegenüber den Studenten und der Leitung des Studienganges war stets einwandfrei. Sie hat ihre Lehrtätigkeit, in Abstimmung mit der Leitung des Studienganges, eigenverantwortlich und stets zur vollsten Zufriedenheit wahrgenommen.

Wir wünschen Ihr für die Zukunft alles Gute.

Herzliche Grüße aus Stuttgart

Anke Simon
Prof. Dr. rer. pol.

18.05.2011

Projekte!

„Die beiden wichtigsten Tage deines Lebens sind der Tag, an dem du geboren wurdest, und der Tag, an dem du herausfindest, warum.“ (Mark Twain)

…eine Auswahl…

Die Feuerwehr hatte mich um ein Konzept gebeten, um Nachwuchsmitglieder zu gewinnen. Ich hatte dieses zu einem Studenten-Projekt der Akademie für Absatzwirtschaft gemacht. Dort hatten 70 Studenten im Rahmen ihrer Abschlussarbeit dieses bearbeitet. Für die Idee ist die Feuerwehr in Frankfurt mit einem Preis der Sparda-Bank ausgezeichnet worden.

Für Künstler arbeite ich sehr viel im Bereich Coaching und Kooperation. Für die Ausstellugseröffnung von Friedel Deventer habe ich die Laudatio gehalten und ein Portrait für mediale Verbreitungen realisiert (www.vivars.com).
Die Kunst und die Kreativität ist eine der zentralen Schlüsselkompetenzen.

Projekte!

Ein Dorf wird zum 10 mal zur Galerie, eine Idee von mir.

Oelshausen wird zur Galerie

Ausstellung Dorf-eigen-Art begeistert Besucher

VON URSULA NEUBAUER

Oelshausen – Acryl-Tierfotos mit Schafen im Schweinestall, Fotografien von Kochstellen in Kenia in einer Scheune, Film-Idole auf Ölgemälden im Wintergarten und eine Rauminstallation in der Dorfkirche: Die Liste der Gemälde, Fotografien, Skulpturen und Installationen im Galerie-Dorf Oelshausen ist lang.

Alle 25 Ausstellungsorte der sechsten Ausstellung des Veranstalters „Dorf-eigen-Art" sind bis 8. September der Öffentlichkeit zugänglich.

Das Interesse der Besucher ist groß. Und auch Schirmherr Dr. Philipp Gutbrod, Direktor des Instituts Mathildenhöhe in Darmstadt, war bei der Eröffnung vom Engagement der Künstler und der Gastfreundschaft der Dorfbewohner beeindruckt. „Es ist einmalig, dass die Oelshäuser diesen Mut haben und über Ländergrenzen hinweg durch die Kunst in Dialog treten", sagte er in seiner Eröffnungsrede.

Einer der Aussteller ist Manfred Kempe (Kassel), der in der Scheune und im Schweinestall von Familie Bulle seine Bilder zum Thema „Tierische Begegnungen" aufgehängt hat. Die Besucher konnten zuschauen, wie der Künstler aus Tierdarstellungen auf Fotopapier mit Aquarellfarben, Acryltinte, Farbpigmenten und Grundierung ein Kunstwerk entstehen lässt. Christoph Brandl (Berlin) zeigt in der Scheune von Familie Landau Fotos mit Kochstellen in Kenia und andere mit eingestürztem Glasdach. Der Künstler hat in dem afrikanischen Land gelebt und war besonders von den Feuerstellen der Bewohner fasziniert. Im „zerbrochenen Glas" sieht er vor allem die Ästhetisierung des Vergänglichen.

Einem ganz anderen Thema widmet sich der gebürtige Franzose Bruno Zaid (Wiesbaden) mit seinen Gemälden. Männliche Film-Idole wie Joachim Phönix und Toby McGuire zieren als Acryl- und Ölgemälde den Wintergarten von Familie Reitze-Pflüger.

Unbearbeitete Fotografien der Künstlerin Brigitte Neufeld (Monakam) unter dem Thema „Ich sehe Rot" sind im Gemeindehaus zu bewundern. Anstelle der verhinderten Künstlerin steht Professor Dr. Sylvia E. Kernke den Gästen Rede und Antwort. Sie ist die Initiatorin der Dorf-eigen-Art-Ausstellungen und hatte mit Bernd Häfner die Idee, Dorfbewohner und Kunst zusammenzubringen. „Obwohl die Ausstellung immer viel Arbeit ist, freuen wir uns über die Synergie, die bei den sich eigentlich fremden Künstlern, Dorfbewohnern und Besuchern dabei entsteht", sagt Kernke.

Männerbilder: Männliche Filmidole sind die Motive des Künstlers Bruno Zaid für seine Acrylgemälde. FOTOS: URSULA NEUBAUER

Experimentelle Aquarellmalerei: Manfred Kempe zeigt, wie seine Bilder entstehen.

Tag der offenen Tür bei B. Braun in Melsungen

Melsungen – Eine Entscheidungshilfe bei der Berufswahl soll der Tag der offenen Tür bei B. Braun in Melsungen im Schwalm-Eder-Kreis bieten. Das Unternehmen lädt für Samstag, 7. September, in sein Ausbildungszentrum am Buschberg ein.

Von 10 bis 15 Uhr haben Schüler und deren Eltern Gelegenheit, die Ausbildungsmöglichkeiten des Unternehmens kennenzulernen, heißt es in einer Ankündigung. Die Bandbreite reicht vom Elektroniker für Systeme und Anlagen über Industrieelektriker, Mechatroniker und Fachkraft für Lagerlogistik bis zur Ausbildung zum Industriekaufmann.

Auch ein Duales Studium, Praktika und Traineeprogramme sind möglich. Am Tag der offenen Tür kommen Schüler mit Auszubildenden und dual Studierenden ins Gespräch und können ihnen Fragen stellen, heißt es weiter. Ab 11 Uhr und ab 13.30 Uhr gibt es Informationsveranstaltungen, die sich speziell an Eltern richten, die ihre Kinder bei der Berufswahl unterstützen.

Der Tag der offenen Tür bildet traditionell den Auftakt zu den „Forschertagen" des Unternehmens. Unter dem Motto „Forschung braucht Nachwuchs" lädt B. Braun dann Melsunger Kindergartenkinder und Schüler zu spannenden Veranstaltungen ein. pdf

Termin: Samstag, 7. September, von 10 bis 15 Uhr im Werk W, Am Buschberg.

Scheune und Stall als Galerie

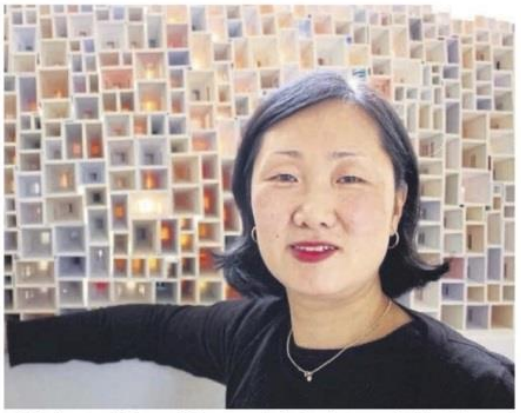
In Zierenberg stellen bis Sonntag internationale Künstler aus

VON SASCHA HOFFMANN

Zierenberg – Eine Hemmschwelle, wie es für viele die Tür zu einer Galerie oder zu einem Museum ist, muss in Oelshausen niemand überwinden. Noch bis Sonntag läuft hier die mittlerweile sechste Dorf-eigen-Art. Die lockt unter dem Motto „Neue Kunst in alten Häusern" tausende Besucher in den Zierenberger Stadtteil (Kreis Kassel).

„Wir bieten einen Spaziergang durchs Dorf, wo es an 25 Ausstellungsorten Kunstwerke für jeden Geschmack zu sehen gibt", so Pressesprecherin Gabriele Wille, die im „Galerie-Dorf" besonders die Nähe zwischen Besuchern und den oft anwesenden Künstlern schätzt. „Wenn sie mitten im alten Stall oder auch im Fliesengeschäft stehen, fällt es ihnen leichter, die Künstler anzusprechen." Für die Künstler sei das ebenso erfrischend, so auch für den international erfolgreichen Visual Artist Christoph Brandl, dem sein Dorf-eigen-Art-Ausstellungsraum, eine alte Scheune, besser gefalle als jede Galerie im kunstübersättigten Berlin.

Ähnlich sieht das die koreanische Künstlerin Jae Jin Park, die im kleinen Gotteshaus mitten im Ort ihr Werk „Kokon" zeigt und sich darin mit den Wechselwirkungen von Raum und Licht beschäftigt. „Die Menschen haben hier keine Scheu, über die Kunst zu philosophieren, das kannte ich bislang so nicht, genieße es aber sehr."



Spielt in ihrer Installation aus kleinen Pappschachteln mit Raum und Licht: Die koreanische Künstlerin Jae Jin Park in der Oelshäuser Kirche. FOTO: SASCHA HOFFMANN

Wenn an einem der 25 Ausstellungsorte der jeweilige Künstler einmal nicht vor Ort ist, treten die ausstellenden Familien als „Galeristen auf Zeit" auf den Plan und vermitteln den Besuchern das Werk „ihres" Hauskünstlers. Das ist es, was Dorf-Eigen-Art-Schirmherr Philipp Gutbrod, Direktor des Instituts Mathildenhöhe in Darmstadt, bei der Eröffnung als „einmalig" bezeichnete. „Familien in einem Dorf öffnen ihre Türen für Künstler aus aller Welt und treten über Ländergrenzen hinweg durch die Kunst in Dialog", so Gutbrod, der „nichts Vergleichbares" kenne.

Die Anerkennung des international bekannten Ausstellungsmachers hat die Mitglieder des kleinen Kunstvereins, der hinter der alle vier Jahre stattfindenden Ausstellung steht, laut Wille „ziemlich stolz" gemacht. „In Oelshausen ist zu lernen, dass Künstler ‚ganz normale' Menschen sind, mit denen man reden und diskutieren kann und die an der Meinung ‚ganz normaler Laien' sehr interessiert sind", so die engagierte Oelshäuserin. Eine besondere Form des Austauschs seien dabei die Künstlergespräche, die in der alten Küche der Familie Schaub in der Torstraße 4 stattfinden.

Nächste Künstlertreffs: heute, Donnerstag, und Samstag, jeweils ab 20.30 Uhr. Die Ausstellungsorte sind werktags geöffnet von 17 bis 19.30 Uhr, am Wochenende von 13 bis 19.30 Uhr.

dorf-eigen-art.de

Widerstand gegen Windkraft wächst

Reinhardshagen – Die Gemeinde Reinhardshagen (Kreis Kassel) wird sich gegen die geplanten Windkraftanlagen im Reinhardswald engagieren. Das bekräftigte Bürgermeister Fred Dettmar kürzlich in der Gemeindevertretung. Die Frist zur Prüfung der Vollständigkeit der kürzlich durch die Bauherren des im Reinhardswald geplanten Windparks eingereichten Unterlagen sei zu kurz. Daher wolle man mit der Stadt Bad Karlshafen eine Verlängerung beantragen.

Bei einem Besuch Dettmars in Hann. Münden habe sowohl der Mündener Bürgermeister als auch die SPD „rückhaltlose planerische und finanzielle Unterstützung beim Kampf gegen die Windkraft im Wald" zugesichert. see

Drei Senioren entgehen Trickbetrügerin

Felsberg/Gudensberg – Ein unbekannter Anrufer versuchte am Dienstag, drei Senioren in Felsberg und Gudensberg mit dem Enkeltrick in die Irre zu führen. Die Polizei vermutet, dass es sich um eine Frau handelte, die zwischen 10.30 Uhr und 16 Uhr die Anrufe tätigte. Sie beschrieb jeweils eine Notsituation und bat um Schmuck und Bargeldsummen zwischen 10 000 und 36 000 Euro. Als die Senioren angaben, sie besäßen solche Beträge nicht, legte die Täterin auf. jkx

KULTUR KREIS KASSEL

zene

echs Konzerte

Projekte! (eine Auswahl)

Kernke hier mit dem Mitinitiator sowie dem Dorfvorsteher und einem Kunstwerk, welches im Ort verblieben ist.

Eröffnung der Kunstausstellung in Oelshausen: Die „Mutter" der Dorf-Eigen-Art Professorin Dr. Sylvia Kernke, „Vater" Bernd Häfner und „Pate" Ortsvorsteher Johannes Schwarz trafen sich am Kunstwerk „Begegnungen" von Elke Geide und Lothar Spohr. Foto: Soremski

Die Dorf-Eigen-Art ruft

MENSCHEN MOMENTE

„Diese Ausstellung fasziniert mich", stellte der Fotograf des Jahres in Kenia **Christoph Brandl** in Oelshausen schnell fest. Der Berliner präsentiert seine ausdrucksstarken Fotos gleichzeitig in Wiesbaden und Münster. Doch Oelshausen wird er nie vergessen. „Hier erinnert mich viel an die Biennale in Venedig. Auch dort machen Bürger ihre Palazzi auf, doch so persönliche Begegnungen mit den Menschen gibt es dort nicht."

Das freut natürlich Professor **Dr. Sylvia Kernke**, die 1995 gemeinsam mit **Bernd Häfner** die erste Ausstellung initiiert hat. Und natürlich sind beide immer noch dabei. Viel Arbeit haben in diesen Tagen die Vorstandsmitglieder **Gaby Wille**, **Mechthild Viereck** (die wieder für ihre Künstlerin Ankabuta die Scheune ausgeräumt hat) und **Dr. Ralf Balgheim**.

Sie können diesmal Künstler wie **Park Jae Jin** und **Petra Weidemann** aus Düsseldorf, **Bruno Zaid** und **Jan Baugut** aus Wiesbaden, oder heimische Künstler wie **Martina Doll**, **Manfred Kempe**, **Rose-Marie Bohle**, **Bernd Hanke** oder **Andrea Staude** präsentieren.

Die Dorf-Eigen-Art läuft bis Sonntag 19.30 Uhr. Ein Besuch lohnt sich! (rai)

Kernke hier mit dem Künstler und einer Galeristin auf Zeit:

Kunst ist eine Begegnungsstätte und eine Kommunikationsplattform. Bei diesen zehn Veranstaltungen hatten viele Künstler Ihren Durchbruch!

Künstler aus aller Welt

DorfEigenArt im Kunstdorf Oelshausen

Von RAINER HAHNE

Oelshausen. Fünfhundert Einwohner hat Oelshausen. Und gefühlt alle waren beteiligt, als die 7. DorfEigenArt 2019 durchgeführt worden ist. „Soviel Aufmerksamkeit im Dorf, in der Künstlerwelt und bei unseren Besuchern hatten wir noch nie", zog die künstlerische Leiterin Sylvia Kernke mit dem Vorstand des Vereins rundum zufrieden Bilanz. 26 Künstler haben in Oelshausen ausgestellt – in Bauernhöfen, Wohnzimmern, Küchen und Firmen. Die Künstlerliste las sich wie das „Who is who" der internationalen Kunstszene. Schirmherr der Ausstellung war der Leiter der Mathildenhöhe in Darmstadt Dr. Phillip Gutbrod, der sich insbesondere von den individuellen, ungewöhnlichen Ausstellungräumen begeistert zeigte, die der zentrale Ansatz dieses ungewöhnlichen Ausstellungskonzeptes sind.

„Noch nie haben sich soviel Oelshäuser für die Ausstellung engagiert und ihre Häuser und Bauernhöfe geöffnet", ist Kernke hochzufrieden. „Und erstmals waren auch alle Vereine unseres Ortes eingebunden – der Karnevalsverein, der Sportverein, der Gesangsverein, die Feuerwehr."

Für die Künstler, von denen viele erstmals im Kunstdorf ausgestellt haben, ermöglichte das zahlreiche Gespräche mit einem Publikum, dass nicht der klassische Besucher einer Kunstausstellung ist. Und sie nahmen es begeistert war. „Ich hätte es nie für möglich gehalten, dass ich soviele interessante Gespräche in meiner Garage führen würde", zeigte sich der Berliner Künstler Brandl begeistert. Und das hatte Folgen. Brandl, der zeitgleich in Münster und Wiesbaden ausstellte, war fast die ganze Woche in Oelshausen. Wie ihm ging es den meisten ausstellenden Künstler, die in dieser Woche oft mit den Bewohnern, die die Räume gestellt haben, Freundschaften geknüpft haben.

Ein ganz besonderes Beispiel dafür ist die koreanische Künstlerin Ankabuta („Spinnenfrau"), die schon seit Jahren nach Oelshausen kommt und von der Bauernfamilie Viereck „adoptiert" worden ist. „Ankabuta gehört zur Familie, ist eine weitere Tochter", freut sich Mechthild Viereck jedes mal, wenn Ankabuta ihre „deutschen Eltern" besucht.

Viertausend Besucher waren in der turbulenten Woche im malerischen Oelshausen, konnte der Vorstand des Vereins Dorf-eigen-Art zufrieden bekannt geben. „2019 haben wir damit unseren Zuschauerrekord gebrochen", freute sich der 1. Vorsitzende Dr. Rolf Balgheim über die Anziehungskraft dieser ungewöhnlichen Ausstellung. Für die ausstellenden Familien gibt es eine Dankeschönfahrt nach Bad Frankenhausen zum Bauernkriegspanorama.

Ein absoluter Hingucker: Der Berliner Christoph Brandl hat Küchen in Kenia fotografiert. Sylvia Kernke, künstlerische Leiterin der Ausstellung, ist begeistert. Foto: Hahne

Warum mich die Kunst so interessiert?

Künstler sind Berufskreative und die Kreativität ist elementare Voraussetzung für Inspiration für Neues, für Wandelung und Transformation.

Die DORF-eigen-ART ist ein wunderbares Beispiel, was mit Kunst und kreativem Schaffen möglich ist.

Alles, was uns umgibt ist Ausdruck von Kreativität.
Ohne Inspiration, Kunst sowie Kreativität wären Erfindungen, Problemlösungen für Produkte, Unternehmen und deren Menschen so nicht möglich.
Mit einer meiner Studentinnen habe ich ein Buch über den Zusammenhang von Glück, Belohnung und Kreativität geschrieben.

Kernke bei einem Impulsvortrag.

„**Wer mit seinen Stärken arbeitet, wird stärker**."
(Ingo Krawiec)

Die Zentrale Marketing-Tagung in der Gesundheitswirtschaft hat bei mehr als zehn Tagungen Inspiration ver-schafft. Best-Practice-Beispiele wur-den prämiert.

Zukunftsorientiert

Medical Wellness ist nicht etwa eine modische Neuerscheinung, sondern sollte von Patienten in allen Einrichtungen des Gesundheits- und Kurwesens erwartet werden dürfen. Wellness bedeutet in erster Linie Wohlfühlen. Das hat bisher im Gesundheitswesen eine eher untergeordnete Rolle gespielt. Inzwischen sollten Kliniken und Reha-Einrichtungen meines Erachtens sogar verpflichtet werden, zusätzliche Angebote zu schaffen, damit sich Patienten wohlfühlen und dadurch schneller wieder voll leistungsfähig sind. Das entspricht dem Wunsch und den Bedürfnissen des Patienten. Immer öfter werden sie während ihres Aufenthaltes zusätzliche Wellness-Dienstleistungen und Präventions-Angebote in Anspruch nehmen. Der Faktor „Zeit" spielt dabei eine große Rolle. Die Nachfrage steigt, Angenehmes mit dem Nützlichen, Wohltuendes für Körper und Geist mit medizinischen Leistungen zu verbinden. Der Gesundheitstrend ist der Megatrend der Zukunft, weil die Menschen fit und agil bis ins hohe Alter sein möchten und auch müssen. Zukunftsforscher weisen darauf hin, dass der Körperkult einen religionsartigen Status einnehmen wird. Wir sind auf dem besten Weg dorthin. Menschen, die ihre Gesundheit nicht erhalten und z. B. rauchen, werden schon jetzt verachtet und zum Teil gesellschaftlich ausgestoßen. Stattdessen wird die Gemeinschaft der Freizeitsportler immer größer. Das Bewusstsein um einen gesunden Körper manifestiert sich immer mehr. Um eine optimale Behandlung zu bekommen, spielen Entfernungen keine Rolle. Es werden große Strecken gefahren, um Medical Wellness-Leistungen in Anspruch zu nehmen. Nicht nur die medizinische Leistung, die auf höchstem Niveau sein sollte, sondern der entspannende Zusatznutzen und ein perfekter Service werden wichtige Entscheidungskriterien bei der Wahl der Einrichtung sein. Darauf sollten sich die Anbieter einstellen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Sylvia E. Kernke ist Inhaberin des Kernke-Instituts für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft in Zierenberg

kratie, gesetzliche Restriktionen und andere Rahmenbedingungen erschweren die Arbeit.

Der Druck und der Wettbewerb steigen. Der Fachkräftemangel und der systematische Rekrutierungsbedarf von medizinischem Personal weisen auf die fehlerhafte Personalpolitik in der Vergangenheit. Die Schlüsselrolle der Mitarbeiter im Gesundheitswesen wird zunehmend bedeutender. Künftig wird es nicht darum gehen, ungenutzte Produktionsreserven zu erschließen, sondern es wird diesem Humankapital und der Mitarbeiter-Kompetenz verstärkt und wertschätzend Rechnung getragen.

Um diesem Ziel gerecht zu werden, benötigt man zukünftig in Praxen und Kliniken intern beratende Mitarbeiter, sogenannte Health-Marketing-Coaches, die diese Veränderungsprozesse begleiten, Entwicklungsmöglichkeiten und -bedarfe der Mitarbeiter erkennen, ein strategisches Marketing operationalisieren, Widerstände erkennen und balancieren können, um sich selbst, dem Team, dem Patienten und Arbeitgeber zum Erfolg zu verhelfen.

Sind zufriedene auch motivierte Mitarbeiter?

Nur zufriedene Mitarbeiter, die sich mit der Einrichtung identifizieren, werden zu motivierten, integeren und kreativen Mitarbeitern, die langfristig der Einrichtung erhalten bleiben. Dies ist für Unternehmen der Gesundheitsbranche besonders elementar, da die Dienstleistungen nicht greifbar und daher schwer vergleichbar sind.

Da Nachfrager und Patienten in der Regel nicht alle medizinisch-pflegerischen Leistungen tatsächlich bewerten können, ist die Wahrnehmbarkeit insbesondere auf die Ausführung und den Erbringer der Dienstleistung, also Mitarbeiter, gerichtet. Der Dienstleistungsempfänger – der Patient – urteilt also für gewöhnlich nicht was, sondern wie es an ihm verrichtet wird. Das gestaltet den Mitarbeiter als Spiegel und Botschafter der Einrichtung und lässt ihn in den Fokus des internen Klinikmarketings rücken.

Zudem bieten Kliniken neben den Kassenleistungen zusätzliche Produkte an, die dem Patienten vom Personal häufig nicht kommuniziert und offeriert werden, weil diese Zusatzleistungen lediglich als vermehrter Aufwand betrachtet werden. Der Klinik entgehen somit weitere Möglichkeiten, die Dienstleistungen an den Wünschen der Patienten anzupassen. Es sind daher regelmäßige Partizipationen am Erfolg, Leistungsanreize und Motivationssteigerungen für Pflegekräfte erforderlich, um die Patientenzufriedenheit zu optimieren und damit auch die Zukunft der Klinik zu sichern.

Werden geweckte Erwartungen erfüllt?

Denn auch die schönsten Hochglanzbroschüren in der Kommunikationspolitik eines Unternehmens sind nutzlos, wenn die geweckten Erwartungen bei der Leistungsnachfrage durch Patienten nicht erfüllt werden. Für den Patienten erfolgt der Moment der Wahrheit, während er medizinisch-pflegerischen Behandlungen und den gelebten Service abruft. ■

Unsere Gastautorin:

Dr. Sylvia E. Kernke hat Wirtschaftswissenschaften, Marketing, Kommunikation, Kunstgeschichte und Philosophie studiert. Seit 1991 berät und referiert sie als Senior-Marketing-Consultant, Referentin und Coach Patienten und Mitarbeiter im Gesundheitswesen. Des Weiteren hat sie den Zentralen Marketingclub in der Gesundheitswirtschaft initiiert und organisiert jährlich die nationale Marketingtagung für Kliniken und Praxen.

Weiterbildung Health-Marketing-Coach

Die Weiterbildung zum Health-Marketing-Coach hat Dr. Sylvia E. Kernke vom Kernke-Institut für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft initiiert und bereits mehrfach erfolgreich durchgeführt. Diese Weiterbildung ist eine Vermittlung von sozialen Methoden, um Mitarbeiterpotenziale zu erkennen und Mitarbeiter durch In- oder externe Veränderungsprozesse zu tragen. Die Seminare richten sich in erster Linie an Führungskräfte. Die Seminargruppen sind auf kleinere Gruppen begrenzt, um die Informationsvermittlung und Erfahrungsaustausch optimal zu gestalten. Interessierte haben die Möglichkeit, sich auf eine Informationsliste unter info@kernke.de eintragen zu lassen.

kernke

Tagung vermittelt kompaktes Marketing-Wissen

Vorteile im Wettbewerb

Die Zentrale Marketing-Tagung „Zemark" am 29. September in Kassel bietet Informationen zum Klinik-Marketing. In Zusammenarbeit mit 13 Referenten präsentieren die Veranstalter, die Uni Kassel und das Kernke-Institut für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft, die unterschiedlichsten Entwicklungstrends auf dem Feld. „Wir wollen den Teilnehmern einen Informationsvorsprung gegenüber dem Wettbewerb ermöglichen", erläutert Geschäftsführerin Sylvia E. Kernke.

13 namhafte Referenten hat Veranstalterin Sylvia E. Kernke für die Marketing-Tagung am 29. September in Kassel gewinnen können. *Foto: nh*

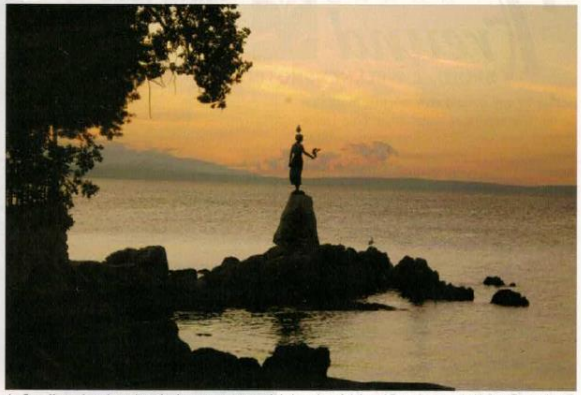
Zu den Referenten der Marketing-Tagung gehören Prof. von Eiff, Universität Münster, Prof. Hellstern, Universität Kassel, D. Ose, wissenschaftlicher Mitarbeiter der Universität Bielefeld, S. Jax, Ideenmanager des Universitätsklinikums Münster, sowie R. Rohpeter, Anwalt für Vertragsrecht, Krankenhausrecht, Berufsrecht der Ärzte und Arzthaftungsrecht. Inhaltlich wird es nach Kernkes Worten unter anderem um Trends und Entwicklungsalternativen im Klinik-Marketing, um aktuelles Werbe- und Wettbewerbsrecht für Kliniken sowie um Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehen. Hinzu kommen das Betriebliche Vorschlagswesen und Ideenwettbewerb in Kliniken, Corporate Identity, Patienten- und Mitarbeiterbefragungen und Gesundheits- sowie Patienteninformationszentren.

Weitere Infos zur „Zemark" und den Anmeldemodalitäten gibt das Kernke-Institut für Marketing und Kommunikation unter der Telefonnummer 05606 561915 und die Internetadresse www.zemark.de. *ralo* ■

Mia-Mare Bildungsreisen mit einzigartigem Konzept

Trends der Wellness-Branche für 2020

Mia-Mare Bildungsreisen bieten mit ihrem bundesweit einzigartigen Bildungsreisekonzept Unternehmermeetings für die Beauty-, Wellness- und Gesundheitsbranche an. Inhalt des sechstägigen Bildungsreiseangebotes vom 7. bis 12. Oktober nach Opatija/Kroatien werden zukünftige Trends und Entwicklungen speziell in diesen Märkten sein. Hersteller, Großhändler sowie Freiberufler und Einzelhändler der Schönheitsbranche sowie der Wellness- und Gesundheitswirtschaft sind angesprochen, unternehmerische Visionen und Konzepte zu entwickeln. „Marketing und Werbung der Zukunft", „Aktuelle Branchentrends der Wellness- und Beautybranche" oder auch „Die Zukunft der Kundenbindung" sind Themen, die auf der Reise von hochkarätigen Referenten beleuchtet werden. Am Ende der einwöchigen Reise im traumhaften Ambiente, werden die Informationen aus den verschiedenen Bereichen für jeden verwertbar gemacht. Unter Anleitung von Experten wird ein persönliches Handlungskonzept erstellt. Weitere Informationen erhalten Sie unter:
www.mia-mare.de



In Opatija verbrachten bereits im vergangenen Jahrhundert Adel und Prominenz wie Kaiser Franz Josef, Sissi oder Kaiser Wilhelm ihren Kur-Urlaub. Der Ruf als Quelle der Gesundheit und Symbol der feinen Schönheit ließen Opatija zum mondänsten Bade- und Kurort am Mittelmeer werden. *Foto: mia-mare*

Sylvia Kernke, Leiterin der Fenstergalerie und Jürgen Kettler, der seine Aquarelle ausstellt.
Foto: Soremski

Eine Art Ausgrabung

Fenstergalerie Kernke mit zweiter Ausstellung: „Reflexzonen" mit dem Aquarellpinsel erspürt

■ **ZIERENBERG – „Reflexzonen" nennt sich die zweite Kunstausstellung in der Fenstergalerie Kernke in Zierenberg. Bis zum 2. März zeigt der Kasseler Künstler Jürgen Kettler seine ausdrucksstarken Aquarellwerke.**

Die Kunst auf das Dorf und den Menschen in Nordhessen näherbringen, ist eines der Ziele der Fenstergalerie, sagt Agenturleiterin Sylvia Kernke. „Das öffnet den Betrachter und lädt ihn in das Innere der Werbeagentur ein, wo der Großteil der Gemälde zu sehen ist." Diese neue Art der Fenstergalerie erfährt bereits eine steigende Resonanz und ist bei den Bewohnern des Umlandes auf Begeisterung gestoßen.

Als zweiten Künstler nach der Französin Monique Vater hat Sylvia Kernke, die auch Vorsitzende des Vereins Dorf-eigen-Art ist, Jürgen Kettler (34) aus Kassel eingeladen. Zu der kürzlich gefeierten Vernissage waren etwa 40 Kunstinteressierte gekommen.

Unter dem Titel „Reflexzonen" präsentiert Kettler mit zwanzig Aquellen eine Auswahl aus seiner Schaffensperiode von 1988 bis 1998. Als Metapher auf die freie Kunst übertragen, erlebe er die Reflexzonen als Resonanzkörper, die im „günstigsten Fall zu einem reflexartigen, fast automatischen Malimpuls führen." Formen und Farben, Erlebtes, Gesehenes und dabei Gefühltes fließen dann in unterschiedliche Zonen seiner ungewöhnlichen, intensiven Aquarellbilder ein. Kettler sieht seine Bilder als eine Art Ausgrabung aus dem ihm selbst fremden Garten des Unterbewußtseins. Gegen die Bezeichnung „Expressiver Urbanismus", die jemand beim Betrachten seiner Exponate in den Raum warf, wehrt sich der Künstler nicht. Die Ausstellung „Reflexzonen" ist noch bis zum 2. März zu sehen.

asa

kernke

Gesundheitsbranche ist bedeutender als die Automobilindustrie

Kompetenz-Mängel in Vernetzung und Marketing im wichtigsten Wirtschaftszweig

Berufliche Netzwerke sind gerade im Gesundheitswesen elementar, da es insbesondere in dieser Branche notwendig ist, mit sehr geringem Budget effektiv zu arbeiten. Und dies kann Netzwerkarbeit leisten.

Der Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Ludwig Georg Braun, hat bei dem Kasseler Chefärzteforum zur Initiative aufgerufen. Ein Viertel des deutschen Bruttoinlandsprodukt werde mittel- oder unmittelbar von der Gesundheitswirtschaft erarbeitet. 13 Prozent aller abhängig Beschäftigten arbeiten in diesem Bereich. Damit ist das Gesundheitswesen bedeutender als die Automobilindustrie, jedoch könnten die Anbieter des Gesundheitsmarktes von der Industrie und deren Organisationsstrukturen lernen. Anbietern der Gesundheitsdienstleistungen müssten sich ebenso wie in der Industrie vernetzen, somit würde ihr Angebot verbessert. Diesem Aufruf kommen das Kernke-Institut für Marketing und Kommunikation in der Gesundheitswirtschaft aus Zierenberg sowie Prof. Gerd-Michael Hellstern der Universität Kassel nach.

Sie bieten allen Anbietern der Gesundheitsbranche eine Zentrale Marketing-Tagung (ZeMark) am 23. und 24. September 2005 rund um das Thema Vernetzung. Namhafte Referenten bieten insgesamt 20 Vorträge zu rechtlichen und personellen Rahmenbedingungen, zeigen Chancen sowie Risiken in der Vernetzung auf und bieten Erfahrungsberichte von erfolgreichen Kooperationen komplementärer (sich ergänzender) Leistungsanbieter im Gesundheitswesen. Durch das Aufzeigen der Vernetzungsalternativen sollen die Tagungsteilnehmer Ideen und Visionen eigener Kooperationsmöglichkeiten entwickeln.

Der 24. September 2005 steht dann unter dem Zeichen der tatsächlichen Vernetzung. Hier können die Leistungsersteller im Gesundheitswesen den ersten Schritt unternehmen, ihre Visionen im Rahmen einer Open Space Konferenz wahr werden zu lassen. Aus Sicht des Marketings stellen die vernetzten Unternehmen eine strategische Unternehmensallianz in der Produktpolitik dar. Bisher wurde noch keine Plattform angeboten, die eine Vernetzung verschiedenster Leistungsanbieter und Mitarbeiter im Gesundheitswesen ermöglicht.

Die Zentrale Marketing-Tagung in der Gesundheitswirtschaft Deutschlands bietet der Gesamtzielgruppe nun eine Vernetzungschance. Hier treffen Ärzte, Klinikleiter, Heimleiter sowie Verantwortliche der Ambulanten Pflegedienste, Krankenkassen und Apotheken zusammen, um sich betreffend ihrer Erfahrungen und der ungenutzten Möglichkeiten in Gesundheitsnetzen auszutauschen. Die Vernetzung erfordert jedoch Personal, Zielorientierung, Netzwerk-Beziehungen und Know-how und ist eine umfassende Aufgabe. Sylvia Kernke, Geschäftsführerin des Instituts, erhofft sich daher gerade im Bereich Gesundheits-Marketing eine entsprechende Netzwerkbildung, da nur 36 Prozent aller Krankenhäuser Mitarbeiter für diesen wichtigen Bereich einsetzen. Davon verfügen jedoch nur 9 Prozent über eine Ausbildung im Bereich Marketing und Kommunikation. Dies hat eine Marktforschungsstudie des Zierenberger Kernke-Instituts ermittelt, bei der ca. 300 Krankenhäuser befragt wurden.

„Viele Mitarbeiter dieser Branche denken noch immer Marketing sei Anzeigenwerbung", so Kernke. Dieser Bildungslücke tritt die Institut- und Agentur-Chefin mit Angeboten in der Weiterbildung und Beratungsleistung entgegen. Weitere Informationen über die Zentrale Marketing-Tagung finden Sie unter www.ze-mark.de.

Sylvia Kernke präsentiert den druckfrischen Veranstaltungsflyer der Zentralen Marketingtagung für die Gesundheitswirtschaft in Kassel.

Exkursion in die Politik

Dr. Kernke tritt gegen Denn an

Bürgermeisterwahl am 21. September in Zierenberg

ZIERENBERG. Amtsinhaber Stefan Denn (SPD) wird bei der Bürgermeisterwahl in Zierenberg am 21. September nicht der einzige Kandidat sein. Dr. Sylvia E. Kernke wird von CDU, UFW und FDP ins Rennen geschickt.

Während einer gemeinsamen Mitgliederversammlung von CDU, UFW und FDP haben sich die Mitglieder der Fraktionen einstimmig auf Kernke als gemeinsame Bürgermeisterkandidatin für die Wahl im September dieses Jahres ausgesprochen, bestätigte Dr. Bärbel Mlasowski von der UFW.

Die 48-Jährige Kernke ist Unternehmerin und Marketingberaterin, betreibt eine Agentur für Marketing und Kommunikation und hat Lehraufträge an verschiedenen Hochschulen. Die Diplom-Ökonomin ist im Oelshäuser Stadtteil Zierenberg aufgewachsen und lebt inzwischen in der Kernstadt. In einer ersten Stellungnahme erklärt sie zu ihrer Motivation, Zierenberger Bürgermeisterin werden zu wollen: „Ich will meine Region aktiv mitgestalten."

Dr. Sylvia E. Kernke. Foto: zhf/nh

UFW-Sprecherin Mlasowski sagte: „Wir sind nicht mit allem so zufrieden, was Bürgermeister Denn macht und wollen etwas dagegen setzen". Zudem gehe es darum, „dass die Bürger tatsächlich eine Wahl haben". (nom)

UNTERMEHMEN STATT VERWALTEN!

…eine spannende Lebenserfahrung!

Meine Kreationen!

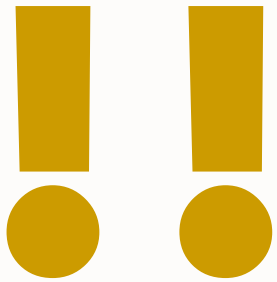
Ich habe ein spezielles Verkaufstraining entwickelt und das Seminarkonzept wurde in einem Eigenverlag veröffentlicht. Bisher kamen die Informationen zu „Erfolg mit Persönlichkeit“ Teilnehmern in hunderten von Seminaren zugute.

„Vorstellungskraft ist wichtiger
als Wissen“
(Albert Einstein)

Meine Qualität oder was mir wichtig ist!

- Kreativität in meinem beruflichen Alltag!
- Authentizität, ehrlich zu sich selbst und anderen!
- Inspiration und inspirieren!
- Geht nicht, gibt es nicht!
- Gut ist nicht gut genug!
- Ein Versprechen ist ein ungeschriebenes Gesetz und jeder Auftrag ist ein Versprechen!
- Freude am Wissen, geteiltes Wissen vermehrt sich potenziell!
- Die Welt, jeden Tag etwas besser gestalten!
- Die beste Version meiner selbst zu werden!
- Es gibt keine Probleme – nur Herausforderungen!

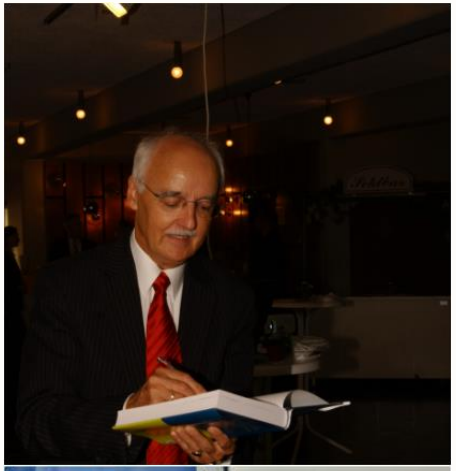
„Zusammenkommen ist ein Beginn,
zusammenbleiben ist ein Fortschritt,
zusammenarbeiten ist ein Erfolg.“
(Henry Ford)



Ehrenamt

Der Vorstand des Marketingclubs
(v.l.n.r.) Peter Crones, Kai Bernstein (Junior),
Prof. Dr. Sylvia Kernke, Jürgen Reichert,
Prof. Dr. Andreas Mann

Ehrenamt



Kassel

Nicht sexy, aber höchst begehrt

Trophäe für Erfolgsprojekt: Marketingclub-Präsident Jürgen Reichert (von links), Maximilian Konrad und Constanze Wolfarth von der Preisträgerfirma Technoform Glass Insulation, Club-Vizepräsident Prof. Dr. Andreas Mann, TGI-Geschäftsführerin Petra Sommer sowie vom Marketingclub Schatzmeister Peter Cramer, Ehrenpräsident und Laudator Ewald Grieser und Geschäftsführerin Sylvia E. Kerncke.

Ehrenamtliches Engagement

- 19 Jahre Marketingclub Nordhessen, davon 9 Jahre Vorstandsarbeit (Präsidentin und Geschäftsführerin), restl. Zeit Mitglied Juniorensprecherteam und Beirat (1994 – 2013)
- Gründung eines Kulturvereines, ehrenamtliche Organisation von 7 großen Kulturevents sowie Künstlerische Leitung (1997 – 2019)
- Initiatorin des Zentralen Marketingclubs in der Gesundheitswirtschaft und Medizin e. V. www.zemark-med.com (Geschäftsführender Vorstand seit 2007)
- Gründung vivars.com Zentralverband zur Förderung von Kunst, Kultur und Kreativität (Geschäftsführender Vorstand seit 2012)
- Förderverein zur Rettung der Kirche in Oelshausen (wir haben sie gerettet!!!)

Außerdem bin und war ich im Kommunikationsverband, Karnevalsverein, Feuerwehr, Förderverein Akademie für Absatzwirtschaft, Museumsverein Kassel, Kolping, Förderverein Kirche, Förderverein Schwimmbad und so weiter und so weiter…

Der Nordhessische Marketingpreis ist eine meiner Ideen und erstmals 2005 verliehen worden.
Mittlerweile ist dieser Award bereits mehr als 15 mal ausgelobt worden für herausragende Marketingleistungen aus Nordhessen und darüber hinaus.

Herausragendes ehrenamtliches Engagement

Prof. Dr. Kernke engagiert sich ehrenamtlich in Kunst und Kultur sowie in der Weiterentwicklung von Menschen

Professor Kernke ist Initiatorin der DORF-eigen-ART. Hierbei handelt es sich um ein besonderes Ausstellungskonzept, bei dem ca. 30 internationale Künstler in Privathäusern präsentiert werden. Es geht hierbei jedoch nicht nur um die Präsentation der Kunstobjekte, sondern auch darum, die Bewohner des nordhessischen Dorfes an Kunst und Kultur heranzuführen. Bei der DORF-eigen-ART handelt es sich um ein Konzept mit kultur-pädagogischem Ansatz. Die Menschen im dörflichen Umfeld sind i. d. R. nicht museums- oder galerieaffin, in Kernkes Ausstellungskonzept fällt ihnen dennoch eine besondere Rolle zu. Sie können sich ihren eigenen Hauskünstler auswählen, um diesen für eine Woche und zwei Wochenenden in ihrem Haus zu präsentieren. Die Anzahl der zur Auswahl stehenden Künstler wird im Anschluss an eine offizielle, internationale Ausschreibung durch eine Fachjury festgelegt und orientiert sich an den zur Verfügung stehenden Ausstellungshäusern. Bei diesem besonderen Konzept identifiziert und beschäftigt sich die komplette Familie, zumeist drei Generationen in einem Haushalt, mit dem Künstler und seinen Werken. Ist der Künstler während der Ausstellungswoche einmal nicht verfügbar, wird er von der Familie vertreten. Diese erzählen dann voller Stolz von ihrem Künstler und seiner Kunst. Im Laufe der Zeit entstanden viele freundschaftliche Verbindungen zwischen den international orientierten Künstlern und den Dorfbewohnern. Der Ort Oelshausen, Nordhessen, hat somit eine neue Orientierung, Positionierung und Motivation erhalten, was auch zu einem neuen Selbstbewusstsein in der ländlichen Gegend führte. In Nordhessen ist dieser Ort mittlerweile als Galerie-Dorf bekannt und die Bewohner identifizieren sich mit der außergewöhnlichen Kunst-Präsentationen, die seit 1998 regelmäßig alle vier Jahre initiiert wird.

Die Initiatorin hat die ersten drei Veranstaltungen allein und ehrenamtlich organisiert und durchgeführt. Als schließlich auch die letzten Kritiker im Ort überzeugt waren, konnte die Arbeit durch Gründung eines gemeinnützigen Vereines auf mehrere Schultern verteilt werden. Heute fungiert Professor Kernke nur noch als künstlerische Leiterin der DORF-eigen-ART.

Aber nicht nur die Dorfbewohner, auch die Künstler profitieren von dem ungewöhnlichen Konzept. Es handelt sich um ein hervorragendes Instrument, sich einem breiten Publikum zu präsentieren – schließlich wird die Veranstaltung regelmäßig von 3.000 - 4.000 Kunstinteressierten besucht. Die Künstler schätzen die Kontakte und die Kommunikation, die nicht im sonst so üblichen „White Cube“ der Kultur stattfindet. Die Kunst lebt hier in den Räumen und an den Wänden in authentischer Weise. Außerdem sind die Künstler neben der Steigerung des Bekanntheitsgrades auch mit dem Verkauf ihrer Werke zufrieden. So wundert es nicht, dass es viele Künstler gibt, die sich wiederholt bewerben und der Vorauswahl durch eine Fachjury erneut stellen.

Die dritte Zielgruppe sind die Besucher dieses besonderen Ausstellungskonzeptes. Sie haben die Möglichkeit, in die Häuser der Dorfbewohner zu gehen und werden dort herzlich willkommen geheißen. Neben Informationen zur Kunst gibt es immer auch Kaffee und Kuchen. Diese offene Gastfreundschaft gegenüber fremden Personen ist außergewöhnlich und in Zeiten wachsender Fremdenfeindlichkeit nicht nur ein erfreulicher Begleiteffekt. Die Begegnung ist grenzüberschreitend und setzt auf diese Weise Zeichen und Maßstäbe. Nie gab es in den bisher acht Großveranstaltungen mit insgesamt 224 Einzelausstellungen und circa 24.000 Besuchern in den Privatgebäuden im Dorf negative Zwischenfälle.

Sowohl für die Dorfbewohner als auch für die Besucher der Ausstellung stellt sich diese außergewöhnliche Kunstdarbietung als eine kommunikative Plattform dar, bei der sich Menschen ohne Vorbehalte in einem sehr privaten Umfeld, dem eigenen Zuhause, begegnen können. Dabei wird sich über den Künstler, seine Werke und die verschiedenen Sichtweisen ausgetauscht. Das verschafft Kunstkenntnisse und eine andere Form der perspektivischen Betrachtung.

Diese kulturelle Plattform wird von Prof. Dr. Sylvia Kernke seit 23 Jahren organisiert, durchgeführt und als künstlerische Leiterin begleitet.

Die Erfahrung, dass Kunst grenzenlos sein kann, hat Prof. Dr. Sylvia Kernke schließlich in die virtuelle Kulturwelt übertragen und eine Kulturplattform im Internet geschaffen. Diese wird ausschließlich aus Spendengeldern und Vereinsmitteln betrieben und ermöglicht einen Austausch von Kulturschaffenden, Künstlern und Interessierten. Der Verband für die Unterstützung von Kunst, Kultur und Kreativität ist ein gemeinnütziger Verein, der die Belange der Plattform „vivars“ seit 2013 organisiert. Die Mitarbeit und Organisation ist ehrenamtlich und wird seit 7 Jahren im Wesentlichen durch Prof. Dr. Sylvia E. Kernke in Personalunion realisiert, die zudem Privatvermögen investiert hat, um die Plattform programmieren zu lassen, bevor der Verein gegründet worden ist.

Kernke war auch ehrenamtlich engagiert, als es um den Erhalt bedeutender baulicher Substanz der Gemeinde ging. Zur Rettung der Kirchenbilder in Zierenberg, entwarf sie honorarfrei ein Konzept, um Spendengelder zu sammeln, und gestaltete auf eigene Kosten die Werbemittel. Für den Erhalt und Sanierung einer weiteren Kirche engagierte sich Kernke sogar im Vorstandsamt. Auch hier konnte die Marketingfachfrau ihre konzeptionellen Ideen einbringen, die wesentlich zur Spendengenerierung sowie zur endgültigen Renovierung beigetragen haben. Der Kirchengemeinde kam auch zugute, dass Kernke Erfahrung mit künstlerischen Projekten hatte. Durch ihre Initiative konnte ein geeigneter Künstler gefunden werden, der mit seinem Kunstwerk der Kirche zu einem Alleinstellungsmerkmal verholfen hat und als Besuchermagnet fungiert. Der Baum, der sich auf dem Kirchplatz vor dem Gebäude befand, wurde malerisch als Schattenriss an die innere Frontwand projiziert. Die unwissenden Besucher gehen zunächst davon aus, es handele sich tatsächlich um einen Schatten, da sich das großformatige Bild mit verändertem Lichteinfall variativ darstellt. Zudem hat der Künstler sich einen Spaß erlaubt, und dem Hausherrn, einem evangelischen Pfarrer, einen Dompfaff im Baum versteckt. Der Kirchbesuch wird daher auch zu einem kleinen Suchspiel.

Ehrenamtliches Engagement in die Weiterentwicklung anderer und pädagogische Konzeptideen sind Professor Kernke nicht nur in ihren Vorlesungen ein stetes Anliegen. Die Professorin hat sich neben der Dozententätigkeit auch im Vorstand der Akademievereine hervorgetan, um die Lehre zu qualifizieren, zu sichern und interessant zu gestalten. So war sie Schriftführerin und ehrenamtlich im Vorstand des Trägervereins der Akademie für Absatzwirtschaft seit 2013 engagiert. Es handelt sich um die erste werbliche Akademie Deutschlands und es galt, die pädagogischen Ansätze und Lehren permanent zu optimieren.

Auch im eigenen Berufsumfeld hat Kernke die ehrenamtliche Weiterentwicklung anderer und pädagogische Konzeptideen forciert. So war sie als junge Marketingfachfrau von 1995 - 2001 im Sprecherteam der Marketing Junioren des Marketingclubs Nordhessen. Hier galt es, ehrenamtlich junge Nachwuchskräfte zu schulen und durch Austausch, Mentoring und Weiterbildungsangebote zu professionalisieren. Von 2001 - 2004 durch eine Mitgliederwahl wurde Kernke Beiratsmitglied der kompletten Berufsvereinigung (Hauptclub) und konzipierte in dieser Zeit gemeinsam mit dem Hauptclub die Weiterbildungsangebote und Tools des Erfahrungsaustausches der Berufskreativen. Aufgrund ihres hervorragenden Engagements wurde Kernke schließlich 2004 in den 4-köpfigen Vorstand als ehrenamtliche Geschäftsführerin gewählt und übernahm bis 2012 die Programmverantwortung des Berufsverbandes. In dieser Zeit wurden von Kernke 96 Weiterbildungsveranstaltungen maßgeblich und ehrenamtlich organisiert. Dies wurde mit einem erheblichen Stundenaufwand parallel zur eigenen Selbstständigkeit umgesetzt und bedeutete eine acht Jahre andauernde Doppelbelastung zugunsten des Ehrenamtes. Zurückblickend hat sich das Engagement mehr als gelohnt, da Kernke einiges bewirken konnte. Ihre Idee war es, Unternehmen der Region mit einem Preis für hervorragende Marketing-Ideen auszuzeichnen, um mit praktischen Beispielen positive Signale für andere Unternehmen in der strukturschwachen Region Nordhessen zu

setzen. Auch dies mit dem Fokus auf die Themen Weiterentwicklung und pädagogische Ansätze bzw. Konzepte. Darüber hinaus veranstaltete Kernke zweijährlich eine Leuchtturmveranstaltung, die namhafte und bedeutende Referenten nach Kassel holte, um die Region und hier ansässige Unternehmen zu entwickeln, ihnen Inspirationen und Impulse zu verschaffen. Dies war gerade in der nordhessischen, eher wirtschaftlich schwachen Region elementar und richtungsweisend. Im Jahr 2012 ist Kernke dann zur Präsidentin des Berufsverbandes gewählt worden.

Ihre Erfahrungen im Berufsverband des Marketingclubs und das Wissen, dass im Gesundheitswesen eine Professionalisierung des Marketings benötigt wird, führte dazu, dass Kernke zur Gründung des ZeMark-Med e. V. aufrief. Dieser sollte Orientierung in einer Zeit verschaffen, in der die Branche zunehmend privatisiert wurde. In einer Initialveranstaltung rief Kernke auf, einen Berufsverband für die Gesundheitsberufe zu gründen, um fehlenden Wissen entgegenzustreben und Orientierung zu verschaffen. Der ZeMark-Med e. V., der Zentrale Marketingverband in Medizin und Gesundheitswirtschaft, wurde von ihr als Gründungsmitglied initiiert und organisierte kostenlose Informationsveranstaltungen und Tagungen, die den Erfahrungsaustausch unterstützen und Wissen vermitteln sollten.

Wie wichtig Kernke die Weiterentwicklung, Potenzialentfaltung und kontinuierliche Wissensvermittlung ist, zeigte sie auch mit der Gründung ihrer eigenen Agentur für Marketing im Jahr 1991. Ausbildungsmöglichkeiten und viele Praktikantenstellen wurden geschaffen, um ihr Wissen und ihre Erfahrung weiterzugeben. Diesen Ansatz verfolgte Kernke auch in ihren Lehraufträgen der Hochschule Fulda, der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, der Hessischen Berufsakademie sowie an Werbeakademien in Kassel, Erfurt und Leipzig. Seit 2013 lehrt und forscht Professor Kernke an der FOM Hochschule für Oekonomie und Management. Hier ist es ihr ein besonderes Anliegen, theoretisches Wissen mit der Praxis und ihrer eigenen Berufserfahrung zu verknüpfen. Ihr Credo lautet: „Wir bilden heute die Manager von morgen aus und sollten uns stets bewusst sein, welche Verantwortung wir damit für die Zukunft tragen."

Ähnlich erging es Professor Kernke während der Pandemiezeit bzw. in den Zeiten des „lock downs". Einer der ersten Gedanken war denen gewidmet, die auf der wirtschaftlichen Schattenseite dieser Misere stehen. „Auch hier müssen wir verantwortung übernehmen und niemanden allein lassen!", Kernke entschloss sich daher im April 2020 ein Mutmach-Buch für die zu schreiben, die eine Orientierung und Zuspruch benötigen, um aus der wirtschaftlich schwierigen Lage, die für viele mit der Pandemie einhergeht, herauszutreten. „Die Krisen sollen stark machen und Perspektiven und Chancen verschaffen", aus diesem Grund schrieb sie in nur in nur 11 Wochen ein Buch und setzte alles daran, dass dieses bereits im November im Haufe Verlag erscheint, damit die Inhalte rechtzeitig Menschen zur Krisentransformation inspirieren können.

Das kulturelle Bürgerengagement wurde 2001 von der Paul Dierichs Stiftung geehrt

Kernke in Zahlen

kernke

162 Seminare

30 Jahre Unternehmerin

30 Jahre Geschäftsführerin

946.080.400 Sekunden Selbständigkeit, Qualität und Verantwortung

100 Impulsvorträge

1312 Telefon-Coachings

86 Strategische Konzepte

162 Zentimeter groß

Jahe Lebens-erfahrung 54

36 Schuhgröße

Veröffentlichungen 57

9 Hochschulen und Weiterbildungseinrichtungen

27 Jahre Ehrenamt

120 Unternehmerinnen erfolgreich gecoacht

97 Coachings für Führungskräfte und Akademiker

184 Projekte

Referenzen (eine Auswahl)

kernke

»...vielen Dank für Ihren erfrischenden Vortrag im Rahmen unserer Existenzgründertreffen. Die Rückmeldung der über 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bescheinigt Ihnen einen interessanten und fachlich guten bis ausgezeichneten Vortrag gehalten zu haben. Ich war mit Ihrem Angebot und dem kompletten Service rund um die Veranstaltung sehr zufrieden...«

Dr. Frank Hüttemann, Wirtschaftsförderer

»Ich habe schon mehrmals Fortbildungen besucht aber ich muss schon sagen, der Service Eures Institutes ist einzigartig.«

Gisela Stadler, Landsberg

»...Ihr Part „Marketing im Krankenhaus" war für die Teilnehmerinnen, die sich hauptsächlich aus Führungskräften aus dem medizinischen und pflegerischen Bereich zusammensetzten, hervorragend vorbereitet sowie lebendig und engagiert vermittelt...wir können Sie als Dozentin jederzeit weiterempfehlen..."

Dr. Susanne Musiol, Bereichsleitung Seminare

»Die Zweitagesseminare, die Sie gestaltet haben für die Zielgruppe Ärzte und Pflegefachpersonal aus wir jederzeit weiterempfehlen.«

Dirk Huttary, Praxismanagement Huttary

»...Für die Motivation und die Schulung bedanke ich mich, sie haben mein Denken und Handeln im unternehmerischen Sinne sensibilisiert. Ich bin sehr zufrieden und kann Ihre Agentur in jedem Falle weiterempfehlen...«

Claudia Freimiller, Inhaberin

»...heute möchten wir Ihnen nochmals danken, dass Sie unseren Klausurtag mit Ihrem Vortrag „Motivation" abgerundet haben.«

Agnes Hartmann, Ev. Krankenhaus

kernke

»...schon die Vorbereitung mit dem Erhebungsbogen war für uns ein gelungener Einstieg. Wir fühlten uns sofort gut betreut. Die individuelle Ausrichtung der Themen sowie die lockere und angenehme Atmosphäre trugen zum guten Gelingen des Seminars bei...«

Petra Wolf, Gesundheitspark

»...das Seminar entsprach allen Erwartungen, machte Spaß und bot wichtige Informationen für eine nachhaltige Arbeitserleichterung. Die Seminare wurden sehr individuell durchgeführt nachdem für jedes Seminar ein Erhebungsbogen über die Anliegen und Teilnehmer-Wünsche vorbereitend ausgefüllt wurde...wir können anderen Häusern diese Seminare empfehlen...«

Kerstin Kraft, Klinik am Kurpark

»In den von der Akademie regelmäßig durchgeführten Dozentenbeurteilungen erreicht Prof. Dr. Sylvia E. Kernke Spitzenwerte...«

Volker Baars, AfAK Akademieleiter

»...Durch Ihre erfrischend kommunizierende und zugleich fordernde Art der Gestaltung ihrer Lehrveranstaltungen setzt Frau Prof. Dr. Kernke stark positive Impulse auch für die Außendarstellung meiner Einrichtung.«

Uwe Chiarcos, Akademie für Werbung und Kommunikation Erfurt

Weitere Referenzen unter www.kernke.de oder unter proven expert

5,00 von 5

★★★★★

SEHR GUT

Empfehlung

»...Prof. Dr. Kernke unterstützt das Erwirken positiver Resultate durch präzise formulierte Anregungen zur Umsetzung. Auf einen Satz gebracht: „Kernke weckt den Macher in Ihnen!" «

Dr. Gordon Bernedo, Kognitionswissenschaftler

»...ich möchte mich bei Ihnen für das sehr gute Coaching bedanken. Frau Prof. Dr. Kernke, Sie sind ein Phänomen auf Ihrem Gebiet...«

Stefan Düsterhöft, Führungskraft

»...Mein Mann und ich waren in verschiedenen Branchen selbständig. Wir besuchten Seminare und hatten Coachings bei Frau Prof. Dr. Kernke. Diese haben sehr zu unserer Persönlichkeitsentwicklung beigetragen. Frau Kernke begleitete uns eine Zeit lang und war Inspiration und Motivation, so dass wir uns gemeinsam in eine ganz andere Richtung entwickelten. Heute haben wir ein gemeinsames und sehr erfolgreiches Unternehmen in der Baubranche. Alles hat sich komplett, aber sehr erfolgreich gewandelt. Dafür sind wir sehr dankbar.«

Olga Neb, Neb Bau GmbH, Werne

kernke

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Prozent motivierend. Ich fühlte mich sehr gut abgeholt und verstanden im Coachingpozess. Die Dynamik und Positivität ist ansteckend. Sehr inspirierend, fachlich kompetent, authentisch und sicher!

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin
Bewertung ansehen

12.11.2021 09:36 | Anonym

4,62 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Bewertung zu:
Kompetenz in Inspiration
Bewertung ansehen

13.10.2021 21:32 | Jan Thielke

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Sowohl als Referentin als auch als Beraterin kann ich Frau Dr. Kernke mit bestem Gewissen emp

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin

11.10.2021 10:40 | Mario Zgoll

Empfehlung

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin

01.10.2021 07:45 | Anonym

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Eine Powerfrau und inspirierende Persönlichkeit!

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin

30.09.2021 18:49 | Daniel Mamesa

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin
Bewertung ansehen

30.09.2021 17:22 | Anonym

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Very thankful I had the chance to meet Sylvia and join her presentations. It became my personal key to true self confidence and real inspiration to me
Can not wait for the next opportunity to be part of her performance, Thank you and lots of success in your future projects!

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin
Bewertung ansehen

30.09.2021 17:13 | Veselina VASILEVA

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Frau Kernke verfügt über ein breites Erfahrungsfundament und weiß wovon sie spricht. Auf unnachahmlichen Weise verbindet sie ihre Expertise mit Empathie und Zielführung. Klasse!

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin
Bewertung ansehen

30.09.2021 10:55 | Anonym

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin
Bewertung ansehen

30.09.2021 08:41 | Anonym

5,00 von 5
SEHR GUT
Empfehlung

Frau Prof. Dr. Sylvia Kernke ist sympathisch, souverän und kompetent. Ich freue mich sehr auf die nächste Veranstaltung.

Erfahrungsbericht & Bewertung zu:
Prof. Dr. Sylvia E. Kernke - G.O.L.D.-Inspiratorin
Bewertung ansehen

30.09.2021 08:38 | Harald Jandt

Weitere Bewertungen
unter proven expert
oder www.kernke.de

Ein Interview

Was ist Ihnen wichtig?

Ich habe viele Höhen und vor allem auch Tiefen erlebt, beruflich wie persönlich. Natürlich habe viel erreicht in meinem Leben, und ich bin sehr dankbar dafür. Ich habe mir einen Status erarbeitet, bei dem ich mir jetzt aussuchen kann, was mir wichtig ist und was ich machen möchte. Mir ist es wichtig nicht nur mein Wissen und meine Erfahrungen zu teilen, sondern ein Impuls- und Ideenlieferant für Initialzündungen zu sein, um Veränderungen, Verbesserungen, Wandelungen und Transformationen bewirken.

Was planen Sie für die kommenden Jahre?

Nun, ich habe erkannt, dass ich noch mehr nach außen gehen sollte. Wenn ich mir die jungen Menschen im Internet anschaue, die mit großer Selbstliebe für sich werben, sehe ich das etwas besorgniserregend. Im Marketing fallen die Lauten und die Schnellen auf und auf die hört man, obgleich die Berufserfahrung nicht gegeben ist. Wie kann man mit Anfang zwanzig ein Unternehmen beraten, ohne profundes Wissen, Kenntnisse und Kompetenz? Ich halte es für meine Pflicht, meine Expertise mehr zu kommunizieren und ggf. ein breiteres Publikum zu erreichen. Wir Frauen denken häufig, wir müssten noch Dieses und Jenes optimieren, um uns in die Öffentlichkeit zu wagen. Ich denke ich bin jetzt fertig genug, um die Menschen zu inspirieren...

Was würde fehlen, wenn es Sie nicht gäbe?

So wichtig bin ich nicht. Die Welt würde sich weiter drehen. Aber daran, dass sie sich etwas besser weiterdreht, wäre ich gern ein kleines bisschen beteiligt. Ich möchte einen bescheidenen Beitrag leisten, dass sich Menschen entfalten und Teams entwickeln können. Das ist mir schon öfter gelungen. Ohne mich würde etwas Inspiration hierfür fehlen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Kernke-Geschehen!

Während des Interviews

Interessen

Die Kunst ist meine große Leidenschaft. Ich bin auch gern selbst kreativ tätig. Leider habe ich hierfür wenig Zeit. Aber wenn, dann empfinde ich es als höchst inspirativ. Außerdem lasse ich meine Kreativität in meine Arbeit permanent einfließen.

Welche inspirative Wirkung von Kunst und Kreativität ausgeht, habe ich in vielen meiner Kultur-Events spüren dürfen. Aus diesem Grund habe ich auch die Plattform www.vivars.com gegründet.

Documenta-Archiv

Eine große Leidenschaft ist auch die Musik. Ich liebe es, in die Oper zu gehen und alle Musikrichtungen zu genießen, die Geschichte geschrieben haben. Die Jungs aus Liverpool, die Beatles, zählen zweifelsfrei hinzu. An ihre „Größe“ rage ich definitiv nicht heran!

Ich liebe es zu reisen und schaue mir sehr gern die Welt, andere Länder, Kulturen und deren Menschen an. Es verändert die Perspektive und ist dabei sehr inspirierend. Außerdem kann man so behaupten, dass man das King‘s und das Trinity College in Cambridge besucht hat. Das kann schließlich nicht jeder. ;)

Kontakt

Zum Schluss, ist es jetzt an Ihnen, sich zu melden und mit mir den Kern Ihres Anliegens herauszuarbeiten, bei dem ich Sie und Ihr Team inspirieren und/oder Sie bei der Transformation zum Besseren untersützen kann.

Coaching
Training
Consulting
Speaking

Rufen Sie mich gern an!
call me!

Sie wissen doch, bevor wir unser Glas auf den Erfolg erheben können (Zelebration) sollte Analysation, G.O.L.D. Inspiration, Konzeption, Operation, sowie Transformation erfolgen. ;)

Email: info@kernke.de und Internet: www.kernke.de
Telefon: +49 (0) 5 61/766588-00

Fotos:
Mario Zgoll
Leslie G. Hunt
Henry Koch
D.Pfau
und privat