



ZWISCHEN START UND ZIEL

BETWEEN THE START AND FINISHING LINES

INHALT CONTENT

- 2 **Willkommen bei MonoPool Current !**
Welcome to MonoPool Current !
- 2 **Markenwerte erhöhen: MonoPool X Indesign**
Increasing Brand Equities: Monopool X Indesign
- 3 **Licht ans andere Ende der Welt ... mit Brumberg Leuchten**
Bringing Light to the other side of the world ... with Brumberg lights
- 4 **Gemeinsam größer werden – Möbel von Flötotto erobern den asienpazifischen Raum**
Growth through joint success – furniture by Flötotto is conquering the Asian-Pacific region
- 4 **Globales Denken – regionale Unterstützung**
Think Global - Act Local
- 5 **Mit Qualität die Klinke in die Hand geben – Beschläge von P. Bisschop**
Quality that opens all doors – fixtures by P. Bisschop
- 5 **Auf den Geschmack gekommen – mit Backwaren aus Domperle-Mehl**
The taste of success – Fresh bakery items made with Domperle flour
- 6 **PERSONEN**
PERSONALITIES
- 6 **IMPRESSUM IMPRINT**

Hohe Motivation, ausgezeichnete Netzwerke und Durchhaltevermögen sind Grundsäulen des Erfolges, den wir für unsere Kunden erzielen. Doch das alleine reicht nicht. Jede Marke braucht ein individuelles Verständnis, wenn man sie in einem neuen Markt – vor allem außerhalb Europas – etablieren möchte. Daran arbeiten wir von MonoPool täglich, das ist eine unserer ganz großen Leidenschaften. Eine Marke verstehen bedeutet, sich in die Menschen hineinzusetzen, in ihre Wünsche an ein Produkt, in bisherige Erfahrungswelten eintauchen und Traditionen zu ergründen. Das ist im Raum Asienpazifik oft ein Abenteuer. Schließlich kommt es nicht nur darauf an, ein Vertriebsnetz für ein neues Produkt aufzubauen, sondern die Marke bekannt zu machen, sie in die Wahrnehmung der Verbraucher zu führen. Dafür ist uns kein Weg zu weit und keine Recherche zu anstrengend. Europäische Produktqualität hat große Chancen in einer Welt, in der man zunehmend die Frage der Nachhaltigkeit stellt, in der man auf gesunde Ernährung achtet und sich mit Dingen umgibt, deren ästhetische Halbwertszeit nicht bereits in der kommenden Saison überschritten ist.

Damit Vertrieb und Marketing beim Markteintritt in Asienpazifik gleichermaßen gesichert sind, haben wir „BrandEngine“ geschaffen: ein weiteres Netzwerk, in dem der Vertrieb und das Marketing Hand in Hand gehen. Branchenkenner in Australien, Singapur, Hongkong und China attestieren uns darin einen außergewöhnlichen Service. Für unsere Kunden bedeutet das neben einem gelungenen Markteintritt auch einen erhöhten Firmen- und Markenwert – und für uns von MonoPool ist es die tägliche Herausforderung, herauszufinden, wie wir am meisten für unsere Kunden bewirken können, über den Zeitpunkt einer erfolgreichen Premiere hinaus. Das Gespräch mit Toby Read, einem australischen Marketingspezialisten, und der Artikel über unsere Zusammenarbeit mit IMAP, einem einflussreichen Kommunikator der Architektur- und Designbranche in Asienpazifik, zeigen unser Engagement und unsere Erfolge, die wir durch die Synergie mit „BrandEngine“ erzielen.

High motivation, outstanding networks and perseverance are the pillars of success that we achieve for our clients. Yet, that alone is not enough. Every brand needs an individual identity when establishing it in a new market – especially outside of Europe. That is the subject of our daily work at MonoPool, it is one of our great passions. Understanding a brand means having an intuition for people and what they desire of the product, immersing ourselves in past experiences and fathoming traditions. This process is often fraught with adventure in the Asian-Pacific market. After all, the objective is not only to build up and distribution network for new

product but to create brand notoriety and to foster brand awareness among consumers. To do so, we go the full distance and do painstaking research, no matter what it takes. European product quality has tremendous opportunities in a world in which sustainability is increasingly becoming an issue, in which people are paying attention to healthy nutrition and surrounding themselves with objects that will already become obsolete next season.

To make sure that equal attention is devoted to sales and marketing during market entry in Asia-Pacific, we created „BrandEngine“: an additional network in which sales and market-

ing go hand-in-hand. Market insiders in Australia, Singapore, Hong Kong and China can vouch for our extraordinary service. In addition to a successful market entry, for our clients this also means increased company and brand equity – and for us at MonoPool, it represents a daily challenge to find out how we can make the biggest difference for our customers above and beyond a successful launch date.

The discussion with Toby Read, an Australian marketing specialist, and the article about our cooperation with IMAP, an influential communicator in the architecture and design industry in Asian-Pacific, our commitment and our successes we are achieving through the synergy with „BrandEngine“.

HELO SPORTS GEHT IN AUSTRALIEN AN DEN START HELO SPORTS IS IN THE STARTING BLOCKS OF AUSTRALIA

Ein morsches Stück Holz sorgte am 3. April 1971 für den Abbruch eines Bundesliga-Spiels zwischen Borussia Mönchengladbach und Werder Bremen – und für den Aufbruch in eine erfolgreiche Firmengeschichte. An jenem Tag brach der linke Pfosten eines der beiden Fußballtore im Stadion auf dem Bökelberg zusammen, als Borussias Stürmer Herbert Laumen nach einem furiosen Angriff ins gegnerische Tor lief. Für den Sportgerätehersteller helo sports in Hildesheim war das der Anbruch einer neuen Ära, denn kein Bundesligist wollte danach noch Holzture haben. Seither produziert Firmengründer Helmuth Löhr (der Firmenname setzt sich aus seinen Anfangsbuchstaben zusammen) Tore aus Aluminium, die weitaus stabiler und sicherer sind als ihre hölzernen Vorgänger.

Helo sports ist heute Europas größter Sportgeräte-Hersteller und produziert neben Fußballtoren 750 verschiedene Sportartikel für weitere verschiedene Ballsportarten sowie Leichtathletik. Die europäische Referenzliste von helo sports kann sich sehen lassen: Die Allianz-Arena in München, das Berliner Olym-

piastadium, das Selhurst Park Stadium in London oder das Stadion des AS Monaco sind mit Qualitätsprodukten aus Hildesheim ausgestattet. Während der Fußball-Europameisterschaften 1988, 2000, 2004, 2008 und 2012 sowie bei der Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland war helo sports Hersteller der

Tore und Spielerkabinen für die Stadien und Trainingscamps.

Mit der Unterstützung des Teams von MonoPool und seinem Brand & Project-Management geht helo sports jetzt auf dem australischen Markt an den Start. Das Unternehmen erhielt den Zuschlag für die Ausstattung des Melton Athletics Stadium in Melbourne: Spielerkabinen, Weitsprunganlagen sowie Handballtore und Feldhockey-Equipment wurden in einem Auftragsvolumen von 70.000€ bestellt. Am 28. August 2015 traten drei Container mit der sportlichen Fracht von Hildesheim ihre fast dreimonatige Reise nach Down Under an – Chefsache: Peter Röhrig überwachte den Verlauf dieser Reise und begleitete auch die fachgerechte Installation der Geräte in Melbourne. Bei helo sports ist man äußerst zufrieden mit diesem sozusagen Volltreffer. Folgeaufträge ließen nicht lange auf sich warten: MonoPool hat für helo sports bereits die Projekte im Sydney Olympia Stadium und Queensland Runaway Bay Athletics Stadium gewonnen. 2018 werden die Commonwealth Games Australia stattfinden: Dank unserer umfangreichen Recherchen genau der richtige Zeitpunkt für helo sports, bei der Optimierung der Wettkampfstätten für dieses große Sportereignis in Australien ganz vorn mitzuspielen.

Die Vorgehensweise von MonoPool ist individuell auf den Kunden und seine Produkte abgestimmt: Wir erkannten die Marktlücke in Australien und ermittelten die voraussichtliche Marktentwicklung. Dabei stellten wir uns die Frage, wer beim Stadionbau beteiligt ist und wer Equipment für die Stadien liefert. So fanden wir eine Firma, die Tracks und Rasenflächen baut und schalteten damit eine Handelsstufe aus: Unser Partner kauft direkt aus Deutschland, wodurch wir zudem höhere Margen für helo sports sichern können. MonoPool führt helo sports nun auch in die Märkte Singapur und Hongkong ein und erobert für das Hildesheimer Unternehmen auf diese Weise den asienpazifischen Raum.



On April 3, 1971, a piece of rotten wood caused a Bundesliga game between Borussia Mönchengladbach and Werder Bremen to be called off – and it was also the launch of a successful company history. On that day, the left upright collapsed on the football goalposts in Mönchengladbach's

EDITORIAL EDITORS LETTER



WILLKOMMEN WELCOME

Ich freue mich, Ihnen im aktuellen MonoPool Current unsere Aktivitäten und Erfolge des vergangenen Jahres vorstellen zu können und – was vielleicht noch wichtiger ist – Ihnen zu zeigen, was wir für die nächste Zukunft alles vorhaben.

Zukunft – das ist für unsere Geschäftsbeziehungen ein ganz wichtiger Begriff. Wir nehmen ihn sehr ernst, denn für uns geht Kundenpflege vor schnellem Umsatz. Und Kundenpflege bedeutet, dass

sie auf Nachhaltigkeit und damit auf die Zukunft angelegt ist. Ein Beispiel: Wir haben jüngst helo sports, Europas größten Sportgeräteequipmenthersteller, beim Markteintritt in Australien beraten und die entscheidenden Weichen gestellt. 2018 werden die Commonwealth Games Australia stattfinden. Das alle vier Jahre wiederkehrende große Sportereignis ist eine Art Olympiade der Commonwealthländer und wird mit großem Einsatz vorbereitet. Dazu gehört auch die Ausstattung der Wettkampfstadien von der Mannschaftskabine bis zum Fußballtor, vom Startblock bis zum Siegerpodest: Eine große Chance, gemeinsam mit helo sports wichtige Aufträge zu sichern.

MonoPool identifiziert sich mit seinen Auftraggebern, mit der Marke, mit den Produkten. Seien es Leuchten von Brumberg, Möbel von Flötotto, Türbeschläge von P. Bisschop oder Domperle-Mehl. Unsere hervorragenden Netzwerke ermöglichen einen sicheren Start in Asienpazifik. Ich freue mich jedes Mal darüber, wenn meine jahrzehntelange Erfahrung mit diesem Markt für meine Kunden ein Gewinn ist. Vielleicht auch demnächst für Ihr Unternehmen.

In our latest addition of MonoPool Current, I'm pleased to present to you our activities and successes of the previous year and – what is perhaps even more important – to show you all the things we have planned for the near future.

Future – that is a very important term for our business relationships. We take it very seriously, as to us, customer care comes before quick turnover. And customer care means a focus on sustainability and thus a future-oriented perspective. One example: We advised helo sports, Europe's largest sporting goods supplier, in its market entry in Australia, building the necessary groundwork. In 2018, the Commonwealth Games will take place in Australia. This mega sporting event, staged every four years, is a sort of Olympic Games for Commonwealth countries, involving major preparations. This also include the outfitting of sports arenas, from the team shelters to the football goals, from the starting blocks to the winner's podium. A great opportunity to secure important contracts together with helo sports.

MonoPool identifies with its clients, with the brand, with the products. From lighting by Brumberg, furniture by Flötotto, door fixtures by P. Bisschop or Domperle flour. Our superb networks enable a secure start in Asia Pacific. It gives me great pleasure every time my clients benefit from my decades of experience with this market. Perhaps we can do the same for your company in the near future.

Ihr Peter Röhrig
CEO MonoPool – The Art of Business

legendary Bökelberg stadium, just as Borussia's striker, Herbert Laumen, ran into the opponent's goal after a furious scoring attempt. For the sports equipment manufacturer helo sports in Hildesheim, it was the dawning of a new era, because from that point on, no team in the Bundesliga wanted to have wooden goalposts ever again. Since that time, the company's founder Helmuth Löhr (the company is based on the first letters of his name) has been producing goalposts made of aluminum, which are considerably sturdier and safer than their wooden precursors.

Today, helo sports is one of Europe's leading sports equipment manufacturers, producing not only football goalposts but also 750 different sports items for a variety of other ball

sports as well as track and field. The European reference list of helo sports is extremely impressive indeed: The Allianz Arena in Munich, the Berlin Olympic Stadium, the Selhurst Park Stadium in London or the Stadium of AS Monaco are equipped with quality products from Hildesheim. During the European football championship of 1988, 2000, 2004, 2008 and 2012, as well as the 2006 World Cup in Germany, helo sports was the manufacturer of the goalposts and team shelters for the stadiums and training camps.

With the support of the team from MonoPool and its brand and project management, helo sports is now in the starting lineup to compete in the Australian market. The company received an order to equip the Melton Athletics Stadium in Melbourne: Team shelters, long jump facilities as well as handball goalposts and field hockey equipment were included in an order totaling EUR 70,000. On August 28, 2015, three containers with the sports cargo from Hildesheim began their journey of almost 3 months down under – personally overseen by the CEO. Peter Röhrig monitored the progress of this trip and also accompanied the professional installation of the equipment in Melbourne. At helo sports, everyone is ex-

tremely satisfied with this so-called bull's-eye. And it wasn't long before follow-up orders arrived: On behalf of helo sports, MonoPool has already secured the projects in the Sydney Olympic Stadium and the Queensland Runaway Bay Athletics Stadium. 2018 will mark the staging of the Commonwealth Games Australia. Thanks to our comprehensive investigations, now is precisely the right time for helo sports to be among the front runners in optimizing the sports venues in Australia for this major sporting event.

MonoPool's approach is individually tailored to customers and their products: We recognized the market niche in Australia and investigated the prospective market development. In doing so, we asked ourselves the question, who is involved in building the stadium and who is delivering equipment for the stadiums. Thus we found a company that builds tracks and turfs, eliminating a trading middleman in the process: Our partner buys directly from Germany, also allowing us to secure higher margins for helo sports. MonoPool is now leading helo sports into the markets of Singapore and Hong Kong, as a springboard for the Hildesheim company to win over the Asian-Pacific region.

MARKENWERTE ERHÖHEN: MONOPOOL X INDESIGN

INCREASING BRAND EQUITIES: MONOPOOL X INDESIGN

MonoPool freut sich, eine strategische Partnerschaft mit Indesign Media Asia Pacific anzukündigen, die den Service erweitert, den MonoPool bieten kann: Es werden in Zukunft auch Marketingstrategien, Inhaltsschöpfungen und auf Erfahrung basierende Lösungen in Zusammenarbeit mit der führenden Architektur- und Design-Company für Media und Events Media der Region Asienpazifik angeboten.

Der Wendepunkt, an dem sich die anhaltenden Sparmaßnahmen des Westens mit den aufstrebenden Wirtschaftssystemen Asiens befinden, bleibt stabil, und hochwertige Qualität, die in Europa gefertigt wird, erfreut sich wachsender Nachfrage in der Mittel- und Oberschicht in Asienpazifik. Dennoch ist es leichter gesagt als getan, die Produkte in den Markt einzuführen, da Entfernungen, kulturelle Unterschiede, Händlerstrukturen und Tarifsysteme viele Geschäftsleute entmutigen. Um diese Hürden zu überwinden, hält

MonoPool einen umfassenden Service bereit, um europäischen Marken den Eintritt in die fernen Märkte zu erleichtern.

Mit führenden Firmen, wie beispielsweise dem renommierten Möbelhersteller FLÖTOTTO und dem Sportgerätehersteller helo sports hat MonoPool den Markteintritt deutscher Premiummarken erfolgreich unterstützt. MonoPools einzigartige Kombination von Verständnis und Kenntnis der lokalen Wirtschaft und Kontakten zur Industrie in Asienpazifik schafft ein starkes Repertoire, um Absatzmöglichkeiten für europäische Produkte auf den fremden Märkten zu finden und Personal, Lagerung, Logistik und Supportangebote bereitzustellen. Durch die Partnerschaft mit Indesign Media Asia Pacific (IMAP) hat MonoPool die einflussreichste Medienagentur im Architektur- und Designsektor an seiner Seite, um die Promotion und das Marketing für MonoPools Kunden zu optimieren. Der bedeutendste, unabhängige Inhaber von Medienkanälen in Asienpazifik, deren Aus-

richtung auf Design, Architektur und verwandten Produkten beruht, nämlich IMAP, hat die Kommunikation dieser Geschäftsfelder maßgeblich geformt und ihre Reichweite nach Singapur, Indonesien und Hongkong in den vergangenen Jahren ausgedehnt. IMAP gibt beständig Premiumpublikationen im Themenbereich Design heraus, wie beispielsweise Indesign Magazine, Habitus und Design Quarterly. Jedes Magazin wird von digitalen Plattformen und Social Media Networks unterstützt. Haushalts-, Wohn- und Industrieprodukte und entsprechende Marken erlauben einen Mix, der sich an die Industrie und den High-End-Verbraucher wendet. IMAPs Titel sind Instrumente des Wachstums und des Erfolges im Bereich der Designmarken, sei es inländisch oder international. Des Weiteren ist IMAP Gründer von Indesign: Die Eventserie der Design-Industrie bietet Communities in Sydney, Melbourne, Singapur, und Hongkong und darüber hinaus die Möglichkeit, mit neuen Kunden in Kontakt zu kommen, Design zu



zelebrieren und sich im Aufbau von inhaltsreichen Marken zu engagieren.

Raj Nandan, Geschäftsführer und Herausgeber von IMAO, hat eine langjährige Geschäftsbeziehung mit Peter Röhrig von MonoPool, die bis in die Zeit zurückreicht, als Röhrig die Firma Wilkhahn in Australien etablierte und IMAPs Publikationen und Events nutzte, um die Marke Wilkhahn zu bewerben und in den Markt zu bringen.

„Was Peter mit Wilkhahn in Australien machte, war sensationell,“ betont Nandan, „und es zeigt seine Fähigkeit, erfolgreich eine Marke auf einem fremden Markt aufzubauen. MonoPool ist nicht verkopft; es gibt so viele große Firmen in Deutschland und in Europa

allgemein, die Märkte in Asienpazifik erschließen wollen, doch Peter hat das Wissen und die Kontakte erworben, die zusammen es erst möglich machen, und wir sind sehr daran interessiert, diesem Konzept eine neue Dimension mit unsern Marketingfähigkeiten und unserer Reichweite zu verleihen."

Röhrig ist ebenso begeistert über die Partnerschaft: "Indesign hat immer einen internationalen Überblick gehabt, und Rajs Erfolg in Südostasien beweist, dass sie verstehen, wie man sich Zugang zu neuen Märkten verschafft. Mit ihren Medienkanälen und ihrer Eventplattform sind sie in der Lage, Kunden von MonoPool einen beispiellosen Marketing-service anzubieten."

Das Bündnis von MonoPool und IMAP ist ein logischer Schritt für beide Firmen, und ihre einander ergänzenden Fähigkeiten und das gemeinsame Wissen schaffen kraftvolle Synergien. Die starke Beziehung zwischen den beiden Firmen und ihre Expertise in ihren Marktregionen sichern, dass ihre Angebote einzigartig und hochwertig sind. Das schafft Vertrauen bei den Kunden, dass sie in den bestmöglichen Markteintritt ihrer Firmen in Asienpazifik investieren.

MonoPool is pleased to announce a strategic partnership with Indesign Media Asia Pacific, which will expand its service offering to in-

clude strategic marketing, content creation and experiential solutions from the Asia-Pacific region's leading architecture and design media and events company.

The pivot from the ageing economies of the west to the emerging economies of Asia continues, and high quality manufacturers from Europe are finding increased demand for their products among their growing middle and upper classes. However getting products to market is easier said than done, with distance, cultural differences, customs and tariff systems frustrating many businesses. Bridging this divide, MonoPool provides a bespoke service of introducing European brands into foreign markets.

With leading companies such as renowned furniture manufacturer FLÖTOTTO and sports equipment producer helo sports MonoPool has successfully accessed the markets of Asia Pacific for premium German brands. MonoPool's unique combination of local economy understanding and industry contacts give it a powerful set of resources for identifying areas of opportunity for European brands in foreign markets and building staff, warehousing, logistical and support capabilities. Now, through their partnership with Indesign Media Asia Pacific (IMAP), they harness the region's most powerful media voice in the ar-

chitecture and design sector to promote and market their clients.

As the most significant independent owner across design, architecture, and associated products media channels in Asia Pacific, IMAP has shaped the conversation surrounding these sectors in Australia, expanding its reach to Singapore, Indonesia and Hong Kong in recent years. It's stable of premium design publications includes Indesign Magazine, Habitus and Design Quarterly, each supported by digital platforms and social media. Covering commercial, residential and industry products and brands and accessing a mix of dedicated industry and high-end consumer audience, IMAP's titles have hosted been instrumental in the growth and success of design brands both domestic and international. Furthermore, IMAP is the founder of the Indesign: The Event series – design industry events which offer communities in Sydney, Melbourne, Singapore, Hong Kong and beyond the opportunity to connect with new clients, celebrate design and engage in creative, content-rich brand building. Raj Nandan, CEO and Publisher of IMAP, has a long-standing relationship with MonoPool's Peter Röhrig, dating back to Peter's bringing Wilkhahn to Australia and employing IMAP's publications and events to advertise and market the brand.

"What Peter did with Wilkhahn [in Australia] was sensational," recalls Nandan, "and shows his ability to successfully build a brand in a foreign market." "MonoPool is a no-brainer, there are so many great companies in Germany – and Europe in general – that want to access markets in Asia-Pacific, and [Peter's] got the knowledge and the contacts to make it happen, and we're keen to add a new dimension to the concept with our marketing skills and audience."

Röhrig is also enthusiastic about the partnership; "Indesign has always had an international outlook, and Raj's success in South-east Asia proves they understand how to access new markets themselves. Between their media channels and events platform, they are in a position to offer MonoPool's clients an unparalleled marketing service."

The alliance between MonoPool and IMAP is a logical step for both companies, and their complementary skills and knowledge creates powerful synergies. The strong relationship between the two companies and their expertise in their areas of the market ensure their offering is unique and formidable, giving clients the confidence that they are investing in the best possible launch of their companies in the Asia-Pacific region.

Lorenzo Logi

(Deutsche Übersetzung: Ulrike Brenning)

LICHT ANS ANDERE ENDE DER WELT ... MIT BRUMBERG LEUCHTEN

BRINGING LIGHT TO THE OTHER SIDE OF THE WORLD ... WITH BRUMBERG LIGHTS



Innovation and Tradition – das sind zwei wichtige Säulen, auf denen das Familien-Unternehmen BRUMBERG Leuchten im sauerländischen Sundern steht – und das in der fünften Generation. War es bei der Firmengründung 1873 die verlässliche Petroleumlampe, so ist es heute die LED-Technik: BRUMBERG zählt zu den ersten Unternehmen, die LED-Leuchten auf den Markt brachten. Eine beeindruckende Produktpalette bietet Lichtlösungen für nahezu jeden Anwendungsbereich. Und auch in der Präsentation der Produkte geht BRUMBERG neue Wege: Das LED Competence Center zeigt in sieben Themenbereichen, was alles möglich ist, seien es Leuchten, Lichtstärken, Lichtfarben, Lichtszenarien oder Steuerungstechniken. Die leistungsstarke Marke gehört zu Europas führenden Firmen der intelligenten Lichttechnik und will sich jetzt den asienpazifischen Markt erschließen.

Mit MonoPool hat BRUMBERG einen exklusiven Partner für das Business Development in Asienpazifik gewählt, der die Marktsituation verlässlich einschätzen kann: Umfangreiche Recherchen und Analysen gehören dazu, aber auch die Vermittlung von wichtigen Kontakten – in diesem Fall stellte das Team von MonoPool die Verbindung zu führenden Architekturbüros in Australien her und brachte BRUMBERG in Kontakt mit potenziellen Händlern. So konnte bereits ein Händler gewonnen werden, der für BRUMBERG in New South Wales und Victoria den Vertrieb übernimmt. In nur sechs Monaten erschloss MonoPool gute Märkte für BRUMBERG in Australien und Hongkong, nicht zuletzt aufgrund des ausgezeichneten Netzwerks mit Architekten und Händlern hochwertiger Produkte.

Besonderes Interesse weckt vitalLED® - das intelligente Beleuchtungssystem: Mit dieser Innovation von BRUMBERG kann ein individuell abgestimmtes Licht über Tag und Nacht gesteuert werden. Bedarfsgerecht, nach ganz persönlichen Wünschen der Kunden. Es passt sich individuell der Stimmung oder den Bedürfnissen an, kann aktivieren, aber auch Ruhephasen unterstützen. Bei Präsentationen in Australien erfuhren BRUMBERG und das Team von MonoPool

großes Lob für vitalLED® - man habe so ein gutes und dabei leicht zu bedienendes Lichtsystem noch nie gesehen.

Was macht BRUMBERG für den asienpazifischen Markt interessant? Zum einen überzeugen die Produktvielfalt und das innovative Design, zum anderen ist die intelligente LED-Lichttechnik aufgrund ihrer Qualitäten für den Umweltschutz zukunftsweisend: Geringer Stromverbrauch, geringere Kosten, höhere Lebensdauer und niedriger Wartungsaufwand als bei herkömmlichen Leuchtmitteln sind die wichtigsten Argumente.

Daher führte MonoPool bereits Gespräche mit dem TÜV Rheinland in Melbourne, um die Ankerungsrichtlinien und Zertifizierungsmöglichkeiten für BRUMBERG Leuchten in Australien zu ergründen und somit alle Wege für die Produkte zu ebnet. Auch in Hongkong gibt es ein großes Interesse, besonders an dem vitalLED® System von BRUMBERG. Dort zieht ein Händler die Möglichkeit in Betracht, Produkte von BRUMBERG ins Basisgeschäft aufzunehmen und weitere, nicht konkurrierende Produkte zum Angebot hinzuzufügen.

Natürlich gehören auch Besuche der einschlägigen Produktmessen in Australien und Europa zum Service und zum Erfolgskurs: Im August 2015 informierte sich das Team von MonoPool auf der „Beauty of Light“ in Sydney

über die australische Lichtindustrie, mit dem Ziel, BRUMBERG'S Produkte in den neuen Märkten zu platzieren. Im März 2016 unterstützte das Team von MonoPool BRUMBERG auf der weltgrößten Messe für Licht und Gebäudetechnik, der „Light + Building“ in Frankfurt / Main. Dieser Support gehört neben den Recherchen und Analysen des australischen Marktes selbstverständlich zum Portfolio von MonoPool – bieten doch Messen die idealen Möglichkeiten für internationale Kontakte. So konzentriert und effektiv lässt sich der asienpazifische Markt für BRUMBERG im besten Sinne durchleuchten.

Innovation and tradition – those of the two key pillars on which the family-owned company, BRUMBERG Leuchten rests, a company based in Sundern, in Germany's Sauerland region – already in its fifth generation. Whereas the company first started out in 1873 with a reliable petroleum lamp, today it is involved in LED technology: BRUMBERG was among the first companies to introduce LED lights in the market. An impressive product range offers lighting solutions for virtually any area of application. And BRUMBERG also shines brightly in the presentation of its products: The LED Competence Center, featuring seven thematic areas, showcases the potential, from lighting fixtures, light contrasts, lighting colors, lighting scenarios or control technologies. The high performance brand is among Europe's leading companies for intelligent lighting technology and now seeks to gain a presence in the Asian-Pacific market.

With MonoPool, BRUMBERG has chosen an exclusive partner for business development services in Asia Pacific, who can reliably assess the market situation: This involves comprehensive investigation and analysis, yet also the referral of important contacts – in this case, the team from MonoPool established ties to leading architectural firms in Australia and introduced BRUMBERG to potential dealers. Thus, a dealer has already been enlisted who will handle sales for BRUMBERG in New South Wales and Victoria. In only six months, MonoPool opened up strong markets for BRUMBERG in Australia and Hong Kong, not least thanks to its outstanding network with architects and dealers of high-quality products.

vitalLED® generates particular interest - intelligent lighting system: With this innovation, BRUMBERG can control an individually specified light day and night. Precisely tailored to the personal needs of the customer.

It adapts individually to particular moods or needs, it can be invigorating or also promote quiet times. During presentations in Australia, BRUMBERG and the team from MonoPool received great accolades for vitalLED® - prospects said they never seen a lighting system that was so good and easy to use.

What makes BRUMBERG interesting for the Asian-Pacific market? First of all, there is the compelling product variety and innovative design; what's more, the intelligent LED lighting technology is cutting-edge, thanks to its qualities for environmental protection: low power consumption, lower costs, longer life cycles and lower maintenance overhead than traditional lights are the most important selling points.

That is why MonoPool already conducted discussions with TÜV Rheinland in Melbourne, to investigate the recognition guidelines and certification opportunities for BRUMBERG Leuchten in Australia, thus paving the way for these products. There is also great interest in Hong Kong, especially in the VitalLED System from BRUMBERG. A dealer there is considering the possibility of taking up BRUMBERG



products into its core lineup and adding other noncompeting products to its range.

Naturally, a visit to the key industry trade fairs in Australia and Europe are part of the service and the path to success: In August 2015, the team from MonoPool found out about the Australian lighting industry at the „Beauty of Light“ exhibition in Sydney, with the aim of positioning BRUMBERG's products in these new markets. In March 2016, the team from MonoPool is assisting BRUMBERG at the world's largest exhibition for lighting and building technology, „Light + Building“ in Frankfurt/Main. In addition to research and analysis of the Australian market, this support is a natural element in the portfolio of MonoPool – after all, exhibitions offer ideal opportunities for international contacts. This concentrated and effective approach demonstrates how the Asian-Pacific market can be best illuminated for BRUMBERG.

GEMEINSAM GRÖßER WERDEN – MÖBEL VON FLÖTOTTO EROBERN DEN ASIENPAZIFISCHEN RAUM GROWTH THROUGH JOINT SUCCESS – FURNITURE BY FLÖTOTTO IS CONQUERING THE ASIAN-PACIFIC REGION



Ein klares Design, das sich an hoher Funktionalität orientiert, zeichnet die Möbel von Flötotto aus. Wer sich in den 1970-er Jahren Möbelstücke aus dem inzwischen legendären Profilsystem anschaffte, ist noch heute damit zufrieden. Wer auf einem Flötotto Schreibtischstuhl saß und Hausaufgaben machte, erinnert sich noch immer an die Rundung der Rückenlehne, und schließlich an den Schreibtisch selbst: Ein Möbelstück zum Mitwachsen. Gemeinsam größer werden – das gilt auch für das Unternehmen Flötotto, das inzwischen in der vierten Generation von den Brüdern Henrik und Frederik Flötotto geführt wird.

Mit ihren Marken Flötotto, Authentics und Sitting Bull möchte das Geschäftsführer-Duo auch die Kunden in der Asienpazifik-Region überzeugen. Sie haben sich daher entschlossen, gemeinsam mit MonoPool ihre internationalen Geschäfte auszuweiten. Der Zeitpunkt ist günstig, denn Design made in Germany kann in den vergangenen Jahren auf einen Zuwachs an Bedeutung auf dem internationalen Markt verweisen. Die Gründe dafür liegen in der Qualität, die sich mit unverwechselba-

ren, zeitlosen Design-Merkmalen paart. Flötotto spielt in diesem Segment eine entscheidende Rolle. Kein Wunder, dass der Grundstein für die Zusammenarbeit mit MonoPool auf der internationalen Möbelmesse in Mailand gelegt wurde. Hervorragende Kontakte, vermittelt durch MonoPool, sorgten dafür, dass in Australien und Asienpazifik die geeigneten Distributoren für Flötotto gefunden wurden. Innerhalb kurzer Zeit konnte ein großes Händler-Netzwerk

aufgebaut werden. In Australien entschied man sich für Koskela, ein Unternehmen, das sowohl bei Architekten als auch Designern gleichermaßen bekannt wie beliebt ist; für den Raum Asienpazifik fiel die Wahl auf BW Furniture als Flötottos Distributor in Singapur und Hongkong, sowie für Shanghai und Peking auf JEB.

Neben dem geeigneten Portfolio des Distributors hat MonoPool stets auch mögliche Risiken und die Effizienz im Blick. Der persönliche Kontakt vor Ort wird durch lokale Manager sowie monatliche Reisen nach Asien und Asienpazifik unserer Brand and Project Manager gepflegt. Unsere Flexibilität und das Verständnis für die Ansprüche unserer Kunden machen unser Firmenprofil einzigartig. Darum ist es für uns auch selbstverständlich, dass wir Flötotto im April 2016 bei der kommenden Isaloni – Salone del Mobile in Mailand tatkräftig unterstützen.

A straightforward design, geared to high functionality, is the trademark of furniture by Flötotto. Anyone who acquired furniture pieces in the 1970s from the now legendary profile system is still satisfied with it today. Those who once sat on a Flötotto desk chair working on their homework will still remember the curvature in the seat back, not to mention the desk itself: A piece of furniture that grows up with you. Growing bigger together – that also applies to the Flötotto Company, now managed in the fourth generation by the brothers Henrik and Frederik Flötotto.

With their brands Flötotto, Authentics and Sitting Bull, the managing director duo also seeks to win over customers in the Asian-Pa-

cific region. That is why they have decided to expand their international business in cooperation with MonoPool. The timing is auspicious, as „design made in Germany“ has experienced a growing significance in the international market over the past few years. The reasons for this are based on quality, coupled with unmistakable, timeless design characteristics. Flötotto plays a decisive role in the segment. No wonder the foundation for the cooperation with MonoPool was laid at the international furniture fair in Milan.

Outstanding contacts, arranged by MonoPool, ensured that the suitable distributors could be found for Flötotto in Australia and Asia Pacific. Within just a short time, a large dealer network was built up. In Australia, the company opted for Koskela, a firm that is equally well known and admired among architects and designers alike; for the Asian Pacific region, the decision was made in favor of BW Furniture as Flötotto's distributor in Singapore and Hong Kong, as well as the company JEB for Shanghai and Beijing.

In addition to the suitable portfolio of the distributor, MonoPool always has an eye on potential risks and a focus on efficiency. The personal contact in the market is maintained by local managers as well as through monthly trips to Asia and Asia Pacific by our Brand and Project Managers. Our flexibility and understanding for the needs of our customers make our company profile unique. That is why we will naturally be providing substantive assistance to Flötotto in April 2016 at the upcoming Isaloni – Salone del Mobile in Milan.

Globales Denken – Regionale Unterstützung

THINK GLOBAL – ACT LOCAL



Interview mit Toby Read, Director of Commercial Sales bei Koskela, Sydney, geführt von MonoPool

Wie lernten Sie MonoPool kennen?

Peter Röhrig und ich hatten bereits früher in Australien, Asien und Europa beinahe zehn Jahre miteinander gearbeitet. Ich finde es spannend zu sehen, wie MonoPool den verschiedensten europäischen Marken hilft, sich in Australien zu etablieren, und nach der Einführung der Flötotto-Kollektion war ich überzeugt, dass diese Möbel perfekt die Produktpalette von Koskela ergänzen.

Welche Rolle hat MonoPool im Zusammenhang mit Flötottos Markteintritt gespielt, und wie waren Sie daran beteiligt?

MonoPool unterstützte Koskela, einen geeigneten Marketingpartner zu finden, Ausstellungsmöbel für den Showroom auszuwählen sowie Musterstücke für Flötottos ersten Markenauftritt in Australien zu entwerfen. Das Team von MonoPool ermöglichte auch ein Trainingsprogramm für den Verkaufsstab von Koskela in direkter Zusammenarbeit mit dem Flötotto-Werk in Gütersloh in Deutschland. Ich genoss das Privileg, im Juli 2015 an diesem Training teilzunehmen und wurde gastfreundlich von Geschäftsführer Frederik Flötotto aufgenommen. Die

praktische Ausrichtung dieser Reise war ausgezeichnet, und es hat sich als sehr wertvoll herausgestellt, dass hier in Australien Verkäufer-Teams in der Firmengeschichte und dem Produkt-Portfolio von Flötotto geschult sind.

Auf welche Weise unterstützen die MonoPool Brand and Project Manager Koskela und seinen Verkaufsstab?

MonoPool Brand and Project Manager haben dem Verkaufsstab von Koskela bei der Organisation und Durchführung von Produktpräsentationen in Architektur- und Designbüros assistiert, haben sich bei unabhängigen Meetings für die Geschäftsentwicklung eingesetzt, sie nahmen an Netzwerk-Events teil, stellten schnelle und genaue Produktinformationen zur Verfügung und projektierten marktspezifische Preise. Kurz gesagt: MonoPools Hilfe ist bis zum heutigen Tag von unschätzbarem Wert.

Können Sie schon auf Ergebnisse verweisen? Gibt es Referenzen für die Zusammenarbeit von Koskela und MonoPool?

Wir sind in der glücklichen Lage, bereits eine Anzahl von Projekt-Spezifikationen für die PRO Chair-Kollektion sichern zu können. Diese schließt NRMA Sydney durch Davenport Campbell, LDD Bentley in Perth und Bliss Media in Perth – beide durch Cradle Design – ein.

Was unterscheidet MonoPool von anderen Consulting-Firmen oder Service-Dienstleistern in der Industrie?

MonoPools Niveau in der lokalen und internationalen Unterstützung ist hervorragend. Keine andere Consulting-Firma kann dieses Ausmaß an lokalen Ressourcen bieten, um Verkaufswege zu ebnet, wie es MonoPool vermag. MonoPools Investition in einen in Sydney ansässigen Brand Manager hat zweifelsohne der Marke Flötotto geholfen, deutlich schneller vor Ort zum Zuge zu kommen, als es auf anderen Wegen

möglich gewesen wäre. Die umfassende Unterstützung, mit der MonoPool für Flötotto einen Partner wie Koskela gewinnen konnte, war großartig.

Wie schätzen Sie die Chancen und Möglichkeiten im Allgemeinen für erstklassige deutsche Produkte in Australien ein?

Ich bin der Meinung, dass Australien über eine sehr hochwertige und gut abgerundete Designpalette verfügt. Daher haben deutsche Spitzenenerzeugnisse, besonders aus dem Möbel-, dem Licht- und dem Einrichtungssegment, gute Möglichkeiten auf unserem Markt.

Interview with Toby Read, Director of Commercial Sales at Koskela, Sydney by MonoPool

How did you get to know MonoPool?

Peter and I had previously worked together in Australia, Asia and Europe for almost a decade. I was excited to see the various European brands Monopool were helping with market establishment in Australia, and upon introduction to the Flötotto range, found their furniture perfectly complemented Koskela's product mix.

Which role has MonoPool played concerning Flötotto's market entry and how were you involved?

Monopool helped Koskela select appropriate marketing collateral, showroom display furniture and project samples for Flötotto's Australian launch.

They also facilitated a training program for Koskela's sales staff directly with the Flötotto factory in Gütersloh in Germany. I was privileged to attend this training in July 2015 and was graciously hosted by Frederik Flötotto (Managing Director). The "hands on" nature of this trip was excellent and has proven very valuable when training local Australian sales staff on both Flötotto's company history and product portfolio.

In what ways do MonoPool Brand and Project Managers support Koskela and their sales staff?

Monopool Brand and Project Managers have assisted Koskela sales staff by organizing and attending product presentations at architectural and design offices, engaging in independent business development meetings, attending industry networking events and providing quick and concise product information and project specific pricing. In short, their assistance has been invaluable to date.

Can you already show results? / Are there any references for the cooperation between Koskela and MonoPool?

We have been fortunate to secure a number of project specifications for the PRO Chair range already. These include NRMA Sydney through Davenport Campbell, LDD Bentley in Perth and Bliss Media in Perth, both through Cradle Design.

What makes MonoPool different from other consulting companies / service providers in the industry?

Monopool's level of local and international support is outstanding. No other consulting company provides "on the ground" resources to assist your sales channels like they do. Their investment in a local, Sydney based, Brand Manager has definitely helped the Flötotto brand get much faster traction locally than it would have otherwise.

The way they have helped Flötotto partner with Koskela has been nothing short of outstanding.

How would you generally assess the chances/possibilities for German premium goods in the Australian market?

I believe Australia has a very sophisticated and well rounded design palette. As such German premium goods (especially within the furniture, lighting and interior products sector) will have great possibilities within our market.

MIT QUALITÄT DIE KLINKE IN DIE HAND GEBEN – BESCHLÄGE VON P. BISSCHOP

QUALITY THAT OPENS ALL DOORS – ARCHITECTURAL HARDWARE BY P. BISSCHOP

Wer sich für eine Türdrücker-Garnitur von P. Bisschop entscheidet, steigt ganz oben ein: Qualität, die ihren Preis, aber vor allem auch eine eigene Philosophie hat. Die Geschichte der Türbeschläge ist eng verbunden mit der europäischen Geistesgeschichte. Jedes Modell von P. Bisschop hat seine Biografie – ja, die gibt es auch bei Türdrückern! Wie er geformt und eingebunden ist in den Beschlag, ob er schlicht oder auffällig gestaltet ist – all das sagt etwas aus über die ursprüngliche Verwendung und die damaligen Auftraggeber vom 17. bis zum frühen 20. Jahrhundert. Diese Liebe zum Detail hat sich P. Bisschop bewahrt und fertigt seit 125 Jahren Tür- und Fensterbeschläge aus massivem Messing oder Edelstahl. Die Qualität ist europaweit anerkannt.

Nun entschied man sich bei P. Bisschop, auch den australischen Markt mit erstklassigen Produkten zu erobern. MonoPool steht als Partner an der Seite des Traditionsbetriebs aus Velbert. Enge Kontakte zur australischen Architekturbranche sind im wahrsten Sinne des Wortes „Türöffner“ für P. Bisschop. Es gelang, bereits potenzielle Händler zu interessieren: P. Bisschop erhielt begeistertes Feedback für die Produkte. Das zeigt, dass der australische Markt Chancen für europäisch geprägte Bau- und Einrichtungsmaterialien bietet. Eine Analyse des Händlersegments brachte MonoPool den Kontakt zu Mother of Pearl, einem Spezialhändler, der sich in seiner Produktpalette auf High End Residences spezialisiert hat und von P. Bisschops Tür- und Fensterbeschlägen begeistert ist. Mother of Pearl ist mit Showrooms an den Standorten Sydney und Melbourne vertreten und legt größten Wert auf Know-How, Design und Qualität. Zur Zeit arbeitet das Team von MonoPool daran, weitere Märkte in Hongkong, Singapur und China zu erschließen. MonoPool übernimmt auch die Rolle des Importeurs und die des Händlers. Wir kümmern uns um die Importbedingungen und Logistikabwicklung und stellen sicher, dass die Produkte bis „zur Türklinke“ unseres Distributors geliefert werden. Außerdem konnte das Team von MonoPool bereits einige Projekte für

P. Bisschop gewinnen, die in seine Hände übergeben wurden. Darüber hinaus bieten wir unserem Partner einen weiteren Service: Wir unterstützen tatkräftig das Team von P. Bisschop auf der FENSTERBAU FRONTALE, der Weltleitmesse für Fenster, Türen und Fassaden in Nürnberg.

Anyone who opts for a door handle set by P. Bisschop is choosing the top-of-the-line: Quality that has its price, but above all its own philosophy. The history of architectural door hardware is closely tied to the intellectual history of Europe. Each model by P. Bisschop has its own biography – yes, they do exist even for door handles! It's all a matter of how it is shaped and integrated into the fixture, whether it is unpretentious or elaborately decorative – these are all attributes that say something about the original use and the previous customers from the 17th, all the way into the early 20th century. This love of detail has been a hallmark at P. Bisschop, where door and window fixtures have been produced out of solid brass or stainless steel for 125 years. The quality is renowned throughout Europe.

P. Bisschop recently decided to also win over the Australian market with premium products. MonoPool has been a partner at the side of this traditional company from Velbert. Close



contacts to the Australian architecture field are „door openers“ in the truest sense of the word for P. Bisschop. There has already been success in kindling interest among potential dealers: P. Bisschop has received enthusiastic feedback on its products. This demonstrates that the Australian market offers opportunities for European-style building and furnishing materials. An analysis of the dealer segment brought MonoPool together with Mother of Pearl, a niche dealer whose product range is focused on high-end residences and who is thrilled with P. Bisschop's door and window fixtures. Mother of Pearl has showrooms in Sydney and Melbourne and places great emphasis on expertise, design and quality. Cur-

rently, the team at MonoPool is working on developing additional markets in Hong Kong, Singapore and China.

MonoPool also assumes the role of importer and dealer. We handle the import conditions and logistics processing, ensuring that the products are delivered „to the doorstep“ of our distributor. In addition, the team at MonoPool has already won some projects for P. Bisschop, which were forwarded to the Mother of Pearl. Moreover, we offer our partner an additional service: We are providing substantive support to P. Bisschop's team at FENSTERBAU FRONTALE, the world's leading exhibition for windows, doors and façades in Nuremberg.

AUF DEN GESCHMACK GEKOMMEN – MIT BACKWAREN AUS DOMPERLE-MEHL

THE TASTE OF SUCCESS – FRESH BAKERY ITEMS MADE WITH DOMPERLE FLOUR

Die erste Ausgabe von MonoPool Current berichtete bereits über die Große Mühle der Gebrüder Engelke in Hasede bei Hildesheim und unsere gemeinsame Mission, in Australien mit Mehl eine Marktlücke zu füllen. Inzwischen gehen in Australien und Asienpazifik frische Backwaren aus Domperle-Mehl über die Ladentheken, und die dortigen Märkte verlangen nach mehr! Der Zeitpunkt für dieses Projekt ist günstig gewählt, denn der Trend geht auch dort hin zu einem bewussten Lebensstil – gesunde Ernährung gehört unbedingt dazu. Das Mehl der Großen Mühle kann diese Ansprüche bestens erfüllen, denn es wird ohne Genmanipulation produziert und trägt das Halal-Zertifikat. Das bedeutet, dass Domperle-Mehl einwandfrei und rein nach den Kriterien des islamischen Glaubens ist.

Diese Qualitäten, mit denen wir unsere Kunden überzeugen konnten, werden noch übertroffen durch die Produkte selbst: Sie schmecken einfach gut! Nach einigen Test-Back-Phasen mit lokalen Bäckereien, die „Prototypen“ von Broten und Brötchen aus Domperle-Mehl buken, war klar, dass wir wichtige Endkunden gewonnen hatten. Inzwischen gibt es diese Backwaren in Supermärkten zu kaufen. Um einen größtmöglichen Absatz zu erzielen, haben wir unseren Namen MonoPool eingebracht, um das hochwertige Mehl der Großen Mühle auf dem internationalen Markt zu kommunizieren. Es heißt „MonoPool Mehl für Profis“ und hat sein eigenes Logo.

Das Team von MonoPool hatte das Projekt für Gebrüder Engelke „von hinten“ aufgerollt, nämlich zunächst Direktvermarkter zu finden und anschließend den Distributor. Auch das ist inzwischen gelungen. Wir konnten erfolgreich den von uns aufgebauten Kundentamm an Großhändler übergeben. MonoPool Pte. Ltd. übernimmt sowohl die Rolle des Importeurs als auch die des Händlers – unsere einzigartige Firmenstruktur erlaubt es uns, die Produkte gleichzeitig zu importieren und an den Distributor zu verkaufen.

Jetzt werden monatlich Container des Domperle-Mehls unter dem Label „MonoPool Mehl für Profis“ nach Australien und Singapur verschifft – bei diesen Ländern wird es nicht bleiben! Nun können sich auch zunehmend asiatische Kunden über frische Backwaren wie Roggen- und Dinkelbrot aus deutschem Spezialmehl freuen. Gemeinsam mit den Bäckereien haben wir Produkte für den Markt entwickelt, die guten Absatz finden.

The first edition of MonoPool Current already reported on the large mill owned by the Gebr. Engelke in Hasede near Hildesheim, and our joint mission of supplying a market niche with flour in Australia. In the meantime, fresh bakery items, made with Domperle flour, have been selling in Australia and Asia Pacific, and the markets there are hungry for more! The timing for this project is just right, as people there are also trending towards a more conscious lifestyle – healthy nutrition is an essential part of it. The flour produced by the large mill is more than capable of satisfying these needs, as it is produced without GMOs and bears the Halal certificate. This means that Domperle flour is of impeccable and pure quality according to the criteria of Islamic faith.

These qualities with which we were able to convince our customers are even surpassed by the products themselves: They are simply delicious! Following several test-baking phases with local bakeries that baked „prototypes“ of bread and rolls using Domperle flour, it was clear that we had gained important end customers. In the meantime, these baked items are being sold in supermarkets. In order to achieve the best possible sales, we have introduced our name, MonoPool, to communicate the high quality flour from the vast mill in the international market. It is called „MonoPool Mehl für Profis“ and has its own logo.

In assisting the Engelke Brothers, the team from MonoPool took an unconventional bottom-up approach, first finding bakeries, followed by the distributor. And in the meantime, it has been deemed a success. We were able



MonoPool Mehl für Profis
MonoPool Flour for professionals



Vollkorntoast als neuer Verkaufsschlager
Wholemeal toast as the new bestseller

to successfully hand over the customer base we developed to the appointed distributor. MonoPool Pte. Ltd. handles not only the role of importer, but also that of the dealer – our unique company organization enables us to simultaneously import the products and sell them to the distributor.

Now each month, containers of Domperle flour are shipped to Australia and Singa-

pore under the „MonoPool Mehl für Profis“ label – and these countries are only the beginning! Today, an increasing number of Asian customers can also enjoy fresh baked goods such as rye and spelt bread made from special German flour. In cooperation with the bakeries, we have developed products for the market that are enjoying robust sales.

PERSONEN PERSONALITIES



Die große Chance nutzen Never let a great opportunity go by

Lisa Zapf ergründete bereits als Jugendliche gern wirtschaftliche Zusammenhänge, und so lag es nahe, dass sie nach ihrem Abitur eine Banklehre machte. In dieser Ausbildung stellte Lisa Zapf schnell fest, dass ihre Interessen besonders in den Bereichen Marketing und Management liegen. Sie suchte daher nach Herausforderungen, bei denen sie ihre Begabungen für Marketing und Management einsetzen kann. Die 22-Jährige findet seit Juli 2015 diese Herausforderungen bei MonoPool

„Als ich erfuhr, dass ich die Möglichkeit habe für MonoPool nach Sydney zu ziehen, konnte ich an nichts anderes mehr denken als an den großen Schritt nach Down Under. Ich freute mich auf ein warmes Land mit vielen populären Stränden, und ich war sehr gespannt auf die unbekannte Kultur und den neuen Job. Einen Monat vor meiner Abreise begann mein Training durch MonoPool. Ich wurde einen ganzen Monat lang in der Materie, die mich die nächsten Monate erwarten würde, geschult. Mein Aufgabenbereich stand fest: Brands & Projects. Ich bekam von allen Unternehmen, die wir beim Markteintritt nach Asienpazifik unterstützen, ein Intensivtraining, um diese Kenntnisse in Australien nutzen zu können.

Schon während meines Trainings stellte ich fest, wie sehr ich an Architektur und Design interessiert bin. In der Industrie in Sydney angekommen, lief mit der täglichen Unterstützung durch MonoPool alles reibungslos. Ich begann, mit vielen interessanten und inspirierenden Menschen zu arbeiten. Die Aufgabenliste ist lang und immer wieder aufs Neue spannend: Präsentationen geben, Reports schreiben, Kontakte aufbauen und betreuen, über Projekte kommunizieren, Märkte analysieren, Marketingmaterialien diskutieren und unseren Distributoren bereitstellen.

Glücklicherweise habe ich mich dank MonoPools Unterstützung schnell beruflich einleben können. Nach einigen Monaten stand fest: Ich werde nun auch Singapur betreuen dürfen. MonoPool hat mir eine Chance gegeben, die ich in dieser Form in Deutschland nicht bekommen hätte.

Ich freue mich sehr auf meine nächsten Schritte mit und bei MonoPool und darauf, das zweite Visum in Australien zu beantragen.“

Already as a child, Lisa Zapf had a knack for getting to the bottom of economic issues, so it was only logical after completing her baccalaureate to become a banking professional. During her training, Lisa Zapf quickly discovered that her interests lay mainly in the fields of marketing and management. That is why she kept an eye out for opportunities where she could utilize her talents for marketing and management. The 22 year-old has been mastering these challenges at MonoPool since July 2015.

„When I learned that I had the opportunity to relocate to Sydney for MonoPool, I could think of nothing else but to take a major step down under. I was looking forward to a sunny country with many popular beaches, and I was very excited about the unknown culture

and the new job. One month before my departure, I began my training at MonoPool. I was immersed for a whole month in the subject matter that would await me in the months to come. My range of duties was clear: Brands & Projects. I received intensive training from all the companies that we were assisting in their market entry into Asia Pacific, to be able to utilize this knowledge in Australia.

Already during my training, I discovered how interested I am in architecture and design. Once I arrived in the industry in Sydney, everything ran smoothly with the daily support from MonoPool. I began working with many interesting and inspiring people. My list of duties is long and there is always something new and exciting: Giving presentations, writing reports, building and maintaining contacts, communicating about projects, analyzing markets, discussing marketing materials and making them available to our distributors.

Fortunately, thanks to MonoPool's support, I have been able to quickly become acclimated to my job. After a few months, it was decided: I will now also be allowed to handle Singapore. MonoPool gave me an opportunity that I would not have received in this form in Germany.

I very much look forward to my next steps at MonoPool, and also to applying for my second visa in Australia.“



Begeistert vom internationalen Umfeld Enthusiastic about the international scope

Die 21-jährige Melanie Rippen ist seit einem Jahr bei MonoPool in Hildesheim. Als Projektkoordinatorin unterstützt sie das Team in den Bereichen International Accounting, Recruitment und Projektbetreuung. Melanie Rippen, die Management studiert, ist begeistert von der Vielfalt der Aufgaben, die ihr bereits jetzt übertragen werden. Außerdem hat sie ein besonderes Faible für das internationale Umfeld, in dem sich MonoPool bewegt:

„Das Arbeiten in dem jungen dynamischen Team gestaltet sich abwechslungsreich und spannend. Zudem ergänzen die Tätigkeiten im Büro optimal die Inhalte meines Management-Studiums. Ich kann die theoretischen Grundlagen im Arbeitsalltag anwenden und

mich in vielen Bereichen weiterbilden. Besonders in der Projektkoordination kommt mir mein Wissen aus dem bisherigen Studium zugute. Darüberhinaus lerne ich viele interessante Menschen unterschiedlichster Nationalitäten kennen, was meine Begeisterung für den interkulturellen Austausch noch vergrößert. Meine bereits erworbenen Fähigkeiten in internationaler Kommunikation kann ich durch die tägliche Anwendung weiter vertiefen und anregende Kontakte knüpfen. Ich bin stolz, ein Teil von MonoPool zu sein und freue mich auf viele weitere spannende Projekte.“

The 21 year-old, Melanie Rippen, has been with MonoPool in Hildesheim for a year now. As project coordinator, she supports the team in the fields of international accounting, recruiting and project management. Melanie Rippen, who studied Management, is enthusiastic about the variety of tasks she has already been assigned. What's more, she is particularly drawn to the international field in which MonoPool is active:

„Working in a young dynamic team, there is variety and excitement. In addition, my tasks in the office are an optimal complement to the subjects in my management studies. I can apply the theoretical concepts in my daily work and expand my knowledge in other areas. Especially in project coordination, my knowledge from my previous studies is helpful in my job. Moreover, I am meeting many interesting people of all different nationalities, which further boosts my enthusiasm for intercultural exchange. Through daily use, I can further reinforce the skills I have already acquired in international communication and make interesting contacts. I am proud to be a part of MonoPool, and I look forward to many more exciting projects.“



Training in internationalem Management auf Gran Canaria Training in International Management on Gran Canaria

Als Projektkoordinatorin im MonoPool Centre in Hildesheim steht die 21-jährige Svenja Lammers im ständigen Kontakt mit internationalen Kunden, Händlern und Behörden. Für diese Aufgaben ist es notwendig, auf

unterschiedlichsten Ebenen ausgebildet zu sein. Da MonoPool demnächst auch Marken im spanischsprachigen Raum akquirieren möchte, erhielt Svenja Lammers die Möglichkeit, an einer betriebsinternen Weiterbildung auf Gran Canaria teilzunehmen.

Sie erweiterte ihre englischen und spanischen Sprachkenntnisse in einem 6-monatigen Auslandsaufenthalt in Las Palmas de Gran Canaria, besuchte Managementkurse und nahm an interkulturellen Trainings teil. Dort wurde Wert auf eine möglichst praktische Ausbildung und realitätsnahe Problemstellungen gelegt, um die Absolventen so nah wie möglich an das Berufsleben in internationalen Märkten heranzuführen.

Svenja Lammers Fazit ist durchweg positiv: „Mir hat besonders der Austausch mit anderen ausländischen Studenten gefallen. Die Zusammenarbeit in der Managementschule mit Deutschen, Italienern, Franzosen, Litauern und Spaniern war in vielerlei Hinsicht interessant und abwechslungsreich.“

Während der Zeit auf Gran Canaria hielt Svenja Lammers engen Kontakt nach Hildesheim und übte weiterhin ihre Tätigkeit bei MonoPool aus. Auf diese Weise konnte sie nach ihrer Rückkehr problemlos an die Betreuung aktueller Projekte anschließen. Demnächst wird Svenja Lammers einige Monate in Hongkong verbringen, mit dem Ziel, dort ein Office für MonoPool aufzubauen und anschließend ganz nach Hongkong zu ziehen.

As project coordinator at the MonoPool Center in Hildesheim, 21 year-old Svenja Lammers maintains constant contact with international customers, dealers and government agencies. These tasks make it necessary to be skilled on a wide variety of levels. As MonoPool soon also seeks to recruit brands in the Spanish-speaking region, Svenja Lammers received the opportunity to take part in an in-house advanced training program on Gran Canaria.

She expanded her English and Spanish language skills in a six-month stay abroad in Las Palmas de Gran Canaria, attended management courses and took part in intercultural training seminars. The focus there was on extremely practical training and real-life scenarios, in order to provide the graduates with hands-on career experience in international markets.

Svenja Lammers is extremely upbeat in her assessment: „What I particularly liked was the exchange with other international students. The collaboration in the management school with people from Germany, Italy, France, Lithuania, and Spain was interesting and diverse.“

During her stay on Gran Canaria, Svenja Lammers maintained close contact to Hildesheim and continued to perform her duties at MonoPool. In this way, upon her return, she was able to easily jump right into the handling of current projects.

In the near future, Svenja Lammers will be spending several months in Hong Kong, with the aim of building up an office there for MonoPool and subsequently relocating completely to Hong Kong.

IMPRESSUM IMPRINT

Herausgeber: MonoPool Centre
Dammstraße 28, 31134 Hildesheim
Tel.: +49 (0)5121 8801877
E-Mail info@monopool.asia
www.monopool.asia
© 2014 MonoPool™

Redaktion: Peter Röhrig
Druck: Bakeberg & Löhner, Hildesheim
Titelbild: Elena Ermakova, Fotolia
Fotos: Archivbilder der Firmen

Alle Informationen wurden mit großer Sorgfalt recherchiert und verarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Herausgeber und Redaktion übernehmen keine juristische Verantwortung für eventuell fehlerhafte Angaben und ihre Folgen.

INTERNATIONAL OFFICE LOCATIONS MONOPOOL

MonoPool
Headquarters
Dammstraße 28
31141 Hildesheim
Germany

MonoPool Pte. Ltd.
Hub Synergy Point
Unit 11-01
70 Anson Road
Singapore 079905

MonoPool Pty. Ltd.
Valhalla Studio 306
166 Glebe Point Road
Glebe NSW 2037
Australia