

# KREATIVE LÖSUNGEN FÜR HERAUSFORDERNDE ZEITEN



**RIM**  
Management KG

**Agil denken, kreativ  
gestalten, innovativ wirken.**

---

Die **RIM Management KG** ist Ihr strategischer Partner für Wachstum durch Agilität, Innovation und kreative Kommunikation.

# Über uns

Die RIM Management KG wurde 2014 von **Rita Starkl und Mario Offenhuber** in Krems gegründet.

Das Leben ist ein unaufhörlicher **Lernprozess**. Und so wie sich Menschen ständig **weiterentwickeln**, tun das auch **Unternehmen und Organisationen**.

Wir haben uns vorgenommen, diese dabei zu **begleiten und zu unterstützen**.

Dabei wollen wir **methodische Kompetenz** und **creative** Formen der **Innovation** einbringen.

Die Freude an **schöner und sinnvoller Arbeit** treibt uns an.

Und das sollen unsere Auftraggeber spüren.

---



# Agile Organisation & Führung



## Vision

Der Einsatz **agiler Methoden** führt zu effizientem **Ressourceneinsatz**, reduziert **Risiko**, beschleunigt die **Unternehmensentwicklung** und steigert die **Mitarbeitermotivation**.

Wir analysieren Ihre **Strukturen und Prozesse**, um potenzielle **Ansatzpunkte für agile Arbeitsweisen** zu identifizieren.

**Implementierung** im Sinne eines transformativen Prozesses **inklusive**.

# Agile Organisation & Führung

---



## Mission

- Optimierung von Projektorganisationen
- strategische Unternehmensentwicklung
- iterative Produktentwicklung
- Etablierung einer kundenzentrierten Sichtweise
- Scrum Master Support
- Projektmanagement

# Innovation & Transformation



## Vision

**Transformation und Innovation** ermöglichen Unternehmen, sich an veränderte Bedingungen anzupassen, Stärken auszubauen und **langfristig erfolgreich** zu sein.

Wir sind sicherer Wegweiser in diesem Prozess und helfen unseren Kunden, Verunsicherung abzubauen, **Szenarien** zu erkunden und sich **flexibel auf Veränderungen einzustellen**. Damit Ihr Unternehmen nicht nur überlebt, sondern nachhaltig gedeiht.

# Innovation & Transformation



## Mission

- strategische Begleitung und Scouting: Was kommt, was bleibt, was wird gehen (müssen).
- Umgang mit Ängsten und Verunsicherung
- Innovations- und Kreativmethoden wie Design Thinking, Zukunftelabore
- Moderation und Facilitation unter Anwendung partizipativer Methoden wie Art of Hosting, Theory U

# Kreative Kommunikation & Content



## Vision

**Text, Bild, Grafik, Video** - Unternehmen kommunizieren über unterschiedlichste Formen von **Content**.

Wir formulieren diesen passgenau, verständlich, spannend und auf die definierte Zielgruppe zugeschnitten.

Gerne auch als **Komplettanbieter** - vom Konzept bis zum Druck



# Kreative Kommunikation & Content



## Mission

- Zeitschriften für Kunden, Mitarbeiter, ...
- Folder, Festschriften, Marketingunterlagen
- Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte
- Webseiten, Social Media-Auftritte
- spezielle Formen der Kommunikation wie Visual Harvesting oder Storytelling



## Referenz Nr. 1

# Internationaler Konzern: agile Transformation des CRM-Teams

Ein Projektteam, bestehend aus IT-Experten und Fachbereichsverantwortlichen, arbeitete seit Jahren an der Weiterentwicklung der technischen CRM-Struktur und der operativen Kundenansprache. Innerhalb von sechs Monaten wurde die **Zusammenarbeit von klassischer Projektarbeit auf agile Strukturen umgestellt**.

Die Transformation bestehender Prozesse und Strukturen stellt sowohl eine Herausforderung als auch ein Risiko dar. Mit viel **Fingerspitzengefühl** wurde **aus einer hierarchischen Organisation ein agiles Team geformt**. Positionsgerangel und unterschiedliche Sichtweisen mussten überwunden werden, was teilweise auch ungewöhnliche Maßnahmen erforderte (wie den "Spiel-Workshop" im Bild).

### Die Ergebnisse:

- erhöhte Kosteneffizienz
- transparente Planung und Prozesse
- bessere Kooperation
- gesteigerte Qualität durch selbstorganisiertes Team und eigenverantwortliche Mitarbeiter





## Referenz Nr. 2

# Fach- und Kundenzeitschrift Treasury Log

Schon seit rund zehn Jahren kümmern wir uns quartalsweise um das Special-Interest-Magazin "Treasury Log". Die Zeitschrift ist sowohl als Fachmagazin für die Themen Finance und Treasury gedacht als auch als Kundenmagazin des Herausgebers Schwabe, Ley & Greiner.

Im Bild ein Beitrag/Interview mit dem deutschen Philosophen Richard David Precht für die Ausgabe 02/2019.

Für diese Zeitschrift leistet die RIM Management KG das Projektmanagement, die Planung der Inhalte, Redaktion, Editionsarbeit, Lektorat, erstellt den Heftplan und den Heftspiegel und kümmert sich um die Auf- und Vorbereitung aller notwendigen Unterlagen für die Grafik und den finalen Druck.

### Digitalisierung und Arbeit: Gibt es morgen noch welche und wenn ja, wieviel davon?

Zu den Highlights des 31. Finanzsymposiums in Mannheim zählten die beiden Gastvorträge des FDP-Parteivorsitzenden Christian Lindner und des Philosophen und Publizisten Richard David Precht. Beide sprachen über die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeitswelt von morgen – mit durchaus unterschiedlichen Ansichten.

**R**ichard David Precht holte weit aus in seiner Keynote und stellte sich eingangs die Frage, ob unsere bestehende Gesellschaftsordnung angesichts der derzeitigen unwälzenden technologischen Veränderungen bestehen bleiben könnte. Aus der Vergangenheit ließe sich die Gewisshaftigkeit ableiten, dass eine enorme technologische Revolution immer zunächst zu einer ökonomischen Revolution und in weiterer Folge auch zu einer enormen gesellschaftlichen Revolution führen würde. So ist vor knapp 200 Jahren im Zuge der Industriellen Revolution unsere „Arbeits- und Leistungsgesellschaft“ entstanden.

#### Mehr Geld für weniger Arbeit?

Precht bezweifelt, dass in Zukunft „noch genug zum Leben übrig bleibt“. Die Digitalisierung werde den Menschen viel Arbeit abnehmen, was in weiterer Folge zum Ende der Leistungsgesellschaft zu einem



Richard David Precht: „Bedingungsloses Grundeinkommen ist denkbar“



## Referenz Nr. 3

# Entwicklung 'Daily Banking Value Proposition' für Direktbank

Für den österreichischen Ableger einer internationalen Direktbankgruppe haben wir über ein knappes Jahr die Entwicklung des 'Daily Banking' Produktbündels vorangetrieben.

Als fachlich verantwortlicher Consultant und in der Rolle des Scrum Masters wurden in einem agilen Set-up neue Girokonto- und Sparkakete entwickelt, in der Zielgruppe getestet und am Markt lanciert.

Der Aufgabenbereich umfasste folgende Themen:

- Marktanalyse
- Marktforschung (mit Meinungsforschungsinstitut)
- Projektleitung inklusive Koordination des Produktteams
- Scrum Master
- Stakeholder Management
- Testung des Prototypen





## Referenz Nr. 4

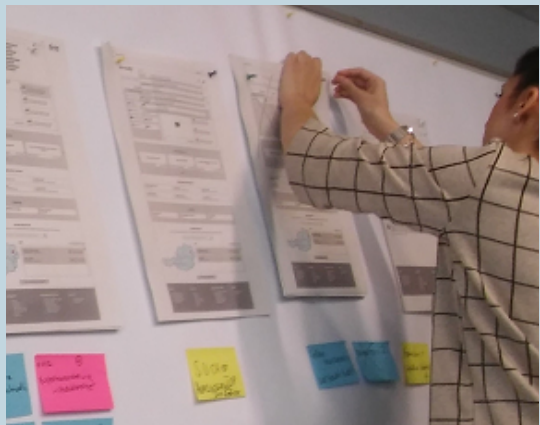
# Vertriebsplattform für Versicherungskonzern

Versicherungen verfügen - in aller Regel - über einen großen Vertriebsapparat. Ein zentraler Faktor hinsichtlich des Unternehmenserfolgs ist die zielgerichtete Kommunikation mit diesem.

In diesem Projekt ging es darum, dafür eine neue digitale Plattform zu etablieren, auf der die Vertriebsmitarbeiter wirklich sämtliche Informationen, die sie für ihre Arbeit benötigen, vorfinden: Produkte, Aktionen, Rabattstaffeln, Ansprechpersonen, Neuigkeiten usw.

Es wurde ein iterativer Design Thinking Ansatz gewählt: Erhebung des Bedarfs der Kunden, Darstellung von Personas, Generierung von Ideen, Bau und Test eines Prototypen, Einarbeitung des Feedbacks, agile Entwicklung und Launch.

Im Bild die Sammlung von Feedback zum Prototypen gemeinsam mit den Kunden/Nutzern.





# Referenz Nr. 5

## Geschäftsbericht AT & S

Von den vielen Geschäftsberichten, die wir in den letzten Jahren begleitet haben, war jener für die Austria Technologie & Systemtechnik AG wohl der spannendste. Das liegt zum einen am interessanten und komplexen Geschäftsfeld der Halbleiterindustrie, in dem sich AT & S bewegt und zum anderen daran, dass uns in diesem Fall nicht einfach diverse Dokumente und Reports über den Zaun geworfen wurden.

Im Gegenteil haben wir einen ganzen Tag mit dem gesamten Vorstand verbracht, um Kennzahlen, Geschäftsstrategie, Ausbaupläne usw. direkt aus erster Hand zu erfahren.

Im Bild ein Ausschnitt aus dem Interview, das wir mit dem Gesamtvorstand geführt haben.

Abgebildet ist der Vorsitzende des Vorstandes Andreas Gerstenmayer.

Ein beeindruckendes Unternehmen, das wir gerne auf unserer Kundenliste führen.

### Vorstandsinterview

## Der frühe Vogel fliegt voraus

Ausbau der Technologieführerschaft, profitables Wachstum und Schaffung von Shareholder-Value sind die Eckpunkte der Strategie von AT&S. Im Zentrum dieses Dreiecks stehen hervorragende Mitarbeiter. Gebracht hat das in Summe ein sehr erfreuliches Jahresergebnis und eine weitere gefestigte Positionierung als Technologieführer in einer sehr herausfordernden Branche.

**Nach einem sehr herausfordernden Geschäftsjahr 2017/18 scheint es so, als könnten Sie im abgelaufenen Jahr die Früchte der harten Arbeit ernten. Wie zufrieden sind Sie mit dem Ergebnis und was gibt es Abweichungen?**

**Andreas Gerstenmayer**

Mit so einem Ergebnis kann man sehr zufrieden sein. Abweichungen gab es im Wesentlichen nach oben. Wir haben zum Halbjahr die Prognose für Umsatz und Ergebnis deutlich erhöht, und selbst die haben wir leicht übererfüllt. Wir arbeiten schon einige Jahre sehr konsequent daran, unser Umsatzziel von einer Milliarde Euro zu erreichen.

**Monika Stotzer-Gibling**

Das Umsatzwachstum des heutigen Geschäftsjahres 2017/18 mit 22 Prozent ist insbesondere, das können wir uns natürlich nicht jedes Jahr erlauben. Insbesondere verdanken wir diesen Erfolg dem Rampen der beiden Werke in Chongqing, die wirklich sehr gut gelaufen ist. Aber auch alle anderen Standorte waren sehr erfolgreich und an der Kapazitätsgrenze. Nicht nur mit der Umsatzentwicklung, sondern auch mit der Erreichung der Profitabilitäts-Ziele des Konzerns sind wir sehr zufrieden.

**Wolfgang**

Es war eine sehr gute Leistung, die neue 60nm-Technologie in der letzten Zeit mit

den Herausforderungen der neuen Technologie hochzuführen. Man darf dabei nicht vergessen, dass wir circa ein halbes Jahr zuvor bestehende Kapazitäten reduzieren mussten. Das war ein gewaltiger Kraftakt. Wir haben auch die Herausforderung der anfangs bestehenden Anlaufprobleme in unserem Werk 1 in Chongqing für IC-Substrate erfolgreich gemeistert. Es laufen wir jetzt auf einem sehr guten Qualitätslevel.

**Rechnen Sie mit dem aktuellen Ergebnisergebnis in den Größenveränderungen des abgelaufenen Geschäftsjahres?**

**Monika Stotzer-Gibling**

Für das nächste Jahr ist es unser Ziel, das Weg des Geschäftsjahres 2017/18 erfolgreich weiterzuführen. Umsatzwachstum per se ist nicht unser Hauptziel, sondern nur in Kombination mit einer hohen Profitabilität.





## Referenz Nr. 6

# Neue Kommunikationslinie für die ÖH der Donau-Uni Krems

Die inhaltliche Bandbreite unserer Kunden zeigt, dass wir uns in verschiedenen Themen sehr schnell zu Hause fühlen. Die Kundenbedürfnisse in den verschiedensten Branchen gut verstehen und umsetzen zu können, das macht uns stolz und dazu auch ganz viel Spaß!

Die Studierendenvertretung der Donau-Universität Krems (Universität für Weiterbildung Krems) hat ein besonderes Klientel: vorwiegend berufsbegleitend Studierende mit langjähriger Berufserfahrung, meist in Führungspositionen oder ausgewiesene Experten in ihrem Fach.

Für die Österreichische Hochschüler\*innenschaft an der Donau-Universität Krems haben wir eine neue Kommunikationslinie inklusive Shooting für Image- und Broschürenfotos konzipiert und umgesetzt.

Es entstand eine Broschüre mit den wichtigsten Informationen für die Studierenden und ein eigenes Booklet mit dem Titel "Campus-Life" wurde von uns entwickelt.





# Referenz Nr. 7

## Visual Harvesting für FH St. Pölten

Wie können Veranstaltungen so gestaltet werden, dass sie nachhaltig wirken und zur bleibenden Erfahrung werden? Art of Hosting (AoH) widmet sich genau dieser Fragestellung. Konkret wird dies in der Konzeption von Veranstaltungen durch einen hohen Anteil an Partizipationsmöglichkeiten, durch ein Setting, in dem die Menschen in Resonanz und nicht in Reaktion gehen.

Ein wichtiges Element von Art of Hosting ist das Harvesting, das "Ernten" der Ergebnisse von Meetings, Workshops usw. Damit sollen Wirkung und Wissenstransfer erweitert und gefestigt, also maximaler Impact erzielt werden. Und das ist angesichts der Kosten von v.a. Vor-Ort-Veranstaltungen auch richtig effizient. Für die FH St. Pölten durften wir u.a. das Harvesting für eine Diskussionsveranstaltung zum Thema Innovation in KMUs umsetzen und haben uns für eine spezielle Form des Visual Harvesting entschieden.

Grafische Elemente ergänzen die wichtigsten Learnings und vermitteln den Inhalt auch für Nicht-Dabeigewesene anschaulich.

**THINK EUROPEAN - ACT LOCAL**  
**WAS BENÖTIGEN START-UPS FÜR IHR WACHSTUM IN EUROPA?**

In Rahmen der European Business Night zeigen Expert\*innen des Startupforums und die Digital Makers Hub an der FH St. Pölten Wege auf, wie österreichische StartUps erfolgreich den europäischen Markt erobern.

**SPRING CHAT ST. PÖLTEN, 30.09.2022**

**MODERATION**  
 Gabriela Perreucci  
 Leiterin FH Service  
 zschung und Wissensstransfer

**AM PULVER**  
 David Dorokti  
 Gründer und CEO von Up-VRASQA

**Burkhard Schindlauer**  
 Leiter Center for Innovation  
 FH St. Pölten

**Veronika Wambgenner**  
 WKO, Programmmanagerin

**DAVID DOROKTI**  
**WINNER DER ZUM INTENTIONALEN BUSINESS - DIE EFFIZIENZ VON VRASQA**

**Die Idee:** Entwicklung einer Software, die es ermöglicht, das Thema Akustik automatisch in die Raumplanung einzubeziehen, ohne auf externe Dienstleistungen zurückgreifen zu müssen.

**Die Geschäftsmodelle:** VRASQA Accoustic Design Solutions erstellt Sound Analyses und gibt online Produktanfertigungen unter Berücksichtigung der jeweils geltenden gesetzlichen Vorgaben. Accoustic\*rooms oder Soundspaces\* sind abbaubare Produktionslösungen für die jeweilige Planungssituation innerhalb von Minuten. Hardware\*rooms können als Analyses als zusätzlicher Service rasch und kostenreduzierend anbieten.

**Die Wege ins internationalen Business:**

- Teilnahme an Start-up-Programmen und -Netzwerken
- Im Accelerator Veranstaltung, StartupHub
- Im Programm von FH St. Pölten und WKO, FH Campus
- Creative Partnerarbeit (Entwicklung der Geschäftsmodelle)
- Im Account Executive (Entwicklung vom Preceptor zur Marketing)

**Zusammenarbeit mit Grazzer Leuchterhersteller XAL:**  
 Präsentation der Idee und gemeinsame Wertschöpfungskette zur Markteinführung.

**Wie-Wie-Situation durch Know-how-Transfer:**  
 Im Unternehmen ist eingebunden in Entwicklung der innovativen Software eingebunden und kann diese mit ihren Produkten bereits ab einer Erntehöhe im StartUp selbst durch XAL. Zutritt zu internationalen Partnern.

**Gründung von VRASQA Accoustic Design Solutions und Internationalisierung:**  
 Kunden in Schweden, DACH-Raum, Italien, Holland

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 1/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 2/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 3/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 4/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 5/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 6/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 7/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 8/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 9/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 10/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 11/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 12/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 13/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 14/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 15/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 16/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 17/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 18/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 19/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 20/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 21/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 22/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 23/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 24/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 25/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 26/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 27/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 28/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 29/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 30/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 31/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 32/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 33/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 34/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 35/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 36/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 37/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 38/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 39/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 40/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 41/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 42/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 43/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 44/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 45/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 46/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 47/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 48/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 49/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 50/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 51/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 52/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 53/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 54/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 55/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 56/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 57/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 58/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 59/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 60/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 61/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 62/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 63/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 64/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 65/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 66/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 67/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 68/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 69/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 70/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 71/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 72/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 73/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 74/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 75/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 76/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 77/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 78/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 79/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 80/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 81/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 82/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 83/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 84/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 85/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 86/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 87/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 88/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 89/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 90/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 91/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 92/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 93/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 94/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 95/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 96/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 97/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 98/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 99/2)**

**Ne wärde es möglich in end generated (Teil 100/2)**





## Referenz Nr. 8

# Kompetenzzentrum “Banken- Symposium Wachau”

Bereits 2015 und unter dem Slogan “Innovation erfahren” wurde diese Plattform für Austausch, Inspiration und Entwicklung ins Leben gerufen. Die Banken repräsentieren eine Branche im Umbruch. Digitalisierung, Ökologisierung, neue Vertriebsformen oder Plattformstrategien führen zu Verunsicherung und zu einem sich rasch wandelnden Marktumfeld.

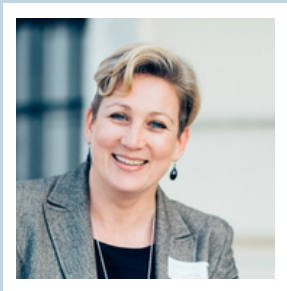
Unsere Veranstaltungen - Symposien und Seminare - und unser Angebot, im Bereich der Innovation und Transformation zu unterstützen, treffen regelmäßig auf reges Interesse. Nicht zuletzt, weil wir sowohl bei Veranstaltungen als auch bei Beratungsprojekten den passenden Mix aus Methodik und Inhalt bieten können.

Viele Top-Experten haben bereits bei unseren Veranstaltungen gesprochen. U.a. Helmut Ettl, Vorstand FMA, Stefanie Christina Huber, CEO Sparkasse OÖ, Franz Gasselsberger, Generaldirektor Oberbank oder der bekannte Zukunftsforscher Matthias Horx.



# Ihre Ansprechpartner

## Mag. Rita Starkl, MSc



### Qualifikation:

- Studium Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und Politische Bildung
- Zertifizierungen in den Bereichen Design Thinking, AoH, Smart Learning

### Erfahrung:

Rita Starkl beschäftigt sich seit vielen Jahren mit den unterschiedlichsten Innovations- und Transformationsmethoden. Sie sammelte langjährige Erfahrung in der Wissensvermittlung und im Community Building, auch was den Einsatz neuer Technologien in diesen Themenkomplexen betrifft. Sie ist Lehrende an der IMC Fachhochschule Krets und eine versierte Impulsgeberin und Begleiterin in Transformationsprozessen.

### Schwerpunkte:

- Innovationsmanagement und der zielgerichtete Einsatz von Kreativmethoden
- Moderation, Facilitation
- Futures Literacy und der positive Blick in die Zukunft
- Kommunikation und Events mit Impact

## Mag. Mario Offenhuber, MBA



### Qualifikation:

- Studium Politikwissenschaft und Publizistik an der Universität Salzburg
- MBA General Management an der TU Wien und Donau-Universität Krems
- zertifizierter Scrum Master

### Erfahrung:

Mario Offenhuber verfügt über drei Jahrzehnte Erfahrung im Bankwesen - in den unterschiedlichsten Bereichen; sowohl als Führungskraft in mehreren Instituten als auch in der Rolle des Beraters. Daneben ist er - ebenso seit vielen Jahren - im Bereich der Content Creation und Kommunikation tätig. Er ist Herausgeber und Fachautor vieler finanzspezifischer Bücher und Artikel. Als Berater hat er in verschiedenen Branchen und Unternehmen dutzende Projekte geleitet und verantwortet.

### Schwerpunkte:





- agile Transformation in (Projekt-)Management und Führung
- strategische Beratung für Banken
- Projektmanagement im agilen oder klassischen Set-up
- Konzeption und Umsetzung kreativer Kommunikationsformate für Unternehmen

# Get in Touch

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage und stehen für Fragen gerne jederzeit zur Verfügung.



## So erreichen Sie uns :

-  +43-664-88928520
-  Kremstalstr. 53/1/3, 3500 Krems
-  [www.rim-management.at](http://www.rim-management.at)
-  [office@rim-management.at](mailto:office@rim-management.at)