



## „Ungenutzte Potenziale freisetzen – darin liegt der Schlüssel für künftige Erfolge“

Innovation	Verschiedene Perspektiven effektiv kombinieren
Wettbewerb	Mainstream und Zielgruppen erfolgreich durchdringen
Kosten	Produktivität und Effizienz potenzial-orientiert steigern
Globalisierung	Kulturelle Unterschiede integrativ nutzen
Ethik	Reputation verantwortlich festigen und ausbauen
Zukunft der Arbeit	Individuelle Talente gezielt fördern und einsetzen

Michael Stuber, Buchautor, Praxisforscher und Managementberater, setzt schon seit Studienzeiten eine klare Überzeugung nachhaltig in seiner Arbeit um: Unternehmen müssen das sich verändernde Geschäftsumfeld als Chance für Verbesserungen begreifen. Die vielen unterschiedlichen Menschen, die durch Change-Prozesse zusammen kommen, bringen zahllose Potenziale mit sich, die es zu nutzen gilt. Der überzeugte Europäer weiß dies aus seiner über 20-jährigen internationalen Erfahrung. Schon in seiner Arbeit als Berater für Personal- und Organisationsentwicklung konzentrierte er sich daher auf Management-Development und Kultur-Veränderungen. Dabei nutzte er den Diversity-Ansatz, den er als Pionier entwickelte und schließlich daraus das „Potenzial-Prinzip“ kreierte. Diese Systematik ermöglicht Organisationen und Führungskräften, vorhandene Ressourcen produktiv zu nutzen. Stuber setzt dabei auf die effektive Gestaltung von Organisationskulturen und Führungsverhalten.

## Machen Sie sich das Potenzial-Prinzip zu Nutze

Arbeitsbereiche	Unternehmenskultur & Change, Führung & Leadership, HR Strategie & Politik, Marketing & Kommunikation, Diversity
Angebote	Key-Notes, Großgruppen-Intervention, Moderationen, interaktive Präsentationen, Podiumsdiskussionen
Sprachen & Kontext	English, Deutsch – in 14 Ländern auf drei Kontinenten

## Profitieren Sie von langjähriger, internationaler Erfahrung

Europäische Kunden	Allianz, BP, Commerzbank, Credit Suisse, Deutsche Bank, Deutsche Post, Deutsche Telekom, E.ON, Henkel, Infineon, RWE, T-Systems, UBS, Volkswagen AutoUni, Volkswagen Bank
Amerikanische Kunden	Air Products, Ford, Hewlett-Packard, Johnson Controls, Johnson & Johnson, Kraft Foods, Motorola, Stryker, Symantec
Non-Profit-Kunden	Ministerien (z. B. BMFSFJ), NGOs (z. B. IOM), Stiftungen (z. B. Heinrich-Böll-Stiftung)

## Studien

Business Case Reports 2008-09, Work/Life-Praxis-Studien 2006-07, Diversity-Praxis-Studien 2004-05, Vielfalt in der Fernsehwerbung, im Corporate Reporting, im Recruiting und weitere

## Vorträge

The Conference Board (New York, Budapest, Chicago, Paris), Deutsche Arbeitgeberverbände, University of Stellenbosch, Webcasts, EU-Projekte u. v. m.

## Publikationen

„Diversity – Das Potenzial-Prinzip“ (2. Aufl.), „Führen mit dem Potenzial-Prinzip“, Fachbücher (Praxis des AGG, Gay Marketing), Buchbeiträge in Deutschland und Europa, Fachartikel für Zeitschriften, Gastkommentare für Zeitungen, Kolumnen

## Medien

Fernsehinterviews für N-TV, VOX & ARD, Radiointerviews, Interviews für FTD, FAZ, die Welt, Berliner Morgenpost sowie britische und amerikanische Medien