

AUSGABE 10

Das erste und größte Sanitätshaus Magazin für FÜHRUNG,

SANHAUS

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

BUSINESS

ANASTASIA ANASTASIADOU

*Wenn Gehen endlich rockt:
zu Besuch bei FOOTPLA*

TOM NEUBORN

*Zwischen Leidenschaft
und Leerlauf*

PETER SASS

*Let's talk about Money
Kolumne*

MIKE FISCHER

*Im Interview mit dem
Fahrschullehrer dem die
Promis vertrauen*

CAROLINE SPROTT

die Powersproten Kolumne

UND VIELES MEHR

in dieser Ausgabe



www.sanhaus.biz

MADE IN GERMANY

www.sanhaus.biz

@sanhausbiz

ROCK MEETS

VON TOM NEUBORN

ENKLÄNGEN

SPECIAL
PERFORMANCE
AND PICTURE BY

ANASTASIA
ANASTASIADOU

FOOTOPIA

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

WORLD'S FIRST
EVENT-ORTHOPÄDIE-SCHUHTECHNIK-STORE



Rock meets Orthopädieschuhtechnik und Einlagenbusiness

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

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

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

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

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

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

Brüder-Grimm-Straße.

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

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

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

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



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

INTRO

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

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

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



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

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

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

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

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

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

Du bist bekennender Rockfan. Warum passt Rock besser zur Orthopädieschuhtechnik als klassische Sanitätshaus-Ästhetik?

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

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

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

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

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

Brauchen Menschen heute mehr Geschichten oder mehr Produkte?

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

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

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

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

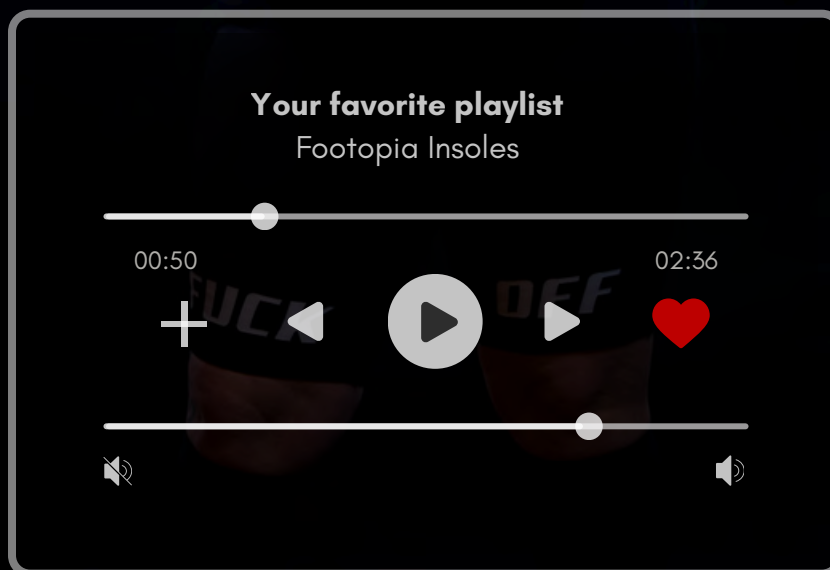
Mehr Räume, mehr Struktur, mehr Möglichkeiten, für Kunden wie für unsere Mitstreiter. Schulungsräume, Aufenthaltsbereiche, digitale Infrastruktur. Alles zählt auf Qualität und Nachhaltigkeit ein.

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

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

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

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



Was bedeutet diese Entscheidung wirtschaftlich?

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

Ihr habt einen eigenen Sound entwickeln lassen. Warum?

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

Ihr plant eine eigene App. Backstage oder Hauptbühne?

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

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

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

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

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



FOOTOPIA PRESENTS

DER EIGENE STORE SOUND

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

DENN RADIO HITS

KANN JEDER

ABSPIELEN

WWW.FOOTOPIA.DE

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

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

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

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

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

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

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

Ist Haltung wichtiger als Perfektion?

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

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

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

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

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

Hat das dein Führungsverständnis beeinflusst?

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

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

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

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

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

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

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

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

QUARTRO



DIE GESCHICHTE GEHT WEITER

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

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



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

FOOTOPIA
ORTHOPÄDIE UND LIFESTYLE.