

Leitartikel



Unternehmensnachfolge – eine große Chance, wenn es richtig gemacht wird

Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Bonn/Rhein-Sieg führt pro Jahr ca. 200 Nachfolgegespräche und begleitet ca. 50 Unternehmensnachfolgen von der Vermittlung der Unternehmensinhaber und ihrer Nachfolger bis hin zu Finanzierungsfragen.

Verglichen mit einer Existenzgründung bietet die Übernahme eines Unternehmens erhebliche Vorteile, insbesondere für ältere Gründer. Mit der Übernahme werden der Kundenstamm und das Know-how von Mitarbeitern übernommen. Zukünftige Geschäfte können besser abgeschätzt werden. Das erleichtert wiederum die Finanzierung. Eine Anlaufzeit von bis zu fünf Jahren, wie bei einer Existenzgründung, entfällt.

Übernehmer und Inhaber werden vermittelt – aber wie?

Neben der überregionalen und internetbasierten Börse „**nexxt change**“, die von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) betrieben wird, unterhält die IHK Bonn/Rhein-Sieg noch eine „**IHK-Nachfolge-Börse**“. Auch hier werden Unternehmen, die zur Übernahme anstehen und Nachfolger, die ein Unternehmen suchen, kostenlos vermittelt. Die Anzeigen werden über die IHK im Chiffreformat kostenlos eingegeben. Annoncierte Unternehmen und interessierte potenzielle Nachfolger bleiben in jedem Fall anonym.

40plus – Netzwerk

Ein Netzwerk für alle ab 40 Jahren in der Region Bonn/ Rhein-Sieg:

- Die sich über Chancen und Risiken der Selbstständigkeit informieren möchten.
- Die im Alter 40plus ein Unternehmen gründen oder gegründet haben.
- Die inhabergeführte kleine und mittelständische Unternehmen besitzen.

Das Netzwerk wurde im Jahr 2003 von einem Verbund öffentlicher und privater Unternehmen und Organisationen gegründet. Seit dem Jahr 2015 hat die IHK Bonn/Rhein-Sieg die Fortführung des 40plus-Netzwerkes übernommen und engagiert sich in besonderer Weise für ältere Gründer und Unternehmer.

Die Mitgliedschaft ist kostenlos.

Veranstalter des 40plus-Netzwerkes:



Nächste Veranstaltung:
9. Februar 2017

Informationen und Anmeldung:
www.40plus-bonn.de

Inhalt	Seite
Editorial	1
Leitartikel	1-2
Fachartikel	3-7
IHK Aktuelles/Impressum	8

Beim **IHK-Nachfolger-Pool** handelt es sich um eine Gruppe qualifizierter Nachfolger, die von der IHK direkt mit Inhabern geeigneter abzugebender Unternehmen zusammengebracht werden. Mit der Schaffung dieser qualifizierten Kontaktplattform wird das Service-Angebot der IHK rund um das Thema Unternehmensnachfolge ergänzt.

Kompetente Ansprechpartner sind neben den Mitarbeitern der IHK auch die Steuerberater und Berater der Banken. Insbesondere beim abgebenden Betrieb spielen diese beim Übergabeprozess eine wichtige Rolle.

Nun geht es in die Vertragsverhandlung. Was ist zu beachten?

Im Folgenden werden Erfahrungen weitergegeben, die zu einer erfolgreichen Übergabe beitragen.

Der Kaufpreis

In der Beratungspraxis der IHK ist immer wieder festzustellen, dass die Kaufpreisverhandlung im Übergabeprozess einen wichtigen Stellenwert einnimmt. Aber was ist ein richtiger oder angemessener Kaufpreis? Da gehen verständlicherweise die Sichtweisen von Verkäufern und Käufern oft auseinander.

Der **Verkäufer** sieht hier in der Regel sein Lebenswerk, das er abgeben möchte. Er hat viel Arbeitskraft und Geld investiert und erwartet oft daraus eine entsprechende Summe.

Der **Käufer** zieht wirtschaftliche sowie auch steuerliche Gesichtspunkte heran. In welcher Zeit kann er durch die Ertragskraft des Unternehmens den Kaufpreis zurückführen? Welche Investition muss er vielleicht direkt vornehmen, um das Unternehmen zukunftsfähig zu machen? Hier lohnt es sich oft,

einen Profi zur Wertermittlung heranzuziehen. Das sind in der Regel darauf spezialisierte Steuerberater (Fachberater für Unternehmensnachfolge) oder Wirtschaftsprüfer. Zur Ermittlung können je nach Unternehmen unterschiedliche Verfahren herangezogen werden.

Daher wird es in der Praxis auch nicht „den Unternehmenswert“ geben, sondern häufig eine Bandbreite in jener der Wert angesiedelt wird. Nachfolgende Punkte können bei der Berechnung eine Rolle spielen:

Eine Kaufpreisermittlung findet **nicht nur bei dem Verkauf eines Unternehmens** statt. Weitere Anlässe können sein: die Hereinnahme eines Investors oder eines weiteren Partners. Hier wird ein Ausgangswert (Was ist das Unternehmen heute wert?) festgelegt, um zum Beispiel die prozentuale Beteiligung ausrechnen zu können. Der Anlass kann selbstverständlich auch das Ausscheiden eines Partners sein.

Auch bei Finanzierungsvorhaben kann die Werthaltigkeit der Sicherheiten für die Bank eine wichtige Rolle spielen, und es werden Berechnungen zur Ertragskraft des Unternehmens angestellt.

Tipps für die Übernahme

Die Form: Die Übernahme sollten ein Steuerberater und ein Rechtsanwalt betreuen. Bei Kapitalgesellschaften ist ergänzend dazu noch eine notarielle Beurkundung erforderlich.

Verbindlichkeiten: Es muss klar geregelt sein, welche Verbindlichkeiten mit übernommen werden und welche nicht. Verträge sollten geprüft werden: Welche Verträge werden mit übernommen? Welche Verpflichtungen ergeben sich hieraus? Welche Laufzeit haben diese Verträge? Wichtig sind oft insbesondere Mietverträge, Lieferverträge und Arbeitsverträge.

Altlasten/Gewährleistungen: Werden kontaminierte Grundstücke übernommen? Wie hoch sind die Kosten zur Beseitigung von Altlasten? Bestehen vertragliche Absicherungsmöglichkeiten? Welche Gewährleistungsansprüche bestehen ggf. noch?

Pensionsverpflichtungen: Werden mit der Übernahme auch Pensionsverpflichtungen gegenüber dem bisherigen Inhaber übernommen? Wie hoch sind solche Verpflichtungen, und wie kann ihnen Rechnung getragen werden?

Service der IHK Bonn/Rhein-Sieg

Die IHK berät Nachfolger und auch Inhaber in allen Stadien des Übergabevorgangs von der Kontaktvermittlung bis zu konzeptionellen Fragen.

Dies gilt auch für die öffentliche Finanzierbarkeit von Übernahmen oder kalkulatorischen Fragestellungen. Bei einer **öffentlichen Finanzierung** (KfW, NRW-Bank, Bürgschaftsbank) gibt die IHK gegenüber den öffentlichen Kreditgebern Stellungnahmen ab.

Das von der IHK gegründete „Netzwerk Unternehmensnachfolge und -sicherung der Region Bonn/Rhein-Sieg“ bietet, ergänzend zu der IHK, Veranstaltungen rund um dieses Themenfeld an. Diese sind zum Beispiel:

- „Altersabsicherung für den Unternehmensverkäufer“ am 19.9.2016
- „Netzwerk: Nachfolge in Familienunternehmen“ am 25.10.2016

Weitere Informationen finden Sie unter www.ihk-bonn.de, „Veranstaltungen“, Stichwort „Nachfolge“. ■

Autoren:

Karl Reiners und Regina Rosenstock,
IHK Bonn/Rhein-Sieg

Coaching

Bewusste Gestaltung von Gewohnheiten

Die Macht der Gewohnheit

Gewohnheiten führen dazu, dass Dinge, die uns am Anfang schwerfielen, von Mal zu Mal leichter fallen. Irgendwann erledigen wir diese Dinge nahezu automatisch. Gute Gewohnheiten unterstützen uns, erfolgreich selbstständig zu sein.



Buchempfehlung
Charles Duhigg:
„Die Macht der Gewohnheit“,
3. Aufl. 2015,
Piper-Verlag

Erkennen von Gewohnheiten

Welche Gewohnheiten beflügeln Ihren Unternehmensalltag oder stören, behindern und blockieren? Das zu erkennen, ist gar nicht so einfach. Wenn Sie an Ihre Neukundenakquise denken, fällt Ihnen dann auf, dass Sie immer etwas anderes dringlicher machen müssen, als damit anzufangen? Hier fehlt Ihnen anscheinend ein Gewohnheitsritual, z. B. immer nach der Mittagspause sich darum zu kümmern.

Haben Sie die Gewohnheit, sich mit Internetsurfen abzulenken, wenn Sie eine unangenehme oder schwierige Unternehmensaufgabe zu erledigen haben? Dann könnten Sie zukünftig immer erst surfen, nachdem Sie etwas für Ihr Unternehmen erledigt haben, als Belohnung sozusagen. Identifizieren Sie zunächst Ihre guten und schlechten Gewohnheiten. Schreiben Sie diese eine Woche lang auf.

Ändern von Gewohnheiten

Gewohnheiten sind das, was wir aus ihnen machen. Man kann sie ändern,

Beispiele für gute (G) und schlechte (S) Gewohnheiten

- (G): Jedes Monatsende: Umsatz und Kosten addieren, mit Planwerten vergleichen und sich überlegen, warum Ziele nicht erreicht oder übererfüllt wurden.
- (S): Aus Angst, was diese Übersicht ergibt, es immer weiter vor sich herschieben und keine Routine einführen.
- (G): Jeden Tag eine Neukundenakquise-Aktion, z. B. immer nach der Mittagspause als erste Handlung, sich einem Multiplikator telefonisch vorstellen, danach eigenes Unternehmensprofil per Mail zusenden. Bei 42 Arbeitswochen im Jahr mit 5 Arbeitstagen sind das 210 Neukontakte!
- (S): Tollen Werbeplan schieben, aber nicht umsetzen und Akquise nicht zur Gewohnheit werden lassen.

wenn man sich bewusst dazu entschlossen hat. Ich habe mir z. B. angewöhnt, am Sonntag keine Mails zu lesen und so einen Tag in der Woche abzuschalten. Die Gewohnheit zu ändern, ist mir sehr schwer gefallen. Jetzt habe ich mich an die Mailabstinenz gewöhnt, und es fällt mir leicht.

Ich habe auch eine neue Gewohnheit eingeführt. Das Nummerieren meiner Tagesarbeitsliste nach Prioritäten. Tagesarbeitslisten habe ich immer schon am Vorabend erstellt. Früher habe ich alle Aufgaben für den Folgetag untereinander geschrieben und dann die durchgestrichen, die ich erledigt hatte. Jetzt schreibe ich die Liste und nummeriere dann, in welcher Reihenfolge ich die Dinge erledige. Die Gewohnheit, Erledigtes durchzustreichen, ist geblieben. Meine Regel: Die unangenehmen, schwierigen Aufgaben zuerst. So kommen auch die lästigen Aufgaben an die Reihe und werden nicht von Tag zu Tag verschoben.

Was du heute kannst verändern, das verschiebe nicht auf morgen!

Als Unternehmensberaterin stelle ich immer wieder fest, dass die teure-

re Phase die ist, in der man erkannt hat, dass etwas schlecht läuft und es aussitzt, auf bessere Zeiten hofft und Angst hat, es anzupacken. Im Inneren weiß man aber, dass dieses Verhalten den Unternehmenserfolg verhindert. Packen Sie schlechte Gewohnheiten an und verändern diese bewusst, um erfolgreich(er) zu werden.

Unterstützung erwünscht? Mein Buchtipp motiviert, sich mit Gewohnheiten auseinanderzusetzen. Auch eine Unternehmensberatung kommt dem Erfolgskiller Gewohnheiten auf die Spur. ■



Kristiane von dem Bussche Start up Consulting

Existenzgründungs-, Wachstums- u. Karriereberatung für unternehmerische Persönlichkeiten in der zweiten Lebenshälfte

Tel. 0228-3683282
www.ihr-start-up-consulting.de

Unternehmensberatung

Marketing fängt viel früher an, als Sie denken

Verbinden Sie mit dem Stichwort Marketing das Drucken von Flyern, die Einrichtung Ihrer Webseite, Ihre Überlegungen, wie Sie Ihr Unternehmen mit geeigneten Keywords im Suchmaschinenranking nach oben bringen, oder wie Sie auf welchen Social Media-Kanälen vertreten sein wollen? Das sind auch wichtige Entscheidungen, die in der Gründungsphase getroffen und später immer wieder angepasst und optimiert werden müssen.

Oft wird jedoch übersehen, dass grundsätzlich noch ganz andere, auf den ersten Blick unscheinbare Dinge entscheidend für den Misserfolg oder Erfolg Ihres Unternehmens sind: Ihr persönliches Auftreten und Ihre innere Überzeugung.

Ihr wichtigster Werbefaktor: Sie selbst

Wenn Sie eine Veranstaltung besuchen, auf der Sie potenzielle Kunden und Auftraggeber treffen werden, ist es entscheidend, dass Sie genau das ausstrahlen, für das Sie und Ihr Unternehmen stehen – gleich einer Litfaßsäule oder einer Plakatwand, auf die der Betrachter zugeht, weil sie schon von Weitem strahlt, neugierig macht, anlockt.

Wie treten Sie auf? Wie gehen Sie auf eine einzelne, Ihnen bislang unbekannte Person oder sogar eine Gruppe Unbekannter zu? Sie können mit einer aufrechten Körperhaltung, Körperspannung, einem Lächeln auf den Lippen und einem offenen, wachen Blick in die Runde Interesse an den Menschen und einem intensiven Gespräch signalisieren. Das kann man übrigens ganz wunderbar zu Hause üben!

Haben Sie schon einmal auf den Händedruck anderer bei der Begrüßung ge-

achtet? Ist er kraftlos oder eher kraftvoll, steckt Energie dahinter, fühlen Sie sich wahrgenommen, schaut Ihnen Ihr Gegenüber dabei in die Augen, schwingt Interesse an Ihrer Person mit? Gelingt es Ihnen, mit einem festen Händedruck und einem klaren Blick Aufmerksamkeit zu erzielen und nachhaltig Eindruck zu hinterlassen? Auch das kann man im Alltag üben. Sollte es Ihnen unangenehm sein, Ihrem Gegenüber in die Augen zu schauen, richten Sie Ihren Blick zum Beispiel einfach auf die Nase.

Direkte Kommunikation punktet

Denken Sie auch daran, sich klar und verständlich auszudrücken, vermeiden Sie Fach-Chinesisch und komplizierte Erklärungen. Das fängt schon bei Ihrer Vorstellung und der Nennung Ihres Namens an. Beim berühmten Elevator Pitch, bei dem Sie in nur 60 Sekunden sich und Ihr Projekt vorstellen sollen, lernen Sie, sich auf das Wichtigste zu konzentrieren und dies deutlich zu formulieren. Das Leuchten in Ihren Augen, wenn Sie von Ihrem Unternehmen erzählen, zeigt, wie stark Sie für Ihre Idee brennen. Dann hört man Ihren Ausführungen aufmerksam zu – ganz unabhängig davon, ob Sie ein ruhiger oder eher ein extrovertierter Charaktertyp sind.

Zum äußeren Erscheinungsbild gehört selbstverständlich auch die Kleidung. Passt sie zu dem Unternehmen, das Sie repräsentieren? Gehen Sie in der Masse unter, weil alle gleich aussehen? Was können Sie verändern und dabei dennoch authentisch bleiben? Wenn Businesskleidung erforderlich ist, können Sie zum Beispiel durch eine farbige Bluse, eine Krawatte oder Tuch in Ihrer Lieblingsfarbe oder ein besonderes Ac-

cessoire auf sich aufmerksam machen. Wichtig ist, dass Sie sich ‚in Ihrer Haut wohlfühlen‘, Sie durch Ihre Kleidung aber auch nicht von sich ablenken. Manchmal kann ein Anzug leider das genaue Gegenteil bewirken: Er schafft Distanz. Daher ist es wichtig, sich bei jedem Termin zu überlegen, auf welche Zielgruppe Sie treffen werden, wen Sie mit Ihrem äußeren Erscheinungsbild ‚ansprechen‘ wollen.

Überprüfen Sie immer wieder, wie Sie zu sich selbst stehen, wie sehr Sie sich selbst wertschätzen, wie sehr Sie von sich, Ihren Produkten und Ihrem Erfolg am Markt überzeugt sind. Wenn Sie Zweifel an sich haben, schauen Sie, wie Sie diesen begegnen, und wie Sie diese ausräumen können, denn der Gesprächspartner spürt Ihre Zweifel. Erst dann können Sie Ihre Ideen und die Begeisterung für Ihr Unternehmen auf potenzielle Kunden und Auftraggeber übertragen.

Denn: Nur wer selbst brennt, kann andere mit seiner Idee anstecken. ■



**Diplom-Volkswirtin Irene Kuron
OPUS I Unternehmensberatung**

Kaiserstraße 139-141
53113 Bonn
Tel. 0228-9148844
irene.kuron@opus1-europe.de
www.opus1-europe.de

Newsletter

Webdesign

Tipps für eine erfolgreiche Firmenwebseite

Bei Existenzgründungen wird wegen der Kosten und aus Zeitdruck oft am eigenen Online-Auftritt gespart oder sogar darauf verzichtet. Mit einer professionellen Präsenz im Netz kann jedoch der Aktionsradius effizient und kostengünstig vergrößert werden.

Folgendes sollte dabei beachtet werden:

- **Layout und Design:** Passt die Webseite zu Ihrem Corporate Design?
- **Inhalt und Aufbau:** Sind Geschäftsfelder und Themen strukturiert und anschaulich präsentiert?
- **Responsive Webdesign:** Bietet die Seite flexible Ansichten für PC, Smartphone und Tablet?
- **CMS:** Sollen Inhalte selbstständig und schnell eingepflegt werden?
- **Sicherheit und Backup:** Wer sichert und wartet die Webseite, damit keine Sicherheitslücken entstehen?
- **Kontaktaufnahme:** Ist ein Kontaktformular integriert, um Anfragen potenzieller Kunden anzunehmen?
- **Service:** Stehen Informationen zur Anfahrt oder Öffnungszeiten bereit?
- **SEO:** Möchten Sie, dass Ihr Unternehmen schnell über die Suchmaschinen gefunden wird? Bereits bei der Programmierung sollten die späteren Anforderungen zur Suchmaschinenoptimierung beachtet werden.
- **Impressum und Datenschutzerklärung:** Ist beides rechtssicher? ■



Marc Michalak
Fachinformatiker/Webdesign
miccom-its

Uhlgasse 24
53127 Bonn
Mobil 0157-35224499
kontakt@miccom-its.de
www.miccom-its.de

Sie suchen Personal? Wir helfen Ihnen!

Der Arbeitgeberservice unterstützt Sie rund um die Personalauswahl und Stellenbesetzung.

Teilen Sie uns bitte jede offene Stelle mit. Wir freuen uns auf Sie!

Hotline: 0800 4 5555 20 /
www.arbeitsagentur.de



Steuerberatung

Was ist (m)ein Unternehmen wert?

Auf diese schlichte und eindeutige Frage geben Wissenschaft und Praxis eine Vielzahl von unterschiedlichen Antworten. Den einen „objektiven“ Unternehmenswert gibt es offenbar nicht.

Bewertungszwecke und -anlässe

Unternehmenswerte werden häufig ermittelt beim Verkauf oder Kauf eines Unternehmens bzw. einer Beteiligung daran sowie beim Ausscheiden eines Gesellschafters, bei Unternehmenszusammenschlüssen, bei der Bemessung von Abfindungsleistungen im Erbfall, bei der Ermittlung des Zugewinnausgleichs in Scheidungsfällen. Auch für die Wertermittlung in Erbschafts- und Schenkungsfällen und der Bilanzierung von Beteiligungen müssen sachgerechte Unternehmenswerte festgestellt werden. Dass ein Unternehmen aus der individuellen Sicht eines Verkäufers und eines potentiellen Käufers Wertunterschiede aufweisen kann, liegt nicht zuletzt an verschiedenen Zukunftserwartungen (z. B. Konjunktur, Kostensenkungspotential, Konkurrenz), Gestaltungsmöglichkeiten (z. B. Synergiepotenziale mit vorhandenen Einheiten) und Risikoeinstellungen.

Typisierung erforderlich

Wegen der Vielzahl möglicher Rahmenbedingungen wird für eine Unternehmensbewertung häufig auf typische, durchschnittliche Verhältnisse abgestellt. In der Praxis sind folgende Bewertungsverfahren vorzufinden:

Ertragswert- und Discounted Cash Flow (DCF)-Verfahren

Der Unternehmenswert hängt letztlich davon ab, was der Eigner in Zukunft aus dem Unternehmen an Zahlungsüber-

schüssen (sog. freier Cash Flow) „herausholen“ kann. Die zukünftigen Zahlungsüberschüsse werden mittels einer Planungsrechnung geschätzt und dann auf den Bewertungsstichtag abgezinst (diskontiert). Um die Treffsicherheit der Prognosen zu erhöhen, nimmt man die Planungen auf Grundlage einer Vergangenheitsanalyse und eingehenden Prüfung sämtlicher Unterlagen (Due Diligence) vor. Für einen Prognosezeitraum von typischerweise drei bis fünf Jahren werden eine Plan-GuV, eine Plan-Bilanz sowie eine Plan-Kapitalflussrechnung ermittelt. Für die Ermittlung des Diskontierungssatzes wird in der Praxis der Zins für sichere Geldanlagen um einen unternehmensspezifischen Risikozuschlag erhöht. Die exakte Vorgehensweise hat das Institut der Wirtschaftsprüfer in seinen Grundsätzen der Unternehmensbewertung gemäß des IDW S1 festgeschrieben. Dieses Verfahren stellt den Standard dar.

Vereinfachtes Ertragswertverfahren für steuerliche Zwecke

Auch für steuerliche Zwecke sieht der Gesetzgeber ein sog. „vereinfachtes“ Ertragswertverfahren vor. Dieses ist allerdings wegen der erforderlichen Nachvollziehbarkeit streng objektiviert. So wird nur auf Vergangenheitszahlen des Rechnungswesens abgestellt und die Abzinsungssätze sind gesetzlich vorgegeben. Zudem ist mindestens der sog. Substanzwert als Wertuntergrenze anzusetzen. Der Substanzwert wird ermittelt, indem sämtliche Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten des Unternehmens mit ihren Wiederbeschaffungswerten angesetzt werden; stille Reserven, etwa in Grundstücken oder Anlagen, sind also aufzudecken. Jenseits des Steuerrechts spielt der

Substanzwert allenfalls eine psychologische Rolle für die Wertfindung von Unternehmen.

Multiplikatoren-Verfahren

In vielen Branchen, z. B. im Handwerk bzw. bei Freiberuflern, kommen neben dem Ertragswertverfahren auch Multiplikatoren-Verfahren zum Einsatz. Sie tragen dem Bedarf nach einer einfachen Wertabschätzung in der Praxis Rechnung. Dabei werden für die jeweilige Branche Unternehmenswerte in Anlehnung an Transaktionen in der Vergangenheit in einem Prozentsatz vom erzielten Umsatz oder Ergebnis (EBIT) festgelegt. Letztlich liegt dem auch eine Ertragswertüberlegung zugrunde, nämlich dass bei „ordentlicher“ Unternehmensführung mit einem bestimmten Umsatz regelmäßig ein definierter Ertrag zu erzielen ist. ■



Dipl.-Vw. Marc Löhndorf
Steuerberater, Partner
VRT Linzbach, Löcherbach
und Partner mbB

Wirtschaftsprüfer – Steuerberater –
Rechtsanwälte – vereid. Buchprüfer

Graurheindorfer Str. 149a
53117 Bonn
Tel. 0228-26792-0
Fax 0228-26792-30
m.loehndorf@vrt.de
www.vrt.de

Newsletter

Coaching

Folgen Sie Ihrem „Im-Puls“: Von Musikern lernen!

Ein Lichtkegel auf der dunklen Bühne: die erste Berührung mit der Gitarre. Welch eine elektrisierende Energie! Man spürt: Dieser Künstler folgt ausschließlich seinem inneren Puls. Eine Symbiose aus Motivation, Umsetzungs- und Tatkraft: Sein M.U.T., hat ihn getragen – bis zur Meisterschaft! Musiker führen ein sinnerfülltes Leben. Sie streben nach Selbstbestimmung und schöpfen dabei ihre Potenziale aus. Was wir daraus lernen können?

1. MOTIV:

Musiker entdecken ihr Motiv, dem sie mit ganzer Leidenschaft folgen. So wie ich es als zutiefst beglückend erlebe, wenn ich Menschen auf ihrem Erfolgskurs begleite und sie als „alpha-Grün-

der des Monats“ prämiere. Ein Höhepunkt – jedes Mal aufs Neue!

2. UNVERWECHSELBARKEIT:

Musiker entwickeln ihre Fähigkeiten ständig weiter. Mit Hingabe, Disziplin und ihrem Ziel vor Augen!

3. SELBSTBESTIMMUNG:

Brillante Musiker fühlen sich nur sich selbst verpflichtet. Sie haben gelernt, sich selbst zu führen, sind selbstbestimmt, also ‚selbstständig‘!

Folgen auch Sie Ihrem inneren Puls. Etwas Neues wagen? Welch ein elektrisierender Impuls! Mit M.U.T., dem richtigen Coach und öffentlicher Förderung gelingt's! ■



Gabriele vom Feld
alpha-Das Gründer-Forum®

Kamillenweg 22
53757 Sankt Augustin
Tel. 02241-94560-10
Fax 02241-94560-12
Mobil 0170-5562288
info@alpha-gruenderforum.de
www.alpha-gruenderforum.de
www.mutfabel.de

VRT

LINZBACH, LÖCHERBACH UND PARTNER mbB

WIRTSCHAFTSPRÜFER • STEUERBERATER • RECHTSANWÄLTE • VEREID. BUCHPRÜFER



Steuerberatung bei Existenzgründung

Wir beraten Existenzgründer und bieten dabei ein kostenloses Erstgespräch sowie eine intensive Begleitung in der Gründungsphase und Vereinbarung von Pauschalhonoraren.

VRT Linzbach, Löcherbach und Partner mbB
Graurheindorfer Straße 149 a • 53117 Bonn • Tel. 0228 26792 0
Fax: 0228 26792 30 • E-Mail: bonn@vrt.de • Internet: www.vrt.de

Mehr Beratung.
Mehr Wert.

Newsletter

IHK Bonn/Rhein-Sieg – Aktuelles

Veranstaltungstipps:

Unternehmensnachfolge, die andere Art der Existenzgründung

Mittwoch, 5. Oktober, 17:00 – 19:00 Uhr

Buchhaltung leicht verständlich

Montag, 14. November, 9:00 – 13:30 Uhr

Wissen im Unternehmen halten & Kompetenzvorsprung ausbauen

Montag, 28. November, 16:00 – 18:00 Uhr

Angebote schreiben, die beim Kunden ankommen

Freitag, 2. Dezember, 10:00 – 13:00 Uhr

Veranstaltungsort: IHK Bonn/Rhein-Sieg, Bonner Talweg 17, 53113 Bonn



Industrie- und Handelskammer
Bonn/Rhein-Sieg

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.ihk-bonn.de

Impressum

Herausgeberin:

G&P Grafik und Produktion
Marketing- u. Kommunikationsberatung
Angelika Fiedler
Tel. 0228-2618418
info@gundp-bonn.de
www.gundp-bonn.de

Druck:

Druckerei Eberwein OHG
www.druckerei-eberwein.de

Lektorat:

Stephanie Jana
www.lektorat-stilsicher.de

Betreuung Autoren, Redaktion und Layout:

Angelika Fiedler
www.gundp-bonn.de

Betreuung Anzeigenpartner:

Kristiane von dem Bussche
www.ihr-start-up-consulting.de

Foto Titel: © beeboys - Fotolia.com

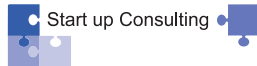
Bezug des Newsletters:

Der 40plus-Newsletter wird bei den Netzwerktreffen verteilt und liegt aus bei der Agentur für Arbeit Bonn, der IHK Bonn/Rhein-Sieg, der Sparkasse KölnBonn (Gründercenter), der Volksbank Bonn/Rhein-Sieg (Firmenkundencenter), der Wirtschaftsförderung Bonn und der Wirtschaftsförderung des Rhein-Sieg-Kreises.

Anzeigenpartner des 40plus-Newsletters:



Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Bonn



VRT
WIRTSCHAFTSPRÜFER • STEUERBERATER • RECHTSANWÄLTE • VERED. BÜCHPRÜFER

Newsletter-Download sowie weitere Informationen zum Netzwerk 40plus: www.40plus-bonn.de

Lust auf Werbung*
*professionell, engagiert und zuverlässig

G&P
Grafik & Produktion

Marketing- und Kommunikationsberatung
für Existenzgründer und kleine mittelständische Unternehmen

Konzeption und Design
von Logos, Flyern, Imagebroschüren, Newslettern, Websites u.v.m.

Design mit Strategie ■ phone 0228 2618418 ■ www.gundp-bonn.de ■ info@gundp-bonn.de

- 40plus ist seit 2015 eine Initiative der IHK Bonn/Rhein-Sieg.
- 40plus-Mitglieder können im 40plus-Newsletter Fachartikel veröffentlichen. Nähere Informationen finden Sie unter www.40plus-bonn.de.
- Der Newsletter wird in einer Auflage von ca. 2.000 Stück gedruckt.
- Die Herausgeberin übernimmt keine Verantwortung für die inhaltliche Richtigkeit der Beiträge.
- Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.
- Nachdruck und Vervielfältigung sind – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung der Herausgeberin gestattet.