

Leitartikel



Sieben Tipps für Ihr Empfehlungsmarketing

Groß angelegte Kampagnen sind für kleine und mittelständische Unternehmen unbezahlbar. Das Marketingbudget von Existenzgründern ist hinzu recht überschaubar. Wer sich schon zu Beginn seiner Selbstständigkeit in den vielfach gesättigten Märkten erfolgreich behaupten will, muss zu effektiven und bezahlbaren Instrumenten greifen. Hier kann Empfehlungsmarketing Abhilfe schaffen.

Eine gute Empfehlung ist Gold wert. Das weiß jeder, der schon einmal eine bekommen hat, und jeder, der für seine neuen Produkte und Dienstleistungen neue Kunden gewinnen will. Die Werbung für einen Stoßdämpfer, die Biolimone oder einen neuen Friseur kann noch so vielversprechend sein – wenn es darum geht, Kaufentscheidungen zu treffen, hören die meisten Menschen lieber auf jemandem, dem sie persönlich vertrauen.

Insgesamt nimmt das Vertrauen in klassische Werbeformen laut der internationalen Nielsen-Studie aus dem Jahr

2011 kontinuierlich ab. Während persönliche Empfehlungen von 90 Prozent der Befragten als vertrauenswürdig bewertet werden, sinkt die Wirkung von klassischen Marketinginstrumenten. Diesen Trend können Existenzgründer für sich positiv nutzen, indem sie das Empfehlungsmarketing in ihrem Businessplan an oberste Stelle setzen.

Deshalb wurde nun auch die erste Empfehlungsmarketing-Akademie Deutschlands in Düsseldorf gegründet. Darin wird die ganze Vielfalt des Empfehlungsmarketings in drei Themengebieten und zahlreichen Seminarthemen abgebildet.



Dr. Hubertus Hille
Industrie- und
Handelskammer
Bonn/Rhein-Sieg

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Thema Marketing wird auch in Zukunft ein Dauerbrenner für kleine und mittelständische Unternehmen bleiben. Wie erreiche ich am besten meine Zielgruppe? Welche Marketingmaßnahmen sind für mich effizient?

Häufig wird eine einfache, glaubwürdige, preiswerte und somit wirtschaftliche Form der Werbung vernachlässigt: die Werbung von Kunden zu Kunden – Menschen, die oft ohne Eigennutz ihre positiven Erfahrungen an andere potenzielle Kunden weitergeben.

Oft genug sind insbesondere Existenzgründerinnen und -gründer dabei auf den glücklichen Zufall angewiesen. Aber wie kann Empfehlungsmarketing zu einem echten Marketinginstrument ausgebaut und systematisch betrieben werden? Dies ist Thema unserer gemeinsamen Veranstaltung am 17. April 2013, zu der wir Sie herzlich einladen.

Inhalt	Seite
Editorial	1
Leitartikel	1-2
Fachartikel	3-10
Impressum	11

Newsletter

Damit auch Sie das Empfehlungsmarketing in Ihr eigenes Unternehmen integrieren können, haben wir hier einige Tipps für Sie zusammengestellt:

1. Als Empfehlungsgeber muss man restlos von Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung überzeugt sein. Als Gründer sind Sie als Person zu Beginn die Marke, die sog. Human Brand. Inspirieren Sie die Menschen um sich für Ihr Thema und Sie finden mit Sicherheit erste Anhänger und begeisterte Empfehler. Wenn Sie für Ihr Unternehmen brennen, dann entfacht die Begeisterung auch in Ihrem Gegenüber.
2. Achten Sie beim Aufbau Ihres Unternehmens stets darauf, als Impulsgeber für Ihren Kunden zu dienen. Gehen Sie aktiv auf Kunden mit neuen Ideen zu, statt darauf zu warten, dass diese zu Ihnen kommen. So machen Sie sich zu Beginn einzigartig und empfehlenswert.
3. Sobald Sie erste Kunden gewonnen haben, achten Sie auf das optimale Touchpoint-Management. Dieses zielt darauf ab, jeden Kundenkontakt, ob am Telefon, in der E-Mail, auf der Website oder im persönlichen Gespräch, herausragend und einzigartig zu gestalten. So erhöhen Sie jedes Mal die Möglichkeit einer Empfehlung.
4. Binden Sie in jedes Gespräch eine der wichtigsten Fragen im Empfehlungsmarketing ein: „Wie wahrscheinlich ist es, lieber Kunde, auf einer Skala von 0 bis 10, dass Sie mich weiterempfehlen würden?“ Diejenigen, die eine Zahl zwischen 0 und 6 nennen, sind die „Kritiker“ und Ihre kostenlosen Berater. Diejenigen, die als Zahl 7 oder 8 nennen, sind die indifferenten Kunden, die jederzeit zum Mitbewerber abspringen könnten. Und diejenigen, die 9 oder 10 nennen, sind Ihre Förderer. Sie haben die höchste Wahrscheinlichkeit, Ihre Empfehler zu werden. Arbeiten Sie mit Ihren „Kritikern“ und „Förderern“ aktiv zusammen und Sie werden ein sehr empfehlenswertes Unternehmen aufbauen.
5. Fragen Sie Ihre besten Kunden im Augenblick der Begeisterung nach einer Referenz. Notieren Sie diese schriftlich und holen Sie sich die Genehmigung zur Veröffentlichung auf Ihrer Seite sowie auf Bewertungsportalen wie bei KennstDuEinen.de. So erhöht sich nicht nur die Vertrauenswürdigkeit Ihres Unternehmens, sondern Sie verbessern Ihre Suchmaschinenoptimierung in Google.
6. Nutzen Sie Ihre Kontakte für Ihr Empfehlungsmarketing. Bekannte, Netzwerkpartner oder gar Interessenten sind häufiger bereit zu empfehlen, als Sie es selbst glauben. Bei einer Interessentenbefragung eines meiner Kunden wurde festgestellt, dass zwei von drei der Interessenten bereit wären, seine Dienstleistung weiterzuempfehlen. Und das, noch bevor man einen Vertrag abgeschlossen hat. Wer also eine überragende Beratungsleistung liefert, kann sich schon zu Beginn einer Kundenbeziehung die ersten Empfehlungen einholen.
7. Visualisieren Sie Ihren Traumkunden. Nur wer seinen potenziellen Kunden kennt, kann sich dorthin empfehlen lassen. Die Methodik eignet sich besonders gut für Unternehmen mit Geschäftskunden (B2B). Auf Grundlage der Theorie, dass jeder jeden über sechs Ecken kennt, baut man sich die eigene Vertriebsweise per Empfehlung aus. „Über sechs Ecken zum Wunschkunden“ könnte Ihre Empfehlungsstrategie sein.

Empfehlungsmarketing ist das neue Marketing und die neue Art, ein Unternehmen erfolgreich zu führen. Die Investition darin zahlt sich langfristig gleich doppelt aus: Die Kunden- und Mitarbeiterloyalität wird signifikant gesteigert und Empfehlungen bringen kontinuierlich neue, wertvolle Kunden. ■



Ekaterina Arlt
Empfehlungsmarketing Akademie

Luegplatz 2
40545 Düsseldorf
Tel. 0211-36181833
kontakt@empfehlungsmarketing-akademie.de
www.empfehlungsmarketing-akademie.de
www.facebook.com/Empfehlungsmarketing.Akademie

Meditation



Mehr Achtsamkeit im Berufsalltag durch Meditation

Meditation ist mehr als eine Methode, den unstillen Geist zu beruhigen und mental zu entspannen. Es ist eine Art der Denkhigiene, die den Praktizierenden in die Lage versetzt, achtsam in Kontakt mit sich selbst zu kommen, Gedanken zu ordnen und bei Bedarf Lebensziele neu zu definieren.

Bei regelmäßiger Übungspraxis lernt der Meditierende, besser mit Stress und schwierigen Gefühlen umzugehen, in belastenden Situationen gelassener zu reagieren und dadurch mehr Lebensqualität und Wohlbefinden zu generieren.

Am besten, Sie fangen gleich mit dem Training an: Setzen oder stellen Sie sich

aufrecht hin, richten Ihre Aufmerksamkeit nach innen und nehmen Ihren Atem einmal bewusst wahr. Der Fokus liegt auf der Präsenz im Hier und Jetzt. Lassen Sie für einen Moment alle Gedanken, die auftauchen, wie Wolken am Himmel an sich vorbeiziehen. Seien Sie einfach nur da und spüren Sie den Atem, wie er kommt und geht, ganz ohne Ihr Zutun. Jeder Atemzug bringt Sie tiefer in die Entspannung. Wenn Sie beschließen, die „Auszeit“ zu beenden, blenden Sie dieses Wohlgefühl nach Möglichkeit nicht aus, sondern nehmen es mit in den Tag.

Nutzen Sie ab heute die Meditation, um Ihre intuitive Kompetenz und Ihr Selbstvertrauen zu stärken! Weitere Übungen finden Sie in meinem Buch. ■



Monika A. Pohl
Lebensstil Gesundheit

Weiler Weg 22
53859 Niederkassel
Tel. 02208-909250
kontakt@lebensstil-gesundheit.de
www.lebensstil-gesundheit.de



Sie suchen Arbeitskräfte oder Auszubildende?

Dann melden Sie bitte jede offene Stelle unserem **Arbeitgeberservice**. Er unterstützt und berät Sie, unterbreitet Ihnen Vermittlungsvorschläge und leistet Hilfestellung bei der Auswahl Ihres Personals.

Hotline:
01801 / 664466*

* Festnetzpreis 3,9 ct/min; Mobilfunkpreise höchstens 42 ct/min.
Agentur für Arbeit Bonn/Rhein-Sieg

 **Bundesagentur für Arbeit**

Nachwuchsförderung

Beste Chancen für guten Schulabschluss



Wieder angstfrei lernen – mit Erfolg zur mittleren Reife und zum Abitur!

Ein guter Schulabschluss ist heutzutage wichtiger denn je. Viele Ausbildungs- und Studienplätze sind direkt an das Abschlusszeugnis gebunden. Wer unsicher in Prüfungssituationen ist, hat also schlechtere Karten – auch wenn es sich um einen ansonsten guten Schüler handelt. Hier gilt: Übung macht den Meister! Häufige Wiederholungseinheiten, Probetests und Hilfe bei den Hausaufgaben sollten in diesen Fällen integraler Bestandteil des Schulalltags sein, da nicht alle Schüler und Eltern diese selbst organisieren können. „Nur wer selbst weiß, dass der im Unterricht vermittelte Stoff auch wirklich sicher sitzt, kann in einer aufreibenden Prüfung die nötige Gelassenheit und Ruhe bewahren. Selbstvertrauen und gute Noten gehen Hand in Hand“, sagt Bosse, der weiß, wovon er spricht, denn bereits seit vielen Jahren haben nach diesem Prinzip die Schüler der Godesberger Privatschule erfolgreich ihren Abschluss gemacht. ■

Viele Schüler kennen das: Sie lernen, pauken und büffeln, bekommen Nachhilfe in den verschiedensten Fächern und am Ende des Jahres hat es doch nicht zur Versetzung gereicht. Dabei liegt das Problem häufig nicht an der Intelligenz des Schülers, denn auch das Lernumfeld beeinflusst die schulische Leistung stark. Überfüllte Klassenzimmer, ständig wechselndes Lehrpersonal, Unterrichtsausfälle und Freistunden sind Faktoren, die den Lernerfolg beeinträchtigen und die Schüler unnötigem Stress aussetzen, so dass vielen die Freude am Lernen abhandenkommt.

„Problemschüler“ gibt es nicht!

Eine gute Möglichkeit, solche Schüler aufzufangen und wieder in das aktive Schulleben einzubinden, ist den äußeren Druck herauszunehmen und sich wieder auf das Wesentliche zu konzentrieren. Davon ist Christian Bosse, Leiter der Godesberger Privatschule, überzeugt. „Bei uns steht immer der einzelne Schüler mit seinen individuellen Stärken

und Schwächen im Mittelpunkt unserer Überlegungen“, sagt er. Sein Prinzip ist so simpel, wie es erfolgreich ist: Kleine Klassen mit maximal 14 Schülern, freundliche und zuverlässige Pädagogen, die die Kinder fördern und unterstützen, eine ruhige Atmosphäre sowie vor allen Dingen Beständigkeit helfen auch nachlassenden Schülern, gute Resultate zu erzielen.

Den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen!

Es ist richtig und gut, dass viele Schulen den Kindern ein möglichst breitgefächertes Unterrichtsspektrum bieten möchten und ihnen ermöglichen, viele Fächer zu belegen. Allerdings zeigt sich, dass diese Strategie nicht für jeden Schüler der beste Weg ist und dass es manchmal notwendig ist, das Angebot zu begrenzen, um den Schülern Orientierung und gezielte Förderungen in den Kernfächern zu geben. Deshalb legt Christian Bosse besonderen Wert darauf, dass an seiner Schule eine hohe Stundenzahl in den prüfungsrelevanten Fächern erfolgt.



Christian Bosse
Schulleiter
Godesberger Privatschule
(ab Klasse 7)

Friedrich-Ebert-Straße 5
53177 Bonn
Tel. 0228-353531
www.godesberger-privatschule.de

Coaching

Liquiditätsplan – überflüssig oder sinnvoll?

Als Unternehmensberaterin stelle ich oft fest, dass der Liquiditätsplan des Businessplans nicht weiter fortgeschrieben wird.

Liquiditätsplan – warum?

Ein Liquiditätsplan erfasst alle ein- und ausgehenden Zahlungsströme innerhalb einer Periode (z. B. pro Woche/Monat bis zu einem Jahr) mit dem Ziel, die Zahlungsfähigkeit des Unternehmens sicherzustellen bzw. ihre Gefährdung frühzeitig feststellen zu können.

Liquiditätsplan – selber erstellen!

Sie schreiben in eine Exceltabelle alle 52 Wochen des Jahres in eine Zeile und darunter alle Einnahmen und alle Ausgaben, die Sie in bestimmten Wochen erwarten. Sie nehmen zudem die aktuellen Salden auf Ihren Konten und Ihren Bargeldbestand auf.

Einnahmenplanung

Tragen Sie die erwarteten Zahlungseingänge aufgrund von Ihnen geschriebener Rechnungen in der Woche ein, in der Sie den Zahlungseingang erwarten (Rechnungsbetrag inkl. MwSt.). Den Zeilenkopf beschriften Sie mit dem Namen des Kunden. So verfahren Sie mit allen Einnahmen, die Sie erwarten, auch mit Steuerrückzahlungen, MwSt.-Erstattungen. Sie können farbig alle Einnahmen markieren, die Sie mit 100-prozentiger Sicherheit erwarten, im Vergleich zu geplanten Umsätzen für Aufträge, zu denen Sie ein Angebot geschrieben, aber noch keine Zusage haben. Sie bilden eine Summe aller erwarteten Einnahmen.

Ausgabenplanung

Am besten gehen Sie die Bankauszüge des Vorjahres einmal durch und notieren sich alle Sonderzahlungen wie die Kfz-Steuer oder die Rechtsschutzversicherung und tragen diese Einmalzahlungen in die Exceltabelle in die entsprechende Woche ein. Ebenso verfahren Sie mit periodischen Zahlungen (wie Strom/Wasserabschlagszahlungen, Ihr Unternehmergehalt). Sie bilden eine Summe aller erwarteten Ausgaben.

Auswertung der Liquiditätsplanung

Sie bilden die Differenz von Einnahmen und Ausgaben. In der Zeile darunter kumulieren Sie das Ergebnis von Woche zu Woche. So sehen Sie, ob Ihre Liquidität ausreicht. Sie stellen beispielsweise fest, dass Sie im Sommer ein kurzfristiges Liquiditätsproblem haben, weil Ihre Ausgabe nicht durch Ihre Einnahmen und Ihr Vermögen gedeckt sind. Prüfen Sie, ob Ihr Dispositionskredit auf dem Konto als Überbrückung des Liquiditätsengpasses ausreicht. Falls nicht, wäre jetzt ein Gespräch mit Ihrer Hausbank vorzubereiten, aus dem die Kurzfristigkeit des Liquiditätsengpasses hervorgeht und die positive Zukunftsprognose Ihres Unternehmens. Falls Sie feststellen, dass das Liquiditätsproblem ein dauerhaftes ist, ist es an der Zeit, Ihr Geschäftsmodell kritisch zu hinterfragen und Änderungen zur Verbesserung der Auftragslage und zur Kostenreduktion einzuleiten.

Aus meinen Erfahrungen als Unternehmensberaterin gibt es folgende Fallen:

1. Ein kurzfristiger Liquiditätsengpass wird zu spät erkannt. Ihre Anfrage zur

Zwischenfinanzierung bei Ihrer Bank erfolgt kurzfristig und verschlechtert Ihre Verhandlungsposition.

2. Ihr Geschäftsmodell bräuchte eine Generalüberholung, da es ein strukturelles Problem gibt, denn aus dem Liquiditätsplan wird ersichtlich, dass Ihr Business finanziell nicht tragfähig ist.

3. Sie wachsen und bräuchten einen Wachstumskredit, um anstehende Investitionen, zusätzliches Personal und Marketing zu finanzieren. Diese Ausgaben lassen sich aus dem laufenden Geschäft nicht unmittelbar finanzieren. Nutzen Sie einen günstigen langfristigen Bankkredit statt die teure Finanzierung über einen Dispositionskredit auf dem Girokonto.

Gönnen Sie sich eine Unternehmensberatung, um zu zweit Ihre Unternehmensentwicklung zu reflektieren. Vier Augen sehen mehr als zwei. Beratung ist günstiger, als Sie denken, und zahlt sich aus. ■



Kristiane von dem Bussche
Start up Consulting Ltd.

Gründungs- und Festigungsberatung

Tel. 0228-3683282

www.ihr-start-up-consulting.de

Steuerberatung

Vollmachten im Geschäftsverkehr: Wer unterschreibt was?

Nicht immer ist klar, wer in Unternehmen vertretungsberechtigt ist. Schnell werden Aufträge ohne die erforderliche Vollmacht erteilt oder entgegengenommen.

Flache Hierarchien und schnelle Entscheidungswege: Nicht nur junge Unternehmen gewähren ihren Mitarbeitern einen großen Handlungsspielraum. Oft überschreiten Mitarbeiter unbewusst ihre Kompetenzen und agieren unbefugterweise als Vertreter des Unternehmens. Nach Erfahrung der Wirtschaftskanzlei DHPG fehlt es oft an eindeutigen Vertretungs-, Unterschriften- oder Vollmachtsregelungen. Gerade im turbulenten Arbeitsalltag versäumen es Unternehmer, klare und praktikable Regelungen zu treffen.

Die große Gefahr: Geschäftspartner dürfen unter Umständen von einer Vollmacht ausgehen, die tatsächlich gar nicht existiert. Immer wenn Vertragspartner darauf vertrauen können, dass ihre Ansprechpartner das Unternehmen berechtigt vertreten, kann durch einen sogenannten „Rechtsschein“ ein wirksamer Vertrag zustande kommen. Für Unternehmen können sowohl als Auftraggeber als auch als Auftragnehmer erhebliche Haftungsrisiken entstehen.

Vollmachten wider Willen

In der Praxis sind zwei Formen von Rechtsscheinvollmachten zu unterscheiden: die Duldungs- und die Anscheinvollmacht. Für beide gilt: Auch wenn ein Vertreter nicht ausdrücklich bevollmächtigt ist, müssen Vertragspartner grundsätzlich ein Geschäft als bindend akzeptieren. Eine Duldungsvollmacht liegt vor, wenn die Geschäftsführung weiß, dass eine Person als Vertreter des Unternehmens auftritt und über einen längeren Zeitraum nicht

einschreitet. Verwendet ein Mitarbeiter etwa ohne Vollmacht den Firmenstempel, so liegt ein Verschulden beim Unternehmen, wenn der Stempel offen zugänglich war.

Ungeachtet dessen ist auch der Kenntnisstand des Vertragspartners maßgeblich. Eine Rechtsscheinvollmacht greift nicht, wenn der Geschäftspartner wusste, dass der Mitarbeiter ohne Berechtigung gehandelt hat. In solchen Fällen ist das Geschäft für das vermeintlich vertretene Unternehmen nicht bindend, es sei denn, es genehmigt den Vertrag nachträglich.

Klare Vertretungsregeln, gängige Vollmachten und Besonderheiten

Die Geschäftsführung kann zwischen verschiedenen Formen von Vollmachten wählen. Nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) können Vollmachten formlos erteilt und frei ausgestaltet werden. Die Regelungen des BGB gelten für alle Unternehmen, unabhängig davon, ob sie gewerblich sind oder nicht. Zusätzlich sieht das Handelsgesetzbuch (HGB) besondere Vertretungsberechtigungen für den Geschäftsverkehr unter Kaufleuten vor. Marktteilnehmer sollen sich auf feste Formen von Vollmachten mit einheitlichen Befugnissen verlassen können.

Einige Vollmachten müssen im Handelsregister eingetragen werden. Es empfiehlt sich grundsätzlich, Art und Umfang einer Vollmacht schriftlich zu dokumentieren. So kann die Ge-

schäftsleitung eine Vollmachterteilung im Streitfall belegen – oder unter Umständen auch widerlegen. Gängige Vollmachten im Geschäftsverkehr sind Prokura, Handlungsvollmacht oder Laden- und Warenvollmacht.

Neben den HGB-Vollmachten sind einige gesellschaftsrechtliche Sonderregelungen zu beachten. Sie regeln die Vertretungsbefugnisse der Gesellschafter etwa einer GbR, OHG oder KG bzw. die der Geschäftsführer einer GmbH. Im Grunde stellt sich immer die Kernfrage: Wer ist der Inhaber bzw. der gesetzliche Vertreter des Inhabers?

Weitere Hinweise und konkrete Tipps senden wir Ihnen gern kostenlos per E-Mail (bonn@dhp.de) zu. ■



**RA FASt StB Dr. Andreas Rohde,
DHPG Rechtsanwälte
Wirtschaftsprüfer
Steuerberater, Bonn**

Tel. 0228-81000-0
Fax 0228-81000-20,
rae-bonn@dhp.de,
www.dhp.de

Newsletter

Beratung und Supervision

Das Leben ist ein Wunschkonzert

Wunschkonzert ... Haha! Dass ich nicht lache!

Das ist schon mal ein guter Anfang!

Wie bitte? Mein Leben gleicht eher einer Höllenmusik!

Unangenehm – wer hat denn die bestellt?

Ja, wenn ich das wüsste ...

Wenn Sie wissen, wie die Höllenmusik in Ihr Ohr gekommen ist, können Sie sie ja abbestellen.

Wie soll das denn gehen?!

Stellen Sie sich vor, Sie gehen lachend im Park spazieren, im Pavillon spielt

Höllmusik – wie reagieren Sie?

Hm, vielleicht: Wie schräg! Sie müssen mehr üben!

Die haben ein Problem, nicht Sie?

Ja, so ungefähr!

Stellen Sie sich vor, Sie gehen mit mieser Laune in den Park – im Pavillon spielt Höllenmusik.

Ach so, ich würde mich furchtbar aufregen und wettern und schimpfen.

Im ersten Beispiel findet die Höllenmusik keinen Anklang in Ihnen, weil Sie innerlich ganz anders gestimmt sind, im

zweiten findet die Musik Resonanz in Ihrem Innern, nicht wahr?

Wollen Sie damit sagen, dass es von meinem inneren Gestimmtsein abhängt, wie ich das Außen erlebe?

Genau – das Erleben im Außen ist ein wunderbarer Wegweiser zu Ihren inneren Stimmen – es ist stimmig.

Was habe ich davon, das zu wissen?

Nun, wenn Sie Ihre inneren Stimmen bewusst wahrnehmen, können Sie neu wählen, was in Zukunft stimmig sein soll.

Unternehmerin Laura Bach „menschsein im gleichgewicht“

► *Frau Bach, Sie bieten Supervision, Fortbildung und Beratung an – wer ist Ihre Zielgruppe?*

Multiplikatoren, d. h. Leitende und Lehrende qua Beruf, letztendlich aber alle, die bereit sind, als Erwachsene den Weg der radikalen inneren Eigenverantwortung zu gehen. Das zu leben, impliziert auch eine Multiplikatorrolle.

Ich bin 61 Jahre alt und da angekommen, wo ich immer hin wollte: verstehen. Dieses Wissen und seine praktische Umsetzung möchte ich weitergeben.

► *Radikale innere Eigenverantwortung – welchen Nutzen hat das?*

Als Erwachsener bin ich nie Opfer, immer handlungs- und gestaltungsfähig. Anfangs sind die inneren Widerstände groß, weil die Verantwortung für alles Erleben Schuld- und Schamgefühle er-

zeugt – ein mentaler Irrtum, der aber in unserer Kultur sehr tief verwurzelt ist.

Mit dem Loslassen von Schuld- und Schamgefühlen durch die innere Vergebung wird dieser Weg aber immer einfacher und fängt schon nach kurzer Zeit an, Freude zu machen, da man sich mehr und mehr als wirkungsvoller Dirigent seines Lebens erfährt.

► *Frau Bach, sind Sie im Gleichgewicht?*

Zunehmend. Ich bin auf einem Weg, der zunehmend eben verläuft, aber auch dort liegen Steine, einige kleine und auch mal größere. Ich weiß, dass ich sie dort hingelegt habe, schaue sie mir genau an und verabschiede mich dann von ihnen.

► *Was wünschen Sie den Menschen?*

Das Wunschkonzert! ■



Laura Bach
Supervision – Fortbildung – Beratung

In der Beckersbitze 5
53639 Königswinter-Ittenbach
Tel. 02223-9059030
Fax 02223-9059031
laura.bach@email.de
www.menschsein-im-gleichgewicht.de

Der Erfolgsmotor

Kennen Sie den Spruch: Der Fisch fängt vom Kopf her an zu stinken?

Mitarbeiter wenden ihn gerne an, wenn sie mit ihren Vorgesetzten oder der Geschäftsführung ihres Unternehmens unzufrieden sind. Mal abgesehen davon, dass auch Angestellte ihren Teil zum Erfolg eines Unternehmens beitragen müssen und dafür mitverantwortlich sind, ist häufig Unternehmern und Inhabern nicht bewusst, wie sie selbst den wirtschaftlichen Erfolg steuern können – zum Beispiel mit klaren Visionen und Zielen.

Was ist Ihre Vision, was wünschen Sie sich als Unternehmer?

„Was für ein herrliches Gefühl! Gerade habe ich meinen Urlaub gebucht und bin völlig entspannt dabei.“

„Vor einem halben Jahr haben wir die Planung für die nächsten 5 Jahre festgelegt. Am Ende dieses Zeitraumes wird sich mein Umsatz um 200 Prozent gesteigert, die Anzahl meiner Mitarbeiter um drei erhöht haben und die Kundenbindung und Kundenzufriedenheit wird um 15 Prozent gewachsen sein. Ich selbst werde mich weitestgehend aus dem operativen Geschäft zurückziehen können.“

Sind solche Aussagen nur ein Wunschtraum, den Sie für vollkommen unrealistisch halten?

Was muss passieren, damit ein Unternehmer solche Aussagen machen kann?

Fakt ist: Die persönlichen Visionen und Ziele, das private Umfeld und sogar die persönlichen Erfolge und Niederlagen

des Inhabers sind die Richtschnur für den wirtschaftlichen Entwicklungsprozess des Unternehmens.

Warum Visionen ein Erfolgsmotor sind

Altbundeskanzler Helmut Schmidt gilt als Macher, sein geflügeltes Wort „Wer Visionen hat, der soll zum Arzt gehen“ klingt gradlinig und kernig. Für Unternehmer gilt genau das Gegenteil: Die wesentlichen Veränderungsprozesse werden aus der Unternehmensvision initiiert. Diese beruht auf den persönlichen Kompetenzen, Werten, Wünschen und Zielen des Unternehmers und stellt die erforderliche Energie für die nachhaltige Realisierung sicher. Die Vision von Steve Jobs von Apple lautete: „Ich will Technologie auch für die nutzbar machen, die nichts von Elektronik verstehen. Ich möchte, dass jeder seinen persönlichen Computer hat, mit dem er arbeiten und sich wohlfühlen kann.“ Der Rest ist Geschichte ...

Grundlegende Impulse bestimmen nicht Kunden oder der Wettbewerb, sondern der Unternehmer selbst. Nur wer als Unternehmer ein Gefühl für die eigenen Prioritäten, Stärken und Schwächen besitzt, kann seiner Unternehmensvision eine Richtung geben und dabei eine ungeheure Schubkraft für seinen wirtschaftlichen und persönlichen Erfolg entwickeln.

Setzen Sie Ihre Vision in eine konkrete Strategie um!

Zunächst ist die Vision ein mehr oder weniger abstraktes, in die Zukunft projiziertes Gedankengebilde. Visionen suchen eine Straße, sagte Ernst Bloch. Die Verwirklichung der Idee wird durch

die Entwicklung einer strategischen Planung eingeleitet. Steht der Plan, wird dieser in praktikable, klar beschriebene Handlungsschritte übertragen.

Wichtige Voraussetzung für den Erfolgsmotor Unternehmensvision:

- Im Unternehmen ist jedem die Vision bekannt.
- Jeder beteiligt sich an der Umsetzung: Der Unternehmer benötigt freie Kapazitäten, um sich auf seine strategischen Aufgaben zu konzentrieren – operative Tätigkeiten werden ggf. neu verteilt.
- Nach genauer Analyse der aktuellen Arbeitsbereiche werden die Aufgaben des Unternehmers neu definiert und die unternehmerischen Schwerpunkte festgelegt. Ziel ist es, das der „Kopf des Unternehmens“ frei wird für planerische und steuernde Aufgaben. In Ihrer Vision steckt das Erfolgspotenzial Ihres Unternehmens!

Wir freuen uns, wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Sie Ihren Erfolgsmotor in Gang setzen können. Sprechen Sie uns an! ■



Jan-P. Hammesfahr
Consulting

Tel. 0228-18468980
www.consulting-hammesfahr.de

Namensfindung

Mein Name ist Brand, James Brand

„Namen sind Schall und Rauch“ sagt der Volksmund und irrt dabei gründlich, wenn es um Unternehmensnamen geht. Gerade für Gründer ist ein starker Name ein gewaltiger Vorteil am Markt. Ein guter Name ist eigenständig, prägnant, einfach zu sprechen und gut zu merken. Er sollte unverwechselbar sein, als Wortmarke schützbar sein und als Internet-Domain noch frei. Sonst verursacht schon der Name Kosten. Man denke nur an die teuren Rechtsstreite zwischen Avensis/Aventis, Tosca/Tuscany oder aktuell in Bonn zwischen Apple und Apfelkind. Wenn das Logo auch noch ähnlich ist, umso ärgerlicher.

Um ein paar Beispiele zu geben: Für einen Friseur ist „Haarakiri“ natürlich ei-

genständiger, prägnanter und merkfähiger als „Salon Peters“, der Bonner Imbiss „Iss Dich glücklich“ hat einen einfacheren und besser merkfähigen Namen als das „Restaurant Rendezvous“, zumal es sich in beiden Fällen um persische Küche handelt. In dem hart umkämpften Markt der Matratzen eröffnet im Herbst in Bonn ein neues Konzept mit dem Namen „Picobetto“ und dem Slogan „Traumhaft ratzen auf Traummatratzen“. Auch hier dürfte die Marke bald in aller Munde sein. Neben dem richtigen Namen ist der Slogan besonders wichtig, er bringt die Leistung auf den Punkt. Ob es für eine ganze Branche heißt „Wie der Schreiner kann's keiner“ oder für einen Bonner Großbäcker „Unser täglich Brot seit 1894“, pointiert und mit wenig Worten wird ein

Anspruch formuliert oder ein Versprechen gegeben. Weil es für einen nicht durchsetzungsfähigen Namen kaum eine zweite Chance gibt, lohnt es sich, hier einen Werbetexter zu beauftragen. Der Autor dieser Zeilen firmiert nicht nur für Namen, auch für Werbefriefe, Internet-Auftritte und Texte aller Art unter Ein-Harz-für-Texte. ■

Ulrich J. C. Harz
Ein Harz für Texte

Kaufmannstraße 9
53115 Bonn
Tel. 0228-9638549
Mobil: 0172-6605047
u.harz@ein-harz-fuer-texte.de

www.sparkasse-koelnbonn.de/leasing



Beste Perspektiven
für Ihre Investitionen

Wenn es das gäbe,
könnten Sie es
bei uns leasen.

Sparkassen-Leasing

 Sparkasse
KölnBonn

Autos und Computer zu leasen ist heute ganz selbstverständlich. Wenn Ihr Wunsch einmal etwas außergewöhnlicher ausfällt: Sparkassen-Leasing ist die Lösung für alle mobilen Investitionsgüter. Lernen Sie unser Angebot in einem persönlichen Gespräch kennen. Oder informieren Sie sich vorab unter www.sparkasse-koelnbonn.de/leasing **Sparkasse. Gut für Köln und Bonn.**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

So kommen Sie in die Medien: Geschichten für Firmen, die Geschichte machen wollen

Stellen Sie sich vor, Sie haben ein tolles Produkt, eine interessante Dienstleistung oder einen neuen Firmennamen – und keiner weiß es! Vielen engagierten Firmen geht es so. Sie haben spannende Angebote und keine Zeit für die Kommunikation. Aus Unwissenheit und Zeitmangel verschenken sie ihre Marktanteile an ihre Wettbewerber.

Kommunikation kann wirklich Wunder wirken. Besonders dann, wenn man als Unternehmen sichtbar und fest in den Köpfen seiner Zielkunden verankert ist. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist eine sehr effektive, schnelle und vergleichsweise kostengünstige Methode, um sich ins Gespräch und in die Medien zu bringen.

Ah! Albrecht PR in Bonn berät, konzipiert und schreibt erfolgreich für Firmen und Organisationen, auch für solche mit technischen und erklärungsbedürftigen Produkten. PR-Beraterin Albrecht hat 25 Jahre Erfahrung in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. „Viele Unternehmen wissen gar nicht“, so die Bonner PR-Strategin, „wie viel sie zu berichten hätten und wie sehr sie mit Pressearbeit ihre Reputation und ihren Bekanntheitsgrad verbessern könnten.“

Ah! Albrecht PR bringt Unternehmen und Verbände ins Gespräch und in die Medien. So werden Unternehmen und Produkte lebendig, verständlich und bleiben nachhaltig in Erinnerung. ■



Angelika Albrecht
Ah! Albrecht PR®

Beethovenallee 7
53173 Bonn
Tel. 0228-96106014
info@albrecht-pr.de
www.albrecht-pr.de

Firmenporträt



Doris Müßgen

DMüßgen – Management
Wittenbergstr. 21
53125 Bonn

Mobil: 0170-3139136
info@dm-om.de
www.dm-om.de

Privatsekretärin – Office-Managerin

Im privaten Bereich biete ich einen umfangreichen Büroservice an, wenn Sie sich nicht mehr um Ihre alltäglichen Büro-/Papierangelegenheiten kümmern wollen oder können. Ehemaligen Geschäftsführern, Unternehmern und Vorständen biete ich im Rahmen ihrer Tätigkeiten die gewohnte Unterstützung im Verwaltungsbereich.

Im gewerblichen Bereich richtet sich mein Angebot an Vereine, Existenzgründer, Selbstständige und kleine Unternehmen, die nur von Zeit zu Zeit Unterstützung benötigen. Ich arbeite vor Ort beim Kunden oder im Home-Office. Selbstverständlich auch außerhalb der üblichen Bürozeiten am Abend oder Wochenende, ganz auf Kundenwünsche zugeschnitten. Für PC-Anfänger biete ich Hilfe, Tipps und Tricks im Umgang mit Computer-

programmen wie Textverarbeitung, Präsentationen usw.

Sind Sie unsicher am Telefon oder legen einfach Wert auf einen guten Umgang miteinander und möchten dies auch telefonisch zum Ausdruck bringen? Ich biete ein Training unter dem Stichwort „Das Telefon: Die persönliche und unternehmerische Visitenkarte“ oder anders: „Besser telefonieren – warum eigentlich?“ an. Dieses richtet sich an gewerbliche und private Interessenten.

Mit meiner jahrelangen Berufserfahrung als Geschäftsleitungs-Assistentin, Büroleiterin und Personalreferentin sowie meiner Ausbildung zur Management-Assistentin und Betriebswirtin (IHK) unterstütze ich Sie vertrauensvoll und professionell. ■

Newsletter

Das Newsletter-Team

Lust auf Werbung*
*professionell, engagiert und zuverlässig

G&P
Grafik & Produktion

Marketingberatung und -seminare
für Existenzgründer (anerk. Gründercoach) und inhabergeführte Unternehmen

Design und Umsetzung
von Imagebroschüren, Newslettern, Logos, Flyern, Internetpräsentationen ...

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

Impressum

Konzeption, Layout, Redaktion:

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

Anzeigen, Lektorat und Druck:

SP Medienservice
Sascha Piprek
Tel. 0228-3902230
sp@sp-medien.de
www.sp-medien.de

Foto Titel: Photo-K/Fotolia.com

SP Medienservice
Verlag, Druck Et Werbung

Friesdorfer Str. 122
53173 Bonn-Bad Godesberg
Tel.: 0228 / 390 22-0

- Verlag
- Grafik Design
- Druckerei
- Hauseigene Weiterverarbeitung
- Lettershopdienstleistungen
- Anzeigenakquise
- Refinanzierung von Zeitschriften
- Internetdienstleistungen

■ Der Newsletter erscheint zu den Netzwerktreffen in Kooperation mit den 40plus-Projektpartnern.

■ Interessenten, die einen Fachartikel oder ein Firmenporträt schreiben möchten, bitten wir, sich bei Herrn Piprek (Adresse siehe Impressum) zu melden. Jede Autorin/jeder Autor erhält 100 Freiemplare des Newsletters.

■ Der Newsletter wird in einer Auflage von 2500 Stück gedruckt. Er liegt bei den Netzwerktreffen sowie bei Veranstaltungen der 40plus-Projektpartner aus und wird über diese verteilt. Er ist im Internet kostenlos abrufbar.

■ Die Herausgeber des Newsletters übernehmen keine Verantwortung für die inhaltliche Richtigkeit der Beiträge.

■ Nachdrucke und Vervielfältigungen, gleich welcher Art, sind – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung der Herausgeber gestattet.

Projektpartner 40plus

ZUKUNFT. FUTURE. AVENIR. BONN.

Start up Consulting

IHK Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg

Sparkasse KölnBonn

Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Bonn

**Gastgeberin des Netzwerktreffens am 17.04.13:
IHK Bonn/Rhein-Sieg**

Downloads und weitere Informationen:
www.40plus-bonn.de

NEUE WELTEN ENTDECKEN!

Noch nie war ein Smartphone so clever - und Interaktion so intuitiv.
Jetzt einsteigen! Zwei Monate Grundpreis frei¹, danach monatlich 5 % Rabatt.



SAMSUNG GALAXY S4

So sieht integrierte mobile Business-Kommunikation heute aus.

- Betriebssystem: Android™ 4.2.2
- Display: Brillanter 12,68 cm Full HD Super AMOLED Touchscreen
- Kamera: 13 Megapixel (Rückseite), 2 Megapixel Kamera (Vorderseite)
- 16 GB interner Speicher, erweiterbar auf 64 GB

BUSINESS COMPLETE MOBIL L MIT HANDY

So sieht integrierte mobile Business-Kommunikation heute aus.

- 180 Inklusivminuten in alle dt. Netze und in der Roaming Option Smart
- TravellerFlatrate ins dt. Festnetz und ins dt. Telekom Mobilfunknetz
- HotSpot und Highspeed-Daten Flatrate

55,44 € netto/Monat¹

BUSINESS COMPLETE MOBIL¹

ALLES INKLUSIVE – MOBILES HIGH-SPEED-SURFEN UND TELEFONIEREN.

	M	L	XL
LEISTUNGEN	120 Inklusiv-Minuten in alle dt. Netze und in der Roaming Option Smart Traveler	180 Inklusiv-Minuten in alle dt. Netze und in der Roaming Option Smart Traveler	unbegrenzte Inklusiv-Minuten 180 Inklusiv-Minuten in alle dt. Netze und in der Roaming Option Smart Traveler
	Intern Flatrate oder weitere 60 Inklusiv-Minuten	Intern Flatrate	
	Flatrate ins dt. Festnetz	Flatrate ins dt. Festnetz	Flatrate in alle dt. Netze
	-	Flatrate ins dt. Telekom Mobilfunknetz	
	Highspeed-Daten Flatrate	Highspeed-Daten Flatrate	Highspeed-Daten Flatrate
	HotSpot Flat	HotSpot Flat	HotSpot Flat
	SMS-Flatrate in alle dt. Netze	SMS-Flatrate in alle dt. Netze	SMS-Flatrate in alle dt. Netze
MONATLICHER GRUNDPREIS MIT HANDY	45,94 €	55,44 €	79,19 €
SAMSUNG GALAXY S4	134,42 €	87,36 €	33,58 €
MONATLICHER GRUNDPREIS OHNE HANDY (60/1-SEK.TAKT)	37,96 € statt 39,95 € 1 MONAT GRUNDPREIS-BEFREIUNG!²	47,46 € statt 49,95 € 2 MONATE GRUNDPREIS-BEFREIUNG!²	71,21 € statt 74,95 € 3 MONATE GRUNDPREIS-BEFREIUNG!²

Telekom Shop, Landgrabenweg 151, 53227 Bonn oder Telekom Shop, Friedensplatz

Öffnungszeiten finden Sie unter www.telekom.de/telekom-shops

40 plus
Netzwerk für ExistenzgründerInnen und inhabergeführte Unternehmen in der Region Bonn

RV59765

¹) Angebot gilt nur in Verbindung mit dem Abschluss eines Telekom Mobilfunk-Vertrages mit einer Mindestlaufzeit von 24 Monaten. Bei Abschluss eines Neuvertrages entfällt der monatliche Grundpreis im Tarif Business Complete Mobil M für einen Monat, im Tarif Business Complete Mobil L für zwei Monate und im Tarif Business Complete Mobil XL für drei Monate. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. Im Tarif Business Complete Mobil M sind 120 Gesprächsminuten in alle dt. Mobilfunknetze, eine dt. Festnetz Flat und eine Intern Flat oder weitere 60 Gesprächsminuten in alle dt. Mobilfunknetze enthalten. Im Tarif Business Complete Mobil L sind 180 Minuten für Gespräche in alle anderen dt. Mobilfunknetze und die SMS Flat allnet enthalten. Im Tarif Business Complete Mobil XL ist eine dt. Festnetz-, eine dt. Mobilfunk Flat und 3.000 Inklusiv-SMS für Inlands-SMS in alle dt. Mobilfunknetze enthalten. Nicht verbrauchte Inklusivminuten und nicht verbrauchte SMS verfallen am Monatsende. Für alle anderen Verbindungen in deutsche Mobilfunknetze außerhalb der Inklusivminuten werden 0,25 € netto/0,30 € brutto berechnet. Die Abrechnung erfolgt im 60/1-Sekunden-Takt. Die SMS Flat gilt für alle Inlands-SMS in das Telekom Mobilfunknetz. 40 Inklusiv-SMS für Inlands-SMS in alle anderen dt. Netze. Nicht verbrauchte SMS verfallen am Monatsende. Nach Verbrauch der Inklusiv-SMS werden pro Standard-Inlands-SMS 0,17 € netto/0,20 € brutto berechnet. Die Inklusiv-SMS gelten nur für die Nutzung eines Mobiltelefons im Rahmen der

persönlichen Kommunikation und nicht zum Versenden von Massennachrichten (Werbemailing u. a.). Die HotSpot Flat gilt nur für die Nutzung an HotSpots der Telekom Deutschland GmbH. Der Tarif Business Complete Mobil M gilt im Inland mit unbegrenztem Nutzungsvolumen für Datenverkehr im Telekom Mobilfunknetz. Ab einem Datenvolumen von 300 MB wird die Bandbreite im jeweiligen Monat auf max. 64 KBit/s (Download) und 16 KBit/s (Upload) beschränkt. Die SMS Flat allnet ist für Neukunden bei gleichzeitiger Buchung mit dem Neuvertrag für 24 Monate kostenlos, anschließend kostet die SMS Flat allnet Option monatlich 8,36 € netto/9,95 € brutto. Im Tarif Business Complete Mobil L ist die Datennutzung für ein- und ausgehende paketvermittelte Datenübertragung im deutschen Mobilfunknetz der Telekom mit bis zu max. 21,6 MBit/s (Download) ist im Tarif enthalten. Ab einem Datenvolumen von 1 GB wird die Bandbreite im jeweiligen Monat auf max. 64 KBit/s (Download) beschränkt. Das enthaltene Datenvolumen gilt auch für BlackBerry® APN (kostenpflichtige Option BlackBerry® Webmail Push oder BlackBerry® Solution Push notwendig). Der Tarif Business Complete Mobil XL gilt im Inland mit unbegrenztem Nutzungsvolumen für Datenverkehr im Telekom Mobilfunknetz. Ab einem Datenvolumen von 1 GB wird die Bandbreite im jeweiligen Monat auf max. 64 KBit/s (Download) und 16 KBit/s (Upload) beschränkt.

²) Aktion nur bis zum 30.06.2013 gültig.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.