

# Erfolg **Optimieren**



**Dedden**, Rechtsanwalt  
**Markennamen  
sichern**



**Hertweck**, Dipl. Betriebswirt  
**Neue Wege  
im Vertrieb**



**Monsieur**, Business Consultant  
**Ausgaben  
senken**

## Der Mittelstand im Südwesten im Aufwind

**Notwendigkeit: internes  
Wissens-Management**

**Beispielhaft: betriebliches  
Gesundheits-Management**

**Flexibel: ganzheitliches  
Pensions-Management**

## Grüß Gott jetzt gehts los!

Die Wirtschaft im Süden Deutschlands ist schon seit einiger Zeit auf einem aufsteigenden Pfad ... Umsätze steigen ... Arbeitslosenzahlen sinken ... Optimismus macht sich breit.

Aufstieg macht mehr Spaß als Abstieg. Doch Vorsicht: Die Bergsteiger unter Ihnen wissen, dass auch der Aufstieg seine Tücken hat, dass gerade auch der Aufstieg Professionalität verlangt ... sonst kann ein späterer Abstieg unbe-



Helmut Plagemann,  
Herausgeber

zwingbare Gefahren mit sich bringen.

Mit diesem Magazin für erfolgreiche Unternehmer geben Ihnen in Zukunft Experten aus zahlreichen Fachbereichen Anregungen, Tipps und Hinweise, wie Sie Ihren Erfolg optimieren können.

Die vor Ihnen liegende Startauflage hat einen begrenzten Umfang. Sie soll Ihnen einen kleinen Überblick geben, was wir Ihnen in Zukunft bieten möchten.

Alle Fachautoren sind uns persönlich bekannt. Deren Informationen stammen aus der Praxis für die Praxis.

Freuen würden wir uns über Ihre Meinungen, Ihre Wünsche, Ihre Hinweise.

Wenn Sie dieses Magazin regelmäßig alle drei Monate erhalten möchten, geben Sie uns eine kurze Information (siehe Seite 11).

Es grüßt Sie das Team des Fachmagazins „Erfolg Optimieren“

## Inhalt:

### Unternehmensführung

#### 3 Wissens-Management ist Notwendig

Outsourcing, Personalwechsel, Frührente, Personalleasing zwingen Unternehmen dazu, Wissensmanagement systematisch zu betreiben.

#### 9 Ausgaben senken: Kopierer, Drucker, Fax ...

Transparenz, Volumenverlagerung

### Marketing, Vertrieb

#### 4 Die Marke als Mega-Thema für mittelständische Unternehmen

„Das Wichtigste, das Wertvollste was wir haben, ist die Marke,“ sagt ein bekannter Unternehmensleiter. Ein Thema, dem sich inzwischen auch viele mittelständische Firmen annehmen.

#### 8 Neue Wege in Absatz und Vertrieb

Hofnungslose Situationen wenden, Marktanforderungen kennen, Wege finden

### Recht

#### 5 Markenrecht – sichern Sie Ihren guten Namen

Welchen Schutz bietet eine Marke? Was kann man als Marke eintragen lassen? Wie funktioniert das in der Praxis?

### Personal-Management

#### 6 Jeden zu Wort kommen lassen:

Playdoyer für eine Unternehmenswertanalyse

#### 6 Für mehr Wohlbefinden - Gesundheitsmanagement im Unternehmen

Großbetrieb wie BMW, O2 und andere praktizieren ein internes betriebliches Gesundheits-Management und profilieren sich als „Unternehmen des Jahres“. Jetzt interessieren sich auch zunehmend mittelständische Firmen für dieses Gebiet.

#### 7 Moderne Vergütungssysteme: ganzheitliches Pensions-Management

Trotz hoher Arbeitslosigkeit klagen viele Unternehmen über einen Mangel an Fachkräften. Ein Schlüssel, die Besten des Arbeitsmarktes für das eigene Unternehmen zu interessieren liegt in Modellen moderner Vergütungssysteme. Im ersten Teil geht es um ein ganzheitliches Pensions-Management, dass inzwischen den reinen Vertrieb von Versicherungspolice abgelöst hat.

### Rubriken

2 Editorial 2 Inhalt 2 Impressum 10 Termine 10 Wir stellen vor  
10 Gehirntraining und Gewinnchancen 11 suchen, finden, anbieten  
11 „Erfolg Optimieren“ sichern 12 Das besondere Werbepäsent

#### Impressum:

Erfolg Optimieren  
Das Fachmagazin für  
erfolgreiche Unternehmer

**Verantwortlich für den Inhalt:**  
Helmut Plagemann

**Herausgeber:**  
hpc helmut plagemann consulting  
Bärenplatz 1  
78112 St. Georgen  
Tel: 07724-94 95 96 8  
Fax: 07724 - 94 95 96 9  
info@erfolgoptimieren.de  
www.erfolgoptimieren.de  
www.hp-consulting.org

#### Redaktion:

Stefanie Henninger-Kusch  
Freie Journalistin  
Bellerwaldstrasse 28a  
77791 Berghaupten  
Tel: 07803-922 490  
Fax: 07803-922 491  
redaktion@erfolgoptimieren.de  
www.henninger-kusch.de

#### Autoren:

Tiberius Dumitru,  
Wolfgang M. Tauss,  
Malte Dedden,  
Peter Hertweck,  
Mathias Monsieur,  
Dr. Mathias Rosenberger,  
Sven Grauer,  
Helmut Plagemann

#### Layout und Produktion:

RENNER GRAFISCHE WERKSTATT  
Blauenweg 42  
78112 St. Georgen  
Tel: 07724 - 91 91 52  
Fax: 07724- 912 91 51  
layout@erfolgoptimieren.de  
www.w-renner.de

#### Anzeigenverkaufsleitung:

Thomas Baur  
Media Beratung  
Niedere Strasse 64  
78050 VS-Villingen  
Tel: 07721-9 98 23 35  
Fax: 07721-4 04 1958  
anzeigen@erfolgoptimieren.de  
www.tb-mediamanagement.de

#### Copyright und Haftung:

Copyright und Haftung für alle Autorenberichte liegen bei den Autoren. Nachdruck und sonstige Verwertung bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Herausgebers.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos haften Redaktion und Verlag nicht.

#### Bezugsquelle:

„Erfolg Optimieren“ erscheint vier mal jährlich. Der Einzelverkaufspreis beträgt z.Zt. 5,00 incl. MwSt. und Zustellung z.Zt. 2,00. Der Preis für ein Jahres-Abo ( vier Ausgaben) beträgt z.Zt. 20,00 incl. MwSt und incl. kostenloser Zustellung.

## Wissensmanagement ist Notwendig

Von Tiberius Dumitru, Unternehmensberater

Firmen verlieren durch Mitarbeiterfluktuation, Outsourcing, Pensionierung und Personalleasing besonderes Wissen unwiederbringlich. Betroffen davon sind besonders die kleinen und mittelständischen Unternehmen. Es wurde in der Vergangenheit kein Augenmerk auf die Besonderheit des Wissensmanagements gelegt. Sei es aus Bequemlichkeit oder einfach weil Investitionen Vorrang haben müssen.

### Wie wird Wissensmanagement definiert?

Das Wissensmanagement umfasst alle internen und externen Informationen, die dem jeweiligen Unternehmen eine entscheidende Hilfe im direkten und indirekten Wettbewerb erbringen. In kurzen, vorher festgelegten Wegen und Ablagesystemen werden Informationen gesammelt, archiviert und verknüpft – gewissermaßen eine Wissenslandkarte für das jeweilige Unternehmen erstellt.

### Ziele eines funktionierenden Wissensmanagements.

Informelle Netzwerke bleiben bestehen, aber das vorhandene Wissen wird darüber hinaus für einen größeren Personenkreis „sichtbar“ und nutzbar gemacht.

Informationen werden nicht auf Zuruf oder nur informell weitergegeben, sondern allgemein zugänglich gemacht. Abteilungsleiter und Außendienstmitarbeiter haben Zugriff auf Informationen über Produkte und Kunden. Die Kommunikation und Kooperation zwischen Abteilungsleitern, Außendienst- und Innendienstmitarbeitern verbessert sich.

Ein systematischer Informationsfluss erleichtert den Umgang mit einer großen Kundenzahl.

Ein Unternehmen muss seinem Kunden nicht mehr verschiedene Ansprechpartner für verschiedene Produkte zumuten.

Berichts- und Dokumentationssysteme werden vervollständigt, Lücken gefüllt.

### Vorteile für das Unternehmen

Das Wissen der langjährigen Mitarbeiter über Kunden, Fertigung, Einkauf und Bestellwesen bleibt erhalten.

Wissen über Mitarbeiter, ihre Ausbildung, Weiterbildung und ihre besonderen Kenntnisse, kann besser genutzt werden. Ohne dass interne Netzwerke

zerstört werden, erhält eine breitere Basis Zugang zum Wissen. Das Unternehmen verliert keine wertvolle Zeit bei der Suche nach Lösungen für die Fertigung oder den Vertrieb. Der Umgang mit Wissen und neuen Ideen wird vernetzt.

Im Betrieb entsteht die so genannte „lernende Organisation“. Wissen bleibt dem Unternehmen erhalten und nützt auch dem Kunden. Die Mitarbeiter fühlen sich in den Entwicklungsprozess mit einbezogen und motiviert.

Bei einer Studie des Instituts für Unternehmensberatung in Bonn, wurden 241 Führungskräfte befragt. 75 Prozent sind der Meinung das Wissensmanagement schon im Jahr 2005 einen extrem hohen Beratungsbedarf erreicht.

Auf einer Skala von 500 Punkten erreichte das Wissensmanagement 400 Punkte.

E-Business /	
E-Commerce:	411 Punkte
Wissensmanagement:	400 Punkte
Customer Relationship Management:	357 Punkte
Lean Management /	
Rationalisierung:	295 Punkte
Vernetzte	
Organisation:	292 Punkte
Business	
Process Engineering:	288 Punkte
Kernkompetenzen-	
Management:	281 Punkte
Totally Quality	
Management:	276 Punkte
Wachstumsstrategien:	231 Punkte
Shareholder-Value-	
Management:	227 Punkte
(500 Punkte = hoher Bedarf,	
300 Punkte = mittlerer Bedarf	
100 Punkte = geringer Bedarf)	

Quelle:  
Institut für  
Unternehmensberatung Bonn ■

Zitat des Monats:  
**„Das große Ziel der Bildung ist nicht Wissen, sondern Handeln“**  
Herbert Spencer,  
englischer Philosoph

## Expertentipp:

Wissensmanagement soll zwischen Datenflut, „ich habe gehört – Informationen“ und dem tatsächlichen Wissen der Mitarbeiter eine klar definierte Trennlinie ziehen. Der Unternehmer muss sich der Brisanz von verlorenem Wissen bewusst sein und über eine hohe eigene Motivation, seine Mitarbeiter zu einem Wissenstransfer bewegen können.

Die Erkenntnis allein, Wissen zu erhalten, reicht nicht. Den Erfolg bringt die Sensibilität der Vorgesetzten, sich selbst und die Mannschaft zum Umdenken zu bewegen.



Tiberius Dumitru,  
Unternehmensberater

Rahneggstr. 16  
78333 Stockach  
Telefon: 07771-917 942  
Fax: 07771-918 673  
E-Mail: t.dumitru@valueworks.de  
www.valueworks.de

Anzeige:



**Der Spezialist für Weine von der südlichen Rhône und der Ortenau (Baden)**

*Sie suchen einen schönen Rosé als Sommerwein*

*Domaine Aymard*



**Côtes du Ventoux**

frischfruchtiges Bouquet, herrliches Aroma mit feinerherben Nuancen, sehr elegant



**im 5 ltr. Pack (BiB) zum Preis von nur 19,00 € bei Bestellung ab 3 x 5 ltr. frachtfreie Lieferung!**

**Ortenauer Weinhandel**  
Hans Hommes  
Rheinauer Straße 14  
D-77694 Kehl

Tel. +49 (0) 7853 - 97854  
Fax +49 (0) 7853 - 97855  
www.ortenauer-weinhandel.de  
info@ortenauer-weinhandel.de

## Die Marke im mittelständische Unternehmen

Von Wolfgang M. Tauss, Dipl. Oec., BBA

Jedem ist klar, warum die Mon-Chéri-Praline so gut schmeckt. Weil eine original Piemont-Kirsche drin steckt und weil Claudia Bertani, das Gesicht von Mon Chéri, jeden Kirschaum individuell begutachtet hat. Claudia Bertani sorgt dafür, dass Menschen glücklich sind, während andere von der Herbstdepression geplagt werden. Jetzt der Schock: Die Wissenschaft sagt, dass es gar keine Piemont-Kirsche gibt. Und sieht Claudia Bertani wirklich so verführerisch aus? Dennoch, die Marke Mon Chéri ist beim Käufer positioniert und kann auch durch die Wissenschaft nicht in die emotionslose Wirklichkeit zurückgeholt werden. Der Kunde will die Wahrheit nicht hören. Er vertraut der Marke Mon Chéri.

### Immaterieller Wertschöpfer

Wie präsent ist das Thema Marke jedoch beim mittelständischen Unternehmer? Was unterscheidet die eigene Marke von der des Wettbewerbs? Wie wird sie von den Kunden wahrgenommen? Wie soll die Marke aus Sicht des Unternehmers wahrgenommen werden? Fragen über Fragen, die sich bisher noch nicht jeder Unternehmer gestellt hat. Die Macht der Marke ist heute in Theorie und Praxis unumstritten: Marken – früher Warenzeichen genannt – sind zentrale immaterielle Wertschöpfer jeder Unternehmung. Ausgangslage der Überlegungen sind die Fragen: Was ist die Marke und welches Ziel hat sie? Die Marke besteht aus einem oder mehreren der folgenden Elementen: Name, Begriff, Zeichen,

Symbol und Gestaltungsform. Ziel ist es, die Leistung eines oder mehrerer Anbieter zu kennzeichnen und vom Wettbewerbsangebot zu unterscheiden. Die Marke ist also zusammengefasst das unterscheidbare Selbstverständnis des Unternehmens. Mehr noch. Eine Marke soll, ja muss, Emotionen wecken, wie bei Mon Chéri.

### Differenzierung im Wettbewerb

Letztendlich dient sie dazu, sich gegenüber dem Wettbewerb zu differenzieren und den Käufer der Marke an Produkt und Unternehmen zu binden. Den Kunden zu erreichen gelingt, indem sein positives Bauchgefühl geweckt wird. Eine Marke schafft eine Erlebniswelt für den Käufer, ein gutes Gefühl, das Richtige entschieden und gekauft zu haben. Dies gilt nicht nur für Konsumgüter, sondern auch für technische Produkte.

Mit seiner Marke kommuniziert der Unternehmer die Werte, denen er sich verpflichtet fühlt nach außen. Idealerweise nehmen Kunden dieses Image auf. Bilder machen Marken! Wie bei der italienischen Claudia von Mon Chéri. Denn Bilder verdeutlichen Werte am eingängigsten und wecken nachhaltig Emotionen. Sie bleiben auch dauerhaft im Gedächtnis. Wolfgang Chur, Geschäftsführer der Robert Bosch GmbH bringt es auf den Punkt: „Das Wichtigste, das Wertvollste, das wir haben, ist die Marke“. Die Marke ist das Thema schlechthin. Ob sich jeder mittelständische Unternehmer dessen auch bewusst ist? ■

## Expertentipp:

Erfolgreiche Markenentwicklung von Konzeption über Kreation, Kommunikation hin zur etablierten Wirkung ist komplex und braucht Zeit.

Als simpler Einstieg in Ihre Markenentwicklung kann Ihnen die Beantwortung folgender Frage dienen: Mit welchen Attributen bzw. Eigenschaften könnte ich meine Marke als Person charakterisieren? Zum Beispiel dynamisch, innovativ, technisch kompetent und solide? Und sehen dies z.B. auch meine Kunden und Mitarbeiter so, wie ist deren Wahrnehmung? Denn darauf kommt es letztlich an, Markenwerte als gelebte Identifikation, nicht nur für Ihre Kunden.



Wolfgang M. Tauss  
Dipl.Oec., B B A

Areos Consulting  
Menschen • Marken • Märkte  
Bachzimmern 10  
78194 Immendingen  
Fon: 07462 / 923 126  
Fax: 07462 / 923 229  
eMail: info@areos-consulting.com  
web: www.areos-consulting.com

Anzeige:

# Roth ist die Liebe

zum Buch.

**Richard Haimann: AIT!**  
Wie die wichtigste Konsumgruppe der Zukunft die Wirtschaft verändert  
Redline GmbH  
231 Seiten  
17,90 €

**John Kotter, Holger Rathgeber: Das Pinguin-Prinzip**  
Wie Veränderung zum Erfolg führt  
Illustriert von Peter Müller  
Droemer Knauer  
160 Seiten  
14,90 €

**Allan S. Boress: Jetzt brauche ich Aufträge**  
Aufträge akquirieren,  
Kundenbeziehungen pflegen  
Erfolgreich am Markt bestehen  
„Small Business“ 5. Auflage  
Redline GmbH  
308 Seiten  
17,90 €

**Christian Mikunda: Marketing spüren**  
Willkommen am dritten Ort  
2. Auflage  
Redline GmbH  
254 Seiten  
32,- €

Hauptstraße 45, 77652 Offenburg  
Tel. 0781 9142-0, Fax 0781 9142-22  
e-mail: info@buecher-roth.de  
www.buecher-roth.de

Buchhandlung Gustav Roth

# Markenrecht - sichern Sie Ihren guten Namen

Von Malte Dedden, Rechtsanwalt

Der Aufbau eines Unternehmens und die Entwicklung neuer Produkte erfordern viel Zeit, Geld und Arbeit. Umso ärgerlicher ist es, wenn dann ein Nachahmer den mühsam aufgebauten guten Ruf ausnutzt.

Um sich dagegen zu schützen, können Sie den Namen Ihres Unternehmens sowie die Bezeichnungen Ihrer Waren und Dienstleistungen markenrechtlich schützen lassen.

## Welchen Schutz bietet eine Marke?

Als Markeninhaber besitzen Sie ein sogenanntes Ausschließlichkeitsrecht: Niemand anderes darf ein mit Ihrer Marke identisches oder verwechselbares Zeichen für die gleichen Waren und Dienstleistungen benutzen. Das gilt zum Beispiel für die Kennzeichnung von Waren, die Werbung mit der Marke oder den Abdruck auf Geschäftspapieren.

Bei Verstößen gegen den Markenschutz können Sie nicht nur Unterlassung verlangen, sondern oft auch Schadensersatz geltend machen, Auskünfte fordern und sogar die Vernichtung von Nachahmungen verlangen.

Da es in den meisten Fällen nicht auf das Verschulden des Markenverletzers ankommt, sind diese Ansprüche relativ leicht durchsetzbar. Im Umkehrschluss bedeutet das natürlich auch, man sollte bei der Benennung eigener Produkte vorher prüfen, ob man einer bereits bestehenden Marke zu nahe kommt.

## Was lässt sich als Marke eintragen?

Die Marke ist die Visitenkarte Ihres Produkts. Das bedeutet, dass sie die Herkunft des Produkts zeigen und es von anderen Produkten unterscheidbar machen muss. Eine weitere Einschränkung ist das sogenannte Freihaltebedürfnis. Dadurch soll verhindert werden, dass rein beschreibende Angaben der allgemeinen Benutzung entzogen und als Marken monopolisiert werden. Für die Form der Marke gibt es verschiedene Möglichkeiten. So können Sie den Namen als Wortmarke schützen lassen, oder Sie können eine Bildmarke anmelden, die aus einer Grafik ohne Text besteht. Als Kombination sind Wort-Bild-Marken möglich, die aus Text und Bild oder aus einem grafisch besonders gestalteten Text bestehen.

Weitere Möglichkeiten sind dreidimensionale Marken, wie zum Beispiel die Kühlerfigur eines Autos, Hörmarken, mit denen eine Erkennungsmelodie geschützt werden kann, oder „sonstige Markenformen“, zu denen auch Farben und Farbkombinationen gehören.

## Wie funktioniert das in der Praxis?

Zunächst sollten Sie sich entscheiden, was genau geschützt werden soll, und welche Markenart dafür in Frage kommt. Beispielsweise können manche Begriffe aufgrund fehlender Unterscheidungskraft oder wegen des Freihaltebedürfnisses nicht als Wortmarke geschützt werden. In solchen Fällen bietet sich an, den Begriff grafisch zu gestalten und das Logo dann als Wort-Bild-Marke anzumelden.

Wenn der Markenentwurf steht, ist eine Markenrecherche unbedingt empfehlenswert. Grund dafür ist das Anmeldeverfahren: das Patent- und Markenamt prüft vor der Eintragung nur, ob die angemeldete Marke überhaupt eintragungsfähig ist. Nachdem die Marke im Register eingetragen und veröffentlicht wurde, können die Inhaber älterer Marken, die ihre Rechte verletzt sehen, ein Widerspruchsverfahren betreiben. Um dieser Gefahr vorzubeugen, sollten Sie sicherstellen, dass Ihre Marke nicht mit bereits existierenden deutschen, europäischen oder in Deutschland geltenden internationalen Marken und anderen fremden Rechten kollidiert.

Als letzten Schritt vor der Anmeldung müssen Sie nun noch das „Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen“ für Ihre Marke aufstellen. Dazu wählen Sie aus, für welche der 45 international einheitlichen Waren- und Dienstleistungsklassen markenrechtlicher Schutz beantragt werden soll, und listen die zu den einzelnen Klassen gehörenden Begriffe auf. Dieses sehr formalisierte Klassensystem macht die Anmeldung zwar etwas komplizierter, erleichtert es aber, den Schutzzumfang der einzelnen Marken zu vergleichen, und kann dadurch Abgrenzungstreitigkeiten vermeiden.

Einige Zahlen: Die Anmeldegebühr für eine deutsche Marke beträgt 300 Euro für drei Klassen, für jede weitere Klasse kommen 100 Euro hinzu. Damit sind

die ersten zehn Jahre Schutzdauer abgedeckt, Verlängerungen sind gegen weitere Gebühren möglich. Die „offizielle“ Dauer des Eintragungsverfahrens liegt bei durchschnittlich zehn bis zwölf Monaten, für 200 Euro ist eine beschleunigte Prüfung möglich, damit die Marke innerhalb von sechs Monaten eingetragen wird. ■

## Expertentipp:

Planen Sie bei der Anmeldung Ihrer Marke im Voraus! Wenn die Anmeldung eingereicht ist, können Sie die Liste der Waren und Dienstleistungen nicht mehr erweitern, deshalb sollten Sie auch zukünftig geplante Produkte oder Dienstleistungen bereits jetzt berücksichtigen.



Malte Dedden,  
Rechtsanwalt

Allmendzeilstraße 10a  
77694 Kehl

Telefon: 07851-994 104  
Fax: 07891-994 122  
eMail: dedden@ra-dedden.de  
web: www.ra-dedden.de

Anzeige:

## Sichern Sie sich die nächsten Ausgaben!

**Erfolg Optimieren**  
Das Fachmagazin für erfolgreiche Unternehmer

1. **Kostenloses Probeexemplar**
2. **Preiswertes Jahresabo**
3. **Geschenkabonnement**

Fax: 0 77 24 - 94 95 96 9  
E-Mail: abo@erfolgoptimieren.de  
www.erfolgoptimieren.de

## Jeden zu Wort kommen lassen

### Plädoyer für eine demokratische Unternehmenswertanalyse

von Dr. rer. pol. Dipl.-Psych. Matthias Rosenberger

Die Misserfolgsquote bei Unternehmensübernahmen und Fusionen variiert zwischen 30 und 60 Prozent. Ein vielfach unterschätztes Problem ist, dass Mergers and Acquisitions, also Unternehmenszusammenschlüsse durch



Wertvolle Analyse durch Dr. Rosenberger und seine Mitarbeiter vor Gründung des "Netz-50plus.org"

Kauf, Verkauf oder Fusionen, schwer schätzbare Effekte auf die Motivation der Führungskräfte und Mitarbeiter haben. Anfängliche Widerstände lassen sich in der Regel gut puffern, die weit größeren Schwierigkeiten treten oft viel später und fast unmerklich zutage und binden über einen größeren Zeitraum hinweg wichtige Ressourcen des Personalmanagements.

#### Risiken senken

Um die Risiken zu senken, können potentielle Beteiligungsunternehmen einer detaillierten Prüfung und Bewertung unterzogen werden. Diese so genannte Due Diligence dient dann als Grundlage für die Investitionsentscheidung und kann in verschiedenen Unternehmensbereichen durchgeführt werden.

#### Mitarbeiter frühzeitig beteiligen

Die frühzeitige Beteiligung der Mitarbeiter ist hierbei eine wertvolle Investition. Erstens können auf der Basis aktueller Kennzahlen über Wissensstand, Motivation und Erwartungen der Betroffenen die Integrationskosten besser abgeschätzt und als kalkulatorische Größe einbezogen werden. Und zweitens kann der Integrationsprozess sofort nach dem Abschluss der Verhandlungen auf der Basis der verfügbaren Daten erfolgen. ■

## Expertentipp:

Der Methodenanbieter elements and constructs GmbH hat sich spezialisiert auf die standardisierte Analyse und Parametrisierung von Meinungen und Visionen im Rahmen von Human Resource Due Dilligence, der detaillierten Untersuchung, Prüfung und Bewertung vor einem Unternehmenszusammenschluss im Personalbereich. Sein neuartiges softwaregestütztes Instrument sci:vesco® ist inhaltlich offen, das heißt jeder Befragte wird aufgefordert mit eigenen Begrifflichkeiten die wesentlichen Elemente des Unternehmenszusammenschlusses zu bewerten.

Elemente können reale Personen und Personengruppen sein oder auch abstrakte Erscheinungen, wie beispielsweise Arbeitsprozesse oder Arbeitssituationen. Die besondere Stärke des Verfahrens liegt in der Zusammenführung der Einzelaussagen und Bewertungen in eine leicht verständliche dreidimensionale Präsentation über die Beschaffenheit aller sozialen, symbolischen und ideellen Werte eines Unternehmens aus der Sicht ihrer Mitglieder. Die Ergebnisse in den einzelnen Unternehmen lassen sich darüber hinaus über extrahierte Kennzahlen leicht vergleichen und einem Bewertungsprozess zuführen.



Dr. rer. pol. Dipl.-Psych. Matthias Rosenberger

Geschäftsführender Gesellschafter  
elements and constructs GmbH,  
Nikolaistr. 6,  
04109 Leipzig  
Telefon 0341-1298-460  
Fax 0371-1298-200  
E-Mail [rosenberger@eac-leipzig.de](mailto:rosenberger@eac-leipzig.de)  
[www.eac-leipzig.de](http://www.eac-leipzig.de)

## Für mehr Wo

### Gesundheitsmanagem

von Swen

In Deutschland erkennen die Personalverantwortlichen zunehmend die Bedeutung von Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter für den Erfolg eines Unternehmens. Motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter sind ein Schlüssel zum Unternehmenserfolg. und gerade im Hinblick auf die stetig wachsenden Anforderungen im Beruf, reift die Erkenntnis, dass auch die Ansprüche an das betriebliche Gesundheitsmanagement höher geschraubt werden müssen.



Arbeitszufriedenheit ist ein wesentlicher Faktor für Motivation und Leistung – dies gilt sowohl für Führungskräfte als auch für deren Mitarbeiter. Die Annäherung des Lebensstils an die durch neue Arbeitsformen vorgegebenen Lebensbedingungen eröffnet somit eine bis noch vor ein paar Jahren vernachlässigte Möglichkeit für das unternehmensinterne Gesundheitsmanagement.

**Gesundheitsfürsorge zahlt sich aus**  
Mittlerweile profitieren immer mehr deutsche Unternehmen von den positiven Effekten eines innerbetrieblichen Gesundheitsmanagements. Dazu gehört unter anderem der Rückgang der Krankenstände, niedrigere Fluktuationsraten und die Verbesserung des Unternehmensimages – um nur einige betriebswirtschaftliche Vorteile zu nennen.

Betriebliches Gesundheitsmanagement umfasst heute Arbeitsschutz, Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung. In den letzten Jahren hat es sich zu einer modernen und vorausschauenden Unternehmensstrategie entwickelt und konzentriert sich auf weit mehr als auf den reinen Betriebssport. Es beinhaltet sowohl Schutz vor Krankheiten und Unfällen und reduziert Gesundheitsrisiken am Arbeitsplatz. Der Be-

## Wohlbefinden - Management im Unternehmen

Grauer

Unternehmen fördert mit gezielten Angeboten Gesundheit und Wohlbefinden seiner Mitarbeiter und sichert sich so organisatorische und personelle Ressourcen. Der Erfolg eines modernen Gesundheitsmanagements beruht auf der Integration von gesundheitsfördernden Maßnahmen in alle Unternehmensbereiche und auf der engen Zusammenarbeit von Fachleuten, Interessensvertretern und Entscheidungsträgern im Betrieb. Auch in Fachkreisen herrscht Übereinstimmung darüber, dass qualitativ hochwertige Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung nur dann gesundheitlich und wirtschaftlich sinnvoll sind, wenn sie in umfassend und vorausschauend konzipierte Projekte beinhalten und längerfristig angelegt sind.

Betriebliches Gesundheitsmanagement ist heute ein Werkzeug innovativer Unternehmensführung und gehört somit zu den Führungsaufgaben.

### Expertentipp:

Für ältere Arbeitnehmer sieht die Personalpolitik vieler Unternehmer noch häufig Frührentierung oder Freisetzung vor.

Dieses wird bereits in naher Zukunft nicht mehr möglich sein, da die Anzahl jüngerer Arbeitnehmer drastisch sinkt. Die Lösung wird die Konzeption und Durchführung individuell abgestimmter und integrierter Gesundheitskonzepte sein, um die Leistungsfähigkeit der Arbeitnehmer zu erhalten und zu steigern.



Swen Grauer,  
Geschäftsführer

Integion GmbH  
Forststrasse 39  
82069 Hohenschäftlarn b. München  
Tel: 08178-86 77 17  
Fax: 08178-86 77 18  
E-Mail: s.grauer@integion.de  
www.integion.de

## Moderne Vergütungssysteme (1)

### Ganzheitliches Pensions-Management

von Helmut Plagemann, Unternehmensberater

Trotz hoher Arbeitslosenquote in Deutschland klagen viele Firmen über fehlende Fachkräfte. Neben Zukunftsperspektive und Standort ist das Personalimage einer Firma ein wesentliches Kriterium für qualifizierte Fachleute, damit sie sich für ein Unternehmen entscheiden. Moderne Vergütungssysteme bieten zahlreiche Möglichkeiten, die Wunschkandidaten für sich zu gewinnen und längerfristig zu binden. Eine Beteiligung an der Altersvorsorge ist Teil dieser modernen Modelle.

### Wahrnehmung der Zukunftsängste

Das Institut für Demoskopie Allensbach befragte vor einiger Zeit die Bevölkerung zum Thema „Zukunftsängste“ und stellte dabei fest, dass das vorrangige Thema die „Altersvorsorge“ und nicht die Angst vor dem Arbeitsplatzverlust ist. Oft zeigt sich dem Arbeitnehmer bei genauer Überprüfung, dass die Versorgungslücken im Alter groß sein werden und dass die bisherigen Vorstellungen zu optimistisch waren. Gleichzeitig scheitert die frühzeitige und systematische Auseinandersetzung mit der eigenen Situation im Alter weil es unmöglich scheint, Einnahmen oder Ausgaben im Ruhestand zu kalkulieren.

### Ganzheitliches Pensionsmanagement

Das Unternehmen kann den Mitarbeiter in der Altersvorsorge unterstützen. Früher griffen lediglich Konzerne mit Ihren Stabsabteilungen dieses Thema auf. Inzwischen hat der Staat durch Gesetzesänderungen wichtige Weichen gestellt – auch für den Mittelstand. Während viele Versicherungsvertreter und Finanzdienstleister die sogenannte „betriebliche Altersvorsorge“ als reinen Policenverkauf verstehen, gehen immer mehr Unternehmen dazu über, sich mit Unterstützung von Experten ein umfassendes Pensions-Management einzurichten. Steuerberater, Rechtsanwälte und auf dieses Gebiet spezialisierte Unternehmensberater schaffen so die Grundlage für einen wichtigen Baustein moderner Vergütungssysteme. Eckpunkte sind hierbei unter anderem Sicherheit, Flexibilität, Mitarbeiterbindung und Reduzierung der Lohnnebenkosten.

Besondere Bedeutung wird das Verhalten mittelständischer Unternehmen auf

diesem Gebiet in den kommenden Jahren bekommen durch

- die starke demografische Entwicklung
- den Wegfall der Vorruhestandsregelungen
- die Verlegung des Rentenbeginns von 65 auf 67 Jahre
- das geringer werdende Angebot an qualifizierten Fachkräften.

In vielen mittelständischen Unternehmen erleben die Geschäftsführer noch eine geringe Akzeptanz der angebotenen Möglichkeiten bei den Mitarbeitern. Dieses Phänomen liegt häufig an oberflächlichen Beratungen der Finanzdienstleister und an zu komplizierten Angeboten. Die Demoskopie Allensbach zeigt jedoch, dass die Auseinandersetzung mit diesem Thema bei den Mitarbeitern greift, wenn die eigene Situation im Alter umfassend und systematisch betrachtet wird. ■

### Expertentipp:

Die Unterstützung der Mitarbeiter beim Aufbau der Altersvorsorge endet nicht bei der gesetzlich vorgeschriebenen Akzeptanz der Gehaltsumwandlung. Moderne und positive Personalpolitik bietet ein ganzheitliches Pensions-Management bereits ab Unternehmen mit 10 Mitarbeitern.

Näheres unter:

[www.pensions-management.org](http://www.pensions-management.org)



Helmut Plagemann  
Unternehmensberater

Ganzheitliches  
Pensions-Management  
hpc helmut plagemann consulting  
Bärenplatz 1  
78112 St. Georgen  
Tel: 07724-9495968  
E-Mail:  
[info@pensions-management.org](mailto:info@pensions-management.org)

## Neue Wege in Absatz und Vertrieb

Von Peter Hertweck, Dipl. Betriebswirt

Wirtschaftlicher Erfolg erfordert heute neue Vorgehensweisen. Dabei hilft ein Blick in andere Branchen. Denn in jeder Branche gibt es besonders erfolgreiche Unternehmen, die neue Ideen für das eigene Unternehmen bringen.

### Neue Wege finden

Wer Chancen entwickeln will, muss neue Wege gehen. Diese zu finden, bedeutet zunächst, die Stärken des Unternehmens zu ergründen. Wo sind die besonderen Fähigkeiten und wo hebt sich das Know-how vom Wettbewerb ab?

Auf der anderen Seite gilt es, den eigenen Markt zu analysieren. Was haben wir bisher gemacht und wer sind unsere interessanten Kunden? Was läuft gut, was kommt bei den Kunden prima an oder gibt es spezielle Kundenwünsche, die sich häufen? Haben wir dafür bereits Lösungen entwickelt oder könnte das eine Marktnische werden? Welches sind die Probleme unserer Kunden? Sind wir mit unseren Stärken fähig, dafür ganz besondere Lösungen anzubieten? In jeder Branche gibt es besonders erfolgreiche Unternehmen. Lernen Sie aus diesen Beispielen. Was lässt sich für das eigene Geschäftsmodell übernehmen oder wie kann ich dieses Wissen neu kombinieren?

### Hoffungslose Situationen wenden

Betrachten Sie das Beispiel eines Radio-, Rundfunk- und Fernsehfachgeschäftes. Im erweiterten Umfeld befinden sich Billig-Discounter. Die Kunden lassen sich im Fachgeschäft noch sachkundig beraten, kaufen aber dort, wo die

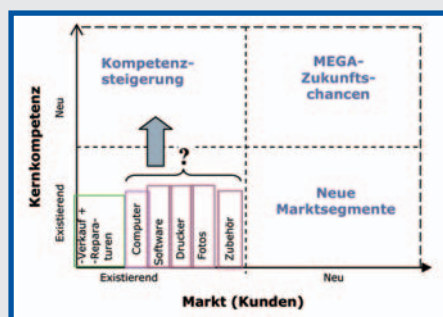


Abb. 1

Produkte billiger sind. Wo und wie kann das Unternehmen ein Geschäftsfeld finden, auf dem es wirtschaftlich existieren kann? Die Verbreiterung seiner Produktpalette würde ihm vermutlich nicht weiter helfen. Bei der Analyse des Fachhändlers stell

te sich heraus, dass er außerordentlich kompetent ist, Fernseh- und Rundfunkgeräte zu reparieren. Problematisch gestalten sich dabei nur die anfallenden Kosten. Denn Fehlersuche und Reparatur sind zeitaufwendig und Ersatzteile fehlen häufig.

### Expertentipp:

Konzentration auf die Kernkompetenz ist das Erfolgsrezept erfolgreicher Unternehmen. Erfolg erfordert deshalb die Konzentration auf unsere Stärken sowie dem finden derjenigen Zielgruppe, die genau diese Kompetenzen benötigt. Je besser dies gelingt, desto größer die Chancen.



Peter Hertweck, Dipl. Betriebswirt

bws consultants  
Hardstr. 5 D-76473 Iffezheim  
Tel.: 0 72 29/69 78 56  
Fax: 0 72 29/69 78 57  
info@bws-consultants.com  
www.bws-consultants.com

### Marktanforderungen kennen

Recherchen haben ergeben, dass die größte Nachfrage nach der Reparatur von CD-Playern besteht. Da sowohl gute Kenntnisse in der Reparatur von CD-Playern als auch in der Beschaffung von Ersatzteilen vorlagen, entschied man sich folglich für dieses enge Marktsegment. Diese Entwicklung ist in Abbildung 2 zu sehen.

Bundesweit bot das Unternehmen nun den Händlern die Reparatur von CD-Playern ihrer Kunden an. Ein umfassendes Ersatzteillager wurde aufgebaut und in 80 Prozent der Fälle erfolgte die Reparatur zu einem vereinbarten Pauschalpreis. Für die übrigen Anfragen wurde vorab ein kostenloser Kostenvoranschlag angeboten. Den Fokus auf die Reparatur von CD-Playern auszurichten, führte innerhalb kurzer Zeit

zu einer fachlichen Spezialisierung der Mitarbeiter.

### Was haben CD-Geräte mit anderen Branchen zu tun?

An diesem Beispiel wird deutlich, dass es auch für schwierige Situationen Lösungen gibt. Bei genauerer Betrachtung finden sich auch ähnlich

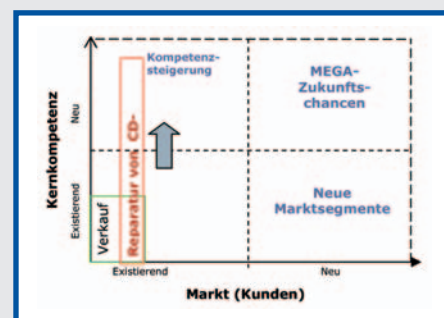


Abb. 2

interessante Lösungen für andere Branchen. Suchen und entwickeln Sie Ihre profitablen Geschäftsfelder. Kombinieren Sie Handwerk mit anderen Produkten oder Dienstleistungen zu marktfähigen Lösungen! ■

Anzeige:

### „50plus“ ist Ihre Zielgruppe?

Sie möchten diese Zielgruppe in Zukunft bedienen?

Dann sichern Sie sich das neue Magazin für den Südwesten:



Informationen und Bestellung des Freiemplars  
[www.meine-generation.org](http://www.meine-generation.org)

## Ausgaben senken: Kopierer, Drucker, Fax

von Matthias Monsieur, Business Consultant

Dokumente bestimmen unser Leben. Das Ergebnis aller Arbeitsabläufe im Büro ist auf Dokumenten festgehalten, entweder real auf Papier oder virtuell. Dokumente müssen jederzeit verfügbar sein und schnell und kostengünstig produzierbar sein. Weil sich das Büro auch zukünftig weiter verändert, unterliegen sowohl Produktion als auch Kontrolle, Sicherheit und Verteilung von Dokumenten neuen Regeln. Wie kommt man da zu guten Lösungen?

Betrachten wir zunächst die Gegebenheiten im Markt: Drucken ist bis zu zweieinhalb Mal so teuer wie Kopieren, Fauxdrucke sind drei Mal so teuer wie Kopieren.

### Blick auf die Kosten

Kopiersysteme werden in der Regel voll genutzt, Laserdrucker sind dagegen eher unausgelastet. Die Kosten variieren daher stark.

Unternehmensanalysen zeigen, dass herkömmliche Arbeitsplatzdrucker im Schnitt weniger als 50 Seiten pro Tag produzieren. Doch auch bei selten genutzten Geräten bestehen Fixkosten. Die Kosten pro Seite schnellen somit in die Höhe. Unter diesem Gesichtspunkt ist die Wirtschaftlichkeit infrage gestellt.

Das Papiervolumen in Deutschland steigt seit Jahren stetig in kleinen Schritten. Die Papierausgabe wandert vom Kopierer zum Drucker. Das liegt unter anderem daran, dass Drucker heute schnell und leise drucken und dass viele Dokumente in elektronischer Form vorliegen. Es ist einfach und bequem. Wegen der fehlenden Kostentransparenz kann der Anwender die Kosten nicht aktiv steuern. Die Produktion der Dokumente verlagert sich immer mehr zur kostenintensiveren Medien.

### Kalkulation vor dem Kauf

Marktstudien haben ergeben, dass bei der Betrachtung der Gesamtkosten nur etwa 22 Prozent der Summe auf die Anschaffungskosten entfallen. Weitere Kostenblöcke wie zum Beispiel Tonerkosten, Ersatzteil und Reparaturkosten, Service und Wartungskosten und Kosten der Administration bilden zusammen 78 Prozent.

Wenn also ein pfiffiger Einkäufer beim Erwerb die Anschaffungskosten um 25 Prozent senken kann, ist das doch beachtlich. Auf die Gesamtkosten wirkt sich das allerdings nur mit fünfeinhalb Prozent aus. Marktstudien haben ergeben, dass bei einer TCO Betrachtung nur etwa 22 % der Gesamtkosten auf die Anschaffungskosten entfallen. ■

## Expertentipp:

Es gibt Wege die Gesamtkosten aller gedruckten, kopierten und gefaxten Seiten eines Unternehmens um mehr als 10% zu senken. Zunächst sollten Sie feststellen wieviele Benutzer Sie haben, wie hoch der Preis pro Seite ist, wieviele Seiten pro Monat erstellt werden.



Matthias Monsieur,  
Business Consultant

NRG Deutschland GmbH  
Ringstraße 70  
70736 Fellbach  
Telefon 0711-52 89-12  
Fax 0711-52 89-115  
matthias.monsieur@nrgoffice.de  
www.nashuatec.de

Anzeige:

**Türen  
Fenster  
Wintergarten**

**Schelle**  
Der Haus-Ausstatter  
Singen Süd • Industriestraße  
[www.schelle-singen.de](http://www.schelle-singen.de)

Wir sind für Sie da: Mo.-Fr. 9.00 - 18.30 + Sa. bis 14.00 Uhr

Wie viele ...

Benutzer?

Wie hoch ...

Preis pro Seite?

Wie viele ...

Seiten pro Monat?

**Können Sie diese Fragen beantworten?**

## Termine, Veranstaltungen



An dieser Stelle informieren wir Sie in Zukunft über Termine, Veranstaltungen zu unternehmensrelevanten Themen. Wenn Sie selber Veranstalter sind, reichen Sie uns bitte entsprechende Unterlagen ein. Wir werden Ihre Veranstaltung gerne veröffentlichen, wenn diese für eine breite Unternehmerschaft von Interesse ist.

**Mittwoch, 21. Juni 2007** 9.00 Uhr  
Haus der Wirtschaft  
74072 Heilbronn

### Heilbronner Controlling Forum

Vorträge, Beispiele, Erfahrungsberichte, Impulse für die Controlling-Praxis

#### Anmeldung:

[controllingdialog.de/7777forum.html](http://controllingdialog.de/7777forum.html)

**Mittwoch, 27. Juni 2007** 18.30 Uhr  
Schwarzwald Park Hotel  
78126 Königsfeld

### Kooperationsbörse

#### „mittlerer Schwarzwald“

Kontaktmeeting für Unternehmer, Berater, Dienstleister

#### Anmeldung:

[www.netz-kooperationen.de](http://www.netz-kooperationen.de)

**Donnerstag, 28. Juni 2007** 18.30 Uhr  
Restaurant Carpe Diem  
77652 Offenburg

### Kooperationsbörse

#### „Ortenau, Breisgau“

Kontaktmeeting für Unternehmer, Berater, Dienstleister

#### Anmeldung:

[www.netz-kooperationen.de](http://www.netz-kooperationen.de)

**Freitag, 27. Juli 2007** 18.30 Uhr  
Queens Hotel  
77137 Karlsruhe

### Kooperationsbörse „Karlsruhe“

Kontaktmeeting für Unternehmer, Berater, Dienstleister

#### Anmeldung:

[www.kooperationsboerse-suedwest.de](http://www.kooperationsboerse-suedwest.de)

**Mittwoch, 12. Sept. 2007** 18.30 Uhr  
Schwarzwald Park Hotel  
78126 Königsfeld

### Kooperationsbörse

#### „mittlerer Schwarzwald“

Kontaktmeeting für Unternehmer, Berater, Dienstleister

#### Anmeldung:

[www.netz-kooperationen.de](http://www.netz-kooperationen.de)

**Donnerstag, 13. Sept. 2007** 18.30 Uhr  
Schwarzwald Hotel  
77723 Gengenbach

### Kooperationsbörse

#### „Ortenau, Breisgau“

Kontaktmeeting für Unternehmer, Berater, Dienstleister

#### Anmeldung:

[www.netz-kooperationen.de](http://www.netz-kooperationen.de)

# Wir stellen vor: Netz Erfolgsoptimierer



Sie möchten Ihren Mitbewerbern immer einen Schritt voraus sein? Ihre Position am Markt nachhaltig festigen oder verbessern? In diesen Wochen konstituiert sich eine Kooperation selbstständiger Experten aus vielen wichtigen Wirtschaftsbereichen, die Sie hierbei unterstützen können.



Das „Netz-Erfolgsoptimierer“, eine Kooperation aus qualifizierten selbstständigen Partnern wichtiger Ge-

schäftsfelder, beraten und betreuen Kunden zuverlässig und kompetent. Unternehmensleitungen und Fachbereiche erhalten Komplettlösungen aus einer Hand.

Die Erfahrung jedes Experten, sein Spezialwissen und das Ziel, stets die beste Lösung zu finden, garantieren die professionelle Durchführung der Projekte. Interdisziplinär zusammengesetzten Projektteams gewährleisten dabei eine optimale Planung und Umsetzung unternehmerischer Konzepte. Hierbei wird Teamwork groß geschrieben.

An dieser Stelle machen wir die Leser dieses Fachmagazins mit einzelnen Partnern näher bekannt.

Weitere Informationen finden Sie auf den bisher freigeschalteten Internet Seiten:

[www.netz-erfolgsoptimierer.de](http://www.netz-erfolgsoptimierer.de) ■

## Gehirntraining (1) mit Gewinnchancen

Das Kulträtsel aus Japan hat inzwischen auch in Deutschland seinen Bazillus verbreitet. Füllen Sie die leeren Felder so aus, dass in jeder Zeile, in jeder Spalte und in jedem 3-x-3-Kästchen alle Zahlen von 1 bis 9 vorkommen.

Die Auflösung finden Sie in der nächsten Ausgabe des Fachmagazins „Erfolg Optimieren“.

6			8			9	4	
	1							6
		2	7		8		5	
9			2	3	7			6
1			9	4	5			
		4	1		6		3	
	5							
3		7	8		2			1

### Ihre Gewinnchance:

Senden Sie die „blau“-unterlegte Zahl per eMail bis zum 15. August 2007 mit dem Hinweis „Gehirntraing 1“ an: [gehirntraing@erfolgsoptimieren.de](mailto:gehirntraing@erfolgsoptimieren.de) und gewinnen Sie einen der nachfolgenden Preise:

- USB Stick, 2,0 MB
- Abo für drei Monate, Taschenbücher von Roth
- 10x Jahresabos des Fachmagazins „Erfolg Optimieren“



**Achtung:** Absender-Adresse nicht vergessen. Die Gewinner werden schriftlich informiert und in der September-Ausgabe veröffentlicht. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

## Suchen ... finden ... anbieten ...

### Stellengesuch:

#### GF im Mittelstand

#### Kaufmännischer Leiter

#### Leiter Rechnungswesen

analytisch stark, unternehmerisch denkend, Improvisationstalent  
Kooperativer Führungsstil,  
Erfahren in Kalkulation,  
Finanzbuchhaltung, Lohnbuchhaltung,  
Personalwesen, Controlling, Einkauf.

#### Kontaktaufnahme unter:

**Chiffre EO-050701 an den Verlag.**

### Stellenangebot:

#### ELKA-Aktiv-Häuser

genießen eine hohe Empfehlungsquote.

Zur Verstärkung unseres Vertriebes:

#### Hausbau-Berater (w/m) als

#### Niederlassungsleiter

für verschiedene Gebiete in Baden.

#### Erstkontakt unter:

Tel: 07831-96 99 99 9

info.hausach@elkaha.us.de

#### Von Anfang an dabei sein.

Sie haben Erfahrung in der **Anzeigen- und Marketingberatung**. Sie sind kommunikativ, haben Kontakt zu Unternehmen. Für den Aufbau unseres Vertriebsnetzes von Fach- und Zielgruppen-Magazinen vergeben wir die Alleinvertretung für Landkreise in Südwest-Deutschland.

Wir unterstützen Sie beim Aufbau Ihres Tätigkeitbereichs.

**Vertrauliche Kontaktaufnahme:**  
**Chiffre EO-050702 an den Verlag.**

### Kaufgesuch:

Wir suchen baureife Grundstücke, Bauerwartungsland, Abrissgrundstücke.

#### Information:

Tel: 07831-96 99 99 9

info.hausach@elkaha.us.de

### Verkaufsangebot:

#### Ladenbauteile, Aktionstische, Regalsysteme, Warenträger

preiswert abzugeben.

#### Kontaktaufnahme:

**Chiffre EO-050703 an den Verlag.**

### Kontaktsuche:

Wir suchen den Kontakt zu **Geschäftsführern,**

**Personalverantwortliche,**

**Steuerberater,**

die praxiserfahrenen

Gedankenaustausch zur aktuellen

Situation in der betrieblichen

Altersvorsorge suchen.

#### Kontaktaufnahme:

**Chiffre EO-050704 an den Verlag.**

Wir suchen Kontakt zu

**Finanzdienstleistern,**

**Mehrfachagenten,**

**Personalverantwortliche,**

**die den Sprung in die**

**Selbstständigkeit suchen,**

zur regionalen Verstärkung unserer

Beratungsleistung im Bereich

„ganzheitliches Pensionsmanagement“.

Eine Zusammenarbeit ist auch nebenberuflich möglich.

#### Nähere Informationen:

**www.pensions-management.org.**

#### Vertraulicher Erstkontakt:

**info@pensions-management.org**

**oder unter:**

**Chiffre EO-050705 an den Verlag.**

## „Erfolg Optimieren“ sichern:

#### Kostenloses Probeexemplar

Sie möchten die nächste Ausgabe des Fachmagazins „Erfolg Optimieren“ erhalten?

Fordern Sie Ihr kostenloses Probeexemplar an:

**Fax: 07724-94 95 96 9**

**probeabo@erfolgoptimieren.de**

#### Preiswertes Jahres-Abo

Sie möchten das Fachmagazin „Erfolg

Optimieren“ regelmäßig erhalten?

Bestellen Sie Ihr Jahresabo (vier

Ausgaben) zum Preis von € 20,00

incl. MwSt und incl. kostenloser

Zustellung:

**Fax: 07724-94 95 96 9**

**jahresabo@erfolgoptimieren.de**

Anzeige:

Wir haben die (H)Auswahl  
Sie das Vergnügen  
Bad.Fliese.Küche.Baustoffe

**FX RUCH**  
Singen, Industriestr.13-15

# Ideen zum Erfolg Optimieren

– Das ganz besondere Werbepräsent –

## Willkommen bei dem ganz "Besonderen Werbepräsent"

Nicht nur der erste Eindruck bei einem Werbeprodukt ist entscheidend.

Hohe Qualität, durchdachte und optimierte Produkte, das Gespür und das Gefühl für gutes und außergewöhnliches Design sind Erfolgsgaranten in der Werbung.



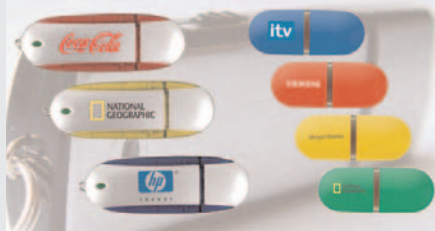
Arnold Willmann

Diese Kombinationen zielen heute auf die Ansprüche der Kunden und somit auf das Marktpotential ab.

Diese Faktoren sind entscheidend über Akzeptanz und Erfolg in Werbung und Kundenbetreuung. Sie fokussieren sich auf das Wesentliche, auf das ganz Besondere und nicht auf Massenprodukte, die jeder einsetzt.

Ob raffinierte Taschenkalender, qualitativ ausgewählte Schreibgeräte, Gappics Frottierwaren, Denksportspiele, Konzeptblöcke und vieles mehr.

### Idee Nr. 1: Ideen- und Datenspeicher



**USB-Stick,**  
in allen Speichergrößen und vielen Formen, Farben, Qualitäten

### Idee Nr. 2: Handy-Kraftwerk



**Externer Akku,**  
nie mehr sprachlos mit dem neuartigen Stromversorger

### Idee Nr. 3: Wer bin ich



**Namensschilder,**  
sich repräsentativ vorstellen mit besonderem Design aus Edelstahl

### Idee Nr. 4: Gehirntrainer



**Sudoku,**  
edelstahl oder elektronisch, als Schreibgerät oder, oder, oder,

#### Infos anfordern unter:

**Fax: 0 77 24 - 94 95 96 - 9**

**E-Mail: idee@erfolgoptimieren.de**

Firma/Name: .....

Ansprechpartner: .....

Strasse: .....

PLZ/Ort: .....

Telefon: .....

E-Mail: .....

#### Bitte informieren Sie mich über:

Idee Nr. 1

Idee Nr. 2

Idee Nr. 3

Idee Nr. 4

Idee Nr. 5

Weitere

Idee Nr. 6

### Idee Nr. 5: Schreibkomfort



**Markenqualität**  
in besonderen Ausführungen  
**SCHNEIDER**

Diese Ideen sind eine Kooperation von

"whv-das besondere werbepräsent" und dem Fachmagazin "Erfolg Optimieren"