ERFOLG

Die starke Zeitung für Selbständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 1 • April 2007 • 1. Jahrgang • Preis SFr. 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZA 6300 Zug

VERSICHERUNG
Der richtige Versicherungs-schutz Seite 5

BÜROSERVICE
Auch der Büroalltag will gut geplant sein Seite 6

RECHT
Das neue GmbH-Recht Seite 10

MARKETING
Modernes Handwerks-marketing Seite 16

foto: ruben.ch

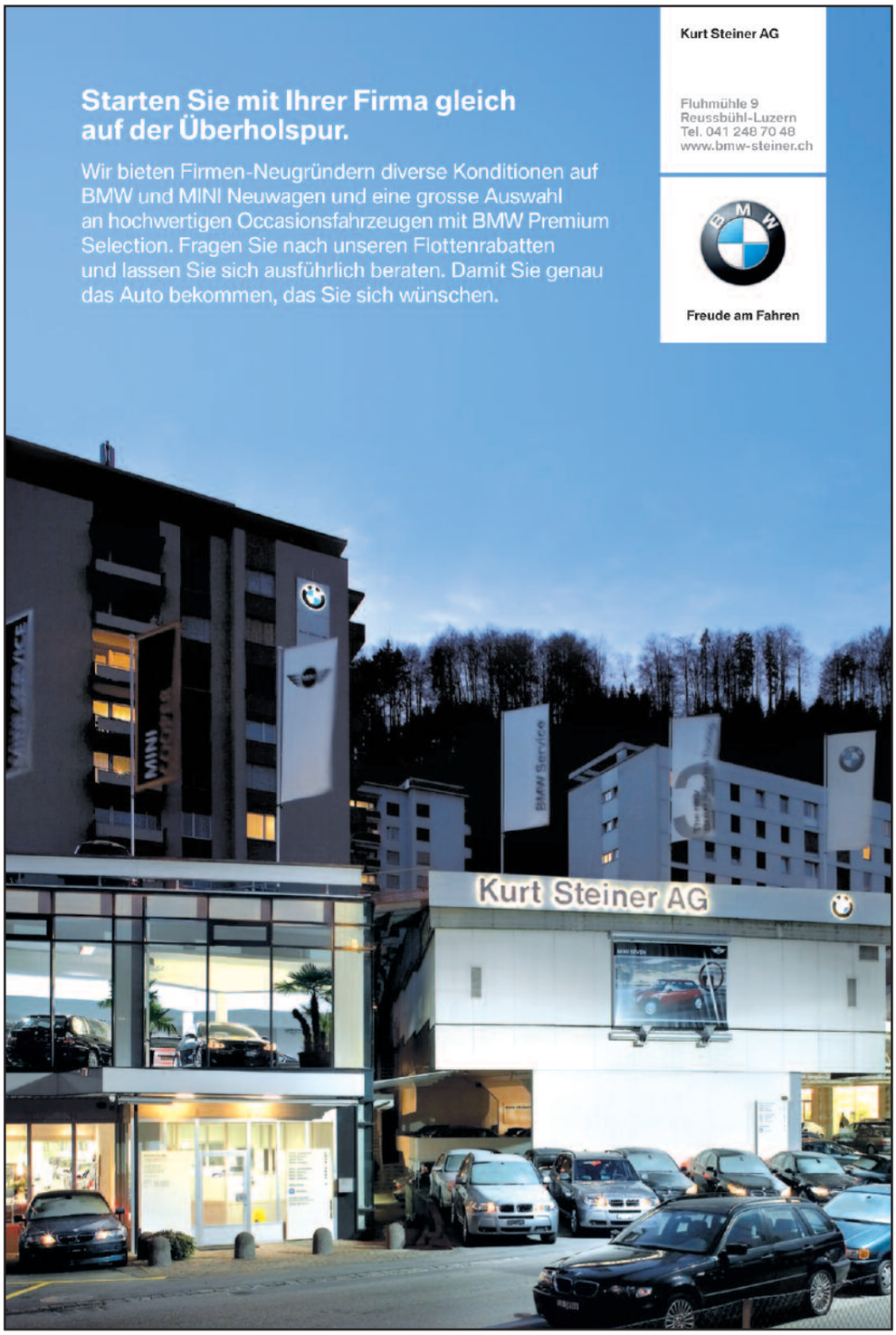
Sparen Sie bis zu 60% beim Kauf unserer Tintenpatronen und Toner!

www.toner-discount.ch

sage Schweiz Suisse Svizzera

Die sympathische KMU Business-Software
www.sageschweiz.ch

Wir nehmen alles persönlich. Speziell Ihre Wünsche.



Das Auto gehört zum Outfit eines Unternehmens wie der Name zum Brand; sorgfältig ausgelesen, mit Bedacht fertiggestellt und mit viel Freude aufs Gebrauchtwerden.
Ob die BMW-Limousine oder der Touring für Business und Freizeit, das BMW-Coupé zum Präsentieren und Vergnügen oder doch eher der trendige MINI für Stadt und Land: Mit einer Probefahrt prüfen Sie, welches unserer Angebote Ihren Anforderungen und Bedürfnissen entspricht.

Gemeinsam gestalten wir Ihr Wunschautomobil. Ob Cash oder Finanzierung, zusammen finden wir die geeignete Lösung. Interessante und aktuelle BMW-Aktionen, Direktions- und Jahreswagen runden unser Angebot für Sie ab.
Wenden Sie sich an unser Verkaufsberatungsteam Frau Krebs, Herr Kaufmann oder Herr Bossi.

Unsere Öffnungszeiten sind: Montag bis Freitag: 08.00–18.30 Uhr und Samstag 08.00–16 Uhr.

KURT STEINER AG, Fluhmühle 9, 6015 Reussbühl-Luzern
041 248 70 48, info@bmw-steiner.ch
www.bmw-steiner.ch und www.mini-steiner.ch

Freundliche Grüsse
KURT STEINER AG
Tina Loh-Steiner
041 248 70 48

Editorial

Erfolg - Wünschen wir uns diesen nicht alle ? Bei der Suche nach einem treffenden Titel für unsere Zeitung haben wir uns viele und lange Gedanken gemacht.

Der Name «Erfolg» schien uns am Schluss am treffendsten, denn genau den wünschen wir allen Existenzgründern, Selbständigerwerbenden und Unternehmerinnen und Unternehmern. Und genau an diese Zielgruppe richtet sich unsere Zeitung und unterscheidet sich gleichzeitig von anderen Zeitungen, welche als Zielgruppe vor allem KMUs haben. Die Zeitung Erfolg soll in immer wiederkehrenden Rubriken wie Marketing, Strategie, Finanzierung, Vorsorge und Rechtsberatung immer wieder neue Ideen bringen, auf aktuelle Gegebenheiten hinweisen und den Unternehmerinnen und Unternehmern neue Denkanstösse geben.

Darüber hinaus sollen PR-Reportagen interessante Projekte und Firmen präsentieren und so eine Plattform für die eigene Präsentation bieten. Wenn also auch Sie einmal portraitiert werden möchten oder für ein bestimmtes Thema oder eine bestimmte Rubrik einen interessanten Bericht haben, so nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Denn die Zeitung soll Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, nicht nur jeden Monat neue und interessante Informationen bringen, sondern Ihnen auch die Möglichkeit geben, sich zu präsentieren.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Erfolg

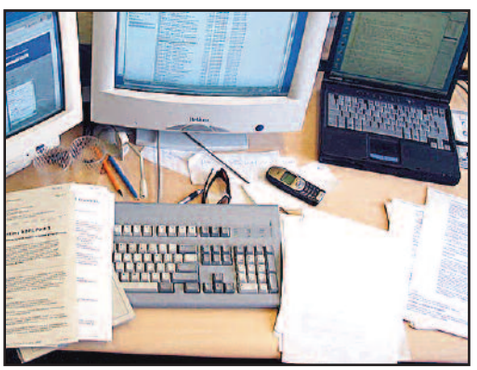
Roland M. Rupp
Herausgeber

Schwerpunkte

Treuhand

Gerade bei kleinen Firmen ist es wichtig, dass der Büroalltag richtig geplant wird.

Seite 6



Reportage

Die Firma BanaBuy GmbH aus Steinhausen hat geschafft, wovon viele Unternehmen träumen. In nur zwei Monaten meldeten sich über 600 Firmen auf der Plattform an. Seite 13

Inhaltsverzeichnis

Treuhand
Steuern 4

Versicherung
Versicherung für den Betrieb 5
Maklermandat 22

Büroservice
Büroalltag planen 6
fam office 7

Informatik
Flachbildschirme reinigen 8
Überwachung E-Mail/Internet 9
Windows Vista 10

Rechtsberatung
Neues GmbH-Recht 11

Veranstaltungen
Daten zu Events 12

Reportage
BanaBuy.ch 13
Schwyzer sind sympathisch 14

Marketing
Marketingplanung 15
Handwerksmarketing 16

Strategie
Unternehmenswachstum 17
CRM 18
ASP 19

Finanzierung
Leasing 20
Kapitalmarkt statt Hausbank 21

Impressum
Insertionspreise 23

Anzeigen

Werben Sie, wo Sie gesehen werden!

Mit einer Auflage von 10000 Exemplaren bietet Ihnen die Zeitung ***«ERFOLG»*** die Möglichkeit, da zu werben, wo Sie von Ihren Kunden gesehen werden.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Herr Michel Wäspi berät Sie gerne. 079 766 20 64

Steuern

Groll, Ärger und viel Schweiss kostet es viele Schweizerinnen und Schweizer, wenn die Steuererklärung wieder ins Haus flattert. Dabei ist alles halb so schlimm. Steuern muss jeder bezahlen, aber eben nur so viel, wie er wirklich muss.

Wer sich klug vorbereitet, wappnet sich zum Voraus gegen den jährlichen Nervenstress. Wer aber überhaupt keine wertvolle Zeit für das Ausfüllen der Steuerdeklaration verwenden will, übergibt alles einem Fachmann/Fachfrau. Somit hat er die Gewähr, dass alles richtig ausgefüllt und alle seine möglichen Abzüge auch berücksichtigt wurden. Wichtig ist auch, dass nach Erhalt der Steuerrechnung diese unbedingt kontrolliert und überprüft wird.
Gut und richtig ausgefüllt ist bereits halb gewonnen. Wer die Steuerdeklaration nicht ausfüllt, wird von Amtes wegen eingeschätzt, und zwar aufgrund der letzten Steuererklärung. Im Zweifelsfalle aber auch aufgrund der mutmasslichen Lebenshaltungskosten, welche meistens schlechter ausfallen. Man gewinnt überhaupt nichts und kommt erst noch schlechter weg. Ein allfälliger Rekurs kostet viel Zeit und Geld. Letzten Endes muss darnach die Steuerdeklaration mit allen Belegen trotz-dem immer noch eingereicht werden.
Nehmen Sie sich also die Zeit und sammeln Sie alle Belege schon während des Jahres. Welche Unterlagen und Belege benötigt werden, entnehmen Sie dem nebenstehenden Tipp.
Am Einkommen entscheidet sich letztlich, wie viel Steuern man bezahlen muss. Zum steuerbaren Einkommen zählt nicht nur, was auf dem Lohnausweis aufgeführt ist, steuerpflichtig sind auch alle Nebeneinkommen. Besser Verdienende werden jedoch ungleich zur Kasse gebeten. Für Doppelverdiener gibt es steuergünstige Sonderlösungen je nach Kanton.

Selbständigerwerbende

Selbständigerwerbende haben mehr Freiraum – zumindest steuertechnisch. Alles, was sich durch die Geschäftstätigkeit begründen lässt, darf von den Steuern abgesetzt werden. Wer keinen Chef hat, ist deshalb noch lange nicht vor dem Auge der Steuerbehörde selbständig erwerbend. Nur wer sich bei der Ausgleichskasse und den obligatorischen Sozialversicherungen als Selbständiger angemeldet und eine entsprechende Betriebsnummer hat, wird als solcher anerkannt.
Selbständigerwerbende können alle Ausgaben, welche sich geschäftsmässig begründen lassen, vom Einkommen abziehen. Grosse Sparmöglichkeiten ergeben sich vor allem durch die Möglichkeit von Abschreibungen auf Einrichtungen, Maschinen, Werkzeuge und Fahrzeuge. Ebenso für Rückstellungen allfälliger Risiken und je nach Kanton auch auf Verluste vom Gewinn, die in den vergangenen drei bis sieben Jahren angefallen sind. Profitieren können aber auch Ehepartner, die im Geschäft mithelfen
Ab ca. Fr. 140'000.– Einkommen beider Ehegatten kann man für beide eine Firmenpensionskasse und ein zusätzliches 3a-Konto einrichten. Sind beide voll haftende Gesellschafter oder Kommanditäre, können sie bis max.
Fr. 31'824.– pro Jahr (2007) oder max. 20% des AHV-pflichtigen Einkommens in ein oder mehrere 3a-Konten einzahlen. Auch Leibrenten sind günstig. Auszahlungen von Leibrenten muss man lediglich zu 40% versteuern, sofern man sie vollständig selbst finanziert hat. Wichtig ist, dass Selbständigerwerbende alle Belege konsequent sammeln, eine ordnungsgemässe Buchhaltung führen und die Belege während 10 Jahren geordnet aufbewahren. Deshalb lohnt sich immer auch für kleinere Unternehmen der Beizug eines Treuhänders oder Steuerberaters. Selbständigerwerbende zahlen Arbeitgeber- wie auch Arbeitnehmerbeträge an die Sozialversicherungen. Grundlage dafür ist die Steuererklärung, wobei ein zusätzlicher Abzug für Betriebsinvestitionen möglich ist.
Jeder Steuerzahler hat das Recht, alle Steuersparmöglichkeiten auszunutzen. Steueroptimierung ist durchaus legal, sofern man sich im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten bewegt.
In der nächsten Ausgabe möchten wir die steuerliche Behandlung von Versicherungsleistungen im Geschäftsbereich erörtern.

Hans Amstutz

IMFRI GmbH
Ihr Treuhandbüro

- Finanzbuchhaltung mit Jahresabschluss
- Debitorenbuchhaltung (auf Wunsch inkl. Inkassowesen)
- Kreditorenbuchhaltung (auf Wunsch inkl. Zahlungswesen)
- Mehrwertsteuerabrechnungen
- Lohnbuchhaltung inkl. Sozialversicherungsabrechnungen
- Steuererklärung und -beratung
- Versicherungsberatung
- Technische und administrative Verwaltung von Immobilien

IMFRI GmbH
Dorfplatz 7 • CH-6052 Hergiswil
Tel. 041 618 22 22 • Fax 041 618 22 20
j.imfeld@imfri.ch • www.imfri.ch

TIP

Unterlagen Einkommen

- Lohnausweis vom Arbeitgeber
- Bilanz- u. Erfolgsrechnung für Selbständige
- Ev. Bescheinigung Arbeitslosenkasse oder bez. Taggelder
- Belege über ausbez. Renten AHV/IV
- Ev. Belegeüber andere Entschädigungen
- Zinsausweis über alle Bank- und Postkontos
- Wertschriftenverzeichnis der Bank
- Gutschriften von Zinsen und Dividenden von Obligationen, Aktien, Bankkonten und anderen Wertschriften
- Belege über Lotto oder andere Gewinne

Unterlagen Abzüge

- Belege über Berufsauslagen wie Fahrtkosten und auswärtige Verpflegung
- Bescheinigungen über Weiterbildungs- und Umschulungskosten
- Belege Schuldzinsen, Unterhaltsbeiträge
- Bescheinigung Einzahlungen Säule 3a
- Bescheinigung über Krankheits-, Unfall- oder IV-Kosten
- Quittungen von Spenden
- Quittungen über Zahlungen für Unterstützungsbeiträge

Der richtige Versicherungsschutz für meinen Betrieb

Den richtigen Versicherungsschutz für einen Betrieb zu finden, ist nicht einfach. Und er ist schon gar nicht zwischen Tür und Angel «mal eben» festzulegen. Vielmehr handelt es sich um einen dynamischen Prozess, dessen jeweilige Anpassung an die aktuelle Entwicklung des Betriebs einen kühlen Kopf und einen ebenso guten Berater verlangt.

Es ist sicher nicht leicht, ganz am Anfang einer Geschäftsgründung von Risiken und Versicherungen zu sprechen. Hat man doch erst vor kurzem allen Mut zusammengenommen und allen gut gemeinten Ratschlägen von Freunden, Bekannten und Verwandten zum Trotz den Weg zur Gründung einer eigenen Firma eingeschlagen. So manche Nacht wurde damit verbracht, sich Sorgen über die Zukunft zu machen. Die ganzen Zweifel mussten immer wieder aufs Neue zerstreut werden. Und jetzt soll schon wieder über mögliche Risiken nachgedacht werden?

Jeder kennt ganz sicher «Murphy`s Law» in seiner Kurzform, die da salopp mit den englischen Worten: «Shit happens!» den Nagel auf den Kopf trifft. Ausführlich heisst es im Original: «Von allen Möglichkeiten, die bei einem komplexen Vorgang schiefgehen können, wird früher oder später eine mit grosser Wahrscheinlichkeit schiefgehen.» Das bedeutet, dass sich irgendwann etwas ereignen wird, mit dem man nicht gerechnet hat, weil es nicht für möglich gehalten wurde. Aber es passiert eben. Und meistens genau dann, wenn man es gerade überhaupt nicht gebrauchen kann. Jeder kennt diese Situation, weil er sie selber schon einmal erlebt hat.

Schön, wenn das z.B. nur in der Schule passierte. «Musste denn der Lehrer ausgerechnet jetzt die Hausaufgaben kontrollieren? Ausgerechnet heute, wo ich sie einmal nicht gemacht hatte?» Unter Umständen waren die Folgen zunächst nur unangenehm. In der Schule gab es meist nur etwas Ärger, was damals schlimm genug war.

Wenn aber heute, im eigenen Betrieb etwas schiefläuft, kann das sehr schnell viel Geld kosten oder gar die mühsam aufgebaute Existenz gefährden. Deshalb muss sich jeder Selbständige genaue Klarheit darüber verschaffen, welche möglichen Folgen etwaige Fehler bedeuten können. Besonders dann, wenn er auch noch für weitere Mitarbeiter die Verantwortung trägt.

Eine vollkommene Absicherung gegen alle Eventualitäten gibt es nicht! Jeder Betrieb stellt andere Anforderungen an eine Versicherung, da jedes Unternehmen ein branchenspezifisches Risiko birgt. So besteht z.B. in der Gastronomie das Risiko einer Betriebsschliessung, sollten die Behörden irgendwann einmal Gesundheitsrisiken für die Gäste vermuten. Die dadurch auf einen Schlag entstehenden finanziellen Einbussen können schnell enorme Ausmasse annehmen. Gegen dieses Risiko kann sich ein Gastwirt absichern; muss es aber nicht. Die Fälle aus der Praxis jedoch haben immer wieder gezeigt, wie sinnvoll in einem solchen Fall eine gute Versicherung ist.

Bis jeweils alles geklärt ist und sich das Ganze vielleicht noch als vorschnelle behördliche Entscheidung entpuppt, ist oft bereits viel Schaden entstanden. Wie schön, wenn dann die Versicherung diesen übernimmt und man selber mit einem hellblauen Auge davonkommt. Dieses Beispiel zeigt sicher auch einem Laien sehr deutlich, dass eine solche Hygieneversicherung, wie sie im Fachjargon heisst, für ein Unternehmen der IT-Branche wiederum vollkommen irrelevant ist.

Vielmehr gilt für alle Branchen, sich explizit gegen die für sie allgemein üblichen Haftpflichtansprüche abzusichern. Für spezielle Dienstleistungen werden auch spezielle Risikodeckungen angeboten. Beschädigt z.B. ein Mitarbeiter einer Dienstleistungsfirma das Inventar eines Kunden, muss er zuerst mal als Privatperson für diesen Schaden einstehen. Da er sich jedoch im Auftrag seines Arbeitgebers beim Kunden aufhielt, welcher wiederum einen Kundenauftrag zu erledigen hatte, ist sein Arbeitgeber ersatzpflichtig. Dieser leitet die Ersatzansprüche des geschädigten Kunden dann einfach an seine Versicherung weiter. Damit ist für ihn erstmal alles erledigt.

Ist nur etwas Kleines, wie z. B. eine Schreibtischlampe beschädigt, freut man sich einfach über die schnelle und einfache Schadenabwicklung durch die Versicherung. Bei grösseren Schäden jedoch ist man sicher heilfroh, diese nicht selbst tragen zu müssen. Man stelle sich folgende Situation vor: Ein Dienstleister arbeitet am PC-Netzwerk eines Kunden. Alles klappt wie besprochen und zur allseitigen Zufriedenheit. Doch nach 2 Tagen stürzen sämtliche Rechner dieser Firma ab. Der entstandene Schaden durch den Datenverlust geht in die Millionen.

Volker Husmann
Unternehmensberater

Anzeigen

Auch der Büroalltag will gut geplant sein

Wer hat nicht schon einmal an einem überfüllten Pult gesessen, den seit Wochen wachsenden Papierberg angeschaut und die ganze Motivation aufbringen müssen, diesen abzuarbeiten? Und dann taucht noch die Frage auf, wie und wo soll all das Papier verstaut werden? Damit es gar nicht erst so weit, kommt lohnt es sich, einen Tag zu opfern, um die benötigte Büroeinrichtung zu planen. Denn egal in welcher Sparte ein Unternehmen tätig ist: Es fallen immer viele Bürotätigkeiten an. Und: Häufig wird die Zeit, die man benötigt, diese zu erledigen, ziemlich unterschätzt.

Wie viel Platz steht für das Büro zur Verfügung?

Wird in einem einzigen Raum gearbeitet und archiviert, ist es sehr wichtig, diesen optimal auszunutzen. Die öfters benötigten Unterlagen befinden sich auf Augenhöhe möglichst nahe am Arbeitsplatz. Dokumente, Prospekte usw., die nicht oft zur Hand genommen werden, befinden sich in den hinteren Regalen oder Schränken. Stehen Ihnen mehrere Räume zur Verfügung, werden die Unterlagen der Debitoren und Kreditoren sowie die am häufigsten benötigten Kataloge im eigentlichen Arbeitsraum platziert. In den weiteren Räumlichkeiten befinden sich die eigenen Werbemittel und Kataloge, am besten gleich neben den für den Versand benötigten Couverts oder Schachteln, das Archiv, diverses Verbrauchsmaterial und Putzmittel (ja, auch ein Bildschirm möchte zwischendurch abgestaubt werden).

Die anfallenden Büroarbeiten sollten gut durchdacht werden, um benötigte Hilfsmittel und Ablagemöglichkeiten rechtzeitig zu organisieren.

Zuerst zur Büroeinrichtung. Ein Bürotisch mit Stuhl ist nur der Anfang. Daneben sollte ein Rollkorpus kleineres Büromaterial und Pendenzen stehen. Schreibmaterial, Bostitch, Schere usw. finden Platz in einem Multiköcher auf dem Schreibtisch. Nicht zu vergessen ein Papierkorb in Wurfnähe. Weiter muss man wissen, was für Geräte benötigt werden (Tel., Fax, Frankiermaschine, Drucker, Scanner usw.) Worauf will man sie platzieren? Gibt es in der Nähe genügend Steckdosen? Ist auch Stauraum für Ersatzpatronen und Papier vorhanden? Zu Telefon und Fax: Wie sieht der Telefonanschluss aus (Analog/Digital)? Evtl. muss ein Elektriker die Anschlüsse anpassen. Vor allem im Bereich Telephonie/Internet ist es empfehlenswert, alles frühzeitig zu organisieren. Erfahrungsgemäss können Elektriker kurzfristig die Installationen anbringen, doch das Aufschalten bei der Telefongesellschaft kann zu Spitzenzeiten über einen Monat auf sich warten lassen…

PC und Telefon stehen meistens direkt auf dem Schreibtisch. Dann kommt noch eine Bürolampe dazu und schon ist ein ziemlicher Kabelsalat da. Kabel sollten möglichst gut versorgt sein. Dafür gibt es Bürotische mit integrierten Kabelkanälen. Wer einen gewöhnlichen, bevorzugt sollte die Kabel fest an Tisch und Boden anmachen. Lose Kabel = Sturz- und somit Unfallgefahr. Ein Tipp zum Bildschirm: Er sollte nicht direkt vor einem Fenster stehen (der Kontrast ist ungesund für die Augen). Ein Fenster im Rücken ist wegen der Spiegelung ebenfalls zu vermeiden. Das Licht sollte von der Seite her einfallen.

Die SUVA Luzern stellt diverse Broschüren zum Thema Arbeiten am Bildschirm und Unfallvermeidung zur Verfügung. Ein Blick darin lohnt sich für die optimale Gestaltung der Büroräumlichkeiten. Die Broschüren können direkt angefordert werden unter www.suva.ch

Weiter braucht es Ablagemöglichkeiten wie Aktenschränke, Regale usw. Um die optimalen Möbel anzuschaffen, muss man sich des zu erwartenden Papierflusses bewusst sein und wie man ihn verstauen will. Wo werden die Pendenzen gehalten, wie wird die definitive Ablage gestaltet? Dabei auch an die nächsten Jahre denken. Die Aufbewahrungspflicht von Geschäftsunterlagen beträgt 10 Jahre!

Pendenzen, die gleich aufgearbeitet werden können, befinden sich in einem oder mehreren Briefkörben direkt auf dem Schreibtisch. So sind sie sauber versorgt und werden trotzdem nicht vergessen. In der Hängeregistratur im Rollkorpus hat man genug Platz, um diejenigen Unterlagen zu verstauen, die nicht sofort erledigt werden (z. B. Lieferantenrechnungen, da die Zahlungen meistens wöchentlich oder monatlich geleistet werden). Sobald eine Arbeit erledigt ist, die Unterlagen ablegen. So vermeidet man unnötige Papierberge.

BUCHTIPPS

- Ich mache mich selbständig; Beobachter Buchverlag
- Bellmann, K.: Prozeßorientierte Organisationsgestaltung im Büro
- Fischer, M.T.: Arbeitsplatzgestaltung im Büro

Ihr Büroservice – ein Partner für die Verwirklichung Ihrer Ideen

Gehören Sie zu den Klein- und Mikrounternehmen mit ein bis vier Mitarbeitern, die rund 75 Prozent der Schweizer Unternehmen darstellen? Oder sind Sie einer der Einzelunternehmer, deren Anteil rund 43 Prozent ausmacht?

Gratulation! Sie sind für das Funktionieren des Schweizer Marktes mitverantwortlich und gehören damit zum Motor der Wirtschaft.
Ihre Leistungen werden von der Schweizer Wirtschaft hoch eingeschätzt. Kleine Firmen sind aufgrund ihrer flachen Hierarchien und einer raschen Entscheidungsfindung flexibel und können auf Marktveränderungen schnell reagieren. Der Trend, die Kunden individuell zu betreuen und persönliche Kundenbeziehungen aktiv zu pflegen, ist für Sie längst selbstverständlich.
Andererseits wissen Sie, wie zeitaufwendig der Aufbau des Unternehmens, die vielen kleinen administrativen Aufgaben und die Kundenpflege sind.
Manchmal schicken Unternehmer erst nach Monaten Rechnungen, es kann sogar vorkommen, dass die Rechnungsstellung ganz vergessen wird. Ärgerlich sind Kunden, die ihrerseits vergessen, rechtzeitig zu bezahlen. Es sind Mahnverfahren einzuleiten.
Spätestens zu Jahresende sind Buchhaltung und Jahresabschluss fällig. Anschliessend fällt die Steuererklärung an. Haben Sie Mitarbeiter, fallen auch in diesem Bereich regelmässige administrative Tätigkeiten an.
Haben Sie nicht auch schon überlegt, einen redaktionellen Beitrag in einer Zeitung zu schreiben? Kunden mittels Mailing auf Ihre Produkte und Dienstleistungen hinzuweisen? Ihre Homepage auf dem aktuellen Stand zu halten? Neue Broschüren herauszugeben? Sind alle guten Ideen an mangelnder Zeit gescheitert?
Steht nicht seit Jahren eine interessante Fortbildung auf Ihrer Wunschliste, die Sie jedes Jahr aufs Neue verschieben, da Sie sich um Ihr Geschäft kümmern müssen?
Wussten Sie, dass ein Büroservice Ihnen diese Tätigkeiten abnehmen kann und Sie sich voll auf Ihre Kernkompetenzen und Ihre Kunden konzentrieren können?
Sie werden jetzt einwenden, dass diese Leistungen teures Geld kosten und dieses erst wieder verdient werden muss. Ein Büroservice muss nicht zwangsläufig teuer sein. Holen Sie Vergleichsangebote ein und geben Sie auch kleinen Unternehmen eine Chance. Für einige Tätigkeiten können Sie sogar mit Privatpersonen zusammenarbeiten.
Wichtig bei der Auswahl eines geeigneten Partners ist der persönliche Eindruck und ob ein Vertrauensverhältnis aufgebaut werden kann. Der Büroservice erhält weitgehend Einblick in die internen Vorgänge Ihres Betriebes und ist ein wichtiger Berater in finanziellen und administrativen Belangen.
Vergleichen Sie die Kosten mit den Opportunitätskosten. Das sind Kosten, die Ihnen für eine zusätzliche Arbeitskraft anfallen würden oder Gewinne, die Ihnen aufgrund mangelnder Zeit entgehen.

Wählen Sie sich einen Partner, der Sie dabei unterstützt, Ihre guten Ideen umzusetzen. Fangen Sie gleich heute ein neues Leben an, geniessen auch Sie Ihre Freizeit und lassen Sie andere Ihre Administration erledigen.

fam office gmbh
finanzen – administration - marketing

Wir sind der Partner, der Sie begleitet!
fam office gmbh
Riedmatt 37
6300 Zug
Tel: 041-740 15 84
E-Mail: anita.mandl@fam-office.ch
Internet: www.fam-office.ch

Anzeigen

büronova
Büromaterial mit Logik

Richtig einkaufen macht Spass!

Flachbildschirme schonend reinigen

FLP. Flachbildschirme finden sich immer häufiger in Büros, in Werkstätten und Wohnungen. Ob TV-Gerät, Computer, Digital-Kamera oder Navigationssystem: Flache Bildschirme oder Displays gehören zur Ausrüstung. Nach Einschätzung von Marktbeobachtern werden schon in zwei Jahren traditionelle Röhren-Monitore aus den Verkaufsregalen verschwinden. Entsprechend riesig sind die Zuwachszahlen bei den «Flachen».

Mit dem Wechsel der Technologie ist allerdings auch eine andere Art der Reinigung notwendig. Denn Flachbildschirme in LCD-, Plasma- und TFT-Technik sind mit einer Kunststofffolie ausgerüstet, die zudem zur Minderung der Blendung hauchdünn beschichtet ist. Diese Anti-Reflex-Schicht wie auch der Kunststoffträger sind naturgemäss sehr kratzempfindlich. Röhren-Geräte dagegen sind mit Glas abgedeckt.

Gänzlich ungeeignet sind deshalb übliche Reiniger, die zumeist Alkohol oder andere Lösungsmittel enthalten. Die Anwendung derartiger Mittel entfernt nicht nur den Schmutz sondern teilweise auch die Anti-Reflex-Beschichtung. Zudem leidet die Transparenz der Kunststofffolie und damit die Bildqualität des Monitors.

Dr. Beckmann Flachbildschirmreiniger ist garantiert frei von Lösemitteln und auf die Funktion von flachen Displays präzis zugeschnitten. Die Rezeptur des Produkts ermöglicht eine streifen- und rückstandfreie Säuberung der Geräteoberfläche und wirkt antistatisch. Der bundesdeutsche TÜV bescheinigt dem Reiniger eine hohe Materialverträglichkeit. Somit können Schäden ausgeschlossen werden. Auch mit der menschlichen Haut verträgt sich der Dr. Beckmann Flachbildschirmreiniger exzellent, wie dermatologische Tests belegen.

Weitere Infos unter www.imbiex.ch.

Verkaufsstellen:
Drogerien, Apotheken, Detailhandel (bei den Reinigungsmitteln)

Nutzung sowie Überwachung von E-Mail und Internet am Arbeitsplatz

Aus technischer Sicht ist es heute ohne weiteres möglich, den Mitarbeiter (beinahe) lückenlos zu überwachen. «Badges» (elektronische Sicherheitskontrolle / Sicherheitssysteme), Navigationssysteme («GPS», Global Positioning System) oder Telefonzentralen etc. können ohne grossen Aufwand zu personenbezogenen Kontrollen missbraucht werden.

Sind solche Kontrollen bzw. Überwachungen der Arbeitnehmer erlaubt? Nachfolgend wird diese Frage für den Themenkreis E-Mail und Internet am Arbeitsplatz geklärt.

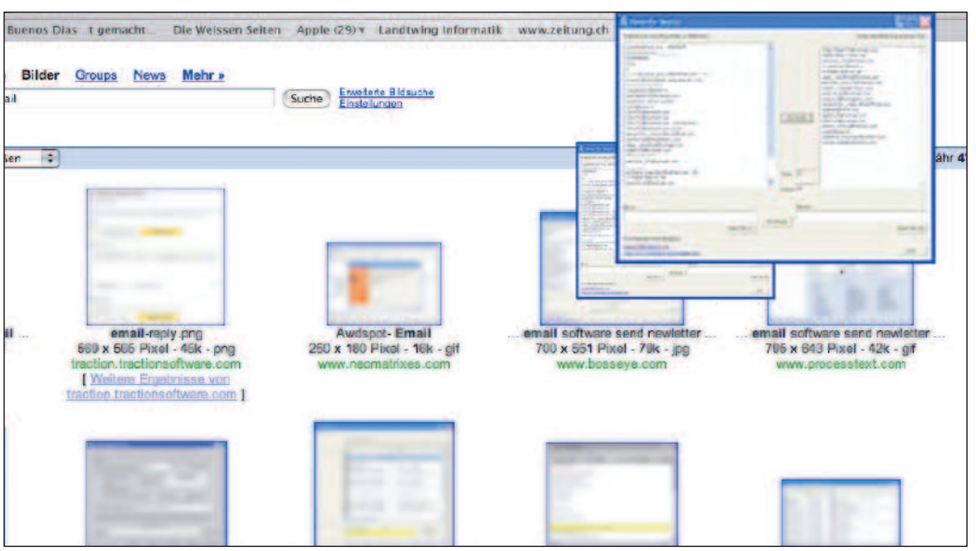
Es ist nicht nur das Recht des Arbeitgebers, sondern dessen Pflicht, Schutzvorkehrungen im Zusammenhang mit dem Datenaustausch per E-Mail und mit dem Internetgebrauch zu treffen. Diese Pflicht erwächst ihm aus verschiedenen Rechtsquellen wie z.B. dem Arbeitsgesetz, dem OR (Persönlichkeitsschutz des Arbeitnehmers), dem Datenschutzgesetz oder auch dem Strafgesetzbuch.

Im Vordergrund der Schutzmassnahmen stehen technische Schritte. So soll mittels Passwörtern, Zugriffsschutz, Verschlüsselung besonders schützenswerter Daten, Antivirusprogrammen etc. das Missbrauchspotenzial eingeschränkt werden.

Weiter ist der Arbeitgeber gemäss Art. 321d OR weisungsbefugt. Hiervon ist mit dem Erlass eines Nutzungs- und Überwachungsreglements Gebrauch zu machen, welches zum integrierten Bestandteil des Arbeitsvertrages zu erklären ist. Das Überwachungsreglement ist zwingend vorausgesetzt, wenn sich der Arbeitgeber vorbehalten will, Protokollierungen personenbezogen auszuwerten.

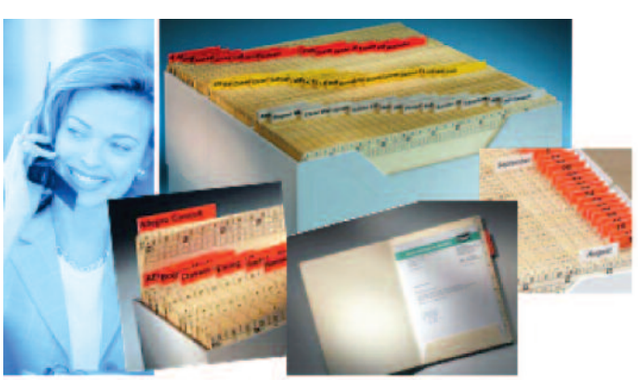
Das Nutzungsreglement enthält sinnvollerweise den Hinweis auf Sicherheitsbestimmungen betreffend den Zugangsschutz und die Behandlung von vertraulichen Daten (Verschlüsselung etc.). Weiter sind die geschäftliche und die allfällige private Nutzung von E-Mail und Internet klar zu regeln. Geschäftlich sind Ausführungen betreffend die Kommunikation, die abrufbaren Webseiten (inkl. Onlinedienste) und die Archivierung zentral. Die private Nutzung von E-Mail und Internet verlangt ergänzend Angaben zum Zeitrahmen und zur Deklaration. Ohne nochmalige schriftliche Information der Arbeitnehmer darf gemäss Datenschützer eine personenbezogene Auswertung der Protokollierung nur bei Missbrauch verbunden mit einer technischen Störung erfolgen. Aber auch in diesem Falle ist die Auswertung einem beschränkten Adressatenkreis vorbehalten (qualifizierter Netzwerkadministrator / Vorgesetzter). Sie muss immer verhältnismässig erfolgen und soll sich grundsätzlich auf die sogenannten Randdaten (Bestandes- und Verbindungsdaten) beschränken.

Franz Stübi
InformatiConsult GmbH
6300 Zug



Genauer hinsehen, was der Arbeitnehmer gerade macht. Eine Gratwanderung für Arbeitgeber?

Anzeigen



Classei®

Nie mehr Chaos im Büro!

Noch nie war es so einfach, den Überblick zu bewahren.

Schaffen Sie Transparenz und Ordnung in Ihrem Büro! Mit Classei haben Sie einen enorm schnellen Rückgriff auf Ihre Akten und das bei erheblichem Raumgewinn und optimaler Übersicht. Egal ob Sie Kundenakten, Projekte, Termine oder andere Schriftstücke verwalten. Mit Classei haben Sie diese stets sofort im Zugriff!

Alle weiteren Infos erhalten Sie unter: **http://www.classei.ch**

Windows Vista – Kompliment an Microsoft!

Microsoft hat angekündigt, dass Windows Vista für Endanwender und kleine Unternehmen als Einzelversion oder auf neuen PCs vorinstalliert ab dem 30. Januar 2007 erhältlich sein wird. Mit der Veröffentlichung von Windows Vista steht den Anwendern das sicherste, stabilste und komfortabelste Windows aller Zeiten zur Verfügung.

Windows Vista heisst das neue Betriebssystem von Microsoft. Im Jahre 2002 kam Windows XP auf den Markt. Zwei Jahre zuvor begann Microsoft mit der Entwicklung der Longhorn-Strategie. Für Unternehmer, die Server im Einsatz haben, lohnt es sich jetzt, mit einer eventuellen Umstellung noch ein wenig zu warten. Die neuen Versionen von Longhorn werden viele neue Client, alFeatures haben und öffnen damit natürlich auch viele neue Nutzungsmöglichkeiten. Der Longhorn so das neue Windows Vista ist in der Businessversion schon seit Dezember 2006 auf dem Markt. Die Homeversionen sind seit Ende Januar 2007 da. Die neuen Versionen heissen Windows Vista Business, Windows Vista Enterprise, Windows Vista Home Premium, Windows Vista Ultimate, Windows Vista Home Basic. Wenn Sie die genauen Unterschiede der verschiedenen Versionen wissen möchten, so können Sie im Internet unter www.microsoft.com nachsehen. Dort finden Sie bei den Produktfamilien unter Windows das Windows Vista.
Die Benutzeroberfläche von Windows Vista wurde komplett verändert. Microsoft sagt, es wurde vereinfacht. Ich würde es mal so interpretieren, es wurde verschönert. Wer schon mal vor einem Macintosh Computer gesessen hat, wird unschwer erkennen, dass eine gewisse Ähnlichkeit im Erscheinungsbild besteht. Etwas einfacher geworden ist die Grundinstallation. Die dauert auf einem leistungsfähigen Rechner gerade mal 15 Minuten. Danach werden geübte Windows-XP-Benutzer bei Windows Vista heftig auf die Suche gehen müssen, denn viele Menüs sind nicht mehr dort, wo sie mal waren. Aber das ist reine Gewohnheitssache und betrifft vor allem diejenigen, die selber Einstellungen und Installationen vornehmen. Zum Vista hinzu wurde auch das neue MS Office 2007 in diversen Varianten erneuert. Auch das Erscheinungsbild vom Office 2007 wurde, man könnte fast sagen, revolutioniert. Die neuen Windows Vista und Officeversionen brauchen vor allem eines, einen intensiven und leistungsfähigen Rechner. Wer sich mit dem Gedanken trägt, sein bestehendes Windows XP durch eine Vistaversion zu ersetzen, sollte vorher einiges abklären.

Hat mein Rechner genügend Arbeitsspeicher.
Falls nicht, wird der Computer schon bei der Installation Mühe haben, diese fertig zu stellen. Danach wird er unglaublich langsam sein. Dasselbe gilt auch für den Prozessor. Wer einen Computer hat, der älter ist als ein Jahr, dem rate ich dringend von einer Vista Installation ab. Die damaligen Prozessoren wurden nicht für Vista gemacht und sind demzufolge nicht leistungsfähig genug.

Im Innern des Computers befinden sich viele Geräte.
Damit diese Geräte mit dem Betriebssystem harmonieren, benötigen sie Treibersoftware. Es gilt also abzuklären, ob es zu meinem Rechner Treibersoftware für das Windows Vista gibt. Genau so verhält sich das auch mit den am Computer angeschlossenen Geräten. Also dem Drucker, Scanner, Kamera usw. Falls es die Treibersoftware für diese Geräte nicht gibt, rate ich ebenfalls von einer Vista Installation ab.

Wer auf seinem Rechner Software installiert hat, die er nach der Vista Installation wieder benötigt, muss auch da vorab abklären, ob sie fürs Vista tauglich ist.
Wäre ja dann ein Jammer, wenn die Buchhaltung, welche jahrelang nachgeführt wurde, sich plötzlich nicht mehr installieren lässt. Dies gilt aber nicht nur für die Buchhaltungssoftware, dies gilt für alle auf dem Computer installierten Programme.

Noch etwas für die Kinder:
Der MSN-Messenger funktioniert, dafür hat Microsoft gesorgt. Mit den Games aber wird es dann so sein, dass sich viele verschiedene Spiele nicht mehr installieren lassen. Die Anbieter von Spielen arbeiten schon lange daran, Games für Vista zu schreiben. Die seriösen Anbieter aber schreiben Patches, die man bei älteren Spielen hinterher installieren kann, damit auch die wieder funktionieren.

Wer also einen relativ neuen, leistungsfähigen und erweiterbaren Computer oder Laptop hat, kann durchaus ein Vista laden. Mindestens ein, noch besser zwei GB Arbeitsspeicher sollte er aber dann schon haben. Ansonsten wird dann das Arbeiten am Computer eher zum Warten am Computer.

Franz Stübi
InformatiConsult GmbH
6300 Zug

Anzeigen

PC-Schulung
ECDL-/SIZ-Kurse
Beratung
Webdesign
PC-Support
perico.ch
info@perico.ch Via Calundis 25 Fon 081 250 63 50
www.perico.ch 7013 Domat/Ems Natel 079 430 55 07
Wer bei uns netzwerkt, profitiert von vielen Vorteilen. Auch bei perico.ch!
Sind Sie schon eingetragen?
netzwerk-gr.ch
... hier treffen sich aktive Unternehmer
perico.ch
Peter Riedberger
Via Calundis 25
7013 Domat/Ems
Fon 081 250 63 50
Natel 079 430 55 07
info@netzwerk-gr.ch
www.netzwerk-gr.ch

Umstecken und profitieren.
SEKOM VoIP-BUSINESS

Einfach viel günstiger telefonieren.

Das neue GmbH-Recht

Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) hat im Verlaufe der letzten Jahre eine eigentliche Renaissance erfahren. Dank dem geringen Minimalkapital von nur CHF 20'000 erfreut sie sich als Aktiengesellschaft des kleinen Mannes ungebrochener Beliebtheit. Nun soll die GmbH noch einfacher und flexibler ausgestaltet werden.

Mit der wachsenden Verbreitung der GmbH traten die Mängel des GmbH-Rechtes immer offener zu Tage. Deshalb haben die eidgenössischen Räte einer Totalrevision des GmbH-Rechts zugestimmt. Mit dieser Revision verbunden sind Anpassungen im Aktien-, Genossenschafts-, Handelsregister- und Firmenrecht. Der Zeitpunkt des Inkrafttretens dieser Erlasse ist noch offen, doch darf damit voraussichtlich am 1. Januar 2008 gerechnet werden.

Ausgewählte Neuerungen

Bisher waren für die Gründung einer GmbH drei Gründer erforderlich. Sollte danach das gesamte Stammkapital in einer Hand vereinigt werden, mussten die beiden übrigen Stammeinlagen mit öffentlicher Urkunde übertragen werden. Inskünftig kann die Gründung einer GmbH von Beginn weg durch eine Einzelperson erfolgen.

Auch die Übertragung der Stammeinlagen gestaltet sich neu viel einfacher. Mit Kosten verbundene Umtriebe wie etwa eine Statutenänderung, öffentliche Urkunde oder die jährliche Statusmeldung an das Handelsregisteramt entfallen. Neu genügt die Schriftform. Der Mindestnennwert eines Stammanteils beträgt CHF 100 und ein Gesellschafter kann neu Inhaber mehrerer Stammanteile sein.

Das minimale Stammkapital der Gesellschaft beträgt nach wie vor CHF 20'000, doch wird die bisherige Obergrenze von CHF 2'000'000 aufgegeben. Neu ist das Stammkapital bei der Gründung voll zu leisten. Damit entfällt die heutige, teils gefährliche persönliche Haftung der Gesellschafter für das gesamte noch nicht einbezahlte Stammkapital.

Bei Pfändung oder Konkurs eines Gesellschafters wird der Ersteigerer des Stammanteils als nachträglich hinzutretender Gesellschafter in die Gesellschaft aufgenommen. Sollte dies die Gesellschaft nicht wollen, kann sie diese Anteile aber auch (für sich selber oder für Dritte) zum wirklichen Wert übernehmen. Gleichzeitig unterliegt der Geschäftsführer einer GmbH nicht mehr automatisch der Konkursbetreibung.

Die Geschäftsführung wird von den Gesellschaftern intern gemeinsam ausgeübt. Extern ist grundsätzlich jeder Gesellschafter einzeln zur Vertretung berechtigt, sofern die Statuten nichts anderes vorsehen. Die Geschäftsführung kann aber auch an Dritte übertragen werden.

Revidierte Revision

Bisher musste die GmbH ihre Jahresrechnung nicht durch eine Revisionsstelle prüfen lassen. Neu ist nicht mehr die Rechtsform der Unternehmung entscheidend für die Revisionspflicht, sondern deren wirtschaftliche Bedeutung. Es wird unterschieden zwischen grossen (Publikums-) Gesellschaften und den übrigen Gesellschaften. Während die grossen Gesellschaften der ordentlichen Revision unterliegen, genügt bei den übrigen Gesellschaften eine eingeschränkte Revision. Hält die Gesellschaft nicht mehr als zehn Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt besetzt, kann mit Zustimmung aller Gesellschafter auf die Revision verzichtet werden.

Umsetzung

Nach voraussichtlichem Inkrafttreten der Änderungen am 1. Januar 2008 müssen die Statuten der bestehenden Gesellschaften innert zwei Jahren den neuen Bestimmungen angepasst werden. Frühzeitige Überlegungen zu den notwendigen Anpassungen sind ratsam.

Marius Brem
Rechtsanwalt und Notar, 6002 Luzern

TIP

Was sollten Sie tun?

- Anpassung der Statuten an die neuen Bestimmungen
- Einzahlung der noch nicht geleisteten Stammanteile (Vollliberierung)
- Auswahl einer Revisionsstelle
- Vorbereitung zum Verzicht auf eine Revisionsstelle, sofern
- Nicht mehr als 10 Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt
- Alle Gesellschafter mit dem Verzicht auf eine Revision einverstanden sind
- Regelung der Geschäftsführung

Die Gesetzesänderung führt ohnehin zu einer Prüfung und Anpassung der Statuten. Überlegen Sie sich bei dieser Gelegenheit, ob auch andere Statutenbestimmungen Ihren Bedürfnissen entsprechend abgeändert werden sollten (z.B. Stückelung der Stammanteile, Konkurrenzverbote, Vorkaufs- und Kaufsrechte der Gesellschafter).

Anzeigen

Abonnieren Sie den «ERFOLG» einfach anrufen 041 740 42 25

Networking – Geschäftsform der Zukunft

Viele Unternehmerinnen und Unternehmer haben bereits realisiert, dass Networking die Geschäftsform der Zukunft ist und wer über ein gutes Netzwerk verfügt, es in vielerlei Hinsicht einfacher hat. Mittlerweile gehört die Präsenz an solchen Netzwerkevents bereits bei zahlreichen Firmen in den Marketingplan und soll die Präsenz auf dem Internet und bei den Drucksachen (Werbung in Zeitungen, Werbebriefe, PR Reportagen) ergänzen und unterstützen.

Netzwerkstatt – Nichts ist so wichtig wie die Weiterbildung

Nichts ist so wichtig für eine Unternehmerin oder einen Unternehmer wie die Weiterbildung. Dies betrifft aber nicht nur fachspezifische Themen. Auch in den Bereichen des Unternehmertums wie Mitarbeiterführung, Marketing, Kommunikation und Controlling sowie der persönlichen Weiterentwicklung sollte man sich regelmässig auf den neuesten Stand bringen.

In 5 Regionen der Schweiz findet jeden Monat ein Workshop unter dem Begriff «Netzwerkstatt» statt und soll Unternehmerinnen und Unternehmern sowie Führungskräften die Möglichkeit bieten, sich mit kleinem Zeitaufwand weiterzubilden und/oder Denkanstösse und neue Ideen zu erhalten.

Die Workshops beginnen jeweils um 18:00 Uhr und dauern ca. 1,5 Stunden. Im Anschluss daran bietet sich die Möglichkeit für aktives Networking.

An folgenden Orten finden die nächsten Networkingevents statt:

Monat	Datum	Tag	Veranstaltungsort und weitere Infos
April	12.04.2007	Do	Hotel Thurgauerhof, Weinfelden, www.netzwerk-tg.ch
	19.04.2007	Do	netzwerk-gr.ch
	26.04.2007	Do	Stadtsaal, 9500 Wil, netzwerk-stgallen.ch
Mai	03.05.2007	Do	Lindner Grand Hotel, Interlaken, netzwerk-bern.ch
	10.05.2007	Do	Hotel Erlibacherhof, Erlibach; netzwerk-zuerich.ch
	24.05.2007	Do	Seedamm Plaza, Pfäffikon, netzwerk-schwyz.ch
	31.05.2007	Do	Halle 5, Roggwil, netzwerk-bern.ch

Die nächsten Veranstaltungen:

07.05.2007	Bauen mit Feng Shui	Bern
09.05.2007	Wie bringe ich meine Firma ins Internet?	Weinfelden
15.05.2007	Kreativität: Das Denken mit 6 Hüten	Gisikon
21.05.2007	Wie bringe ich meine Firma ins Internet?	Zürich-Oerlikon
23.05.2007	Numerologie: sich auf neue Art entdecken	Muttenz / Basel

Details zu den Veranstaltungen und Veranstaltungsorten erfahren Sie auf www.netzwerk-verlag.ch

Anzeigen

Ihr Inserat im
«ERFOLG»
einfach anrufen
079 766 20 64

DUQ GMBH Wirtschaftsberatung
DUQ GmbH - Wirtschaftsberatung
Heimenhofen 91, 8586 Andwil/TG
Tel. 071 4637060, Fax 071 4637091
www.duq.ch

Als Kleist-, Klein- und Mittelunternehmen finden Sie bei uns die optimale Beratung und Unterstützung in Sachen:

- Buchhaltungen und Steuern
- Finanzierungen
- Sanierungen
- Allgemeine betriebswirtschaftliche Anliegen
- Unterstützung bei Banken-Kontakten
- Unternehmensnachfolgen
- Unternehmenskauf oder Verkauf

Individuelle, kompetente und persönliche Beratung.

Massgeschneiderte Leistungen nach Wunsch des Kunden.

Das Auktionshaus BanaBuy.ch im Internet

Die BanaBuy GmbH wurde im Februar 2007 gegründet und bringt mit ihren Gründern nicht nur hoch motiviertes und zielorientiertes Engagement sondern auch eine geballte Ladung an KnowHow in den für die Firma wichtigen Erfolgsfaktoren mit: Oguz Öztürk: langjährige Erfahrungen im Betrieb von Internet-Plattformen, Content Management Systemen, Werbung im Internet, Ergonomie von Internet-Applikationen, etc., Krättli Marco: mehrjährige Erfahrungen im Marketing & Verkauf, Key-Account-Management, Vertriebsorganisation, Werbung, etc., Öztürk Zafer (Dr. Inform.): Lang-jährige Erfahrungen in Projektmanagement, Software-Entwicklung, Unterstützung von Geschäftsprozessen, Kommunikation, etc.

Die BanaBuy GmbH übernahm mit ihrer Gründung den Betrieb des Auktionshauses BanaBuy.ch, welches bereits Ende 2006 lanciert wurde und sich seither wachsender Beliebtheit erfreut. Im Gegensatz zu einigen anderen Auktions-Plattformen steht nicht primär das technisch Machbare, sondern das für die Auktionen Nützliche im Vordergrund. Das wird von Käufern und Verkäufern gleichermassen gewünscht und gefordert, wie sie in vielen Reaktionen immer wieder betonen. Dieser Zuspruch bestärkt die Gründer von BanaBuy GmbH in ihrer Strategie, ihre Kunden durch eine benutzerfreundliches Auktionshaus zu gewinnen. Damit wollen sie schon von Beginn weg aus den Schwächen anderer Plattformen lernen und so dem Käufer und Verkäufer das Handeln miteinander vereinfachen.

Ein zentraler Gedanke in der Firmen-Strategie von BanaBuy GmbH ist die Konzentration auf den Marktplatz Schweiz. Damit reduzieren sich die Risiken, wie sie beispielsweise bei internationalen Plattformen auftauchen (zusätzl. Zoll-Zuschläge oder Transportkosten, lange Lieferzeiten, Anonymität des Gegenübers, ...). Da die Angebote fast ausschliesslich aus der Schweiz stammen und das Zielpublikum ebenfalls in der Schweiz wohnhaft ist, besteht durch die geringe Distanz in erhöhtem Masse die Möglichkeit mit seinen Handelspartnern direkt zu begegnen, da dadurch sogar das Abholen einer Ware in der Regel möglich wird. Dies ist vor allem ein grosser Vorteil für KMU-Betriebe, welche einmal auf diese Weise geknüpfte Kontakte nicht nur auf BanaBuy.ch weiter pflegen, son-dern auch im «real-life» persönlich mit ihren Partnern Handel treiben können.
Daneben ist es für die KMU-Betriebe auch attraktiv ihre Produkte und Dienstleistungen in einem Auktionshaus anzubieten, auf welchem sich genau die Kunden einfinden, welche in ihrem «Einzugs-bereich» liegen, also in der Schweiz! Wer möchte ein Produkt oder Dienstleistung, welches für den heimischen Markt gedacht ist, an 25 Millionen «potentiellen Kunden» weltweit anbieten und damit das Risiko eingehen, wegen dem Wust von Angeboten übersehen zu werden.
Genauso vorteilhaft ist die Konzentration auf den Markplatz Schweiz natürlich auch für alle Kunden. Wenn der Handelspartner nämlich in derselben Ortschaft oder in der Umgebung wohnt kann man sich die Lieferzeit und die Transportkosten sparen!

Verschiedene Marktforschungs-Institute sagen dem Internethandel ein rasantes Wachstum voraus. Das Auktionshaus BanaBuy.ch hat sich darauf vorbereitet und ist auch hier gut positioniert: Die Verkäufer können aus den verschiedensten Zahlungsmöglichkeiten das passendste auswählen (PayPal, MoneyBookers, Post, Rechnung, Vorkasse), um möglichst viele Bedürfnisse ihrer Käufer abzudecken. Die Einstell- und Präsentationsgebühren (Festkosten) sind etwa um die Hälfte tiefer als bei anderen vergleichbaren Plattformen. Das bedeutet, dass für dasselbe Geld auf BanaBuy.ch doppelt so viele Artikel eingestellt werden können!

Um den Einstieg in BanaBuy.ch noch attraktiver zu gestalten, ist das Anmelden bei BanaBuy.ch kostenlos. Jedem Teilnehmer wird ein Geschenk von CHF 20.- gutgeschrieben, so dass das Einstel-len von Artikeln zu Beginn gratis ist!

Ausblick: Auf BanaBuy.ch werden noch im 2Q 2007 Tauschbörsen aufgeschaltet. Noch im 2007 werden eigene Shops auf BanaBuy.ch möglich sein. Dies erlaubt es allen, aber vor allem den KMU-Betrieben, mit reduziertem Aufwand ihre Produkte zu platzieren, ohne den Aufwand für eine eige-ne, teure und komplexe Internet-Plattform betreiben zu müssen.

Ihr Auktionshaus der Schweiz!

BanaBuy.ch

Anzeigen

www.ct-security.ch

Consulting • Technology • Security

CT- Security GmbH
Untere Allmendstrasse 15
CH- 6312 Steinhausen

Telefon:
+41 (0) 41 740 20 40 / 50
Telefax:
+41 (0) 41 740 20 47
info@ct-security.ch

Schwyzer sind sympathisch

Oft werden wir belächelt oder unterschätzt. Das ist gut so. Nur so können wir unsere Kunden überraschen. Und das tun wir oft und gern. «Geiz ist geil» ist nicht unser Motto. Wir sind an langjährigen Kundenbeziehungen interessiert. Uns interessieren die Menschen. Der persönliche Kontakt ist uns wichtig. Nur im Gespräch können wir feststellen, welche Bedürfnisse ein Kunde tatsächlich hat. So entsteht ein fruchtbarer Dialog zwischen Partnern. Aus diesem Zwiegespräch ergeben sich Produkte und Dienstleistungen. Meistens ist das nicht nur das Drucken eines Prospektes, sondern Hilfestellung bei der Werbeaussage; Mithilfe bei der Grafik und Gestaltung; Organisation eines effektiven Versandes; Abnehmen von zeitraubenden Abklärungen aller Werbemittel. Das kann bis zum Einkauf von Tischtüchern gehen. Unsere Kunden können sich somit wieder ihrem Kerngeschäft widmen. Wir organisieren, produzieren, verwalten, lagern und liefern alles rund um ihre Werbung.

Ein KMU-Betrieb
Wir sind ein klassischer KMU-Betrieb. Mit 32 motivierten Mitarbeitern und ca. 6 Mio. Franken Umsatz. Und mit einer hervorragenden Verankerung in der regionalen Wirtschaft, im Gewerbe und in der ganzen Öffentlichkeit.

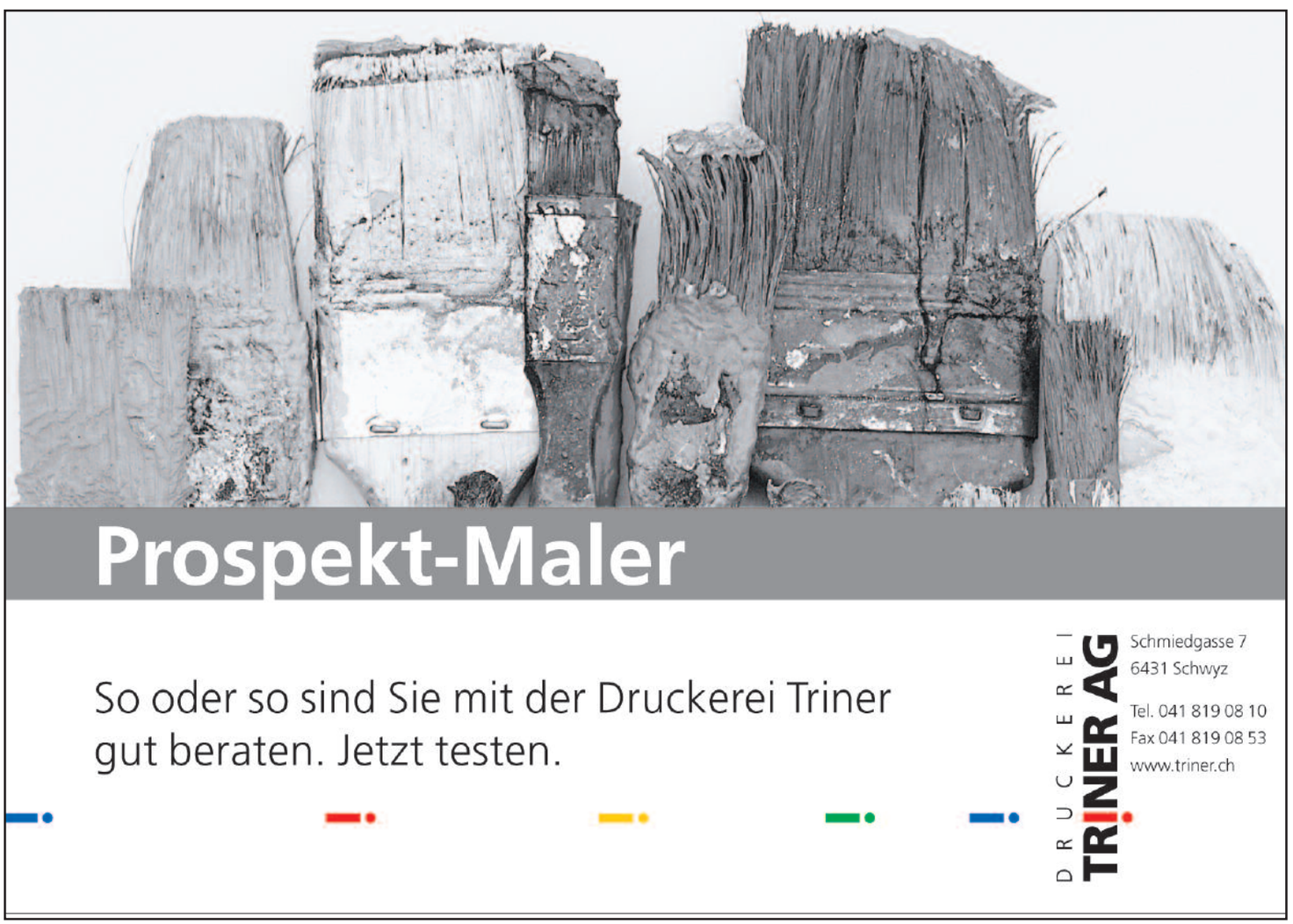
Ein Traditionsbetrieb
Seit 1858 wird bei uns gesetzt, gestaltet, gedruckt und grafisch produziert. Wir sind ein verwurzelter Traditionsbetrieb, der bald den 150. Geburtstag feiern kann.

Ein Umweltbetrieb
Wir tun viel für die Umwelt. Indem wir Karton und Papier getrennt rückführen, Farbresten recyclieren, wieder verwendbare Reinigungstücher benutzen, Schallschutz montieren, Druckplatten fachgerecht entsorgen, stromsparende Fluoreszenz-Röhren verwenden, alkoholreduziert drucken und auf dem Dach Solarpanels haben.

Ein Kreativ-Betrieb
Bei uns sind auch grafisch durchdachte Arbeiten kein Zufall. Unsere Polygrafen bieten in der Vorstufe kreative Lösungen vom Logo über Geschäftsdrucksachen bis zu Firmenpräsentationen oder Büchern an. Wir können alle angelieferten Daten übernehmen, egal in welcher Software und in welchen Schriften erstellt.

Ein Hightechbetrieb
Wir besitzen Maschinen für alle Formate, die bis zu fünf Farben in einem Durchlauf drucken können. Elektronische Optik prüft laufend via Messelemente die Bogen auf ihre Qualität – alles nach ISO Druckstandard. Eine Software für Colormanagement garantiert die Farbechtheit. Alle Daten werden elektronisch auf Druckplatten belichtet.
Ihr Betrieb

Die Druckerei Triner ist also ihr idealer Partner.



Sorgfalt in Marketingplanung ist mehr als der halbe Markterfolg

Warum 9 von 10 Marketingplänen nicht stimmen.
«Jede Aktion, die ich setze, muss dazu dienen, den Umsatz zu steigern.»

Jeder Markterfolg beginnt mit einer guten Idee. Und speziell nach ihrer Unternehmensneugründung machen Sie sich Gedanken als Marketing- und oder Verkaufsverantwortlicher, wie der Markterfolg, somit der Umsatz, realisiert oder noch besser übertroffen werden kann. Dies können Sie nur mit einem intelligenten und klar durchdachten Marketingplan erreichen.

In Ihrem mit Sorgfalt erstellten Businessplan steht der Posten Marketingplanung. Was bedeutet dies eigentlich? Marketingplanung bedeutet, einen Plan zu erstellen, um seine Marketing- und Unternehmensziele zu erreichen. Folgende Aussage steht hierfür im Vordergrund: «Jede Aktion, die ich setze, muss dazu dienen, den Umsatz zu steigern.» Dieser Satz bildet die Basis ihrer folgerichtigen Überlegungen in Bezug auf Strategie und Ziele. Man trifft immer wieder Menschen, die Marketing mit Werbung verwechseln. Es gibt aber eine Vielzahl von Massnahmen, welche unter dem Begriff Marketing zu vereinen sind. Jede davon ist schlussendlich verantwortlich, dass sie Kunden und Geld bringt.

In der Praxis lässt sich feststellen, dass erfolgsversprechende Marketing-Ideen für die Bearbeitung Makulatur bleiben, weil man bei den bisherigen Gewohnheiten bleibt und einen Aufwand scheut. Man zieht das Tagesgeschäft vor, welches notwendige Zeit in Anspruch nimmt. So findet man auch immer wieder Gründe, etwas nicht in Angriff zu nehmen.

Aktionen bedürfen 100%iges Engagement: «Es gibt nichts Gutes, ausser man tut es.»

Wenn Sie nun eine Aktion starten, müssen Sie 100% hinter Ihrem Unternehmen und dessen Produkten resp. Dienstleistungen stehen. Denn gute Ideen leben davon, dass sie auch umgesetzt werden. Die Marketingplanung stellt das richtige Instrument dar, Erfolgspotenziale zu realisieren und Marketing-Massnahmen zu optimieren. Dies kann nur systematisch und mit entsprechendem Budget vollzogen werden. Eine konsequente Vorgehensweise, eine regelmässige Wirkungskontrolle und eine klare resp. genaue Überprüfung der Massnahmen können zum konkreten Erfolg führen. Diese Planungs- und Kontrollinstrumente dienen Ihrem Verkaufspersonal als wertvolle Unterstützung in der Umsetzung Ihrer Verkaufsziele. Diese Aussagen sind keine Selbstverständlichkeit. Wenn Sie auf Erfolgskurs bleiben wollen, gilt es ständig dranzubleiben und Frische ins Marketing auf Erfolgskurs zu bringen. Das heisst, lassen Sie Ihre Ideen nicht durch das Tagesgeschäft untergehen. Ergreifen Sie die Initiative, stellen Sie sich konzeptionelle Fragen und fördern Sie fruchtbare Aktivitäten. Sie können dabei nur gewinnen! «Es gibt nichts Gutes, ausser man tut es.» Folgende Fragen können Sie zur Effizienzsteigerung stellen:

- Welche Vorgaben werden an das Unternehmen gestellt?
- Wo stehen wir als Unternehmen im Konkurrenzumfeld?
- Welche Stärken und Schwächen weisen wir aus?
- Welche Ziele verfolgen wir?
- Welche Strategie passt zu uns?
- Welche Aktionspläne mit welchen Schwerpunkten definieren wir?
- Haben wir ein Budget festgelegt?
- Wie kontrollieren wir den Aktionsplan?

Auf all diese Fragen gibt es eine klare Antwort. Wollen Sie Erfolg erzielen, dann dürfen Sie die folgenden 10 Gebote nicht brechen:

- Folgen Sie nicht blinden Trends
- Konzentrieren Sie sich auf Ihre wirklichen Geschäftsfähigkeiten
- Betreiben Sie keinen hektischen Preisaktionismus
- Erstellen Sie eine genaue Positionierung
- Setzen Sie auf einen klaren Produkteunterschied
- Betreiben Sie keine zu radikale Neuheit
- Wecken Sie kein harmloses Interesse
- Verwechseln Sie den Weg nicht mit dem Ziel
- Bekehren Sie nicht Menschen
- Sterben Sie nicht in Schönheit

Denn Kreativität ist, was verkauft. Kreativität ist nicht zwingend immer Originalität. Denken Sie daran, viele gekrönte Kampagnen sind gestoppt worden, weil Sie in Schönheit gestorben sind. Daher ist es immer die richtige Zeit, wichtige Marketing-Ideen umzusetzen. Haben Sie den Mut dazu.

Crisanto Farese
Agenturleiter und Head of Sales Fruitcake Werbe- und Kommunikationsagenturen Worb und Luzern www.fruitcake.ch

TIP

Planungscheckliste für den Aufbau einer Marketingplanung:

1. Sind Veränderungen in Ihrem Angebot notwendig?

Gemeint sind hier Innovationen und oder Modifikationen von Produkten oder Leistungen, Renovationen und Neustart, Umgestaltung oder Ausweitung Ihrer Produkte.

2. Stehen Anpassungen an bezüglich Preise und Konditionen?

Preisdifferenzierungen, Handelsmargen, Rabatte, Kundenleistungen, Absatzfinanzierung, Zahlungskonditionen.

3. Sind Kommunikationsmassnahmen vorzusehen?

Public Relation, Produktleistung, Marken und Image, Preise, Konditionen, Kundenakquisitionen.

4. Bedarf es Impulse für den Verkauf?

Organisation des Verkaufspersonals, Dokumentationen und Argumente, Verkaufsförderungsmassnahmen.

Anzeigen

Modernes Handwerksmarketing

Modernes Handwerksmarketing stellt den Kunden in den Mittelpunkt der Unternehmensstrategie und alle Tätigkeiten sind auf den Kundennutzen ausgerichtet.

Um auf dem Markt auch in Zukunft bestehen zu können, ist es unumgänglich:

- das richtige Produkt anzubieten – aus Kundensicht
- es zum richtigen Zeitpunkt anzubieten – dann wenn der Kunde es braucht
- mit dem richtigen Preis – den immer der Kunde bestimmt
- am richtigen Ort – aus Kundensicht (Ladenlokal, Baustelle, Internet ...)

Damit das Angebot vom Kunden akzeptiert wird, muss zuerst, also im Vorfeld der Kaufentscheidung:

- genügend Vertrauen aufgebaut werden,
- das Angebot kundengerecht präsentiert werden und
- dem Kunden durch mehrere Auswahlmöglichkeiten die Entscheidung erleichtert werden.

Egal, welchen Begriff wir verwenden Nachfrage-Sog-System©, Marketing, Clienting©, CRM (Customer Relationship Management), es geht nicht um Werbung, die ist nur ein kleiner Teil davon, es geht darum:

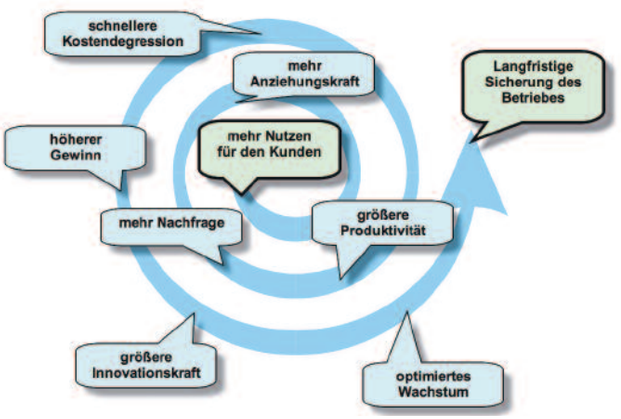
- möglichst viele Informationen über unsere Kunden zu sammeln
- in ständigem Dialog mit den Kunden zu stehen
- seine wirklichen Wünsche und Erwartungen zu erkennen und zu erfüllen
- den ganzen Betrieb auf diese Ziele auszurichten (durch Einbindung der Mitarbeiter),
- Stammkunden zu gewinnen (Kundenbindung, Kundenfreundschaft ...) und
- Empfehlungen zu bekommen, als dauerhafter Wettbewerbsvorteil!

Im Mittelpunkt aller Bestrebungen steht der Nutzen des Kunden. Wer den Nutzen für den/die Kunden erhöht, erlangt automatisch mehr Anziehungskraft, mehr Nachfrage usw. Dies hat schon in den siebziger Jahren der Wirtschaftswissenschaftler Prof. Wolfgang Meves aus Frankfurt am Main nachgewiesen und daraus seine weltweit bekannte und vielfach ausgezeichnete Managementlehre EKS© entwickelt.

Es ist also notwendig, den Betrieb, seine Mitarbeiter, die Leistungspalette und die Kundenansprache voll und ganz auf den Nutzen des Kunden auszurichten. Nach dem alten Spruch «allen Menschen recht getan, ist eine Kunst, die niemand kann» ist es hierbei dringendst nötig, die betrieblichen Leistungen auf eine bestimmte Zielgruppe, besser noch Teilzielgruppe, auszurichten. Der Handwerker, der heutzutage noch mit dem Bauchladen durch die Lande reist – Motto: «Wir können alles!» – ist für den Kunden nicht als Problemlöser zu erkennen und kann deshalb nur nach seinem Preis beurteilt werden. Aus diesem Grund sind besonders erfolgreiche Handwerkskonzepte in der Regel aller Fälle sogenannte Nischenstrategien, das heisst, es ist dem Unternehmer gelungen, seinen Betrieb bei einer Teilzielgruppe als Problemlöser zu positionieren.

Anton Dostal
www.dialog-partner.com

Modernes Handwerksmarketing
Wie können diese Ziele erreicht werden?
Moderne Marketingstrategien bilden einen dynamischen Prozess (nicht linear) ab



Anzeigen

Claris
Werbung & Partner
Dynamisch werben - Emotionen wecken
auf AdScreens und Internet
www.claris-werbung.ch 079 721 36 71

light and living
Beleuchtung · Hi-Fi · Home-Cinema · Dekor-Artikel

Audia & Canali Light and Living
Pumpwerkstrasse 41
CH-8105 Regensdorf

Canali Yvano
Telefon +41 (0) 44 870 60 70
Direkt +41 (0) 44 870 60 73
Fax +41 (0) 44 870 60 71
Mobile +41 (0) 76 535 28 88
Internet www.acll.ch
E-Mail yvano.canali@acll.ch

Eigene Produktelinie, Filigrane Balkenleuchte T5 30x35 Intelligent Qti, Umbauten und Reparaturen aller Leuchten, permanente Ausstellung etc.

4 Methoden zur Realisierung von Unternehmenswachstum

Das Wachstum von Unternehmen ist heute das Bestreben seiner Geschäftsleitung. Ohne Wachstum in den Bereichen Marktanteil, Gewinn und Umsatz sowie Verbesserungen in den Prozessen werden Unternehmen über kurz oder lang in Schwierigkeiten geraten.

Unternehmen müssen heute klar wachsen. Die vier Formen des Wachstums können heute wie folgt definiert werden:

Wachstum über Kauf von andern Unternehmen

- Ein Konkurrent wird übernommen. Ein Markt führendes Unternehmen in einem Zielmarkt wird übernommen. Eine andere Methode, die ebenfalls in diesen Bereich gehört, ist das Wachstum über Gründungen von Filialen in den Zielmärkten.

Wachstum durch Innovation

- Dank neuen Technologien und Verfahren werden neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt und auf den Markt gebracht. Dank einer produktiven und innovativen Forschungs- und Entwicklungsabteilung kann damit das Wachstum über die Produkte-/Dienstleistungs-Vielfalt realisiert werden.

Wachstum über Prozess- und Kostenoptimierungen

- Tiefere Kosten und schlankere Prozesse führen zu höheren Gewinnmargen, was automatisch zu einem höheren Betriebsgewinn und somit Wachstum führt.

Wachstum über Kundenbeziehungen

- Unabhängig davon, ob ein Unternehmen gekauft werden kann, Innovationen auf den Markt kommen oder Prozesse verbessert werden können, ist Kundenbeziehungs-Management eine Form, welche ein kontinuierliches, gesichertes und stetiges Wachstum garantiert.

Wachstum über Kundenbeziehungs-Management ist sicher, nachhaltig und findet immer statt.

Das Kundenbeziehungs-Management als Wachstumsstrategie kann in jedem Unternehmen angewendet werden. Wer sich heute im Klaren ist, wie wichtig diese Strategie ist und in der Zukunft sein wird, muss die eigene Systematik überprüfen und sich fragen, ob der richtige Weg eingeschlagen wurde. **In vielen Unternehmen werden Kundenbeziehungs-Management (CRM) Prozesse immer noch sehr stark vernachlässigt**. Mitarbeiter mit Kundenkontakten agieren und reagieren nach nur unklar definierten Vorgaben. Prozesse, Schlüsselfaktoren und Steuergrössen fehlen an vielen Orten.

Aufgrund dessen, dass das Kundenbeziehungs-Management als die kontinuierlichste Form des Unternehmenswachstums gilt, konzentrieren wir uns in den nächsten Artikel ganz auf diese Prozesse. Wir zeigen auf, welche Funktionen im modernen CRM heute zu verfolgen sind. Wie die Prozesse und Schwerpunkte zu legen sind, damit wirklich auch Wachstum entsteht. Die Artikelserie ist praxisorientiert aufgebaut und soll Ihnen als Input für die eigene Praxis dienen.

Lorenz A. Aries

optim**AS** steht für Unternehmenswachstum über/dank Kundenbeziehungs-Managment CRM.
Kurz: optim**AS** - **Making Success Happen** - bedeutet: Der Erfolg findet bei Ihnen statt!
Durch das Verbessern, Gestalten und Realisieren der Marketing-, Vertriebs- und Verkaufsprozesse in Handel-, Fabrikations- und Dienstleistungs-Unternehmen sind seit der Gründung im Jahre 1988 tausende von MitarbeiterInnen und hunderte von Geschäftsleitungen mit dem optim**AS**-Konzept auf Erfolgskurs gebracht worden.

CRM bedeutet:

- Erfolgsfaktor Nr. 1 beherrschen und laufend verbessern
- Ausrichtung auf die Kunden, welche uns den Ertrag erbringen
- Von der Strategie bis zur operativen Umsetzung die Ausrichtung des Unternehmens auf den Kunden trimmen.

Die von optim**AS** geprägte «Katamaran-Strategie» heisst:

- Rumpf 1 = Vertriebsprozesse
- Rumpf 2 = Marketingprozesse
- Segel = Strategie-Prozesse inkl. Selektion im Personalbereich für emotionale Arbeitsplätze.
- Persenning = IT-Lösungen, welche die Informationen, Prozesse und Mitarbeiter auch in dezentralen Strukturen zusammenhalten

Anzeigen

CRM – Erfolg garantiert?

Der Kunde ist König. Der Kunde steht im Fokus des Unternehmens. Wir sind konsequent kundenorientiert. Aussagen, die jedes Unternehmen sofort unterschreiben würde. Denn schliesslich entscheidet «König Kunde» über den Erfolg eines Unternehmens.

Ein guter Verkäufer kennt natürlich auch «seine» Kunden mit allen ihren Besonderheiten. Doch wie viel wissen die technischen Mitarbeiter über die Kunden, welche Informationen hat der Kundendienst, welche die Marketing-Abteilung? Oft kennen die einzelnen Unternehmensbereiche nur einen Ausschnitt aus dem «Gesamtbild Kunde», können demzufolge nicht adäquat auf Kundenbedürfnisse reagieren oder unternehmensweit agieren. Erst mit einem CRM-System, das alle Kundendaten zentral für alle Mitarbeiter zur Verfügung stellt, können Kundenbeziehungen wirklich erfolgreich aufgebaut, gepflegt und ausgebaut sowie neue Kundenfelder erschlossen werden.

Kundenmündigkeit bedingt neue Ansätze

Zwei wissenswerte Parameter im Kundenmanagement sind:

- Rund 80 % der Vergabe von Aufträgen im Investitionsgüter- und Dienstleistungsbereich beruhen auf Vertrauen.
- Der Aufwand zur Gewinnung eines Neukunden ist circa fünf Mal höher als der Verkaufsabschluss mit einem bestehenden Kunden.

Kleinunternehmen, sind sehr nahe am Kunden, kennen dessen Verhalten und Anforderungen und konnten bisher dementsprechend schnell und direkt agieren und reagieren. Doch die ständig steigenden bzw. sich ändernden Kundenanforderungen, die Mannigfaltigkeit von Produkten und deren kürzere Lebenszeiten erschweren es auch Kleinunternehmen persönlich auf den Kunden einzugehen. Dazu kommt, dass Produkte sich immer mehr gleichen und das Informationsverhalten sich stark verändert hat. In den 50er-Jahren des letzten Jahrhunderts wurden pro Jahr ca. 50'000 neue Informationen eines Individuums aufgenommen. In den 80ern waren dies 50'000 neue Informationen pro Tag.

Gebündelte Information

Wer weiss am besten, welche Produkte sich der Kunde wünscht? Der Kunde selbst. Somit muss er auch bezüglich Innovationen in den Geschäftsprozess des Unternehmens eingebunden werden und darum muss der Prozess im Unternehmen vom Kunden zum Kunden aufgebaut werden: Der Kunde wird zum Beteiligten und rückt damit immer mehr in den Mittelpunkt des Unternehmens. Anhand der Kundeninformationen werden Unternehmensleistungen, Preise, Kommunikation, Logistik und Ressourcen geplant und angepasst. Die Informationsbeschaffung über das Marktgeschehen und solche aus dem eigenen Unternehmen bilden die Grundlage für ein flexibles und starkes KMU. Diese Informationen müssen verarbeitet und laufend ausgewertet werden. Wenn das Unternehmen nun von den aktuellen und potenziellen Kunden weiss, was sie haben und was sie wollen, können Angebote einfacher unterbreitet werden. Werden diese Informationen über die entsprechenden Kunden mit persönlichen Informationen über deren Präferenzen, Hobbys etc. wie auch über vergangene Kontakte angereichert, so kann jeder Kunde individuell angesprochen werden. Durch das Einbinden des Kunden in das Unternehmen und seine individuelle Ansprache erkennt er seine Wichtigkeit für das Unternehmen und dadurch steigt sein Vertrauen in dieses: Die Basis für den Geschäftserfolg.

TIP

CRM Roadshows

Der Artikel ist eine gekürzte Ausgabe des spannenden Vortrages «Kundenmanagement im KMU: Chance oder Hexerei?» von Armin Baumann an den exklusiv zum Thema CRM durchgeführten Roadshows von Sage Schweiz AG im November und Dezember 2006.

Sage Schweiz AG führt regelmässig Roadshows für Kunden und Interessierte durch, die sich jeweils einem bestimmten aktuellen Thema widmen. Die neuen Roadshow-Termine für das Jahr 2007 können direkt auf der Sage Schweiz Homepage abgerufen werden:

www.sageschweiz.ch

Anzeigen

Bannwart Consulting
Dienstleistungen zu vernünftigen Preisen

Ihr Spezialist für:
- Finanzbuchhaltung für Kleinunternehmen
- MwSt.-Abrechnungen
- Lohnadministration
- allg. Administration

Wir helfen ihnen bei der Gewinnoptimierung unter Berücksichtigung von finanziellen und steuerlichen Aspekten.

Paul Bannwart
Bäbelers 5, 9050 Appenzell
Tel. 071 787 55 40, Natel 078 638 48 90
paul@bannwart.org

Mitglied von netzwerk-appenzell.ch / Xing

easyMonitoring®
digitale SHAB-Überwachung

Was können wir für Sie tun?

- Firmen überwachen
- Neugründungen abonnieren
- Ausschreibungen abonnieren
- Inkassoaufträge erteilen
- Personen überwachen
- Branchen überwachen
- Betreibungen prüfen
- Bonität prüfen

Jetzt 30 Tage kostenlos testen!

www.easyMonitoring.ch

«Der grosse Vorteil von ASP»

Mit der sicheren und zuverlässigen Verfügbarkeit von schellen Breitband-Datennetzen gewinnt das Thema ASP immer mehr an Bedeutung. Application Service Providing ist ein modernes und leistungsfähiges IT-Produkt mit überzeugenden ökonomischen und technologischen Vorteilen.Im folgenden Artikel stellen wir diese neue Art der Softwarenutzung näher vor – illustriert an einem «sportlichen» Beispiel aus der Praxis.

Nicht immer ist der Kauf der beste Weg, ein Produkt nutzen zu können. Denn mit Miete und Leasing stehen alternative Nutzungsformen zur Verfügung. Es gibt viele Gründe, warum wir ein Produkt «nur» mieten und nicht kaufen. Unsere Wohnung zum Beispiel, weil uns die finanziellen Mittel für einen Kauf fehlen, vielleicht aber auch, weil wir mobil und flexibel bleiben wollen. Auch unser Auto ist in vielen Fällen «nur» geleast, hier sind es meist ökonomische Gründe für den Leasingentscheid. Andere Gründe sprechen für das Leasing von EDV-Hardware: Aufgrund der rasanten Entwicklung ist hier für viele die «Miete auf Zeit» die technologisch beste Entscheidung.

Start-Up mit ASP

Auch der Entscheid für ASP wird aus verschiedenen Gründen getroffen. Für den Sportartikel-Grosshändler Innovum AG im Zürcherischen Fehraltorf waren es ursprünglich in erster Linie ökonomische Argumente, die zum Entscheid führten, die Unternehmenssoftware über das Netz zu beziehen. «Für uns war gerade beim Start-Up eine begrenzte und überschaubare Investitionssumme von Bedeutung. Mit ASP können wir unseren IT-Aufwand klein und flexibel halten», erläutert Yves Hersche, Geschäftsführer bei Innovum. Das erst fünf Jahre alte Unternehmen hat sich auf Tennisprodukte spezialisiert und vertreibt die Produkte des französischen Traditionsunternehmens Babolat in der Schweiz. Wie jedes junge Unternehmen musste auch Innovum eine erste Durststrecke überstehen. Denn obwohl Babolat bei den Tennisprofis die meistgespielte Racketmarke und eine «must have-Marke» für jeden Tennisspezialisten ist, waren zu Anfang nur wenige Händler bereit, Babolat in ihrem Sortiment zu führen. Doch Yves Hersche hatte einen «guten Riecher»: «Wir waren überzeugt, dass Babolat hierzulande ein riesiges Potential besitzt.» Der Erfolg gibt ihm Recht. Heute beliefert Innovum Sport AG gesamtschweizerisch ein dichtes Händlernetz mit dem kompletten Sortiment von Babolat.

Fokus auf das Kerngeschäft

Genauso überzeugt ist man bei Innovum Sport, dass der Bezug der gesamten Software «aus dem Netz» die richtige Lösung ist. Denn man kennt die eigenen Grenzen und konzentriert sich lieber auf das «sportliche» Kerngeschäft. Seit August 2006 setzen die Fehraltorfer daher die Sesam Auftragsbearbeitung und das Sesam-Buchhaltungspaket des Baarer Softwarehauses Sage Schweiz als ASP-Lösung ein. Darüber hinaus beziehen sie sogar ihre MS-Office-Lösung aus dem Netz. Dabei ist MS-Office mit der Sesam Auftragsbearbeitung intelligent vernetzt. Für Yves Hersche eine optimale Lösung: Der eigene Aufwand für die Pflege und den Unterhalt des eigenen IT-Systems ist minimal, denn die eingesetzte Software ist immer in der neuesten Version vorhanden, das Hosting und der Grossteil der Rechenoperationen läuft beim Provider Uplink AG und auch die Daten werden dort gesichert. Daher sind auch die Hardwareanforderungen gering. «Die ASP-Lösung ist für uns nicht nur hinsichtlich der geringen Investitionen interessant, sondern auch bei den Folgekosten ökonomisch sehr attraktiv», fasst Yves Hersche zusammen.

Flexibel und erprobt

Als weiteren Vorteil nennen viele ASP-Nutzer das Stichwort «Flexibilität». Denn in einem sich rasch wandelnden Umfeld müssen nicht nur Unternehmen flexibel am Markt agieren, auch die Softwarenutzung muss sich der Unternehmensentwicklung anpassen können. Mit ASP bezieht der Kunde vom Provider nur so viel Software, wie er aktuell braucht. Erfüllt die Software die Anforderungen nicht oder wird «mehr» Software benötigt, kann ein fairer ASP-Vertrag unkompliziert angepasst werden. Auch für Innovum AG ein weiteres Argument für ASP. Doch eine Einschränkung ist Yves Hersche wichtig: «Trotz dieser Flexibilität wollten wir von Anfang an die richtigen Produkte wählen, um nicht auf halbem Weg wieder umsteigen zu müssen.» Er greift damit eine Empfehlung vieler ASP-Fachleute auf, die gerade auch bei ASP-Software ausgewiesene, alltagserprobte und anerkannte Qualitätssoftwareprodukte empfehlen. «Für uns ein nicht unwichtiger Beweggrund, auf die bekannten Produkte von Microsoft und Sage Schweiz zu setzen, die in ihrem Segment weltweit bzw. schweizweit marktführend sind», ergänzt Hersche, «das einzig Ungewöhnliche ist, dass wir sie als ASP-Lösung einsetzen.»

Anzeigen

grafik · dtp

visuelle kommunikation
briefschaften logos layout flyer prospekte

walter röllin
eschenstrasse 3
6312 steinhausen

041 740 20 70
079 353 39 58
info@walterroellin.ch

Neueste Technologie – clever finanziert

Wer dem Wettbewerb voraus sein will, muss investieren. Gerade der Fortschritt in der modernen Informationstechnologie macht dies notwendig. Leasing ist deshalb mittlerweile nicht nur eine Alternative zum Barkauf bzw. zur Kreditfinanzierung – vielmehr ist heute die massgeschneiderte Rundum-Dienstleistung gefragt.

Im Vergleich zum Barkauf oder einem Bankkredit bietet Leasing viele Vorteile. Konstante Raten ermöglichen mehr Planungssicherheit – und der Leasingnehmer profitiert von günstigen Konditionen statt hohe Vorab-Investitionen tätigen zu müssen. Als Leasingkunde schont man zudem seine Liquidität und somit das Eigenkapital, das einem für andere Investitionen zur Verfügung steht.
Die GRENKELEASING AG – Marktführer im Small-Ticket-IT-Leasing in der Schweiz und Deutschland – bietet ihren Kunden seit längerem einen sogenannten DISPO-Rahmenvertrag an. Nach Abschluss eines Rahmenvertrages mit einem jährlichen Volumen ab 50 000 CHF können auch kleinste Anschaffungen (ab 2000 CHF) zu Vorteilskonditionen finanziert werden. Man ist somit nicht mehr darauf angewiesen, die Finanzierung einzelner Investitionen zu bündeln, sondern erhält die Vorteilskondition des Gesamtvolumens für jeden Einzelvertrag. Der Kunde entscheidet selbst, wann und wie viel investiert wird und kann so den Investitionsverlauf entsprechend der Geschäftsentwicklung optimieren.

GRENKELEASING AG passt ihre breite Produktpalette permanent den Kundenwünschen und Marktgegebenheiten an. Dank der Austausch-Option sind die Kunden des Konzerns technisch immer auf dem neuesten Stand, denn sie haben die Möglichkeit, schon während der Vertragslaufzeit ihre geleasten Objekte gegen neue auszutauschen.GRENKELEASING AG übernimmt zudem die Entsorgungskosten.

Zu GRENKELEASING
Die GRENKELEASING AG ist eine der grössten banken- und herstellerunabhängigen Leasinggesellschaften und Marktführer im Small-Ticket-IT-Leasing in Deutschland und der Schweiz. Mit Hauptsitz in Baden-Baden ist GRENKELEASING in Deutschland an 20 Standorten vertreten, in 15 Ländern im europäischen Ausland sind wir an 23 Standorten präsent. Die operative Tätigkeit in der Schweiz wurde im Jahr 1999 in Basel aufgenommen. Im Laufe der Zeit kamen Lausanne und Zürich hinzu, wo sich heute auch der Hauptsitz der GRENKELEASING Schweiz befindet. Durch diese europaweite Präsenz ist das Unternehmen in der Lage, national sowie international agierende Kunden vor Ort in Sachen Finanzierung bestens zu betreuen und zu beraten.

Mit über 25 Jahren Erfahrung und mehr als 160 000 laufenden Leasingverträgen sind GRENKELEASING die Bedürfnisse der Kunden im Bereich IT-Finanzierung bestens bekannt. Zum Vorteil seiner Kunden setzt das Unternehmen auf modernste IT-Technik und Software-Lösungen bei der Geschäftsabwicklung. Aufgrund erstklassiger Refinanzierungsbedingungen und eines professionellen Remarketings ist das Unternehmen in der Lage, seinen Kunden zudem günstige Leasingkonditionen anzubieten.

Giovanni Califano
Geschäftsführer Schweiz

Es gibt viele gute Ideen. Und es gibt engagierte Menschen, die bereit sind, auf der Basis solcher Ideen ihre Zukunft aufzubauen.

Aber kaum eine Geschäftsidee läßt sich ohne umfangreiche Investitionen realisieren. Vor allem für Unternehmen, die auf modernste Informationstechnologie angewiesen sind, sind aufgeschobene Investitionen oft das entscheidende Hindernis, um am Markt zu bestehen: ein Stolperstein für die ersten Jahre, eine Wachstumsbremse für die Expansion.

Als Marktführer im Bereich des Small-Ticket-IT-Leasing bieten wir neben der reinen Leasingfinanzierung von IT-Produkten unseren Fachhändlern und Leasingkunden einen unkomplizierten und schnellen Support für einen umfassenden Leasingservice.

GRENKELEASING AG
Schaffhauserstrasse 611
8052 Zürich
Tel. +41 (0)44 365 60 60
service@grenkeleasing.ch
www.grenkeleasing.ch

Anzeigen

Tel: 041-740 16 40
www.fam-office.ch
anita.mandl@fam-office.ch

fam office gmbh
finance·administration·marketing

Wir sind Ihr kompetenter Partner für administrative Arbeiten wie Buchhaltung und Lohnadministration, Jahresabschlüsse und Steuern sowie sämtliche Marketing-Aktivitäten.

Rufen Sie noch heute an und informieren Sie sich unverbindlich!

Wir schenken Ihnen die Zeit, Ihre Ideen zu verwirklichen!

ZU WELCHEN PLANETEN BRECHEN SIE AUF? WIR BRINGEN SIE HIN.

DANK KOMPETENZ IN WERBUNG UND KOMMUNIKATION.

www.fruitcake.ch

fruitcake

Für KMU's: Kapitalmarkt als Ergänzung zur Hausbank

Das wichtigste Finanzierungsinstrument des Mittelstands ist nach wie vor der Hausbankkredit. Trotz dringenden Kapitalbedarfs verfügen viele Unternehmer nicht über eine notwendigeEigenkapitalstrategie und erschweren sich so die Aufnahme von Kapital. Denn die Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstands wird nicht mehr allein von der Qualität der Produkte getreu dem Motto – «Made in Switzerland» bringt Umsatz und Erfolg – bestimmt. Heute muss auch die Struktur der Passivseite der Bilanz wettbewerbsfähig sein. Seit dem 6. Dezember 2006 haben schweizerische Unternehmen die Möglichkeit, direkt auf den deutschen ausserbörslichen Kapitalmarkt zurückzugreifen. Dies deswegen, da die CKP-Excellence GmbH seit diesem Datum die offizielle CH-Landesdirektion des grössten deutschen Eigenkapitalinstitutes Dr. Werner Financial Service Group, innehat. Mit dem Geschäftsführer der CKP-Excellence GmbH, Roger N. Klöti, sprach Roland M. Rupp von «Erfolg».

Viele mittelständische Unternehmen halten Mezzanine-Kapital immer noch für ungeeignet zur Finanzierung ihres Unternehmens. «Diese Mittelständler verkennen die Zeichen der Zeit» sagt Roger N. Klöti,der Geschäftsführer der CKP-Excellence GmbH. «In den Zeiten von Basel II, in denen man als Unternehmen nur mit guten Eigenkapitalquoten einen Kredi erhält und Bilanz-Ratings immer wichtiger werden, ist es fast fahrlässig, wichtige Finanzierungsquellen wie Mezzanine-Kapital ausser Acht zu lassen.» Und dennoch haben die meisten Mittelständler Mezzanine-Finanzierungen bisher keine besonders grosse Aufmerksamkeit geschenkt. So verwundert das Ergebni einer Umfrage der Universität Augsburg nicht, dass rund drei Viertel der Befragten der Ansicht sind,Mezzanine-Finanzierungen seien nur für grössere Unternehmen attraktiv. Dramatisch ist dagegen die Zahl derjenigen, die noch nicht einmal vom Mezzanine-Finanzierungsinstrument-Genussrecht wissen, geschweige denn überhaupt die Begrifflichkeit kennen. Die Creditreform setzt in ihrem Leitfaden «So entwickeln Sie ihr Eigenkapital» die Zahl bei über 80% der Mittelständler an.

«Hier besteht ein gravierender Aufklärungsbedarf. Denn Mezzanine-Kapital, insbesondere in Form von Genussrechten, ist gerade auch für kleine und mittlere Unternehmen interessant», so Roger N. Klöti. Je breiter das Unternehmen auf der Passivseite der Bilanz aufgestellt ist, desto unabhängiger ist es von einzelnen Kapitalgebern. Dies führt zu einer nachhaltigen Verbesserung der Bonität und damit der Wettbewerbsfähigkeit.

Während sich die grossen Unternehmen über die Mezzanine-Programme der Banken und institutionelle Investoren finanzieren, ist dieser Weg für kleine und mittlere Unternehme meist verschlossen.«Als Mezzanine-Kapitalgeber kommen aber nicht nur diese Kapitalgeber in Betracht, sondern auch Privatanleger», erläutert Roger N. Klöti. Hierbei wird der Mittelständler zum Initiator eines eigenen Anlageproduktes und verschafft sich so selbst den Zugang zum Kapitalmarkt. Mit einer Eigenemission ausserhalb der Börse kann jedes Unternehmen um private Investoren werben. «Hier muss der Unternehmer lediglich Eigeninitiative und eine geschickte Marketingstrategie mitbringen», so Roger N.Klöti weiter.

Es muss nicht immer eine Eigenemission in Millionenhöhe sein. Jeder Franken mehr Eigenkapital stärkt die Eigenkapitalquote. Selbst für kleinere Unternehmen gibt es die Möglichkeit, sich im Rahmen einer nicht sehr aufwendigen «Small-Money-Aktion» bei einem Kapitalbedarf bis zu 500 000 Franken über private Kapitalgeber zu finanzieren. «Kleine Mezzanine-Beteiligungen können unkompliziert und ohne staatliche Genehmigung der Verkaufsunterlagen angeboten werden, sofern ein CH-Unternehmer auch bereit ist, die Möglichkeiten des deutschen Rechts auszuschöpfen, die so in der Schweiz nicht gegeben sind», legt Roger N. Klöti dar. Mit diesen Angeboten werden meist unternehmensnahe Kreise wie Mitarbeiter, Lieferanten, Geschäftspartner und insbesondere die Kunden des Unternehmens angesprochen und können so enger an das Unternehmen und die Firmenidentität gebunden werden. Immerhin greifen nach Recherchen der Creditreform über 15% der Unternehmen auf diese Eigenkapitalquelle zurück. Mit eingesammelten 150 000,- € bei der Confiserie Burg Lauenstein GmbH aus Ludwigstadt ist nur ein Beispiel der in 2006 erfolgreich platzierten Small-Money-Beteiligungen genannt. Auch diese wurden mittels Genussrechten realisiert.

Mezzanine-Finanzierungen bieten dem kapitalsuchenden Mittelständler jeder Unternehmensgrösse die passende Möglichkeit, seine Bilanz und damit auch seine Stellung am Markt zu verbessern. Angesichts des steigenden Eigenkapitalbedarfs (auch im Zuge von Basel II) muss die Zurückhaltung gegenüber dieser Finanzierungsform zukünftig weiter schwinden. Ebenso sollten Unternehmen auch keine Furcht haben, sich Kapital im Ausland zu besorgen, sofern er dies über seriöse Kanäle mit entsprechendem Leistungsausweismacht.

Detaillierte Informationen:
CKP-Excellence GmbH
Kundenempfang und Beratung
Hafenstrasse 8
8820 Wädenswil

Anzeigen

«Das Maklermandat – eine überzeugende Lösung»

Die weiterhin steigende Attraktivität von Zug führt kleine, aber hochspezialisierte Dienstleister aus dem Bereich Versicherungstreuhand an den Finanzplatz. Einer dieser Serviceanbieter ist die Finanz Plus AG. Sie setzt auf absolute Kundenfokussierung in der Beratung von Unternehmen und Privatpersonen.

Manuela Inglin
Mitglied der Geschäftsleitung

Martin Rothkoegel
Geschäftsführer

Der Finanzplatz Zug ist seit dem September 2004 um ein attraktives Unternehmen aus dem Bereich Versicherungstreuhand, Finanz- und Vorsorgeberatung reicher. Seit dieser Zeit residiert die Finanz Plus AG in einem neuen Bürokomplex an der Baarerstrasse 135. Das Unternehmen wurde ursprünglich in Hergiswil (NW) gegründet und hat sich aufgrund eines Zusammenschlusses und der weiterhin steigenden Attraktivität des Finanzplatzes für eine Übersiedlung nach Zug entschieden.

Ausgewiesene Profis

Die Partner der Finanz Plus AG, Manuela Inglin und Martin Rothkoegel, sind zwei ausgewiesene Berater, die neben ihrer langjährigen Berufserfahrung bei renommierten Schweizer Finanzdienstleistern auch anspruchsvolle berufliche Qualifikationen vorweisen können. Ihre Tätigkeit für diverse Dienstleister hat zu dem Wunsch geführt, ihren Kunden im Rahmen der Selbständigkeit einen wirklich einmaligen Beratungsansatz anbieten zu können.

Analyse und Vergleich

Der Ansatz der Finanz Plus AG ist sowohl für Privatpersonen als auch für Unternehmen sehr überzeugend. Da die Partner von Finanz Plus nicht als Agentur die Produkte und Dienstleistungen eines bestimmten Anbieters vertreiben müssen, können sie ihr Hauptaugenmerk auf die individuellen Bedürfnisse ihrer jeweiligen Kunden richten. Nach Abschluss der Analyse und der Eruierung des Optimierungspotenzials unterbreiten die beiden Berater aus einer für den Laien kaum noch überschaubaren Angebotsbreite die für ihren Kunden exakt passende Lösung. Für den Lösungsvorschlag stehen der Finanz Plus AG alle renommierten Serviceanbieter zur Verfügung.

Massgeschneiderte Lösungen und langfristige Zusammenarbeit

Wie bei einem exklusiven Massschneider werden die individuellen Daten aufgenommen, die persönlichen Bedürfnisse und Wünsche im Detail besprochen und fliessen in die Konzeption der später vorgeschlagenen Lösung ein. Am Ende steht eine Konzeption, die – so wie ein Massanzug nur seinem vorbestimmten Träger passt – sonst niemandem vollgültig gerecht werden kann. Manuela Inglin und Martin Rothkoegel setzen bei ihren Kunden auf die langfristige Zusammenarbeit. Voraussetzung dafür sind zufriedene Kunden, die einen echten Mehrwert in der Beratung erfahren haben und deshalb ihren Beratern auch in allen anderen Lebenslagen volles Vertrauen entgegenbringen.

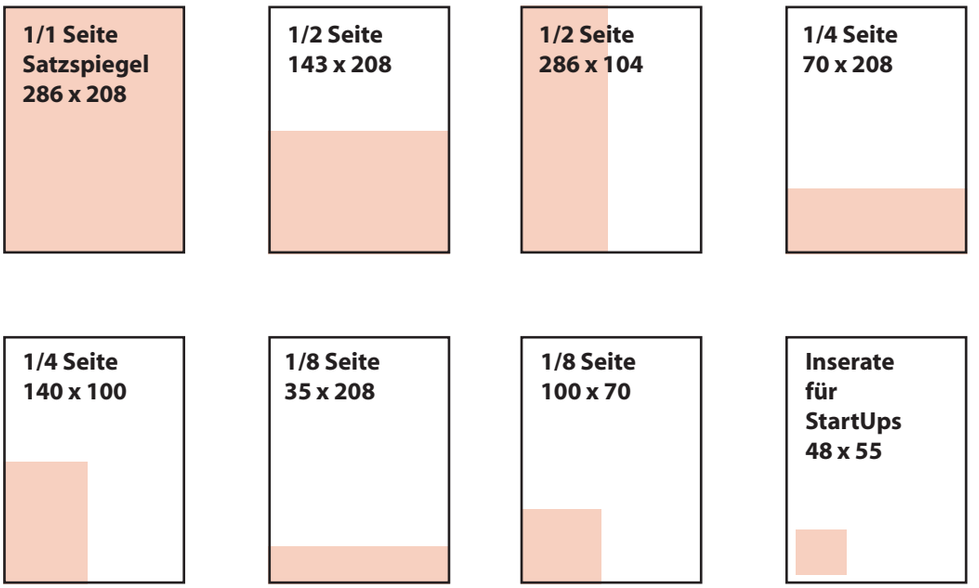
Finanz Plus AG
Baarerstrasse 135, Postfach
CH-6301 Zug
Fon +41 41 763 54 63, Fax +41 41 763 54 66
info@finanzplus.ch, www.finanzplus.ch

Anzeigen

Werben Sie, wo Sie gesehen werden!

Mit einer Auflage von 10 000 Exemplaren bietet Ihnen die Zeitung ***«ERFOLG»*** die Möglichkeit, da zu werben, wo Sie von Ihren Kunden gesehen werden.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Herr Michel Wäspi berät Sie gerne. 079 766 20 64



Grösse	Satzspiegel	Kosten
1/1 Seite	208 x 286 mm	2100.–
1/2 Seite quer	208 x 143 mm	1080.–
1/2 Seite hoch	104 x 286 mm	1080.–
1/4 Seite quer	208 x 70 mm	540.–
1/4 Seite hoch	100 x 140 mm	540.–
1/8 Seite quer	208 x 35 mm	300.–
1/8 Seite hoch	100 x 70 mm	300.–
StartUp Inserat	48 x 55 mm	100.–

Zuschlag für Titelseite: 20%
Zuschlag für 1. Innenseite, letzte Innenseite, Rückseite 10%

Seite	Kosten	Anzahl	Mögliche Grössen
Titelseite:	360.–	2x	100 x 70
Seite 2:	1700.–	1x	204 x 218
	600.–	1x	204 x 70
Seite 3–18:	300.–	24x	100 x 70
Seite 19:	1700.–	1x	204 x 218
	600.–	1x	204 x 70
Seite 20:	2300.–	1x	204 x 288

Abschlussrabatte: 10% bei Jahresabschluss
Alle Preise exkl. MwSt.

Impressum

Herausgeber:
KMU Netzwerk Verlag GmbH
Eschenring 13, 6300 Zug
Tel. 041 740 42 25
Fax. 041 740 42 26
www.netzwerk-verlag.ch
info@netzwerk-verlag.ch
Verlagsleitung:
Roland M. Rupp
Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
Tel. 041 740 42 25
Fax. 041 740 42 26
abo@netzwerk-verlag.ch
Inserateverkauf:
Tel. 079 766 20 64
Fax. 041 740 42 26
Inserate@netzwerk-verlag.ch
Kundenberater Inserate:
Michel Wäspi
michel.waespi@ip-marketing.ch
Produktion:
grafik desktop publishing
walter röllin, 6312 Steinhausen
Druck:
Druckerei Triner AG, Schmidgasse 7
6431 Schwyz
Auflage:
Printauflage: 5000 Ex.
Onlineauflage: 5000 Ex
Erscheinung:
erscheint monatlich
Preise:
Jahresabo Fr. 36.–
Einzelpreis Fr. 3.90
Redaktions-/Anzeigenschluss:
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin
Copyright:
Das Abdrucken von Texten und Inseraten nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

12 x im Jahr den *ERFOLG* im Briefkasten

Ja, ich bestelle das Jahres-Abonnement zum Preis von nur CHF 36.– (inkl. MwSt.)

Ausschneiden und einsenden an:
KMU Netzwerk Verlag GmbH • Eschenring 13 • 6300 Zug
Bestellung per Telefon 041 740 42 25 - per Fax 041 740 42 26 oder E-Mail. abo@netzwerk-verlag.ch

Firma _____

Name _____

Vorname _____

Adresse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

Datum/Unterschrift _____

Die starke Zeitung für Selbständige, Unternehmer und Existenzgründer

www.netzwerk-verlag.ch

fischerUNDryser, BASEL
aufregendes Leben
Anlagekonto
bis 3%
Tel. 0848 133 000
WIR Bank
seit 1934
www.wirbank.ch
Basel • Bern • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano