

Inhalt

- I. **Literaturtipps/Neuerscheinung: Albert Metzler – ‚Alternatives Denken‘**
- II. **Kurzinterview – Marc Culas: E-Mail-Marketing für KMU**
- III. **Gründung ohne Kapital – Was ist Mikrofinanzierung?**
- IV. **RICH – Das Erkennen von Risiken und Chancen**
- V. **Kurzmeldungen**

I. Literaturtipps/Neuerscheinung: Albert Metzler – ‚Alternatives Denken‘

Alternatives Denken was ist das, was nützt mir das? Antwort auf diese Fragen liefert die neue Publikation von Albert Metzler. Da der Bedarf an alternativen Lösungen bzw. Alternativem Denken in wohl allen Bereichen menschlichen Lebens zunehmend größer wird, bietet dieses Werk erstmals einen umfassenden Überblick darüber, was Alternatives Denken eigentlich ist. Das Buch definiert den Begriff Alternatives Denken und stellt ihn gleichzeitig als universelles Modell zur Befreiung von jeglicher Fremdbestimmung für das alternativ denkende Individuum vor. Dazu kommen Vorgaben zur Aneignung des Alternativen Denkens in Privat- und Berufsleben. Angesprochen werden nicht nur Führungskräfte aus Wirtschaft und Politik, sondern alle Menschen, die häufig auf sich selbst angewiesen sind und ihre eigenen Entscheidungen treffen müssen, wie z.B. Berater, Interessenvertreter, Freiberufler, Verkäufer usw. Außerdem richtet sich das Buch an alle, die unabhängig von ihrem Beruf an ihrer persönlichen Weiterentwicklung arbeiten möchten.

II. Kurzinterview – Marc Culas: E-Mail-Marketing für KMU



Marc Culas – Mitgründer und Geschäftsführer der MARMATO GbR (www.marmato.de) aus Stuttgart. Das Unternehmen hat sich bundesweit als Spezialist für E-Mail und Newslettermarketing positioniert bzw. spezialisiert.

Redaktion: Warum liegt derzeit das Thema ‚E-Mail Marketing‘ so stark im Trend?

Marc Culas: Auf nahezu jedem Markt steigt der Wettbewerb. Die Konsequenz: Der Werbedruck nimmt zu, die Wirkung allerdings ab. Der Auswahl wirksamer Marketinginstrumente kommt somit entscheidende Bedeutung zu. Professionelles E-Mail Marketing von marmato bietet Unternehmen umfassende Möglichkeiten, bestehende und neue Kunden kostengünstiger, schneller und damit effizienter als bisher zu erreichen. Zielgerichtet eingesetzt gibt es heute kein Marketinginstrument mit einem vergleichbar guten Preis/Leistungsverhältnis.

Redaktion: Was ist der konkrete Nutzen für einen KMU-Betrieb?

Marc Culas: Zum einen sind dies Hohe Responseraten. E-Mails sind einfach und bequem. Nichts ist leichter als durch einen Klick weitere Informationen über ein Angebot zu erhalten oder gar das Seminar zu buchen. Nicht zuletzt deswegen liegen die Responseraten guter eMailings sehr deutlich über den durchschnittlich 1–3% anderer Direktmarketinginstrumente. Kunden aus dem Bereich „Weiterbildung“ haben im Mittel 5-7 % Rücklaufquote. Zum anderen sind die niedrigeren Kosten zu nennen. Bei klassischen Werbeflehen und Kundenzeitungen fallen Druck-, Papier- und Portokosten an, bei eMailings nicht. Die "digitalen" Versand- und Gestaltungs-Kosten betragen nur etwa ein Drittel dessen, was Papieraussendungen kosten.

III. Gründung ohne Kapital – Was ist Mikrofinanzierung?

Lutz Lochner – bonoconcept Wirtschaftsberatung

Die Schwierigkeiten des deutschen Mittelstands zu den Themen Finanzierung, Eigenkapital und Ertragslage sind nicht nur seit der Verabschiedung von Basel II - in aller Munde. Es gibt keinen Tag an dem mittelständische Unternehmen von Schlagzeilen mit negativen Meldungen zu diesem Thema unbehelligt blieben. Dabei sind schon seit langem die Folgen einer veränderten Kreditvergabe des Bankensektors an Unternehmen des Mittelstandes schmerzhaft spürbar. Dennoch sind es gerade die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), die mit Abstand den größten Anteil am Bruttoinlandsprodukt und der Schaffung von neuen Arbeitsplätzen haben. Diese Erkenntnis hat sich langsam auch auf der politischen Ebene durchgesetzt, die mittlerweile versucht zusätzlich neue Weg für die Finanzierung von KMU zu ermöglichen und privatwirtschaftliche Initiativen zum Thema Mikrofinanzierung unterstützt.

Die Idee der Mikrofinanzierung hat Ihren Ursprung in den Entwicklungsländern. Von Armut und fehlenden Finanzierungsmöglichkeiten geprägt, schlossen sich ärmere Bevölkerungsteile in Selbsthilfeorganisationen zusammen. Ziel war es, gemeinsam – mit Hilfe von Kleinstkrediten – Investitionen zu tätigen, die von allen Mitgliedern der Selbsthilfegruppe genutzt wurden und nicht von einem einzelnen Mitglied hätten angeschafft bzw. finanziert werden können. Eines der bekanntesten Beispiele für einen Finanzierer solche Initiativen ist die Grameen Bank in Bangladesh. Dieser Weg Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten war enorm erfolgreich und hat – in der Form der Mikrofinanzierung - längst den Siegeszug um die Welt auch durch die industrialisierte Welt angetreten. Denn lange schon sind viele Unternehmen des Mittelstands aus Sicht der Banken nicht mehr kreditwürdig oder wegen der geringen Kredithöhe und der relativ hohen Bearbeitungskosten für die klassischen Finanzdienstleister nicht interessant. Für diesen Kreis von Personen oder Unternehmen haben sich im Laufe der Zeit mehrere Gruppen von Kapitalgebern für Mikrofinanzierungen mit unterschiedlichen Zielsetzungen herausgebildet. Dazu zählen u.a.:

- Kapitalgeber für Kleinstgründungen zur Bekämpfung sozialer Ausgrenzung bestimmter gesellschaftlicher Gruppen (z.B. Frauen, Jugendliche, Langzeitarbeitslose, Immigranten etc.)
- Kapitalgeber, die bestehenden Unternehmen den Zugang zum klassischen Kreditsektor erleichtern oder erst ermöglichen wollen, um deren Fortbestand zu sichern

- Ethisch orientierte Kapitalgeber (Genossenschaften, Non-Profit Organisationen, Unternehmen aus der Sozialwirtschaft oder ökologische Banken, die sich auf Projekt- und Unternehmensfinanzierungen im Umweltbereich konzentrieren.
- Die angelsächsisch geprägten ‚community funds‘ und ‚credit unions‘ zur Förderung der lokalen Ökonomie, die überwiegend in den USA und Großbritannien anzutreffen sind.

Definition: Mikrofinanzierung bezeichnet:

- spezielle Finanzierungsinstrumente.
- für Zielgruppen, die von herkömmlichen Finanzierungsinstrumenten nicht oder nicht mehr versorgt werden.
- und deren Höhe gering oder sehr gering ist.

Eine klare Betragsgrenze existiert nicht, aber es wird meist ein maximales Finanzierungsvolumen von ca. 20.000 Euro in der Diskussion zur Mikrofinanzierung genannt. Dabei umfasst dieser Begriff nicht nur Mikrokreditinstrumente (microlending), sondern geht darüber hinaus. Mikrofinanzierung kann auch Garantiesysteme, Zuschussprogramme und ähnliche Unterstützungen beinhalten.

Chancen: Einer der wichtigsten Aspekte warum Mikrofinanzierung als Chance gesehen werden sollte, liegt auf der Hand: Durch die Finanzierung von Investitionen, die sonst nicht getätigt worden wären entstehen direkt und indirekt Arbeitsplätze, die anderweitig nicht entstanden wären. Darüber hinaus werden Investitionen in Bereichen ermöglicht, in denen i.a.R. andere Kapitalgeber ohnehin nicht investieren. Dazu zählen z.B. die Bereiche Kinderbetreuung, Bildung, Kultur, soziale Dienstleistungen. Meist kommt hinzu, dass eigenständige Mikrofinanzierer das Gemeinwesen schon dadurch entlasten, dass sie die Eigeninitiative von Menschen unterstützen, die sonst in das soziale Netz des Staates fallen würde. Im Erfolgsfalle wird diesem Personenkreis ein eigenfinanziertes Leben ermöglicht. Neben den wirtschaftlichen sind auch die damit verbundenen sozialen Vorteile nicht zu unterschätzen. Mikrofinanzierung schließt eine Marktlücke auf dem Kapitalmarkt. Initiativen zur Mikrofinanzierung verdrängen keine Anbieter auf dem Kapitalmarkt, sondern sie ergänzen das Angebot komplementär. Wird heute noch der Bereich der Mikrofinanzierung stiefmütterlich behandelt, so kann sich dies schon bald ändern. In dem Moment, in dem es gelingt die Mikrofinanzierung standardisiert und zu geringen Kosten auf Seiten des Mikrofinanzierers anzubieten - und damit auch interessante Gewinnmargen zu erzielen – werden sich auch klassische Finanzinstitute weiter der Mikrofinanzierung öffnen.

IV. RICH Audit – Das Erkennen von Risiken und Chancen

Unternehmer müssen sich über große Risiken und Chancen gleichermaßen bewusst sein. Beides sind Potenziale – die der Zerstörung und des Gewinns. Das Problem liegt im rechtzeitigen Erkennen und dann in der Fähigkeit zu sofortigem Handeln.

Ein Audit für einen oder beide Aspekte kann für Unternehmen hilfreich sein. Ein einfaches aber trotzdem wirksames Risiko-Audit verschafft die Transparenz, welche vom Gesetzgeber, von Banken, Lieferanten und Kunden gleichermaßen gefordert werden. Das komplementäre Chancen-Audit untersucht die Voraussetzungen, welche gegeben sein müssen, um Chancen in erfolgreiche Produkte und Dienstleistungen zu verwandeln. Nur wenige Unternehmen verfügen jedoch über Abteilungen, welche sich diesen speziellen, jedoch überlebenswichtigen Aufgaben vollzeitlich widmen können.

Diese wichtigen Aufgaben hat nun die bonoconcept-Projektgruppe „RICH“ übernommen, welche Ihnen anbietet, für einige wenige Tage Ihr Gesprächspartner zu sein. So können Sie sich andere Sichtweisen ausleihen und Ihre unternehmerische Position neu bestimmen. Die Gruppe stellt Ihnen ein Verfahrensmodell zur ganzheitlichen Erfassung von Risiken und Chancen zum Kennen lernen vor, welches Sie in Ihrem Unternehmen leicht und mit wenig Aufwand übernehmen können.

Die bonoconcept Wirtschaftsberatung hat dieses Modell zusammen mit der Fachhochschule in Bern entwickelt. Durch geführt wird die Veranstaltung von Herrn Lutz Lochner (bonoconcept Wirtschaftsberatung) und Herrn Prof. Dr. Rolf Jakobi (FH Bern).

Unser Angebot lautet: Sprechen Sie uns an oder mailen Sie Herrn Lochner direkt unter (lutz.lochner@bonoconcept.de) an. Wir erstellen Ihnen dann ein individuelles Angebot. Als Basispaket ist darin immer enthalten:

- Vorstellen des Modells RICH und Erläuterungen von Aufwand und Nutzen
- Moderierung eines 1-tägigen firmeninternen Workshops
- Diskussion mit Executives
- Dokumentation mit Empfehlungen

V. Kurzmeldungen

- Am 6. Juli führt Sie unsere Kooperationspartnerin Ulrike Bergmann (vom Büro für ungewöhnliche Zielerreichung) mit Ihrem Seminar bei der IHK-Akademie in München in die Grundlagen der Kontaktpflege ein. Am Seminar "Networking - gute Kontakte für Gründer" können auch "alte Hasen" teilnehmen und von der langjährigen Erfahrung der Trainerin profitieren. Nutzen Sie den günstigen dieser staatlich geförderten Veranstaltung: 70 Euro einschließlich umfangreich Verpflegung. Detailinformationen unter <http://www.zielerreichung.de>

Antwortfax: 0 69 / 67 73 39 38

Bitte senden Sie mir die



News kostenlos und regelmäßig (alle zwei Monate) per E-Mail zu:

Firma: _____

Empfänger: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____