



# Unternehmens **Navi**

Das Magazin für junge Betriebe im Handwerk

# Wer ist hier der Chef?

# Inhalt

---

**4** **Organisation:**  
*Fehlerlos durch den Parcours*

**6** **Vorsorge:**  
*Gut abgesichert*

**8** **Sozialversicherungen:**  
*Wenn Verstärkung nötig wird*

**10** **Fördergelder:**  
*Gelder von der öffentlichen Hand*

**12** **Sicherheiten:**  
*Mit besseren Konditionen*

**14** **Liquidität:**  
*Sicherer ans Geld*

**16** **Effizienz:**  
*Vernetztes Arbeiten mit Elektrowerkzeugen*

**18** **Flottenmanagement:**  
*Alles schwarz auf weiß*

**20** **Digitalisierung:**  
*Das neue Werkzeug für Handwerker*

**22** **Online:**  
*In wenigen Schritten zur eigenen Homepage*

**24** **Corporate Design:**  
*Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance*

**26** **Betriebsberater:**  
*Das Beratungsnetzwerk der Handwerkskammern und Fachverbände*

# Impressum

---

## Unternehmensnavi

Das Magazin für Gründer  
und junge Unternehmen

[www.unternehmensnavi.info](http://www.unternehmensnavi.info)

## Verlag:

Verlagsanstalt Handwerk  
GmbH

Auf'm Tetelberg 7

40221 Düsseldorf

Tel.: 0211/ 390 98 0

E-Mail:

[info@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:info@verlagsanstalt-handwerk.de)

## Redaktion:

Claudia Stemick

Stefan Bühren

Ulrike Lotze

## Fotos:

123rf

iStock

Werbefotografie Weiss

## Grafik und Satz:

Carsten W. Knospe

[www.grafikgarten.se](http://www.grafikgarten.se)

## Druck:

Druckhaus Cramer

Hansaring 118

48268 Greven

# Grußwort

---



Herzlichen Glückwunsch! Sie haben sich entschieden, Teil der „Wirtschaftsmacht von nebenan“ zu werden. Damit gehört Ihr Unternehmen zu den mehr als eine Million Unternehmen, die die Wirtschaftsgruppe Handwerk so erfolgreich und für die Gesellschaft unverzichtbar machen. Und Sie wissen: Die Führung eines Unternehmens ist ein komplexer Prozess, zu dessen Bewältigung ein schlüssiges Unternehmenskonzept notwendig ist. Sie konnten aber auch feststellen, dass man zur Realisierung der Selbstständigkeit gerade im Handwerk das ideale Umfeld findet. Der Meisterbrief ist mit seiner intensiven fachlichen Ausbildung, ergänzt um pädagogische, kaufmännische und rechtliche Kenntnisse, die ideale Ausgangsposition für das Unternehmerleben. Handwerksbetriebe, die sich auf ihre besonderen Stärken konzentrieren und in ihrem Marktsegment individuell auf den Kunden zugeschnittene und qualitativ hochwertige Leistungen anbieten, sind im Wettbewerb überdurchschnittlich erfolgreich.



Eine solide Finanzierung des Betriebes ist für den nachhaltigen Unternehmenserfolg ebenso unverzichtbar wie ein fundiertes Marketingkonzept, das Zielgruppen einordnet, die Möglichkeiten der Auftragsgewinnung bestimmt, Preise und Lieferbedingungen beschreibt und abgestimmte Werbemaßnahmen entwickelt. Auch sollte die wirtschaftliche und finanzielle Situation des Unternehmens regelmäßig analysiert, überprüft und gegebenenfalls angepasst wie auch die dauerhafte Fachkräftesicherung und Personalentwicklung in den Fokus gestellt werden.

Eine kompetente Unterstützung finden die Existenzgründer und Unternehmer dabei in den bundesweit über 900 technischen und betriebswirtschaftlichen Beratern der Handwerkskammern und Fachverbände. Sie helfen bei der Erstellung eines Businessplans, unterstützen bei der Markterkundung, bewerten den Einsatz innovativer Technologien und sind in der Lage, optimal auf den Einzelfall zugeschnittene Finanzierungs- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen durchzuführen. Das Unternehmensnavi gibt allen Unternehmerinnen und Unternehmern wertvolle Anregungen – vor allem aber denjenigen, die noch in der Gründungs- und Aufbauphase stehen. Es lenkt das Augenmerk auf mögliche Problemfelder im Betrieb und zeigt Lösungswege bei Schwierigkeiten auf. Auch hilft es geeignete Unterstützung zu finden, wenn die Probleme den Einzelnen zunächst zu überfordern scheinen. Ich empfehle Ihnen daher: Nutzen Sie die Anregungen des Unternehmensnavis, unsere Experten stehen Ihnen anschließend zur Seite!

## Hans Peter Wollseifer

Präsident des Zentralverbandes  
des Deutschen Handwerks

# Fehlerlos durch den Parcours

Durch Umstieg auf neue Software das Unternehmenswachstum meistern



Vom kleinen Sattelversand zum internationalen Marktführer für Reitsportartikel – wenn eine Firma so stark wächst, müssen die Prozesse und Programme angepasst werden. Deshalb entschied sich Krämer Pferdesport für Lösungen von DATEV.

Die Zahlen beeindruckten. 600 Mitarbeiter versenden alles rund ums Pferd an 600.000 Kunden in Deutschland, Frankreich, Österreich, Luxemburg, Belgien, den Niederlanden und der Schweiz. 25 Megastores in Deutschland und Österreich sowie 16 Filialen in der Schweiz sind für jene geöffnet, die lieber im Laden kaufen.

Die Richard Krämer Pferdesport GmbH & Co. KG in Hockenheim mit ihrer Schweizer Tochterfirma Felix Bühler AG ist Branchenführer in Deutschland sowie europaweit eine feste Größe. Und die Expansion geht weiter. „Wir werden auch in Zukunft wachsen“, erklärt der kaufmännische Leiter und Gesellschafter Walter Stricker.

## Aufwand erheblich reduziert

Dieses ambitionierte Expansionsprogramm erfordert überall Höchstleistungen. „Für den Erfolg brauchen wir kompetente Mitarbeiter, ein solides Preis-Leistungs-Verhältnis und beste Qualität, aber auch passende Lösungen im Kernbereich der Verwaltung, also der Lohn- und Gehaltsabrechnung sowie der Finanzbuchführung“, sagt Stricker. Gerade bei der Kostenrechnung für die Megastores verursachte das Wachstum einen erhöhten Auswertungsbedarf, der die früher genutzte Software an ihre Grenzen brachte. Auch der Datenaustausch mit dem Steuerberater lief nicht rund. Deshalb war für den kaufmännischen Leiter rasch klar: „Wenn die Übergabe von Lohndaten in die Finanzbuchführung nur manuell möglich ist und es kaum automatisierte, digitale Prüfprozesse gibt, müssen wir eben neue Wege beschreiten.“ Die Suche danach ging das Projektteam sehr professionell an. „Erste Anlaufstelle war unser Steuerberater“, so Stricker. „Er empfahl einen DATEV-Lösungs-Partner für Unternehmen aus der Region.“ Der von DATEV für den Bereich Personalwirtschaft und Rechnungswesen zertifizierte EDV-Spezialist übernahm die Implementierung der neuen Software. Eine DATEV-Mitar-



Steuerberater  
Dr. Robert Mayr,  
Vorstandsvorsitzender  
der DATEV eG,

»Digitalisierung und elektronische Vernetzung sorgen in vielen Bereichen für schlankere Abläufe und schnellere Ergebnisse. Bei DATEV haben wir in erster Linie die kaufmännischen Aufgaben im Blick, die der Unternehmer wohl oder übel erledigen muss. Hierbei kann die Digitalisierung für enorme Entlastung sorgen.«

beiterin kümmerte sich um die im Bereich Personalwirtschaft notwendigen Erstanalysen und besprach die Ergebnisse mit dem Steuerberater.

## Automatisierungsgrad erhöht

Seit der Softwareumstellung nutzt Krämer Pferdesport *DATEV Lohn und Gehalt* sowie *DATEV Rechnungswesen pro mit Kostenrechnung*. Früher wurden die Kasseneinnahmen der Megastores täglich manuell gebucht, jetzt werden die Daten über die ASCII-Schnittstelle importiert. Zufrieden





Walter Stricker,  
kaufmännischer Leiter  
und Gesellschafter  
der Richard Krämer  
Pferdesport GmbH & Co KG

rechnet Stricker vor: „Dadurch haben wir eine Zeitersparnis von acht bis zehn Stunden pro Woche!“ Schneller geht es jetzt auch bei den Lohndaten. Weil sie über das DATEV-Rechenzentrum an die beteiligten Institutionen geschickt werden, minimieren sich Fehlerquellen und Zeitverluste. Die elektronischen Rückmeldungen der Institutionen, etwa neue Sozialversicherungsnummern oder ELSTAM, werden automatisch verarbeitet. Änderungen bei den Stammdaten der Institutionen – wie Finanzämtern, Krankenkassen oder Banken – aktualisiert das DATEV-Rechenzentrum ebenfalls ohne manuellen Eingriff.

Eine weitere Erleichterung ist für Stricker die sichere Übermittlung der Umsatzsteuervoranmeldung über das DATEV-Rechenzentrum: „Weil bei DATEV eine automatische Authentifizierung erfolgt, müssen wir nicht länger zeitlich befristete Zertifikate beantragen und einrichten. Die Umstellung auf die DATEV-Lösungen hat sich auf jeden Fall gelohnt“, meint Stricker deshalb zufrieden. „Weil die Prozesse schneller, einfacher und auch sicherer geworden sind, lässt sich das stete Wachstum unseres Unternehmens auch in Zukunft stemmen.“ Die Zahl der Megastores dürfte also noch weiter nach oben gehen. ■



# Gut abgesichert

Erst im Schadensfall merkt man, welchen Wert eine Versicherung hat. Für jeden Betriebsinhaber gilt: Er sollte sein Unternehmen, aber auch sich persönlich gegen die Unwägbarkeiten des Lebens absichern.



Der gute Teppich im Wohnzimmer wird durch einen umgekippten Farbeimer zerstört, das Parkett beim Transport der Maschinen zerkratzt oder der liebevoll angelegte Vorgarten bei den Fassadenarbeiten dem Erdboden gleichgemacht: Wo gearbeitet wird, können Fehler und Missgeschicke passieren.

Gefeit ist gegen solche Ereignisse niemand, aber hoffentlich gut versichert. Gerade Betriebsinhaber sollten sich in jeder Hinsicht absichern: persönlich, aber natürlich auch den Betrieb und damit die Mitarbeiter. Die Assekuranzen gehen in der Regel durch den Betrieb und entwickeln gemeinsam mit dem Betriebsinhaber einen optimalen Versicherungsschutz, der auf jeden Betrieb individuell zugeschnitten sein muss. Es gilt die alte Devise: „So wenig wie möglich versichern, aber immer so viel wie nötig!“

## Betriebliche Risiken

Gegen welche Risiken Betriebe anfällig sind, hängt natürlich auch vom Gewerk ab. So gibt es allgemeine Risiken wie Feuer- oder Wasserschäden, die eigentlich jeden Betrieb treffen können. Darüber hinaus sollte jeder Betrieb eine Umwelthaftpflichtversicherung abschließen. Denn kein Betriebsinhaber kommt umhin, das Risiko seines Unternehmens im Hinblick auf mögliche Schadensfälle einzuschätzen.

### Zu diesen Schadensfällen zählen ...

- Feuerschäden, Explosion
- Sturm
- Wasserschäden
- Einbruch/Diebstahl
- Maschinenbruch
- Warentransporte
- Betriebsunterbrechungen
- Energieausfall
- Computerausfall
- Umwelthaftpflicht
- Betriebshaftpflicht
- Kfz-Haftpflicht
- Sabotage
- Forderungsausfall

Nicht immer ist eine Police notwendig. Jeder Betriebsinhaber sollte hier genau überlegen, welche möglichen Schäden er aus eigener Tasche zahlen kann, wenn sie denn eintreten sollten, und welche er mit einer Versicherung absichert.

Nicht immer reicht es, nur das eigentliche Ereignis – wie etwa einen Feuerschaden – abzusichern. Selbst wenn die Versicherung den Schaden ersetzt, bleiben die laufenden Kosten wie Miete, Zinszahlungen und Personalentgelte erhalten, werden aber beispielsweise durch eine Betriebsunterbrechungs-Versicherung abgedeckt. Zu den unerlässlichen Absicherungen gehört auch eine Betriebs-Haftpflichtversicherung, die ähnlich der im privaten Bereich funktioniert. Sie deckt Risiken ab, wenn Dritte durch den Betrieb zu Schaden kommen, etwa wenn eine umstürzende Leiter den Gastisch des Kunden zerstört oder jemand über ein Gerätekabel stolpert und stürzt. Außerdem bietet sich für produzierende Betriebe noch eine Produkt-Haftpflichtversicherung an, die dann einspringt, wenn Dritte durch das Produkt geschädigt werden.

## Persönliche Risiken absichern

Auf keinen Fall sollte der Betriebsinhaber sich selbst vergessen, denn er ist Dreh- und Angelpunkt für das Unternehmen. Unabdingbar ist eine finanzielle Absicherung für den Fall, dass der Betriebsinhaber erkrankt oder womöglich sogar berufsunfähig wird. So zählen zu den persönlichen Risiken die Folgen von Krankheit, Unfall, Erwerbsunfähigkeit, Pflegebedürftigkeit, Arbeitslosigkeit, Alter und auch der Tod. Die Absicherung für den Krankheitsfall steht an oberster Stelle und mit ihr die Frage nach einer gesetzlichen oder privaten Krankenversicherung. Was die richtige Wahl ist, hängt von mehreren Faktoren ab, etwa ob man sich alleine oder gleich eine Familie mitversichern muss. Sitzt eine Familie mit im Boot, sollte man deren Absicherung auch auf keinen Fall vergessen. ■

Art der Gefahr	Risiko für das Unternehmen		
	groß	mittel	klein
Feuer, Explosion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
auf benachbarte Grundstücke übergreifendes Feuer, Sturm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leitungswasser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einbruchdiebstahl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maschinenbruch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Warentransporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Betriebsunterbrechung durch Feuer, Maschinenschaden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Energieausfall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verseuchung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computerausfall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Betriebshaftpflicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Umwelthaftpflicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produkthaftpflicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kraftfahrzeughaftpflicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eigene Kraftfahrzeugschäden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unfallschäden (Kasko)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beraubung, Sabotage, Unterschlagung, Forderungsausfall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auslandsrisiken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quelle: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V.



# Checkliste

## Mein erster Mitarbeiter

Als Arbeitgeber sind Sie verpflichtet, dem Angestellten spätestens einen Monat nach Beginn des Beschäftigungsverhältnisses einen schriftlichen Nachweis auszuhandigen, der alle wesentlichen Vertragsbedingungen enthält. Für einen guten Start ist es wichtig, den Vertrag rechtzeitig vor Arbeitsantritt zu überreichen. Dies gilt insbesondere bei befristeten Verträgen, da eine Befristung nur vor Aufnahme der tatsächlichen Beschäftigung möglich ist.

## Inhalte des Arbeitsvertrages

Der Vertrag sollte Namen und Anschrift der Vertragsparteien, den Arbeitsort sowie eine kurze Beschreibung der Tätigkeit enthalten. Schreiben Sie außerdem den Beginn des Arbeitsverhältnisses, die Arbeitszeit und die Dauer des Jahresurlaubs fest. Auch die Höhe und Zusammensetzung des Arbeitsentgeltes, die Auszahlungstermine sowie die Hinweise zu den Kündigungsfristen müssen im Arbeitsvertrag genannt werden.

## Fordern Sie Ihre Betriebsnummer an

Wenn Sie Mitarbeiter einstellen, müssen Sie Ihr Unternehmen bei der Bundesagentur für Arbeit anmelden. Daraufhin bekommen Sie eine Betriebsnummer zugeteilt, die Sie zur Anmeldung Ihrer Angestellten bei der Sozialversicherung benötigen.

## Sozialabgaben anmelden

Weiterhin sind Sie verpflichtet, Ihre neuen, versicherungspflichtigen Mitarbeiter bei den Trägern der Sozialversicherung (Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung) anzumelden. Dies geschieht über die Meldung an die für Ihren Mitarbeiter zuständige Krankenkasse. Der Gesamtsozialversicherungsbeitrag ist ebenfalls dorthin zu zahlen und wird von dort entsprechend weitergeleitet. Für geringfügig Beschäftigte ist die Minijob-Zentrale zuständig.

## Anmeldefristen beachten

Wichtig: Die Sozialversicherungspflicht beginnt am ersten Arbeitstag Ihres neuen Mitarbeiters. Melden Sie ihn bitte umgehend an, damit Ihr Mitarbeiter kurzfristig mit der Krankenversichertenkarte und weiteren Unterlagen versorgt werden kann. Die Anmeldung ist grundsätzlich mit der ersten Lohnabrechnung vorzunehmen, spätestens aber innerhalb von sechs Wochen nach Beschäftigungsbeginn.



Volker Müller,  
Leiter Referat Beiträge/Systemprüfung  
bei der IKK classic

»Wir wissen, wo unseren  
Handwerkskunden der  
Schuh drückt, und richten  
Leistungen und Service  
daran aus.«







# Wenn Verstärkung nötig wird

Eine gute Auftragslage erfordert gute und vor allem ausreichend Mitarbeiter. Worauf Unternehmer achten müssen, wenn sie Mitarbeiter einstellen.



Die Geschäfte laufen gut im Handwerk. Gerade im Bau- und Ausbauhandwerk ist die Lage aktuell so gut wie nie. Laut Konjunkturbericht des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZdH) vom 2. Quartal 2016 liefert dabei besonders der Wohnungsbau kräftige Impulse. Bei der Befragung, an der rund 25.000 Betriebe teilnahmen, bewertete mehr als jeder zweite Betrieb seine aktuelle Geschäftslage als gut. Auch wenn sich dieser positive Trend in den Bau- und Ausbaubetrieben besonders stark abzeichnet, herrscht doch in beinahe allen Gewerkegruppen ein positives Klima.

Gute Aussichten also – aber was tun, wenn die Auftragslage die eigenen personellen Kapazitäten übersteigt? Hier hilft nur eines: Verstärkung muss her! Doch gerade bei Arbeitgebern in der Anfangsphase will dieser Schritt genau überlegt und kalkuliert sein. Denn mit den Mitarbeitern wachsen auch die finanziellen Ausgaben. Das gilt nicht nur für das Gehalt, sondern auch für die Lohnnebenkosten. „Wer einen Mitarbeiter einstellt, sollte ihn unbedingt frühzeitig bei den Sozialversicherungsträgern anmelden“, warnt Lisa Herbrand, Leiterin der Unternehmensberatung der Handwerkskammer des Saarlandes. Aus der täglichen Beratungspraxis kennt sie die gefährlichen Folgen, sollte der Unternehmer die Anmeldung nicht bedacht haben. „Wird das versäumt, droht ein schlimmes Erwachen, wenn zu einem späteren Zeitpunkt hohe Nachforderungen der Sozialkassen eingehen.“ Die Liquidität, wenn nicht sogar die Existenz des jungen Unternehmens, ist dann bedroht.

## Angebote und Rechentools im Netz

Wer sich über Beiträge zur Krankenversicherung oder zu anderen Sozialversicherungsträgern informieren will, findet Hilfestellung im Netz. Die IKK classic hat dazu auf [www.ikk-classic.de](http://www.ikk-classic.de) Online-Rechner bereitgestellt, mit denen Sie schnell und unkompliziert Lohnnebenkosten ermitteln können, die Sie bei der Kalkulation der Mitarbeitergehälter berücksichtigen müssen. Stichwort Krankenversicherung: Seit dem 1. Januar 2009 gilt für alle gesetzlichen Krankenkassen der einheitliche Beitragssatz. Er wird jährlich von der Bundesregierung festgelegt und be-

trägt im Jahr 2016 14,6 Prozent. Arbeitgeber und Arbeitnehmer tragen jeweils die Hälfte – also 7,3 Prozent.

Jede Kasse kann jedoch nach Bedarf einen individuellen Zusatzbeitrag erheben, der allein vom Arbeitnehmer zu tragen ist. Bei der Krankenkassenwahl kommt es deshalb zum einen auf einen Preisvergleich an, aber auch auf einen genauen Vergleich der Leistungen, die sich dahinter verbergen. Auch Aspekte wie Servicequalität und Vertrautheit mit der jeweiligen Berufsgruppe gilt es zu berücksichtigen. Eine Krankenkasse wie die IKK classic hat beispielsweise nicht nur attraktive Konditionen, sondern kennt auch die Bedürfnisse des Handwerks aus langjähriger Erfahrung: „Wir wissen, wo unseren Handwerkskunden der Schuh drückt, und richten Leistungen und Service daran aus“, betont Volker Müller, Leiter Referat Beiträge/Systemprüfung bei der IKK classic. „Als kompetente Ansprechpartner in Sachen Gesundheitsschutz und Sozialversicherungsrecht stehen wir Ihnen jederzeit zur Seite“, fügt Müller hinzu. „Das gilt für das persönliche Beratungsgespräch – gern auch vor Ort im Betrieb – genauso wie für umfangreiche Serviceleistungen im Internet.“ Auf der Webseite der IKK classic sowie in übersichtlichen Infobroschüren und kundenorientierten Briefen finden Unternehmer zum Beispiel die aktuellen Beiträge zur Pflegeversicherung: 2,35 Prozent bzw. für Kinderlose 2,60 Prozent (2017 voraussichtlich 2,55 Prozent bzw. 2,8 Prozent).

Wer sich in den Anfangsjahren finanziell noch nicht zu sehr binden möchte, der kann auch mit Praktikanten, Freiberuflern, Mini-Jobbern, Zeitarbeitern oder befristet Angestellten starten. Der Vorteil: Sie lernen die Mitarbeiter erst kennen und stellen sie dann – wenn alles passt – ein.

Allerdings: Wenn Sie lediglich Aushilfen beschäftigen, geht dies häufig mit einer hohen Fluktuation einher. Dem Kundenbedürfnis nach einem festen und kompetenten Ansprechpartner wird ein fest angestellter, gut ausgebildeter Mitarbeiter eher gerecht. Lisa Herbrand kann dies nur bestätigen: „Längerfristig lohnt sich – bei gewolltem Wachstum des Unternehmens – immer die Investition in gutes Personal, da sich dieses auch auf die Leistungsfähigkeit des Unternehmens auswirkt.“ ■

# Gelder von der öffentlichen Hand

Für nahezu jedes Vorhaben gibt es Fördergelder.  
Wer sich an die Regeln hält,  
kann daher mit Finanzspritzen rechnen



Am Anfang steht die Idee. Doch sie ist nicht allein ausschlaggebend dafür, ob eine Geschäftsgründung von Erfolg gekrönt ist. Dafür kommt es auf viel mehr an. Neben der Persönlichkeit des Gründers und einem soliden Businessplan spielt die Finanzierung eine große Rolle. Dies hat auch die Glaserei Pennekamp im westfälischen Haltern erlebt. Der Spezialist für individuelle Einrichtungslösungen aus Glas finanzierte zwei Jahre nach seiner Gründung im Jahr 2011 mit dem NRW.BANK.Gründungskredit zunächst den Kauf seiner Halle, die Nicolas Pennekamp für seine Glaserei erst nur gepachtet hatte. Zwei Jahre später nutzte er dann den Gründungskredit der nordrhein-westfälischen Förderbank, um seinen Maschinenpark zu modernisieren.

Er profitierte von dem Angebot der öffentlichen Hand: Für nahezu jedes Vorhaben und jedes Projekt gibt es Fördertöpfe, die in Nordrhein-Westfalen in der Regel über die NRW.BANK vergeben werden. Firmeninhaber und Gründer müssen dabei die jeweiligen Förderbedingungen (siehe Kästen) beachten, um in den Genuss dieser finanziellen Unterstützung zu kommen. „Förderung lohnt sich“, sagt Ingrid Hentzschel, Leiterin Hausbanken und Fördernehmerberatung bei der NRW.BANK. „So vielfältig wie die Unternehmenslandschaft ist auch die Förderung in Nordrhein-Westfalen. Wir bieten für jeden Finanzierungsanlass das passende Produkt. Wichtig ist vorab zu wissen: Der Förderantrag muss immer vor Beginn einer Maßnahme bei der Hausbank eingehen, diese leitet diesen an die NRW.BANK weiter.“

Diesen Weg ging auch Gründer Nicolas Pennekamp, der mit seiner Gründung 2011 nach jahrelanger Anstellung als Meister in einem Unternehmen seine eigene Planungs- und Entscheidungshoheit inklusive aller Verantwortung tragen wollte. Mit akribischer Vorbereitung und einem wasserdichten Businessplan sicherte er sich für die Gründung seines Unternehmens zunächst den ERP-Gründungskredit Startgeld. „Das Geld nutzte ich zur Sicherung der Liquidität in meiner Gründungsphase, da mein Eigenkapital in den Kauf der notwendigen Maschinen geflossen war“, erklärt der heute 33-jährige Glasermeister. Er profitierte von der 80-prozen-

tigen Haftungsfreistellung aus dem Programm, für die durchleitende Hausbank ein perfekter Anreiz.

Die zeitnahe Bewilligung der Gelder half ihm und seiner Lebensgefährtin Melanie Schäpers, den Aufbau des Unternehmens weiter voranzutreiben. Dazu zählte auch der zweite Antrag 2015 für den NRW.BANK.Gründungskredit, um seinen Maschinenpark zu modernisieren. Heute liefert die Glaserei Pennekamp mit drei festen Mitarbeitern und zwei Aushilfen individuelle Einrichtungen bis nach Münster und Düsseldorf: Neben Neuverglasungen und Reparaturen sowie Glaszuschnitt konzentriert sich das kleine Unternehmen auf Glasmöbel und Fensterbau und erarbeitete sich so einen guten Ruf, der zum schnellen Wachstum beitrug.

Wichtig war dabei auch die finanzielle Basis, die nicht zuletzt durch die Fördermittel auf sicheren Füßen stand. Wie die Glaserei aus Haltern können in Nordrhein-Westfalen Unternehmer, aber auch Kommunen und Privatpersonen auf die NRW.BANK bauen, wenn es um öffentliche Förderprogramme geht. Allein im ersten Halbjahr 2016 hat die Institution mit Sitzen in Münster und Düsseldorf rund 5,6 Milliarden an Fördermitteln vergeben. „In Nordrhein-Westfalen soll keine gute Idee und wichtige Entwicklung an der Finanzierung scheitern“, sagt Ingrid Hentzschel von der NRW.BANK.

## Drei Förderfelder

In drei strategischen Förderfelder der NRW.BANK sind: „Wohnen & Leben“, „Gründen & Wachsen“ sowie „Entwickeln & Schützen“. Gewerbetreibende, Handwerker und Unternehmer werden vor allem die für sie interessanten Programme im zweiten Förderfeld finden. Die Förderinstitution nutzt dabei das gesamte Spektrum der kreditwirtschaftlichen Förderprodukte, also vom zinsgünstigen Förderkredit und Darlehen, die mangelnde Sicherheiten ausgleichen oder das Eigenkapital stärken, über strukturierte Finanzierungen bis hin zu Eigenkapitalangeboten. Dabei arbeiten die Experten wettbewerbsneutral und im Hausbankverfahren mit allen Banken und Sparkassen in Nordrhein-Westfalen zusammen. ■



## Die einzelnen Förderarten

**Zuschüsse:** Eine finanzielle Zuwendung des Staates, die der Empfänger nicht zurückzahlen muss. Allerdings muss er dafür bestimmte Bedingungen erfüllen. Tut er das nicht, ist eine Rückzahlung inklusive Zinsen fällig.

**Zinsverbilligte Kredite.** Ein klassischer Kredit, bei dem der Staat mit Zuschüssen die Zinshöhe absenkt. Fehlen dem Kreditnehmer Sicherheiten, gibt es Förderkredite mit sogenannter Haftungsfreistellung, die nicht selten sogar das komplette Kreditrisiko übernehmen. Das Ausfallrisiko teilen sich Fördermittelgeber und Hausbank.

**Bürgschaften.** Alternative für Kreditnehmer ohne Sicherheiten, wenn Vorhaben und Erfolgchancen stimmen. Das Volumen einer Ausfallbürgschaft der öffentlichen Hand liegt in der Regel bei 80 Prozent der Kreditsumme.

**Garantien.** Fürs Auslandsgeschäft: Der Staat gibt eine Einzeldeckung für einen Auftrag oder gewährt sie pauschal für mehrere Kunden mit sehr kurzen Zahlungszielen.

**Subventionen.** Sie fließen regelmäßig für bestimmte Vorhaben, Regionen oder Unternehmen. Auf Subventionen gibt es im Gegensatz zu normalen Fördermitteln einen Rechtsanspruch.

Ingrid Hentzschel, Leiterin  
Hausbanken und Fördernehmer-  
beratung bei der NRW.BANK



Foto: Kolja Matzke

»In Nordrhein-Westfalen soll keine gute Idee an der Finanzierung scheitern.«

## So kommen Sie ans Fördergeld

### Schritt 1: Projektbeschreibung

Vorhaben und Zeitraum muss der Chef klar definieren. Unabhängig vom Vorhaben sollten die einzelnen Projektschritte aufgelistet werden.

### Schritt 2: Risikoprofil entwickeln

Erforderlich ist eine konkrete Einschätzung der Geschäftsrisiken wie auch der Chancen. Je nach Vorhaben gehören Markt und Konkurrenzanalysen, Übersichten oder betriebsinterne Umstrukturierungen hinein.

### Schritt 3: Beratung einholen

Das fertige Konzept sollten Freunde, Kollegen und vor allem die Berater der Handwerkskammer oder des Fachverbands lesen und kommentieren. Vor allem die Berater erkennen durch ihre tägliche Arbeit Stärken und Schwächen des Projekts. Auch die NRW.BANK unterstützt Existenzgründer sowie insbesondere kleine und mittlere Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen durch kostenlose finanzierungs- und förderorientierte Einzelberatungen.

### Schritt 4: Investitionsplan erstellen

Steht das Vorhaben, muss für jeden Schritt detailliert ein Investitionsplan vorliegen. Jetzt sollte der Firmenkundenberater der Hausbank mit ins Boot kommen, da er für die Beantragung der Fördergelder unerlässlich ist. Wichtig: Das Vorhaben muss bislang NUR auf dem Papier stehen – für bereits laufende Projekte fließt kein Fördergeld.

#### Was Sie sonst noch wissen sollten:

- Auf Fördergelder gibt es weder einen Rechtsanspruch noch einen garantierten Erhalt der Mittel
- Keiner kann die Hausbank zwingen, einen Fördergeldantrag weiterzuleiten
- Potenzielle Gründer mit einem negativen Schufa-Eintrag gehen in der Regel leer aus





# Mit besseren Konditionen

Finanzieren auch ohne Sicherheiten?  
Möglich macht das die Bürgschaftsbank NRW  
und verhilft so erfolgsversprechenden  
Projekten auf den Weg.





Angekommen sei er, schrieb die Lokalpresse, als die Zimmerei Schonebeck und Sohn GmbH in Südlohn nahe der holländischen Grenze ihre neugebaute Halle am 1. April 2016 eröffnete. Kein Aprilscherz, denn das Familienunternehmen war schon seit 2010 in Südlohn ansässig und hatte aus Dorsten über Gescher den Weg ins westliche Münsterland gefunden. „Wir brauchten den Platz für unsere Maschinen und Material“, erklärt Sven Schonebeck, Geschäftsführer des 16-Mann-Betriebes, der sämtliche Zimmererarbeiten, aber auch Dachdecker- und Trockenbauarbeiten, anbietet.

Der Haken: Nur mit dem Eigenkapital ließ sich der Neubau, der allein mit rund 800.000 Euro zu Buche schlug, nicht finanzieren. Dafür fand Schonebeck in seinem Firmenkundenberater Werner Tegelkamp einen kongenialen Partner. Um das Finanzierungskonzept zu optimieren, griff der Finanzexperte der Volksbank Gescher auf die Bürgschaftsbank NRW zurück. Sie springt immer dann als Bürge ein, wenn Unternehmen vielversprechende Projekte umsetzen wollen, aber nicht ausreichend Sicherheiten vorweisen können. „Mit der Bürgschaftsbank NRW im Rücken ließen sich beim Finanzierungsmix aus Eigenkapital und Fremdkapital zudem wesentlich bessere Konditionen erzielen“, erklärt Tegelkamp.

Tatsächlich wurde die ursprünglich von Handwerks- und Industrie- und Handelskammern sowie Verbänden der Wirtschaft initiierte Institution ins Leben gerufen, um Betriebe bei Finanzierungsbedarf zu unterstützen. „Fehlende Sicherheiten dürfen nicht dazu führen, dass interessante Vorhaben im Handwerk und in anderen mittelständischen Branchen nicht realisiert werden können“, beschreibt Manfred Thivessen, Geschäftsführer der Bürgschaftsbank NRW, die Philosophie der Bürgschaftsbank NRW. Lothar Galonska, ebenfalls Geschäftsführer der nordrhein-westfälischen Förderinstitution ergänzt: „Die Bürgschaftsbank wird, wo immer dies vertretbar erscheint, mit den Handwerksbetrieben ins Risiko gehen, um wirtschaftlich sinnvolle und Erfolg versprechende Investitionen zu ermöglichen.“

Dabei ist klar: Das Vorhaben muss eine solide Basis und gute Marktchancen haben, wozu auch der Unternehmer einiges beisteuern muss. Er muss mit einem realistischen Businessplan belegen, welche konkreten Ziele er mit seinem Projekt realisieren will. Dann kann das Geld fließen, die Bürgschaftsbank NRW bürgt für bis zu 80 Prozent der Investitionssumme, bei einer Förderhöchstgrenze von 1,25 Millionen Euro. Sven Schonebeck konnte daher auch mit einem zweiten Vorhaben erfolgreich bei der Bürgschaftsbank vorsprechen. Für die Zimmerei brauchte er eine neue vollautomatische Abbundanlage, um seine Hölzer etwa für Dachstühle zu bearbeiten – und die verlangte eine Investitionssumme von weiteren 300.000 Euro.

Allein im ersten Halbjahr 2016 unterstützte die Bürgschaftsbank NRW mit Sitz in Neuss 245 Projekte mit einem Gesamtvolumen von fast 60 Millionen Euro. Das tut sie nicht allein: Mit im Boot sitzt immer die Hausbank, die bei jedem Vorhaben mit ins Risiko geht. Denn 20 Prozent bleiben im Falle eines Flops bei der Hausbank hängen. Allerdings ist damit kein Firmeninhaber automatisch raus aus der Haftung.

Unterstützte Existenzgründer, Unternehmen und Freiberufler profitieren noch von einem anderen Aspekt: Jede Zusage ist – wie im Falle Schonebeck – ein Türöffner für den Zugang zu Fremdkapital, weil sie deutlich signalisiert, dass hier eine Erfolg versprechende

Geschäftsidee am Start ist. Und die Kreativität der Selbständigen erhält jederzeit einen kompetenten Partner, wenn es um die komplexen Finanzierungsfragen geht. Schon deshalb sollten Unternehmen mit einer schwachen Eigenkapitalausstattung oder geringen Sicherheiten frühzeitig einen Anlauf bei der Bürgschaftsbank wagen. Denn wer einmal von seiner Hausbank einen ablehnenden Kreditbescheid erhält, tritt voll auf die Investitionsbremse: 40 Prozent der kleinen Firmen, so eine Studie der KfW, streichen nach einer Ablehnung ihr Vorhaben ersatzlos. ■

Manfred Thivessen, Lothar Galonska,  
Geschäftsführer der Bürgschaftsbank NRW



»Fehlende Sicherheiten dürfen nicht dazu führen, dass interessante Vorhaben im Handwerk und in anderen mittelständischen Branchen nicht realisiert werden können.«

## Was Antragsteller wissen sollten

- Sie brauchen für ihren Job persönliche, kaufmännische und fachliche Qualifikationen
- Ein Businessplan mit einer wirtschaftlichen Prognose sollte belegen, dass der Unternehmer aus seinem Geschäft heraus den Kredit bezahlen kann und einen angemessenen Lebensunterhalt erwirtschaftet
- In der Regel laufen die Anträge über die Hausbank. Ausnahme: als Bürgschaft ohne Bank, kurz BoB, kann jeder Bürgschaften bis zu 200.000 Euro direkt bei der Bürgschaftsbank beantragen
- Die maximale Bürgschaftssumme liegt bei 1,25 Millionen Euro
- Kosten: Bei einer Bewilligung 1,5 Prozent einmaliges Bearbeitungsentgelt, mindestens 400 Euro, und ein Prozent des verbürgten Kreditbetrags als jährliche Bürgschaftsprovision, bei einer Ablehnung entstehen natürlich keine Kosten
- Die Einbindung der Bürgschaftsbank bringt in der Regel bessere Kreditkonditionen
  - Bürgschaften gibt es für nahezu jedes Erfolg versprechende Vorhaben. Ausgenommen sind Sanierungsmaßnahmen, Umschuldung bestehender Darlehen sowie Projekte, die nicht unter die EU-Fördergrundsätze für kleinere und mittlere Unternehmen fallen
  - Zusätzliches Eigenkapital lässt sich über eine Kapitalbeteiligungsgesellschaft hereinholen. Tipp der Bürgschaftsbank: Fragen Sie bei der Kapitalbeteiligungsgesellschaft NRW ([www.kbg-nrw.de](http://www.kbg-nrw.de)) an





# Sicherer ans Geld

Ein gutes Forderungs-  
management sichert  
die Liquidität  
des Unternehmens



Nichts kostet schneller die Liquidität eines Unternehmens als nicht bezahlte Forderungen. Denn sie schaden dem Unternehmen gleich doppelt: Der Chef muss neue Aufträge vorfinanzieren und gleichzeitig seine laufenden Kosten decken. Fehlt auf einmal Geld aus Forderungen, reißt das eine Lücke in das Finanzierungsnetz.

Und die lässt sich oft nicht mal eben flicken, wie Volker Ulbricht, Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Vereine Creditreform e. V., mit einer simplen Rechnung verdeutlicht: „Platzt ein Scheck über 5.000 Euro, muss der Unternehmer bei einer Umsatzrendite von fünf Prozent schon gleich 100.000 Euro mehr Umsatz machen, nur um diesen Verlust auszugleichen.“ Daher sollte das Rechnungs- und Mahnwesen stets à jour sein und sofort reagieren, um säumigen Schuldnern Beine zu machen.

Die Arbeit eines guten Forderungsmanagements fängt schon vor der Auftragsannahme an. „Firmeninhaber sollten bei potenziellen Auftraggebern immer deren Bonität unter die Lupe nehmen“, rät Ulbricht. Auskunftsteien bieten gegen Gebühr Einblicke in das Zahlungsverhalten anderer Unternehmer, aber eben auch Privatpersonen. Ein nicht ganz unwichtiger Faktor: Branchenkenner schätzen, dass 90 Prozent aller offenen Forderungen auf den Bereich der Verbraucher



Volker Ulbricht  
Hauptgeschäftsführer des Verbandes  
der Vereine Creditreform e. V.

»Firmeninhaber sollten bei potenziellen Auftraggebern immer deren Bonität unter die Lupe nehmen und bei Zahlungsverzug auf professionelles Forderungsmanagement setzen.«

entfallen, nur hinter jeder zehnten unbezahlten Rechnung, die Inkassobüros eintreiben, steht ein Unternehmen. Auffällige Bewertungen können helfen, schwierige Zahler schon im Vorfeld auszusortieren. Ist der Handwerker auf jeden Auftrag angewiesen, kann er durch eine veränderte Strategie versuchen, Zahlungsausfällen vorzubeugen, etwa indem er Leistungen und Material nur nach Vorkasse bringt.

Ganz entscheidend ist eine schnelle Rechnungsstellung. Liegt sie nach Auftragsende beim Kunden, läuft automatisch die Frist, innerhalb derer ein Schuldner das Geld überweisen muss. 30 Tage, so der Gesetzgeber, hat der Verbraucher dafür Zeit, danach ist er bei entsprechendem vorherigen Hinweis automatisch in Verzug – und zwar ohne jede Mahnung. Dann kann der Gläubiger nicht nur die Summe verlangen, sondern auch noch einen Aufschlag aufsatteln.

## Fingerspitzengefühl gefragt

Das Eintreiben offener Forderungen sollten Gläubiger aber besser Profis überlassen. Sie wissen genau, wo sie mit Fingerspitzengefühl herangehen müssen oder wo nur der scharfe, direkte Rechtsweg bleibt. Tatsächlich geht aktuell der Trend hin zu mehr Kommunikation, um Schuldner zur

## So funktioniert Inkasso

Ist eine Rechnung beim Kunden gelandet, läuft bei einem entsprechenden Hinweis automatisch eine Frist von 30 Tagen für die Begleichung der Schuld. Erst danach ist er in Verzug und das Unternehmen kann das Inkasso in Gang setzen. Das konkrete Vorgehen erfolgt immer in Absprache mit dem Gläubiger.

### Voraussetzungen:

- Die Rechnung muss unstrittig sein (z. B. ohne Reklamationen wegen etwaiger Mängel)
- Das Zahlungsziel von 30 Tagen ist überschritten

### Das Verfahren:

- Bonitätsprüfung des Schuldners
- Erste Mahnung zur Rechnungsbegleichung
- Folgemahnungen, unterstützt durch telefonisches Inkasso
- Ohne freiwillige Forderungsbegleichung folgt das gerichtliche Mahnverfahren
- Erwirken eines Titels und Durchführung eines Zwangsvollstreckungsverfahrens
- Zahlt der Schuldner nicht, folgt das Überwachungsverfahren: Nach Abgabe einer eidesstattlichen Versicherung kontrolliert das Inkassounternehmen, wann der Schuldner wieder zu Geld kommt
- Erst nach 30 Jahren erlischt der Titel – innerhalb dieses Zeitraums kann das Geld eingetrieben werden

Rechnungsbegleichung zu bewegen. Das hilft, auch trotz Einschaltung eines Inkassobüros den Kunden weiter zu behalten.

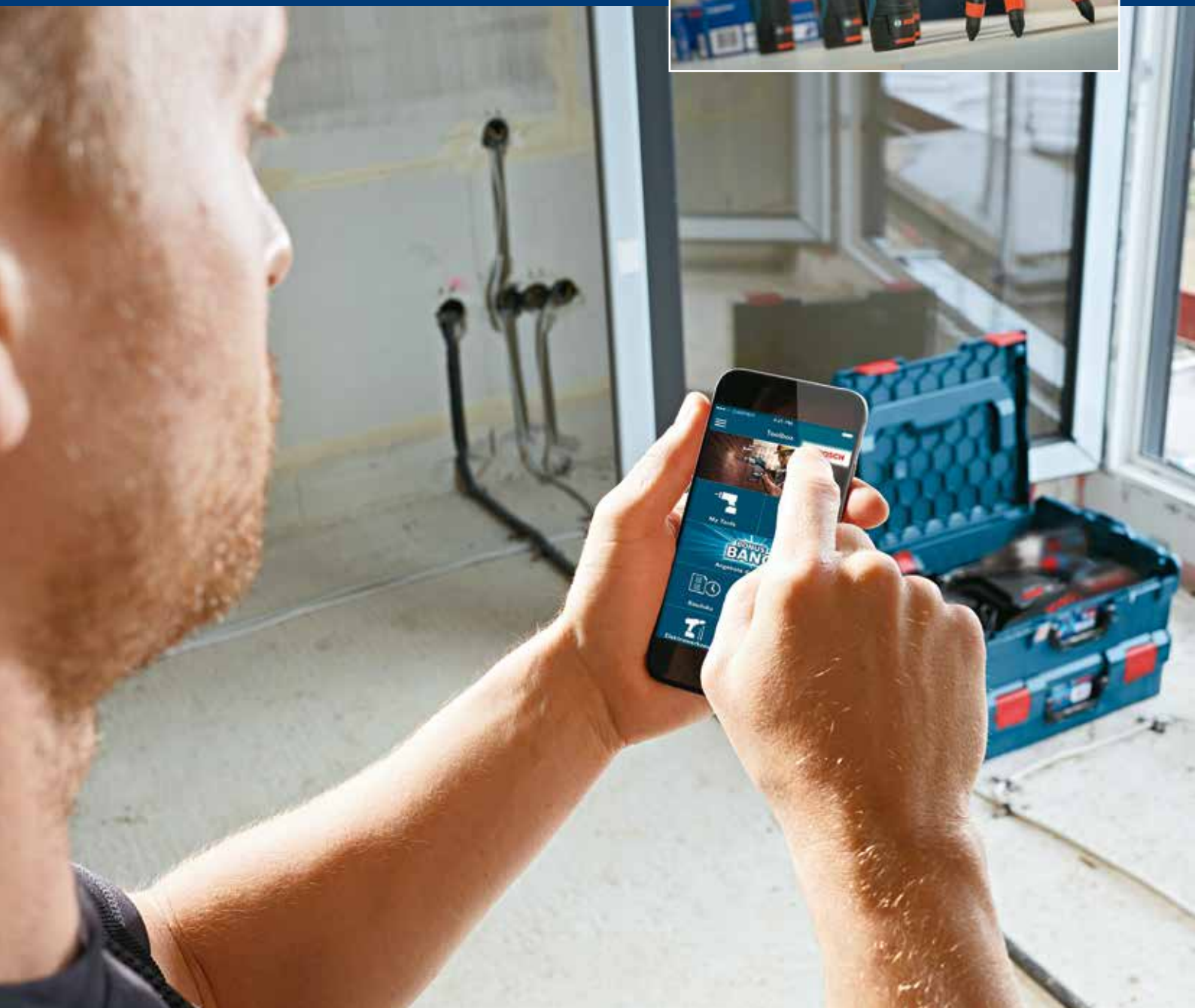
Bundesweit sind etwa 750 Unternehmen im Forderungsmanagement unterwegs, allerdings völlig unterschiedlicher Art. Neben kleinen, lokalen oder regionalen Anbietern gibt es auch überregional aufgestellte Inkassounternehmen mit mehreren Tausend Mitarbeitern. 550 von ihnen sind im Bundesverband Deutscher Inkasso-Unternehmen e. V. (BDUI) organisiert. Für etwas mehr als eine halbe Million Auftraggeber treiben sie pro Jahr offene Rechnungen von über fünf Milliarden Euro ein. Hinzu kommen noch Rechtsanwälte, die sich ebenfalls auf dem Inkassomarkt tummeln.

Die aktuell gute Zahlungsmoral sollte aber kein Anlass sein, um auf professionelles Inkasso zu verzichten. Vor allem im B2B-Bereich ist die Zahlungsmoral hervorragend, so eine Umfrage des BDUI im Sommer 2016, Probleme gäbe es nur im B2C-Geschäft, also mit Verbrauchern. Sie zahlen vor allem nicht wegen Überschuldung, erklärten 78 Prozent der Inkassounternehmen, 72 Prozent nannten unkontrolliertes Konsumverhalten. Aber: 57 Prozent der Befragten gaben auch an, dass Schuldner absichtlich nicht ihren Zahlungsverpflichtungen nachkommen – Betrug nennt das der BDUI. ■



# Vernetztes Arbeiten mit Elektrowerkzeugen

Höhere Produktivität und  
Effizienz im Arbeitsalltag





Ralph Dammertz,  
Leiter des Produktbereichs Profigeräte für  
industrialisierte Märkte bei Bosch Power Tools.



Bosch baut die Kompetenz bei vernetzten Messgeräten und Elektrowerkzeugen für Profis konsequent aus: Seit Herbst 2016 stehen Handwerkern insgesamt sieben neue und drei bereits erhältliche vernetzbare Geräte zur Verfügung – vom Laser-Entfernungsmesser mit integriertem Bluetooth-Modul bis hin zum Winkelschleifer. Bosch greift damit den Trend zur Digitalisierung im Handwerk auf und bietet Profis vom Produkt bis hin zum Bestandsmanagement ein komplettes System, das Arbeitsabläufe optimieren und die Produktivität jedes einzelnen Handwerkers steigern kann. Wer ein vernetztes Elektrowerkzeug von Bosch besitzt, kann dieses beispielsweise per App personalisieren, das Gerät individuell konfigurieren und diese Einstellungen für künftige Arbeiten speichern. Anwender erhalten außerdem Informationen zum Werkzeugstatus sowie Tipps zur Fehlerbehebung, zum Beispiel, wenn sich ein Gerät bei Überhitzung abgeschaltet hat. Darüber hinaus macht die App transparent, wann und wie lange ein Gerät benutzt wurde. In einigen Fällen fungiert die App auch als Fernsteuerung – und spart dem Handwerker Wege und Zeit. „Die Baubranche und Handwerksbetriebe stehen unter enormem Druck. Von ihnen wird kontinuierlich eine hohe Qualität in Planung und Ausführung gefordert“, so Ralph Dammertz, Leiter des Produktbereichs Profigeräte für industrialisierte Märkte bei Bosch Power Tools. „Hier setzen unsere vernetzten Produkte und Services für Profis an: Durch die Verknüpfung von Smartphone und Gerät per Bluetooth können Handwerker ihre Arbeitsabläufe optimieren und Fehler, zum Beispiel durch manuelle Übertragung von Messwerten, ausschließen.“

## Konsequente Ausrichtung auf den Profi

Alle Neuheiten mit Connectivity-Funktionen sind konsequent auf die Bedürfnisse der Verwender zugeschnitten. „Das nennen wir den ‚User Experience‘-Ansatz. Wir binden Verwender von Anfang an in die Produktentwicklung ein und passen unsere Geräte ihren Bedürfnissen an“, so Dammertz. Auf diese Weise entstehen praxistaugliche Innovationen, die genau da ansetzen, wo Profis sich bisher nicht optimal unterstützt fühlen. „Aus unseren Analysen wissen wir zum Beispiel, dass Handwerkern heute gerade einmal 30 Prozent ihrer Arbeitszeit für die Durchführung der eigentlichen Bautätigkeit zur Verfügung steht. Die restliche Zeit ist durch vor- oder nachbereitende Tätigkeiten wie das Rüsten des Fahrzeugs oder vorbereitende Messungen gebunden.“

## Alle Vorteile auf einen Blick

Dank integrierbarem Bluetooth-Modul entscheidet der Handwerker selbst, ob und wann er sein Werkzeug vernetzt und die zusätzlichen Connectivity-Funktionen nutzt. Zur Vernetzung wird das Gerät zunächst über „MyConnectedTools“ angelegt. Der Handwerker hat dann per Smartphone Zugriff auf alle verfügbaren Geräteinformationen und bekommt den Werkzeugstatus angezeigt. Darüber hinaus lassen sich zahlreiche Einstellungen des Geräts individuell steuern. Der Anwender erhält außerdem wichtige Hinweise zur Problemerkennung und Tipps zur Fehlerbehebung, etwa im Falle einer Motor-, Elektronik- oder Akkupacküberhitzung. Die Einstellungen werden gespeichert und stehen nach der erneuten Verbindung des Werkzeugs mit dem Smartphone wieder zur Verfügung. Damit bietet Bosch Handwerkern eine anwenderfreundliche Connectivity-Lösung für die Steuerung, Individualisierung und Vernetzung ihrer Elektrowerkzeuge. ■



»Wir sind davon überzeugt, dass wir Handwerkern künftig immer bessere Lösungen anbieten können, die durch Vernetzung hohen Mehrwert bieten – von der individuellen Konfiguration bis hin zur Ferndiagnose.«

## Alle vernetzten Messgeräte und Elektrowerkzeuge im Überblick

### Messtechnik:

Im Messtechnik-Bereich bietet Bosch mit den Laserentfernungsmessern GLM 50 C Professional und GLM 100 C Professional sowie dem Thermodetektor GIS 1000 C Professional bereits vernetzte Lösungen, die durch die Kopplung mit mobilen Endgeräten die Dokumentation erleichtern. Jetzt wird das Sortiment um einen Kombilaser erweitert, dessen drehbares Mini-Stativ sich per Smartphone fernsteuern lässt: den GCL 2-50 C Professional. So können Handwerker den Laser jederzeit bequem ausrichten – auch dann, wenn sie auf einer Leiter stehen.

### Professionelle Elektrowerkzeuge:

Zu den vernetzten Produktneuheiten im Bereich der professionellen Elektrowerkzeuge zählen jeweils ein 18 Volt Bohr- und Schlagbohrschrauber der „robustseries“, der GSR 18V-75 C Professional sowie der GSB 18V-75 C Professional. Zwei weitere Geräte der „dynamicseries“, der GSR 18V-60 C Professional und der GSB 18V-60 C Professional, folgen im Januar 2017. Die Geräte bieten Handwerkern die Möglichkeit, die Werkzeugeinstellungen individuell zu konfigurieren sowie anwendungsspezifisch anzupassen – gerade bei anspruchsvollen Einsätzen. Zudem erhalten Nutzer via App eine Geräte-Warnmeldung, falls der Motor gestoppt wurde, beispielsweise wegen Überhitzung. Diese Möglichkeiten bietet auch der Akku-Winkelschleifer GWS 18V-125 ISC Professional. Zusätzlich zu den per Smartphone abrufbaren Informationen und Einstellungen verfügt das Gerät über eine mehrfarbige, elektronische HMI-Anzeige auf der Oberseite des Geräts. Damit hat der Handwerker jederzeit Informationen zum Gerätestatus oder wichtige Hinweise zur Problemerkennung direkt im Blick, zum Beispiel die verbleibende Restlaufzeit des neuen Hochleistungs-Akkus GBA 18V 6,3 Ah EneRacer Professional.

### Lichttechnik:

Um Arbeitsbereiche optimal und schnell auszuleuchten, bietet Bosch das Baustellenlicht GLI 18V-1900 C Professional an. Handwerker können bequem per Smartphone die Lichtstärke ändern, um beispielsweise Schlagschatten zu vermeiden. Helligkeitswerte der Akku-Lampe mit bis zu 1.900 Lumen Leuchtkraft können nicht nur individuell angepasst, sondern auch für den Einsatz am nächsten Tag gespeichert werden. Erneutes Einstellen entfällt.

Flottenmanagement,  
mehr als nur Navigation:  
Richtiges Flotten-  
management macht  
Fahrten und Arbeitszeiten  
transparent und  
unterstützt auch noch  
bei der Buchhaltung.

# Alles schwarz auf weiß



Der Name ist irreführend: Eine Flotte fängt schon mit einem einzigen Fahrzeug an – wenn es zum Betrieb gehört und eine entsprechende Verwaltung erfordert. Im Handwerk ist das kein Kunststück. Schon der Ein-Mann-Betrieb hat sein Nutzfahrzeug, seinen Dienstwagen und nicht selten noch einen Zweitwagen – und alles über den Betrieb. Geld verdienen können sie in der Regel nur, wenn sie unterwegs sind: zum Kunden, zur Baustelle oder zum Großhändler, um Material zu besorgen. Aber: Diese Mobilität ist ein bedeutender Kostenfaktor für die laufenden Betriebsausgaben.

Genau hier setzt Flottenmanagement ein: „Die passende Softwarelösung hilft, die Fahrzeuge optimal zu verwalten, Routen zu planen und Fahrwege, Fahr- sowie Arbeitszeiten zu optimieren“, erklärt Wolfgang Schmid, Sales Director D-A-CH von Tom-Tom Telematics, dem europaweit führenden Flottenmanagementanbieter. „Das macht auch die Kosten transparent, weil die Flottenmanagementplattform alles dokumentiert.“ Ein Vorteil, den die Nutzer solcher Systeme spätestens dann zu schätzen wissen, wenn es im Gespräch mit Kunden zur Diskussion über Fahrtkosten und Arbeitszeiten kommt. Genau diesen Diskussi-

onen setzt Timo Schultz, Dachdeckermeister aus Imsbach, Fakten entgegen. Die dafür notwendigen Informationen erhält er aus WEBFLEET, der preisgekrönten Flottenmanagementlösung des Anbieters TomTom Telematics. WEBFLEET liefert ihm Echtzeit-Informationen zum Standort seiner Fahrzeuge, ermöglicht die direkte Kommunikation mit seinen Fahrern und bietet Tools zur Verbesserung des Fahrverhaltens. Der Chef eines 28-Mann-Betriebes kennt den Klassiker, wenn sich Kunden über den Aufenthalt seiner Teams beschweren und behaupten, sie seien noch nicht auf der Baustelle eingetroffen. „Ein Blick auf mein Flottenmanagementsystem zeigt mir, ob das stimmt“, erzählt der Betriebsinhaber. „So kann ich schwarz auf weiß belegen, wann meine Mitarbeiter wo sind.“

Die Dokumentationen gegenüber Kunden sind der eine Vorteil, die Verwertbarkeit dieser Daten für die Buchhaltung ein weiterer. Fahrt- und Arbeitszeiten lassen sich direkt in die Buchhaltung einpflegen. Das erleichtert nicht nur die Lohnbuchhaltung, sondern auch das Rechnungswesen. Zudem kann jeder Unternehmer die Daten nutzen, um anstehende Aufgaben besser planen zu können. Hat ein Betrieb mehrere Baustellen und es fehlt an Material oder Mitarbeitern, kann



»Ein Flottenmanagementsystem macht durch das Reporting sämtlicher Daten rund um die Mobilität der gesamten Fahrzeugflotte die Kosten transparent und zeigt Optimierungspotenziale auf.«

Wolfgang Schmid, Sales Director D-A-CH TomTom Telematics

Anbindung über offene Schnittstellen



Software





## Transparente Wege

Flottenmanagement unterstützt beim optimalen Einsatz des eigenen Fuhrparks und stellt Daten jedes einzelnen Fahrzeugs für das Controlling und Reporting bereit. Dazu gehören folgende Bausteine:

- Fahrzeugortung
- Zwei-Wege-Kommunikation mit den Fahrern
- Alarmmeldungen
- Fahrzeug-/Fuhrparkverwaltung
- Wartungs- und Reparaturmanagement der Fahrzeuge
- Routenplanung inklusive Navigation
- Auftragsmanagement
- Fahrstilauswertung und Feedback
- Fahrerzeitmanagement
- Dokumentation von Fahrwegen und Fahrzeiten
- Dokumentation von Arbeitszeiten
- Anbindung der Daten an weiterverarbeitende Prozesse wie Tourenplanung, Spesenabrechnung, Rechnungswesen oder Lohnbuchhaltung

der Inhaber direkt sehen, wen er am günstigsten losschicken kann und wann er voraussichtlich vor Ort sein wird. „Anhand der Routenplanung kann die Zentrale sehen, wer sich aufgrund seines Standorts, aber auch der aktuellen Verkehrslage am besten dazu eignet“, weiß TomTom-Telematics-Vertriebsleiter Schmid. Damit sind derartige Systeme auch für eine Fahrzeugortung geeignet. Überspitzt formuliert, kann der Chef auch kontrollieren, ob seine Mitarbeiter auf der Baustelle oder vor einer Kneipe parken.

Ein noch relativ neuer Baustein hilft, die Fahrzeugkosten zu senken: OptiDrive 360 als Teil von WEBFLEET kann Fahrern aktives Feedback zum Fahrstil geben. Beispielsweise erhalten sie anhand der für die aktuelle Route hinterlegten Daten einen Hinweis, wann der Fuß vom Gas genommen werden kann, weil z.B. die Abfahrt in 700 Metern Entfernung naht oder in eine Kurve gefahren werden muss. Mit derartigen Hinweisen konnte selbst ein erfahrener Fahrtrainer seinen bereits guten Verbrauch noch einmal deutlich senken, wie 2015 ein Test der Dekra-Akademie ergab. Das summiert sich: Die Einsparungen machen es möglich, dass sich das Flottenmanagementsystem u. a. durch die geringeren Verbräuche schon nach wenigen Monaten amortisiert hat. ■



Typische Komponenten eines leistungsfähigen Flottenmanagementsystems für kommerzielle Fahrzeuge.



# Digitalisierung: das neue Werkzeug für Handwerker

Wie digitale Hilfsmittel die Produktivität steigern, den Kundenservice verbessern und neue Geschäftsmodelle hervorbringen.



Handwerk und Digitalisierung – wie passt das zusammen? Und was steckt hinter diesem Modewort, das Unternehmen eher verunsichert als hilft? Die Sorgen sind unbegründet, denn die Digitalisierung ist in vielen Handwerksbetrieben bereits allgegenwärtig: Mitarbeiter auf der Baustelle sind dank Smartphone stets erreichbar, Aufträge unterschreiben Kunden auf Tablets und Fotos zur Dokumentation landen in der Cloud. Die Digitalisierung ist zu einem Werkzeug geworden, das die handwerkliche Arbeit verändert.

Für Handwerksbetriebe sind es aber meist die kleinen digitalen Veränderungen, die interne Prozesse optimieren: allen voran Mobilgeräte wie Smartphones und Tablets sowie die Cloud – einfache und zugleich sehr nützliche Mittel und Wege, für die Betriebe keine eigenen IT-Fachleute benötigen. So senkt die Digitalisierung auch in kleinen Unternehmen die Kosten, verbessert die Zusammenarbeit und den Kundenservice.

## Digital auf dem Bau

Auf Baustellen etwa hat sich das Outdoor-Smartphone etabliert. Es ist robust, wasserdicht und staubresistent, bietet aber dennoch alle Vorteile eines normalen Smartphones. Dank integrierter Kamera können Mitarbeiter Fotos vom Baufortschritt machen und direkt in die Cloud hochladen. Der Chef

im Büro kann dem Bauherren so schneller eine Rückmeldung geben. Mittlerweile gibt es sogar ein Outdoor-Smartphone mit integrierter Wärmebildkamera, das Temperaturunterschiede visualisiert. Handwerker können so an Türen oder Fenstern undichte Stellen identifizieren, an denen Wärme entweicht.

Neben dem Smartphone setzt sich zunehmend das Tablet als Rechner für unterwegs durch. Die Vorteile: geringes Gewicht, lange Akkulaufzeit und großes Display. Mit integrierter Mobilfunkkarte und LTE sowie Cloud-Anbindung wird das Tablet zu einer mobilen Arbeitsmaschine. Schwere Ordner mit Dokumenten, Bauplänen und Aufträgen mitschleppen und durchwälzen? Das war einmal. Heute holen Monteure die gewünschte Info binnen Sekunden auf den Bildschirm – und verschicken Aufmaße und Tabellen ebenso schnell über das Mobilfunknetz.

## Arbeiten in der Cloud

Dokumente empfangen, E-Mails verschicken, Dateien mit Kollegen an einem anderen Standort teilen – Handwerksunternehmen nutzen die Cloud längst öfter, als ihnen bewusst ist. Auch innerhalb des Betriebs kann die Verlagerung der Server in die Cloud Unternehmen flexibler machen: Speicherplatz für Daten lässt sich bei Bedarf auf Knopfdruck hinzubuchen. So lässt sich zum Beispiel das schwankende Saisongeschäft leicht auffangen.

Für Einzelhändler, die ihre Ware im eigenen Online-Shop verkaufen, wird das etwa im trubeligen Weihnachtsgeschäft zum Vorteil: Statt in teure eigene Hardware investieren zu müssen, buchen sie sich einfach kurzfristig mehr Speicherplatz aus der Cloud. Und nach Weihnachten können sie den nicht mehr benötigten Speicher wieder freigeben.

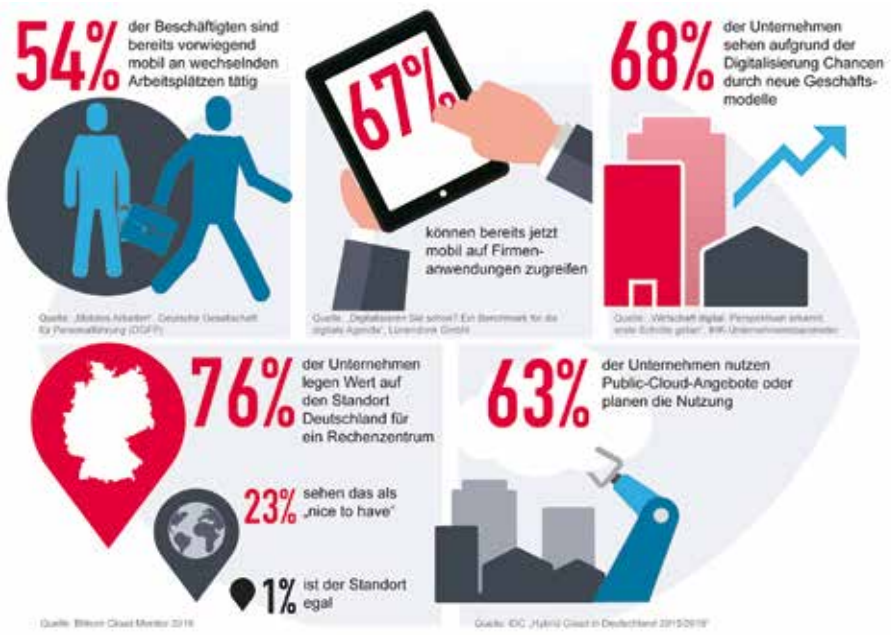
Auch eine Telefonanlage aus der Cloud hat viele Vorteile: Anrufe können auf einem PC gemanagt werden und laufen damit nie mehr ins Leere. Praktisch, dass auch Mobilgeräte als zusätzliche Nebenstellen in die Telefonanlage aus der Cloud integriert werden können.

Thomas Spreitzer, Senior Vice President KMU Segment und Partnervertrieb Telekom Deutschland

»Handwerker können Digitalisierungslösungen als Werkzeug nutzen, um produktiver zusammenzuarbeiten und ihren Kunden neue Möglichkeiten anzubieten.«







# Mit diesen Telekom-Lösungen starten Handwerker in die digitale Zukunft

Das Cat S60 ist ein Outdoor-Smartphone, das Stürze und Tauchgänge unbeschadet übersteht. Mit der eingebauten Wärmebildkamera identifizieren Unternehmen Kältebrücken, defekte Wasserrohre und spüren Stromleitungen auf.

Telefonanlagen aus der Cloud wie die DeutschlandLAN NFON bieten hohe Sprachqualität und sind stets auf dem neuesten Stand, ohne dass sich die eigene IT-Abteilung darum kümmern muss. Praktisch: Mobilgeräte lassen sich ganz einfach als Nebenstelle einbinden.

Mit One Number entscheiden Unternehmen, welche ihrer Rufnummern angezeigt wird. So können die Mitarbeiter stets ihre berufliche Festnetz-Nummer, etwa eine zentrale Rufnummer oder die Durchwahl des jeweiligen Mitarbeiters, übertragen – auch wenn sie vom Smartphone aus anrufen. Die Geschäftspartner erkennen sofort, wer anruft und müssen sich nicht auf mehrere Nummern einstellen.

Kein Handy-Empfang im Keller oder in Gebäuden mit dicken Wänden? Kein Problem. Mit WLAN Call können Mitarbeiter über das WLAN-Netz telefonieren. Aus Nutzersicht funktioniert das genauso wie über Mobilfunk und kostet das Gleiche.

## Investition in die Zukunft

Der Weg in die Digitalisierung ist kein Hexenwerk. Maßgeschneiderte Produkte und sichere Dienstleistungen machen den Schritt in die Zukunft leicht. Sie bilden die Grundlage für neue Geschäftsmodelle und bringen Vorteile – auch für die eigenen Kunden. ■





Visitenkarte im Netz:

# In wenigen Schritten zur eigenen Homepage

Online-Marketing: Laut Statistischem Bundesamt besitzt jedes dritte Unternehmen in Deutschland keine eigene Homepage. Kleine Handwerksbetriebe sind noch seltener im Netz. Dabei ist eine eigene Online-Visitenkarte auch ohne Vorkenntnisse leicht zu realisieren.



Wer als Gründer mit seinem Betrieb noch nicht online ist, kann dies in wenigen Schritten nachholen. Um online Kunden zu gewinnen, genügen oft schon wenige Seiten, die den eigenen Betrieb und das Leistungsspektrum vorstellen. Zunächst benötigt man eine eigene Internet-Adresse (Domain). Optimal ist eine Adresse im Format [www.meinbetrieb.de](http://www.meinbetrieb.de). Solche Domains mit de-Endung kosten bei Anbietern wie 1&1 ([www.1und1.de](http://www.1und1.de)) oder Strato ([www.strato.de](http://www.strato.de)) weniger als ein Euro pro Monat. Lohnenswert sind auch Paketangebote, die gleichzeitig Speicherplatz zum Ablegen der eigenen Webseiten beinhalten. Wer bereits eine Internetadresse besitzt, findet im Internet auch kostenfreien Speicherplatz, zum Beispiel bei [www.bplaced.net](http://www.bplaced.net) oder [www.11mb.de](http://www.11mb.de).

Das Gestalten der eigenen Homepage ohne Programmierkenntnisse ist ganz einfach – mit sogenannten Homepage-Baukästen. Hier genügen wenige Klicks, um Design-Vorlagen, Farben, Schriften und Layouts festlegen und danach eigene Texte und Fotos hochzuladen. 1&1 hält zum

Beispiel das Angebot „MyWebsite“ für knapp zehn Euro im Monat bereit. Beim Anbieter Cabanova ([www.cabanova.de](http://www.cabanova.de)) kann man drei Seiten kostenlos anlegen, allerdings wird dann Werbung eingeblendet. Mit etwas Vorwissen im Bereich Programmierung lassen sich natürlich auch sehr viel individuellere Seiten entwerfen, zum Beispiel mit Programmen wie „NetObjects Fusion 15“ ([www.netobjects.de](http://www.netobjects.de), ab ca. 130 Euro) oder der Online-Plattform Wordpress (<http://de.wordpress.com>). Für Profis gibt es Software wie „Adobe Dreamweaver CC“ (ab 23,79 Euro im Monat, [www.adobe.de](http://www.adobe.de)).

Bei allen Elementen einer Homepage wie Layout, Fotos und Text gibt es grundsätzlich zwei Möglichkeiten: einen professionellen Dienstleister beauftragen – oder selber machen. Wobei die letztere Möglichkeit nur genutzt werden sollte, wenn das Ergebnis ein gutes Qualitätsniveau erreicht. Mit einer seriösen Agentur ist man bei der Produktion einer eigenen Website fast immer auf der sicheren Seite: Man zahlt für die Realisierung von Texten, Bildern und Layout einen vereinbarten Preis. Die Kosten für einen kleinen, einfachen Inter-



net-Auftritt liegen bei etwa 300 bis 500 Euro. Nach oben hin gibt es keine Grenze: Je nach Aufwand, Umfang und Multimedia-Elementen sind auch mehrere Tausend Euro möglich.

Die Eigenproduktion aller Elemente ist etwas aufwändiger: Selbst verfasste Texte sollten unbedingt frei von Rechtschreibfehlern sein – hier hilft bei Bedarf ein freiberuflicher Lektor. Legale und trotzdem kostenfreie Fotos zur gewerblichen Nutzung finden sich in Online-Bilddatenbank von Pixelio ([www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)) oder Piqs ([www.piqs.de](http://www.piqs.de)). Wer hier nicht fündig wird, kann auch gegen geringe Nutzungsgebühren ab ca. 52 Cent pro Bild Datenbanken wie AboutPixel ([www.aboutpixel.de](http://www.aboutpixel.de)) oder Fotolia ([www.fotolia.de](http://www.fotolia.de)) als Foto-Quelle nutzen. Für spezielle Motive oder Foto-Shootings im eigenen Unternehmen bietet sich die Beauftragung eines professionellen Fotografen an.

Was Unternehmensgründer unbedingt einplanen sollten: Mit der Erstellung des Internet-Auftritts ist die Arbeit noch nicht beendet. Denn die schönste Homepage verliert für Kunden ihren Reiz, wenn sie veraltet wirkt und nicht regelmäßig auf den neuesten Stand gebracht wird. ■

## Checkliste: In sieben Schritten zur eigenen Website

- Internet-Adresse registrieren und Speicherplatz (Web-space) mieten. Oft gibt es preisgünstige Kombi-Angebote, z.B. von 1&1, Strato, Host Europe oder 1blu
- Texte, Fotos und Programmierung selbst realisieren oder seriöse Dienstleister suchen. Quellen für preisgünstige lizenzfreie Fotos sind z. B. bei [pixelio.de](http://pixelio.de) oder [aboutpixel.de](http://aboutpixel.de)
- Bei regelmäßigem Update-Bedarf den Einsatz eines „Content-Management-Systems“ (CMS) prüfen. Eine kostenlose Lösung ist z. B. [redaxo.de](http://redaxo.de)
- Eigene Website für Suchmaschinen optimieren. Kostenlose Tools finden sich unter [seo-summary.de/seo-tools-kostenlos](http://seo-summary.de/seo-tools-kostenlos).
- Eigene Homepage bewerben, z. B. in Mail-Signaturen, Anzeigen und Broschüren, auf Briefbögen, Visitenkarten, Facebook und Twitter
- Regelmäßige Updates vornehmen: Gibt es Veränderungen im Betrieb? Interessante Projekte, neue Leistungen oder Produkte?
- Erfolge kontrollieren: Wie viele Besucher nutzen Ihre Website? Tools zur Erfolgskontrolle gibt es unter [web-analytics-tools.com/anbieter.html](http://web-analytics-tools.com/anbieter.html)

## Dienstleister für die eigene Homepage

### **DasAuge.de** [www.dasauge.de](http://www.dasauge.de)

Mehrere Tausend Agenturen, Unternehmen und freie Dienstleister aus kreativen Bereichen wie Foto, Text und Webdesign

### **Infoauskunft.de**

[www.infoauskunft.de/agenturen/](http://www.infoauskunft.de/agenturen/)

Verzeichnis mit Webdesignern, Werbe- und Internetagenturen

### **Freelancermap.de**

[www.freelancermap.de/freelancer-verzeichnis.html](http://www.freelancermap.de/freelancer-verzeichnis.html)

Katalog mit Freelancern aus ganz Deutschland, u. a. Webdesigner, Fotografen und Texter/Journalisten

### **Lektorat.de**

[www.lektorat.de/Texter](http://www.lektorat.de/Texter)

Verzeichnis mit Lektoren und Textern aus ganz Deutschland

### **Berufsfotografen.com**

[www.berufsfotografen.com](http://www.berufsfotografen.com)

Mehrere Hundert professionelle Fotografen aus allen Bereichen





Deutsche legen bei Handwerkern neben Fachwissen und Pünktlichkeit auch großen Wert auf ein gepflegtes Äußeres. Das hat eine im Sommer 2016 von net-request durchgeführte Handwerkerbefragung ergeben. Dabei kommt der einheitlichen und professionellen Berufsbekleidung ein hoher Stellenwert zu. Doch nicht nur die Berufsbekleidung trägt zu einem positiven Image des Unternehmens bei, die Umsetzung eines einheitlichen Erscheinungsbildes in allen Bereichen lässt Kunden auf Professionalität schließen. Dazu zählen der Firmenwagen mit Logoaufdruck und Kontaktdaten, Visitenkarten, Briefpapier, Firmenschilder sowie das Logo in Anzeigen und Broschüren.

„Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“, besagt ein altes Sprichwort. Das gilt auch für den eigenen Betrieb und die Wirkung auf den Kunden. Ein einheitlicher Unternehmensauftritt, das sogenannte Corporate Design, ist Grundvoraussetzung für die Unternehmenskommunikation. Hier wird der Grundstein für sämtliche weitere Werbeaktivitäten gelegt. Damit Ihr Unternehmen erkannt und damit längerfristig auch wahrgenommen wird, sollten immer dieselben Schriften, Farben und dasselbe Logo verwendet werden. Ist der Wiedererkennungswert hoch, werden sich Ihre Kunden an Ihr Unternehmen erinnern.

Wichtig: Überlassen Sie die Entwicklung des Corporate Designs inklusive Unternehmenslogo unbedingt einem Profi, denn es bildet den Grundstein für die gesamte Unternehmenskommunikation! Grafikprogramme verleiten Laien nicht selten

dazu, alles auszuprobieren, was das Programm hergibt, und mit so manchem Jungunternehmer ging dabei schon die Kreativität durch. Doch das wirkt sich nicht unbedingt positiv auf das Ergebnis aus. Hier gilt: Weniger ist oftmals mehr. Nutzen Sie die Fachkompetenz freiberuflicher Grafiker oder Agenturen!

Das Corporate Design setzt sich dann in vielen Werbemaßnahmen fort, das sollten Flyer, Anzeigenwerbung, die Fahrzeugbeschriftung oder der Internetauftritt und eine Facebook-Seite sein. Zunächst sind jedoch Geschäftspapiere erforderlich. Diese sollten ansprechend gestaltet sein und die wichtigsten Informationen wie Kontaktdaten, Bankverbindung, Umsatzsteueridentifikationsnummer usw. enthalten. Über die vollständigen Angaben erkundigen Sie sich bei einem Berater der Handwerkskammer (siehe Beraterübersicht).

Bei dem Entwurf eines Logos lohnt es sich, die Geschäftspapiere vorab einmal auf ihre Darstellungstauglichkeit in Schwarz-Weiß zu prüfen. Die Farbwahl des Logos kann von verschiedenen Faktoren abhängen: Zum einen gibt es Farben, die bestimmten Gewerken zugeordnet werden (z. B. braun/Tischler, blau/SHK), zum anderen gibt es Farben, die Moden unterworfen sind (z. B. Neon-Farben) und sich daher weniger eignen, und zum Dritten gibt es Aspekte der Farbpsychologie, die bei der Farbwahl des Logos mitbedacht werden sollten.

Schöne, ansprechende Farbkombinationen können sich im Schwarz-Weiß-Druck als einheitlich graue Klumpen entpuppen. Ein Test vorab verleiht Ihnen Sicherheit, dass das Logo

# Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance

Kunden schließen von der Optik des Auftritts auf die Professionalität des Unternehmens

in allen Varianten funktioniert. Auch eine Visitenkarte gehört zur Grundausstattung dazu. Beachten Sie: Selfmade Karten auf lappigem Papier mit verschmiertem Druck lassen leicht Schlüsse auf die Professionalität des Unternehmens zu. Mit einer klaren, ansprechenden Aufteilung auf hochwertigem Papier können Sie hingegen bei Ihren Kunden punkten.

Auch auf der Fahrzeugbeschriftung sowie auf der Berufsbekleidung finden sich Ihr Logo und Ihre Hausschrift wieder. Die Beschriftung auf Firmenfahrzeugen wird erfahrungsgemäß von vielen aktuellen, aber auch potenziellen Kunden wahrgenommen. Werden in der Nachbarschaft handwerkliche Arbeiten verrichtet, steht dort über einen längeren Zeitraum das Firmenfahrzeug als Werbeträger. Nutzen Sie diese Chance, indem Sie mit Ihrem Namen, Ihrer URL und Ihren Kontaktdaten gut sichtbar werben. Für Fahrzeugwerbung gilt aber auch: Das Fahrzeug sollte gut gepflegt sein und ordentlich parken, damit die Werbewirkung auch positiv ist. Gleiches gilt für Berufskleidung. Das Logo auf der Kleidung Ihrer Mitarbeiter gibt diese eindeutig zu erkennen und verleiht Ihrem Unternehmen Professionalität, vorausgesetzt, die Kleidung ist gepflegt und sauber.

Professionalität ist das, womit Sie beim Kunden punkten können und was dieser auch von Ihnen und Ihrer angebotenen Leistung erwartet. Zeigen Sie Ihren Kunden, was sie von Ihnen erwarten können – und das fängt bei einem attraktiven optischen Auftritt an! ■


## Checkliste Corporate Design

- Die Basis bilden Schriftart, Schriftfarben beziehungsweise Unternehmensfarben und Logo sowie die Vorgaben an die jeweilige Verwendung (Schriftgrößen, Logovariationen, Logohintergründe)
- Bei der Auswahl von Schriftfarbe und Schriftart sollten Sie prüfen, ob diese für alle Anwendungsbereiche geeignet sind. Besonders helle Farben oder dünne Schriftarten können beispielsweise die Lesbarkeit Ihrer Fahrzeugbeschriftung beeinträchtigen
- Für die Entwicklung eines Logos sollten Sie sich von einer Agentur beraten lassen. Ein abstraktes Motiv zu entwerfen, das unverwechselbar ist und zu Ihrem Betrieb passt, ist keine leichte Aufgabe. Oder Sie lassen den Namen Ihres Betriebes individuell gestalten und verwenden ihn anstelle eines Logos
- Wenn diese Grundlagen entschieden sind, folgt die Umsetzung auf der gesamten Geschäftsausstattung. Für alles, was den Namen Ihres Unternehmens trägt, sollte eine Designvorgabe im CD verankert werden: für Arbeitskleidung, Briefpapier, Fahrzeugbeschriftung, Website, Werbeanzeigen, Visitenkarten, Eingangsschilder und so weiter
- Je konsequenter Sie das Corporate Design umsetzen, desto höher ist der Wiedererkennungswert Ihres Unternehmens
- Achten Sie auch bei der Gestaltung darauf, dass sie Ihre Positionierung widerspiegelt. Bei traditionellen Unternehmen und/oder Premiumpreis-anbietern sollte der Außenauftritt eher klassisch und stilvoll wirken und insgesamt zurückhaltender sein. Moderne Unternehmen und/oder Niedrigpreisanbieter dürfen gerne etwas poppiger oder verspielter wirken

Quelle: Eva Odenthal

# Das Beratungsnetzwerk der Handwerkskammern und Fachverbände

Hätten Sie es gewusst? Die Handwerkskammern und Fachverbände bieten bundesweit ein kostenloses Beratungsangebot für Unternehmen an. Ob in der Gründungs- oder Startphase, in Zeiten der Stabilisierung und des Ausbaus oder in der Krise: Ein Netz von rund 900 qualifizierten Beratern steht selbstständigen Handwerkern mit Rat und Tat kostenlos zur Seite.



Wer das Gespräch vor Ort sucht, findet bei den Handwerkskammern kostenlos hilfreiche Tipps durch qualifizierte Berater.



Rund jede vierte Beratung gilt Existenzgründern. Mitarbeiter der Betriebsberatung helfen dabei, eine Marktanalyse zu machen, ein Unternehmenskonzept zu erstellen oder Kalkulationen zu prüfen. Die Berater besprechen mit dem Gründer alle Fragen rund um das Vorhaben, sei es eine Neugründung oder die Übernahme eines bestehenden Betriebes. Konkrete Hilfe bei Fragen der Finanzierung, des Marketings, bei der Beurteilung des Standorts, der Räumlichkeiten und vielem mehr runden das Angebot ab. Auch bei der Beantragung von öffentlichen Fördermitteln helfen die Betriebsberater.

## Von Auftragswesen bis zur Unternehmenssicherung

Vor allem im kaufmännischen Bereich liegen häufig Defizite, wie ein Blick in die Beratungsschwerpunkte zeigt. So sind die häufigsten Beratungsthemen Unternehmensführung, Finanzierung, Fragen zum Rechnungswesen und Kostenrechnung. Diese rege Nachfrage nach Leistungen belegt aber auch, wie wichtig die organisationseigene Betriebsberatung im Handwerk ist. Damit kommen die Berater auch einem der Grundaufträge der Handwerksorganisation nach, nämlich die Leis-

tungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Handwerks als Ganzes und seiner Betriebe im Speziellen zu stärken.

Das Angebot der betriebswirtschaftlichen Beratung wird gern von Mitgliedsunternehmen genutzt, und das unabhängig davon, wie lang das Unternehmen am Markt ist. Denn ein regelmäßiges Coaching durch einen Experten tut jedem Unternehmen gut. Wenn das Unternehmen wächst, muss der Chef mit völlig neuen Herausforderungen auf bereits bekannten Gebieten fertigwerden. Personaleinsatzplanung, anstehende Investitionen in einen Anbau oder neue Maschinen – all das erfordert eine gute Planung und Prüfung auf Umsetzbarkeit. Hier ist es ratsam, die kostenlose Unterstützung der betriebswirtschaftlichen Berater zu nutzen. Das Beratungsangebot erstreckt sich auf die Themengebiete Auftrags- und Beschaffungswesen, Betriebsübergabe und -übernahme, Existenzgründung, Kapitalbedarf und Finanzierung, Kostenrechnung und Kalkulation, Krisenbewältigung, Marketing, öffentliche Förderung, Rechnungen und Belegwesen, Rechtsformen sowie Unternehmenssicherung.

Auf den Folgeseiten sind die Ansprechpartner bei den Handwerkskammern nach PLZ-Gebieten aufgelistet.



# 0



Handwerkskammer  
**Cottbus**

**Manja Bonin**

Altmarkt 17  
03044 Cottbus  
Tel.: 0355/78 35-167  
Fax: 0355/78 35-284  
bonin@hwk-cottbus.de  
www.hwk-cottbus.de



Handwerkskammer zu  
**Leipzig**

**Andrea Mücke**

Kirchplatz 1  
04758 Oschatz  
Tel: 03435/98 76 49  
Fax: 03423/75 23 10  
muecke.a@  
hwk-leipzig.de  
www.hwk-leipzig.de



Handwerkskammer  
**Halle (Saale)**

Dipl.-Kauffr. (FH)  
**Pamela Keller**

Gräfestraße 24  
06110 Halle  
Tel.: 0345/29 99 220  
Fax: 0345/29 99 200  
pkeller@hwkhalle.de  
www.hwkhalle.de



Handwerkskammer für  
**Ostthüringen**

**Petra Vetterlein**

Handwerkstraße 5  
07545 Gera  
Tel.: 0365/82 25-173  
Fax: 0365/82 25-199  
vetterlein@hwk-gera.de  
www.hwk-gera.de



Handwerkskammer  
**Chemnitz**

**Sören Ruppik**

Limbacher Straße 195  
09116 Chemnitz  
Tel.: 0371/53 64-205  
Fax: 0371/53 64-512  
s.ruppik@hwk-chemnitz.de  
www.hwk-chemnitz.de



Handwerkskammer  
**Potsdam**

**Michael Burg**

Charlottenstraße 34-36  
14467 Potsdam  
Tel.: 0331/37 03-170  
Fax: 0331/37 03-8170  
michael.burg@  
hwkpotsdam.de  
www.hwkpotsdam.de

# 1



Handwerkskammer  
**Berlin**

**Georg Klasmann**

Blücherstraße 68  
10961 Berlin  
Tel.: 030/259 03 474  
Fax: 030/2 59 03-468  
klasmann@hwk-berlin.de  
www.hwk-berlin.de



Handwerkskammer  
**Frankfurt (Oder)**  
Region **Ostbrandenburg**

Dipl.-Ing. oec  
**Astrid Köbsch**

Bahnhofstraße 12  
15230 Frankfurt (Oder)  
Tel.: 0335/56 19-120  
Fax: 0335/56 19-123  
astrid.koebisch@hwk-ff.de  
www.hwk-ff.de



Handwerkskammer  
**Ostmecklenburg-  
Vorpommern**

Dipl.-Kfm. (FH)  
**Andreas Weber**

Schwaaner Landstraße 8  
18055 Rostock  
Tel.: 0381/45 49-162  
Fax: 0381/45 49-167  
weber.andreas@hwk-omv.de  
www.hwk-omv.de



Handwerkskammer  
**Schwerin**

**Wilfried Dobbertin**

Friedensstraße 4a  
19053 Schwerin  
Tel.: 0385/7417-148  
Fax: 0385/7417-196  
w.dobbertin@  
hwk-schwerin.de  
www.hwk-schwerin.de

# 2



## Handwerkskammer Hamburg

Dipl.-Ing.  
**Niels Weidner**

Holstenwall 12  
20355 Hamburg  
Tel.: 040/3 59 05-258  
Fax: 040/3 59 05-44258  
nweidner@  
hwk-hamburg.de  
www.hwk-hamburg.de



## Handwerkskammer Lübeck

**Stefan Seestädt**

Breite Straße 10/12  
23552 Lübeck  
Tel.: 0451/15 06-230  
Fax: 0451/15 06-277  
sseestaedt@  
hwk-luebeck.de  
www.hwk-luebeck.de



## Handwerkskammer Bremen

**Angelika Pfeifer**

Ansgaritorstraße 24  
28195 Bremen  
Tel.: 0421/3 05 00-310  
Fax: 0421/3 05 00-319  
pfeifer.angelika@  
hwk-bremen.de  
www.hwk-bremen.de

# 3



## Handwerkskammer Braunschweig- Lüneburg-Stade

**Thomas Warntjen**

Hauptverwaltung  
Braunschweig  
Burgplatz 2+2a  
38100 Braunschweig  
Tel.: 0531/12 01-213  
Fax: 0531/12 01-444  
thomas.warntjen@  
hwk-bls.de  
www.hwk-bls.de



## Handwerkskammer OWL zu Bielefeld

Dipl.-Bw.  
**Angela Rehorst**

Campus Handwerk 1  
33613 Bielefeld  
Tel.: 0521/56 08-400  
Fax: 0521/56 08-199  
angela.rehorst@  
handwerk-owl.de  
www.handwerk-owl.de



## Handwerkskammer Kassel

Dipl.-Oec.  
**Bernd Blumenstein**

Scheidemannplatz 2  
34117 Kassel  
Tel.: 0561/78 88-124  
Fax: 0561/78 88-172  
Bernd.Blumenstein@  
hwk-kassel.de  
www.hwk-kassel.de

# 4



## Handwerkskammer Düsseldorf

Dipl.-Kffr.  
**Claudia Schulte**

Georg-Schulhoff-Platz 1  
40221 Düsseldorf  
Tel.: 0211/87 95-330  
Fax: 0211/87 95-324  
claudia.schulte@  
hwk-duesseldorf.de  
www.hwk-duesseldorf.de



## Handwerkskammer Dortmund

**Olesja  
Mouelhi-Ort**

Ardeystraße 93  
44139 Dortmund  
Tel.: 0231/54 93-440  
Fax: 0231/54 93-425  
olesja.mouelhi-ort@  
hwk-do.de  
www.hwk-do.de



## Handwerkskammer Münster

Dipl.-Ing.  
**Thomas Melchert**

Bismarckallee 1  
48151 Münster  
Tel.: 0251/52 03-123  
Fax: 0251/52 03-235  
thomas.melchert@  
hwk-muenster.de  
www.hwk-muenster.de

# 5



## Handwerkskammer zu Köln

Dipl.-Kfm.  
**Dirk Hecking**

Heumarkt 12  
50667 Köln  
Tel.: 0221/20 22-229  
Fax: 0221/20 22-413  
hecking@hwk-koeln.de  
www.hwk-koeln.de



## Handwerkskammer Aachen

Dipl.-Ing.  
**Friedrich-  
Wilhelm Weber**

Sandkaulbach 21  
52062 Aachen  
Tel.: 0241/471-119  
Fax: 0241/471-131  
wilhelm.weber@  
hwk-aachen.de  
www.hwk-aachen.de



## Handwerkskammer Trier

**Christian  
Neuenfeldt**

Loebstraße 18  
54292 Trier  
Tel.: 0651/2 07-171  
Fax: 0651/2 07-215  
cneuenfeldt@hwk-trier.de  
www.hwk-trier.de

# 5



## Handwerkskammer Rheinhessen

**Rafaél Rivera  
Azañedo,**  
MBA, M.Sc.

Dagobertstraße 2  
55116 Mainz  
Tel.: 06131/9992-731  
Fax: 06131/9992-52  
r.rivera@hwk.de  
www.hwk.de



## Handwerkskammer Koblenz

Dipl.-Volksw.  
**Stephanie Binge**

Rizzastraße 24–26  
56068 Koblenz  
Tel.: 0261/3 98-248  
Fax: 0261/3 98-994  
beratung@hwk-koblenz.de  
www.hwk-koblenz.de



## Handwerkskammer Südwestfalen

Dipl.-Volksw.  
**Ulrich Dröge**

Brückenplatz 1  
59821 Arnsberg  
Tel.: 02931/8 77-116  
Fax: 02931/8 77-2438  
Ulrich.droege@hwk-swf.de  
www.hwk-swf.de

# 6



## Handwerkskammer Frankfurt-Rhein- Main

**Adrian Burghardt**

Bockenheimer Landstraße 21  
60325 Frankfurt am Main  
Tel.: 069/ 97172-159  
Fax: 069/ 97172-5159  
schickel@hwk-rhein-main.de  
www.hwk-rhein-main.de



## Handwerkskammer Wiesbaden

**Joachim Kröner**

Bierstadter Straße 45  
65189 Wiesbaden  
Tel.: 0611/ 13 61 31  
Fax: 0611/ 13 68 131  
joachim.kroener@  
hwk-wiesbaden.de  
www.hwk-wiesbaden.de



## Handwerkskammer des Saarlandes

Dipl.-Kauffrau  
**Lisa Herbrand**

Hohenzollernstr. 47–49  
66117 Saarbrücken  
Tel.: 0681/58 09-135  
Fax: 0681/58 09-222 135  
L.Herbrand@  
hwk-saarland.de  
www.hwk-saarland.de



## Handwerkskammer der Pfalz

Dipl.-Kfm.  
**Bernd Bauerfeld**

Am Altenhof 15  
67655 Kaiserslautern  
Tel.: 0631/36 77-104  
Fax: 0631/36 77-263  
bbauerfeld@hwk-pfalz.de  
www.hwk-pfalz.de



## Handwerkskammer Mannheim Rhein-Neckar-Odenwald

**Rolf Koch**

68159 Mannheim  
Tel.: 0621/ 1 80 02-156  
Fax: 0621/ 1 80 02-159  
koch@hwk-mannheim.de  
www.hwk-mannheim.de

# 7



## Handwerkskammer Region Stuttgart

**Franz Falk**

Heilbronner Straße 43  
70191 Stuttgart  
Tel.: 0711/16 57-271  
Fax: 0711/16 57-222  
franz.falk@hwk-stuttgart.de  
www.hwk-stuttgart.de



## Handwerkskammer Reutlingen

Dipl. Bw. (FH)  
**Sylvia Weinhold**

Hindenburgstraße 58  
72762 Reutlingen  
Tel.: 07121/24 12-133  
Fax: 07121/24 12-8133  
sylvia.weinhold@  
hwk-reutlingen.de  
www.hwk-reutlingen.de

## Handwerkskammer Heilbronn-Franken

**Marc Zendler**

Allee 76  
74072 Heilbronn  
Tel.: 07131/791-170  
Fax: 07131/791-2570  
Marc.Zendler@hwk-heil-  
bronn.de  
www.hwk-heilbronn.de



# 7



## Handwerkskammer Karlsruhe

### Brigitte Dorwarth-Walter

Friedrichsplatz 4-5  
76133 Karlsruhe  
Tel.: 0721/16 00-160  
Fax: 0721/16 00-361  
dorwarth-walter@  
hwk-karlsruhe.de  
www.hwk-karlsruhe.de



## Handwerkskammer Konstanz

### Dipl.-Volkswirt Thomas Rieger

Webersteig 3  
78462 Konstanz  
Tel.: 07531/205-373  
Fax: 07531/205-6373  
thomas.rieger@  
hwk-konstanz.de  
www.hwk-konstanz.de



## Handwerkskammer Freiburg

### Ulrich Mietz

Bismarckallee 6  
79098 Freiburg  
Tel.: 0761/2 18 00-125  
Fax: 0761/2 18 00-333  
ulrich.mietz@hwk-freiburg.de  
www.hwk-freiburg.de

# 8



## Handwerkskammer für München und Oberbayern

### Hartmut Drexel

Max-Joseph-Str. 4  
80333 München  
Tel.: 089/51 19-230  
Fax: 089/51 19-208  
hartmut.drexel@  
hwk-muenchen.de  
www.hwk-muenchen.de



## Handwerkskammer Schwaben

### Markus Prophet

Siebentischstraße 52-58  
86161 Augsburg  
Tel.: 0821/32 59-1519  
Fax: 0821/32 59-1526  
mprophet@hwk-schwaben.de  
www.hwk-schwaben.de



## Handwerkskammer Ulm

### Dr. Stefan Rössler

Olgastraße 72  
89073 Ulm  
Tel.: 0731/1425-6305  
Fax: 0731/1425-9354  
s.roessler@hwk-ulm.de  
www.hwk-ulm.de

# 9



## Handwerkskammer Mittelfranken

### Dipl.-Kfm. Klaus Pfattheicher

Sulzbacher Str. 11-15  
90489 Nürnberg  
Tel.: 0911/53 09-242  
Fax: 0911/53 09-181  
betriebsberatung  
@hwk-mittelfranken.de  
www.hwk-mittelfranken.de



## Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz

### Diplom-Kaufmann Univ. Klaus Jocham

Nikolastraße 10  
94032 Passau  
Tel.: 0851/53 01-128  
Fax: 0851/53 01-189  
klaus.jocham@hwkno.de  
www.hwkno.de



## Handwerkskammer für Oberfranken

### Dr. Dirk Haid

Kerschensteinerstraße 7  
95448 Bayreuth  
Tel.: 0921/910-143  
Fax: 0921/910-379  
dirk.haid@  
hwk-oberfranken.de  
www.hwk-oberfranken.de



## Handwerkskammer für Unterfranken

### Dipl.-Kfm. Wolfgang Stumpf

Gartenstraße 5  
97616 Bad Neustadt/ Saale  
Tel. 09771 6358942  
Fax 09771 991401  
w.stumpf@hwk-ufr.de  
www.hwk-unterfranken.de

# Buchtipps für Gründer

Literatur für einen einfacheren Start.  
Jetzt bestellen: [www.vh-buchshop.de](http://www.vh-buchshop.de)



## Der Businessplan

8. Auflage 2015,  
49,99 €



## Praxishandbuch Start-up-Management

1. Auflage 2015  
24,99 €



## Mission: Startup

1. Auflage 2014,  
19,99 €



## Erfolgreich Unternehmen gründen

1. Auflage 2015,  
17,99 €



## Das Handbuch für Unternehmer

1. Auflage 2015,  
24,99 €



## Existenzgründung

1. Auflage 2015,  
29,90 €

# Der Ratgeber.



Für Jungunternehmer.  
Für Gründer.  
Für alle im Handwerk.

[www.unternehmensnavi.info](http://www.unternehmensnavi.info)