

Auf Kurs

Der Unternehmensnewsletter Ihrer Volksbank Raiffeisenbank

Auf Kurs | 01.2010 | www.auf-kurs.de


Ökologisch erfolgreich



Kampagne mit aktualisiertem Klimabarometer zeigt, wie Unternehmen Energie sparen können.

Eine vom Bundesumweltministerium geförderte Klimaschutzkampagne informiert private Haushalte, Handel und Gewerbe über Klimaschutzmaßnahmen und die Möglichkeiten, den CO₂-Ausstoß zu senken. Neu: Ein Klima-Barometer misst quartalsweise mit aktualisiertem Index die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Klimaschutzthemen. Somit können nun Reaktionen auf politische und wirtschaftliche Entwicklungen aktuell angezeigt werden.

Inhalt

- 02 **Kundenbindung** | Zufriedene Kunden – 2010 wichtiger denn je
 - 03 **Service** | Fünf Tipps zum Energiesparen
 - 03 **News** | Markenschutz online anmelden
 - 04  **Beratungstipps** | Familienunternehmen in Deutschland: Besonnen durch die Krise
 - 04 **News** | Mindestlöhne in immer mehr Branchen
 - 05 **Altersvorsorge** | Stichwort BilMoG: Hilfe bei neuen Regeln
 - 05 **News** | Neues Bio-Logo
 - 06 **Arbeitsmarkt** | 300.000 neue Jobs bei Dienstleistern 2010
 - 06 **Links** | Weiterlesen im Netz
-

Strategie

Zufriedene Kunden – 2010 wichtiger denn je

Eine gute Geschäftsbeziehung ist gerade in Krisenzeiten von großer Bedeutung. Das liegt auf der Hand. Doch viele Unternehmen setzen vor allem auf die Neukundengewinnung. Die Pflege bestehender Kontakte wird oft vernachlässigt.

Wie wichtig erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement ist, offenbart das Excellence Barometer ExBa® 2009. Im Mittelpunkt der ExBa® Benchmarkstudie zur Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft stand im vergangenen Jahr die Wirtschaftskrise und die Antwort der Unternehmen auf diese gewaltige Herausforderung. Befragt

wurden insgesamt etwa 900 Top-Entscheider und 1.500 Privatpersonen. Initiatoren der Studie sind die Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V., Frankfurt, und das Marktforschungsunternehmen forum! Marktforschung GmbH, Mainz. Das Ergebnis: erfolgreiche Unternehmen setzen auf die Beziehung zu ihren Bestandskunden.

Wechselbereitschaft steigt

Blogs, Foren, Twitter, Social Networks und Co. haben die Dialogmöglichkeiten und die Beziehung zwischen Kunde und Unternehmen stark verändert. Jedoch vernachlässigen viele Unternehmen Ihre Bestandskunden, wie Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmarketing berichtet (www.loyalitaetsmarketing.de). Sie geben zwar oft viel Geld aus, um neue Kunden zu finden. Beziehungen zu einmal gewonnenen Kunden werden aber oft nicht intensiv gepflegt. Das ist ein Grund dafür, warum die Bereitschaft der Kunden, das Unternehmen zu wechseln, größer ist denn je.

Bereits 2008 hatte die GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) in ihrer Studie „Die Stammkunden wandern ab. Schicksal oder Versäumnis?“ festgestellt, wie schlecht die Markenloyalität in den vergangenen Jahren geworden ist. Doch der Stammkundenverlust ist häufig hausgemacht.

Vorbild „Tante Emma“

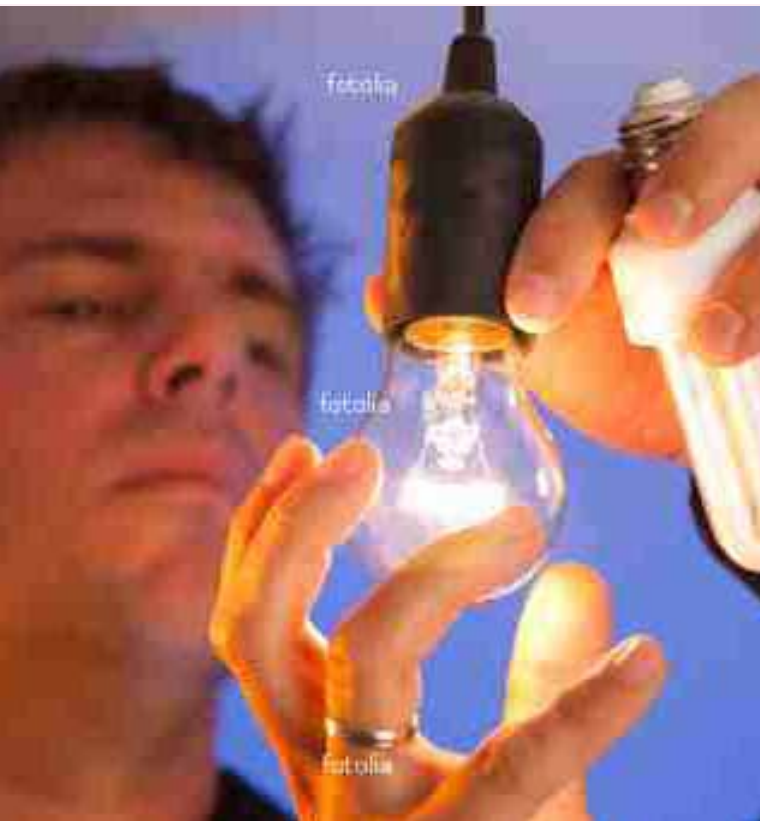
Auch kleine und mittelständische Unternehmen können in Sachen Kundenbindung und Loyalitätsmarketing noch sehr viel lernen. Die berühmte „Tante Emma“ ist da immer noch ein gutes Vorbild: Ihre persönliche Art und ihre Fähigkeit, auf deren Bedürfnisse und Wünsche einzugehen, sind vorbildhaft, wie Christoph Portmann in seinem Fachbeitrag „Loyalty Marketing: Kundenbindung in KMU“ in Perspektive Mittelstand (2008) schreibt. Ob persönlich oder via Web 2.0 – gestern wie heute war und ist es wichtig, auf den Kunden einzugehen, seine Wünsche zu erkennen und ihnen zu entsprechen. Denn zufriedene Kunden bleiben dem Unternehmen treu und empfehlen es weiter.



Service

Fünf Tipps zum Energiesparen im Betrieb

Unternehmen können oft mit einfachen Mitteln ihre Energiekosten drastisch reduzieren. Hier fünf Tipps und Tricks, mit denen man Energiefressern den Kampf ansagen kann.



www.klima-sucht-schutz.de

Tipp 1: Mit einem brennenden Teelicht können Sie testen, ob Ihre Fenster wirklich dicht sind, oder ob durch Zugluft Wärme verloren geht. Ist dies der Fall, sollten Sie ihre Fenster mit Dichtungsband oder Gummidichtungen abdichten. Auf diese Weise kann man auf einer Fläche von 150 m² etwa 90 Euro pro Jahr an Heizkosten einsparen.

Tipp 2: Zum Lüften die Fenster nicht kippen, sondern für einige Minuten ganz aufmachen und „Stoßlüften“. Gekippte Fenster kühlen nur die Wände und begünstigen so die Schimmelbildung.

Tipp 3: Lassen Sie sich ein kostenloses Heizgutachten erstellen (www.heizspiegel.de). So erkennen Sie, ob die verbrauchte Heizenergie angemessen oder etwa zu hoch ist. Dann sind Veränderungen im Heiz- und Lüftverhalten oder auch Modernisierungsmaßnahmen am Haus angesagt.

Tipp 4: Ist ihr Heizungskeller warm? Dann sollten Sie überprüfen, ob Ihre Heiz- und Wasserrohre gedämmt sind. Mit Isoliermaterial können Sie die Rohre leicht ummanteln und so bis zu 175 Euro auf 150 m² Fläche im Jahr sparen.

Tipp 5: Senken Sie die Heiztemperatur über Nacht auf 15 Grad ab. Programmierbare Thermostatventile erhalten Sie bereit für 30 bis 50 Euro pro Heizkörper im Handel.

Weitere Tipps gibt es unter www.klima-sucht-schutz.de. Die Plattform ist Teil einer Klimaschutzkampagne, die das Bundesumweltministerium zusammen mit mehr als 700 Partnern ins Leben gerufen hat. Dort gibt es auch weiterführende Informationen zum Thema Klimaschutz und CO₂-Reduktion.

News

Markenschutz online anmelden

Wenn Unternehmen eine Marke schützen lassen wollen, müssen sie dafür oft viel Geld ausgeben. Je nach Umfang des gewünschten Markenschutzes sind bis zu 1800,00 Euro fällig. Neben dem Preis sind auch der zeitaufwändige und komplizierte Anmeldevorgang oft der Grund dafür, dass gerade Kleinunternehmer auf die Anmeldung einer schützenswerten Marke verzichten.

Hier hilft www.markenschutz-direkt.de, eine Plattform, auf der man seine Marke online anmelden und dabei Geld sparen kann. Neben einfachen Recherchen sind auch Ähnlichkeitsrecherchen und komplexe Recherchen nach internationalen Wortmarken möglich. Betreiber der Internetseite ist die Kanzlei markenrecht.EU in Berlin.

www.markenschutz-direkt.de

Beratungstipps

Familienunternehmen in Deutschland: Besonnen durch die Krisen

„Krise ist ein produktiver Zustand. Man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen“
(Max Frisch, 1911–1991)

Die Krise als Herausforderung begreifen, besonnen sein und seiner Unternehmensstrategie treu bleiben, das hat sich für viele Familienunternehmen und KMU als Weg durch die Krise bewährt. Zu diesem Schluss kommt die repräsentative Studie „Erfolgreich bleiben in der Krise“. Sie wurde im September 2009 durch die Handelshochschule Leipzig (HHL) und den AlphaZirkel – Das Forum für Familienunternehmer – veröffentlicht. Die Studie bietet Antworten auf Fragen zur Strategie, Führung und Finanzierung von Familienunternehmen in Krisenzeiten.

Der eigenen Linie treu bleiben

So macht es auch die Josef Schmelter GmbH in Lennestadt-Saalhausen, ein nordrhein-westfälisches Holzindustriunternehmen. Selbst in schwierigen Zeiten bleibt die Firma ihrer Unternehmensstrategie treu. Zwar kommuniziert sie bewusster, vor allem mit den eigenen Mitarbeitern. Doch setzt sie nach wie vor auf die kontinuierliche Erweiterung des Produktportfolios, um für ihre Kunden interessant zu bleiben. Ergänzt durch einen umfangreichen Service bietet das Unternehmen damit eine nahezu vollständige Produktpalette im Massivholzbereich für den baulichen, statischen Einsatz an. Der Sohn der Familie, Lutz Schmelter, seit 2003 zusätzlicher Geschäftsführer, erinnert sich: „Die ersten Krisensymptome bemerkten wir schon im Frühjahr 2009 im Bereich Holz und

Verpackung. Produkte für die Bauindustrie wurden bislang aber noch gut nachgefragt.“ Schmelter rechnet jedoch mit weiteren Krisensymptomen im Laufe dieses Jahres, besonders im Bereich Hochbau. Doch mit dem erweiterten Produktangebot,

weiteren Investitionen und attraktiven Zusatzleistungen wollen die Schmelter sich vom Wettbewerb abheben. Ein wenig Anspannung bleibt dennoch. Lutz Schmelter: „Hoffentlich bringt uns die Strategie durch die vielleicht kommende Krise im Hochbau“ erklärte er gegenüber der Plattform idw-online.

KMU: Krisenfest

Zahlreiche kleine und mittelständische Unternehmen verhalten sich in diesen turbulenten Zeiten ähnlich. Und das mit Erfolg, wie die HHL-Studie bestätigt.

Zwar war es für sie im vergangenen Jahr schwierig, Kredite zu bekommen, um auch weiter investieren zu können. Doch scheint das Jahr 2010 hier einige Erleichterungen für KMU zu bringen.

Für eine höhere Krisenfestigkeit sorgt außerdem ein enger interner Zusammenhalt. Gerade Unternehmerfamilien rücken in schwierigen Zeiten näher zusammen, so Professor Dr. Torsten Wulf vom Lehrstuhl für Strategisches Management und Organisation Handelshochschule Leipzig (HHL). Weitere Informationen zur Forschung und Lehre an der HHL sind auf der Homepage der Business School www.strategyy.hhl.de erhältlich.



News

Mindestlöhne in immer mehr Branchen

Ab 2011 gilt die volle Arbeitnehmerfreizügigkeit. Dann dürfen Unternehmen aus dem EU-Ausland ihre Beschäftigten in Deutschland nach den Tarifen ihres Stammlandes bezahlen, sofern es keinen gesetzlich geregelten Mindestlohn gibt. Aus diesem Grund fordern immer mehr Branchen die Festlegung eines Mindestlohns.

Im März dieses Jahres wurde vereinbart, dass der Mindestlohn für Gebäudereiniger und Dachdecker bald umgesetzt wird. Den beiden Berufsgruppen gehören rund 900.000 Beschäftigte an. Auch viele Leiharbeiter bekommen ab Juli mehr Geld. Den neuen Tarifvertrag haben die DGB-Gewerkschaften und der Arbeitgeberverband BZA ebenfalls im März vereinbart.

Auch im Einzelhandel könnte es bald wieder einen branchenweiten Mindestlohn geben. Dafür plädiert nicht nur die Gewerkschaft Verdi, sondern auch der Arbeitgeberverband HDE. Selbst der Discounter Lidl ist dafür. Mit diesem Vorstoß will nach Angaben von focus-online der Discounter sein ramponiertes Image aufpolieren.

Die Zeitarbeitsbranche hat sich auf einen Mindestlohn von 7,50 Euro pro Stunde geeinigt. Das teilten die Gewerkschaften Verdi und IG Metall sowie der Bundesverband Zeitarbeit Personal-Dienstleistungen (BZA) mit. Demgegenüber hat das Bundesverwaltungsgericht den geforderten Post-Mindestlohn Anfang des Jahres für rechtswidrig erklärt. Aber auch hier ist das letzte Wort noch nicht gesprochen.

Altersvorsorge

Stichwort BilMoG: Hilfe bei neuen Regeln

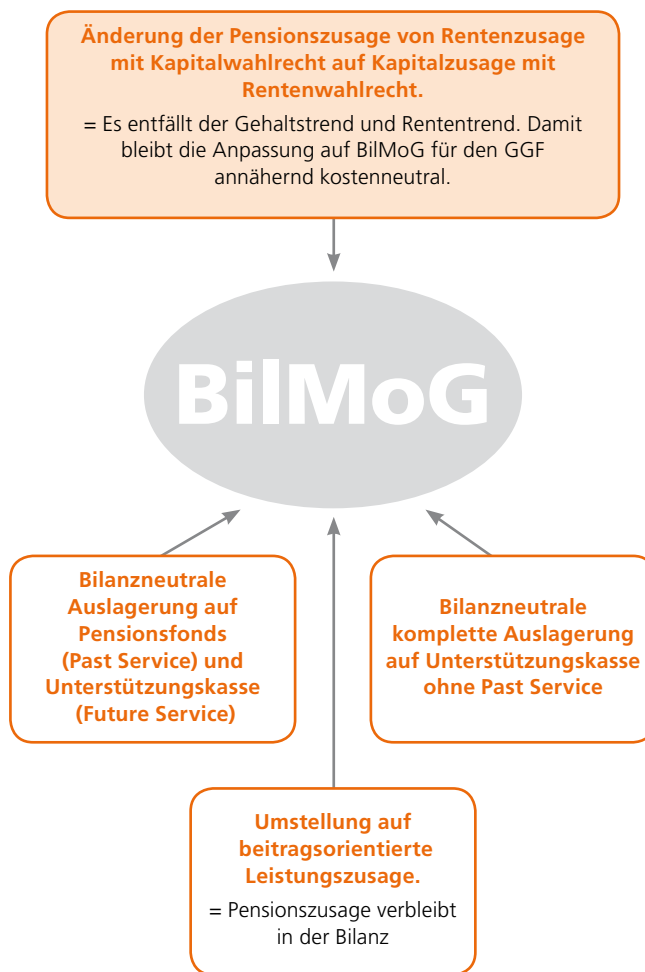
Mit dem neuen Gesetz zur Modernisierung des Bilanzrechts (BilMoG) werden vor allem mittelständische Firmen über ihre Pensionsverpflichtungen zusätzlich belastet. Das neue Gesetz verlangt von Firmen ihre Pensionsverpflichtungen realistischer als bisher zu bewerten – und damit höher. Die zusätzlichen Rückstellungen, fehlen aber gerade in Krisenzeiten im operativen Geschäft. Vor allem für mittelständische Unternehmen ist damit der Bedarf gewachsen, ihre Pensionsrückstellungen auszulagern.

„Da jeder Geschäftsführende Gesellschafter mit Pensionszusage reagieren muss, haben wir auch für jeden eine Lösung geschaffen“, erklärt Michael Herth, Firmenkundenberater der R + V Versicherung in Darmstadt. Vier Möglichkeiten stehen dabei zur Auswahl (siehe auch nebenstehende Grafik). Die für viele wohl attraktivste Option ist die Änderung der Pensionszusage von Rentenzusage mit Kapitalwahlrecht auf Kapitalzusage mit Rentenwahlrecht. Dabei entfällt der Gehaltstrend und Rententrend. Damit bleibt die Anpassung auf BilMoG für den Geschäftsführende Gesellschafter annähernd kostenneutral.

Weitere Optionen sind:

- Die bilanzneutrale Auslagerung auf Pensionsfonds und Unterstützungskasse.
- Die bilanzneutrale komplette Auslagerung auf Unterstützungskasse
- Die Umstellung auf beitragsorientierte Leistungszusage.

„Letztlich entscheidend sind die Wünsche und Möglichkeiten des Unternehmers“, betont Herth. Doch er unterstreicht auch, „nach wie vor ist die Pensionszusage immer noch das flexibelste Modell. Richtig gestaltet macht Pensionszusage auch heute noch Sinn.“



News

Neues Bio-Logo



Ab Juli gibt es ein neues europäisches Bio-Logo. Das gab die Europäische Kommission Anfang des Jahres bekannt. In Europa produzierte Lebensmittel dürfen das neue, blattförmige Siegel tragen, wenn sie bestimmte Normen erfüllen. Demnach müssen die Zutaten zu mindestens 95 Prozent aus ökologischem Landbau stammen. Außerdem muss die Produktion kontinuierlich überprüft werden. Eigentlich sollte das neue Siegel die Vielfalt der bereits existierenden Bio-Logos in Europa ersetzen. Doch bleiben die anderen Kennzeichen vorerst ebenfalls gültig. Auch das bekannte sechseckige deutsche Bio-Siegel wird es weiterhin geben.

News

„Mission Mittelstand“

Unter dem Motto „Mission Mittelstand“ will Microsoft kleine und mittelständische Unternehmen der verschiedensten Branchen unterstützen – mit Informationen zu Produktneuheiten, Fallstudien und attraktiven Angeboten. In den Bereichen „Kostensenkung“, „IT-Risikominimierung“, „optimales Zeit- und Datenmanagement“ sowie „Kundenbindung“ bietet Microsoft seit Ende 2009 den KMU zusammen mit verschiedenen Partnerunternehmen Rabatt- und Sonderaktionen an. Details sind auf der Microsite des Unternehmens zu finden.

www.mission-mittelstand.de

Arbeitsmarkt

300.000 neue Jobs bei Dienstleistern 2010

Der aktuelle Dienstleistungsreport des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) spricht eine eindeutige Sprache: Neue Aufträge, mehr Optimismus, zusätzliche Jobs – die Auswertung belegt, dass die Branchenkonjunktur im Frühjahr 2010 einen weiteren Schritt nach vorne macht.

Die Dienstleistungsunternehmen vermelden als einziger Wirtschaftszweig zu Jahresbeginn bereits eine positive Geschäftslage“, berichtete DIHK-Hauptgeschäftsführer Martin Wansleben von den Ergebnissen der Erhebung, der rund 11.000 Unternehmensantworten zugrunde liegen. „Der Sektor verdaut die Krise besser als die Gesamtwirtschaft.“

Nachdem die Serviceanbieter bereits im Krisenjahr 2009 den Arbeitsmarkt stabilisiert hätten, so Wansleben, schaffe die Dienstleistungsbranche weiter neue Jobs: Angesichts der positiven Beschäftigungspläne der Unternehmen rechne der DIHK „mit einem Plus von rund 300.000 Arbeitsplätzen allein im Dienstleistungssektor bis zum Jahresende 2010“. Dies könne einen Großteil der in anderen Wirtschaftszweigen drohenden Beschäftigungsverluste kompensieren.

Mehr Service-Jobs

Insbesondere wissensintensive Dienstleistungsbranchen wie Forschung und Entwicklung, Informationstechnologie, Versicherungen, Unternehmensberatungen sowie Werbung und Marktforschung haben vor, ihre Mitarbeiterzahl zu erhöhen. Bei Unternehmen aus dem Servicebereich mit einem bis 19



Mitarbeiter planen 13 Prozent Neueinstellungen. Demgegenüber haben jedoch auch 14 Prozent vor, Mitarbeiter zu entlassen.

Allerdings gebe es auch „Branchen, die als Jobmotor ausfallen“, sagte der DIHK-Hauptgeschäftsführer: „Vor allem der Straßengüterverkehr leidet unter massiven Auftragsrückgängen sowie zuletzt wieder gestiegenen Kraftstoffkosten.“ Darüber hinaus trübe die Erhöhung der Mautkosten zum 1. Januar 2011 die Erwartungen und Beschäftigungspläne der Branche zusätzlich ein.

Links

Helfende Hände

Der Verein Familie und Betrieb kennt die Risiken und Probleme mittelständischer Familienbetriebe und versucht zu helfen: er führt Gespräche, vermittelt geeignete Fachleute, bereitet Verhandlungen mit Behörden und Gläubigern vor und schlichtet bei Konflikten. Als Beratungsdienst der Katholischen Landvolkbewegung der Erzdiözese Freiburg unterhält er seit über 20 Jahren auch Beratungsstellen in Nordbaden, Südbaden und Bodensee/Hohenzollern.

> www.familie-und-betrieb.varadi.eu/

Familienunternehmen

Familienunternehmen – ob groß oder klein – können vom gegenseitigen Austausch profitieren. Die Stiftung Familienunternehmen möchte die Kommunikation zwischen den Betrieben fördern und Forschungen unterstützen, die diesen Unternehmenstypus betreffen. Außerdem kämpft sie dafür, dass Familienbetriebe in Politik und Öffentlichkeit stärker wahrgenommen und akzeptiert werden.

> www.familienunternehmen.de

Link zum Klimaschutz

> www.klima-sucht-schutz.de

IMPRESSUM:

Herausgeber: Deutscher Genossenschafts-Verlag eG (DG VERLAG), Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden, Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), Schellingstraße 4, 10785 Berlin, Partner: DZ BANK AG, Union Investment Privatfonds GmbH WZ BANK AG, VR LEASING

Objektleitung: Jens Witte (DG VERLAG), jwitte@dgverlag.de, Tim Zuchiatti (BVR), t.zuchiatti@bvr.de;

V.I.S.D.P.: Peter Erlebach, DG VERLAG, Postfach 2140, 65011 Wiesbaden

Chefredaktion: Martin Reimund, Profilwerkstatt GmbH, Dr. Claudia Klemm, Profilwerkstatt GmbH

Art-Direktion und Layout: Profilwerkstatt GmbH