

Leitartikel

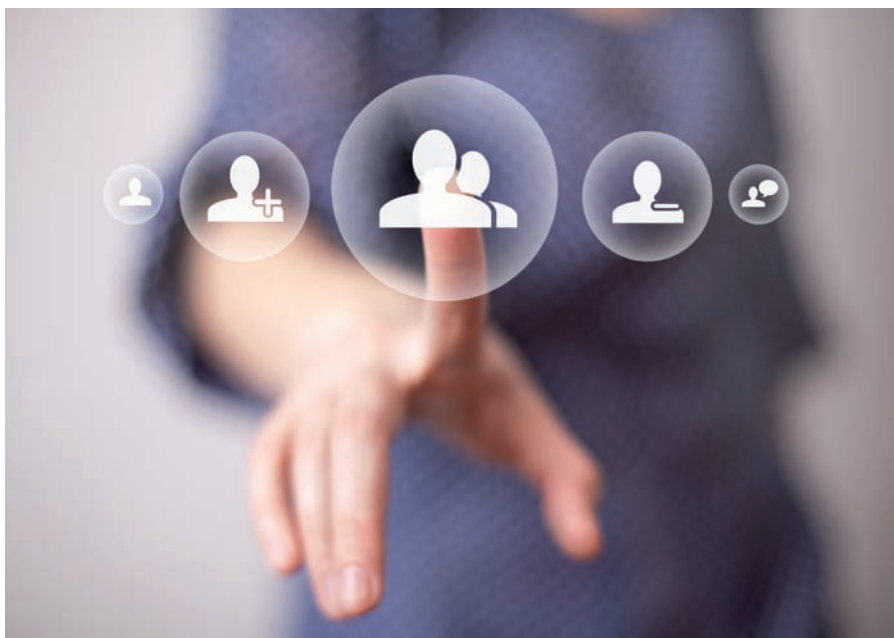


Foto: ra 2 studio - Fotolia.com

Sind Existenzgründer Generalisten oder Spezialisten?

„Ein Generalist weiß nichts über alles. Ein Spezialist weiß alles über nichts.“ – Dieser Satz deutet unsere Schwierigkeiten an, die wir mit Allgemeinwissen und Spezialbildung immer wieder erleben. Wir leben in einer Gesellschaft, in der die Informationsflut permanent zunimmt. Das Wissenswachstum führt dazu, dass kein Mensch mehr in der Lage ist, einen Gesamtüberblick über alle Wissensgebiete zu erlangen.

Berühmt für ihr unglaubliches Wissensspektrum sind bis heute z.B. Alexander von Humboldt oder auch Johann Wolfgang von Goethe, der das gesamte Wissen seiner Zeit nicht nur entscheidend mitprägte, sondern auch nahezu vollständig präsent zu haben schien. Ob

der Dichterrfürst aber auch heute in allen aktuellen Wissensbereichen so gut Bescheid wüsste, muss angesichts des enormen Wissens- und Informationszuwachses der letzten 30 Jahre stark bezweifelt werden.

Gerade für Existenzgründer bietet sich heute die Chance, bei der Vielzahl der Wissensbereiche doch wenigstens in einem engen, speziellen Gebiet einen Überblick zu erlangen, der es einem ermöglicht, als Fachmann oder Fachfrau anerkannt zu werden und beruflich erfolgreich zu sein.

Eine wesentliche Gefahr des Spezialisierens sind allerdings die häufig unzureichenden Verbindungen zu anderen



Victoria Appelbe

Wirtschaftsförderin
Bundesstadt Bonn
Amt für Wirtschaftsförderung

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser, in der Betriebswirtschaftslehre wird die Spezialisierung als die Beschränkung auf einen Teil eines Ganzen definiert. Weniger ist oft mehr, wenn man ein Unternehmen an die Spitze führen will. Spezialisierung gilt als wirkungsvolle Methode zu mehr Marktanteilen, Erfolg und Gewinn. Aufgrund der Berufs- und Lebenserfahrung bietet sich die Spezialisierung auf ein Produkt oder eine Dienstleistung gerade auch für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des 40plus-Netzwerkes an. „Erfolgreiche Positionierung – Aufbau eines Spezialistenstatus“ lautet daher das Thema des Fachvortrags des 40plus-Netzwerkabends, zu dem ich Sie am 30.11.2011 sehr herzlich in das Kunstmuseum Bonn einlade.

Die Bonner Wirtschaftsförderung freut sich, an diesem Abend Ihre Gastgeberin sein zu dürfen. Nutzen Sie die einmalige Atmosphäre des Kunstmuseums Bonn, um sowohl durch die Vorträge, als auch in den anschließenden Gesprächen wertvolle Tipps und neue Inspirationen für Ihren Weg in die Selbständigkeit oder Ihr Unternehmen zu erhalten.

Inhalt

Seite

Leitartikel/Editorial	1
Kommunikation/Online-Marketing	3
Rechtsberatung	4
Steuern/Life-Balance	6
Mediaplanung/Impressum	7

Wissensgebieten. Die Verknüpfung und Einordnung zu übergeordneten Sinnstrukturen geht heute leider oft verloren, und die Überlegenheit in einem Spezialgebiet führt nicht selten dazu, dass man glaubt, man sei in Bereichen, in denen man sich in Wahrheit nicht gut auskennt, auch kompetent. Eine immer weitergehende Spezialisierung kann also unter Umständen weit reichende Fehleinschätzungen und Fehlentscheidungen nach sich ziehen.

Um als Existenzgründer mit der Informationsfülle und der Notwendigkeit zur Spezialisierung intelligent umzugehen, lohnt es sich, früh den eigenen Blick auf das wirklich Wesentliche zu schärfen.

Gut geeignet dafür sind klassische Selbst- und Zeitmanagementmethoden, denn wer eine eigene Firma gründet, steht anfangs vor einer schier unübersehbaren Fülle von Aufgaben, die (und das suggeriert uns unser subjektives Empfinden) nahezu alle gleichzeitig und im Dauerlauftempo erledigt sein wollen.

Dies ist natürlich niemals zu schaffen, und deshalb lohnt es sich, Zeit in ein sinnvolles Selbst- und Zeitmanagement zu investieren. Diese (übrigens niemals vergeudete!) Zeit wird dazu führen, dass Sie einigermaßen ruhig und souverän die anstehenden Aufgaben bewältigen können, die Übersicht über Ihre Firma und Ihr Privatleben behalten und Fehler, die ansonsten durch Hektik entstehen würden, deutlich reduzieren. Gerade die „Alleskönner“ unter den Existenzgründern lernen so, rechtzeitig zu delegieren – nämlich an Experten in der eigenen Belegschaft, bei Kooperationspartnern oder Dienstleistern.

Ein Beispiel dafür ist das Auslagern der Gehalts- und Lohnabrechnungen an einen externen Spezialisten, das Delegieren der anstehenden Reinigungsar-

beiten an einen Reinigungsdienst oder die Unterstützung durch einen Ghost-Writer bei der anstehenden Rede zur Eröffnung des neuen Firmenstandortes.

Wer als Existenzgründer abends häufig vor einem Stapel nicht erledigter Aufgaben sitzt, oft in die Nacht hinein arbeiten muss, wichtige Dinge vergisst und in dem Gefühl lebt, den Anforderungen nicht gewachsen zu sein, muss unbedingt sein Selbstmanagement hinterfragen und überlegen, wofür er oder sie wirklich Experte ist und wofür nicht.

Generell ist es unverzichtbar, sich über folgende Fragen Klarheit zu verschaffen:

- 1. Welche Anforderungen werden an mich gestellt?*
- 2. Welche Ziele verfolge ich eigentlich langfristig?*
- 3. Was ist mir wirklich wichtig?*
- 4. Wer erledigt am besten was?*

Es genügt demnach keinesfalls, einen Schnellkurs „Zeitmanagement“ zu absolvieren, denn besonders die Frage „Was ist mir wirklich wichtig?“ oder „Welche Prioritäten müssen gesetzt werden?“ zwingt uns dazu, Antworten auf die Frage nach der Qualifikation der handelnden Personen, nach der Sinnhaftigkeit unserer Aktivitäten sowie nach unserer grundlegenden Werteorientierung zu formulieren.

Um eine Firma erfolgreich zu führen – egal ob klein oder groß –, muss uns bewusst sein, welche langfristigen Ziele wir tatsächlich verwirklichen wollen – erst dann können wir die mittelfristigen Ziele und, daraus abgeleitet, unsere kurzfristigen Aufgaben und Aktivitäten festlegen. Wer Ziele definiert, muss und kann deshalb Entscheidungen treffen. Hierzu gehört auch das Diffe-

renzieren zwischen Generalisten und Spezialisten. Aber genau dieses Entscheiden fällt speziell Existenzgründern oft schwer – häufig reagieren sie nur, anstatt ihren bewusst gesetzten Zielen entsprechend zu agieren.

Wer proaktiv handelt, wer bewusst und voller Überzeugung „ja“ oder eben auch „nein“ sagt, wer überlegte Entscheidungen selbst fällt, gewinnt automatisch innere Klarheit über viele Fragen – und dazu gehört auch der intelligente Umgang mit der heutigen Informationsflut.

„Es ist nicht zu wenig Zeit, die wir haben, sondern es ist zu viel Zeit, die wir nicht nutzen“ sagte übrigens schon Lucius Seneca, ein bis heute berühmter römischer Spezialist für schwierige philosophische Fragen schon vor über 2000 Jahren, als er den späteren Kaiser Nero auf seine Regentenrolle vorbereitete. An den grundlegenden Empfehlungen für Menschen am Beginn ihrer beruflichen Laufbahn hat sich offenbar über die Jahrtausende wenig geändert. ■



**Waltraud Steinborn
Inhaberin & Geschäftsführerin
Internationales
Schulungszentrum TSI**

Lennéstr.30
53113 Bonn
Tel. + 49 228-280 359 0
Fax + 49 228-969 140 6
www.tsi-bonn.de

Kommunikationstraining

So setzen Sie sich durch ...

Ein sicheres Auftreten ist im Berufsleben genauso wichtig wie fachliche Kompetenz. Davon ist Anne Weller überzeugt. Stimme und Körpersprache sind die beiden „Werkzeuge“, deren richtigen Gebrauch sie ihren Kundinnen in Trainings, Workshops und Vorträgen vermittelt. „Erst wenn Stimme, Körpersprache und Inhalt des Gesagten übereinstimmen, werden Sie Freude an Ihrem Auftreten haben“, sagt sie, „und schließlich wirklich überzeugen.“

Stimmliche und körperliche Präsenz lässt Fachwissen im Berufsleben voll zur Geltung kommen. Anne Weller nennt das „kommunikative Kompetenz“. Sie weiß, was Frau braucht, um sich am Arbeitsplatz durchsetzen zu können.

Anne Weller begleitet ihre Kundinnen auf dem Weg zu einer überzeugenden Kommunikation. Ihre Maxime dabei lautet: „Bleiben Sie echt. Trainieren Sie sich nicht irgendetwas an, was nicht zu Ihnen passt. Sondern beobachten Sie sich selbst, arbeiten Sie an Ihren Stärken und bauen Sie diese aus.“

Sie empfiehlt, die Arbeit an Stimme und Körpersprache ebenso kontinuierlich zu betreiben wie fachliche Weiterbildungen. Denn: Eine kraftvolle und wohlklingende Stimme gibt Ihnen Sicherheit in jeder beruflichen Situation. Sie macht Ihre Präsentationen mitreißend. Und schlägt den Funken, mit dem Sie Ihre Mitarbeiter motivieren und Ihre Kollegen und Kunden überzeugen. ■



Anne Weller
Kommunikations-Expertin

Gartenstr. 18
53547 Breitscheid OT Hochscheid
Tel.: 02638-949 081
Mob.: 0163-243 27 03
kontakt@anne-weller.de
www.anne-weller.de

Online-Marketing

Regionale Google-AdWords-Werbung kann so effektiv sein!

Google-AdWords-Werbung kann eine große Hilfe bei der Kundengewinnung sein. Doch für viele Unternehmer/innen ist die Schaltung von Google-AdWords eine große Herausforderung.

Tipp 1: Nur relevante Suchbegriffe nutzen! Schalten Sie kleine, überschaubare Anzeigen mit wenigen, aber zielgerichteten Suchbegriffen und bauen Sie die Kampagne darauf auf.

Tipp 2: Regionale Ausrichtung bei Google AdWords! Werben Sie so regional wie möglich. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Werbung auf Google nur in einer Stadt oder in einer bestimmten Region zu schalten.

Tipp 3: Der richtige Klickpreis! Bieten Sie am Anfang lieber mehr. Sobald Ihre Kampagne stabile Klickpreise aufweist, können Sie den Biетpreis nach unten hin anpassen.

Tipp 4: Rotierende Anzeigentexte! Erstellen Sie mehrere Anzeigentextvariationen und achten Sie darauf, dass die Haupt-Suchbegriffe im Titel des Anzeigentextes vorkommen. Google wechselt die Anzeigen automatisch und stellt den Anzeigentext mit den besten Ergebnissen nach vorne.

Tipp 5: Halten Sie, was Sie versprechen! Geben Sie dem Nutzer Ihrer Werbung auf Ihrer Zielseite oder Landing-Pages dass, was Sie im Anzeigentext angekündigt haben.



Dieter Schüller
Google-AdWords-Experte

werbeClick
Ermekeilstr. 38
53113 Bonn
Tel.: 0228-823 666 11
info@werbeClick.com
www.werbeClick.com

Tipp 6: Nutzen Sie Conversion Tracking! Mit Conversion Tracking können Sie messen, über welche Suchbegriffe Sie Kundenanfragen erhalten. Suchbegriffe die nur Geld kosten können so gelöscht werden.

Tipp 7: Kampagneneinstellungen immer wieder optimieren! Weitere Infos erhalten Sie unter: <http://adwords.google.com/support>

Letztlich gilt: Textanzeigen auf Google sind derzeit wahrscheinlich eine der erfolgreichsten und günstigsten Werbeformen. Sie sind allerdings kein „Selbstläufer“; es gibt eine Vielzahl von Stellschrauben, die es bei der Schaltung zu beachten gilt. ■

Steuervereinfachungsgesetz 2011

Nicht übereilt auf E-Rechnung setzen

Jetzt verringern sich die formalen Anforderungen an elektronische Rechnungen. Die Neuregelungen sind rückwirkend für alle Umsätze ab 1. Juli 2011 anwendbar. Rechnungsaussteller können nun auf eine digitale Signatur verzichten; Rechnungsempfänger können frei wählen, wie sie die Echtheit und Unversehrtheit digitaler Daten gegenüber dem Fiskus belegen. Sie müssen allerdings ein innerbetriebliches Kontrollverfahren etablieren, das einen Abgleich der Rechnung mit der zugrunde liegenden Zahlungsverpflichtung sicherstellt. Die Regelung ist technologieneutral angelegt: Unternehmen können sowohl manuelle als auch systemgestützte Prüfungen vornehmen.

Doch welche Kontrollverfahren sind tatsächlich zulässig und bewahren vor Auseinandersetzungen mit den Finanzbehörden? Nach Ansicht von Dr. Andreas Rohde, Rechtsanwalt und Steuerberater bei der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft DHPG in Bonn, sollten Unternehmen trotz wachsendem Freiraums nicht übereilt auf elektronische Rechnungen setzen. Der Gesetzestext lässt noch viele Fragen offen. Insbesondere ist unklar, welche Verfahren letztendlich von der Finanzverwaltung anerkannt werden. Zwar erlaubt der Fiskus auch einen rein manuellen Abgleich der Rechnung mit der Bestellung und dem Lieferschein. Doch spätestens im Rahmen einer Betriebsprüfung steht das gewählte Verfahren auf dem Prüfstand. Wird das praktizierte Kontrollverfahren bei der Betriebsprüfung nicht ak-

zeptiert, drohen erhebliche Umsatzsteuernachzahlungen zuzüglich Zinsen.

Damit nicht genug: Die Neuregelung weitet die Kontrollbefugnisse des Fiskus im Rahmen der Umsatzsteuernachschau aus. Unternehmen bleibt nun keine Vorlaufzeit mehr. Elektronische Rechnungen und steuerrelevante digitale Dokumente sind für Prüfungszwecke ständig bereitzuhalten. Was leicht vergessen wird: Unverändert sichert nur eine ordnungsgemäße Archivierung den Vorsteuerabzug. Die Anforderungen haben sich durch die Neuregelung nicht vereinfacht.

Eine vorschnelle Umstellung ist auch bei grenzüberschreitenden Rechnungen kritisch: EU-Staaten haben bis Ende 2012 Zeit, die vereinfachte elektronische Rechnungsstellung umzusetzen. Solange werden allein die digitale Signatur und das so genannte EDI-Verfahren EU-weit akzeptiert. Möglicherweise erkennen Kunden in anderen EU-Ländern etwa per E-Mail übermittelte Rechnungen noch nicht an.

Der Gesetzgeber versteht unter elektronischen Rechnungen eine Vielzahl technischer Varianten, deren steuerliche Stolpersteine zu berücksichtigen sind (siehe Seite 5). Mit der Implementierung eines geeigneten Kontrollverfahrens sollten Unternehmen alle Anforderungen prüfen und gegebenenfalls einige Formen von vorneherein ausschließen. Achtung: Schon jetzt versenden viele Unternehmen elektronische Rechnungen mit dem Hinweis,



**RA/StB Dr. Andreas Rohde,
DHPG Rechtsanwälte
Wirtschaftsprüfer
Steuerberater, Bonn**
Tel.: 0228-81000-0,
Fax: 0228-81000-20,
rae-bonn@dhp.de,
www.dhp.de

dass sie vom Finanzamt anerkannt werden. Selbst auf Anforderung lehnen sie den Versand einer Papierrechnung häufig ab. Rechnungsempfänger sollten sich keine elektronischen Rechnungen aufzwingen lassen, denn sonst gefährden sie den Vorsteuerabzug. Der Leistungsempfänger muss mit einer elektronischen Abrechnung einverstanden sein. Schließlich hat er gegenüber den Finanzbehörden besondere Dokumentationspflichten zu erfüllen. Leistungsempfänger sollten im Zweifelsfall auf ihrem Recht auf eine Papierrechnung bestehen.

Newsletter

Steuerliche Stolpersteine umgehen

Für Erstellung und Übermittlung elektronischer Rechnungen existieren vielfältige technische Varianten. Was Rechnungsempfänger beachten sollten, damit der Vorsteuerabzug nicht in Gefahr gerät.

1. E-Mail:

Häufig werden Rechnungen als E-Mail-Anhang versendet, überwiegend im PDF-Format. Es reicht nicht aus, die Rechnung mit der E-Mail abzuspeichern. Ebenso wenig akzeptiert der Fiskus, wenn ein Papierausdruck der elektronischen Rechnung abgelegt wird. Die Archivierung und Aufbewahrung muss auf einem Datenträger erfolgen, der keine Änderungen mehr zulässt, etwa einmal beschreibbare CDs oder DVDs. Das Gleiche gilt für den E-Postbrief und De-Mail-Angebote.

2. Download:

Einige Unternehmen stellen Leistungsempfängern die Rechnung über ein Internet-Portal zum Download zur

Verfügung. Ein innerbetriebliches Kontrollverfahren bleibt Pflicht. Unternehmen sollten ihre Rechnungen direkt abrufen und finanzamtlicher abspeichern. Voraussetzung für den Vorsteuerabzug ist das Vorliegen einer ordnungsgemäßen Rechnung. Werden Rechnungen verspätet heruntergeladen, kann der Fiskus dieses Kriterium als nicht erfüllt ansehen.

3. Fax:

Wird eine Rechnung an Standard-Faxgeräte übertragen, gilt der Fax-Ausdruck nun grundsätzlich als Papierrechnung. Kommt beim Empfang ein Computer-Telefax oder Fax-Server zum Einsatz, liegt eine elektronische Rechnung vor. Vorteil: Der Rechnungsempfänger muss nicht mehr mutmaßen, auf welche Art das eingegangene Fax versendet wurde.

4. Sonstige Varianten:

Die bisher gültigen Verfahren – elektronische Signatur und EDI-Verfahren – werden weiterhin akzeptiert. Achtung: Unternehmen haben auch hier die strengen Archivierungsvorschriften zu beachten. ■



Nutzen Sie unsere kostenlosen
Informationsveranstaltungen!
www.sparkasse-koelnbonn.de/termine

Wir machen Karrieren.

Existenzgründung mit der Sparkasse KölnBonn.

 Sparkasse
KölnBonn

Sie möchten aus Ihrer Geschäftsidee ein erfolgreiches Unternehmen machen, eine bestehende Firma übernehmen oder als Partner eines Franchising-Systems einsteigen? Ganz gleich, wie Ihre Vorstellungen aussehen – mit unseren GründerCentern haben Sie bei der Umsetzung Ihrer Zukunftspläne einen erfahrenen und zuverlässigen Partner an Ihrer Seite. Rufen Sie uns einfach an und vereinbaren Sie einen Termin unter 0228 606 94449 – oder informieren Sie sich online unter www.sparkasse-koelnbonn.de/gruendung
Sparkasse. Gut für Köln und Bonn.

Steuern aktuell

Steuervereinfachungsgesetz 2011

Nach langem politischen Poker haben Bundestag und Bundesrat dem Steuervereinfachungsgesetz 2011 zugestimmt. Die meisten Regelungen werden 2012 in Kraft treten, zwei Regelungen gelten aber schon für dieses Jahr. Hier einige der wichtigsten Neuregelungen: Der **Arbeitnehmer-Pauschbetrag** wird von derzeit 920 Euro auf 1.000 Euro angehoben. Die Anhebung ist bei der Lohnabrechnung für Dezember zu berücksichtigen. Die effektive Wirkungsweise der Erhöhung ist jedoch überschaubar. So beträgt die Entlastung für einen Alleinverdiener mit einem zu versteuernden Einkommen vom 40.000 Euro lediglich rund 30 Euro jährlich. Arbeitnehmer, die zum Beispiel durch Fahrtkosten höhere tatsächliche Werbungskosten haben, profitieren von dieser Neuregelung gar nicht.

Mit der Steuererklärung 2012 können Eltern **Kinderbetreuungskosten** einfacher geltend machen. Ob die Betreuungskosten aus beruflichen oder privaten Gründen anfallen, spielt keine Rolle mehr. An der Abzugshöhe (zwei Drittel der Aufwendungen, maximal 4.000 Euro pro Kind) ändert sich nichts. Derzeit be-



Ursula Kalus
Steuerberaterin
Rüingsdorfer Str. 2d
53173 Bonn
Tel.: 0228-35016-0
Fax: 0228-3501616
ursula.kalus@stb-kalus.de
www.steuerberaterin-kalus.de

steht ein Kindergeldanspruch für volljährige Kinder nur dann, wenn die Einkünfte und Bezüge die Grenze von 8.004 Euro im Jahr nicht übersteigen. Ab 2012 entfällt die aufwendige **Einkommensüberprüfung bei volljährigen Kindern unter 25 Jahren** für Kindergeld und Kinderfreibetrag. Eltern bekommen auch dann volles Kindergeld, wenn ihr Kind während seiner ersten Berufsausbildung oder seines Erststudiums hinzuverdient. Die Möglichkeit der **zweijährigen Steuererklärung** für nicht unternehmerisch tätige Steuerpflichtige wird es nicht geben. Diese Regelung wurde im Vermittlungsausschuss gestrichen. ■

Life-Balance

Life Balance Coaching für Unternehmer

Bei mir sind Sie goldrichtig, wenn Sie zu mehr Freude und Motivation finden möchten. Als Ihr persönlicher Coach unterstütze und begleite ich Sie gerne im anstehenden Veränderungsprozess zu mehr Klarheit, Leistungsfähigkeit und Ausgeglichenheit.

Meine Art des Coachings, die als leicht und inspirierend empfunden wird, ist auch Bewusstseinstaining. Je bewusster Sie sind, desto eher können Sie Ihr Leben so gestalten, wie es Ihnen entspricht.

Neue Haltung – neues Handeln

Für mich als Bewegungstrainerin mit über 20 Jahren Erfahrung ist der Körper ein Medium zum seelischen Befinden. Mit den Bewegungen, die ich Ihnen

vorschlage, können Sie sich auch im übertragenen Sinn aufrichten und ein neues Lebensgefühl entwickeln.

Energie freisetzen durch Klärung

In der Beratung können Sie mit mir Ihre Ausrichtung klären und sich von alten Gedankenlasten und Ängsten befreien. Dadurch wird Energie frei für eine neue Ordnung.

Als zertifizierte Führungskräftetrainerin unterstütze ich Sie gerne, wenn Sie die Mitarbeiterführung in Ihrem Unternehmen optimieren möchten. Denn es sind Menschen, die ein Unternehmen ausmachen. Es macht mir Freude, Menschen in ihren Entwicklungen zu begleiten. ■



Mirja Birgit Eybelein
Life Balance Coaching

Personal Training, Dipl.- Sportlehrer, Führungskräfte-Beratung, Coaching, Supervision, Seminare

office: 53844 Troisdorf-Bergheim
Tel.: 0228-9093892
info@coaching-life-balance.de
www.coaching-life-balance.de

Newsletter

Marketing- und Mediaplanung

Unternehmer/innen brauchen Mediakompetenz

Zur Marketingplanung gehört die Mediaplanung, also die Entscheidung darüber, welche Medien Ihre Werbebotschaft transportieren. Eine folgenreiche Entscheidung für Budget und Wirkung!

Mediakompetenz zählt sich aus

Zwei Drittel aller Werbegelder werden in Mediensaltungen investiert – Grund genug, sich über die Medienselektion ebenso viele Gedanken zu machen, wie über die Gestaltung Ihrer Werbemittel. Egal, ob es sich um 200 Euro oder 20.000 Euro handelt: Schaltkosten sollen Umsätze generieren. Dafür muss Werbung zunächst mal bei der Zielgruppe ankommen. Andernfalls verpufft das Werbebudget – man spricht von Streuverlusten – und kann sogar Image-Schäden verursachen.

The Medium ist the Message

Die Wahl der Medien und Werbeträger prägt die Wirkung Ihrer Kampagne. Überlegen Sie selbst: Es macht einen Unterschied, ob Sie eine Botschaft hören oder sehen, ob Sie sie in der Lokalzeitung, im Fachmagazin, im persönlich überreichten Flyer oder auf dem Plakat lesen. Es gilt also, die richtigen Kontaktpunkte für



Monika Kramer
Kommunikationswissenschaftlerin
M.A.

Staufenstraße 31
53859 Niederkassel
Tel.: 02208-7578916
m.kramer@mediakompetenz.com
www.mediakompetenz.com

Ihre Zielgruppe und Ihre Ziele zu finden. Darum stellen Sie sich im Rahmen Ihrer Mediaplanung die richtigen Fragen: „Will ich mein Unternehmen positionieren oder kurzfristig eine Aktion bewerben?“ „Wo und wie wird der Werbeträger verbreitet?“ „Wer nutzt das Medium - und wie?“ „In welcher Stimmung will ich meine Zielgruppe ansprechen?“ „Wie hoch sind die Schaltkosten und welche Leistung steht dem gegenüber?“ „Welche Werbeformen und -formate werden angeboten?“ ■

Projektpartner 40plus

ZUKUNFT.
FUTURE.
AVENIR.
BONN.



Sparkasse
KölnBonn



Impressum

Konzeption und Layout:
G&P Grafik und Produktion
Design und Marketing
Angelika Fiedler
Tel.: 0228-2618418
info@gundp-bonn.de
www.gundp-bonn.de

Redaktion und Druck:
SP Medienservice
Sascha Piprek
Tel.: 0228-3902230
sp@sp-medien.de
www.sp-medien.de

- Interessenten, die einen Fachartikel oder ein Firmenporträt schreiben möchten, bitten wir, sich bei Herrn Piprek (Adresse siehe Impressum) zu melden. Idealerweise auch mit Bildern, die Sie uns zur Verfügung stellen.
- Der Newsletter erscheint in einer Auflage von ca. 1.500 Stück. Er liegt auf den Veranstaltungen aus, wird über die Initiatoren verteilt und steht im Internet als Download zur Verfügung.
- Die Herausgeber des Newsletters übernehmen keine Verantwortung für die inhaltliche Richtigkeit der Beiträge.
- Nachdrucke und Vervielfältigungen, gleich welcher Art, sind – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung der Herausgeber gestattet.
- Downloads und weitere Informationen erhalten Sie unter:
www.40plus-bonn.de

**ZUKUNFT.
FUTURE.
AVENIR.
BONN.**



” Wir bieten unerschrockenes Projektmanagement und Mediation für komplexe Organisationen. Wir sind stolz, dass schon heute viele Kunden auf unsere langjährige persönliche Erfahrung und Gestaltungskompetenz in herausfordernden Arbeitssituationen vertrauen. In Bonn und der Region haben hochwertige Dienstleistungen Zukunft. Also genau das richtige Umfeld für uns. **“**

Andrea Bassen
Corinna Ruppel
Gründerinnen und Inhaberinnen,
Beratung Hühnergötter

Bonn. Freundlich zu Gründern!

Mit der Initiative *BonnProfits* informiert, motiviert und berät die Wirtschaftsförderung der Stadt Bonn mit der Sparkasse KölnBonn als Projektpartner Gründerinnen und Gründer aus den wissensintensiven Dienstleistungen. Es geht uns um Menschen, die mit ihren Geschäftsideen und unternehmerischen Fähigkeiten „Wissensmärkte“ bedienen. Denn diese werden zunehmend gebraucht.