

Liebe Club-Mitglieder,

viel hat sich getan seit der letzten Nummer unserer Clubzeitung:

Unser Schwester-Club MANNHEIM BUSINESS CLUB ist am 20.10.17 an den Start gegangen mit einem thematischen Business-Meeting: digital breakfast mannheim.

Wir haben auf dieser Basis nun eine Kooperations-Vereinbarung treffen können mit LEONARDO ROYAL NETWORKING:

Am 1. März sind wir mit unserem *Business-Meeting* zu Gast im „Leonardo Royal“ am Wasserturm in Mannheim. Auch können wir dank Sponsoring von EXPOLINC® ein hochprofessionelles RollUp für unseren HBC einsetzen: Eine grandiose Visitenkarte, die unsere Besucher beim Business-Meeting begrüßt.

Und unser Team hat sich vergrößert. Das vergrößert unseren Aktionsradius.

Neu auch ist, dass es in unserer Clubzeitung weniger Anzeigen geben wird, die noch besser platziert werden, in Print und Online. Als nächstes wird unsere Webseite umgebaut. Statt der Clubzeitung wird wöchentlich eine Textdatei neu auf die erste Seite gestellt. Damit wird unsere Webseite aktiver und attraktiver für Clubmitglieder und für das Netz.

Sie ist schon so attraktiv, dass man neu-lich versucht hat, sie zu „hacken“. Einen herzlichen Dank an Roland Schopp, der das verhindern und entdecken konnte. Viele Grüße vom HBC-Team:

Gabriele Pfeifer, Carolin Buchardt, Martin Drefzler, Michael Deichert, Mike Böll, Peter Blaha, Peter Fuchs und Claus Petschmann

77. Business-Meeting



**Donnerstag, 1. Februar 2018
ab 18:30 Uhr**

**Netzwerken + Impulsvortrag
Geld. Geld. Geld.**

mit Kerstin Lambert

MARKETING HEISST ÜBERZEUGEN, NICHT ÜBERREDEN

von Anita Knöllner

Für Marketing gibt es zahlreiche Begriffsdefinitionen, wobei eine davon m.E. es besonders gut auf den Punkt bringt: „Marketing heißt, Bedürfnisse der Kunden ideal zu befriedigen, bei gleichzeitiger Erwirtschaftung eines Gewinns für das Unternehmen“ (Bank Austria UniCredit Group).

Marketing stellt demnach konsequent den Kunden und nicht das eigene Unternehmen in den Mittelpunkt. Aber wie sieht die Realität aus? In den klassischen Werbeformen werden häufig die eigenen Produkte und Dienstleistungen in den Vordergrund gerückt. Der Interessent soll manipulativ zum Kauf beeinflusst werden. Aber gerade gegenüber diesen manipulativen Versprechungen wächst das Misstrauen des Verbrauchers. Der Kunde interessiert sich nicht in erster Linie für das Unternehmen, sondern für sich selbst. Bieten Sie ihm Wertschätzung und Anerkennung, Lösungen und Nutzen.

Gutes Marketing muss nicht teuer sein. Wichtig ist, das vorhandene Budget sinnvoll und effizient einzusetzen. Dass Kundenbindung besser und günstiger ist als Neukundengewinnung, ist ein alter Hut. Dennoch kann es nicht oft genug wiederholt werden, da ein Neukunde ca. drei mal so viele Kosten verursacht wie Kundenbindung, sollte der Fokus auf einer besseren Betreuung der Bestandskunden liegen. Damit können nicht nur Zeit und Kosten im Marketing eingespart werden, es kann auch besser durch konstante Umsatzzahlen geplant werden.

Ein weiterer Vorteil der Konzentration auf bestehende Kunden ist das Empfehlungsmarketing. Sind Ihre Kunden von Ihren Leistungen überzeugt, werden sie nicht nur selbst treu bleiben, sondern Sie auch weiterempfehlen. Das ist die Grundlage für effizientes Marketing. Empfehlungsmarketing spart enorm viel Werbekosten, Energie und natürlich auch Zeit.

Laut Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmarketing, sind Austauschbarkeit, Preis-Aktionismus, emotionale Kälte und ständig wechselnde Ansprechpartner die verheerendsten Loyalitätszerstörer. In Zeiten der Reizüberflutung und Werbemüdigkeit sollte sich kein Unternehmen diese „Killer“ erlauben.

Zwei weitere Möglichkeiten für effizientes Marketing ist zum einen die Vernetzung mit Partnern, die eine identische Zielgruppe haben. Das spart Werbebudget und Sie erreichen mit Networking mehr Menschen, als mit einer eigenen Kampagne. Und zum anderen das Ideen-Management. Nutzen Sie die Ideen Ihrer Mitarbeiter mit dem Ziel, deren Kenntnisse und Erfahrungen in Ihr Unternehmen einzubinden. Sie können dadurch nicht nur die Vorschläge Ihrer Mitarbeiter für Ihr Unternehmen nutzen, sondern geben ihnen auch eine höhere Wertigkeit.

Twitter, facebook, Youtube & Co., also Social Media Marketing, ist heute allen Unternehmen geläufig und wird mehr oder weniger fürs Marketing eingesetzt. Dabei ist es wichtig, in einen Dialog mit dem Kunden einzutreten, ihm zuzuhören und seine Bedürfnisse wahrzunehmen. Entscheidender Vorteil ist der Multiplikationsfaktor.

Bei E-Mailmarketing ist eine interessante Betreffzeile entscheidend. Versetzen Sie sich beim Verfassen in den Leser: „Wie tickt mein (potentieller) Kunde?“. Der Teaser soll ebenfalls neugierig machen und beim Hauptteil ist ein „roter Faden“ wichtig. Den Text kurz, verständlich und lebendig halten, das Wichtigste zuerst. Es gelten auch hier die drei wichtigsten Motive für den Leser: Anerkennung, Sicherheit (Lösungen) und Nutzen.

Anita Knöllner
focus-on-business.de



Warum Netzwerken?

Immer wieder kommen Leute auf unser Business-Meeting, um etwas „zu verkaufen“. Das ist ehrenhaft aber nicht erfolgreich. Denn es kommen auch viele, die wollen weder kaufen noch verkaufen. Sie kommen aus Interesse an anderen Menschen, an Kontakten, am Netzwerken. Sie kommen neugierig, wer denn dieses Mal da ist, sind genervt, wenn man ihnen etwas verkaufen will. Das Paradox ist: je mehr ich mich für andere interessiere, desto interessanter bin ich für andere. Wer sich interessant machen will, nervt nur.

Mein Business-Angebot ist Teil meiner persönlichen Ausstrahlung, ist als Teil einer Persönlichkeit viel interessanter als wenn ich es jemandem aufschwätzen, aufdrücken will. Man könnte es „slow selling“ nennen statt „fast selling“.

Warum also, positiv formuliert, Netzwerken?



Weil ich damit Menschen treffen kann, die ich im Alltag und im vertrieblichen Rahmen sonst nie treffen würde.

Weil Netzwerken einen Erfahrungsschatz schafft.

Weil Netzwerken neue Wege in die Zukunft öffnet, die gute Überraschungen bereithalten.

Keinem Menschen kann ich ansehen, wie interessant mein Angebot für ihn und seine Kontakte ist. Das kann sich erst in der Begegnung ergeben. Insofern kann man Netzwerken als ein strategisches Verkaufen, als Marketing einschätzen.

Claus Petschmann

Interview:

Haben Sie ein Motto als Rechtsanwalt?

Ja: Gerichtsprozesse möglichst vermeiden, Gegner mit Respekt behandeln, bei Insolvenz: „Runter vom hohen Ross“. Bei uns in Deutschland wird Insolvenz mit einem persönlichen Scheitern gleichgesetzt. Doch es kann jeden jederzeit erwischen: Krankheit, Scheidung, Arbeitslosigkeit, Marktveränderungen. Man zeigt gern mit dem Finger auf den „Versager“. Ich halte das für überheblich und falsch. Ich bin für einen Einstellungswandel.

Wieso heißt Ihre Kanzlei „advosolve“?

Seit 2005 bin ich selbständig. Seit 2016 firmiert die Kanzlei als „Advosolve“, deren Inhaber ich bin. Ich will das als Marke platzieren: gute Rechtsberatung und die besondere Positionierung. Die Namensgebung schafft Raum für weitere Kollegen und Standorte.

Seit wann sind Sie spezialisiert auf Insolvenz?

Seit 20 Jahren. Ich habe knapp 7 Jahre in einer mittelgroßen Insolvenzverwaltungskanzlei gearbeitet, als sog. „Schattenverwalter“ hinter dem offiziellen Verwalter. Zusätzlich habe schwerpunktmäßig die Gerichtsprozessabteilung aufgebaut. Aus dieser Zeit weiß ich wie ein Insolvenzverwalter denkt und vorgeht.

Waren da auch große Betriebe dabei?

Nein, in dieser Größenordnung habe ich noch keine Mandate gehabt. Mein Fokus liegt auf kleinen Betrieben, Ich-AGs, Selbständigen, Einzelkaufleuten, Freiberuflern bis hin zu kleinen und mittelgroßen Unternehmen.

Sind Insolvenzverwalter „Kaputtmacher“?

Die InsV überprüfen immer, ob sie den Betrieb ganz oder teilweise erhalten können. Keiner macht einen Betrieb absichtlich „kaputt“. Der Betrieb muss eben noch rentabel sein oder werden können, sonst muss er geschlossen werden.

Was heißt in Ihrem Profil „Hilfe gegen Insolvenzverwalter“?

Es gibt kleine Tricks, mit denen InsV versuchen, möglichst viel Geld einzusammeln. Der InsV ist ja kein Freund des Schuldners oder Geschäftspartners geschweige denn dessen Rechtsberater. Z.B.: der Vermieter bekommt keine Miete mehr, der InsV nutzt aber die Immobilie weiter ohne zu zahlen. Da wird die Rechtslage auch mal gern als klar und eindeutig



R.M. Althaus – www.advosolve.de

dargestellt, oder es werden Rechte „vergessen“. Da hatte ich gerade letztes einen Fall mit einem InsV: er wollte den Mercedes SLK verwerten und „übersah“ doch glatt, dass der der Ehefrau gehörte.

Sie bieten „Schuldenbereinigung“ an?

Wir kennen die Verfahrensabläufe, Rechte und Pflichten. Vor allem aber kennen wir viele Möglichkeiten, ein Verfahren vorzeitig wieder zu beenden. Bei laufenden Betrieben wird es noch komplexer. Da gibt es nicht nur rechtliche, sondern auch betriebswirtschaftliche Probleme. Wir untersuchen immer zuerst, welche Möglichkeiten zur Vermeidung eines Insolvenzverfahrens bestehen. Schuldenbereinigung heißt bei uns, *ob noch Geld besorgt werden kann und: mit den Gläubigern professionell verhandeln*, auch rechtlich zu prüfen, ob die Forderung in dieser Höhe besteht. Schließlich können wir bei den Verhandlungen auch überzeugend signalisieren, was passiert, wenn es zu keinem Vergleich kommt.

Was ist Ihre „Eisbrecher“-Methode in einem depressiven Büro?

Zuhören, damit die Menschen sich ihre Last von der Seele reden können, weil der enorme innere Druck so abgebaut wird. Dann ist elementar, das Geschäft kennenzulernen und die Probleme zu erkennen. Dann zeige ich die Wege auf, die Perspektiven. Das Gefühl, es geht weiter, wirkt Wunder. Und schließlich mache ich den Menschen klar, dass es der Gesetzgeber gewollt hat, dass die Menschen ein Recht auf einen schuldenfreien Neustart haben.

Rechtsanwalt Rainer-Manfred Althaus ist Volljurist, Fachanwalt für Insolvenzrecht und Immobilienfachwirt.



XING ÜBERBLICK + EINBLICK

Die 11 Beiträge in der Tabelle sind die Beiträge mit der höchsten von XING dokumentierten REICHWEITE (RW). Sie sind so unterschiedlich wie XING halt ist: Beiträge zum Thema Finanzen, Gesundheit und zu den Aktionen des HEIDELBERG BUSINESS CLUB. Diese „top eleven“ haben auch beeindruckende viele Klicks „Interessant“ (= I) und auch engagierte Kommentare (= K) bekommen. Die Beiträge sind mit LINK hinterlegt: Man kann sie anklicken und nachlesen.

RW	I	K	Gruppen-Beitrag	Autor	Datum
812	7	5	4. HEIDELBERG BUSINESS-MESSE: April 2018	Claus Petschmann	6. Okt.
655	2	2	Die 10 fatalsten Fehler bei der Geldanlage	Peter Fuchs	2. Okt.
645	1	1	Eine Methode, ein Immunsystem zu stärken!	Bernard Farac	29. Okt.
638	4	0	Digitalisierung: Mitarbeiter und Führungskräfte	Claus Petschmann	31. Okt.
627	3	0	Einladung zum Atelierfest am 5.11.2017	Sybille Fruth	31. Okt.
612	2	1	Laufen beugt Depressionen vor, ist auch Therapie!	Peter Halder	30. Okt.
610	3	4	Diesen Fehler haben FAST ALLE gemacht	Peter Fuchs	27. Okt.
597	5	6	„Geld. Geld. Geld.“: Business-Meeting Febr. 2018	Claus Petschmann	26. Okt.
586	2	1	Innovativer Treibstoff an der „Ideentanke“	Volker Kunz	8. Okt.
585	2	1	Sieben deutliche Warnzeichen für Anlagebetrug	Peter Fuchs	5. Okt.
552	0	3	„Entscheidungen treffen“ mit der ASK!	Prof. Dr. Al. Bazhin	4. Okt.

In der großen Mannheim-Ambassador-Gruppe sind mittlerweile die Anzahl der Beiträge, die absolute Reichweite (29089/53177) und die mittlere Reichweite der Beiträge (236/370) geringer als die Werte im HEIDELBERG BUSINESS CLUB. Die große Gruppe gleicht mittlerweile einer Litfaßsäule ohne Leben.

XING-Gruppe	Mitglieder	Anzahl der Beiträge	absolute Reichweite	mittlere Reichweite	Relation Beitr./Mitgl.	Kommentare
	per 3.12.	im Oktober	im Oktober	im Oktober		im Oktober
Heidelberg Business Club	6300	143	53177	370	2,27%	81
Mannheim Ambassador	12490	123	29089	236	0,98%	0

Heidelberg-Business-Messe: am Mittwoch, 11. April 2018

Zum 4. Mal findet unsere Business-Messe statt. Dieses Mal mit 33 Ausstellern im repräsentativen Rahmen des **LEONARDO HOTEL HEIDELBERG-KIRCHHEIM**. Mitglieder des HEIDELBERG BUSINESS CLUB können dort ihre Dienstleistung und ihre Produkte präsentieren. Für Aussteller und Besucher gibt es Business-Kontakte und ein Business-Panorama: Man kann sich Inspiration für den eigenen Betrieb holen. Bis zum 15.12. gibt es **Frühbucher-Konditionen**.

HEIDELBERG BUSINESS CLUB



www.Heidelberg-Business-Club.de

**Netzwerken vom Feinsten
beim Business-Meeting
am 1. Donnerstag im Monat**

„Das Persönliche zählt,
das Geschäftliche ergibt sich.“

Mit freundlicher Unterstützung von:



Dr. Caroline Hevert

Rechtsanwältin | Fachanwältin für IT-Recht
Rentenberaterin

hevert@anwaelte-eu.de

Impressum

Konzeption & Redaktion:
Claus Petschmann

Layout, Druckproduktion & Anzeigen:
Mike Böll, Mediaservice, Mannheim

Druck: Texdat, Weinheim

Verlag: Edition Petschmann,
Am Hollmuthhang 12,
Neckargemünd

OBDACH e.V.

Benefiz-Tombola: Spendenaktion für Obdachlose in Heidelberg

Auch 2017 rufen wir auf zu Weihnachtsspenden für den Obdach e.V. in Heidelberg. Der Verein kümmert sich um entwurzelte Menschen, schafft Wohnung, Betreuung und Beschäftigung. Vier Sozialarbeiter und einige Ehrenamtlich kümmern sich um Randsiedler.

Wir sammeln vom 7.12.2017 bis 1.2.2018. Wir veröffentlichen die Spenden Wöchentlich. Sie können online spenden. <http://www.obdach-hd.de/online-spenden>

Wenn Sie Ihren Namen mit /XING ergänzen, wird Ihre Spende namentlich veröffentlicht. Wenn Sie Ihren Namen mit /XING/N.N. ergänzen, wird Ihre Spende mit „nicht namentlich“ veröffentlicht.

ALLE Spenden nehmen an unserer Benefiz-Tombola teil. Die Liste der Tombola-Preise wird auf XING und auf unserer Webseite Veröffentlicht.

MITARBEITER GESUCHT!

<http://breihof-it.de/jobs2>

IT-Service · Cloud-IT · IT-Security · IP-Telefonie

Mitarbeiter User Helpdesk

IT-Service-Techniker 2nd Level

Azubi Fachinformatiker

IT SYSTEMHAUS

Breihof

Online Marktplatz TIBIFACTUM

Einkaufserlebnis pur + personalisiert

www.tibifactum.de

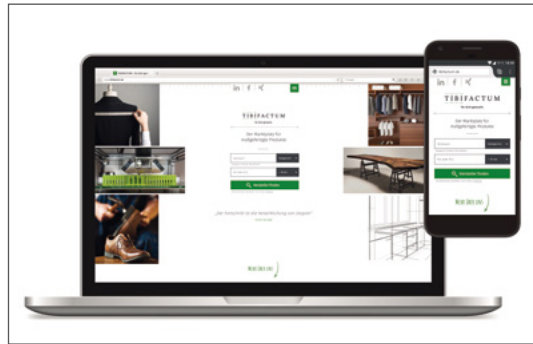
lautet die neue Adresse aus Heidelberg, um passgenaue Produkte anzubieten und zu finden.

An Bedürfnisse angepasste Dienstleistungen, Kleidungsstücke, Möbel und vieles mehr finden hier zu bewussten Kunden.

Alle Angebote fügt TIBIFACTUM in kundenfreundlich sortierte Kategorien ein.

Von „Was Du trägst“, „Wie Du wohnst“, „Was Du verbrauchst“ über „Was (oder Wer) Dir hilft“ bis hin zu „Spaß“, bleiben keine Wünsche offen – spätestens unter „Was übrig bleibt“ werden Suchende fündig.

Über 150 Anbieter sind auf **tibifactum.de** bereits anzutreffen, darunter beispielsweise auch das Holzwerk aus Hamburg mit „exklusiven und individuellen“ Massivholztischen.



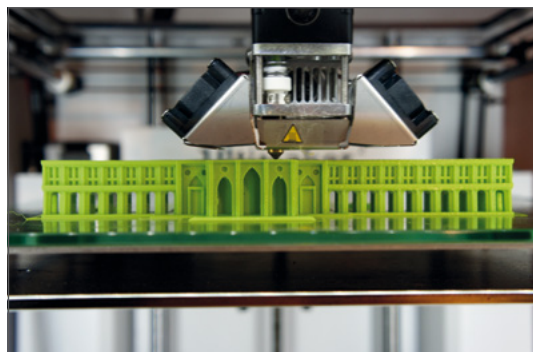
„Für Dich gemacht“, lautet die Übersetzung aus dem Lateinischen für „*tibi factum*“. Mit diesem Leitsatz steckt das Start-up alle Energie in das Zusammenführen von Anbietern und Kunden, die Maßanfertigungen wünschen und Nachhaltigkeit leben.

Hetti Stoll, Geophysikerin, und Martin Jäkle, IT Spezialist, sind die beiden Gründer, die seit etwa einem Jahr in einem Heidelberger Altbau der „*Industrie 4.0 ein menschliches Gesicht geben*“.

Das TIBIFACTUM Team ist täglich unterwegs, um Anbieter persönlich kennenzulernen und www.tibifactum.de wachsen zu lassen.

Alle Marktplatz-Interessierten können sich über

anbieter@tibifactum.de
oder unter
Tel.: +49 6221 6567782
direkt an TIBIFACTUM wenden.



TIBIFACTUM.de