

soll+haben

Businessletter der DENZHORN Geschäftsführungs-Systeme GmbH



Erfolg lässt sich planen.



editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

die Zeichen für den Mittelstand stehen nach wie vor auf Sturm. Wie aktuelle Studien zeigen, können sich dem die

Betriebe am sichersten entgegenstellen, die sich intensiv mit ihrer markt- und zukunftsgerichteten Aufstellung beschäftigen und sich dabei am besten gleich an den Kriterien von Basel II messen. Auch wenn Sie momentan keinen Kreditbedarf haben, ist ein solches Rating der beste Gradmesser für die Situation ihres Unternehmens.

Das greifen wir auf mit unserem Workshop „Rating – worauf es jetzt tatsächlich ankommt“ am 25.–26. April 2005 in Ulm (siehe Seite 4), zu dem ich Sie sehr herzlich einlade! Es wird sicher eine sehr interessante und lebhaft Diskussions werden angesichts des Programms: Zunächst wird uns ein renommierter Bankvertreter über die aktuellen Anforderungen der Kreditinstitute an den Mittelstand informieren. Den zweiten Workshop-Tag wird Oliver Everling, Geschäftsinhaber Everling

Advisory Services, Frankfurt/Main, leiten. Hier werden die finanzwirtschaftlichen Anforderungen unter Basel II und die Konzeption realisierter bankinterner Ratings im Zentrum stehen. Wir werden sehen, warum Banken ihre Systeme nicht offen legen, wir werden bankinterne Ratingmodelle kennenlernen und sehen, wie man Haftungsverbünde, Personal- und Sachversicherungen nutzen kann. Nach dem gemeinsamen Mittagessen widmen wir uns der praxisorientierten Optimierung von Ratingkriterien in Ihrem Unternehmen, so dass Sie eine Reihe wertvoller, direkt anwendbarer Tipps mit nach Hause nehmen können. Und schließlich hinterfragen wir Nutzen und Funktionen von Ratings im Mittelstand und erarbeiten eine Rating-orientierte Verhandlungstaktik gegenüber Kreditgebern. Selbstverständlich stehe ich Ihnen während des Workshops für Fragen und Hintergrundgespräche zur Verfügung. Oder Sie treffen mich auf der CeBIT, Halle 6, Block G18, Stand 227. Ich freue mich auf Sie!

Ihr Bernd Kirschner

Regionale Marktführerschaft – Ihr Ziel? Ihr Ziel!

10 Erfolgsfaktoren steigern den Wert Ihres Unternehmens

Marktführer zu werden – egal ob regional oder national: Das wird vor allem in 2005 zur Herausforderung. Denn dieses Jahr wird für uns alle im Mittelstand nicht einfach – doch langsam stehen die Zeichen auf „Hoch“. Das beflügelt die Tatkraft – in allen Bereichen Ihres Unternehmens: von der Strategiefindung bis zur Umsetzung dieser durch Ihre Mitarbeiter. Von Entwicklung über Produktion bis zum Marketing und Vertrieb und schließlich auch im Controlling der Zielerreichung. Dafür nutzen Sie das BusinessPlanSystem **BPS-ONE** von Denzhorn – und für Ihre tatkräftige Zielerreichung lesen Sie heute mehr Tipps und Strategien



› Wolfgang Lang, erfolgreicher Coach und Unternehmensberater, leitet u.a. die HelfRecht Planungstage für den finanziellen Erfolg.
Kontakt:
w.lang@lang-coaching.de,
www.lang-coaching.de

von dem erfolgreichen Berater Wolfgang Lang, die wir hier als Serie für Sie veröffentlichen.

In den vorigen beiden Ausgaben von soll+haben haben wir uns mit Analyse und Strategie Ihres Unternehmens beschäftigt. Darauf bauen wir jetzt auf.

› weiter Seite 2

markt+wirtschaft

Kreditvergabe im Handwerk: Umfrage mit schlechten Noten

Handwerksbetriebe arbeiten vorrangig mit den stark in den Regionen verankerten Kreditinstituten zusammen: 65% der Befragten haben ein Konto bei den Sparkassen, 52,7% bei den Volks- und Raiffeisenbanken. 9,2% arbeiten mit der Deutschen Bank, noch weniger Anteile verbuchen die übrigen Privatbanken. Insgesamt zeigen sich die Betriebe auch mit den Leistungen der Sparkassen und der Genossenschaftsbanken am zufriedensten. Doch monieren fast zwei Drittel der Befragten, dass ihnen keine Förderkredite von den Betreuern der Hausbanken angeboten oder dass sie darüber gar nicht informiert wurden. Im Umfragejahr 2004 haben 42,7% der Betriebe mit ihren Kreditinstituten über Kredite oder Bürgschaften verhandelt, wobei fast 30% mit einer Ablehnung beschieden wurden! Dies liegt zum einen an der zögerlichen Kreditvergabe der Banken, aber auch an der unzureichenden Vorbereitung der Betriebe.

Das sind nur einige der Ergebnisse der aktuellen Umfrage des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks gemeinsam mit 35 Handwerkskammern zur „Praxis der Kreditvergabe an Handwerksunternehmen“ unter mehr als 13.800 Betrieben.

› Die kompletten Ergebnisse unter www.deutschehandwerkszeitung.de/Info-Abruf/537.pdf

Wir sind vom
10. bis 16.3.2005
auf der CeBIT
für Sie da:

CeBIT
HANNOVER
10.-16. 3. 2005

Halle 6, Block G18, Stand 227

Machen Sie doch gleich jetzt schon einen Gesprächstermin mit uns aus: Tel: 0731 - 946760

Regionale Marktführerschaft – Ihr Ziel? Ihr Ziel!

6. Nehmen Sie Ihr Ziel fest ins Visier

Nehmen Sie sich noch einmal Ihre Analyse der Ist-Situation vor (Schritt 1). Haben Sie sich für alle bestehenden und angedachten Unternehmensbereiche Gedanken gemacht, welche Wachstumsmöglichkeiten Sie jeweils haben? Überlegen Sie für jeden einzelnen Unternehmens- oder Geschäftsbereich: Mit welchen Produkten und Dienstleistungen können Sie Marktführer werden? Und mit welchen Schritten wollen Sie die Marktführerschaft konkret erreichen? Beschreiben Sie Ihre Geschäftsidee zur Marktführerschaft in maximal zwei Sätzen.

7. Gewinnen Sie Ihre Zielgruppe für sich

Der Hafen, in den Sie einlaufen wollen, ist festgelegt. Nun müssen Sie noch die Route planen, wie Sie ihn erreichen wollen. Ihre Wachstumschancen können Sie nur dann dauerhaft nutzen, wenn Sie Wege etablieren, über die Sie Ihre Kunden ansprechen und neue gewinnen können. Instrumentarien zur Kundengewinnung sind zum Beispiel: klassische Werbung,



BPS for your Success

Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring und Events. Vergessen Sie nicht, dass auch Kapitalgeber zu Ihren „Kunden“ gehören. Ein guter Draht zu bestehenden oder potenziellen Investoren und Banken kann Ihre Finanzierung sehr erleichtern. Es reicht nicht, die Kunden nur für Ihr Produkt zu interessieren oder zu begeistern – er muss Ihre Produkte und Dienstleistungen auch kaufen können. Wählen Sie deshalb geeignete Vertriebswege aus, mit denen Sie Ihre Kunden erreichen können.

› weiter im nächsten soll+haben

Igepa group – Unternehmensporträt

Die Igepa group – das ist unternehmerischer Erfolg in einer starken Partnerschaft am Standort Deutschland und eine der führenden Papiergroßhandelsgruppen in Europa.

Eine einheitliche Marketingpolitik und gleichzeitige Selbstständigkeit der einzelnen Mitglieder bilden die Basis für die europaweite Expansion der Igepa group mit einem eigenen Händlernetz, das von Norwegen über Schweden, Finnland, Dänemark, Belgien, Deutschland, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Kroatien, Tschechien, Polen, Russland, Litauen, Lettland, Bulgarien bis nach Australien reicht.



Die 1960 gegründete Igepa group bietet ihren Kunden qualitativ hochwertige Produkte und Lösungen und einen hochwertigen Kundensupport in den Geschäftsbereichen Format, Endlosrolle, Karton, Grafische Rolle, Papierberatung, Bürokommunikation, Siebdruck und Werbetechnik.

› www.igepagroup.com

Autor: Michael Makowski, Hamburg
Fachjournalist für Informationstechnologie

1,35 Millionen Tonnen Papier, 40.000 europaweite Kunden, rund 2.350 Mitarbeiter und ein Umsatz von 1,35 Milliarden Euro – das sind die beeindruckenden Kennzahlen der Igepa group, einer 1960 entstandenen Zusammenarbeit von heute acht Papiergroßhändlern in Deutschland.

Der Einkauf der Igepa group wird u. a. über ein gemeinsames Rechenzentrum in Berlin abgewickelt, als Finanzplanungstool nutzt man hier schon länger das Businessplan-System **BPS-ONE**. Die Igepa group besteht aus den rechtlich eigenständigen Firmen E. Michaelis & Co. Hamburg, Hansa-Papier Bremen, Vereinigte Papiergroßhandlungen Hemmingen, Freytag und Petersen Köln, Drissler & Co. Dietzenbach, Karl-Heinz Geiger Aalen, 2H-Papier Garching und Igepa Papiergroßhandel Queis. In den letzten anderthalb Jahren haben diese Firmen sukzessive ihre ERP-Systeme umgestellt. Gleichzeitig haben die Mitglieder die Möglichkeit wahrgenommen, Denzhorns **BPS-ONE** auch in den Firmen vor Ort zu installieren, um auch hier von den Vorteilen eines Businessplan-Systems zu profitieren.

Per Schnittstelle zu Transparenz

Die Entscheidung für das System fiel im zentralen IT-Lenkungsausschuss der Igepa group – maßgeblich wurde die Auswahl von den jahrelangen, positiven Erfahrungen beeinflusst, die die 2H-Papier Großhandelsgesellschaft mbH & Co. KG gesammelt hatte. „Wir wollten mit dem neuen System eine durchgängige Erfassung unserer Geschäftsdaten bei einer niedrigen Fehlerquote erreichen“, erklärt Thomas Bach, kaufmännischer Leiter der 2H-Papier. Eine Vielzahl von Statistiken und Auswertungen, unnötige Redundanzen und unter-

kunden+storys

Keine papiernen Worte

Optimierte Finanzplanung für den Papiergroßhandel mit einem Businessplan System

schiedliche Darstellungen erschwerten bis dahin die Vergleichbarkeit der Geschäftskennzahlen, erinnert sich Tosca Jeremias, Prokuristin bei der Igepa Papiergroßhandel GmbH: „Der größte Teil des Controllings wurde über aufwändig zu bearbeitende, selbst erstellte Excel-Tabellen abgewickelt.“

Die Einführung des Systems verlief problemlos, wie Barbara Drewicke, die als Leiterin des Rechnungswesens für die Hansa Papier tätig ist, berichtet: „Bei der Einweisung blieben keine Fragen offen. Wir arbeiten zwar erst seit wenigen Monaten mit **BPS-ONE**, die Vorteile des Systems lassen sich für uns aber schon jetzt erkennen.“ Ähnliches berichtet Horst Simonsen, Leiter des Rechnungswesens für die E. Michaelis & GmbH & Co.: „Die Zusammenarbeit während der Schulung verlief äußerst positiv und schnell. Ein Tag wurde darauf verwandt, die künftigen Strukturen einzurichten, der zweite Tag diente der Einführung in das Planungsmodul und der Erarbei-

tung des ersten durchgängigen Geschäftsplans.“ Transparenz sollte aber nicht nur In-House, sondern auch nach außen hergestellt werden: „Es ging uns ebenfalls darum, Perspektiven für Basel II zu erarbeiten. Da **BPS-ONE** per Schnittstelle direkt auf die Daten im ERP-System zugreift, erhalten wir strukturierte Daten mit hoher Zuverlässigkeit“, fügt Sascha Drissler, Assistent der Geschäftsführung der Drissler & Co Papiergroßhandel GmbH & Co. KG hinzu. „Unsere Banken haben auf die mit dem Denzhorn-Tool erstellten Bilanzen sehr positiv reagiert.“

Reporting und Controlling

Das System übersetzt heute vom Umsatz bis zur Liquidität die strategische Jahresplanung in einen durchgängigen betriebswirtschaftlichen Geschäftsplan. Dadurch wird die strategische Planung messbar und mit den Zahlen des Rechnungswesens kontrollierbar. „**BPS-ONE** bietet ein umfassendes Repertoire an Standardreports. Dabei ist für uns von besonderer Bedeutung, dass wir mit dem Konsolidierungsmodul unsere verschiedenen Unternehmen in einer wirtschaftlichen Einheit zusammenfassen und die Intercompanywerte dabei automatisch konsolidieren können“, erklärt Wolfgang Dahmen, Controller bei der Freytag und Petersen GmbH & Co. „Im Endeffekt bleibt damit mehr Zeit für eine fundierte Analyse.“

Durch die Schnittstelle zum ERP-System J. D. Edwards und die leichte Eingabe von Planwerten lassen sich wichtige Daten für Liquidität und Cashflow erstellen. „Wir nutzen das System vor allem, um die integrierte GuV-, Bilanz- und Liqui-

ditätsplanung mit den monatlichen Soll-/Ist-Vergleichen zu kontrollieren“, erläutert Thomas Bach. „Besonders hilfreich ist dabei, dass umfangreiches betriebswirtschaftliches Know-how bereits standardmäßig im Planungstool integriert wurde und somit der Planungsprozess erheblich erleichtert und aussagekräftiger wird“, erläutert Wolfgang Dahmen.

Prognose und Planung

Als eines der größten Vorteile von **BPS-ONE** bewerten die Igepa-Mitglieder dessen Prognosefunktionen, wie Stefan Gallinat, Mitarbeiter im Finanz- und Rechnungswesen der Vereinigte Papiergroßhandlung Hemmingen, erklärt: „Die Prognosefunktion zeichnet sich durch einfaches Handling aus. Mit den Simulationen können wir ermitteln, welche Auswirkungen ein veränderter Bruttonutzen auf das Ergebnis und die daraus resultierende Liquiditätsentwicklung hat.“ Dabei liefert die Prognosefunktion äußerst präzise Zahlen: „Da das System auf Ist- und Soll-Werten basiert, lässt sich frühzeitig und sehr einfach eine Ergebnis- und Bilanzerwartung auf Geschäftsjahresende darstellen“, so Michael Geiger, Geschäftsführer der Karl-Heinz Geiger GmbH & Co. KG. Außerdem erlaubt das Programm den allseitigen Zugriff auf das System über Netzwerk und Internet. „Mit einem Blick erreicht man auf diese Weise von jedem Punkt aus Übersicht über die Situation des Unternehmens“, hebt Michael Geiger hervor. „Passwörter schützen die sensiblen Daten vor unberechtigtem Zugriff. So erreichen wir – gerade auch als international operierendes Unternehmen – zusätzliche unternehmerische Flexibilität.“



KfW: Zinsgestaltung nach Kreditrisiko wird eingeführt

„Die KfW führt zum 1. April 2005 in den gewerblichen Förderprogrammen risikogerechte Zinsen ein und ermöglicht damit eine individuelle Zinsgestaltung bei diesen Krediten. Jeder Unternehmer wird zukünftig mit den Risikokosten belastet, die er auch verursacht.“
Quelle: www.kfw.de
So drückt es die Kreditanstalt für Wiederaufbau in einer aktuellen

Pressemitteilung aus. Was das heißt, ist klar: Für schlechter geratete Unternehmen werden sich Kredite verteuern; die, die besser dastehen, werden von besseren Konditionen profitieren können.
Und umso wichtiger wird die gute Vorbereitung auf das Rating, wie es die Software **BPS-ONE** ermöglicht.

Neue Definition von Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen Auswirkungen auf Förderprogramme

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) werden EU-weit mit Wirkung zum Jahresbeginn neu definiert. Dabei wurden die KMU-Schwellenwerte erhöht und die Kategorie der „Kleinstunternehmen“ eingeführt.

Im Einzelnen gilt künftig die folgende Einteilung in drei Größenklassen:

„Kleinstunternehmen“:
Weniger als 10 Beschäftigte und Jahresbilanzsumme von höchstens EUR 2 Mio. oder Jahresumsatz von höchstens EUR 2 Mio.

„Kleinunternehmen“:
Weniger als 50 Beschäftigte und Jahresbilanzsumme von höchstens EUR 10 Mio. oder Jahresumsatz von höchstens EUR 10 Mio.

„Mittlere Unternehmen“:
Weniger als 250 Beschäftigte und Jahresbilanzsumme von höchstens EUR 43 Mio. oder Jahresumsatz von höchstens EUR 50 Mio.

Die neue KMU-Definition der EU-Kommission kommt in allen ERP- und KfW-Kreditprogrammen zur Anwendung, die die KMU-Eigenschaft des Antragstellers voraussetzen. Dabei handelt es sich um folgende Programme:

- ERP-Regionalförderprogramm
- ERP-Innovationsprogramm/Kreditvariante/Markteinführungsphase
- ERP-Unternehmerkapital/Kapital für Gründung
- ERP-Unternehmerkapital/Kapital für Wachstum
- ERP-Umwelt- und Energiesparprogramm, 1. Komponente: Förderung nach der KMU-Freistellungsverordnung
- Programm zur Förderung Erneuerbarer Energien (KMU-Definition gilt lediglich für den Fall einer Antragstellung durch private Unternehmen)
- ERP-Startfonds
- Frühphase

➤ Das aktualisierte Merkblatt in der Fassung 01/05:
<http://newsletter.kfw.de/inxmail2?url?71107c6845>

Denzhorn wächst stärker als der Markt

Zur Sicherheit, die richtige Software in Ihrem Unternehmen einzusetzen, gehört auch die Sicherheit, dass Sie jederzeit auf einen starken Partner zurückgreifen können. Und Denzhorn ist ein starker Partner! Ihr starker Partner! Das haben wir im Jahr 2004 wieder bewiesen, in dem wir – gegen den Markttrend – um 22,5% im Vergleich zum Vorjahr gewachsen sind. Ein Erfolg, den wir auch Ihnen, unseren treuen und zufriedenen Kunden, zu verdanken haben! Wir werden Ihnen noch mehr Service bieten: So eröffnen wir in diesen Tagen ein Büro in München, um noch direkter für Sie da zu sein.

Workshop

Rating – worauf es jetzt tatsächlich ankommt

Beginn: 25. April 2005, 17 Uhr
Ende: 26. April 2005, 17 Uhr

Maritim Hotel
Basteistraße 40, 89073 Ulm



Infos & Anmeldung:
www.bps-one.de
info@bps-one.de
Telefon 0731 946760

Impressum

Redaktion(V.i.S.d.P.) Bernd Kirschner
Herausgeber: DENZHORN
Geschäftsführungs-Systeme GmbH
Schulze-Delitzsch-Weg 28 · D-89079 Ulm
Telefon: +49(0) 731-94676-0
Telefax: +49(0) 731-94676-29
e-mail: info@bps-one.de
Internet: www.bps-one.de
Auflage: 3500 Exemplare

Konzeption, Gestaltung und Produktion:
Dr. Christiane Gierke, www.text-ur.de

Satz und Druck:
Druckerei Muttscheller, Ulm

soll+haben erscheint 4x jährlich als Kundeninformationsdienst der DENZHORN GmbH. Alle Informationen nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert und vermittelt. Eine Haftung oder Gewährleistung wird seitens der Redaktion nicht übernommen. Das gilt insb. für die Informationen Dritter und Verweise auf Internet-Sites: Für den Inhalt dieser Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.
Copyright: soll+haben und alle darin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne schriftliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig. Bitte kontaktieren Sie uns, wenn Sie Teile (Texte, Abbildungen, Ideen) von soll+haben veröffentlichen, zitieren oder vervielfältigen möchten. Bei rechtskonformer Verwendung und vollständiger Zitierung der Quelle soll+haben stehen wir dem unter der Erfordernis der Einholung unseres schriftlichen Einverständnisses offen gegenüber.

Pressebetreuung/Pressefragen: christiane.gierke@text-ur.de