

FIRMEN REGIONAL

Distelhäuser glänzt bei internationaler Bier-Olympiade

Mehr als 640 Brauer aus 44 Ländern wetteiferten beim World Beer Cup 2010 in 90 Disziplinen um Gold-, Silber- und Bronzemedailles. Die Distelhäuser Brauerei gewann mit ihrem „Frühlingsbock“ Gold und beendete die Bier-Olympiade mit vier Medaillen als erfolgreichste Brauerei Europas.

Alle zwei Jahre veranstaltet die Brewers Association in Chicago den internationalen „World Beer Cup“. Eine Fachjury macht sich daran, die besten Biere bei einer Blindverkostung herauszufinden. Distelhäuser schnitt bei der Bier-Olympiade als beste Brauerei Europas ab: Sie errang einmal Gold, einmal Silber und zweimal Bronze und damit allein vier der insgesamt 16 deutschen Medaillen.

Neben dem ersten Platz für den „Frühlingsbock“ erreichte das „Distelhäuser Leichte“ einen zweiten Platz. Jeweils eine Bronzemedaille errang Distelhäuser mit dem Kristallweizen und dem Dunklen Hefe-Weizen. Aus Deutschland waren insgesamt 186 Bierproben ins Rennen geschickt worden, nur etwa jedes elfte wurde auch prämiert. „Wir freuen uns sehr, dass unsere Biere bereits zum fünften Mal in Folge ausgezeichnet wurden und dass wir in diesem Jahr die erfolgreichste Brauerei Europas sind“, sagt Roland Andre, Braumeister und Geschäftsführer der Distelhäuser Brauerei. red



Daumen hoch: Peter Grethler (links) und Roland Andre. Foto: Distelhäuser

Darf es etwas mehr sein?

Expertentipps zur Umsatzsteigerung

Ob Handwerker oder Industriebetrieb, Unternehmen haben Defizite im Verkaufen ihrer Waren und Dienstleistungen, weiß Jürgen Frey. Der Vertriebsexperte und Buchautor berät seit zehn Jahren Firmen und hat beobachtet, dass immer wieder dieselben Fehler begangen werden. Wer sie abstellt, erhöht seine Auftragschancen um bis zu 30 Prozent.

VON MICHAEL SUDAHL

Anbei sieben Tipps und ein Joker für mehr Umsatz:

● **Verkaufen über Visionen:** Kein Kunde interessiert sich für Details. Menschen wollen ihre Probleme lösen. Entscheider wollen ihren Umsatz steigern, Arbeitsabläufe effektiver gestalten oder Kosten senken. Ein guter Verkäufer muss herausstellen, wie seine Ware dem Kunden hilft, besser zu werden.

● **Verkaufen über Emotionen:** Sie sind die Schnellstraße im Gehirn. Verknüpft mit Bildern, Gerüchen oder Erfahrungen ist ein Produkt im Kopf verankert. Ein Maler verkauft keine farbigen Wände, sondern Wohlfühl-Atmosphäre. Porsche verkauft keine PS, sondern Status, und ein Maschinenbauer verkauft keine Anlagen, sondern Lösungen, um effektiver zu arbeiten.

● **Der moralische Vorvertrag:** Frage den Interessenten, welches Produkt er für wie viel Euro wann geliefert haben möchte. Wiederhole seine Aussage und frage: „Bekomme ich einen Probeauftrag?“ Schreibe ihm ein Angebot, das exakt seinen Vorstellungen entspricht. Die Auftragschancen steigen, weil sich der Kunde verpflichtet fühlt.

● **Sprich die Sprache des Kunden:** Weg mit Standard-Angeboten. Wer Jugendliche als Kunden hat, muss wissen, was „dissen“ ist. Wer einen Juristen überzeugen will, muss die Rechtsprechung kennen. Fachchinesisch ist verboten. Nur wenn der Interessent sich ernst genommen fühlt, wird er kaufen.

● **Sage es durch Dritte:** Werbung ist selten glaubhaft. Testberichte oder Zeitungsartikel hingegen erhöhen das Vertrauen in ein Produkt, weil ein unabhängiger Dritter sie betrachtet hat.

● **Folgen des Nichtkaufens:** Wer das Fahrrad nicht im Januar kauft, ist nicht startklar, wenn der Frühling beginnt. Wer kein Navigationsgerät im Auto will, verpasst womöglich einen wichtigen Termin. Wer die Rohre nicht saniert, trinkt bleihaltiges Wasser. Verpasste Chancen gibt es unzählige, zeige die Konsequenzen auf.

● **Fordere zum Handeln auf:** Wer nur ein Angebot abgibt, erreicht nichts. Fordere den Kunden zum Handeln auf. Etwa ein Muster zu bestellen, sich anzumelden, eine Probeflieferung zu testen, ein Dokument herunterladen.

● **Der Joker:** Werde Experte. Keiner sucht einen Bürostuhl, aber jeder will ergonomisch sitzen. Wer die Wahl hat, geht in die Fachklinik für Kniechirurgie, um Knorpel entfernen zu lassen und nicht ins Dorfkrankenhaus. Menschen wollen von Experten versorgt werden, die mehr wissen als andere.

i Jürgen Frey (Jahrgang 1970) ist Wirtschaftsingenieur und Mitautor mehrerer Fachbücher. Der Vertriebsexperte lebt in Giengen und berät Unternehmen in Deutschland.



Am Ende des Monats sollte der Umsatz in der Firmenkasse stimmen. Wer einige einfache Ratschläge befolgt, kann seinen Geschäftserfolg kräftig steigern. Foto: Colourbox

ZWISCHENBILANZ

Durchgefallen

Eklatantes Managerversagen, unnötige Pleiten, unsinnige und unverständliche Sprechblasen bei Pressekonferenzen, Hauptversammlungen und anderen öffentlichen Auftritten: Die schwachen Auftritte mancher Spitzenmanager lassen sich jetzt erklären. Ähnlich wie bei Schülern hat auch der Pisa-Test für Manager ein ziemlich schlechtes Ergebnis gebracht.

Für die Untersuchung hatte das „Harvard-Business-Manager-Magazin“ eine gemischte Gruppe von Führungskräften einem schriftlichen Test unterzogen. Die Ergebnisse haben die schlimmsten Erwartungen übertroffen. Durchschnittlich nur 38 Prozent der Fragen wurden richtig beantwortet. Mehr als die Hälfte wusste nicht zwischen Gewinn und Barmitteln zu unterscheiden. Gewinn- und Verlustrechnung ist doch das gleiche wie eine

Bilanz, das glaubte zumindest ein großer Teil der Geprüften. Etwa 70 Prozent waren nicht in der Lage, den freien Cashflow genau zu definieren.

Dieses düstere Bild zu den wirtschaftlichen Grundkenntnissen erklärt sich nicht nur aus Zufall, ungewohntem Prüfungsstress oder mangelnder Ernsthaftigkeit beim Beantworten der Fragen. Das Magazin berichtet darüber hinaus von beinahe schon bizarren Erlebnissen bei Unternehmen. In einem Fall musste dem Vertrieb erklärt werden, dass Umsatz nicht gleich Umsatz ist. Um ihn profitabel zu gestalten, sollten die Herstellungs- und Vertriebskosten pro Einheit unter dem Verkaufspreis liegen. Dieses betriebswirtschaftliche Allgemeinwissen scheint gelegentlich im täglichen Überlebenskampf im Bürodschungel versickert zu sein. Denn das grund-

sätzliche Defizit ist kein Einzelfall. Im Pisa-Test glaubten zwei Drittel, dass Preisnachlässe keinen Einfluss auf die Bruttomarge haben. Fazit: Nachhilfe ist auch bei Führungskräften nötig. Wer das nicht will, sollte sich zumindest ein betriebswirtschaftliches Nachschlagewerk auf den Schreibtisch stellen. Das Angebot an gut verständlicher Fachliteratur ist reichhaltig.

Lernfähig In einem anderen Fall zeigt sich bereits, dass eine gewisse Lernfähigkeit auch in Bereichen des öffentlichen Lebens Einzug halten kann, wo man es nicht erwartet hat. Die Unternehmensberatung Porsche Consulting aus Bietigheim-Bissingen meldete jüngst, dass sie 18 Verwaltungsrichter aus Sachsen schult. Die Zielvorgabe: Qualität und Effizienz der Gerichtsverfahren sollen steigen, auch um den großen Berg der Altfälle

schneller abzutragen. Neue Wege statt „Das haben wir schon immer so gemacht“ – das könnte zum bundesweiten Vorbild werden. Größere Leistungsfähigkeit bei geringeren Kosten ist schließlich kein Thema, das sich nur auf Unternehmen beschränken sollte.

Dauerbrenner Während hier also ein größerer Kreativität gearbeitet wird, zeigen deutsche Personalmanager immer wieder, dass es ihnen daran nicht mangelt. Wilfried Porth, Personalchef des Daimler-Konzerns, sagte vor einigen Tagen, dass der Personalbestand in Deutschland noch weiter sinken wird. Dafür sollen „freiwillige Anpassungsangebote“ sorgen. Das hört sich beinahe nett an. Tatsächlich bedeutet es aber, dass Mitarbeiter dazu gedrängt werden, mit einer Abfindung das Unternehmen zu verlassen oder schleunigst in eine Altersteilzeit zu gehen. Das ist jedoch nicht immer nett. Jürgen Strammer

TIPP

Reisekosten richtig abrechnen

Seit Jahresbeginn müssen Arbeitgeber eine Vielzahl von steuerlichen Neuerungen im Personalbereich umsetzen, um Haftungsrisiken zu vermeiden und optimale lohnsteuerliche Gestaltungen zu sichern. Die Broschüre „Lohnsteuer/Reisekosten 2010“ des DIHK erklärt die neuen Rahmenbedingungen für das Lohnbüro. Die gesetzlichen Änderungen und die Folgen aus der Senkung der Umsatzsteuer für Übernachtungsleistungen auf die Reisekostenabrechnung werden mit Beispielen verdeutlicht. Die Broschüre kostet 18,50 Euro. red

@ Weitere Informationen
www.dihk-verlag.de

ANZEIGE



Wir bündeln unsere Kompetenzen.
Seit April unter einem Dach.

REVISA Haederle+Partner
REVISA Berroth+Partner
REVISA Neckarsulm GmbH

- Steuerberatung -
- Wirtschaftsprüfung -
- Unternehmensberatung -

Heiner-Fleischmann-Straße 6
74172 Neckarsulm / Tel. 0 71 32-958-0
info@revisa.de / www.revisa.de

Wichtige Gesellschafterliste

Rechtliche Änderungen führen zu erhöhten Haftungsrisiken in der Praxis

Die GmbH-Reform hat zu weitreichenden Änderungen im GmbH-Recht geführt. Einer der zentralen Reformpunkte ist die Aufwertung der Gesellschafterliste. Bedeutend ist die Einführung eines gutgläubigen Erwerbs von Geschäftsanteilen, der unmittelbar an die Gesellschafterliste anknüpft. Wer künftig einen GmbH-Anteil erwerben will, darf grundsätzlich darauf vertrauen, dass es sich bei den in die Gesellschafterliste eingetragenen Personen um die tatsächlichen Anteilinhaber handelt – unabhängig davon, ob dies auch der wahren Rechtslage entspricht.

Zwar dient der gutgläubige Erwerb primär der Rechtssicherheit, jedoch birgt er das Risiko, Eigentum an Geschäftsanteilen allein aufgrund der Unrichtigkeit der Gesellschafterliste zu verlieren. Dies gilt zumindest dann,

wenn die fehlerhafte Eintragung drei Jahre und älter und dem wahren Berechtigten zuzurechnen ist. Hierfür ist nicht zwangsläufig ein schuldhaftes Verhalten des Berechtigten erforderlich.

Die durch die GmbH-Reform eingeführte Legitimationswirkung der Gesellschafterliste hat zudem Konsequenzen für die Ausübung von Gesellschafterrechten. Bei Veränderungen im Gesellschafterkreis oder in der Beteiligungsstruktur gilt nunmehr allein derjenige als Anteilinhaber, der als solcher eingetragen ist. Dies bedeutet, dass einzelne Gesell-



Daniel Kanatsiz

schafter ihre Mitgliedschaftsrechte nur im Falle ihrer Eintragung wahrnehmen können. Zum anderen können sich Gefahren für die Beschlussfähigkeit der Gesellschafterversammlung ergeben. Nimmt ein Gesellschafter an einer Versammlung teil, der nicht ordnungsgemäß in die Gesellschafterliste im Handelsregister eingetragen ist, können die auf seiner Mitwirkung beruhenden Beschlüsse fehlerhaft oder unwirksam sein. Aufgrund dieser gravierenden Veränderungen bestehen in der Praxis erhebliche Haftungsrisiken. Gesellschafter sollten daher ein erhebliches Interesse daran haben, dass die Gesellschafterliste richtig geführt wird.

GASTAUTOR

Daniel Kanatsiz, Rechtsanwalt, Kanzlei Hermann & Kanatsiz, Heilbronn