

Januar 2019 • **Sonderedition**
15 Jahre Plattform
www.orphideal-image.com



Begegnung mit
Hana Martincova
DRESS manufaktur GmbH
Unternehmerin des Monats

Podium der Starken Marken

ORPH
IDEAL®
IMAGE



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das
objektiv
gesehen

Eine Münchner Erfolgsgeschichte Kompetenzverstärker & Markenprofi Hana Martincova

Identität schaffen

DRESS manufaktur unterstreicht die Kompetenz von Unternehmen und deren Mitarbeitern und veredelt dadurch ihre Markenpräsenz visuell

Branding Upgrade

*„DRESS manufaktur
setzt Ihr Team in Szene:
Denn Ihre Mitarbeiter
sind die beste Visitenkarte!“*

www.dress-manufaktur.com

Firmenbekleidung, die viel bewirkt: Respekt, Vertrauen, Mitarbeiterbindung und Kundenbegeisterung sind Teil eines gewaltigen Gefühls-Potpourris, das die Marke Dress Manufaktur erzeugt. Als Spitzenadresse für erfolgreiche Unternehmen, die ihre Professionalität visuell unterstreichen wollen, entwirft Geschäftsführerin Hana Martincova mit ihrem Team einzigartige Corporate Branding Konzepte mit Top Full-Service, die Originalität betonen und für Identität sorgen. Die leidenschaftliche Hauptakteurin hinter der Marke DRESS manufaktur koordiniert die Branding-Prozesse höchstpersönlich und ist die vertrauensvolle Ansprechpartnerin für Kunden aus verschiedensten Branchen. Mit hervorragendem Gespür für Menschen und authentischen Look hilft die Vollblut-Businessfrau Unternehmen, sich mit einem professionellen Gesamterscheinungsbild auf dem Markt gelungen zu differenzieren. **Nächste Erfolgsstufe gefälltig? DRESS manufaktur zeigt Kompetenz pur! Uns hat dieses Gesamtpaket überzeugt!** *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

Optimale Ideen

für jedes Geschäftsfeld



„Kleider machen Leute.
Berufskleidung macht Marken.“

www.dress-manufaktur.com

Orhideal IMAGE: Sie sind eine Spitzenadresse für erfolgreiche Unternehmen, die ihre Professionalität visuell unterstreichen wollen. Auch in unserem Unternehmernetzwerk kommt Ihr Full-Service ausgezeichnet an. Mit welcher Erwartung wenden sich die Firmen an Sie, Frau Martincova?

Hana Martincova: Meine Kunden wollen sich mit einem professionellen Gesamterscheinungsbild auf dem Markt gelungen abgrenzen. Da sie in ihren Leistungen einzigartig sind, wollen diese Unternehmen ihre Einzigartigkeit auch optisch transportieren. Das hat viele Vorteile, den ein Corporate Branding mit DRESS manufaktur unterstreicht die Kompetenz, erzeugt Vertrauen und Respekt.

Können sich das kleine und mittelständische Betriebe überhaupt leisten?

Sicher, Frau Briegel, gerade kleinere bis mittlere Unternehmen profitieren davon. Firmenkleidung ist eine überschaubare Investition mit großer Wirkung! Sie veredeln damit Ihre Markenbotschaft.

Das hört sich vielversprechend an. Bei einigen Berufsgruppen hat Berufsbekleidung eine regelrechte Tradition. Mich fasziniert, dass Sie jedoch ihre Arbeit branchenübergreifend anbieten. Für unser Podium ist das sehr attraktiv, weil ich hier Menschen interdisziplinär verbinde.

Mein Branchenmix ergibt sich daraus, Frau Briegel, dass moderne Unternehmer die Vorzüge von Berufsbekleidung schätzen gelernt haben. Da muss ich gar keine Aufklärungsarbeit betreiben.

Es ist viel Psychologie in dem Kommunikationsinstrument „Berufsbekleidung“. Sie wirkt nämlich nicht nur nach Außen, sondern auch nach Innen. Ich kann Ihnen das bildhaft erklären: ein professionell, einheitlich und sauber gekleidetes Messteam macht nicht nur Eindruck bei Messebesuchern, sondern erzeugt auch ein enormes Zugehörigkeitsgefühl und Motivation innerhalb des Teams. Die Mitarbeiter sehen nicht nur überzeugend aus, sie FÜHLEN sich auch so. Und diese positive Haltung überträgt sich dann auf alle betrieblichen Handlungen.

Branchenübergreifend: Hochwertige Individualkonzepte machen die DRESS manufaktur aus



TOP Corporate Identity Optimierung

Dress Manufaktur Kunden sind an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Geschäftsführerin Hana Martincova plant nachhaltig und arbeitet hochwertig.

Als Qualitätsanbieter verspricht sie reibungslose Koordination aus einer Hand: „Bei uns wird Service und Qualität großgeschrieben. Die Dress Manufaktur bietet Support ab der ersten Bestellung bis zu allen Nachbestellungen. Wir sprechen mit Ihren Mitarbeitern, gehen auf individuelle Wünsche ein und kümmern uns um Ihr gelungenes Branding.“

Corporate Look für Unternehmen aus

IT • Automotive
Consulting
Finanzbereich
Technik
Logistik
Events
Medizin
Forschung
Handel
Handwerk
u.v.a.

Premium-Line im Geschäftsalltag



Kein TO-DO, sondern MUST-HAVE:
Die PREMIUM LINE der DRESS
Manufaktur steht für langlebige
und modische Basics in der Berufs-
und Arbeitskleidung. Sie zeichnet
sich durch hohe Qualitätsstandards
in aktuellem und kreativem Look
mit bester Passform für Damen
und Herren aus.

Sie wird von Unternehmen gewählt,
die Wert auf ein gepflegtes und
authentisches Auftreten ihrer
Mitarbeiter/-innen legen und
Bedarf für Berufsmode haben,
die auch kurzfristig und in kleinen
Mengen verfügbar ist. Die PREMIUM
LINE ist mit der maßgeschneiderten
EXKLUSIV LINE kombinierbar und
garantiert so das ganze Jahr über
einen hochwertigen und einheit-
lichen Look.



„Mit unseren
Branding-Konzepten
verschaffen Sie sich
Ihr Upgrade in die
First Class!“

www.dress-manufaktur.com

Exklusiv-Line für Anspruchsvolle

DRESS
manufaktur

„Auf uns
können
sich Kunden
verlassen.“

Exklusivität,
Individualität,
Qualität.
Alles aus
einer Hand.

Ich verstehe. Außen- und Innenwirkung potenzieren sich damit. Ich finde diesen Aspekt sehr spannend. Das bedeutet doch, dass Unternehmen, die im Fachkräftemangel ohnehin um jeden Mitarbeiter kämpfen dank Ihrer Arbeit einen enormen Wettbewerbsvorteil erhalten. Sie schaffen Identität! Das ist der Punkt. DRESS manufaktur erzeugt ein unschlagbares Wir-Gefühl! Nach dem Motto: „Hier gehöre ich dazu!“ Neben diesem Teambuilding-Effekt kommt der vorher erwähnte Faktor dazu. Diese Identität verleiht den Mitarbeitern Sicherheit. Sie können selbstbewusster agieren. Stellen Sie sich vor, wie unprofessionell das wirken würde, wenn die Crew einer Fluggesellschaft im Straßenoutfit auftreten würde.

untergraben. Das gilt für viele Bereiche. Zum Beispiel auch im Handwerk. Wir haben im Netzwerk viele Handwerksunternehmen, die auf ihr stimmiges Markenbild Wert legen.

Das ist gut. Solche bediene ich auch. Kompetent und einheitlich angezogene Handwerker wecken das Vertrauen in die Professionalität der Firma, mehr als solche, die in einer „schmutzigen“ Latzhose vorbeikommen. Zu meiner Kundschaft zählen Ärzte und diverse Praxen, Messe- und Eventveranstalter, Hotels und mittelständische Unternehmen aller Art. Ich bin jederzeit bereit, mein Portfolio für neue Branchen zu erweitern, denn die Mitarbeiter sind immer die Visitenkarte eines Betriebes. Ihr gutes Erscheinungsbild wirkt sich positiv auf den Arbeitgeber aus.

Das stimmt. Mit falscher Bekleidung kann man die eigene Autorität schnell

Wohl wahr! Erklären Sie uns doch, wie ein Corporate Branding Konzept

Firmenbekleidung mit Passion: Hana Martincova hat ein ausgezeichnetes Gespür für Markenkommunikation und immer die passenden Idee für ihre Kunden



**te mit der DRESS manufaktur abläuft!
Am Anfang steht die Analyse?**

Sicher. Zunächst erfasse ich die Situation und den Bedarf. Unsere umfassenden Kunden-Branding-Konzepte machen die DRESS manufaktur zur Marke. Das Gesamtpaket meines Angebots rund um das Thema Berufsbekleidung macht uns am Markt einzigartig. Mein Team und ich, wir konzipieren und entwerfen exklusive Berufsbekleidung in den Bereichen Medizin und Gesundheit. Damit stellen wir einer exklusiven Kundengruppe Unikate zur Verfügung. Dazu bieten wir unseren Kunden ein einzigartiges Style- und Servicepaket für den Gesamtlook an. Ich betreue meine Kunden persönlich und individuell, entweder vor Ort oder bei weiteren Entfernungen per Telefon und Videokonferenz. Unser Motto: Alles aus einer Hand! Dadurch sind wir schnell und flexibel - ohne Schnittstellenverluste.

Persönliche, unkomplizierte Betreuung schätzt mein Wirkungskreis sehr. Sie setzen Markenakzente und der Kunden hat Zeit für sein Kerngeschäft.

Richtig. Das ist Sinn und Zweck einer gelungenen Dienstleistung. Wer schon versucht hat, Corporate Branding mit Firmenbekleidung in Eigenregie umzusetzen, kennt den Aufwand einer perfekten Planung und Umsetzung. Es ist nicht damit getan schnell zwanzig Polo-Shirts zu bestellen. Selbstversuche ohne Konzept kosten oft unnötiges Geld: Wenn die Ware nicht langfristig nachbestellbar ist, in gleichbleibender Qualität und Farblichkeit, bestimmte Details nicht beachtet wurden, dann ist es ärgerlich und vergeudetes Geld. Selbst wenn sie dann ähnliche Ware gefunden haben, ist die Corporate Identity, die Einheitlichkeit damit doch gebrochen. Ich muss bei meinen Branding-

Konzepten immer mit dem Zukunftsblick planen. Der Kunde kann sich sorgenfrei seinen Fachthemen widmen.

Ich nehme an, dass Sie für so ein Qualitätsangebot ein ausgezeichnetes Lieferanten-Netzwerk benötigen, nicht wahr?

Das ist die Basis. Um hochwertige Produkte bei gleichbleibender Qualität, Modell und Farbe zu bieten, arbeite ich gut und gerne mit namhaften Lieferantenlabels und produziere eine eigene Premium-Linie. Die DRESS manufaktur ist meine große Leidenschaft. Ich nehme mir Zeit und achte auf jedes noch so kleine Detail. Es ist die Liebe zur Kleidung im Beruf und das Augenmerk auf den gelungenen Gesamteindruck. Auf Kundenwünsche ganz konkret einzugehen, ist meine Stärke.

Wunderbar. Sie sind der Beweis dafür, dass Berufsbekleidung nicht langweilig aussehen muss. Ihre Designs sind originell und erfrischend.

Danke, Frau Briegel. Unser Ideenreichtum hat sich bei vielen Arbeitgebern herumgesprochen. Wer in sein Team investiert, investiert letztendlich auch in sich selbst! Wertgeschätzte Mitarbeiter fühlen sich zugehörig und bringen dann auch Spitzenleistung.

Ihr Elan gefällt mir! Dann freue ich mich auf unsere konstruktive Zusammenarbeit!

Frau Briegel, ich freue mich, dass Orhideal DRESS manufaktur entdeckt hat und wirke sehr gerne mit meinen Ideen bei Ihnen mit. Danke für die Vernetzung!

**Infotelefon: 089 462 214 55
info@dress-manufaktur.com
www.dress-manufaktur.com**

**Geschätzt als zuverlässige
Ansprechpartnerin:**
Impulsgeberin Hana
Martincova bringt ihre
jahrelange Erfahrung ein
und garantiert 1A Service
mit hochwertigen Produkten

ORHIDEAL
media
face 2018
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

„Berufsbekleidung mit
starker Wirkung. Das ist
meine Leidenschaft!“



**Nicht nur von Kunden,
sondern auch innerhalb der
Branche sehr anerkannt:**
Mit viel Leidenschaft und
Liebe zu allen Projekten
ist das Geschwisterpaar
Stephanie Prägert und
Michael Mönner in dritter
Generation ein Garant für
Bestleistung in Baddesign,
Badsanierungen und
Heiztechnik.

Auf Erfolgskurs mit viel Gespür und Know-how

Badkonzepte mit Stil

Was lange währt, ist mehr als gut: Mit hochwertigen Lösungen ist die Mönner GmbH Bäderspezialisten seit 65 Jahren eine renommierte Top-Adresse für erstklassigen Bäderbau in München und Umgebung für alle, die sich ihr neues Bad stressfrei aus einer Hand entwickeln und umsetzen lassen wollen. Mit Stil, Erfahrung, Herz und Verstand verwandelt das Mönner Kompetenzteam aus erfahrenen Baddesignern, einer Innenarchitektin und diversen Gewerken ihr altes Bad in eine Energietankstelle oder Wellnessoase - ganz nach Ihrem Gusto! Garantiert! *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

„Großartigen Ideen und
nur die beste Umsetzung
für unsere Kunden!“

www.moenner.de

Wie „Kontaktlinsen“ - nur für schönere Zähne -
sogar mit Anprobe !

Die schmerzfreie, zahnschonende Methode
zur permanenten Verschönerung und vieles mehr

Bitte anprobieren.. Zahnlifting

Infotelefon: +49 174 3159103

Sie haben eine völlig schmerzfreie Methode, das Zahnlifting®, entwickelt, die Zähne permanent zu verschönern. Was ist das Besondere daran ?

Das Wichtigste ist, dass man keinerlei gesunde Zahnsubstanz entfernt ! Man kann meine Methode mit dem Begriff „Kontaktlinsen für die Zähne“ erklären: So wie man Kontaktlinsen auf das Auge auflegt, ohne ihm zu schaden, so werden die „Kontaktlinsen für die Zähne“, die aus einer Spezialkeramik bestehen, mit dem eigenen Zahn verklebt, ohne ihn zu schädigen.

Was kann man mit Zahnlifting alles behandeln ?

Man kann beispielsweise Lücken schließen, gedrehte Zähne wieder gerade erscheinen lassen, Zahnformen verändern, unschöne Zahnoberflächen oder Verfärbungen für immer verschwinden lassen oder Zähne verlängern, denn je länger die Zähne sind, um so jünger sehen wir aus!

Es ist total beeindruckend, dass Sie die schiefen Zähne ohne langwierige kieferorthopädische Behandlung wieder gerade erscheinen lassen ! Und das alles auch noch ohne Verlust wertvoller Zahnsubstanz! Wie machen Sie das? Es sieht wirklich aus wie Zauberei!

Nun ich benutze wirklich keinen Bohrer, deshalb kann ich mein Versprechen - vollkommen schmerzfrei zu arbeiten - auch immer halten, denn der Zahn wird nicht abgeschliffen, wie es bei allen anderen Methoden erforderlich ist. Das Wichtigste an meiner Methode ist, dass der Zahn gesund bleibt!

Ihre Patienten können den neuen Look auch „anprobieren“?

Ja, das finde ich sehr wichtig, weil der Patient dann in seinem Mund das Ergebnis schon mal sehen kann und erst danach entscheidet, ob es für ihn in Frage kommt oder nicht!

Ich habe gesehen, dass es bei Ihnen auch Invisalign to go, Bleaching to go und auch Implantate to go gibt - ich bin total beeindruckt!

Ich versuche für meine Patienten immer auf dem wissenschaftlich neuesten Stand zu sein und bilde mich deshalb regelmäßig weiter, denn auch die Zahnmedizin bleibt in ihrer Entwicklung nicht stehen!

Gibt es eine Altersbegrenzung für Ihre Methode?

Nein, denn ein schönes Lächeln ist keine Frage des Alters! Meine jüngste Patientin ist 12 Jahre alt und mein ältester Patient ist 87 Jahre jung! ;-)

„Zahnlifting®
beschert
Ihnen ein
traumhaft
schönes
Lächeln!“

www.dr-doehring-lumineers.de

Dr.med.dent.Petra Döhring
Zahnärztin
Baumkirchnerstraße 18-20
81673 München
Infotelefon: +49 174 3159103

www.dr-doehring-lumineers.de
praxis-dr.doehring@t-online.de

Business Kosmos für Teamplayer

www.prinzregenten54.de

„Flexible Lösungen?
Diese Extrameile für
unsere Kunden gehen
wir gerne. Denn wir
sind alles andere,
bloß kein Klischee.“

Herzblut-Unternehmerin Maria Tsertsidis ist eine Gewinnerin in der Nische: mit ihrer einzigartigen Bürorepräsentanz in exklusiver Lage setzt sie erfolgreich auf qualitatives Wachstum.

Statt einen Standort nach dem anderen „aus dem Boden zu stampfen“, baut die weitsichtige Geschäftsfrau die Prinzregentenstraße 54 stetig aus und steht für ihren modernen Qualitätsservice höchstpersönlich mit ihrem guten Namen ein. Das bodenständige Tsertsidis-Team wirkt als Produktivitätssteigerer für Geschäftskunden in jeder Hinsicht: Einfach mit dem Business sofort loslegen, statt sich mühsam selber die benötigte Infrastruktur zusammenzusuchen. Bequemer geht es nicht! Aus dem Grund schätzen nicht nur Solopreneure und mittelständische Firmen auf so persönliche Weise in München vertreten zu sein, sondern auch Großunternehmen. Personalabteilungen der Konzerne senden ihre Mitarbeiter nach München in den Tsertsidischen Kosmos: denn neben Büros auf Zeit, Tagungsmöglichkeiten und virtuellem Office bietet die Möglichmacherin sogar möbliertes Wohnen auf Zeit.

So reisen Geschäftsleute aus aller Welt zu dieser Top-Adresse mit dem einzigartigen Flair, hochwertigem Ambiente und technischer Best-Ausstattung. Hier wird Willkommenskultur, Teamgeist und das Extrameile-Gehen für die Kunden gelebt. Wer in einem konstruktiven Umfeld mit Niveau arbeiten will, kann hier seine heiß begehrte Geschäftsadresse bekommen. Wer sich gut aufgehoben, verstanden und geschätzt fühlen will, wird sich freuen, das hier MEHR als nur Standard, also ganz flexibel nach Bedarf abgewickelt wird. Lebhaft und voller Elan packt Maria Tsertsidis mit ihrem Team dort an, wo Hilfe gebraucht wird. Dem Begriff Gastfreundlichkeit gibt sie mit ihrer Haltung eine neue Dimension.

Für uns Mittelständler ist „Prinzregenten 54“ ein bestechender Beweis dafür, dass ein Unternehmen nicht groß sein muss, um großartig zu bewirken. Wenn die Inhaberin und erfahrene Qualitätsmanagerin mit leuchtenden Augen ihr Bestes gibt, um für ihre Geschäftsklientel optimale Arbeitsbedingungen zu schaffen, dann wird Business beseelt! Liebe Unternehmer, mit einer Nische haben auch Mittelständler Chancen, „die Welt zu erobern“. Maria gegen Goliath! **Let's do business in Munich. Suchen und leben Sie Ihre Nische! Ihre 1a-Geschäftsadresse in einer Münchner Prachtstraße haben Sie dafür schon mal gefunden ;-))! Orhidea Briegel, Herausgeberin**

ORH IDEAL[®] IMAGE WORKPLACE

Podium der Starken Marken

orh IDEALE Arbeitgeber sind attraktiv für orh IDEALE Mitarbeiter

Mittels Orhideal-Strategie kommunizieren beispielsweise folgende Arbeitgeber aus dem Mittelstand:

Hotellerie & Gastronomie
www.hotel-backenkoehler.de

Handwerk
www.moenner.de

Baubranche
www.tokusei.de

Sicherheitstechnik
www.besonders-sicher.de



Elektrotechnik
www.burnickl.de

Produktion
www.schreiner-group.com

Klebertechnologie
www.hallschmid.eu

Workspace Projektentwicklung
www.office-group.immobilien

Seit 1993 ist Orhidea Briegel DAS Original für die einzigartige, orh-IDEALE Personenvermarktung aus dem Unternehmertum ohne Schnittstellenverluste - analog & digital. (orh = original responsible human; orhIDEAL)

ORH **IDEAL**[®]
IMAGE
INNOVATION

„Außendienst
neu definiert!“



der perfekte
Allrounder

www.zoom.biz

Der Zoom Stadtheadliner: Vom Alltag in die Freiheit.
Mit Grundmaßen und Verbrauchswerten eines Mittelklasse Wagens
und den Lademöglichkeiten eines Busses, verbinden Sie sämtlich
Situationen Ihres Alltags in einem Fahrzeug.

Stellen sie sich kein Campingfahrzeug für 8 Monate im Jahr in die
Garage, sondern nutzen Sie Ihr Campingfahrzeug das ganze Jahr
auch im Alltag. Von 2-7 Sitzen ist hier alles realisierbar.
Individuelle Wünsche? Kein Problem!

„Einfach mal
anders sein!“

Business-Stigge

Erfolgsregeln neu gedacht: Rollenmuster durchbrechen
Über das gute Gefühl mal anders zu sein als erwartet...

Eine junge Frau, Führungskraft in einem großen Unternehmen, erzählte mir von einem Gespräch mit der Vorgesetzten. Es ging darum, dass die Führungskraft sich aus ihrer aktuellen Rolle gern weiter entwickeln wolle. So erzählte sie, was ihr vorschwebte, welchen Fokus sie hatte. Die Vorgesetzte hörte ihr gut zu und unterstützte die Kollegin in ihrem Vorhaben. Und sie gab ihr einen Rat. Sie sagte ihr: „Wenn Du in der Abteilung nicht mehr das *Mädchen für alles* sein willst, dann benimm Dich auch nicht so.“

Im ersten Moment klang das vielleicht hart, im zweiten Moment offenbart sich der Wert. Wie oft wollen wir das eine, verhalten uns aber nicht entsprechend, sondern so „wie immer“. Albert Einstein sagte mal: „Die reinste Form des Wahnsinns ist es, alles beim Alten zu belassen und zu hoffen, dass sich etwas ändert.“

In diesem konkreten Fall ging es darum, sich eben nicht mehr *das Mädchen für alles* zu verhalten, sich für alles und jedes verantwortlich zu fühlen, sondern die Mitarbeitenden (wieder) in ihre Verantwortung zu geben.

Lasst uns mal noch so einen Satz formulieren und wirken:

Wenn Du nicht mehr wie ein Kind behandelt werden willst, dann benimm Dich auch nicht so.

Wenn Du nicht mehr wieder Klassenclown behandelt werden willst, dann benimm Dich auch nicht so.

Wenn Du nicht mehr als Opfer behandelt werden willst, dann benimm Dich auch nicht so.

Oder – genau anders herum:

Wenn Du wie eine Führungskraft oder ein Vorbild behandelt werden willst, dann benimm Dich auch so.

Wenn Du wertschätzend behandelt werden willst, dann verhalte Dich auch wertschätzend.

Ein chinesisches Sprichwort sagt: „Wenn Du etwas haben möchtest, was Du noch nie gehabt hast, dann musst Du etwas tun, was Du noch nie getan hast.“

Viel Spaß beim Entdecken Ihrer Potenziale, Katrin Stigge

www.mut.vision



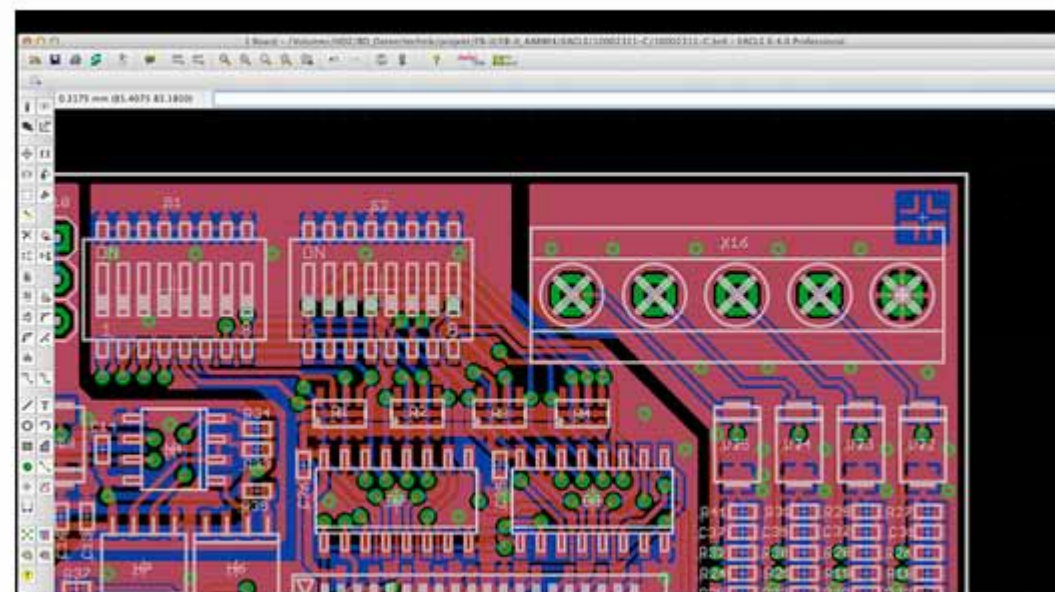
Leiterplatten-Layout

Leiterplatten und Gehäusekonstruktionen
individuell entwickelt und designed

In der Entwicklungsabteilung bei BD Mechatronik werden am Computer, mit entsprechender Software, die elektronisch optimalsten Designs geplant. Vorgaben hinsichtlich gewünschter Gehäuseformen werden berücksichtigt.

„Sollten Sie noch keine Gehäuseform haben oder nicht genau wissen welche Form von der elektronischen Seite möglich ist, können wir Ihnen hierzu auch einen passenden Vorschlag machen. Gerne übernehmen wir auch den Zusammenbau der elektronischen Komponenten mit den Gehäuseteilen.“, so Geschäftsführer Peter Buchta.

www.bd-mechatronik.com



Erfolgreich mit klugen Köpfen

Mit einem anpackenden Team von Könnern aus der Praxis setzt Dr. Peter Burnickl neue Maßstäbe in der Ingenieursbranche

www.burnickl.de



Wir wachsen mit unseren Kunden und dem Erfolg unserer Mitarbeiter!

Wir sind sehr auf ein gutes Arbeitsklima bei besten Arbeitsbedingungen bedacht. Jeder Mitarbeiter hat die Chance auf Selbstverwirklichung und Weiterentwicklung. Durch regelmäßiges Feedback und unser jährliches Gehaltsgespräch wird dies gefördert. Wir wissen, dass die Mitarbeiter unser wichtigstes Gut sind. Daher ist es uns besonders wichtig, dass jeder seine passende Position findet und sich entsprechend weiterbilden kann. Regelmäßige Firmenevents, Teilnahme an Firmenläufen, örtlichen Festen, sowie unser wöchentliches Firmenfrühstück fördern den Teamgeist. Unsere Firmenausflüge sind legendär und jedes Jahr ein Highlight! Un-

sere Mitarbeiter liefern Höchstleistung. Wir haben ein intensives, internes Schulungsprogramm um Nachwuchs- und Führungskräfte zu fördern. Die Summe dieser Maßnahmen wurde durch den Traumfirma-Award, sowie durch die mehrmalige Auszeichnung mit dem Deutschen-E-Planer Preis bestätigt.

Unser Tätigkeitsbereich ist längst nicht mehr nur ein Nebenprodukt des Planungsprozesses. Der prozentuale Anteil der Gebäudetechnik an den Gesamtkosten liegt häufig bereits bei deutlich über 30%. Steigende Energiekosten sind für Gebäudebetreiber zudem eine große Herausforderung. Wenn Einsparungen in diesen Bereichen bereits im Planungsprozess stattfinden können Betreiber bares Geld sparen.

Hierbei gilt es einen ausgewogenen Weg zu finden, um durch pragmatische Ansätze die Nutzbarkeit der Technik - auch ohne technisches Gebäudemanagement - zu ermöglichen. Ziel ist es, sowohl Herstellungs- als auch Folgekosten zu optimieren. Innovative Systeme müssen mit Vorsicht geprüft werden.

In modernen Gebäuden werden heute hohe Erwartungen gesetzt - nicht zuletzt durch die alltägliche Nutzung von iPhone und anderen topaktuellen technischen Geräten. Durch sorgfältig eingesetzte technische Akzente wird Ihr Gebäude zum Erlebnis für Nutzer und Besucher gleichermaßen!

Lassen Sie sich von unserem Know-how begeistern und inspirieren! Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Ihnen!

Ihr Peter Burnickl



Kundenverstehender und Sicherheitsmacher

mit großem Erfolg hat sich die LargeNet GmbH auf Dienstleistungen und Lösungen im Bereich der IT-Sicherheit spezialisiert. Das inhabergeführte, mittelständische Unternehmen am Standort Hamburg und Hannover ist bekannt als Spitzen-Adresse für IT Security.

„Die Komplexität des Internets erfordert eine wachsende Bandbreite an Kompetenz.“

www.largenet.de

Digitale Supervision

Auf der Datenautobahn der Informationstechnologie ist Matthias Knörich mit seinem Team ein begeisterter Vielfahrer und Entdecker. Wo andere - auf Produktverkauf fixiert, mit Tunnelblick - oft an Bedürfnissen von Kunden vorbeiarbeiten oder sich in Problemsphären verlieren, optimiert er mit seinem Team branchenübergreifend und interdisziplinär die Daten-Situation seiner Auftraggeber mit einer bewundernswerten Zielstrebigkeit, Gewissenhaftigkeit, Diskretion und Kreativität.

Gedanklich immer auf der Überholspur ist er ein Mensch, der mit einem Blick die technische Gesamtsituation erfassen kann - sozusagen bereits im Boxenstop. Ganz erstaunliche Aspekte ergeben sich für Gesprächspartner, wenn sie von dem vertrauenswürdigen Security-Experten auf ihre Netzwerk-Lücken aufmerksam gemacht werden, selbst wenn sie vorher der Meinung waren, es bestünde kein Handlungsbedarf. Seine Fachkenntnisse und leidenschaftliche Begeisterung für das Thema IT-Sicherheit zieht sich durch das ganze LargeNet-Team wie ein roter Faden. Mit viel Kompetenz nimmt LargeNet die individuelle Unternehmenssituation der Auftraggeber unter die Lupe. Schon steht ein Trupp von klugen Köpfen und versierten Technikern bereit, sich den notwendigen Maßnahmen zu stellen. Mit diesem Gefühl der Sicherheit dürfen LargeNet-Kunden sich dann mit Vollgas ihren eigentlichen Aufgaben widmen.

Offene Stellen unter www.largenet.de



QR-Code Management

als nächste Kommunikationsstufe

Das Orhideal IMAGE Unternehmerpodium nutzt seit der Erstauflage von Orhideal CHEFSACHE den QR Code Service der www.goQR.me Marketingplattform der Foundata GmbH. Damit hatten wir schon 2010 eine ganz neue Dimension der Kommunikation eingeläutet: auf jedem unserer Sonderdrucke führt ein QR Code zur aktuellen Orhideal Online Ausgabe. Schnell können Daten gescannt und weiter verwertet werden.

Der am deutlichsten sichtbare Einsatz von QR Codes findet im Bereich des Mobile Marketing statt. Da kostenlose QR Code Software zum lesen von QR Codes für fast jedes Smartphone mit Kamera verfügbar ist (z. B. iPhone, Google Android, Blackberry, Symbian), werden QR Codes als eine Art Link von Offline-Medien wie Papier auf Websites im Internet genutzt, welche der Nutzer nur scannen muss, anstatt umständlich lange Web-Adressen eingeben zu müssen. Über das smarte QR-Code Management der Foundata sind aber noch viele weitere Nutzungsmöglichkeiten denkbar, wie z. B. Logo QR Codes. So können Sie Foundata damit beauftragen, ein eigenes Logo oder Bild in den QR Code einzubauen. Die Foundata GmbH ist ein professioneller IT-Dienstleister aus Karlsruhe, dessen Administratoren die Infrastruktur für den reibungslosen Betrieb der jeweiligen Kunden-IT-Landschaft planen und betreuen. Die Foundata Entwickler erstellen für Geschäftskunden leistungsstarke Software.

Infotelefon: +49 721 7540 7430
office@foundata.com

www.goqr.me





Movement Revolution

mit Natural Beauty & Happiness Inspiratorin
Anna Maria Gdynia
 mobile: 0170 79 88 106
 kontakt@annagdynia.com

Unser Neuzugang im Orhideal Expertenpool unseres Unternehmernetzwerkes: Die Expertin für den WOW-Effekt und Unternehmerin Anna Maria vergrößert ihr Team auf internationaler Ebene.

Wer sich dem revolutionären Geschäftsmodell anschließen oder in ihrem Jungbrunnen-Shop der neuen Brand „Hanzz und Heidli“, eine einzigartige Schweizer Skincare, welche den Markt rasant erobert, mit dem Magic Swiss Code kennen lernen möchte, sich selbst etwas Schönes schenken oder noch eine Inspiration zum Verschenken sucht, ist herzlich eingeladen und willkommen! Made with Love!

„Ich inspiriere, Dich ganz neu zu definieren und zu erfahren – beginnend mit Deiner inneren Schönheit. Behind every Mask there is Face. Behind every Face there is a Story.... Beyoutiful and embrace your Natural Wow. Umarme Deine natürliche Schönheit und Stärke. Beauty is being. Comfortable in your own skin. Beauty from inside out with love Anna.“



www.naturalwow.shop



Unser HANZZ+HEIDI «Magic Swiss Code»

bietet eine intelligente, multifunktionale und effektive Formel, die sich an alle Hauttypen anpasst. Mithilfe von Schweizer Biotechnologie, basierend auf Pflanzenstammzellen von Edelweiss und Schneedalgen, stärkt diese Formel deinen natürlichen «WOW»-Effekt. In Kombination mit natürlichen aktiven Inhaltsstoffen, hocheffektiven Feuchtigkeitsspendern und wirkungsvollen Antioxidantien schützt der HANZZ+HEIDI «Magic Swiss Code» die Haut, reaktiviert ihre Funktionen und wirkt Alterungserscheinungen entgegen. Die Haut wird besser durchfeuchtet, bleibt geschmeidiger und wirkt deutlich frischer und verjüngt.

Wir haben eine hochwirksame Mischung aus Antioxidantien entwickelt, die zusammen mit Vitaminen, Mineralstoffen und Ölen auf der Basis von reinem schweizerischem Wasser freie Radikale neutralisiert und die Hautzellen regeneriert und schützt. Mit Aloe Vera in der Skincare-Linie «Her» und Braunalgen in der Linie «Him» beruhigen HANZZ+HEIDI-Produkte die Haut und durchfeuchten sie wirksam.

Unique Shoes for Special People

who walk on success!

www.tabushoes.ch



*Schuhexpressionistin Tanja Bugmann, TABUSHOES,
mit Influencerin und Mediengesicht Katrin Stigge (rechts)*

You can do anything with the right shoes!

Das Label TABUSHOES transportiert die Leidenschaft der Schuhexpressionistin Tanja Bugmann. TABUSHOES - made in Switzerland - steht für bequeme Schuhe für erfolgreiche Menschen mit hohen Ansprüchen, mit Klasse und Style, welche ihren anspruchsvollen Füßen etwas Besseres bieten wollen!

TABUSHOES bietet ...

- ... Schuhe nach Mass oder Standardgrößen
- ... eine Auswahl von verschiedenen Schuhmodellen, in hochwertigem Leder und diversen Farben
- ... bequeme, schöne und kreative Schuhe aus Leder, von Hand auf Maß gearbeitet

Diese Schuhe geben den Mut zu neuen Wegen!

Influencerin, Werbe- und Mediengesicht Katrin Stigge www.mut.vision über TABUSHOES by Tanja Bugmann:

„Liebe Tanja, mit Dir kommt man in eine ganz neue Ära des „Schuhe-Tragens“! Du hast den Qualitäts-Anspruch, dass Deine Schuhe die optimale Passform haben und richtig am Fuß Deiner Kunden sitzen. Und Du gibst für Deine Kunden den Raum frei, selber zu gestalten und die eigene Kreativität zu leben ... das alles mit Deinem Fachwissen, Deinem geschulten Auge für Passform und und Machbarkeit. Welche Worte fallen mir zu Deinen Schuhmodellen ein? Sie sind originell. Sie haben Pfiff! Sie sind mal was ganz anderes. Und sie machen Spaß. Und genau das soll Mode für Menschen tun: sich darin wohlfühlen und sich darüber auszudrücken. Zum Glück gibt es Menschen wie Dich, die ihre Leidenschaft umsetzen ... die ein Handwerk lernen, es lieben und einfach tun. Ich freue mich auf die nächste Begegnung in Deiner urgemütlichen Werkstatt.“





Einladung zum Herzenergie.Tag

„Save the date: 24. März -
HerzEnergie.Tag 2019
Deine Abenteuerreise ins
Faszinatorium HerzEnergie!“

„Erfolgreiche
Unternehmen
setzen auf
emotionale Intelligenz!“

Wie definiert sich der MENSCH in einer zunehmend automatisierten Gesellschaft?
Eine spannende Frage für Arbeitgeber, Unternehmen und Einzelpersonen. Auf welchem Level Ihre Passion, das „Herzblut“ in Ihrem Unternehmen oder in Ihrem Leben steht, können Sie durch die Zusammenarbeit mit Wahrnehmungsguide und Mentor Hans-Jürgen Becker in positiven Ergebnissen manifestieren und messbar machen. Mit seiner einfühlsamen Art bringt der Frontmann der HerzCoach Ltd & CoKG sein Publikum zurück zum Ur-Vertrauen in sich selbst und in die eigene Bestimmung. Schließen Sie sich der Entdeckungsreise in das Faszinatorium HerzEnergie an und erleben Sie, wie die Zeiten des Umbruchs in Arbeit und Gesellschaft zu meistern sind. Hand auf's Herz! *Orhidea Briegel, Herausgeberin*

Tickets hier buchbar:
www.herzenergietag.de

ORH
IMAGE
Kooperation

Podium der Starken Marken

IDEAL[®]

Sonderverteilung

Orhideal IMAGE an 500 Gäste



Tickets hier buchbar:
www.herzenergietae.de





Rückblende: Titelgesicht Wolfgang Grupp mit Orhidea Briegel
als Gastgeber für den Orhideal Unternehmertreff

Orhideal Titelgesichter und Mitwirkende treffen sich auch 2019. Sie wollen
mitwirken? Infotelefon: 0177-3550112 oder orhidea@orhideal-image.com

Vorschau Unternehmertreff 2019



ORH
IDEAL
IMAGE

Podium der starken Marken

Local Heros und Global Player verbinden sich auf der Orhideal B2B-Plattform
Konzentrierte Geschäftsführerkommunikation auf höchstem Niveau

Entscheider

Treffen auf Augenhöhe

Orhidea Briegel stellt Unternehmer des Monats vor: Ron Traub, Musikunternehmer, Alexandra Wiedemann, Best Ager Wohnprojekte und Gerhard Ostenried, Ostenried Einrichtungen

B2B Kommunikation auf allen Kanälen:
Gelebter Austausch mit den Titelgesichtern
jeder Ausgabe und deren Lesern.
Orhidea Briegel koordiniert die Plattformsynergien.



Unter-
nehmens
darstellung -
old school ?

„Nein danke!
Uns interessiert
das Gesicht dahinter!“

ORH **IDEAL**®
IMAGE
Podium der Starken Marken

zeigt Vorbilder, Originale, Visionäre,
Trendsetter, Querdenker, Bessermacher
20 Jahren Unternehmerportraits und
visuelles Storytelling mit Strategie
www.orphideal-image.com

Januar 2019 • **Sonderedition**
15 Jahre Plattform
www.orphideal-image.com



Begegnung mit
Uwe Rieder
Der Vertriebsfreak
7stages GmbH
Unternehmer des Monats



VERTRIEBSFREAKS

Podium der Starken Marken

ORPH
IDEAL®
IMAGE



Orhidea Briegel Herausgeberin und Expertin für ImageDesign präsentiert...

durch das
**objektiv
gesehen**

**ORHIDEAL
media
face** 2019
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

Kundenmagnet statt Kaltakquise:
Bekannt als DER BAYERISCHE VERTRIEBS-
FREAK vertritt Buchautor und Praxis-
künstler Uwe Rieder den Paradigmen-
wechsel im Verkauf. Mit Charme, Grips
und Humor lehrt der Vertriebsrevolutionär
alle Facetten des Sog-statt-Druck-
Verkaufens. Mit seiner praxiserprobten,
preisgekrönten 7-Stufen-Strategie
und einem Mix aus On- und Offline-
maßnahmen bringt er seine Kunden
auf das nächste Level!

Neue Vertriebsdynamik mit dem

Umsatz turbo

Welcher Unternehmer hat die markigen Vertriebsversprechungen von Verkaufstheoretikern aller Art nicht satt? Falls auch Sie keine Lust auf „heiße Luft“ haben, werden Sie begeistert sein, wenn Vertriebspraktiker Uwe Rieder mit seiner frischen, umsetzungsorientierten, aufregend anderen Art der Warm-Akquise Ihre bisherigen Ansichten über Verkauf auf den Kopf stellt und Ihr Feuer für den Vertrieb entfacht! Seine preisgekrönten Strategien werden dafür sorgen, dass dieses Vertriebsfeuer kein Strohfeuer wird, sondern solide und nachhaltig brennt - wie die olympische Flamme! In diesem Sinne, zündende Erkenntnisse wünscht Ihnen,

Orhidea Briegel, Herausgeberin



www.vertriebsfreaks.de

Ausgezeichnetes Praxiswissen bringt die Umsatzkurve nach oben

Die 7-Stufen-
Strategie

Das Interview mit Titelgesicht Uwe Rieder führte ich in Co-Moderation mit Elisabeth Namiri www.aes-namiri.de (Expertin für Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastung/ Arbeitsschutz).

Orhideal IMAGE: Obwohl viele Unternehmer und deren Vertriebsmitarbeiter ganz genau wissen, dass mit nur einem Kontakt an die Zielgruppe, sei es per Brief, E-Mail oder Call kein vertrauenswürdiger Beziehungsaufbau möglich ist, handeln viele genau so: Sie fallen mit der Tür ins Haus! Als bekanntes bayerisches Vertriebso-riginal haben Sie sicher eine gute Erklärung da-für. Woher kommt diese Diskrepanz?

Uwe Rieder: (antwortet ohne zu zögern) Stimmt, Frau Briegel, ich verdeutliche es meinen Teilnehmern der Powertage mit folgendem Beispiel: Wenn Sie jemanden kennen lernen möchten, gehen Sie nicht in ein Restaurant, eine Bar oder klingeln an seine Tür und fragen unmittelbar „Willst du mich heiraten?“. Sie spendieren doch zuerst einen Drink, tauschen die Rufnummern, laden dann ins Kino ein, schicken Blumenstrauß, vereinbaren ein nächstes Date usw.... Es ist der Aufbau eines Vertrauensverhältnisses. So sollten

Menschen auch im Vertrieb vorgehen. Mehrmalige Kontakte an die Zielgruppe sind erforderlich.

Elisabeth Namiri: Da sprechen Sie uns aus der Seele. Aber so ein Vertrauensverhältnis setzt für meine Begriffe auch voraus, dass man nicht nur sein eigenes Verkaufsinteresse verfolgt, sondern sich ernsthaft für den Bedarf seines Gegenübers interessiert. Das hat mir bei Ihrem Powertag gefallen.

Uwe Rieder: Nun, Frau Namiri, genau das unterscheidet einen Vertriebsfreak vom Vertriebler. Er denkt für den potentiellen Kunden mit. Ein Vertriebsfreak ist anders als alle Vertriebler! Er ist ein Netzwerker, der ohne Bitten, Betteln bzw. ohne Kaltakquise an den Kunden herantritt. Er übt auch keinen Druck auf potentielle Kunden aus. Er verfolgt das Verkaufen mit Begeisterung, Kreativität und Spaß. Sie spüren, dass es ihm Freude macht! Er verkauft durch Emotionen und erzeugt dadurch den Sog, das heißt: Potentielle Interessenten kommen letztendlich automatisch auf ihn zu. Ich lebe das als Vertriebsfreak vor.

Orhideal IMAGE: Das ist großartig. Balsam für alle, die Kaltakquise nicht mögen. Mit anderen Worten, Sie bringen frischen Wind für den Vertrieb?

Elisabeth Namiri:....oder anders ausgedrückt, er entfacht ein richtiges Vertriebsfeuer in den Menschen!

Uwe Rieder: Ich stelle das Weltbild auf den Kopf von allen, die denken, dass Vertrieb keinen Spaß macht. Mit der richtigen Strategie springen Sie jeden morgen aus dem Bett und möchten zu Ihrem Kunden oder ins Büro! Denn wenn Sie ein Vertriebsfreak sind, sind Sie Problemlöser oder Wünscheerfüller mit einer genialen Nutzenargumentation. Und genau deshalb werden Sie von Ihrer Zielgruppe geliebt.

Orhideal IMAGE: Wow, so ansteckend wie Sie sind, Herr Rieder, sind Sie eher ein Lauffeuer, das die anderen positiv ansteckt?! Gut, dann werden wir mal konkret. Sie trainieren Vertriebler und Unternehmer, Vertriebsfreak zu werden?

Uwe Rieder: Korrekt, Frau Briegel. Zu meinen Powertagen kommen Unternehmer, Selbstständige, Berater und Coaches, die Feuer in ihren Vertrieb bringen wollen. Die Branchenvielfalt ist so groß wie auf Ihrer Plattform. Teilweise werde

Wollen Sie auch den GANZEN Durchblick?



Authentisch, herzlich und nutzenorientiert

Keine leeren Versprechungen: „In nur wenigen Minuten erkennen Sie mit mir, wo vertriebliche Stellschrauben im Unternehmen sind, um den Umsatz drastisch innerhalb von einem Jahr zu steigern und die Vertriebskosten enorm zu reduzieren.“ Vertrieboptimierer Uwe Rieder hält nichts von Verkaufstheorie: Mit seiner Strategie durchlaufen Kunden Schritt für Schritt eine gelungene Vertriebsumsetzung. Der Fokus liegt auf dem systematischen TUN nach seinem erprobten Strategieplan!

Auf zum Powertag mit Uwe Rieder, der mit seinem Vertriebsfreaks-Team den Verkauf in eine neue Dimension bringt!

ich auch in Unternehmen geholt, wo das Vertriebsfeuer wieder angefacht werden soll. Im Prinzip mache ich dann auch meinen Powertag aber beim Auftraggeber, also speziell mit dem Chef und seinen Vertriebsmitarbeitern. Alle meine Beratungen und Schulungen basieren auf den „7stages“! Dieses 7-Stufen-Online-Coaching „In 7 Schritten zum Vertriebsfeuer“ ist der Kern meines Trainings. Damit gelingt es Unternehmern und Selbstständigen 1:1 meine praxiserprobte Vertriebsstrategie einfach und leicht bei sich zu implementieren.

Orhideal IMAGE: Klasse. Hört sich sehr interessant an! Kann das jeder erlernen?

Elisabeth Namiri: Oh ja! Seine 1:1 Anleitung ist so leicht wie „Malen nach Zahlen“ mit in der Praxis erprobten Strategien, Video-Anleitungen, Checklisten, Vorlagen, Mustertexten, Hausaufgaben.

Uwe Rieder: Und natürlich bringe ich Vertriebler mit meinen Live-Coachings zum Umdenken!

IMAGE: Ein volles Programm - das klingt plausibel! Vertrieb passiert zunächst im Kopf und wenn das eigene Mindset einen sabotiert, dann wird es mühsam. Wie soll ein Unternehmer es also angehen, wenn er oder sein Team sich vertrieblich „ausgebrannt“ fühlen?

Uwe Rieder: Ganz einfach! Einen Powertag mit Uwe Rieder buchen. Dann bringen wir wieder richtig Feuer in den Vertrieb und die Umsatzzahlen. Zu mir kommen alle, die meine jahrelang erprobte Erfolgsstrategie erlernen und auch endlich UMSETZEN wollen, nicht lange rumfackeln und sich selbst das Beste wert sind!

Elisabeth Namiri: Und das Ganze wird individuell auf die Unternehmen abgestimmt, inklusive Vorbesprechung, Analysebogen und „Auge-in-Auge“-Gespräch. Für welche Unternehmensgröße ist Ihre Strategie eigentlich anwendbar?

Uwe Rieder: Ich bin fokussiert auf mittel-

ständische Unternehmen, aber auch Klein- und Einzelunternehmer. Auch Berater und Coaches sind interessiert daran zu lernen, wie sie die Kunden - ohne Druck auszuüben - erreichen und überzeugen!

Orhideal IMAGE: Ausgezeichnet. Dann sind wir bei meinem Spezialgebiet gelandet, dem Pflegen des Bekanntheits- und Sympathiegrades. Denn für den Sog, von dem Sie gesprochen haben, muss man ja auch eine Anziehungskraft und Vertrauensbasis entwickeln.

Uwe Rieder: Stimmt, Frau Briegel, eine gewisse Omnipräsenz auf vielen Kanälen gehört dazu. Und natürlich ist es notwendig, wie Sie sagen, dass diese Präsenz auch professionell ist. Ich werde von Unternehmern oder Vertrieblern einfach angesprochen, weil sie mich auf Social Media, wie Xing, Google, Facebook, YouTube, Instagram, oder auf Messen, Vorträgen und Veranstaltungen wargenommen haben. Außerdem kennt man mich durch meine Webinare. Natürlich werde ich auch weiterempfohlen.

Orhideal IMAGE: Mit Ihrer Strategie konnten wir uns gleich identifizieren, weil wir seit Jahren mit einer ähnlichen Vorgehensweise Erfolg haben. Wir zeigen im Orhideal Magazin selten Vertriebsthemen, weil es sich meist um nicht übertragbare Standardlösungen handelt. Das überzeugt uns nicht. In Ihrem Fall hat uns vor allem die persönliche, humorvolle Note angesprochen, die Sie in den Vertrieb bringen, die charmante Art Bedarf zu wecken und die Tatsache, dass Sie es einfach TUN!

Uwe Rieder: Das ist es! Ich bringe alle ins TUN! Ins Handeln! Viele Unternehmer wissen viel darüber, dass man den Kunden nicht überrumpeln soll, kommen aber nicht ins Umsetzen! Meine Impulse bringen dann Dynamik in ihre Verkaufsvorgänge!

Orhideal IMAGE: Ich kenne viele Mittelständler, die eine Vertriebschulung nach

Ganz neue Verkaufsperspektiven
Erfrischend anders und leicht sind die Erfolgsanleitungen des sympathischen Vertriebsbefeuerers Uwe Rieder. Seine Expertise schätzen mittelständische Unternehmer, Vertriebsteams, Gründer, Selbstständige, Einzelkämpfer aller Art. „Kümmern Sie sich um Ihre bestehenden Kontakte! Hier liegt das Geld – einfach, schnell und leicht!“

ORHIDEAL
media
face 2019
Kompetente Interviewpartner
für Medien, Wirtschaft & Veranstaltungen

„Angefeuert durch
die Vertriebsfreaks:
Nie mehr Kaltakquise!“

Vertriebsfreak-Mindset als Erfolgsfaktor:

Wenn der Kunden bettelt „Ruf mich an!“, dann war es die gut verzahnte 7-Stufen-Strategie von Uwe Rieder. Der passionierte Vertriebsfreak hilft Unternehmen und deren Verkaufsabteilungen, für ihre Fans unwiderstehlich zu werden. Sein Motto: „Wenn die Kunden Ihnen hinterherlaufen, dann haben Sie die Umsetzung von emotionalem Soft-Selling verstanden!“

„Mit meiner Strategie mache ich Vertriebler in Kundenaugen zu Helden: Sie werden Ihre neue Rolle als Wunscherfüller und Problemlöser lieben!“

der anderen buchen und es passiert nichts. Einfach deshalb, weil der erste Elan im Geschäftsalltag flöten geht. Sie sind in meinen Augen ein permanenter Begeisterer! Das finde ich gut!

Uwe Rieder: Und das ist, was meine Arbeit als Vertriebsfreak ausmacht. Es fehlt manchmal nicht nur an Wissen, oft mangelt es an positiver Vertriebsenergie. Ich bringe immer wieder neue Energie und Begeisterung hinein. Man darf nicht aufhören zu TUN!

Elisabeth Namiri: Ganz nach Ihrem Motto „Nur vom Reden wird der Reis nicht gekocht!“

Uwe Rieder: Genau, ich erschließe für ein Unternehmen eine praxiserprobte Vertriebsstrategie ohne die lästige und aufwendige Kaltaquise, die im Grunde genommen keiner mag; nicht der Vertriebler und auch nicht der Kunde!

Orhidea Briegel: Sehen Sie, das reizt mich daran. Ich bin überzeugt, wenn Unternehmer, sich ihrer Zielgruppe als Branchenkenner, als Problemlöser zeigen und sich zur Marke machen, dann ist es auch im Vertrieb leichter. Sich aus der Masse hervorheben...

Genau, darauf zielt es ab, Frau Briegel. Ich sehe oft, dass Verkäufer zunächst ihr Selbstbild ändern müssen, weil sie sich austauschbar fühlen. Alles erleben sie zwanghaft und als ein MUSS. Sie müssen - wie die große Verkäufer-Masse auf dem Markt - ein Produkt „an den Mann bringen“. Es ist doch viel einfacher an der eigenen Vertriebspersönlichkeit zu arbeiten, sich als Wunscherfüller zu positionieren, und statt verkaufen zu MÜSSEN, Wünsche erfüllen zu DÜRFEN. Das ist doch eine wunderbare Aufgabe. Ich helfe diesen Paradigmenwechsel auch in allen Vertriebsprozessen zu etablieren.

Orhidea IMAGE: Und wenn in einem Unternehmen das Know-how angeblich vorhanden ist und dennoch die Umsätze nicht laufen?

Uwe Rieder: Das ist eine meiner Lieblingsaufgaben. Aufzudecken woran es liegt und es zu optimieren.

Orhidea IMAGE: Sie sagen: „Potentielle Interessenten werden auf dem Silbertablett mit einem „Sog-statt-Druck-Vertriebssystem“ serviert.“

Uwe Rieder: Exakt! Und bestehende Kontakte, sprich Stammkunden, ehemals kaufende Kunden, Angebote und vorliegende Adressen werden zu Fans gemacht.

Fans sind treue Wegbegleiter, kaufen mehr, kümmern sich weniger oder gar nicht um die Preise, sind treu und wandern nicht ab.

Orhidea IMAGE: Ich sehe schon, Herr Rieder. Cross-Selling, Upselling, Downselling - vom Vertriebsfeuer zum Umsatz-Feuerwerk durch Fans!
Elisabeth Namiri: Und das Beste - Fans geben gerne Empfehlungen! Das ist Ihre Kernaussage, oder?

Uwe Rieder: Die goldrichtig ist! Wir haben viele Erfolgsbeispiele: Mit der besagten 7-Stufen-Strategie habe ich Unternehmen von z.B. 10 auf 30 Millionen Euro, von 20 auf 80 Mitarbeitern oder von 10 auf 60 Millionen geführt. Praxiserprobt, 1:1 adaptierbar, kopierbar und für jede Branche, jedes Produkt oder Dienstleistung anwendbar!

Elisabeth Namiri: Mir ist zu Ohren gekommen, dass sogar eine Akademie geplant ist.

Uwe Rieder: Auf lange Sicht schon. Ich will nicht zu viel verraten, aber eines kann ich schon sagen: Der Bedarf den Vertrieb zu optimieren, ist enorm. Um dem gerecht zu werden, gibt es schon das Konzept. Der Plan ist eine „Vertriebsfreaks-Akademie“ mit 10.000 aktiven Mitgliedern zu gründen, die im deutschsprachigen Raum als No. 1 in Sachen Vertrieb genannt wird. Damit mache ich meine Mission, den Kunden ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern, ebenfalls übertragbar.

Orhidea IMAGE: Was mir wichtig ist: es ist individualisierbar! Sie können auf jede Unternehmenssituation und Branche eingehen! Das haben Ihre Kunden besonders gelobt. Ich fasse zusammen: mit Ihrer Hilfe kommen potentielle Interessenten automatisch auf uns zu und „betteln“ um den Auftrag? *(wir lachen)*

Uwe Rieder: ... garantiert!

Orhidea IMAGE: Dann freue ich mich, dass Sie unsere Unternehmerplattform mit Ihrem Wissen abrunden. Ich danke Ihnen Frau Namiri, für die Empfehlung und Herr Rieder, danke für die Einblicke in Ihre Arbeit.

Elisabeth Namiri: Gerne. Wir sind doch alle Fans voneinander.

Uwe Rieder: Frau Briegel, es ist mir wirklich eine Ehre, bei Ihnen dabei zu sein. Auf ein gemeinsames

Trainer & Speaker: Vorträge, Firmenseminare und Vertriebsschulungen

„Wir entfachen Ihr Vertriebsfeuer mit unserer einzigartigen Warm-Akquise-Strategie!“

Angesehener Umsatzpotenzierer
ausgezeichnet mit dem Vertriebspreis 2018

Als Seminarleiter und Speaker ist Begeisterer Uwe Rieder, Buchautor von „Feuer für Ihren Vertrieb“ - allseits bekannt als der Mann mit dem brennenden Buch - im Mittelstand unterwegs. Mit seiner Mission Unternehmer und deren Teams für den „Warm-Verkauf“ zu entflammen, ist er ein bekanntes und erfahrenes Original für Soft-Selling. Geschätzt wird seine Expertise nicht nur im Mittelstand, sondern auf unterschiedlichsten Fachpodien und Businessveranstaltungen, wie dem IMK (Internetmarketingkongress), OMKO (Online-Marketing-Kongress), Erfolgskongress, Vertriebswoche, Partner Marketing Days, Leadership Days, Sales Marketing Messe u.v.m.

www.vertriebsfreaks.de

„Vom Frust zur Vertriebslust:
Statt ausgebrannt, sind meine
Kunden echt entflammt!“

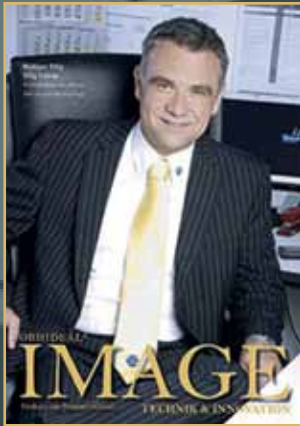


Orhideal: regional gestärkt - global verbunden - fachübergreifend inspiriert

Die Tunnelbauer



Feinmechanik



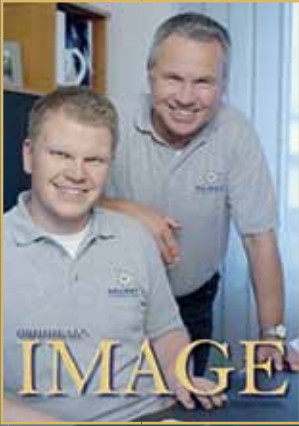
Die Mechatroniker



Chemiebranche



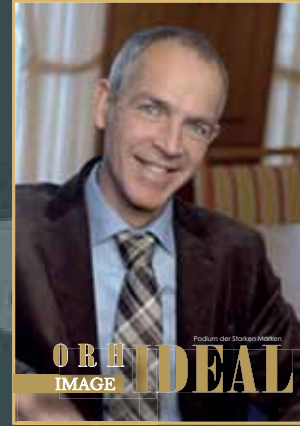
Edel-Maschinenbau



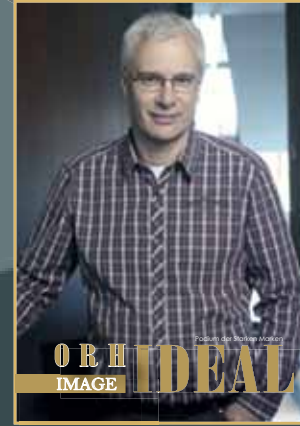
Motorantrieb



Schleiftechnik



Leitsysteme



Flughafen München



GHM Handwerksmesse



Blendschutz Hersteller



Raumakustik Hersteller



Möbel Design Hersteller



Unternehmer, die ihre Markenbotschaft persönlich verkörpern: Neben Titelgesichtern, wie Alfons Schuhbeck SCHUHBECK GmbH, Stefan Schraner - Schraner Group u.v.a. reiht sich nun auch Erfolgsunternehmer Uwe Rieder in die schon legendäre HALL OF FAME der Helden aus dem Mittelstand auf dem Orh-IDEAL Unternehmerpodium ein. Hier geht es um gelebte Werte, Ethik, Originalität und Individualität in der Wirtschaft, vor allem um das Verantworten des eigenen Tuns und durch die Verkörperung des eigenen Unternehmens dazu zu stehen. Wir freuen uns über diese Kooperation!

IT for small business



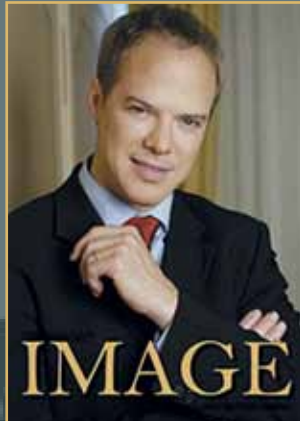
BIG DATA business



Kosmetik Hersteller



Em-eukal Hersteller



Taschen Hersteller



Luxus Küchen Handel



Hocker Hersteller



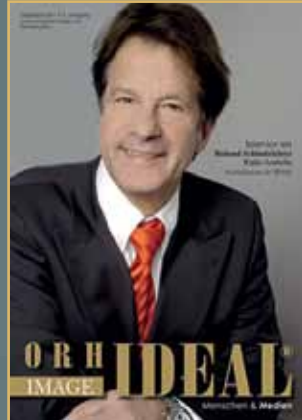
Schraner Brandschutz



Beton Verschalungen



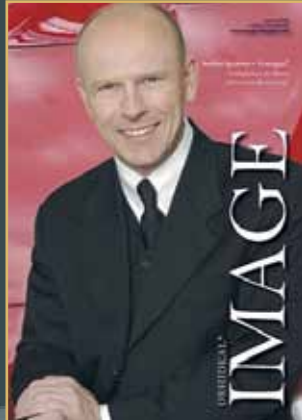
Radio Sender



TV Produktion



KFZ Pflege Hersteller



Büro (Versand-)Handel



Notariat



Hörakustik



Fassaden Verklebung



Solar-Zentrum Bayern



Winterdienst



Arbeitsschutz
des Monats



Fluktuation und Fachkräftemangel gezielt entgegenwirken

„Bleiben Sie der
Magnet für GUTE
Mitarbeiter – und
sorgen Sie vor!“

www.aes-namiri.de

Liebe Unternehmer/innen,
mein Name ist Elisabeth Namiri,
Inhaberin von AES NAMIRI in Aichach.

Mein Business? Ich führe Gefährdungsbeurteilungen psychischer Belastung gemäß § 5 des Arbeitsschutzgesetzes durch. Keine Ahnung? Dann wird es aber Zeit, denn diese Gefährdungsbeurteilung ist seit dem 1.1.2014 gesetzlich vorgeschrieben – für alle Unternehmen ab einem Mitarbeiter.

Aber vielleicht sind Sie ja auch schon mittendrin in diesem spannenden Prozess, oder befinden sich zumindest in der Anfangsphase ...? Ursprünglich dazu gedacht, krankheitsbedingte Fehlzeiten zu minimieren, kann die Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastung weitaus mehr: Sie zeigt Ihnen auf, wo Sie mit Ihren Mitarbeitern gerade stehen, sie fördert einen kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und ist eine Chance, ein Mehrwert

Sie merken, wie begeistert ich bin? Meine Intention ist es, Ihnen den Prozess hinter diesem, zugegebenermaßen, sperrigen Begriff, EINFACH zu gestalten.

Was mich antreibt? Nach einem Stellenwechsel vor einigen Jahren habe ich gemerkt, was alles schief laufen kann in der Arbeitswelt. Schade eigentlich. Soviel ungenutztes Potential, Konflikte, die nicht sein müssen ... Als Fach-Mediatorin Wirtschaft bin ich übrigens allparteilich, d. h. den Mitarbeitern und dem Unternehmer gleichermaßen verpflichtet. Mein Ansatz ist nachhaltig und ganzheitlich, nichts von der Stange, und auch nichts für die Schublade. Ich bleibe dran und schaue, dass Maßnahmen auch wirklich umgesetzt und die Mitarbeiterzufriedenheit, und damit auch die Mitarbeiterbindung, spürbar erhöht werden.

Mit gut 30 Jahren geballter Erfahrung in Unternehmen, in der internationalen freien Wirtschaft und in unterschiedlichen Branchen, weiß ich einfach, wo es „knirscht“, wo Schwachstellen liegen und wie psychische Belastungen aussehen können.

Meine erste Frage in den Workshops ist jedoch immer die nach den Ressourcen: Was motiviert Ihre Mitarbeiter, jeden Morgen um – sagen wir – 6.00 Uhr aufzustehen und in Ihre Firma zu gehen?

In diesem Sinne – Handeln Sie JETZT!
Gemeinsam machen wir Ihr Unternehmen Fit für die Zukunft.

Ihre Elisabeth Namiri
AES NAMIRI • Tränkmühle Tränk 1 • 86551 Aichach
Tel. 08251 89 300 80 • Mobil 0174 357 25 45
info@aes-namiri.de

Aus dem nieder-
bayerischen LA
in die ganze Welt:

Markus Wahle
coach, berät
und moderiert
mehrsprachig



**International
Keynote-Speaker & Money-Coaching**
English spoken • On parle français

„Meine Passion ist,
Menschen finanziell schlau
zu machen und sie vor
Risiken zu schützen.“

„My passion is to make
people act financially smart
and to protect them from risks.“

„Ma passion est de conseiller les gens
dans la gestion de leur patrimoine et
de les protéger des risques.“

www.markuswahle-finanzcoach.de

Aufklärung auf allen Kanälen:
Bühne frei für unabhängiges Finanzwissen



„Denken
Sie neu
und befreit!“



REDUCE TO THE MAX BUSINESS RETREATS 2019

**Über die Wohlfühlenergie zu gesunden Spitzenleistungen
im Unternehmen!**

SPÜRE DICH WIEDER ALS MENSCH UND UNTERNEHMEN

Das Jahr 2019 steht bei uns in dem Zeichen des Wohlfühl-Business. Noch nie war die Zeit so reif, dass wir uns um unsere Gesundheit als Mensch, sowie in unseren Teams und im Unternehmen an sich kümmern dürfen, ohne dabei ein schlechtes Gewissen haben zu müssen, nicht „hart genug zu arbeiten“. Raus aus der Überforderung, der Schnelllebigkeit und Hektik des großen Wandels. Rein mit neuem Fahrplan in eine gesündere Zeitqualität.

Auf diesen Retreats lade ich dich als erfolgreiche(n) UnternehmerIn ein, deine gesunde Vision zu deinem wahren Business neu zu entdecken und zu deinem Herzensbusiness zurück zu kehren bzw. es neu entstehen zu lassen. Entdecke den sich öffnenden Raum zwischen der klassischen Unternehmensberatung und dem Betrieblichen Gesundheitsmanagement neu und fülle ihn mit Weite für deine wahre Bestimmung aus echter gelebter Gesundheit von Körper, Seele und Geist heraus.

Jetzt ist deine Zeit an deiner persönlichen Lebensqualität zu arbeiten!
Viele Jahre hast du alles gegeben, um dein Business erfolgreich werden zu lassen? Hast unendlich viel Zeit und Energie investiert und viel zu wenig auf dich selbst geachtet? Viel zu wenig Zeit für dich selbst, deine Familie, deine Gesundheit?

Doch jetzt bist du dran!
Hol dir Gesundheit und Lebensqualität zurück und genieße dein Leben ab jetzt in vollen Zügen – mit und ohne dein Business! Ich führe dich persönlich und individuell, Schritt für Schritt, in deine persönliche Freiheit – Übernehme Leadership für dein persönliches Leben. Erfahre echtes Verständnis, Wertschätzung und Verbundenheit zu dir und deinem Business. Das Online Retreat ist nach individueller Terminplanung buchbar. Das Live-Retreat findet am 11. April 2019 statt. Die Plätze sind begrenzt.

Mehr INFO HIER: www.fitura.de/events

**Ich freue mich auf dich,
Melanie Thormann** (Orhideal Titelstory Dezember 2018)

„Raus aus der Überforderung,
rein in eine gesündere Zeitqualität.“



Business Retreats 2019 REDUCE TO THE MAX

Design des Monats

Produktveredelung

„Willkommen im Taschenparadies!“

„BAGeisterung:
mit Ideen rund um
Verpackungen
und Taschen
macht BAG
COMPANY
Kunden
froh!“



www.bag-company.com



Die BAG Company GmbH überzeugt mit Ihrem Innovationsmanagement und gehört somit zu den TOP100 des deutschen Mittelstands. Geschäftsführer Roland Gartner, Vorbildunternehmer des Monats nahm die Auszeichnung TOP INNOVATOR von Wirtschaftsjournalist und TV-Moderator Ranga Yogeshwar entgegen.

Roland Gartner (rechts im Bild): „Wir sind sehr stolz auf diese Auszeichnung. Innovation ist für mich eine unternehmerische Haltung, die erfordert, das Erreichte immer wieder zu hinterfragen. Für uns in der BAG Company steht dabei der herausragende Kundennutzen im Vordergrund. In Zeiten des starken Wettbewerbs, der Globalisierung und des Internethandels ist es von besonderer Bedeutung, Kunden durch Innovationen an das Unternehmen zu binden.“

Mit einem einzigartigen, umfassenden Spektrum an Service, Betreuung und Innovation macht das Team von BAG-COMPANY den Kunden das Leben rund um Tragetaschen so einfach wie möglich: „Als zentraler Knotenpunkt steuern und koordinieren wir den Produktentstehungsprozess und sorgen für einen reibungslosen Auftragsablauf bis hin zur punktgenauen Auslieferung an den gewünschten Bestimmungsort.“

Unternehmertreff der Titelgesichter

FRANKEN
SPEZIAL

Rückblende

DANKE!

Danke an unsere Gastgeber in 2018
Titelgesichter Verena und Stefan Schraner
hier mit Konrad Beugel, Referent für Wirtschaft
und Finanzen, Berufsmäßiger Stadtrat, bei der
Übergabe der Orhideal IMAGE Sonderdrucke

Foto: © Stadt Erlangen

www.schraner-group.de





Priosafe GmbH

Sicherheitstechnik: einfach & schnell

Die Priosafe GmbH bietet Produkte, die der Feuerwehr den sicheren Zugang zum Objekt und die schnelle Orientierung im Gebäude ermöglicht.

Seit 1998 nutzen Kunden das fokussierte Produktprogramm des Unternehmens und schätzen die Beratungskompetenz der Mitarbeiter.

Die Produkte zeichnen sich durch ihre Anwenderfreundlichkeit und den hohen Beschaffungskomfort aus.



Die **Priosafe GmbH** wurde 1998 als BNS Sicherheitstechnik GmbH gegründet und ist seit 2015 ein Teil der SCHRANER-Group.

Priosafe GmbH
Marie-Curie-Straße 13
40822 Mettmann
www.priosafe.de

JANTSCHKE- STEUERBERATER –

Unser Team hilft Ihnen gerne weiter



Dipl.–Kaufmann
Ralf Jantschke
Steuerberater
Fon 09132 78360
E-Mail Ralf.Jantschke@
jantschke-steuerberater.de



Kathrin Barfrieder, M. Sc.
Steuerberaterin
Fon 09132 783611
E-Mail Kathrin.Barfrieder@
jantschke-steuerberater.de



Uwe Backmann
Bilanzbuchhalter, Controller
Fon 09132 783626
E-Mail Uwe.Backmann@
jantschke-steuerberater.de



Tina Backmann
Assistentin der Kanzleileitung
Fon 09132 783624
E-Mail Tina.Backmann@
jantschke-steuerberater.de



Doris Berthold
Steuerfachangestellte
Fon 09132 783612
E-Mail Doris.Berthold@
jantschke-steuerberater.de



Adeltraut Dreher
Steuerfachangestellte
Fon 09132 783620
E-Mail Adeltraut.Dreher@
jantschke-steuerberater.de



Petra Freitag
Steuerfachangestellte
Fon 09132 783623
E-Mail Petra.Freitag@
jantschke-steuerberater.de



Marina Haußel
Steuerfachwirtin
In Elternzeit



Cornelia Krauß
Steuerfachwirtin
Fon 09132 783634
E-Mail Cornelia.Krauss@
jantschke-steuerberater.de



Annika Müller
Expatriate Taxes, Tax Manager
Fon 09131 6131317
E-Mail Annika.Mueller@
jantschke-steuerberater.de



Susanne Scarciolla
Officemanagement
Fon 09132 783643
E-Mail Susanne.Scarciolla@
jantschke-steuerberater.de



Renate Schorr
Steuerfachangestellte
Fon 09132 783635
E-Mail Renate.Schorr@
jantschke-steuerberater.de



Karin Semrau
Officemanagement
Fon 09132 783610
E-Mail Karin.Semrau@
jantschke-steuerberater.de



Silvia Stach
Finanzbuchhalterin
Fon 09132 783637
E-Mail Silvia.Stach@
jantschke-steuerberater.de



Renate Waletzko
Steuerfachangestellte
Fon 09132 783613
E-Mail Renate.Waletzko@
jantschke-steuerberater.de



JANTSCHKE-STEUERBERATER Dipl.-Kfm. Ralf Jantschke
Hauptstraße 45 . 91074 Herzogenaurach . Telefon 09132 78360
Friedrich–List–Straße 1 . 91054 Erlangen . Telefon 09131 613130
kanzlei@jantschke–steuerberater.de . www.jantschke–steuerberater.de

erfrischend

FRANKEN
SPEZIAL

50 Jahre
JANTSCHKE
STEUER. BERATER.

Aktiv Steuern

Das Magazin für Mandanten, Freunde und Geschäftspartner

Informationen // News // Trends // Interessantes

Jubiläums-
gala ein voller
Erfolg!
mehr dazu auf Seite 11

„Das Orhideal Netzwerk gratuliert
zu 50 Jahren Firmenjubiläum!“

Milliarden für die E-Mobilität

Förderung mitnehmen und schlaue Datenverarbeitung

Gemeinsam anders besser machen

Design-Thinking

Einkommensteuererklärung

außergewöhnliche Belastungen allgemeiner Natur

Themen

Milliarden für die E-Mobilität... 3

Frische Brise ins Meeting 4

Gemeinsam anders
besser machen 6

Einkommensteuererklärung 8

Finanzen + Steuern
für Privatpersonen 9

Finanzen + Steuern
für Unternehmen..... 10

50 Jahre Jantschke..... 11

Unser Team hilft Ihnen
gerne weiter 12

Impressum

Aktiv Steuern Winter 2018/2019
© 2018 Alle Rechte vorbehalten

Redaktion (v. i. S. d. P.):
Dipl. Hdl. W. Buchner
EMS service GmbH

Bildnachweis:
Titelbild, S. 2, 11 und 12:
JANTSCHKE-STEUERBERATER

Herausgeber:
JANTSCHKE-STEUERBERATER
Hauptstraße 45
91074 Herzogenaurach
Telefon 09132 7836-0
Telefax 09132 7836-36



Aktiv Steuern wird ausschließlich für unsere Mandanten und Geschäftspartner geschrieben. Die Informationen sind sorgfältig zusammengestellt und recherchiert, jedoch ohne Gewähr.



Liebe Mandanten, Geschäftspartner und Freunde,

Sie saßen schon mal in einem Meeting, in dem der Vortragende weder auf den Punkt, noch zu einem Ende kam? Wir fühlen mit Ihnen!

Mit dieser Ausgabe liefern wir Ihnen gleich zwei Artikel, wie es an diesem Punkt besser gehen kann. Denn schließlich dienen Meetings, Konferenzen und andere Veranstaltungen doch dem Austausch von Wissen und Erfahrungen. Daraus entstehen neue Ideen und Impulse. Gibt es etwas Belebenderes?

Die so genannten Unkonferenzen brechen mit dem starren Schema von Veranstaltungen, um die Kreativität der Teilnehmer zu heben. Mehr über solche Tabubrecher unter den Veranstaltungen erfahren Sie auf Seite 5.

Auch das Design-thinking strebt danach, das Wissen von Mitarbeitern zu heben und zu einem kreativen Neuen zu führen. Lassen Sie sich inspirieren ab Seite 6.

Und wenn Sie möchten: Fühlen Sie doch mal mit uns. Nur ganz kurz. Gerade lang genug, um sich diese Abkürzung auf der Zunge zergehen zu lassen: MwStSystRL. Spaß wird anders buchstabiert. Wir schulen uns mit der Änderung der – Luft holen – Mehrwertsteuersystemrichtlinie, damit Sie auch künftig Gutscheine bei uns umsatzsteuerlich korrekt behandelt wissen. Details können Sie in unseren Steuertipps nachlesen. Müssen Sie aber nicht. Denn dafür haben Sie ja uns.

Wir freuen uns viel mehr auf den nächsten Austausch mit Ihnen. Und dabei soll es um Ihre Ziele, um Ihren wirtschaftlichen Erfolg gehen. Daran haben wir nämlich tatsächlich Spaß – gemeinsam.

Wir freuen uns auf unser nächstes Gespräch!


Ihr Ralf Jantschke

Milliarden für die E-Mobilität

Förderung mitnehmen und schlaue Datenverarbeitung – was für Unternehmer bei der Einführung alternativer Antriebe besonders wichtig ist

Die Bundesregierung hat eine Förderung von Elektro- und Hybridautos in Milliardenhöhe beschlossen. Bei dem erwarteten Anstieg der Nachfrage wird auch das Thema Fahrtenbuchmethode wieder aktuell werden. Doch Obacht: Traditionelle, digitale Fahrtenbuchsysteme sind nur für Verbrennungsmotoren geeignet. Alternative Antriebsformen nutzen eine andere Datenschnittstelle. Das ist auch eine Chance, denn Telematik-Systeme können mehr als nur ein Fahrtenbuch führen. Also Augen auf beim Fahrtenbuchkauf.

Da die Neuregelung auf den Zeitraum von Januar 2019 bis Jahresende 2021 begrenzt ist, wird in naher Zukunft eine hohe Nachfrage bei Firmenfahrzeugen mit Elektro- oder Hybrid-Antrieben erwartet. Auch der Absatz von Dienstfahrzeugen für Freiberufler und Selbstständige soll zunehmen.

Wer einen Autokauf plant, sollte die Änderungen kennen und die Digitalisierung mit bedenken. Zunächst die Änderungen im Überblick:

- Die geplante Regelung sieht künftig bei der privaten Nutzung eines betrieblichen Elektro- oder Hybridfahrzeugs eine Halbierung der Bemessungsgrundlage vor. Demnach werden die private Nutzung eines betrieblichen Elektro- und Hybridfahrzeugs monatlich pauschal mit 1 Prozent des halbierten inländischen Bruttolistenpreises bewertet.
- Gleiches gilt für die Ermittlung des geldwerten Vorteils von Privatfahrten von Arbeitnehmern, für Fahrten zwischen Wohnung und erster Tätigkeitsstätte sowie für Familienheimfahrten im Rahmen einer doppelten Haushaltsführung.
- Die Fahrtenbuchmethode soll auch für E- und Hybridfahrzeuge weiterhin zulässig sein. Die Kriterien sehen auch bei der Neuregelung vor, dass der Steuerpflichtige den privaten Nutzungsumfang und die auf diese Nutzung entfallenden Aufwendungen durch Belege und das Verhältnis der privaten zu den übrigen Fahr-



ten durch das Führen eines Fahrtenbuchs nachweisen muss. Beim Fahrtenbucheinsatz sind die zu berücksichtigenden Aufwendungen (Absetzung für Abnutzung) zu halbieren.

- Die Neuregelung gilt sowohl für angeschaffte als auch gemietete oder geleaste Fahrzeuge.

Die Fahrtenbuchmethode kann durchaus ein lohnendes Modell sein, um kostengünstig ein Elektro- oder Hybridauto zu fahren. Entscheidet man sich für ein Fahrtenbuch, erleichtert ein digitales Fahrtenbuch den Aufwand und bietet weitere Möglichkeiten – gerade für Unternehmer, die mehrere Fahrzeuge im Einsatz haben.

Doch wer glaubt, bereits angeschaffte, digitale Fahrtenbuchlösungen einfach in Elektro-Autos weiternutzen zu können, ist auf dem Holzweg. Worauf Autokäufer achten sollten, um auf der sicheren Seite zu sein, erfragte *Aktiv Steuern* bei Amir Roughani, Geschäftsführer von CARSYNC.

Was muss bei der Telematik-Hardware berücksichtigt werden, um für E- und Hybridfahrzeuge tauglich zu sein?

Um ganz sicher zu gehen, sollten Sie und Ihre Mandanten vor der Bestellung eines digitalen Fahrtenbuchs den Anbieter anschreiben und explizit für das vorgesehene Fahrzeug anfragen. Für Mandanten mit einem Fuhrpark sollte der Anbieter eine antriebsunabhängige Lösung anbieten. Nur so ist es gewährleistet, dass mit neuen Antriebstechnologien sie nicht mehrere Fahrtenbuchsysteme im Einsatz haben. CARSYNC wurde vor drei Jahren weiterentwickelt und kann alle Antriebsarten, einschließlich E-Fahrzeuge, bedienen.

Grundsätzlich gilt, dass Anbieter mit dem OBD-Stecker (OBD steht für On-Board-Diagnose und ist eine Datenschnittstelle im Fahrzeug) und der CAN-Box (Controller-Area-Network ist ebenfalls eine Datenschnittstelle im Fahrzeug) im Sortiment eine bessere E- und Hybridfahrzeug Abdeckung haben.

Neben den Fahrtenbuchfunktionen lassen sich die Daten ja vielfältig verarbeiten. Wie steht es denn da mit dem Datenschutz und was sind mögliche Synergieeffekte bei der Nutzung eines CARSYNC-Moduls?

Die Synergien in einem modularen All-In-One System sind sehr umfangreich. So kann zum Beispiel der RFID-Chip für die Führerscheinkontrolle ebenfalls für die Öffnung des Schlüsselschranks oder Fahrerauthentifizierung bei Fahrzeugen mit mehreren Fahrern eingesetzt werden. Fuhrparkanalysen zeigen Optimierungen hinsichtlich der richtigen Fahrzeuganzahl und möglichen Anteil der E-Fahrzeuge auf. Auch eine Arbeitszeiterfassung für Pflege- oder Servicekräfte ist abbildbar. So kann exakt ermittelt werden, wie lange die Fahrzeiten zum Kunden sind und wie lange der Einsatz vor Ort gedauert hat. Eine automatische Übergabe an die Reisekosten- und Gehaltsabrechnung oder Kundenrechnungslegung ist leicht konfigurierbar.

Unsere Kunden haben zu 90 Prozent mitbestimmungspflichtige Belegschaften. Dementsprechend sind unsere Entwicklung und Datenverarbeitung sowie das Datenhosting gemäß ISO 27001 und der automotive-spezifischen Datenschutznorm TISAX zertifiziert. Damit sind wir in Deutschland führend.

Was glauben Sie, wann sich E- und Hybridfahrzeuge flächendeckend durchgesetzt haben?

Unserer Einschätzung nach wird es ab kommendem Jahr einen deutlich größeren Anstieg als bisher geben. Ab dem Jahr 2025 werden mehr Fahrzeuge mit alternativen als konventionellen Antrieben zugelassen.

Vielen Dank

beraterwerk/cb

Wie unser folgendes Beispiel zeigt, ist die Fahrtenbuchmethode weiterhin oft im Vorteil:

Brutto-Listenpreis:	87.800 €	
Eigentumsmodell:	Kauf	
Jahresfahrleistung:	25.000 km	
Privatanteil:	35 %	
Afa (8 Jahre):	10.975 €	
Stromkosten (Elektro):	1.150 €	
Spritkosten (Verbrenner):	2.875 €	
Sonstige Kosten (inkl. CARSYNC):	3.000 €	
Pauschal Fahrtenbuch		
VERBRENNER	10.536 €/JAHR	5.897 €/JAHR
ELEKTRO	5.268 €/JAHR	3.373 €/JAHR

Amir Roughani ist Unternehmer und Geschäftsführer des 2002 in München gegründeten Technologieunternehmens VISPIRON. Mit über 600 Mitarbeitern wird u. a. die Connected-Car-Lösung CARSYNC entwickelt. Das digitale Fahrtenbuch CARSYNC ist seit 2004 bei großen Flotten im Einsatz und bereits seit drei Jahren auch mit E- und Hybridfahrzeugen kompatibel. Es erfüllt die BMF-Anforderungen und ist von Ernst & Young zertifiziert. Von dieser etablierten Fahrtenbuchlösung können ab sofort auch Selbstständige, Freiberufler und Angestellte profitieren. Aktuell nutzen rund 50.000 Fahrer CARSYNC-Module für ihre Fahrzeug- und Fuhrparkdigitalisierung.

www.vispiron.de



Frische Brise ins Meeting

So genannte Unkonferenzen haben sich dabei bewährt, Leben in Firmenveranstaltungen zu hauchen und Ideen freizulegen.

Firmenversammlungen und Meetings werden oft als unproduktiv und steif empfunden. Wenn man jedoch an ihren Regeln dreht, kann sich das Erlebnis wenden. Diese verdrehten Events haben sich unter dem Oberbegriff „Unkonferenzen“ einen Namen gemacht. Das Schöne daran: Sie eignen sich sowohl für kleine Firmen, als auch um Großes zu erreichen.

Als Organisator der ersten Unkonferenz gilt der Softwareentwickler und Verleger Tim O'Reilly, der mit seiner Arbeit das Schlagwort Web 2.0 populär gemacht hat. Er empfand auf Konferenzen die Kaffeepausen – also den nicht durchorganisierten Teil der Veranstaltung – stets als die produktivste Zeit.

So stellte O'Reilly 2005 Räume, Infrastruktur und Kaffee für das erste FooCamp bereit – das Friends of O'Reilly Camp. Den Inhalt des Konferenztages legten die Teilnehmer selbstbestimmt und spontan fest.

Unter dem Titel Barcamp wird diese Organisationsform heute vielerorts aufgegriffen. Es gibt keinen Vortragsplan, es gibt noch nicht mal festgelegte Rollen wie Zuhörer oder Vortragender. Wer vortragen will, stellt zu Beginn den versammelten Teilnehmern sein Thema vor. Interessenten schließen sich den so genannten Sessions an. Ort und Zeit werden festgelegt. Los geht's. Am Ende des Tages tragen Teilnehmer der Sessions ihre Ergebnisse dann dem wieder versammelten Plenum vor.

„Es ist erstaunlich, welche Kreativität die Teilnehmer entwickeln, obwohl ihnen niemand sagt, was sie genau tun sollen. Und anschließend berichten sie oft von einem ansteckenden Enthusiasmus und befruchtenden Gesprächen“, sagt Judith Klups. Die Inhaberin der HR-Agentur Zukunftsagenten moderiert häufig solche Events, die unter dem Stichwort „Neue Arbeit“ gehandelt werden. Sie sagt aber auch: „Ich bin kein Fan einer bestimmten Veranstaltungsform, sondern ermutige meine Kunden, die Form dem Ziel unterzuordnen.“

Wenn es nur darum geht, die Marschrichtung bekannt zu geben, ist die gute alte Betriebsversammlung durchaus eine geeignete Veranstaltungsform. Ansprache der Geschäftsleitung, Totengedenken, Rede des Betriebsrats, Häppchen und huschusch zurück an die Arbeit.

„Wer aber das Wissen und die Kreativität der Mitarbeiter nutzbar machen möchte, hat viele weitere Veranstaltungsformen zur Auswahl“, sagt Klups. Wer aus Empfängern einer Botschaft Mitsprecher in der Sache macht, wertet ihrer Meinung nach die Mitarbeiter auf. Zum Gewinn aller. Voraussetzung dafür ist aufrichtiges Interesse an einem Austausch.

Eine klassische Betriebsversammlung kann etwa auch als so genanntes Town-hall-meeting organisiert werden. Dabei stellen sich die Redner, die Geschäftsleitung anschließend den Fragen der Teilnehmer. So funktionieren oft Gemeinderatssitzungen in amerikanischen Rathäusern – daher der Name.

Bei den so genannten Fishbowl-Diskussionen lässt ein kleines Expertengremium einfach Stühle frei und lädt Interessenten zu einer Diskussion, zu Frage und Antwort. Der deutsche Name dafür wäre „Goldfischglas-Diskussion“, ein neuer Fisch wird dabei mit ins sprichwörtliche Glas gesetzt.

Die Veranstaltungsform Marktplatz braucht keine Übersetzung und ist ebenso einfach erklärt: Anstatt alle Themen vor versammelter Mannschaft durchzukauen, werden sie nur vorgestellt und an kleinen „Marktständen“ mit denjenigen diskutiert, die dabei mitsprechen möchten.

Und das Barcamp? Unter welchem Thema steht es eigentlich? „Das Thema ergibt sich einerseits durch Vorgaben der Organisatoren“, sagt Klups, „und andererseits durch die Eigendynamik der Teilnehmer und das können ganz unterschiedliche Gruppen sein: nur das Führungsteam oder aber alle Mitarbeiter bis runter zu den Reinigungskräften, aber genauso Kunden oder Lieferanten.“

Und welche Veranstaltungsform ist nun die richtige? Entscheidend sei das Ziel. „Geht es darum, gewünschte Ergebnisse auszuarbeiten oder ergebnisoffen Ideen zu generieren?“, fragt Klups exemplarisch. In ersten Fall sind mehr Vorgaben der Organisatoren hilfreich, sowohl was Themen als auch Führung der Veranstaltung angeht. „Dann rate ich meist zu Workshops, in denen Ablauf und Methoden vorgegeben sind“, sagt sie. „Ein Barcamp zeigt weniger konkrete Ergebnisse, punktet aber oft mit einem Strauß an Ideen, der selbst die Teilnehmer überrascht.“

Alle Formen lassen sich durchaus in Eigenregie und mit den eigenen Mitarbeitern umsetzen. „Eine professionelle Begleitung durch Moderatoren kann beim ersten Durchlauf hilfreich sein“, sagt Klups. „Sie ist aber keine Voraussetzung für den Erfolg. Der entscheidet sich anhand der Dialogbereitschaft.“

beraterwerk/cb

Judith Klups ist Mit-Gründerin und Partnerin bei der Zukunftsagenten GmbH, wo sie Expertin für Neue Arbeit ist. Ihre Stärke ist, Menschen und Organisationen da abzuholen, wo sie gerade stehen, sie zu alternativen und innovativen Gedanken zu ermutigen und sowohl ambitionierte wie realistische Maßnahmen anzustoßen und zu begleiten.

www.zukunftsagenten.com





Gemeinsam anders besser machen

Design-Thinking: Der Beitrag von Designern zu Problemlösungen

© RichVintage

Design-Thinking ist eine Innovationsmethode, die Beteiligte unterschiedlicher Disziplinen in einem die Kreativität fördernden Raum zusammenbringt. In der Wirtschaft hat diese Methode viele Freunde gewonnen, weil sie Ergebnisse verspricht, die weit über den Möglichkeiten der einzelnen Teammitgliedern liegen und dabei auch noch Spaß macht.

Wie der Name schon verrät, lehnt sich Design-Thinking eng an den Arbeitsprozess von Designern an. Sie drehen und wenden ihr Produkt immer wieder, beobachten seine Benutzung, verbessern und verfeinern es. Bis es in Händen der Nutzer hoffentlich selbsterklärend seine Funktion erfüllt und dabei vielleicht sogar Freude auslöst.

Zentral für das Design-Thinking ist dabei zweierlei: Im Prozess sind es die kollaborative Kreativität von Teams unterschiedlich qualifizierter Menschen und die wiederholte Prüfung des bisher Erreichten. Im Ergebnis ist es die von Anfang an mit bedachte Sicht des Nutzers – die Lösung soll bestechen.

Zu den Pionieren des Design-Thinking zählen die Amerikaner Terry Winograd (Informatiker) und David Kelley (Ingenieur). In Deutschland wird das Konzept seit 2005 am Hasso Plattner Institute of Design und der Münchener Master School der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation erforscht und umgesetzt.

Kein Arbeitskreis kann das menschliche Genie ersetzen oder erreichen. Aber das Design-Thinking verspricht, gemeinsam mehr zu erreichen, als es einem gewöhnlichen Einzelkämpfer möglich ist. Design-Thinking-Expertin Ingrid Gerstbach fragt sogar, ob das kreative Genie überhaupt

notwendig ist oder ob wir uns mit falschen Vorstellungen vom Genius nicht den Weg zur Kreativität verstellen.

THESE: DAS KREATIVE GENIE EXISTIERT NICHT

Ein Beitrag der Design-Thinking Expertin
Ingrid Gerstbach über Kreativität und Innovation

Die Geschichte der Schöpfung, Erfindung und Entdeckung wird seit Jahrhunderten genährt von verschiedenen „Kreativitätsmythen“: Unzählige Erzählungen berichten davon, dass die kreative Brillanz die Domäne von wenigen Menschen sei. Ein Glaubenssatz, der schadet, denn um kreative Lösungen zu entwickeln, müssen wir der eigenen Kreativität vertrauen, hartnäckig auf ein Ziel hinarbeiten, ohne uns von der Angst vor dem Scheitern abbringen zu lassen. Der Versuch, die Zukunft zu kennen, bevor man sich entschließt, einen Versuch zu wagen, ist eine gute Ausrede, um letztlich nichts zu tun.

Die Wahrheit über Genies

Die meisten glauben, dass der Schöpfungsprozess so aussieht, wie Mozart ihn in einem Brief 1815 beschrieben hat:

„Wenn ich recht für mich bin und guter Dinge, etwa auf Reisen im Wagen, oder nach guter Mahlzeit beym Spazieren, und in der Nacht, wenn ich nicht schlafen kann: da kommen mir die Gedanken stromweis und am besten. Woher und wie, das weiss ich nicht, kann auch nichts dazu.“

Der Brief offenbart, dass Mozarts Sinfonien als Schöpfungen seiner Phantasie einfach aus dem Nichts erschienen. Aber Jahrzehnte nach Veröffentlichung dieses Schreibens bewies Mozarts Biograph, dass dieser Brief nichts anderes als eine Fälschung ist. In seinen echten Briefen an seine Familie beschrieb Mozart, wie oft er seine Kompositionen revidierte, noch öfters feststeckte und ohne ein Klavier und Cembalo nicht fähig war, zu komponieren.

Und trotzdem halten sich Mythen wie diese hartnäckig. Sehen wir uns noch andere Mythen an:

MYTHOS NR. 1: Genies sind mürrische Einzelgänger

Die Wahrheit: Genies schätzen Zeiten der Einsamkeit, aber sie wechseln zwischen diesen und geselligen Momenten. Angeblich verbrachte der schottische Philosoph David Hume Wochen in seinem Arbeitszimmer, um dort zu lesen und nachzudenken. Anschließend tauchte er in Kneipen auf, um seine ausgebrüteten Gedanken mit anderen zu teilen und zu diskutieren.

Kreative Menschen reflektieren ihre Gedanken mit Gleichgesinnten: Freud hatte seinen Mittwochskreis, Einstein die Olympia-Akademie und die französischen Impressionisten hielten wöchentliche Treffen ab. Eine Studie untersuchte die zwischenmenschlichen Beziehungen von etwa 2.000 Wissenschaftlern. Das Ergebnis: Je größer die Gruppe der Wissenschaftler ist, desto mehr Interaktionen mit anderen bedeutenden Wissenschaftlern finden statt.

MYTHOS NR. 2: Genies werden als solche geboren

Im Jahr 1869 veröffentlichte der Brite Francis Galton sein Buch „Hereditary Genius“. Darin argumentierte er, dass Genie einzig durch die Genetik bestimmt werde. Die Wahrheit ist jedoch, dass Genetik ein Teil der Mischung ist – aber eben nur ein Teil. Es spielen noch ganz andere Faktoren mit wie Beharrlichkeit, Risikobewusstsein, Neugierde und Offenheit für Neues. Genie ist harte Arbeit und richtige Haltung. Das zeigte auch eine andere Studie, die erfolgreiche junger Musiker genauer unter die Lupe nahm. Dabei wurde herausgefunden, dass nicht die Anzahl der Übungsstunden den Erfolg bestimmte, sondern die Beharrlichkeit der Schüler.

MYTHOS NR. 3: Genies sind schlauer als der Rest von uns

Das Wort Genie stammt aus dem Französischen und bedeutet so viel wie erzeugende Kraft. Gemeint ist eine Person mit überragender schöpferischer Geisteskraft. Beim kreativen Genie geht es aber weniger um Intelligenz als vielmehr um den Weitblick. Ein Genie umfasst die Fähigkeit, Ideen zu entwickeln, die neu, überraschend und wertvoll sind. Natürlich hilft eine gewisse Intelligenz. Aber es braucht kein enzyklopädisches Wissen oder beeindruckende Bildung. Viele sogenannte Genies haben

entweder die Schule abgebrochen oder waren nur mittelmäßige Schüler. Das wahre Genie beruht nicht auf angehäuften Wissen, sondern auf der Fähigkeit, Verständnissprünge zu machen, die andere nicht können. Es geht nicht um besserwissen, sondern um ausprobieren und anders kombinieren.

MYTHOS NR. 4: Genies sind selten

Wir neigen dazu, Genies als das eine Art intellektuelles Äquivalent von Sternschnuppen zu sehen: selten und zufällig. Genies sind aber weniger Sternschnuppen, als vielmehr Blumen, die ein natürliches Ergebnis einer kreativen Ökologie sind. Genies treten zumeist in Gruppierungen auf. Gewisse Orte zu bestimmten Zeiten bringen brillante Köpfe zusammen, die gemeinsam gute Ideen haben. Denken Sie an das antike Athen oder das moderne Silicon Valley: Die Dichte des urbanen Umfelds fördert die Kreativität. Gerade in Städten herrscht ein hohes Maß an Toleranz und Offenheit für Neues. Wie Platon sagte: „Was in einem Land geehrt wird, wird dort kultiviert werden.“

FALSCH

Wir neigen dazu, Kreativität und Innovation zu romantisieren. Wir denken an auserwählte Menschen, die sich vom Rest von uns unterscheiden. Wir gehen davon aus, dass Personen wie Albert Einstein, Mozart oder Marie Curie einzigartig sind. Dass sie einen magischen, mystischen Prozess folgen, der normalen Menschen vorenthalten ist. Dabei ist Kreativität kein einzelner Moment der Inspiration, sondern ein langwieriger Prozess voller Ausdauer. Kreativität steckt einfach in jedem von uns und ist angeboren. Einige von uns können sicherlich gewisse Dinge besser als andere. Aber die Wahrheit ist, dass wir alle alles schaffen können, wenn wir wollen. Wir müssen uns nur daran erinnern, dass der kreative Prozess viele Schritte und Versuche erfordert.

■ Ingrid Gerstbach



Dem Kunden verpflichtet
Mit Empathie und Kreativität
Emotionen schaffen

Sind wir mittlerweile so sehr von immer neueren, besseren, schnelleren Tools und Arbeitsweisen besessen, dass die tatsächlichen Kundenbedürfnisse aus dem Fokus geraten? Oft hat es genau diesen Anschein. Aber: ohne Kunden keine Unternehmen – da können die technischen Features noch so grandios sein. Wie schaffen es also Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die den Kunden begeistern? Der Schlüssel heißt emotionale Bindung. Nur Unternehmen, die auf emotionaler Ebene mit dem Kunden in Kontakt treten und herausfinden, was den Kunden bewegt, welche Sorgen und Ängste er hat und wie diese zu lösen sind, können Produkte und Services entwickeln, die angenommen werden. Design-Thinking-Queen Ingrid Gerstbach nimmt den Leser in ihrem neuen Buch „Dem Kunden verpflichtet“ an die Hand und führt ihn durch den Prozess der Kundenbindung durch Empathie: Mit innovativem Denken, praxisnahen Beispielen und einer völlig neuen Sichtweise auf Prozesse, Produkte und Dienstleistungen.

<https://gerstbach-designthinking.com/>

Einkommensteuererklärung

Beispiele außergewöhnlicher Belastungen allgemeiner Natur

Mit den außergewöhnlichen Belastungen (agB, § 33 EStG) werden im deutschen Steuerrecht Härtefälle abgefedert. Zum Beispiel weil Sie hohe Krankheitskosten, Unterhalt oder Pflegekosten für sich oder ein Familienmitglied zu tragen haben. Diese Kosten lassen sich unter bestimmten Voraussetzungen zum Teil in der Steuererklärung geltend machen. Dahinter steht der Gerechtigkeits-Grundsatz, dass Bürger nach ihrer Leistungsfähigkeit besteuert werden sollen. Steuern mindern die Kosten jedoch erst dann, wenn die Ausgaben höher als die zumutbare Belastung sind. Werden Kosten durch Versicherungen und/oder Krankenkassen übernommen, sind diese Beträge abzuziehen. Diese Grenze wird individuell berechnet und hängt vom persönlichen Einkommen, Familienstand und der Kinderanzahl ab.

außergewöhnliche Belastungen

1 KRANKHEITSKOSTEN/KRANKENHAUSKOSTEN *

2 BEERDIGUNGSKOSTEN / BESTATTUNGSKOSTEN **

3 UNWETTER- UND HOCHWASSERSCHÄDEN

4 WIEDERBESCHAFFUNG VON KLEIDUNG UND
HAUSRAT NACH UNWETTER, HOCHWASSER, BRAND

5 ASBEST- ODER HAUSSCHWAMMSANIERUNGEN

6 PROZESSKOSTEN ***

Unser Tipp:

Lassen sich Krankheitskosten zeitlich steuern, wie z.B. eine Augen-OP oder die neue Brille, kann es sich steuerlich lohnen, alle Kosten in einem Jahr zu bündeln, um den zumutbaren Eigenanteil zu überschreiten.

Handwerkerkosten, haushaltsnahe Dienstleistungen sowie das Thema Unterhalt/Pflege hatten wir bereits in vorherigen Ausgaben von *Aktiv Steuern* behandelt. Bringen Sie auch hier im Zweifelsfall alle Rechnungen/Belege mit. Steuerermindernde außergewöhnliche Belastungen sind sehr vielfältig und unterschiedlich. Fragen Sie im Zweifelsfall nach!

Der BFH hat bereits 2017 entschieden, dass die außergewöhnlichen Belastungen (agB) stufenweise berechnet werden müssen. Die Finanzämter prüfen nunmehr automatisch Fälle aus der Vergangenheit, in denen agB's in der

- * - Arztkosten, soweit sie nicht von der Krankenkasse übernommen werden.
- Fahrtkosten zu Ärzten und Therapien
- Zuzahlungen auf Medikamente
- Eigenanteil ambulante und stationäre Behandlungen
- Brille, Zahnersatz, Hörgeräte, Kontaktlinsen etc.
- Alternative Behandlungsmethoden, sofern sie durch einen Arzt oder Heilpraktiker erfolgen
- Massagen, sofern durch einen Arzt/Heilpraktiker verordnet
- Kurkosten, sofern amtsärztliches oder vergleichbares Attest vorliegt
- Augenoperationen, die eine Fehlsichtigkeit korrigieren (Refraktive Chirurgie)
- Kosten der künstlichen Befruchtung (IVF oder ICSI) nach Erstattung durch Krankenkasse
- Kosmetische Operationen nur nach medizinischer Indikation

**

Im engeren Sinne, sofern die Aufwendungen für die Bestattung eines nahen Angehörigen nicht oder nicht in voller Höhe aus dem Nachlass oder den Leistungen einer Versicherung gedeckt werden. Ansetzbar sind: Trauerdrucksachen; Blumenschmuck, Sarg, Erwerb der Grabstätte und Überführung. Sorgen Sie zu Lebzeiten für Ihre eigene Beerdigung vor, wie z.B. durch Ankauf einer Grabstätte, sind die Kosten mangels Zwangsläufigkeit nicht absetzbar.

Prozesskosten-Ausgaben nur noch in sehr eingeschränkten Grenzen. Es muss sich um Aufwendungen handeln, ohne die der Steuerpflichtige Gefahr liefe, seine Existenzgrundlage zu verlieren.

Erklärung geltend gemacht wurden. Ein gesonderter Antrag ist hierfür nicht erforderlich. Viele erhalten dadurch eine kleine Steuererstattung.

■ beratwerk/ab



Vielen Dank

für die angenehme Zusammenarbeit sowie für das uns entgegen gebrachte Vertrauen. Wir freuen uns, Sie auch in 2019 umfassend und kompetent beraten zu dürfen.

©iStock/romolo_tavani

Finanzen + Steuern

für Privatpersonen



Günstigere Krankenversicherung für Selbstständige

Mit dem Versichertenentlastungsgesetz stehen drei Änderungen bei der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) an. Gering verdienende Selbstständige profitieren künftig von einem halbierten Mindestbeitrag in Höhe von 171 Euro und können sich so günstiger versichern als bisher. Ferner sollen die Krankenkassen die Mitgliedschaft von „Karteileichen“ von sich aus beenden. Bislang wurden Mitglieder, die nicht erreichbar waren, keine Beiträge zahlen und sich nicht von sich aus abmeldeten zum Höchstbetrag weiterversichert. Dadurch wurden oft Beitragsschulden angehäuft. Nun sollen die Kassen solche Mitglieder ohne deren Zutun aus der Versicherung entlassen können. Und drittens soll der Zusatzbeitrag, der bisher nur von den Versicherten getragen wird, künftig wieder zu gleichen Teilen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern gezahlt werden. Das Gesetz soll zum 1. Januar 2019 in Kraft treten.



©iStock/GeorgeRudy

Gutscheine und die Umsatzsteuer

Umsatzsteuerlich können Gutscheine kompliziert sein. Um europaweit mehr Einheit und Übersicht zu schaffen, hat die Europäische Union nun die Mehrwertsteuersystemrichtlinie (MwStSystRL) geändert. So werden die Begriffe Einzweck- und Mehrzweck-Gutschein gesetzlich festgeschrieben. Vereinfacht gesagt, besteht der Unterschied zwischen diesen Gutscheinen in ihrer Bestimmtheit: Ein Einzweck-Gutschein legt genau fest, worauf er sich bezieht – etwa Produkt/Dienstleistung, fällige Mehrwertsteuer, Lieferant, Empfänger. Bei der Ausgabe von Einzweck-Gutscheinen ist daher künftig eine Endrechnung und keine Vorausrechnung/Anzahlung zu erstellen. Es wird fiktiv davon ausgegangen, dass bei Übergabe

des Gutscheins die Leistung ausgeführt wird. Bei den Mehrzweck-Gutscheinen ist die Verwendung nicht genau festgelegt. Sie können zum Beispiel bei unterschiedlichen Unternehmen eingelöst werden. Daher ist der Zeitpunkt ihrer Ausgabe weiterhin umsatzsteuerlich irrelevant. Erst bei Einlösung des Gutscheins kommt es zur Besteuerung.

Nachzahlungszinsen nun doch verfassungswidrig?

Der Bundesfinanzhof hat nun für Zeiträume ab 2012 auch bei Aussetzungszinsen erhebliche Zweifel an der Verfassungsmäßigkeit des geltenden gesetzlichen Zinssatzes von 6 % p.a. geäußert. Damit bestehen nun für Nachzahlungszinsen ab 2015 und Aussetzungszinsen ab 2012 erhebliche Zweifel an der Verfassungsmäßigkeit des Zinssatzes. Steuerpflichtige, die bis zur Entscheidung des BVerfG Bescheide über Nach- oder Aussetzungszinsen erhalten, sollten daher in Erwägung ziehen, ebenfalls eine Aussetzung der Vollziehung für die Zinsen zu beantragen. Allerdings muss dabei berücksichtigt werden, dass bei Erfolgslosigkeit oder ablehnender Entscheidung des BVerfG der hohe Zinssatz von 6 % p.a. zu zahlen ist.

44 € Sachbezug

Sachbezüge sind ein beliebter Weg, Mitarbeitern steuerfrei etwas zuzustecken. Die Steuerfreiheit gilt aber nur, wenn diese Zuwendungen unterhalb des Wertes von 44 Euro pro Monat und Mitarbeiter bleiben. Soweit nichts Neues, aber: Mit dem zunehmenden Internetversandhandel lassen Arbeitgeber ihre Zuwendungen ihren Angestellten oft direkt nach Hause liefern. Und falls dabei Versandkosten anfallen, sind sie nach Urteil des Bundesfinanzhofs (vom 6.6.2018, VI R 32/16) in die Berechnung der Freigrenze einzubeziehen.

Achtung beim Mindestlohn!!!

Der gesetzliche Mindestlohn steigt ab 01. Januar 2019 auf 9,19 Euro/Stunde. Bei Rückfragen zur Gehaltsabrechnung stehen wir gerne zur Verfügung!

■ beratwerk/cb/mzb



Finanzen + Steuern

für Unternehmen



Sonderabschreibungen für Mietwohnungsbau

Befristete Sonderabschreibungen sollen Anreize zum Neubau von Mietwohnungen setzen. Das sieht der Entwurf eines Gesetzes zur steuerlichen Förderung des Mietwohnungsneubaus vor. Bis zu fünf Prozent pro Jahr können Bauherren zusätzlich zur linearen Abschreibung absetzen. Vorausgesetzt, dass die Anschaffungs- oder Herstellungskosten unter 3.000 Euro pro Quadratmeter liegen und dass die Wohnung im Jahr der Herstellung und den folgenden neun Jahren vermietet wird. Die Sonderabschreibung gilt nicht nur für Neubauten, sondern für Maßnahmen zur Schaffung neuer Wohnungen in bestehenden Gebäuden. Die Maßnahme soll bis zum Ende des Jahres 2021 befristet werden.



Verkauf von Champions-League-Tickets

Das Finanzgericht Baden Württemberg hat entschieden, dass ein Gewinn aus dem Verkauf kontingentierter und damit hochpreisiger Eintrittskarten nicht einkommensteuerbar ist.

Ein Ehepaar hatte zwei Eintrittskarten für das Finale der Champions-League 2015 in Berlin zugelost bekommen. Sie veräußerten diese über eine Ticketplattform im Internet, nachdem feststand, dass keine deutsche Mannschaft das Finale erreicht hatte. Aus dem Verkauf erzielten sie einen Gewinn von 2.500 Euro. Das Finanzamt wollte diesen Gewinn als privates Veräußerungsgeschäft besteuern.

Allerdings – die Sache ist noch nicht endgültig entschieden, sie liegt aktuell beim Bundesfinanzhof.

Ermittlung der ortsüblichen Marktmiete möblierter Wohnungen

Eine Wohnungsmiete muss mindestens 66 % der ortsüblichen Marktmiete betragen, um als voll entgeltliche Vermietung anerkannt zu werden. Liegt die vereinbarte Miete darunter, können Vermieter entstandene Werbungskosten nur anteilig geltend machen.

Wird eine Wohnung möbliert oder teilmöbliert vermietet, kann es zur Ermittlung der Marktmiete erforderlich sein, für die Möblierung einen Zuschlag zu berücksichtigen.

Der Bundesfinanzhof stellte hierzu folgende Grundsätze auf:

- ▶ Lässt sich zum Zuschlag für Möblierung aus dem Mietpiegel nichts entnehmen, ist ein am Markt realisierbarer Möblierungszuschlag zu berücksichtigen.
- ▶ Ist dieser nicht ermittelbar, wird auf die ortsübliche Marktmiete ohne Möblierung abgestellt. Ein Möblierungszuschlag, der auf Grundlage der linearen AfA ermittelt wird, kommt nicht in Betracht. Ebenso wenig zulässig ist ein prozentualer Mietrenditeaufschlag.

Neue Rechengrößen in der Sozialversicherung

Im Oktober hat die Regierung die Sozialversicherungsrechengrößen für 2019 festgelegt. Diese Werte sind für die Berechnung vieler Werte und Beiträge in der Sozialversicherung wichtig. Die Bezugsgröße erhöht sich auf 3.115 Euro im Westen und 2.870 Euro im Osten. Die Beitragsbemessungsgrenze in der allgemeinen Rentenversicherung steigt auf 6.700 Euro pro Monat im Westen und im Osten auf 6.150 Euro. Für Ost und West einheitlich gelten künftig diese Werte: 60.750 Euro Versicherungspflichtgrenze in der gesetzlichen Krankenversicherung (Jahresarbeitsentgeltgrenze) und 54.450 Euro Beitragsbemessungsgrenze in der gesetzlichen Krankenversicherung.

beraterwerk/mzb/cb

Innovation und Tradition als Erfolgsgeschichte



Unsere Kanzlei feiert in diesem Jahr 50-jähriges Jubiläum. Viele Mandanten und Gäste aus lokaler Politik und Wirtschaft, sowie Freunde und Geschäftspartner folgten unserer Einladung. Im Mittelpunkt standen insbesondere unser Seniorchef Jörg Jantschke, die Kanzleimitarbeiter und als Überraschungsgast der Entertainer, Wortakrobat und Kabarettist Oliver Tissot.

Ralf Jantschke hieß alle Gäste willkommen und ließ die Geschichte der Kanzlei kurz Revue passieren – insbesondere auch die Anfänge, die er als Kind im Büro der Eltern noch mit Rechenmaschine miterlebt hatte. Im Jahr 1968 übernahm sein Vater, Jörg Jantschke, die Kanzlei von Georg Bitter (Großvater unserer Mitarbeiterin Petra Freitag) – zunächst fand man die Kanzleiräume in der Hans-Herold-Straße, bis im Dezember 1996 die momentanen Büroräume in der Hauptstraße bezogen wurden. Im Jahr 1996 trat auch Ralf Jantschke – zunächst als freier Mitarbeiter – in die Kanzlei ein.

Im April 2000 übergab Jörg Jantschke die Kanzlei an Ralf Jantschke. Seit dieser Zeit hat sich die gesamte Kanzlei weiterentwickelt. Im Jahr 2007 wurde die digitale Buchführung eingeführt – seit März 2008 ist die Kanzlei zertifiziert. Das gesamte Team begleitet Menschen und Unternehmen in ihrer Entwicklung – von der steuerlichen Situation bis hin zur privaten und wirtschaftlichen Zukunftsplanung. Vor allem die Treue der Mitarbeiter und das Vertrauen der Mandanten sorgen dafür, dass die Kanzlei so erfolgreich

ist. Nur durch Vertrauen und gegenseitige Wertschätzung entstehen langfristige und optimale Ergebnisse.

Dies spiegelt sich auch in der Philosophie und Mission der Kanzlei wider: „Wir stehen für nachhaltiges Wachstum. Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt. Durch fachliche Kompetenz und exzellente Qualität sichern wir wirtschaftlichen Erfolg.“

Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung wird die persönliche Beziehung und das Vertrauen immer wichtiger. Es kommt auf den ganzen Menschen an – mit Körper, Geist und Seele.



erfrischend

JANTSCHKE-STEUERBERATER Dipl.-Kfm. Ralf Jantschke
Hauptstraße 45 · 91074 Herzogenaurach · Telefon 09132 78360
Friedrich-List-Straße 1 · 91054 Erlangen · Telefon 09131 613130
kanzlei@jantschke-steuerberater.de · www.jantschke-steuerberater.de

Willkommen bei Schäfers Weingut

Weinprobe als Firmenevent

Wir vier Schäfers, wie wir einfach sind. Wir lieben die Natur und unseren Frankenwein. Denn unsere Silvanerheimat spielt für die komplette Familie eine ganz große Rolle. All unsere Trauben wachsen in der Lage Hammelburger Trautlestal heran. Unweit der ältesten Weinstadt Frankens: Hammelburg.

Einzigartige und individuelle Weinproben können wir dir bereits ab einer Gruppe von acht Personen anbieten. Mit Secco-Begrüßung, einem Rundgang durch unsere „heiligen Hallen“, unserem Weinkeller und natürlich unseren Schäferweinen. Dazu gibt es eine Winzerbrotzeit. Typisch fränkisch mit kulinarischen Einflüssen aus all unseren Weinreisen - ganz wie du möchtest. Mit Wurstspezialitäten oder vegetarisch. Hauptsache regional. Das liegt uns besonders am Herzen.

Schäfers Weingut
Von-Erthal-Str. 16
97762 Hammelburg - Untererthal
Telefon +49 9732 4627
www.schaefers-weingut.de



Red Carpet For Your Business

ORHIDEAL
IMAGE

Podium der Starken Marken

IMPRESSUM

www.orphideal-image.com

Das Orhideal®-IMAGE Magazin ist ein Cross-Marketing-Projekt der internationalen Marke Orhideal und erscheint monatlich als Gemeinschaftswerbung der beteiligten Unternehmer.

Interviewpartner aus dem Mittelstand

IMAGE Plattform für professionelle Imagepflege & Business Relation Management

Liebe Leser,

Sie sind nicht alleine, auch wenn es Ihnen an der Spitze manchmal einsam vorkommt. Viele andere Unternehmer aus dem Mittelstand im deutschsprachigen Raum haben ähnliche Herausforderungen und Spaß an ihrem Wirken, so wie Sie. Leider werden sie nur selten sichtbar! Die wirklich coolen Unternehmervorbilder finden Sie auf einer „Bühne“, die Tagesgeschäft heißt. Und dort sind sie die wahren Stars mit Fans, sprich ihren Kunden, die exzellente Leistung wertschätzen und größtmöglichen Kundennutzen mit langjähriger Geschäftsbeziehung belohnen. Sie sind „berühmt“ und geschätzt in „ihrer kleinen Öffentlichkeit“ - und die ist oft alles andere als breit angelegt - meist nur auf eine enge Zielgruppe begrenzt und doch: sie sorgen dafür, in ihrer Zielgruppe den notwendigen Bekanntheitsgrad und das Ansehen zu erhalten. Und das funktioniert nur mit persönlichem Engagement und der erforderlichen Qualität dahinter. Sie kennen das ja...

Solche „Stars des Geschäftsalltags“ zeige ich Ihnen als **Orh-IDEALE**: keine unerreichbaren Ideale, sondern ermutigende Beispiele aus dem bodenständigen Mittelstand, die wissen, dass sie als Persönlichkeit ihre Unternehmensmarke prägen. Jedes Unternehmen ist nur so gut und markant, wie der Unternehmer dahinter. Sie alle verbindet die Tatsache, dass sie als Visionäre für eine Idee brennen, mit der sie Nutzen stiften und „die Welt positiv mitgestalten.“ Karl Pils, Autor und Redner, nennt diese Energie in seinen Büchern Überwinderkraft. Der Erfolg der vorgestellten Unternehmer basiert auch darauf, dass sie nicht nur Spezialisten in ihrem Fach,

sondern auch Menschengenie sind. Weil sie genau wissen, wer sie sein wollen und was die anderen brauchen, tun sie die richtigen Dinge und ziehen die passenden Menschen an.

Es ist Zeit, dass der Mittelstand mit seinen wertigen Leistungen „ein Gesicht bekommt“. Wer ist das dieser oft gepriesene „Wirtschaftsmotor Mittelstand“? Uns interessieren die „hidden champions“ mit ihren engagierten Teams, die bescheiden im Hintergrund, aber mit viel Hingabe zur Sache agieren. Mein Beruf ermöglicht mir, Ihnen diese kompetenten Persönlichkeiten sichtbar zu machen. Bühne frei für Unternehmer mit Vision und Verantwortungsbewusstsein, die nicht zögern, mit ihrem guten Namen für ihre Firma zu stehen. Wir können voneinander lernen und uns gegenseitig begeistern. Geben Sie Ihren Ideen den nötigen Raum. Hier haben Sie die Plattform dafür gefunden: einen Ideen-pool für Macher aus dem Mittelstand.

Vergessen Sie nicht:

Eine Vision, die keiner kennt, kann auch niemanden mitreißen. In diesem Sinne bis bald



...immer eine gute Orb-idee für Sie.



Sie möchten Ihr Business präsentieren?

Info bei Orhidea Briegel Tel: 0177 3550 112

Bezugsquelle: Story-Sonderdrucke monatlich bei beteiligten Unternehmen. PDF Ausgabe unbegrenzt kostenfrei zum Download.

Verbreitungspartner auszugsweise unter: www.image-magazin.com PARTNER mit Online-Streuung unbegrenzt in Zeitraum und Menge, bis zu 12.000 Zugriffen der Flash-Ausgabe im Monat

Koordination/ PR-Konzeption:

Orhidea Briegel • Herausgeberin
Orhideal® International
Erlkammer Str. 68 • 83607 Holzkirchen
www.orphidea.de • www.orphideal.com
Direkt Leitung: 0177 - 3550 112
E-mail: orphidea@orphideal-image.com

Orhideal-Magazin-Sharing® - sich ein Magazin teilen und sich gegenseitig bekannt machen! So wird ein eigenes Kundenmagazin bezahlbar und optimal verbreitet:
Nach diesem Prinzip verteilen die präsentierten & präsentierenden Unternehmen das IMAGE Magazin als schriftliche Referenz aktiv und ganz persönlich in ihren Wirkungskreisen, an ihre Kunden und Geschäftspartner direkt am Point-of-Sale, durch ihre Vertriebssteams, in ihren Kursen und Seminarunterlagen, auf ihren Messständen, durch monatlichen Postversand, in ihren Räumlichkeiten, auf ihren Hotelzimmern, auf Veranstaltungen u.v.m. Zur Zeit erreichen wir auf diese persönliche Weise monatlich über 20.000 Unternehmer, Entscheidungsträger und Top-Verdiener in D, A & CH als Multiplikatoren.

Alle Inhalte basieren auf Angaben der empfohlenen Unternehmen. Das Magazin dient dazu, auf Persönlichkeiten und deren Leistungen aufmerksam zu machen. Bedenken Sie: Alle Leistungen, die im Magazin empfohlen werden, können nicht durch die Experten überprüft werden. Empfehlungen bleiben Empfehlungen und sind keine Garantie für die Qualität einzelner Leistungen und Produkte. Für die Richtigkeit der Angaben und Folgen aus der Inanspruchnahme empfohlener Leistungen haften ausschließlich die empfohlenen Unternehmen.

Seitens Orhidea Briegel und der Experten kann keine Haftung übernommen werden. Nachdruck und Kopie - auch auszugsweise -, Aufnahme in Online-Dienste und Internet, Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-Rom, DVD usw. nur mit schriftlicher Genehmigung von Orhidea Briegel und der Experten. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos keine Gewähr. Die für sich werbenden Unternehmen (Experten) tragen alleine die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugewiesenen Werbemittel. Der Experte stellt Orhidea Briegel im Rahmen seines Kolumnen-Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können.