

# FIT FOR BUSINESS

## Die KMU-Bildungsoffensive



## Volksbanken starten Bildungsoffensive für den Mittelstand

Ein Drittel der heimischen Klein- und Mittelbetriebe verzichtet auf Instrumente wie Marketing und Unternehmensplanung. Die Folge sind steigende Insolvenzzahlen und schmale Betriebsergebnisse. Die Volksbanken starten österreichweit mit „Fit for Business“ eine Bildungsoffensive, um das Rückgrat der heimischen Wirtschaft zu stärken.

**D**er mittelständische Unternehmer ist in aller Regel der Turm in der täglichen Schlacht der österreichischen Volkswirtschaft. Dabei sind die Grenzen zur Selbstausbeutung bei 15 Stunden-Tagen und sechseinhalb-Tage-Wochen fließend. Die eigene Tasche füllt sich nur dann, wenn die Eigenleistung

stimmt. Werden operative Aufgaben an bezahlte Mitarbeiter delegiert, bleibt für den Chef nur mehr wenig in der Schatulle. Die Konsequenz des Fleißes: Der Unternehmensführer wird von seinem Alltagsgeschäft aufgefrassen. Auf der Strecke bleibt jede Form der strategischen Planung. Umfragen sprechen von rund einem Drittel

der heimischen Unternehmen, die ohne strategische Ausrichtung auskommen. Bereiche wie Marketing, Vertrieb und Verkauf passieren nach dem Prinzip des Leidensdruckes und sind selten das Resultat eines stimmigen Absatzkonzeptes. Das Ergebnis der fehlenden planerischen Gestaltung sind enorme Ressourcenverschwendung und bilan-

zielle Kurzatmigkeit, wenn das Geschäft mit dem Hauptkunden einmal nicht so läuft. Die Volksbanken wollen mit der Bildungsoffensive „Fit for Business“ die Entscheidungsträger in den heimischen Klein- und Mittelbetrieben unterstützen, in abgestimmten Workshops Lösungen für erkannte Probleme zu entwickeln. Wesentliches

Prinzip dabei: Die Veranstaltungen werden in der jeweiligen Region abgehalten und sind stark umsetzungsorientiert. Die beste Absicht ist vergebens, wenn sie keinem nutzt.

### Mehr Raum zum Denken

Umfragen unter Entscheidungsträgern zeigen, dass das Defizit an persönlicher Weiterbildung in strategischen Fragen bekannt ist. Allein es fehlt an Zeit und – noch häufiger – an der Initiative, sich den notwendigen Maßnahmen zu stellen. „Fit for Business“ will den notwendigen Anstoß setzen, um die persönliche Weiterbildung der Unternehmer voranzutreiben. Die Informationen werden durchsetzt mit praxisorientierten Tipps- und Tricks zur Umsetzung und liefern die Basis für weitere Ausbildungsmodule. An einem Info-Tag im Rahmen von „Fit for Business“ werden zwischen 10-18 Uhr die Teilnehmer von spezialisierten Wirtschaftstrainern mit Basiswissen zu Themen wie Zeitmanagement,

Marketingplanung, Steuern oder Verkaufsausbildung versorgt. Im Zentrum des Konzepts stehen die Anwendungsorientierung und Nachhaltigkeit der Initiative: Unternehmer sollen ihre Planungen über einen aktuellen Anlassfall hinaus erstrecken. Daher sind die Info-Tage als Startpaket konzipiert: Sie liefern den Einstieg zu weiterführenden Veranstaltungen, in denen jeder Teilnehmer sein Wissen nach seiner Maßgabe vertiefen kann.

### Bank für den regionalen Mittelstand

Die Klein- und Mittelbetriebe Österreichs sind die Kernlietteil der Volksbanken. Jeder vierte Klein- und Mittelbetrieb vertraut auf die Volksbank, die in diesem Bereich sukzessive zulegen. Dabei ist der Zeitpunkt der Initiative nicht zufällig. Durch die Integration der Investkredit und der Kommunalkredit hat sich die Schlagkraft der Volksbank Gruppe dramatisch gesteigert. Im neuen Organisationsschema übernimmt die Investkredit alle Aufgaben zur Betreuung der Kommerzkunden.

Damit ist die neue Volksbank Gruppe breit aufgestellt: Die 66 Institute des Sektors umfassen mit dem Spitzeninstitut, der Österreichischen Volksbanken AG sowie der Invest- und Kommunalkredit knapp 900 Geschäftsstellen mit rund 6.000 Mitarbeitern. Der Charakter der Volksbank Gruppe bleibt trotz des Wachstums der vergangenen Jahre unverändert: Sie versteht sich als Finanzverbund eigenständiger Regionalbanken, die – bei aller Internationalisierung – ihre Wurzeln in den lokalen Kunden und Unternehmen haben. Act local, think global.

## Tour durch Österreich

Die Volksbanken bringen „Fit for Business“ mit 15 Veranstaltungen in alle Regionen Österreichs. Das „Wirtschaftsblatt“ begleitet die Bildungsoffensive als Medienpartner.



den Unternehmen. Für das Jahr 2006 sind 15 Veranstaltungen in ganz Österreich geplant, in denen professionelle Wirtschaftstrainer unmittelbar umsetzbare Ratschläge und Hinweise liefern. Anfahrtswege und Zeitaufwand werden dadurch reduziert. Zudem wurde der Großteil der Termine auf einen Samstag gelegt. Und das „Wirtschaftsblatt“ berichtet in sieben Sonderteilen über Themen, Gespräche und Vorträge der „Fit for Business“-Kampagne.

### Wanderbare Stationen

Die sieben Vortragenden von „cbt partner“ orientieren sich an den modernsten und effektivsten Trainingsmethoden ihrer Zukunft. Die Inhalte werden aber auf die Ansprüche und Notwendigkeiten eines Kleinbetriebes heruntergebrochen, ohne auf Systematik und Qualität zu verzichten. Um den Ablauf in ver-

daubare Einheiten zu gliedern, arbeiten die cbt-Vortragenden in parallelen Modulen, die von den Teilnehmern im Laufe des Info-Tages durchwandert werden. Insgesamt acht solcher Stationsbetriebe verhindern, dass die Teilnehmer im Redeschwall eines Frontalvortrages untergehen.

### Auflockerung

Wesentlicher Teil des „Fit for Business“-Programms ist die Kommunikation zwischen den Teilnehmern. Kaffeepausen, Mittagsbuffet und eine Einladung der gastgebenden Volksbank zum informellen Ausklang liefern dafür das nötige Umfeld. Damit die Ernsthaftigkeit des Programms nicht überhandnimmt, sorgt der Wirtschaftskabarettist Bernhard Baumgartner alias „Alois“ vor Beginn der Nachmittagsstationen für die satirische Perspektive des Unternehmerlebens. Gelacht wird ohnehin nie genug.

## MEINUNG

### Finanzieller Nahversorger

**V**olksbanken sind seit mehr als 150 Jahren wichtiger Finanzierungs-Partner des Mittelstandes. Wir sichern eine ausgewogene regionale Wirtschaftsentwicklung, auch in wirtschaftlich weniger entwickelten Gebieten.



Prof. Dr. Hans Hofinger, Vorstandsvorsitzender des Dachverbandes der Österreichischen Volksbanken

Seit geraumer Zeit ist ein Rückzug von Großbanken aus der Mittelstandsfinanzierung zu erkennen. Unter Verweis auf Basel II trennen Großbanken nunmehr verstärkt nach „rentablen“ und „unrentablen“ Kunden. Wenn mit dem räumlichen Rückzug von Großbanken auch noch eine restriktive Kreditvergabe politik einhergeht, dann sind nicht nur viele Klein- und Mittelbetriebe gefährdet, sondern auch Arbeitsplätze. Das schwächt die Wirtschaft der Region.

Genau an diesem Punkt greift der Gedanke der Selbsthilfe der Betroffenen. Mit der Beteiligung an einer Volksbank, bei-

gentümer und Investoren in einer Person. Als Mitglied kann jeder Kunde direkt oder indirekt in Aufsichts- und Kontrollorgane der Volksbank gewählt werden. Eine Volksbank ist auf diese Weise bestens vernetzt: Sie steht mit allen relevanten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gruppen der Region in Verbindung.

Mit unseren neuen Partnern, der Investkredit und der Kommunalkredit, stärken wir unsere Fachkompetenz bei Unternehmens- und Kommunalfinanzierung. Unsere zentralen Anliegen sind: Gemeinsam Lösungen für die brennenden Bedürfnisse der mittelständischen Wirtschaft und der Gemeinden zu finden. Wir sind Geschäftspartner, die gemeinsam mit unseren Kunden Erfolg versprechende Lösungen zur Bewältigung von wirtschaftlichen Herausforderungen erarbeiten. Wir ziehen uns nicht aus schwachen Regionen zurück, sondern werden sie mit Leben erfüllen.

# Fördern mit Übersicht

Förderungen können eine gute Geschäftsidee und eine Unternehmerpersönlichkeit nicht ersetzen. Allerdings erleichtern sie den Start in die Unabhängigkeit enorm – mit der richtigen Förderberatung.



Das Stichwort Förderungen provoziert Reflexe: unübersichtlich, ungenügend, unberechenbar. Mag. Stefan Tauchner, Leiter des Förderservice in der Investkredit, tritt seit langem gegen diese Vorbehalte an: „Der Eindruck der Unübersichtlichkeit kommt aus der Zahl der ständig weiterentwickelten Programme.“ Dass sich der thematische Durchblick dennoch eher einem Förder-Spezialisten und weniger dem operativ tätigen Unterneh-

mensmanager eröffnet, versteht sich von selbst: „Kompetente Förderungsberatung ist eine der wesentlichen Aufgaben verantwortungsvoller Kreditinstitute“, bricht Tauchner einen Stab für seine Zukunft. Allerdings warnt er eindringlich, die Jagd nach den Zuschüssen als Selbstzweck zu sehen: „Förderungen können eine betriebswirtschaftliche Idee nicht ersetzen.“ Projekte, die sich trotz Zuhilfenahme von Subventionen gerade so rechnen, haben wenig Erfolgchancen.

## Experten im Dschungel

Der Förderdschungel ist im Laufe der Jahre lichter geworden. Das mit großem Abstand wichtigste Förderinstrument steht für Betriebsgründer zur Verfügung. Wer sich auf eigene Beine stellt, kann in aller Regel mit Unterstützung rechnen. Dazu tritt eine Reihe von EU-gestützten Programmen, die sich im wesentlichen an fünf Prinzipien orientieren: Es sind dies jeweils

- Unterstützung der Forschungs- und Entwicklungstätigkeit,
- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU,
- Verbesserung der Regionalstruktur,
- Förderung des Umweltschutzes
- sowie Forcierung von Aus- und Weiterbildung bzw. Schulung.

„Die Unterstützung von Klein- und Mittelbetrieben wird auch

im neuen EU-Förderreglement ab 2007 enthalten bleiben“, beruhigt Investkredit-Spezialist Tauchner. Allerdings sei mit einem Rückgang der Förderbudgets zu rechnen. Unangetastet bleibt bei den EU-Förderungen das Prinzip der Kofinanzierung: Die Fördertöpfe aus Brüssel schütten nur soviel aus, wie auch die nationalen Regierungen bereit sind, für ihre Unternehmen auszugeben. Herrscht Ebbe in den nationalen Budgets, versiegt auch der Geldstrom aus Brüssel. Für die Förderexperten der Volksbank Gruppe besteht die Herausforderung darin, gemeinsam mit dem Kunden den optimalen Mix aus Bundes-, Landes- sowie EU-initiierten Förderungen zu erarbeiten und bei den Einreichungen zu beraten. Umfassende und aktuelle Unterlagen entscheiden vor allem auf EU-Ebene über Zusage und Ablehnung.

## Statt Geld gibt's Haftungsübernahmen

Die Erwartungen so mancher Unternehmensgründer in die heimische Förderlandschaft sind oft zu hoch gesteckt. „Viele Gründer sind enttäuscht, wenn sie bemerken, dass der Großteil der Unterstützung in Form von Haftungsübernahmen und nur ein kleiner Teil als Zuschüsse gewährt werden kann“, erzählt Förderspezialist Tauchner. Tatsächlich stehen die beiden Bundes-Fördergesellschaften Austria Wirtschaftsservice (AWS) und Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) – letztere ausschließlich für größere Technologieprojekte – sowie



Er kennt sie alle: Förderexperte Stefan Tauchner.

die bundesländereigenen Gründungsfonds in erster Linie für die Haftungsübernahmen bei Bankfinanzierungen zur Verfügung: Dazu kommen noch potentielle Darlehen mit verbilligten Konditionen. Neben den Haftungsübernahmen sind in der Regel 11 Prozent der Investitionssumme als direkte Zuschüsse vorgesehen (7 Prozent AWS + 3-4 Prozent aus den Landesfonds). Für die künftige Finanzkraft eines Unternehmens bleibt ein gewisser Eigenkapitalanteil freilich günstig. Je nach Projekt wirken sich Eigenmittel in der Höhe von 10 bis 40 Prozent auf die künftige Kreditbelastung sehr positiv aus. Die AWS Jungunternehmerförderung hält allerdings nicht alle Investitionen für gleich interessant. „Die Anschaffung von Fahrzeugen, Grundstücken und Betriebsmittel sowie Übernahmekosten fallen aus dem Programm raus“, zieht Stefan Tauchner die Grenze.

In Summe kommen Förderungen eine wichtige, aber keine entscheidende Rolle in jedem Investitions- und Gründungsprojekt eines klein- und mittelständischen Unternehmens zu. Erst die Mischung bringt das Optimum.

## Double Equity: Eigenkapital für Gründer

Eigenkapital ist für Unternehmensgründer ein knappes Gut. Das Double Equity-Programm des AWS verdoppelt durch eine Kreditbürgschaft das eingebrachte Eigenkapital – und verringert die Finanzierungskosten.



Der absolute Renner unter den heimischen Unternehmensprogrammen ist derzeit ein Spezialprogramm der österreichischen Förderbank Austria Wirtschaftsservice Ges. m.b.H (AWS), das auf die Stützung der Eigenkapitalstrukturen der heimischen Unternehmen abzielt. Double Equity richtet sich an alle Unternehmen jünger als fünf Jahre außerhalb der Tourismusbranche.

### Eigenkapitalersatz

Die AWS verdoppelt das eingebrachte Eigenkapital des

Gründers durch eine Kreditbürgschaft gegenüber Banken oder anderen Investoren. Durch Inanspruchnahme der Förderung werden die Zinssätze für das finanzierende Institut auf die günstige Sekundärmarkttrendite für Bundesanleihen zuzüglich 0,5 %-Punkte begrenzt. Dazu kommen ein Bürgschaftsentgelt von 1 % p. a. des verbürgten Kreditbetrages fix und -erfolgsabhängig - mindestens 1 % p. a. des verbürgten Kreditbetrages ab etwa der Mitte der Laufzeit. Eine einmalige Bearbeitungsgebühr von 0,5 Prozent für die AWS ist dabei nicht zu vergessen. In Summe

sind bei Double Equity derzeit rund sechs Prozent Finanzierungskosten zu kalkulieren. Für den Betriebsgründer hat diese Form der Kapitalbeschaffung mit einer Laufzeit von maximal 10 Jahren sehr positive Auswirkungen. Die Mittel wirken de facto wie Eigenkapital. Vergleichbares Mezzaninkapital ist mit mindestens dem doppelten Satz zu kalkulieren.

### Keine Sicherheiten

Das ungewöhnliche am Double-Equity-Programm: Für den verbürgten Kredit sind seitens des Unternehmens keine Sicherheiten erforderlich. Insbesondere sind keine persönlichen Haftungen der Unternehmer gegenüber der AWS und den finanzierenden Banken notwendig, solange das Double-Equity-Prinzip eingehalten wird. Mit dem verbürgten Kredit können alle betrieblichen Aufwendungen wie Investitionen und Betriebsmittel finanziert werden. Ausgenommen sind allerdings Sanierungsmaßnahmen im Unternehmen. Wichtig bleibt: Das Förderansuchen muss vor der ersten Investition über eine der Volksbanken-Geschäftsstellen eingereicht werden. Nachträgliche Anträge machen wenig Sinn.

## Neues Spiel bei EU-Förderungen

Ab 2007 werden die Regeln für einen Großteil der EU-Förderungen neu formuliert. Die regionalen Zielgebiete werden aufgelöst, Grenzregionen erhalten eine Gnadenfrist.

Die Förderpläne der EU-Kommission für die weitere Entwicklung des Förderregimes von 2007 bis 2013 liegen erst im Grobchnitt am Tisch. Durch die späte Verabschiedung des neuen EU-Haushalts für die neue Budgetperiode - eine undetaillierte Einigung wurde erst zu Jahresende erzielt - hängen viele EU-relevante Finanzplanungen, die über das Jahr 2007 hinausgehen, immer noch in der Luft.

### Abfederungsmaßnahmen

Absehbar ist, dass Österreich mit Einschnitten in der Regional- und Wirtschaftspolitik rechnen muss. Das Burgenland wird in der nächsten Programmperiode seinen besonderen Förderstatus als Ziel-1-Gebiet verlieren, im Zuge des „Phasing-out“-Konzepts soll aber eine Übergangsunterstützung mit jährlich abnehmender Intensität eingeführt werden. Weiters ist für jedes Bundesland ein Regionalprogramm zur Stärkung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit und -ähnlich wie bisher - ein nationales Beschäftigungsprogramm in Aussicht genommen. Umstritten ist noch das Schicksal der österreichischen Grenzregionen zu den neuen Mitgliedsländern. Österreich kämpft hier für die



Beibehaltung regional abgegrenzter Unternehmensförderungen.

### Die neuen Vorgaben

Gegenüber den beiden vorangegangenen Programmperioden wird es im Zeitraum 2007 bis 2013 keine EU-Fördergebietskulisse mehr geben. Das Feilschen um Grenzen und Regionen hat auf EU-Ebene ein Ende. Räumliche Schwerpunktsetzungen können nur mehr von den Mitgliedsstaaten und ihren Regionen (Bundesländern) vorgenommen werden.

Laut Kommissionsentwurf nennt die neue Programmgeneration drei Prioritäten: **1. Konvergenz:** Die wirtschaftlichen Unterschiede zwischen den 25 Mitgliedsstaaten sollen eingeebnet werden.

**2. Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung:** Regionalprogramme sollen den wirtschaftlichen Wandel abfedern.

**3. Territoriale Zusammenarbeit:** Die grenzübergreifende Zusammenarbeit wird alle Landregionen entlang der Binnengrenzen sowie bestimmte Landregionen entlang der Außengrenze betreffen.

Der überwältigende Anteil der Fördermittel wird den Konvergenzaufgaben gewidmet. Die Punkte regionale Wettbewerbsfähigkeit und territoriale Zusammenarbeit müssen sich mit je einstelligen Prozentanteilen an den Fördertöpfen begnügen. Gute Nachricht für die Kleinen: KMUs werden auch im neuen Reglement als förderwürdig gelten.

# Training mit Profis

Die Bildungsoffensive „Fit for Business“ wird von Profis für Profis vorgetragen. Die Info-Tage werden von einem ständigen Team von Wirtschaftstrainern gestaltet, die zu den Spitzenkräften ihrer Zunft gehören.



Das Programm ist fordernd. Eine Teilnahme an einem ganzen „Fit for Business“-Trainingstag bedeutet sieben Stunden Information und Kommunikation – Mittagspause nicht gerechnet. Robert Gonz, Geschäftsführer des Völkermarkter 30-Mann-Unternehmens GKV Haustechnik, sah darin kein Problem. Der Teilnehmer des Workshops in Villach zeigte sich erstaunt, „wie abwechslungsreich der Ablauf gestaltet wird. Die Trainer sind Profis, die ihre Zuhörer auch um 17 Uhr

noch motivieren.“ Und für Chefin des Biohotels Alpenrose am Millstättersee, Brigitta Theuermann, zählte es zu den positiven Überraschungen, dass „der Tag durchwegs von Wirtschaftstrainern gestaltet wurde.“ Ihre Befürchtungen einer Werbeveranstaltung waren unbegründet, „sonst wäre ich nicht bis zum Ende geblieben“, lässt die Touristiklerin wenig Zweifel an ihrem Zeitmanagement aufkommen.

## Zielgruppe KMUs

Am Anfang stand ein Gespräch

zwischen dem Wirtschaftstrainer Chris Brandstätter, Gründer der Plattform cbt partner, und dem Marketing-Leiter der Österreichischen Volksbanken AG, Kurt Kaiser, in dem die Weiterbildungsproblematik der heimischen Unternehmerschaft zum Thema wurde. Das Brainstorming mündete rasch in ernsthaftem Konzeptionsarbeit. Am Ende einer kurzen Organisationsphase stand das Programm „Fit for Business“, in dem professionelle Werkzeuge aus den Bereichen Personal- und Organisationsentwicklung sowie des Wirtschafts-

trainings den Ansprüchen eines Entscheidungsträgers in einem kleinen bis mittleren Unternehmen angepasst werden. Chris Brandstätter: „Wir haben die Vorgangsweise der großen Beraterfirmen entmystifiziert.“ Die Komplexität der Analyse- und Beratungsmethoden wurde reduziert, deren Qualität aber erhalten. Wirtschaftstrainer Brandstätter: „Im Mittelpunkt steht der unmittelbare Nutzen. Unsere Teilnehmer nehmen eine Menge Tipps mit nach Hause, die sie sofort umsetzen können.“

Wesentlicher Teil des „Fit for Business“-Konzeptes: Der Unternehmer muss die Möglichkeit erhalten, das Zeitfenster für eine persönliche Weiterbildung freizuschaffen. Daher veranstalten die Volksbanken 15 Info-Tage in ganz Österreich vornehmlich an Samstagen, um Anreiseaufwand und Nüchternungen unnötig zu machen.

## Weiterführende Veranstaltungen

Die Info-Tage sind allerdings nur der Einstieg in das Bildungsangebot der Volksbanken. Die Wirtschaftstrainer breiten in dem Workshop ihr Angebot aus. Teilnehmer, die den einen oder anderen Aspekt vertiefen wollen, können Folgetermine bei den jeweiligen Trainern buchen. Dabei kommt wieder das Regionalkonzept zum Tragen: Jeder der Vortragenden offeriert einen eigenen Termin in dem jeweiligen Bundesland – zu ermäßigten Preisen. Die Volksbank übernimmt die Differenz.

## FIT FOR BUSINESS Trainer-Team



**Gerald Amon:** Geschäftsführer der AMCON IT Consulting. Spezialisiert auf effiziente EDV/IT in kleineren und mittleren Unternehmen.



**Chris Brandstätter:** Gründer der Plattform cbt partner. Seit 16 Jahren akademischer Wirtschaftstrainer in der Prozessbegleitung und im Projektmanagement



**Gerhard Buzek:** Mehrfacher Buchautor und Lektor an Universitätslehrgängen im Bereich der Führungskompetenz.



**Christoph Donnerbauer:** Ex-Manager der Telekom-Branche. Breite Erfahrung bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien.



**Maria Brigitte Eisner:** Nützt ihre Erfahrungen als Personalentwicklerin in den Bereichen der Gesundheits- und Wirtschaftspsychologie für KMUs.



**Heinz Harb:** Geschäftsführer der LBG Wirtschaftstreuhand Österreich (400 MitarbeiterInnen). Auf die steuerlichen Anforderungen von KMUs spezialisiert.



**Kurt Kaiser:** Der Initiator der Plattform „Fit for Business“ zeigt die wichtigsten Eckpfeiler zu den Themen Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.



**Klaus Leitinger:** Widmet sich dem Thema Verkaufsoptimierung in österreichischen KMUs.



**Halina Sobolewska:** Studierte Pädagogin und erfolgreiche akademische Wirtschaftstrainerin für Führungs- und Personalfragen.

Teilnahmebedingungen finden Sie unter [www.unternehmer-net.at](http://www.unternehmer-net.at) und in Ihrer nächsten Volksbank.

# FIT FOR BUSINESS

## Gesamtübersicht der Folgemodule 2006

### Die nächsten Info-Tage:

10. Juni 2006, Graz im Hotel Paradies,  
Straßganger Straße 380b  
[www.graz.volksbank.at](http://www.graz.volksbank.at)

24. Juni 2006, Piestingtal im Pfarrheim Pernitz  
[www.piestingtal.volksbank.at](http://www.piestingtal.volksbank.at)

Workshop-Themen Referent/in	Kärnten*	Wien*	Graz*	SO-Stmk.*	Vbg.*	Tirol*	NÖ/Nord*	NÖ/Süd*
FÜHRUNGSKOMPETENZEN STÄRKEN Gerhard Buzek MAS	29.05.2006	26.06.2006	28.06.2006	04.09.2006	09.10.2006	11.10.2006	20.11.2006	22.11.2006
TEAM & MOTIVATION Mag. Halina Sobolewska MAS	30.05.2006	27.06.2006	29.06.2006	05.09.2006	10.10.2006	12.10.2006	21.11.2006	23.11.2006
STRATEGIEENTWICKLUNG Christoph Donnerbauer MAS	09.06.2006	22.06.2006	23.06.2006	14.09.2006	06.10.2006	05.10.2006	27.11.2006	28.11.2006
ERFOLGREICH VERKAUFEN Klaus Leitinger	31.05.2006	19.06.2006	03.07.2006	06.09.2006	11.10.2006	10.10.2006	29.11.2006	30.11.2006
PROJEKTMANAGEMENT Chris Brandstätter	08.06.2006	20.06.2006	26.06.2006	07.09.2006	12.10.2006	13.10.2006	22.11.2006	29.11.2006
SELBSTMANAGEMENT Mag. Maria Brigitte Eisner	24.05.2006	14.06.2006	07.07.2006	13.09.2006	13.10.2006	14.10.2006	28.11.2006	27.11.2006
STEUERN & RECHNUNGSWESEN Mag. Heinz Harb	01.06.2006	21.06.2006	30.06.2006	15.09.2006	05.10.2006	06.10.2006	23.11.2006	24.11.2006
EDV / IT-OPTIMIERUNG Gerald Amon	01.06.2006	21.06.2006	30.06.2006	15.09.2006	05.10.2006	06.10.2006	23.11.2006	24.11.2006

\* Die genauen Seminarorte werden mind. 2 Wochen vor Beginn von der jeweiligen Volksbank bekanntgegeben

**AUSSERGEWÖHNLICH**



**Einladend:** Die Gastgeber des Villacher Info-Tages von „Fit for Business“ sorgten für den adäquaten Empfang. Im Bild Dr. Georg Regitnig, Volksbank Oberkärnten (li.) und Dr. Gottfried Wulz, Vorstand der Volksbank GHB Kärnten AG.

# Villach macht sich „Fit for Business“

**VILLACH.** In Kärnten fiel am 21. April der Startschuss zur zweiten Welle in der Bildungs-offensive „Fit for Business“. Die Teilnehmer aus Österreichs sonnigstem Bundesland fanden im Congress Center Villach professionelle Bedingungen für ihren Info-Tag vor.

Begeisterung rief dabei nicht nur die perfekte Organisation der veranstaltenden Kärntner Volksbanken hervor, sondern auch die Einladung zum eleganten Abendbuffet, das einen informativen, aber auch anspruchsvollen Tag beendete.

Neben allen Tipps und Tricks, die die Vortragenden an ihre Zuhörer weitergaben, stand auch das Networking der Unternehmer im Vordergrund: Kaffeepausen, Mittags- und Abendbuffet gaben dafür jede Menge Gelegenheit. Die Teilnehmer brachten aber genügend Kondition mit, um „Fit for Business“ zu sein.

**Verladend:** Der Wirtschaftskabarettist Alois, im Privatleben bekannt als Bernhard Baumgartner, sorgte nach dem Mittagsbuffet für die nötige Portion Ironie. Ohne Lachen laufen sich Bildungsoffensiven fest.



**Lachend:** Der Schmäh rennt auch an den Ufern der Drau. Vertriebs-Trainer Klaus Leitinger (re.) bringt seine Argumente in den Vortragspausen an den Zuhörer. In der Coaching-Sprache bedeutet dies Stimulierung der sozialen Kompetenz.

**Lächelnd:** Das Ehepaar Herbert und Elisabeth Köstenberger vom gleichnamigen Holzhandelsunternehmen in Feldkirchen holte sich gemeinsam Tipps und Anregungen für den unternehmerischen Erfolg.



**AUFGELESEN**

## Premiere in Judenburg



**Richtungsweisend:** Seine Bank zählt zu den Vorreitern der Bildungs-offensive. Dir. Dietmar Ceh, Vorstand der Volksbank Aichfeld-Murboden, eröffnet den ersten Info-Tag in Judenburg. Der Event wurde zum vollen Erfolg.

**JUDENBURG.** Die Anspannung unter den Veranstalter der Volksbank Aichfeld-Murboden war groß, als im Herbst des vergangenen Jahres die erste Veranstaltung im Rahmen der Bildungs-offensive „Fit for Business“ gestartet wurde. Am Ende der Veranstaltung fanden sich nur gelöste Mienen: Der erste Info-Tag in Judenburg erwies sich als durchschlagender Erfolg. 85 Teilnehmer waren der Einladung der Volksbank gefolgt, um ihre unternehmerischen Problemzonen einer Behandlung zu unterziehen.

„Uns ist die Unterstützung der Klein- und Mittelbetriebe ein Anliegen. Deshalb haben wir mit dem Volksbanken-Verbundmarketing und namhaften Referenten ein Programm von Praktikern für Praktiker auf die Beine gestellt“, begründete Di-

rektor Dietmar Ceh das Engagement seiner Bank.

Nach über neun Stunden Seminar lud die Volksbank Aichfeld-Murboden zu einem opulenten Abendbuffet, um die Anspannung des Tages im lockeren Gedankenaustausch zu lösen. Das Feedback der Teilnehmer war ungeteilt positiv. Die KMU-Zentrierung der Inhalte und ihre Anwendbarkeit fand Beifall. „Wir wollen für unsere Unternehmern Kunden Angebote mit einem klaren Nutzen bereitstellen. Und das ist uns mit dem Info-Tag und den Folgemodulen gelungen“, zeigt sich Andrea Schaller, Marketingleiterin der Volksbank Aichfeld-Murboden, zufrieden mit der Veranstaltung. First Mover nehmen immer das größte Risiko - diese Erkenntnis kennt keine Branchengrenzen.



**Entspannend:** Die Teilnehmer am Judenburger Workshop nutzten die Kaffeepause zum Meinungsaustausch. Die Effizienz der Veranstaltung beeindruckt die Teilnehmer.



**Erhellend:** Charmantes Lächeln bringt Licht in die dunkelste Hütte. Dagmar Franz (Skribo Papierfachhandel) und Christine Present (Reisebüro Present) zeigen Kondition und Humor.

**AUFGEFALLEN**

## Britische Perspektive

Selbst 30 Jahre Kärnten vermögen seinen eindrucksvollen Akzent nicht zu überwuchern. Der gebürtige Brite Nik Tennent betreibt seit Beginn der siebziger Jahre einen Reifengroßhandel in Klagenfurt. Die Alpine Reifen Handelsgesellschaft beschäftigt derzeit zehn Mitarbeiter. Für Tennent war die Teilnahme am Seminar in Villach „jede Minute wert.“ Zwar habe er nichts gehört, was er nicht schon gekannt hätte. Allerdings seien die „Tipps, wie die Dinge auf den Boden zu bringen sind“, für ihn ein echtes Novum. „Ich werde davon etliches in meinem Unternehmen verwerten“, war Tennent unmittelbar nach dem Seminar beeindruckt. Er plant, Folgeseminare zu belegen.



## Pläne für die Zukunft

Weiterbildung ist für Norbert Thalhammer kein Neuland. Seine Branche des EDV-Services und Büromaschinenhandels verzeiht kein geistiges Nickerchen. Zu rasch ziehen Anbieter und Mitbewerber von einem Produkt zum nächsten. Der Chef der ntb Thalhammer Bürotechnik in Feldkirchen zeigte sich von den Anregungen in Sachen Personalführung besonders angesprochen. „Man sieht wieder einmal, dass selbst in den kleinsten Unternehmen die gleichen Mechanismen greifen wie in den Konzernen“, so Thalhammer. Viele Tipps des Seminars seien auch in seiner Unternehmensgröße praktikabel. Sein Schluss aus dem Seminartag: „Der Alltag darf den Überblick nicht verstellen. Ohne Ziele gewinnt der Frust die Oberhand.“

