



### Liebe Club-Mitglieder,

zunächst können wir im Team ein neues Mitglied begrüßen: Margitta Pencz. Sie wird sich vor allem um das „Herzlich willkommen“ für neue Mitglieder des HBC kümmern.

Dann ist hervorzuheben, dass in der aktuellen ClubZeitung mehrere Autoren am Werk waren: Dr. Caroline Hevert, Bruno Baketaric, Annette Lindstädt. Vielen Dank!

Neu ist auch, dass unser neues LOGO nun bei XING im Netz steht und wir damit auch ein eigenes give away ausgestattet haben, ein praktisches DIN A 6 Notizblöckchen, designed von Mike Böll.

Neu sind auch die Mediadaten unserer Club-Zeitung. Die offenere Gestaltung mindert die Anzahl der Banner-Anzeigen, steigert deren Wirkung und auch deren Preis.

Für Juli geplant ist eine eigene Webseite unserer Gruppe **HEIDELBERG BUSINESS CLUB**. Damit –und mit unseren Design-Wettbewerb „Visitenkarten“– können wir eine aktivere Rolle spielen auf der Bühne der Stadt und der Metropolregion.

Viele Grüße und gute Wünsche  
Ihr Claus Petschmann  
Moderator des HBC

P.S. Wünsche? Vorschläge? Kritik? Herzlich willkommen! Einfach eine Xing-Mail an Claus Petschmann schreiben.

### 60. Business-Meeting:

**Mittwoch, 6. Juli 2016**  
**ab 18.30 Uhr**

Netzwerken & Impuls-Vortrag:

**EFFEKTIV FÜHREN MIT ZIELEN**

mit Frank Hoffmann, Dipl.-Biologe, Unternehmensberater, Trainer

## DER LEAD IST NICHT ALLES

Man konzentriert sich im Marketing gern auf den Lead – den Kontakt zum einzelnen Interessenten. Für den Konsumgütermarkt ist das OK. Für kompliziertere Produkte mit längeren Informations- und Entscheidungsphasen (v. a. B2B- und Investitionsgütermarkt) stelle ich diese Fokussierung in Frage.

Denn hier trifft selten ein Einzelner die Entscheidung: Oft sind 5 bis 20 Personen beteiligt, oft aus unterschiedlichen Bereichen. Diese haben i. d. R. miteinander in Konflikt stehende Ziele und Präferenzen.

Wenn man hier eine Entscheidung beeinflussen will, geht es nicht um Einzelpersonen, sondern deren Beziehungen zueinander: die der Beteiligten auf Kundenseite untereinander und jene mitentscheidenden Personen im eigenen Unternehmen. Die Entscheidung fällt erst, wenn in der Gruppe ein gewisses Konsensniveau erreicht ist. Eine rein auf den Lead fokussierte Vorgehensweise lenkt die Aufmerksamkeit hin zu den einzelnen Personen. Das kann die Konsensfindung sogar erschweren, wenn z. B. Inhalte ausschließlich auf die Einzelperson ausgerichtet sind.

Marketer sollten genau prüfen, ob Leadorientierung für ihre Produkte und Leistungen passt. Müssen Entscheidungssysteme beeinflusst werden, um zu einem neuen Kunden zu kommen oder das Geschäft mit bestehenden Kunden auszubauen, sollte man sich nicht auf den Lead konzentrieren. Der beste Ansatz: der Kontext. **Von Bruno Baketaric, erschienen auf LINKEDIN, Redaktion: Annette Lindstädt, [www.worthauerei.de](http://www.worthauerei.de)**

## KOMMUNIKATION AM TELEFON

Der erste Eindruck entscheidet, auch am Telefon: Spricht jemand undeutlich, unfreundlich dann wars das mit der Kundenbeziehung. Es sei denn ich habe einen starken Bedarf, einen starken Wunsch. Dann werde ich als Anrufer eine werbende, freundliche Stimme aufsetzen, eine Frage stellen („Ich habe ein Problem. Vielleicht können Sie mir helfen?“) die mein Telefonpartner/in beantworten kann. Dann geht's hoffentlich entspannter weiter.

### Was kann man tun?

Doch was tun, wenn „niemand ans Telefon geht“, nicht mal ein Besetzzeichen kommt? Wenn ein AB mich abschreckt oder mich Dudel-Musik nervt? Dann gebe ich als Anrufer auf. Keine Kommunikation, kein Geschäft, wie Marktstudien klar belegen. Und was tun, wenn Sie nicht wissen, wen Sie als Neukunde gewinnen können? Was tun, wenn Ihre Mitarbeiter zeitökonomisch Anrufe beantworten oder führen sollen?

Für diese Fragen gibt es in unserer Gruppe einige Expertise für sprachliche und technische und operative Telefon-Kommunikation: u.a. Gabriele Pfeifer, Carlos Freding, Lothar Geyer, Dr. K.-H. Hellmann, Oliver Grytzmann. Weitere können sich gern melden. Wir werden im August einen **WORKSHOP TELEFON-KOMMUNIKATION** anbieten, in dem unterschiedliche Expertisen zusammengeführt werden. Die situativen Merkmale inbound und outbound, sowie Kaltakquise, Bestellanfrage, Beschwerdeanrufe werden dabei natürlich berücksichtigt.

**Von Claus Petschmann**

Das Persönliche zählt,  
das Geschäftliche ergibt  
sich.

www.Fuehrungskongress.de  
**FÜHRUNGSKONGRESS**  
Rhein-Neckar

**Wildpfa.de**  
Frank Hoffmann  
Staatl. zert. Waldpädagoge  
Dipl. Biologe

**TELMARKT**  
Das B2B CRM-System  
www.telmarkt.de · Tel. 09235-9815-0

**Gebics GmbH**  
IT Consulting + Service  
www.gebics.de  
Tel.: 06205/30970

**EinDRUCKsvoll sozial**  
Wir leben Integration  
**Texdat-Service gmbH**  
Telefon: (06201) 9471-0  
www.texdat.de · info@texdat.de

**ZauberKünstler**  
**Moderator**  
**Hypnose-Show**  
Gerhard Steiger  
0172 73 32 666  
www.normalistanders.com

## INTERVIEW MIT ANTJE MOISSL

**Sie sind selbständige Finanzberaterin, Frau Moissl, wieso steht Bankkauffrau auf Ihrer Visitenkarte?**

Dies ist mein erlernter Beruf. Ich habe meine Ausbildung zur Bankkauffrau in der Schweiz absolviert.

**Warum haben Sie den sicheren Rahmen einer Bank verlassen und die unsichere Selbständigkeit gewählt?**

Nach meiner Ausbildung bin ich zurück in meine Heimatstadt München und habe bei der Vereinsbank gearbeitet. Mein Vater wurde schwer krank und ich musste im Alter von 26 seine Immobilienfirmen leiten. Als er wieder gesund war habe ich mich dann entschieden, meine eigene Immobilienfirma zu gründen, um Immobilien als Kapitalanlage für Kunden aufzubereiten und zu vermitteln und die Finanzierung zu organisieren.

**Wo sehen Sie Ihren Schwerpunkt beim Thema Geld?**

In der ganzheitlichen Finanzberatung. Also Absicherung, Vermögensaufbau und die Immobilie als Kapitalanlage. Hinzu kommt Ende 2016 die zertifizierte Spezialistin *Ruhestandsplanung (FH)*: Erbschaft, Schenkung, Testament, Pflegevorsorge sowie Liquiditätsanalyse und Entsparungsprozesse. Viel Lebenszeit braucht viel finanzielle Liquidität. Die Menschen werden stetig älter, brauchen also künftig mehr Liquidität. Weiterhin bin ich bei der FINUM Finanzhaus AG als Immobilienexpertin für den Bereich Kapitalanlage tätig.

**Eine Geldanlage solle man gut verteilen, also streuen. Was meinen Sie?**

Grundsätzlich ist das richtig. Eine breite Diversifikation minimiert das Risiko einer Geldanlage. Wer aber höhere Renditen erwirtschaften möchte, muss zwangsläufig auch risikofreudiger investieren. Ich habe die Möglichkeit, das ganze Spektrum von FINUM anbieten zu können. Jedoch steht eine gründliche Analyse der Kundenziele im Vordergrund.

**Wie erklären Sie Kunden die heutige „Null-Zins-Politik“?**

Das Thema ist sehr komplex. Das kann man nicht einfach in drei Sätzen beantworten.

**Wie sieht Ihr Marketing aus?**

Ein spezielles Marketing habe ich nicht. Ich habe eine hohe Weiterempfehlungs-



antje.moissl@finum.ag

quote. Die Kunden sind das beste Marketing.

**Wie sehen Sie Provisionsberatung vs. Honorarberatung?**

Wie immer: Es kommt darauf an. Ich finde Honorarberatung grundsätzlich gut, leider ist es nicht in allen Bereichen anwendbar. Ich glaube aber, dass sich die Honorarberatung immer weiter durchsetzen wird.

**Was würden Sie jemandem raten, der eine Erbschaft über 100.000€ macht und das Geld nicht „verbrauchen“ will?**

Das kann ich so nicht beantworten. Ich würde als erstes den Anlagehorizont und die Risikoneigung des Kunden ermitteln. Somit steht am Anfang die Analyse, dann erst kommen die Anlage-Vorschläge. Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten: Versicherungslösungen, Vermögensverwaltungen mit verschiedenen Risiko-Profilen und Immobilien als Kapitalanlage.

**Haben Sie Lieblings-Kunden und besonders böse Konkurrenten?**

So etwas gibt es für mich nicht, da ja nicht meine Interessen im Vordergrund stehen sondern die des Kunden. Ich betreue junge Berufsanfänger mit der gleichen Leidenschaft, wie Familien oder Best Ager. Das Schöne an diesem Beruf ist doch, dass er nie langweilig wird, da man so viele unterschiedliche Menschen kennenlernt mit unterschiedlichem Alter und Lebensumständen.

**Der Volksmund hat manche Sprüche drauf zum Thema: „Geld stinkt nicht“ oder „Geld verdirbt den Charakter“ usw., wie ist Ihr Spruch zum „lieben Geld“?**

Einen Spruch habe ich nicht. Ich finde einfach: Es ist wichtig sich Gedanken um sein Geld zu machen.

**worthauerei**

konzept, text & redaktion  
für web, werbung &  
corporate publishing

redaction websites glossen pr  
werbung publishing kolumnen  
texten konzeption texten



annette.lindstaedt  
al@worthauerei.de  
06221-502 8990  
www.worthauerei.de

## KompaktInfo:

### DIENSTHANDY: WICHTIGE REGELN

Arbeitgeber, die ihren Arbeitnehmern Diensthandys zur Verfügung stellen, sollten die Art und den Umfang der Nutzung zu regeln.

Wichtig ist vor allem, festzulegen, ob eine Privatnutzung gestattet ist oder nicht. Sofern die Privatnutzung erlaubt ist, muss ihr Umfang, d.h. die Grenze der Privatnutzung, geregelt werden.

Dies kann im Arbeitsvertrag oder besser noch in einer Überlassungsvereinbarung geschehen.

Arbeitnehmern ist dringend zu empfehlen, sich an die Vorgaben zu halten, denn wer sein Diensthandy unerlaubt privat nutzt, riskiert eine Abmahnung oder sogar eine fristlose Kündigung.

Die Frage, wie umfangreich Arbeitnehmer ihr Diensthandy nutzen dürfen, wirkt sich auf die Kontrollberechtigung des Arbeitgebers aus. Sofern eine private Nutzung verboten ist, darf der Arbeitgeber auf alle Daten zugreifen. Im Rahmen der gestatteten Privatnutzung hingegen ist der Arbeitgeber nur in dem Umfang zur Überprüfung berechtigt, der vorab geregelt wurde. D.h. es muss zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber vereinbart werden, für welche Daten z.B. Verbindungsdaten und Telefonnummern eine Protokollierungsrecht besteht und unter welchen Umständen auf die Protokollierung zugegriffen werden darf.

**RA Dr. Caroline Hevert, Speyer**

### BEST OF HBC AUF XING IM MAI

Was sind wohl die „besten“ geposteten Beiträge in unserer Gruppe? Das ist sicherlich auch eine Frage von „Geschmack“ und persönlichem Interesse. Zwar gibt es eine von XING gelieferte Zahl für jeden Beitrag, die sog. „Reichweite“, die allerdings niemand so richtig konkret definieren kann. Eine Zählung über 100 Beiträge in unserer Gruppe am 24.5. ergab eine durchschnittliche Reichweite von 260 Klicks. Nun kann jeder Autor nachschauen, ob sein Beitrag über oder unter dem Durchschnitt lag. Gigantische 1340 Klicks hat der Beitrag „Nr. 05 ClubZeitung HBC-News ist erschienen“ erreicht. Warum? Das weiß keiner.

Interessant ist auch, dass unter den 100 Beiträgen nur 4 Einträge in „Persönliche Vorstellung“ waren, jedoch 23 mal „Aus meinem Fachgebiet“, 23 mal „Gesellschaft und Region“ und 18 mal „Hallo Nachbar...“. Wir werden in Nr. 07 den interessantesten Gruppen-Beitrag in unserer Clubzeitung abdrucken. (cp)

### Vorzugsangebot Juni:

### CHEF/CHEFIN GIBT „EINE RUNDE PIZZA“ AUS...

Im Juni bietet MyapplePizza in Heidelberg für den HBC an: 6 Pizzen kaufen, 5 zahlen, die günstigste ist gratis, auch frei Haus im Liefergebiet von [www.MyapplePizza.de](http://www.MyapplePizza.de). Bestellung ab 10 Uhr, Lieferung ab 11.30 Uhr, mittags 4% Rabatt auf JEDE Bestellung mit Codewort: „HBCMAP“. Telefoni-

sche (Vor-)Bestellung: 06221-999 777. MyApplePizza in HD-Rohrbach ist von 12.00 Uhr bis 22.30 Uhr geöffnet. Was für ein Highlight, wenn Chef oder Chefin einen Erfolg „mit einer Runde Pizza“ feiert mit den Mitarbeitern oder eine Niederlage, eine Depression bekämpft mit „einer Runde Pizza“.

Wir sind für Kontakte gut.



Mannheim: Schwetzing Str. 29  
Heidelberg: Fritz-Frey-Str. 15

**Wein Refugium**

[www.weinrefugium.de](http://www.weinrefugium.de)



**BVMW** Geschäftsstelle  
Rhein-Neckar-Kreis

Bundesverband  
mittelständische Wirtschaft  
Unternehmerverband Deutschlands e.V.

Maik  
Fiedermann

**Dr. Caroline Hevert**  
Fachanwältin für IT-Recht

[hevert@anwaeltte-eu.de](mailto:hevert@anwaeltte-eu.de)



6x in der Metropolregion  
Rhein-Neckar

Infos unter  
[leonardo-hotels.com](http://leonardo-hotels.com)

**Leonardo**  
Hotels

moderne BILDER, EINRAHMUNGEN

**kunsthandlung rachel**

Poststraße 28 · 69115 Heidelberg · 06221/602184  
[www.matthias-rachel.de](http://www.matthias-rachel.de)



**Gabriele Pfeifer**  
telefonmarketing

Wir finden Ihre Kunden!

[www.telma-pfeifer.de](http://www.telma-pfeifer.de)

- Beratung: Erstberatung kostenfrei
  - Kunstleasing: freie Auswahl
  - Nachlassverwertung: professionell
- EditionPetschmann@t-online.de · Neckargemünd

**galerie  
petschmann**  
Tel. 01522 / 4161 369 + 062 23 / 25 01



## Impressum:

Konzeption & Redaktion:  
Claus Petschmann  
Design: mangler+noller, Heidelberg  
Druckproduktion & Anzeigen:  
Mike Böll, Mediaservice, Mannheim  
Druck: Texdat, Weinheim  
Verlag: Edition Petschmann,  
Am Hollmuthhang 12, Neckargemünd

**Das Firmennetzwerk**

www.  
**WIN-WIN-  
Netz.de**

lokal,  
kompetent und  
engagiert

**Mike Böll**  
MEDIASERVICE



info@mbmediaservice.de  
0177.78 78 926

- \* Werbung
- \* Präsentationen
- \* Social Media

Nutzen Sie noch die Vorzugs-  
angebote bis 31.06.2016:  
Druckvorlagen für  
**Roll-Up-Display** 50€  
**Visitenkarte** 40€

**RA Heike Marquardt**  
Mediation · Coaching · Training

*Konflikte lösen – nachhaltig, zeitnah, kostensparend*

0 62 01 / 38 96 774 • [www.heikemarquardt.de](http://www.heikemarquardt.de)





**Antje Moissl**  
Bankkauffrau

Ruhestandsplanerin | Immobilien-Expertin  
06221/65176-10  
[antje.moissl@finum.ag](mailto:antje.moissl@finum.ag)

## WORKSHOPS 2016

### „Die Kunst der kurzen Rede“, Sa. 25. Juni, 9 – 13 Uhr

(Workshop mit Dr. K.-H. Hellmann und Claus Petschmann)

### „Facebook & Co: fit für Social Media“, Fr. 22. Juli, 8.30 – 13 Uhr

(Workshop mit M. Deichert und C. Petschmann)

### Telefon-Kommunikation, Mi. 24. August, 9 – 17 Uhr

(Workshop zu Technik, Sprache und Stimme)

### Team-Training: Kooperation & Konkurrenz, Mi. 14. Sept., 15.30 – 19 Uhr

(Workshop im Wald mit Dipl.-Biol. F. Hoffman)

### Business-Rhetorik, Mi. 21. Sept., 10 – 18 Uhr

(Workshop mit Oliver Grytzmann)

### „MindMapping“ (Basis-Kurs), Sa. 24. Sept., 10 – 18 Uhr

(Workshop mit Dr. K.-H. Hellmann)

### „Mitarbeiter als Botschafter des Unternehmens“, Fr. 7. Okt., 9 – 13 Uhr

(Workshop mit Simone-Maria Brunner)

### „Aus Konflikten gute Lösungen machen“ Fr. 14. Oktober, 9.00 – 17 Uhr

(Workshop mit RA Heike Marquardt.)

### „Personal branding: Die Marke ICH“, Fr. 2. Dez., 8.30 – 13 Uhr

(Workshop mit Karin Bacher)

## EVENTS 2016

### Betriebsbesichtigung Firma KLORMANN, Fr. 10 Juni, 9 Uhr

(Ein kleiner hocheffektiver Betrieb, von dem man viel lernen kann)

### Kulinarisches Meeting in Heidelberg, Di. 28. Juni, 13 – 14 Uhr

(Das kulinarische Menü, 16,80€, und die Location sind konkurrenzlos in HD)

### Kulinarisches Meeting in Mannheim, Fr. 15 Juli, 13 – 14 Uhr

(in einem preisgünstigen italienischen Kult-Restaurant in der Neckarstadt)

### KulturMeeting Heidelberger Schloss, So. 17. Juli, 15 – 19 Uhr

Schloss-Führung mit Fred Raitchel

### Betriebsbesichtigung Palatin/Wiesloch Fr. 16. September, 15 – 16.30 Uhr

Blick hinter die Kulissen eines regionalen Kongresszentrums

### Stadtbummel in Wiesloch Fr. 16. September, 17 – 19 Uhr

Erkundung eines regionalen Unterzentrums mit seinen Leistungsträgern

### Kulinarisches Meeting in Wiesloch Fr. 16. September, 19 – 22 Uhr

Candlelight-Dinner im Palatin

### Betriebsbesichtigung BASF Fr. 14. Oktober, 9 – 13 Uhr

1/2 Tag volles Programm bei einer Weltfirma

Alle Events werden auf XING ausgeschrieben mit Ort, Inhalten und Teilnahmegebühr. Bei Anmeldung (unverbindlich) wird eine pdf zugeschickt mit näheren Angaben. Durch die Überweisung der Teilnahmegebühr erst wird der Platz reserviert.

## DESIGN-WETTBEWERB: DIE BESTEN VISITENKARTEN

Zum 1. Juni schreibt der HEIDELBERG BUSINESS CLUB einen Design-Wettbewerb aus: „Die besten Visitenkarten“. Bewerben kann sich jedes HBC-Mitglied mit der eigenen Visitenkarte, jeder Grafik-Dienstleister im HBC mit 3 Visitenkarten, die für andere gestaltet wurden. Es gibt 1200€ Preisgelder zu gewinnen. Eine breit besetzte Jury unter Leitung von Claus Petschmann und Andreas Sieniatowicz führt die Bewertung der Visitenkarten aus. Alle eingesandten Visitenkarten werden in einer Broschüre „Marketing via Visitenkarte“ im September veröffentlicht. Die Verleihung der 12 Preise findet statt im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung. Die Ausschreibung läuft vom 1. Juni bis zum 31. Juli 2016. Einsendungen werden in der Reihenfolge des Einganges berücksichtigt. Die Wettbewerbsunterlagen sind auf XING in unserer Gruppe als Event mit dem Titel „Design-Wettbewerb“ eingestellt.

