Johannes Müller
Wirtschaftsberatung (BDU)
Finanzkommunikation und
Unternehmenssteuerung

Informationen aus der Beraterpraxis

Finanzkommunikation & Finanzierung

Fotolia: #90649332 | Urheber: NicoElNino

Liebe Mandanten, Geschäftspartner und Interessenten,

eine aktuelle Umfrage der Bundesbank unter Finanzinstituten zum Kreditgeschäft bestätigt unseren Eindruck, dass die Banken aktuell ihre Kreditvergabestandards weiter kräftig gesenkt haben. Große Unternehmen profitieren am meisten davon, stärker als kleine und mittelgroße Unternehmen.

Ein wichtiger Grund für diese Entwicklung ist die Konkurrenz der Banken untereinander. Sie trägt stark zur Lockerung bei. Der Wettbewerb findet nicht nur bei den Zinskosten statt. Vielfach stellen wir fest, dass weniger Sicherheiten verlangt oder auf Nebenvereinbarungen verzichtet wird. Die Kreditvergabe ist für viele Unternehmen somit leichter und unbürokratischer geworden.

Viele unserer Mandanten legen jedoch seit der Finanzkrise mehr Wert auf Unabhängigkeit von Ihrer Hausbank. Ihnen möchten wir in unserer Veranstaltung am 1.Februar 2018 in Herford Finanzierungsalternativen aufzeigen. Wir befassen uns mit dem Lieferantenkredit, mit Zuschüssen und öffentlicher Förderung besonders für Digitalisierungsvorhaben sowie einer speziellen Form der Einkaufsfinanzierung, dem Finetrading.

Wie kleine und mittlere Unternehmen von diesen Finanzierungslösungen profitieren, lesen Sie vorab hier.

Herzlichst Ihr

Johannes Müller

Inhalt

Kompetenzbereiche der Johannes Müller Wirtschaftsberatung (BDU)

Krisenmanagement	Personal & Arbeitswelt 4.0
Digitalisierung & IT	Marketing & Vertrieb
Veränderungs-management	**Finanzkommunikation & Finanzierung**
Nachfolge / Mergers & Acquisitions	Sonderthemen

- Wenn Kunden nicht zahlen: Forderungsausfälle versichern - Liquidität sicherstellen 2
- Hohe Kosten hemmen die Digitalisierung im Handel - mit Finetrading Liquidität gewinnen 5
- Mehr Geld für mehr Gewinn - durch sinnvolle Digitalisierung mit Förderung 7
- Veranstaltung 1.2.2018: Zeitgemäße Finanzierung ohne klassische Sicherheiten 11
- SPOT / Termine 13

Mitglied im BDU
Bundesverband Deutscher Unternehmensberater e.V.

Wenn Kunden nicht zahlen: Forderungsausfälle versichern – Liquidität sicherstellen

Finanzkommunikation & Finanzierung

Von Carsten Müller

Unternehmer scheuen nicht das Risiko, sonst wären sie keine Unternehmer. Eine behutsame Abwägung von Chancen und Risiken geht jedoch allen Entscheidungen voraus. Wenn die Umsätze die Eine-Million-Schwelle übersteigen und die Produktion brummt, sollten Unternehmen ein Geschäftsrisiko, das schneller eintreten kann als gedacht, besonders ins Visier nehmen, den Forderungsausfall. Ein wichtiger Kunde geht in die Insolvenz, obwohl sein Produkt schon produziert wurde oder ein zweiter großer Kunde zahlt verspätet. Treffen beide Fälle womöglich fast zeitgleich ein, kann ein Unternehmen schnell in Liquiditätsnöte geraten. Das muss nicht sein. Eine Forderungsausfallversicherung, oder auch Warenkreditversicherung genannt, schützt vor hohen finanziellen Schäden und sichert insbesondere kleine und mittlere Unternehmen ab, die mit wenigen Kunden hohe Umsätze machen.

Was ist eine Forderungsausfallversicherung oder Warenkreditversicherung?

Wenn Unternehmen ein Produkt oder eine Dienstleistung für ihre Kunden erstellen, liegen in der Regel einige Wochen oder sogar Monate zwischen der Lieferung und Bezahlung. Das heißt, der Lieferant gewährt seinem Kunden einen Lieferanten- oder Warenkredit. Zahlt der Kunde nicht in der vereinbarten Frist oder womöglich gar nicht, droht die Forderung, die der Lieferant gegenüber seinem Kunden hat, auszufallen. Die Versicherung, die den gewährten Warenkredit oder drohenden Forderungsausfall übernimmt, heißt daher Forderungsausfall- oder Warenkreditversicherung. Beide Begriffe werden gleichermaßen verwendet.

Welche Schäden decken Forderungsausfall- oder Warenkreditversicherungen ab?

Die Forderungsausfallversicherung deckt – wie der Name schon sagt – den Ausfall zumeist kurzfristiger Forderungen (Fälligkeit unter einem Jahr) gegenüber einem Kunden ab, der bspw. wegen einer Insolvenz zahlungsunfähig geworden ist. Es ist eine Kreditversicherung, die den Lieferanten vor Geschäftsrisiken schützt, die ihn bei Eintritt womöglich selber in Liquiditätsschwierigkeiten bringen könnten. In jedem Fall übernimmt die Versicherung nicht nur die Auszahlung des Forderungsverlustes, sondern auch die Bonitätsprüfungen der Kunden. Ob die Versicherung die komplette Forderung oder nur Teile übernimmt, ob sie Ausfälle des gesamten Kundenstamms oder eines bestimmten Kundenkreises übernimmt, hängt von dem jeweiligen Vertrag ab.

Carsten Müller

Johannes Müller Wirtschaftsberatung

Dipl.-Bankbetriebswirt
Gesellschafter

Risikomanagement
Unternehmenssteuerung
Finanzkommunikation

„Die Forderungsausfall- oder auch Warenkreditversicherung ist eine Kreditversicherung, die den Lieferanten vor Geschäftsrisiken schützt, die ihn bei Eintritt womöglich selber in Liquiditätsschwierigkeiten bringen könnten."

Werden auch Forderungsausfälle bei Exportgeschäften abgedeckt?

Bei Auslandsgeschäften deckt die Warenkreditversicherung meistens nicht wirtschaftliche, sondern eher verschiedene politische Risiken ab, die zu Zahlungsausfällen führen könnten. Bspw. eine instabile politische Lage, einen Krieg oder mögliche Beschränkungen von Regierungen beim Handels- oder Devisenverkehr.

Gehören Forderungsausfälle nicht zum normalen Geschäftsrisiko? Warum sollte sich ein Unternehmen extra versichern?

Es lässt sich für ein Unternehmen nur schwer vorhersagen, welche Kunden zahlungsunfähig werden und welche nicht. Fakt ist jedoch, dass über die Hälfte aller Zahlungsausfälle bei Kunden vorkommen, mit denen Unternehmen eine langfristige Geschäftsbeziehung pflegen. Wenn kleine und mittlere Unternehmen einen großen Teil ihres Umsatzes mit wenigen Kunden erzielen, ist Vorsicht geboten. Unverschuldete Ausfälle können gesunde Lieferanten schnell in Zahlungsprobleme bringen und womöglich eine ernsthafte Schieflage des Lieferantenunternehmens verursachen. Es müssen nicht nur die verlorenen Umsätze kompensiert werden, um kostendeckend arbeiten zu können, auch wichtige Liquidität geht durch die Forderungsausfälle verloren.

„Fakt ist, dass über die Hälfte aller Zahlungsausfälle bei Kunden vorkommen, mit denen Unternehmen eine langfristige Geschäftsbeziehung pflegen."

Ab wann lohnt eine Warenkreditversicherung? Wann und wie hoch wird gezahlt?

Für kleine und mittlere Unternehmen, die mit wenigen Kunden einen Umsatz von mehr als eine Million Euro machen und bei denen es um kurzfristige Forderungen mit einer Fälligkeit unter einem Jahr handelt, sollten eine Warenkreditversicherung in Betracht ziehen. Je nach Vertrag werden 80-100 % ausgezahlt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Versicherungsschutz erst eintritt, wenn die Rechnungsstellung erfolgt ist, gemahnt wurde und nach ein bis zwei Monaten immer noch kein Geld eingetroffen ist. Erst dann ist das Nichtzahlen ein rechtskräftiger Tatbestand und der Versicherungsfall eingetreten.

Welche Voraussetzungen werden geprüft?

Eine Forderungsausfallversicherung umfasst eine detaillierte Bonitätsprüfung der Kunden. U.a. werden Bankauskünfte eingeholt oder Bilanzen geprüft. Es wird alles dafür getan, die Kreditwürdigkeit eines Abnehmers so genau wie möglich einschätzen zu können, also das Risiko zu bewerten. Für das Lieferantenunternehmen und den Anbieter der Warenkreditversicherung ist die Vermeidung des Schadens das Wichtigste. Wenn der Versicherungsfall eingetreten ist, gilt es ihn zu minimieren und erst an letzter Stelle steht die Schadensvergütung.

Komponenten, die die Kosten einer Warenkreditversicherung beeinflussen

In der Regel bemisst sich die Prämie nach einem Prozentsatz vom Umsatz. Die Kosten hängen darüber hinaus von vielen Faktoren ab. Beispielsweise wird die Ausfallquote der Branche mit der des Lieferantenunternehmens verglichen. Die Leistungen des eigenen Kreditmanagements im Unternehmen können bis zu einer bestimmten Summe erfolgen, erst darüber hinaus übernimmt das Versicherungsunternehmen. Auch die Größe des Kundenstamms ist von Bedeutung: Werden alle Kunden in die Versicherung mit einbezogen sind die Prämien teurer, als wenn nur wenige Kunden mit einem gewissen Umsatzanteil ins Visier genommen werden.

Welche Vorteile hat ein Unternehmen durch eine Warenkredit- oder Forderungsausfallversicherung?

- verbesserte Kontrolle von Lieferantenkrediten
- gezieltes Risikomanagement
- Absicherung gegen überproportional hohe Zahlungsausfälle
- generell bessere Absicherung gegen Forderungsausfälle
- sicherere Planungsgrundlagen (Umsatz, potenzielle Kunden)
- verbessertes Umlaufvermögen, bessere Liquidität und damit besseres Rating bei Krediten
- stärkeres internes Kreditmanagement durch Unterstützung des Versicherers

Mehr zur Warenkreditversicherung am 1.Februar 2018 auf unserer Veranstaltung

Zeitgemäße Finanzierung ohne klassische Sicherheiten - Investitionen in die Digitalisierung finanzieren - neuer Umgang mit Lieferantenkrediten

Lieferantenkredit - Der richtige Umgang mit der Warenkreditversicherung

Kreditversicherung in Ihrer Unternehmensfinanzierung

Ulrik Schumann
Manager Credit Risk

Euler Hermes Deutschland

Kurzprofil Euler Hermes
Die Euler Hermes SA ist eine Kreditversicherungsgruppe mit Sitz in Courbevoie bei Paris. Das Unternehmen ist mit einem Marktanteil von rund 35 Prozent weltweiter Marktführer in dieser Sparte. Euler Hermes ist Weltmarktführer im Warenkreditversicherungsgeschäft. Mit 6.140 Mitarbeitern in über 50 Ländern bietet Euler Hermes ein komplettes Spektrum an Dienstleistungen für das Forderungsmanagement an. Die deutsche Niederlassung Euler Hermes Deutschland, mit Sitz in Hamburg, ist mit einem Marktanteil von rund 40 Prozent Deutschlands führender Kreditversicherer. *Quelle: Wikipedia.* ***www.eulerhermes.de***

Hohe Kosten hemmen die Digitalisierung im Handel - Finetrading schafft Liquidität

Finanzkommunikation & Finanzierung

Dirk Oliver Haller

Deutsche Finetrading AG

Vorstand

Von Dirk Oliver Haller

Der deutsche Fach- und Einzelhandel befindet sich in einer epochalen Umbruchphase: Die Transformation von stationärem Handel zum Onlinehandel sowie die zunehmende Marktmacht großer Handelsketten sind vor allem für kleinere Einzelhändler eine immense Herausforderung. Wer sich auf Dauer im schärfer werdenden Wettbewerb halten will, braucht innovative Strategien für das stationäre und digitale Geschäft. Allerdings stehen gerade kleinere Handelsunternehmen vor hohen Hürden, wenn es um die Erschließung des Onlinehandels als zusätzlichen Vertriebskanal geht. Das zeigt die aktuelle Einzelhandelsstudie 2017, die gemeinsam vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und der Universität Regensburg erstellt wurde.

Während mehr als die Hälfte der großen Handelsbetriebe einen eigenen Onlineshop betreibt, liegt der Anteil der Shopbetreiber im Segment der kleinen Händler bei lediglich 30 Prozent. Dabei sehen Experten die besten Zukunftsaussichten für Handelsunternehmen in der Verknüpfung von stationärem und digitalem Handel – ein Fakt, der auch von bislang ausschließlich stationär agierenden Händlern durchaus wahrgenommen wird: Jeder vierte Befragte erwartet auf Sicht der nächsten fünf Jahre rückläufige Umsätze im klassischen Ladengeschäft.

Kleinere und mittelständische Händler unter Druck

Doch die Einführung des Onlinehandels als zweites Standbein ist für Händler oft nur mühsam zu bewerkstelligen. Noch vor Zeitmangel und fehlenden personellen Ressourcen stehen die hohen Kosten ganz oben auf der Rangliste der Hindernisse beim Aufbau eines Onlineshops. Gut sechs von zehn Befragten gaben an, dass hohe Kosten ein wichtiges oder sehr wichtiges Kriterium dafür gewesen seien, vorerst auf die Einrichtung einer Onlinepräsenz zu verzichten. Gerade aus Sicht kleinerer und mittelständischer Handelsunternehmen, deren Margen, aufgrund des immer schärferen Wettbewerbs, mehr denn je unter Druck stehen, erscheint das Kostenargument plausibel. Doch wer nicht investiert, riskiert auf lange Sicht den Verlust von Marktanteilen und gefährdet möglicherweise sogar die Zukunftsfähigkeit seines Betriebs.

Moderne Einkaufsfinanzierung schafft Liquidität für notwendige Investitionen

Für Händler gilt es daher Wege zu finden, um die Ertragslage und Liquidität des Unternehmens so zu optimieren, dass für die Finanzierung von Online-Investitionen ausreichende Eigenmittel zur Verfü-

gung stehen. Ein bedeutsamer Ansatzpunkt ist hierbei die Einkaufsfinanzierung – immerhin sind im Warenbestand häufig liquide Mittel in beträchtlicher Höhe gebunden. Das gilt vor allem dann, wenn der Händler vorwiegend saisonale Produkte anbietet und einige Monate zwischen Beschaffung und Verkauf zwischenfinanzieren muss. Erschwerend kommt oft hinzu, dass kleine Händler im Einkauf weitaus engere Zahlungsziele vorgegeben bekommen als Großabnehmer, die ihre Marktmacht auch beim Aushandeln der Zahlungskonditionen ausspielen können.

Liquidität kann durch Finetrading erhöht werden

Mit Finetrading als einfach zu handhabendem Finanzierungsinstrument können auch kleinere und mittelständische Handelsbetriebe ihre Einkaufskonditionen verbessern und Liquidität generieren. Der Finetrader schaltet sich dabei als Zwischenhändler ein, bezahlt die Rechnung des Lieferanten sofort und gewährt dem Händler ein bis zu sechsmonatiges Zahlungsziel. Doppelter Vorteil: Dank der großzügig bemessenen Zahlungsfrist kann der Händler nicht nur die liquiden Mittel erhöhen, sondern die Sofortzahlung durch den Finetrader in der Konditionenverhandlung mit dem Lieferanten als Argument einsetzen. „Nun gilt es die richtigen Antworten zu finden, um langfristig im Wettbewerb bestehen zu können", schreiben die Autoren der Einzelhandelsstudie. Eine der Antworten ist der Einsatz moderner Finanzierungsinstrumente wie Finetrading, um für die mit der Digitalisierung verbundenen Investitionen, Liquidität zu schaffen. Und das gilt letztendlich für den Handel genauso wie für die Industrie.

„Finetrading ist ein modernes Finanzierungsinstrument, um für die, mit der Digitalisierung verbundenen Investitionen, Liquidität zu schaffen. Und das gilt letztendlich für den Handel genauso wie für die Industrie."

Mehr zur Projektfinanzierung mit Finetrading am 1.Februar 2018 auf unserer Veranstaltung

Zeitgemäße Finanzierung ohne klassische Sicherheiten - Investitionen in die Digitalisierung finanzieren - neuer Umgang mit Lieferantenkrediten

Flexible Projektfinanzierung mit Finetrading

Eine bankenunabhängige Lösung im nationalen sowie internationalen Projektgeschäft

Dirk Oliver Haller
Vorstand

Deutsche Finetrading AG

Kurzprofil Deutsche Finetrading
Die Deutsche Finetrading AG (DFT AG) ist ein Familienunternehmen in Ladbergen bei Münster mit langjähriger Erfahrung im Segment der Warenvorfinanzierung, dem sog. Finetrading. Die Finanzierung des Wareneinkaufs eignet sich ab einem Finanzierungsbedarf ab 50.000 Euro. Die DFT liefert individuelle Finanzierungslösungen und arbeitet mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern Hand in Hand. Durch die langjährige Erfahrung bietet die DFT schnelle, effiziente und flexible Prozesse an. *Quelle: Deutsche Finetrading AG.* ***dft-ag.de***

Mehr Geld für mehr Gewinn - durch sinnvolle Digitalisierung mit Förderung

Finanzkommunikation & Finanzierung

Von Michael Wandt

Im Januar 2018 gibt es in Deutschland 2.461 Förderprogramme, davon gelten 625 in NRW. Bundesweit sind 210 Förderprogramme für die Digitalisierung vorgesehen. Es werden dieses Jahr rund 170 Mrd. Euro an Unternehmen weitergereicht (vgl. Tabelle). Die Förderung der Digitalisierung für Unternehmen ist eine Mischung von Fördermitteln, die ohne Sicherheiten vergeben werden (rückzahlbare und nicht rückzahlbare) und solchen, die eine Haftungsentlastung für die Hausbank bieten. Dabei kann die Beratung, die Realisierung und die Pflege des digitalen Projektes bezuschusst und finanziert werden.

	Bund	EU	Länder	Summe
Zuschüsse	34	1	151	186
Darlehen	2	0	22	24
Summe	**36**	**1**	**173**	**210**

Quelle: WABECO Fördermittelberatung BDU - Januar 2018

Bei der Digitalisierung von Unternehmen unterscheidet man die Prozesse und Strategien von den verwendeten Technologien. Zuerst stellt sich die Frage, welches Problem gelöst werden soll bzw. welche zusätzlichen Möglichkeiten sich ergeben. Unternehmen erkennen schnell, wie sie mit der passenden Förderung Kosten reduzieren, die Liquidität verbessern, die Marge erhöhen, Mitarbeiter schulen und den Wert des Unternehmens nachhaltig steigern.

Die Prozesse und Strategien beziehen sich auf die

- Rolle des Kunden
- Simulation
- Standardisierung
- Anpassung/Änderung laufender Aufträge
- Big Data
- die teilweise Nutzung von Investitionsgütern.

Die Technologien, die hierbei genutzt werden, sind:

- AR/VR
- Cloud-Computing
- M2M Kommunikation
- QR-Code
- RFID
- Sensoren / Sensorsysteme

Michael Wandt

WABECO Fördermittelberatung BDU

Dipl.-Wirtsch.-Ing.
Direktor Fördermittel-management

Vieles ist hierbei nicht neu und vieles ist einfach Automation. Der Erfolg der Nutzung hängt dabei vom Markt und von den Unternehmen ab. Weiter geht es mit sogenannten „smart products" und ggf. daraus resultierenden „digital enabled business models", also den digitalen Geschäftsmodellen. Bei der Frage, welche digitale Strategie für Unternehmen die richtige ist, kommt es zu einer strukturellen Betrachtung des Unternehmens (Verantwortung, Möglichkeiten, Fähigkeiten) und den Fragen der Veränderungen.

Diese betreffen

- **Produkte und Prozesse (alles wird smart)**
  - Lebenszyklusmanagement
  - Produktion
  - Lieferkette (Wertschöpfungskette)
  - Dienstleistungen
  - Marketing und Vertrieb

- **Infrastruktur und Technologie**
  - Big Data und Analyse
  - Cloud-Dienste
  - Verbindungsmöglichkeiten und Sicherheit
  - Architektur und Anwendungsintegration

- **Teilnehmer und Ökosysteme**
  - Firma
  - Kunden
  - Lieferanten
  - Partner
  - Social Media und Crowd

- **Zugänge und Verbindungsmöglichkeiten**
  - Sensoren
  - Mobile Geräte
  - Roboter
  - M2M
  - Additive Fertigung

Alle diese Themen sind keine Selbstläufer. Nicht alles ist für jeden gleich gut und sinnvoll. In der Findungsphase bieten Bund und Land Zuschüsse für die Beratung. Der Bund gibt an Unternehmen bis 100 Mitarbeiter und Umsatz/Bilanz bis 20 Millionen Euro, maximal 550 Euro pro Tag für 30 Tage (16.500 Euro Zuschuss). Das Land NRW fördert in zwei Stufen bis 25.000 Euro. In der Investitionsphase gibt es teilweise, je nach Bundesland, Zuschüsse für die Digitalisierungselemente (z.B. Verbindung der Sensorik von Maschinen mit dem ERP -System u.v.m.) oder Zuschüsse bis zu 50.000 Euro (Beispiel Digitalbonus Bayern). Darüber hinaus sind „reine Digitalzuschüsse" für Investitionen selten möglich. Eher werden Darlehen bereitgestellt.

Die Vorteile dieser Förderdarlehen sind:

- lange Laufzeiten (drei bis zehn Jahre)
- späte Tilgung (ab dem 2. oder 3. Jahr oder endfällig)
- geringe Zinsen (1,29 für 5 Jahre fest, 1,59 für 10 Jahre fest)
- Vergrößerung des Blankospielraums für Banken (beispielsweise von 100.000 Euro auf 335.000 Euro – Faktor 3,3).

Zusätzlich sind alle anderen Fördermöglichkeiten gegeben. So sind Standorte in den Kreisen Herford, Lippe, Höxter und der Stadt Bielefeld regionale Fördergebiete, wie es viele in Deutschland gibt. So kann man zur Schaffung von Kapazitäten, unabhängig von der Digitalisierungsfrage, Standortzuschüsse bekommen. Bis zu 30 Prozent (je nach Standort) sind möglich. Ähnliches gilt für alle Umwelt-, Energie- und Energiesparinvestitionen. Hier sind Zuschüsse bis zu 65 Prozent nach dem Mehraufwandsprinzip möglich. Dieser Mehraufwand kann die ganze Investition betreffen.

„Die Förderprogramme benötigen alle Antworten auf die Fragen, wer wieviel Geld wofür benötigt."

Wie kommen Sie zu Ihrem Zuschuss, Ihrer Spielraumerweiterung oder Ihrer Haftungsreduzierung?

Die Förderprogramme benötigen alle Antworten auf die Fragen, wer wieviel Geld wofür benötigt: Der Antragsteller (Wer?) gehört einer Branche an einem Standort an und hat eine bestimmte Größe und wirtschaftliche Ausgangslage. Er ist ggf. in einem Unternehmensverbund oder in Beteiligungsstrukturen eingebunden. Die Notwendigkeit der Förderung ist zu belegen. Das ist je nach Investitionsvorgang sehr unterschiedlich zu machen. Es kommt darauf an, ob das Unternehmen einem Thema folgt, wie bspw. der Digitalisierung, etwas entwickelt, stark wächst oder restrukturiert. Sehr oft gibt es einen Grund, eines der Vorhaben zu fördern.

Der Kapitalbedarf (Wieviel Geld?) bestimmt die Suche nach den Förderprogrammen und ist ein wichtiger Suchfilter. Es gibt Programme, die maximal 3.000 Euro fördern und anderen, die unter 50 Mio. Euro nicht genutzt werden können. Dazwischen gibt es viele Abstufungen. Hier ein paar Grenzen:

- kleine Gründungen (bis 100.000 Euro pro Gründer)
- große Gründung (bis 1,7 Mio. Euro pro Gründer)
- kleine Investitionen (bis 150.000 oder 250.000 Euro)
- mittlere Investitionen (bis zwei Mio. Euro)
- große mittlere Investitionen (bis fünf oder sieben Mio. Euro)
- große Investitionen (ab fünf bis 50 Mio. Euro)
- Projektfinanzierungen (ab 50 Mio. Euro)

Die eigentliche Verwendung der Gelder (Wofür?) bestimmt das Themenfeld der Förderung, also den Sachgrund, und verweist auf Rahmenprogramme, Einzelprogramme und Aufrufe zur Einreichung von Anträgen. Solche Themenfelder sind:

- Unternehmenskauf
- Gründung
- Wachstum
- Innovation
- Umweltschutz
- Ausland
- Konsolidierung
- Schaffung und Erhaltung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen
- Unternehmensberatung

Es gilt stets der Einzelfall. Für Unternehmen ist es relevant zu prüfen, wie hoch eine Förderung ausfallen kann und welche Vorteile das für das Unternehmen bzw. Vorhaben bringt. Unternehmen, die Zuschüsse für Projekte erhalten, gehören zu den besten 25 Prozent ihrer Branche. Die Zuschüsse reduzieren Kosten und Risiken und verbessern die Liquidität, erhöhen den Gewinn und den Unternehmenswert. Unternehmer müssen für sich nur prüfen, ob die Interessen des Unternehmens sich mit den Interessen der Fördergeber decken. Genau dort - und nur dort - werden erfolgreiche Projekte gefördert und umgesetzt. Das ist im Bereich der Digitalisierung genauso. Und eins noch: kein Antrag, kein Zuschuss.

Mehr zur Finanzierung der Digitalisierung durch Fördermittel am 1.Februar 2018 auf unserer Veranstaltung

Zeitgemäße Finanzierung ohne klassische Sicherheiten - Investitionen in die Digitalisierung finanzieren - neuer Umgang mit Lieferantenkrediten

Finanzierung und Förderung von Digitalisierungsinvestitionen und der Umsetzungskosten

Wie Unternehmen in der Region von öffentlichen Fördergeldern profitieren.

Michael Wandt
Direktor

WABECO Fördermittelberatung BDU

Kurzprofil WABECO
Die WABECO Fördermittelberatung BDU ist spezialisiert auf die betriebswirtschaftliche Beratung im Bereich der öffentlichen Fördermittel und Subventionen im Speziellen. Direktor Michael Wandt ist seit 1982 wissenschaftlich mit den Effekten von Förderungen befasst und begleitet seit 1986 Unternehmen durch die Antragsverfahren. Seitdem haben er und sein Team 16.000 Fördervorhaben begleitet. Von 2001 bis 2011 lehrte Wandt Investitionsgütermarketing an der Technischen Hochschule Mittelhessen. Seit 2014 ist er verantwortlicher Lehrbeauftragter und Prüfer der Hochschulausbildung „Zertifizierte(r) Fördermittelberater (FH)" an der Hochschule Kaiserslautern.
www.wabeco.de

MüllerForum 2018
Einladung

After-Work-Informationsveranstaltung am **Donnerstag, 1.Februar 2018, 17:00 - 20:00 Uhr,**
Hotel Waldesrand, Zum Forst 4, 32049 Herford

Zeitgemäße Finanzierung ohne klassische Sicherheiten

Investitionen in die Digitalisierung finanzieren - neuer Umgang mit Lieferantenkrediten

In unserer ersten Veranstaltung im neuen Jahr zeigen wir Ihnen auf, wie Sie Investitionen in die Digitalisierung mit modernen Finanzierungsalternativen auch ohne klassische Sicherheiten realisieren können, welche öffentlichen Fördergelder zur Verfügung stehen, und wie Sie mit Lieferantenkrediten insgesamt flexibler agieren können. Hierzu konnten wir renommierte Referenten von Euler Hermes, der Deutschen Finetrading sowie der WABECO Fördermittelberatung gewinnen und laden Sie herzlich zu unserer ersten Informationsveranstaltung im neuen Jahr ein.

17:00 Uhr Empfang mit Kaffee/Tee und Gebäck **anschließend** Vorträge (ca. jeweils 20 Min.)	
Einführung in das Thema **Kredite ohne klassische Sicherheiten** Wie Sie Zukunftsinvestitionen individuell und sachgerecht finanzieren können.	 **Johannes Müller** Gesellschafter Johannes Müller Wirtschaftsberatung (BDU)
Forderungen absichern - Liquidität schaffen **Lieferantenkredit - Der richtige Umgang mit der Warenkreditversicherung** Kreditversicherung in Ihrer Unternehmensfinanzierung	 **Ulrik Schumann** Manager Credit Risk Euler Hermes Deutschland
Optimierung der Einkaufsfinanzierung **Flexible Projektfinanzierung mit Finetrading** Eine bankenunabhängige Lösung im nationalen sowie internationalen Projektgeschäft	 **Dirk Oliver Haller** Vorstand Deutsche Finetrading AG
Fördertöpfe für Investitionen **Finanzierung und Förderung von Digitalisierungsinvestitionen und der Umsetzungskosten** Wie Unternehmen in der Region von öffentlichen Fördergeldern profitieren.	 **Michael Wandt** Direktor WABECO Fördermittelberatung BDU
im Anschluss Abend-Imbiss Möglichkeit für persönliche Gespräche	

Wir würden uns sehr freuen, Sie bei unserer Informationsveranstaltung als Gast zu begrüßen. Verbinden Sie zwischen Arbeit und Feierabend aktuelle Informationen mit interessanten Gesprächen und erfahren Sie konkrete Maßnahmen und Schritte zur Umsetzung. Unsere Referenten stehen Ihnen darüber hinaus im Anschluss für ein persönliches Gespräch gerne zur Verfügung.

EULER HERMES Our knowledge serving your success · Deutsche Finetrading AG · wabeco Subventionslotse® · Johannes Müller Wirtschaftsberatung (BDU) Finanzkommunikation und Unternehmenssteuerung

MüllerForum 2018
Anmeldung

Johannes Müller
Wirtschaftsberatung
GmbH & Co. KG
Holtkampstr. 8
32257 Bünde
Tel. : 05223 - 13144

Fax: 05223 13188
E-Mail: assistenz@mueller-beratung.de

Bitte zeitnah zurücksenden, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist.

ANTWORTBOGEN

für die After-Work-Informationsveranstaltung **„Zeitgemäße Finanzierung ohne klassische Sicherheiten - Investitionen in die Digitalisierung finanzieren - neuer Umgang mit Lieferantenkrediten"** von 17:00 Uhr bis 20:00 Uhr im Hotel Waldesrand, Zum Forst 4 in 32049 Herford.

☐ Ich nehme an der Veranstaltung am **1.Februar 2018** teil.

☐ Ich kann leider **nicht** teilnehmen, möchte aber zur nächsten Veranstaltung eingeladen werden.

Name _____ Unternehmen _____

Adresse _____

E-Mail / Telefon _____

Datum _____ Unterschrift _____

MüllerForum 2018
Veranstaltungsort

Anfahrt:
Hotel Waldesrand

Hotel Waldesrand Stranghöner GmbH & Co. KG

Zum Forst 4 in 32049 Herford
Tel.: 05221 92 320

Verkehrsanbindungen:

•Autobahn A2 / Abfahrt Herford Ost	-> ca. 2 km
•Autobahn A30 / Abfahrt Kirchlengern	-> ca. 9 km
•Zentrum Herford	-> ca. 4 km
•Bahnhof Herford	-> ca. 4 km

SPOT

www.toonspool.com

Save the date

After-Work-Informationsveranstaltung

Zeitgemäße Finanzierung ohne klassische Sicherheiten

Investitionen in die Digitalisierung finanzieren - Neuer Umgang mit Lieferantenkrediten

Referenten: Johannes Müller (Johannes Müller Wirtschaftsberatung), Ulrik Schumann (Euler Hermes), Dirk Oliver Haller (Deutsche Finetrading), Michael Wandt (WABECO)

Donnerstag, 1. Februar 2018, 17:00 – 20:00 Uhr,
Hotel Waldesrand, Zum Forst 4, 32049 Herford

Seminar Finanzkommunikation

Erfolgreiche Gespräche mit Kapitalgebern

Referent: Johannes Müller

Donnerstag, 15.Februar 2018, 09:00 – 13:00 Uhr,
IHK Hannover, Schiffgraben 49, 30175 Hannover

Impressum

Herausgeber:
Johannes Müller Wirtschaftsberatung
GmbH & Co KG
johannes.mueller@mueller-beratung.de

Koordination und Text:
Andrea Câmen
andrea.camen@mueller-beratung.de

Holtkampstraße 8
32257 Bünde
Tel. 05223 13144
Fax 05223 13188
www.mueller-beratung.de

Die Autoren dieser Ausgabe stehen Ihnen für weitere Informationen zur Verfügung. Bitte schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an.

Bei der Ausarbeitung dieser Veröffentlichung haben wir vertrauenswürdige Unterlagen und Informationen verwendet. Trotz sorgfältiger Bearbeitung können wir keine Haftung für die Richtigkeit des Inhalts übernehmen. Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vertreibung, Vervielfältigung, Mikrokopie und Einarbeitung in elektronische Medien sowie das Recht der Übersetzung in Fremdsprachen für alle veröffentlichten Beiträge bleiben vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.