



Tagung – 13. Oktober 2009 im WIFI Wien
Währinger Gürtel 97
1180 Wien

„Graue GründerInnen“ - UnternehmerInnentum und Ältere

Tagungsprogramm

8.00 – 9.00	Check-In
9.00 – 9.15	Beginn, Moderation: Mag. Karin Steiner – abif Begrüßung: Wirtschaftskammer Wien
9.15 – 9.45	Die Gründerfallen • Mag. Lorenz Wied, MBA, Universitätslektor am Institut für Unternehmensgründung und –entwicklung in Linz sowie Präsident von Trout & Partners
9.45 – 10.15	Erfolgsnetzwerk „40plus“ • Dipl.-Kffr. Kristiane von dem Bussche, Mitbegründerin des Netzwerks 40plus (www.40plus-bonn.de)
10.15 – 10.45	Ältere JungunternehmerInnen. Graue Panther springen höher! • Dr. Josef Siess, Geschäftsführer von EUSPUG (Europäisches Service für Personalvermittlung und Unternehmensgründung)
10.45 – 11.15	Kaffeepause
11.15 – 12.00	Was ältere GründerInnen sagen ... (Best-Practice-Beispiele) • Brigitte Egger, Masseurin • Karin Maria Steurer, Image Matters e.U. • Milan Oborny, Geschäftsführer des Hotels Graf Stadion
12.00 – 13.00	Podiumsdiskussion zum Thema: „Wie kann das Potenzial von Älteren am Arbeitsmarkt noch stärker gefördert und genutzt werden?“ • Gerlinde Lonin, WWFF Frauenservice • Mag. Verena Schermann, Gründer-Service WKW • Dipl.-Kffr. Kristiane von dem Bussche, Netzwerk 40plus • Dr. Josef Siess, Geschäftsführer von EUSPUG • Mag. Lorenz Wied, MBA, Institut für Unternehmensgründung und -entwicklung
13.00 – 14.00	Mittagessen

TeilnehmerInnenliste

Name	Organisation
Achtsnit, Ursula Dr.	BKA, 11/5
Bachner, Ariane	abif
Barrett, Maria Mag.	
Böhm, Andreas	
Brenner, Petra	
Buchegger, Luise	Verein Third Age Coach Austria
Bürgmann, Gerhard Ing.	
Byrden, David	self
Cazan, Constantin Mag.Dr.	
Dolleschka, Judith Mag.	Ars Austria
Egger, Brigitte	
Egger-Subotitsch, Andrea Mag.	abif
Faltus, Wolfgang Ing.	HENNGROUP Head Office OG
Ferra, Patricia DSA	BEST Institut für berufsbezogene Weiterbildung
Fischer, Sylvia	
Flor, Roman Ing	Unternehmensberater, Dipl.Systemischer
Frank, Alois Magister	WIFI Unternehmensberatung
Frühmann, Susanne	itworks
Gall, Peter	shi-de-pranzvita
Gergelyi, Günter	
Ghanad-Tavakoli, Mansour Mag.	Mata Consulting
Gheorghe, George	
Graf, Roland Dr.	Vers.
Gubic, Silvia	
Gürtner, Kurt	
Gugitscher, Margit	
Gunsam, Melitta	
Hader, Hermann DI	syst-biz Unternehmensberatung
Hagyo, Arpad	
Haydn, Franziska Mag.	abif
Heger, Katharina	WKW-Floridsdorf
Heuss, Monika	
Huber, Claudia MSc	
Ippavitz, Sylvia Mag.	Schulungszentrum Fohnsdorf
Jakesch, Cornelia	abif
Kapuy, Gerhard	itworks
Kasper, Ruth Mag.	abif
Katrycz, Monika	
Kitzwögerer, Franz	BIOVERSAL International GmbH
Klein, Sylvia Mag.	Unternehmensberatung und Wirtschafts- und
Knapp-Sattler, Brigitte Mag.	AMS Esteplatz
Kneschar, Christine Mag.	
Kopp, Alexandra Mag.	

Kopp, Aloisia Dr.	
Koppenhofer, Pia Ing.	
Kosa, Attila Mag.	Mde2Research - NPO/Austria
Kotrba, Gertraud	
Kreinjobst, Brigitte Mag.	AMS Österreich
Krejci, Rudolf	itworks
Kupferschmidt, Walter Ing	Kupferschmidt Design
Lee, Maria	
Leichtfried, Brigitte Mag.	
Leidl, Johannes Ing.	
Leitenberger, Friedrich Dipl.Ing.	
Leuprecht, Eva Mag., MA	abif
Liemert-Weiss, Ingeborg	
Lonin, Gerlinde	WWFF Frauenservice
Lösch, Susanne	
Lugmayr, Andrea Dr.	AMS Wien
Maderbacher, Franz	Austromatisierung
Mala, Peter Ing.	PPMO-Energetik
Mandl-Kemeter, Elisabeth	
Mareiner, Elisabeth	
Mattes, Hannes Ing.	
Mayer, Andrea Mag.	AMS Consult
Meindl, Sonja	
Mikula, Gerhard Mag.	ÖSB Consulting GmbH
Mikulics, Liane Bakk.	selbständig
Müller, Emmerich	Versicherungs Agentur
Neumann, Renate	Cool Consultant
Obodes, Herbert	
Oborny, Milan	Hotel Graf Stadion
Perger, Margarete Mag.	
Pfannenstiel, Herbert	
PLoll, Thomas	
Rass, Werner	tvbutler.at
Renner, Marion	
Rerych, Rosemarie Dr.	Verein Lebens- und Arbeitswelt
Ressler, Gerhard	AMS Wien
Richrath, Beatrice Dipl.-Sozialwirtin	Placementgroup
Riemer, Kurt Dr.	WKW
Roth, Martin Dr.	
Rötzer, Michaela Mag.	
Rudolf, Erwin	
Sackl, Peter	
Saric, Tatjana Dipl. Ing.	WKW, Diversity-Referat
Schäffer, Edwin Mag.	WKW - Diversity Referat
Schermann, Verena Mag.	Gründer-Service WKW Wien
Schidl, Helmut Ing.	SCHIDL CONSULT KG

Schober, Sabrina	new_work
Schulz, Katharina Mag.	
Schwarz, Eva Dr.	
Siess, Josef Dr.	EUSPUG
Sommer, Gabriele DSA	Caritas-MigrantInnenzentrum
Spittersberger, Günter	Amberon Consulting
Steindl, Harald Dr.	Wirtschaftskammer Österreich
Steindl, Margit	
Steiner, Karin Mag.	abif
Steurer, Karin Maria	Image Matters e.U.
Straner, Jürgen Mag.	Schulungszentrum Fohnsdorf
Svik, Gerhard Ing.	IT-Services Ing. Gerhard Svik
Svoboda, Julia	abif
Taimler, Edith	Büroservice Edith Taimler
Tenschert, Wolfgang	
Timotic, Aleksandar	Caritas der ED Wien
Urbanek, Georg	GSVG
Von Dem Bussche, Kristiane Dipl.-Kffr.	Netzwerk 40plus
Voykowsch, Elisabeth DSA	BbM - FSW
Wegel, Martina Magistra	WIFI Unternehmensberatung
Wied, Lorenz Mag., MBA	Trout & Partners
Wiedrich, Eva Mag. (FH)	
Winterfeld, Anita	
Wöber, Peter MAS	GründerInnenzentrum für Menschen mit
Woborsky, Martina	
Wollinger, Michael Mag.	Wirtschaftskammer Wien
Zechmeister, Horst Mag.	ÖSB Consulting GmbH
Zlabinger, Claudia	FiW

Kurzangaben: Vortragende und TeilnehmerInnen der Podiumsdiskussion

Mag. Lorenz Wied, MBA studierte Betriebswirtschaftslehre und Industrielle Fertigung an einer Fachhochschule in Deutschland und an der Johannes Kepler Universität in Linz. Zusätzlich absolvierte er ein MBA-Programm an einer amerikanischen Privatuniversität. Lorenz Wied ist Senior Partner von Trout & Partners, dem Spezialisten für strategische Positionierung und Eigentümer von Trout & Partners Middle Europe. Er berät den Mittelstand und auch JungunternehmerInnen sowie große Unternehmen, Organisationen und Körperschaften im deutschsprachigen und nicht-deutschsprachigen Raum. Er ist Berater, Autor, Universitätslektor und Vortragender in Executive MBA Programmen (u.a. an der Donau-Universität Krems und an der Johannes Kepler Uni Linz). Lorenz Wied hat das „Konzept der Positionierung“ von Jack Trout für den europäischen Markt weiterentwickelt. Jack Trout stellte als erster Produkte und Ideen in der Wahrnehmung und im Gedächtnis der KundInnen in den Mittelpunkt der Strategieentwicklung (= Konzept der Positionierung).

Dipl.-Kaufrau Kristiane von dem Bussche war nach einer klassischen Ausbildung mit Banklehre und Doppelstudium zunächst sieben Jahre in Anstellungsverhältnissen am ExistenzgründerInnenmarkt tätig, bevor sie ihr Unternehmen im Jahr 2001 gründete. Sie baute eine Vertriebsgesellschaft für einen Möbelkonzern auf, vergab Fördermittel, beriet und bewertete High-Tech-Unternehmen bei einem Venture-Capital-Geber. Kristiane von dem Bussche ist Inhaberin von Start up Consulting und Mitbegründerin des Netzwerks 40plus (www.40plus-bonn.de).

Dr. Josef Siess studierte Physik und Mathematik in Wien, Jülich, Berlin und München. Seine Promotion zum Doktor erlangte er in Wien. Josef Siess ist Gründer und Geschäftsführer des Vereins EUSPUG (Europäisches Service für Personalvermittlung und Unternehmensgründung). Seine Karriere begann Josef Siess als Explorations- und Production Engineer im BRENT Ölfeld in der Nordsee. Danach arbeitete er einige Jahre als Exportmanager bei der Kapsch AG und für die Austria Telekom sowie als Area Manager für die USA, UK, Südafrika und Indien bei Isovolta. In den beiden zuletzt genannten Staaten baute er die lokale Produktion auf. Anschließend war er als Niederlassungsleiter der Telenorma AG in Wien und als Bereichsleiter Verkauf und Marketing, Seminare, Information und Lager am Österreichischen Normungsinstitut tätig. Danach machte er sich selbstständig: Er gründete ein Unternehmen im Bereich Datamining und Data warehousing.

Brigitte Egger, wohnhaft in Admont, hat ihren Geschäftssitz in Knittelfeld in der Steiermark. 1976 bis 2008 arbeitete sie als technische Büroangestellte bei Austria Antriebstechnik, Spielberg. 1997 begann sie parallel zu ihrem Dienstverhältnis eine Ausbildung zur Heilbademeisterin und Heilmasseurin (neue Bezeichnung: Medizinische Heilmasseurin). Seit 2002 ist sie selbstständig, wobei sie bis 31.12.2008 weiterhin in dem Elektromotorenwerk tätig war. Zurzeit arbeitet sie selbstständig als medizinische Heilmasseurin und ergänzt ihr Berufsbild laufend mit Fortbildungen im diagnostischen und therapeutischen Bereich (Akkupunktmassage nach Penzel, Sanfte Wirbelregulation nach Dorn und Breuss, Gelenksmassage, effiziente Wirbelsäulenbehandlung...).

Karin Maria Steurer absolvierte nach ihrer Matura an einer berufsbildenden höheren Schule verschiedene Schulungen: Sie ist diplomierte Lebens- und Sozialberaterin, schloss eine Ausbildung zur Trainerin sowie zur diplomierten Farb- und Stilberaterin und zum diplomierten Make-up Artist ab. Darüber hinaus verfügt sie über verschiedene Ausbildung und Techniken im Persönlichkeitsbereich. Im Laufe ihrer Erwerbskarriere war Karin Maria Steurer in verschiedenen wirtschaftlichen, kaufmännischen Bereichen tätig und auch langjährig im Bildungsbereich als Trainerin, Coach und Personalberaterin. Seit 2003 arbeitet sie als freiberufliche Wirtschaftstrainerin und Coach in den Soft Skills Bereichen für die BCT Hartmann & Partner KG und für die SPC - Gschwandtner Seminare Projekte Consulting, sowie bis 2006 für Best Age Consulting. Im März 2009 gründete Karin Maria Steurer ihr eigenes Unternehmen „Image Matters e.U.“, welches im Bereich Beratung, Training, Coaching tätig ist.



Milan Oborny wurde 1941 in Nordmähren (heute: Tschechische Republik) geboren. Er studierte dort 4 Jahre lang Musik (Chorleitung und Stimmbildung) und war anschließend als Klavierlehrer tätig. Neben dem Musikunterricht begann er 1967 zusätzlich als Hotelportier und in einer Baugenossenschaft in Tschechien zu arbeiten. Nach dem Prager Frühling floh er gemeinsam mit seiner Familie nach Österreich (Wien). Seit 1999 ist er Geschäftsführer und Pächter des Hotels Graf Stadion im 8. Wiener Gemeindebezirk. Als kleines Hotel lebt es von IndividualtouristInnen aus aller Welt und kooperiert mit zahlreichen renommierten Reisebüros.

Gerlinde Lonin, geboren 1958, war 19 Jahre lang in der Privatwirtschaft tätig. Seit 10 Jahren arbeitet sie im WWFF Frauenservice in der Gründungsberatung für Frauen und ist dort spezielle Ansprechpartnerin für Gründerinnen und Unternehmerinnen. Seit 2002 hat sie die Leitung dieser Servicestelle inne. Sie bietet ein großes Netzwerk zu allen Stellen, die Unternehmertum und frauenspezifische Aktivitäten in der Wirtschaft zum Inhalt haben.

Mag. Verena Schermann startete nach ihrer HAK-Matura im Jahr 1996 ihr Berufsleben bei einem Handelsunternehmen in Wien und ist dann in die Wirtschaftskammer Wien in das gewerberechtliche Referat der Sparte Handel eingetreten. Stets auf der Suche nach neuen Herausforderungen, entschloss sie sich zum Studium der Betriebswirtschaft an der WU Wien. Im Service Center der Wirtschaftskammer Wien konnte sie das Gelernte sofort in die Praxis umsetzen und wertvolle Erfahrungen sammeln. Seit dem Jahr 2005 ist sie Geschäftsführerin der Netzwerkplattform „Junge Wirtschaft“ in Wien und darüber hinaus stellvertretende Leiterin des Gründer-Services Wien, in dem sie ihr Praxiswissen an JungunternehmerInnen und UnternehmensgründerInnen weitergibt.

Mag. Karin Steiner ist Soziologin und Geschäftsführerin von abif (analyse, beratung und interdisziplinäre forschung) und schwerpunktmäßig in folgenden Forschungsbereichen tätig: Entwicklungen am Arbeitsmarkt und Bildungssektor, Auswirkungen neuer Technologien, Evaluation im Bildungs- und Arbeitsmarktbereich. Außerdem besuchte sie 1995 eine Ausbildung zur Trainerin in rhetorischer Kommunikation (Arbeitsgemeinschaft für Sozialpsychologie). Von 2002 bis 2003 absolvierte sie die Ausbildung als systemische Coachin.

Abstracts

Die Gründerfallen

Mag. Lorenz Wied, MBA

Das Wichtigste, was GründerInnen brauchen, sind neue KundInnen, die Ihre Marke kaufen und nicht die der Konkurrenz. Darüber sind sich alle einig. Ohne Strategie sind hier GründerInnen oft verloren.

Die Strategiefalle

Die richtige Reihenfolge ist: Zuerst die Positionierung und Differenzierung erarbeiten, dann die Strategie formulieren, den Markennamen festlegen, Marketing, Vertrieb und PR fixieren. Erst dann kommt die grafische Umsetzung mit LOGO etc. GründerInnen sollten sich dafür zumindest ein bis zwei Tage mit fachlich exzellenter Betreuung Zeit nehmen. Das ist realistisch machbar! Und dann die beschlossene Strategie schriftlich festhalten.

Und ewig lockt der Preis!

„Erklären Sie den Unterschied, sonst geht es um den Preis.“ (Lorenz Wied)

Viele lassen sich einfach fast kampflös über den Preis in den Ruin treiben. Das wirksamste Gegenmittel in der Wirtschaft ist eine differenzierende Positionierung. Also etwas anderes machen als die Konkurrenz. Oder einfach alles anders machen.

PR statt Werbung

Viele tappen in die „Werbefalle“, weil sie glauben, dass sie mit Werbung neue KundInnen bekommen. Neue Ideen werden mit PR bekannt gemacht, Werbung dient später zur Bestätigung. Gute PR bedeutet Nachdenken und gute Texte schreiben.

Die Sloganfalle

Was ist ein guter Slogan? Der Slogan sollte ganz einfach erklären, warum neue KundInnen diese Marke und nicht irgendeine andere kaufen sollten. Keine Sorge, viele große Unternehmen schießen auch hier klar am Ziel vorbei.

Ein guter Slogan ist Positionierung und Differenzierung zugleich

Einige treffende Slogans: Die führende Customer Care Software Europas, Worldleader in Cement Pyroprocess Technology, Manutronic Automation, Systematisches Projektcontrolling im Objektbau. Das bietet den Einstieg ins Verkaufsgespräch.

Die Markenfalle

Gute Markennamen sind einfach, verständlich, kurz, prägnant, leicht zu sprechen und zu merken.

Wörter versus Bilder

Wir brauchen zuerst eine rationale Argumentation, warum Marken gekauft werden sollen. Diese sollen dann mit einem emotionalisierbaren Drama kommuniziert werden. Es wird zu viel Wert auf tolle, coole Bilder gelegt. Bilder sind aber Wörtern unterlegen.



Das Hightech Rennen

Hightech Innovationen alleine sind heute zu wenig. Innovationen jagen sich täglich mit hoher Geschwindigkeit um die Wette. Und morgen kann die Konkurrenz mit einer Weiterentwicklung auf den Markt kommen. Hier können sich Unternehmen z.B. als erster in einer neuen Kategorie positionieren.

Weitere Fallen

Qualitäts-, Service-, Preis- und Konkurrenzfalle, Logo- CI/CD und Markenausweitungs-falle, Marktforschungsfälle.

Mit gesundem Menschenverstand, einfacher Strategie, effektivem Marketing in der richtigen Reihenfolge haben neue Unternehmen sehr gute Chancen auf Erfolg.

Link zur Bestellung des Buches „Die Gründerfallen“:

<http://www.lindeverlag.at/verlag/buecher/3-7093-0109-2>

Erfolgsnetzwerk „40 plus“

Dipl.-Kffr. Kristiane von dem Bussche

Das Netzwerk 40plus existiert nun seit sechs Jahren. Es findet im November 2009 das 26te Netzwerktreffen statt. Erwartet werden 350-400 ExistenzgründerInnen und UnternehmerInnen. Die Einladungen erfolgen über den E-Mailverteiler des Netzwerkes mit rund 3000 Unternehmenskontakten aus der Region, sowie durch die ProjektpartnerInnen.

Zielgruppe der Veranstaltung

250- 400 Unternehmerinnen und Unternehmer (Raumgröße des Veranstaltungsorts ist begrenzender Faktor)

- Existenzgründerinnen und Existenzgründer im Alter 40plus
- Unternehmerinnen und Unternehmer von inhabergeführten kleinen und mittelständischen Unternehmen aus dem Raum Köln-Bonn
- Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger der Projektpartnerinnen und Projektpartner (GeschäftsführerInnen, Vorstände, BereichsleiterInnen, FirmenkundInnen/ ExistenzgründerInnen)

Partner des Netzwerkes 40plus

Das Netzwerk 40plus Bonn/ Rhein-Sieg wird seit 6 Jahren gemeinsam betrieben von öffentlichen und privaten AkteurInnen mit ExistenzgründerInnen und wachsenden Unternehmen als Zielgruppe. Diese sind die Agentur für Arbeit, die IHK Bonn/ Rhein-Sieg, die Sparkasse Köln Bonn, Start up Consulting, Deutsche Telekom und die Wirtschaftsförderung der Stadt Bonn. 40plus ist bundesweit einmalig und erfährt überregionales, deutschlandweites und europäisches Interesse wegen des Erfolgs. In der Region ist 40plus das größte Netzwerk für ExistenzgründerInnen und JungunternehmerInnen.

Die Kosten für das Netzwerk werden anteilig von den ProjektpartnerInnen getragen. GastgeberInnen der Netzwerktreffen ist jeweils ein/e PartnerIn. Start up Consulting ist mit der Interessenabstimmung und Koordination des Netzwerkes betraut.

Ergebnisse der Netzwerkarbeit

- Auftaktveranstaltung November 2003
- seitdem 4-5 Netzwerktreffen im Jahr mit 250-400 TN
- seit 2004 auch virtuelle Plattform des Netzwerkes mit Branchenbuch 40plus
- seit 2006 Newsletter 40plus als ergänzendes gedrucktes Medium mit Firmenportraits und Fachartikeln aus dem Kreis der 40plus-UnternehmerInnen
- seit 2006 diverse gezielte Maßnahmen zur Intensivierung des Kontaktes der Mitglieder untereinander und des Hemmschwellenabbaus
- seit 2008: Erweiterung der Mitglieder um inhabergeführte kleine und mittelständische Unternehmen, die schon lange den Standort prägen
- ausschließlich positive regelmäßige Berichterstattung in lokalen, überregionalen und europäischen Medien

- 40plus ist ein Beispiel für gelungenes Empfehlungsmarketing sowie KundInnenaufbau und –bindung.

40plus im Internet

Unter www.40plus-bonn.de werden monatlich 11.000-mal Informationen von der Seite abgerufen.

40plus ist exportfähig

40plus ist markenrechtlich geschützt. Sie können 40plus gerne in Ihrer Region aufbauen. Nehmen Sie hierzu Kontakt zu Frau von dem Bussche auf, welche die Rechte am Projekt hält.

Nutzen: erfolgreiche Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren bei den Zielgruppen „ExistenzgründerInnen“ und „klein- und mittelständische Unternehmen“

- VertreterInnen der einzelnen ProjektpartnerInnen treffen sich regelmäßig, um die Netzwerkveranstaltungen vorzubereiten und sich über gemeinsame Aktivitäten bei 40plus und darüber hinaus auszutauschen und sich gegenseitig zu unterstützen.
- Die ProjektpartnerInnen versenden regelmäßig über Start up Consulting gemeinsame Werbemails an 3000 Mitgliedsunternehmen von 40plus.
- Die ProjektpartnerInnen profitieren von der gemeinsamen Pressearbeit und der ausschließlich positiven Berichtserstattung über 40plus in regionalen und überregionalen Medien.

Nutzen: Empfehlungsmarketing und Präsenz der Wirtschaftsförderung bei kleinen inhabergeführten Unternehmen und bei ExistenzgründerInnen

Das Netzwerk 40plus selbst ist kein Verkaufsforum, sondern ein Informationsforum. Die ProjektpartnerInnen erhöhen ihren Bekanntheitsgrad bei der Zielgruppe und führen zahlreiche konkrete Beratungsgespräche und nutzen 40plus, um zu der Zielgruppe Kontakt aufzubauen und Kontakt zu halten. 80% der Bonner Unternehmen haben weniger als 4 Angestellte, somit bildet das Netzwerk 40plus eine wichtige Zielgruppe der hiesigen Wirtschaft ab.

Beschreibung des Netzwerkes 40plus

Das Netzwerk 40plus richtet sich an Personen, die 40 Jahre oder älter sind und über eine Existenzgründung nachdenken oder ein Unternehmen gegründet haben. Im Netzwerk sind derzeit 2000 Personen aus der Region. Die Verteilung nach Geschlecht ist nahezu hälftig. Mittlerweile haben ca. 2/3 der Mitglieder ein Unternehmen gegründet, 1/3 befindet sich in der Gründungsphase. Beim Start des Netzwerkes Ende 2002 war die Verteilung in Gründung und nach Gründung noch etwa hälftig. Seit 2008 ist die Zielgruppe erweitert um InhaberInnen von etablierten kleinen und mittelständischen Unternehmen. Die Mitgliedschaft ist kostenlos. An den Netzwerktreffen nehmen jeweils 200-400 Unternehmerinnen und Unternehmer teil bzw. Personen, die über eine Existenzgründung nachdenken. Es haben bislang 25 Netzwerktreffen stattgefunden, jeweils 4-5 im Jahr. Die Veranstaltungsorte werden so gewählt, dass sie eine Wertschätzung der Zielgruppe 40plus ausdrücken. Jedes Netzwerktreffen steht unter einem Thema, zu dem ein halbstündiger Fachvortrag gehalten wird. Wenn es sich anbietet, werden zusätzlich ExpertInnen zum Thema im Forum für individuelle Gespräche eingeladen. Dies war zum Beispiel beim Thema Franchise und Steuern der Fall. Nach dem Fachvortrag folgt ein fünfzehnminütiger Erfahrungsbericht eines 40plus-Gründers bzw. einer 40plus-Gründerin. Hier werden Erfahrungen aus der Gründungsphase wie Abgrenzung vom Familienleben im Homeoffice, Einsamkeit, Umgang mit Altkontakten weitergegeben. Im Anschluss folgt ein Get Together mit kleinem Buffet bei Wein und Kaltgetränken. Hier steht der persönliche Austausch



untereinander im Vordergrund. Auf einer Tauschbörse können unter „ich suche“ und „ich biete“ Aushänge bis DIN4 erfolgen, um Bedarfe untereinander zu decken. Hier werden KooperationspartnerInnen gesucht, Bürogemeinschaften angestrebt, Logoentwicklungen angeboten etc. Alle Teilnehmenden können eigenes Werbematerial auslegen.

Die virtuelle Plattform www.40plus-bonn.de hat 20.000 unterschiedliche BesucherInnen der Website im Jahr mit 11.000 Zugriffen im Monat. Enthalten sind Rückblicke auf vergangene Netzwerktreffen mit Downloadmöglichkeit der dort gehaltenen Vorträge, Ausblicke auf kommende Veranstaltungen sowie ein Branchenbuch 40plus. Das im Internetauftritt eingestellte Branchenbuch 40plus wird von den 40plus-UnternehmerInnen, aber auch von Dritten genutzt, um Aufträge zu vergeben und Kooperationen zu initiieren. Es herrscht eine hohe Solidarität der 40plus-UnternehmerInnen und GründerInnen untereinander und auch von außen wird diesem Netzwerk und den darin vertretenden Unternehmen viel Sympathie und Unterstützung zuteil.

Kontakt zur Kristiane von dem Bussche,
Mitveranstalterin und Organisatorin von 40plus im Auftrag der Netzwerkpartner

Unternehmensberatung Start up Consulting, Kronprinzenstr. 17, D-53173 Bonn-Bad Godesberg
Inhaberin: Kristiane von dem Bussche
Tel. + 49 (0)228/ 3683282
vdb@ihr-start-up-consulting.de
www.ihr-start-up-consulting.de

www.40plus-bonn.de

Ältere JungunternehmerInnen. Graue Panther springen höher!

Dr. Josef Siess

In seinem Vortrag berichtet der Gründer und Geschäftsführer von EUSPUG über seine praktischen Erfahrungen in Beratung und Betreuung von ausnahmslos älteren UnternehmensgründerInnen – Graue Panther.

EUSPUG wurde 1999 als Projekt gegründet und 2000 als eigener Verein konstituiert. Als Zielgruppe werden ältere AkademikerInnen und Führungskräfte mit mehr als 10 Jahren Führungserfahrung betreut und bei der Jobsuche oder Unternehmensgründung begleitet. Bisher wurden über 5000 Personen betreut.

Die 5 EUSPUG BeraterInnen und deren unterschiedliches Kompetenzprofil ist ein wesentlicher Faktor des Erfolges unserer KlientInnen.

Zu den Motiven für die UnternehmensgründerInnen: Nach Ablehnung der BewerberInnen entsteht meist Frust, welche von den BeraterInnen in der laufenden Beratung in zielgerichtete Gründungsenergie umgewandelt wird.

Ausgehend vom Vergleich der bei EUSPUG betreuten UnternehmensgründerInnen in Relation zum BIP Wachstum in Österreich werden interessante Beobachtungen dargestellt und Zusammenhänge erläutert.

Das Kernstück der Beratung für UnternehmensgründerInnen ist der Ablaufprozess der Beratung: Wie findet man eine Idee und viele weitere Fragen sowie deren mögliche Antworten, u.a. auch zum richtigen erfolgreichen Netzwerken. Wie kommt die einzigartige Idee der UnternehmensgründerInnen zum Auftrag, Umsatz und Gewinn.

Mit der von EUSPUG aufgebauten MLC-multi-level-contacting Netzwerkmethodik werden den UnternehmensgründerInnen Werkzeuge zur Ideenfindung und zur Vernetzung sowie auch für den Absatzkanal zur Verfügung gestellt. Bei konsequenter Umsetzung haben EUSPUG KlientInnen die richtigen PartnerInnen und KundInnen gefunden.

Mit einer Liste über die öffentlich zugänglichen und verlässlichen Informationsquellen und Fördergeber, welche den UnternehmensgründerInnen zur Verfügung stehen, wird zum Abschluss eine Auswahl der EUSPUG Erfolgsbeispiele gezeigt!



Sehr geehrte Tagungsteilnehmerinnen und Tagungsteilnehmer,

die Powerpoint-Folien der Vortragenden, die Tagungsmappe und Veranstaltungsfotos finden Sie auf www.abif.at unter dem Menüpunkt „Events“. Zur Dokumentation der Tagung wird darüber hinaus ein AMS-Report herausgegeben werden, der unter www.ams-forschungsnetzwerk.at zur Verfügung gestellt wird.

Vielen Dank für Ihr Interesse an dieser Tagung!