

# dds

DAS MAGAZIN FÜR MÖBEL UND AUSBAU

## TOTAL DIGITAL

Ligna 2017: Im Zeichen der vernetzten Fertigung

### MÖBELPRODUKTION

dds-Special für Serienhersteller und Zulieferer. Mit praxisnahen dds-vor-Ort-Reportagen

### MARKTÜBERSICHT

Kreuzlinienlaser für den Innenausbau: 18 Geräte für Handwerker in der Übersicht

### MESSEWEGWEISER

Alles Wichtige zur Messe Interzum in Köln: Aussteller, Produkte, Themen und Termine

## WENN DER CHEF AUSFÄLLT ...

Vorsorgen mit der EBU der Nürnberger Versicherungen

Ein Unfall, eine schwere Krankheit – und der Betrieb steht still. Wenn der Chef plötzlich ausfällt, können die Folgen für ein Unternehmen dramatisch sein. Dennoch sind viele Firmen nur unzureichend für den Ernstfall vorbereitet. Schon ein Ausfall von nur zwei Wochen kann einen Betrieb an den Rand des Ruins treiben. »Unternehmer sollten sich auf den Worst Case vorbereiten und aktiv vorsorgen«, rät Jürgen Schulze, Experte für betriebliche Versicherungen von der Nürnberger Versicherung. Zur finanziellen Absi-

cherung rät er zu einer Existenz-Betriebsunterbrechungsversicherung (EBU). Diese gewährleistet die finanzielle Stabilität, solange der Chef ausfällt. Sie übernimmt die laufenden Fixkosten eines Betriebs wie Löhne, Gehälter, Miete und Pacht oder Zinsen für laufende Kredite. Wichtig ist eine firmenspezifische Gestaltung der Absicherung: »Die Nürnberger EBU bietet hierzu flexibel vereinbare Versicherungssummen, die zusätzliche Absicherung der entgangenen Gewinne bei Betriebsunterbrechung und lan-

ge Haftzeiten bis zu 24 Monaten«, erklärt Schulze. Weiterer Vorteil: Die EBU der Nürnberger greife bereits ab einer Arbeitsunfähigkeit von 70 Prozent. »So kann der Unternehmer auch während seiner Erkrankung noch wichtige Dinge regeln und kleinere Arbeiten erledigen ohne den Versicherungsschutz zu riskieren, die Versicherung springt in vollem Umfang ein.«

**Nürnberger Versicherungsgruppe**  
90334 Nürnberg  
Tel.: (0911) 531-5  
[www.nuernberger.de](http://www.nuernberger.de)

## SIE ENTSCHEIDEN ÜBER IHRE GEWINNKLASSE!

Wie Sie ertragreicher verkaufen. Die Kolumne von Roland Schraut

Nehmen wir einmal an, ein gut situerter Endverbraucher, dem hochwertige Materialien und ansprechendes Design wichtig sind, macht sich auf die Suche nach dem richtigen Tischler für eine attraktive Schranklösung. In seiner Region gibt es einige gut aufgestellte Betriebe. Drei davon sind sehr ähnlich ausgestattet. Alle verfügen über eine kleine charmante Ausstellung und betreiben eine zeitgemäße Internetpräsenz. Sie bieten ein

ähnliches Produktspektrum und streben alle drei mit Leidenschaft danach, die

Wohnräume ihrer Kunden zu realisieren. Unser Beispielkunde besucht der Reihe nach diese drei Betriebe an einem sonnigen Samstag. Er hat eine Preisvorstellung von 10000 Euro. Wird unser Kunde nun bei allen drei Ansprechpartnern bereit sein, sein angedachtes Budget auszugeben? Oder könnte es sein, dass er bei dem einen 8000 Euro, bei einem anderen aber 12000 Euro ausgeben würde? Sie ahnen es bereits: Natürlich ist der Kunde bereit, sein ursprünglich geplantes Budget zu überschreiten – je nachdem, wer ihm gegenübersteht. Es ist einzig und allein der Tischler, also der Verkäufer, auf den es dabei ankommt.

Seine Überzeugungen, sein Wertverständnis in Verbindung mit seiner persönlichen Art sind die Ursachen dafür, dass sich der Kunde wohler fühlt als anderswo. Wem das Gefühl vermittelt wird, dass er genau das bekommt, was er sich gewünscht hat – dem ist das durchaus ein paar Euro mehr wert.

Sie machen aus einem 5000-Euro-Interesse vermutlich keinen 10000-Euro-Auftrag. Aber stellen Sie sich bitte nur vor, Sie würden bei gleicher Auftragslage 20 bis 30 Prozent mehr Ertrag realisieren. Nur deshalb, weil Sie sich bewusst machen, dass Sie es können und dass es in Ihrer Macht liegt! Wäre das nicht ein Versuch wert?

Der Verkaufsexperte Roland Schraut bietet mit der »Sales academy« ein Mentoringkonzept für Unternehmer im Handwerk an. Infos unter [www.salesacademy.ag](http://www.salesacademy.ag)

»Im Verkauf steuern Sie, wohin die Preisreise geht.«

ROLAND SCHRAUT



## BUCHTIPP

Wie man durch Klarheit und Begehrlichkeit Erfolg hat

Weshalb haben manche Unternehmen scheinbar mühelos so großen Erfolg, und die anderen strampeln sich ab und bleiben dennoch irgendwo im Mittelfeld? In **EINFACH MARKANT!** sagen der Betriebswirtschaftler Prof. Sven Henkel und der Politologe Jon Christoph Berndt, weshalb die kon-



Ein Buch über das Geheimnis starker Marken

sequent gelebte Markenorientierung längst nicht mehr nur etwas für die Großen ist. Und bringen auf den Punkt, wie jedes Unternehmen sichtbar wird – und dadurch den Erfolg hat, den alle wollen. Die Autoren stellen gelungene Strategien vor und erläutern die Ursachen gescheiterter Versuche. Prof. Sven Henkel bringt auf den Punkt, was Forschung und Lehre über die Geheimnisse wirklich starker Marken wissen, und Jon Christoph Berndt sagt, wie man diese Kraft für das eigene Unternehmen nutzbar macht.

**Einfach markant!**  
Printamazing Verlag, 2017,  
212 Seiten, 19,99 Euro  
ISBN 978-3-9817231-3-7