

## LEITARTIKEL



Foto: pressmaster/Fotolia.com

## „Schicken Sie mir doch mal was Schriftliches.“

### Auf zwei Seiten sagen: Wer bin ich und was kann ich?

Diese Frage hat jeder schon einmal gehört oder sich selbst gestellt. Sei es bei der Kundenakquise, bei Bewerbungen und Vorstellungsgesprächen oder beim Sprung in die Selbstständigkeit. Spätestens, wenn der mit Leben zu füllende „Businessplan“ ansteht, kommen Gründerinnen und Gründer nicht an dieser Frage vorbei: Wer bin ich und was kann ich?

Was Sie können und dass Sie es können, davon müssen Sie mit Ihrem Unternehmenskonzept überzeugen: Ihre Hausbank, Gutachter, Partner und nicht zuletzt – Ihre Kunden. So ist der

Businessplan eine große Chance, um die Geschäftsidee zu strukturieren und erstmals in Worte zu packen – schwarz auf weiß.

Ist die Gründungsphase geschafft, bleibt die Frage aktuell:

- Sie sprechen mit einem potenziellen Kunden am Telefon?
- Sie planen einen Internetauftritt? Oder einen Image-Flyer?
- Ein Journalist recherchiert Best-Practice-Beispiele aus Ihrer Branche?
- Sie lernen einen potenziellen Kooperationspartner auf einem Netzwerktreffen kennen?



**Karl Reiners**  
Industrie- und  
Handelskammer  
Bonn/Rhein-Sieg

## EDITORIAL

### Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Wie verkaufe ich mich in der ersten Minute? Der erste Eindruck ist entscheidend. Wir von 40plus fassen das Thema von der Chancenseite an, denn vieles kann man gerade in diesem ersten Moment bewirken.

Es sind ja nicht „nur“ Selbständige, die sich mit dieser Herausforderung befassen müssen. Es sind auch die vielen Menschen, die gegenüber dem Kunden, dem Kollegen oder dem Vorgesetzten bestehen möchten. Deshalb ist dieses Thema für uns alle allgegenwärtig.

Hier hilft ein kontinuierliches Arbeiten. Der Erfolg stellt sich zwar oft nicht sofort ein, wir erhalten jedoch die Sicherheit in dem entscheidenden Moment das Richtige (Wichtige) zu sagen und uns gut zu verkaufen.

## THEMEN

### SEITE

Leitartikel	1
Interview	3
Firmenporträt	3
Steuern aktuell	4
Dies und Das	4
Coaching	5
Rechtsberatung	6
Serie: Kosmetik	7
Bestattungsvorsorge	7
Impressum	8

- Und hören immer wieder den Satz: „Ich habe jetzt wenig Zeit, aber mailen Sie mir doch mal was rüber.“

Da ist die kurze, knackige, aktuelle, neugierig machende, sympathische Information über Sie, Ihr Team, Ihr Angebot, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung in der Schublade ein echtes Must-have.

## Spot auf Ihre Lichtblicke

Lichtblicke, Glanzlichter, Highlights, die für die Kommunikation geeignet und für Ihre Kunden bedeutend sind, gibt es immer – in jedem Tätigkeitsfeld, bei jedem Angebot, jedem Projekt, jedem Event und zu jedem Thema.

Was ist das Einzigartige, das Besondere? Wo liegen die Strahlkraft und die positiven Bilder? Wie können Sie Interesse wecken? Was berührt Ihre Zielgruppe, was geht und spricht sie an? Wer sind die Menschen, das Team, hinter Ihrem Produkt? Analysieren Sie Ihr Potenzial, filtern Sie alle Informationen und setzen Sie den Fokus auf wenige zentrale ansprechende Botschaften. Diese müssen dann in Sprache übersetzt werden. Et voilà.

Ganz wesentlich dabei ist: Seien Sie ehrlich und authentisch! Auch wenn der Wurm dem Fisch schmecken soll und nicht dem Angler, wie es in der PR-Sprache heißt, sollten Sie nichts versprechen, was Sie nicht können oder sind.

## Praxistipp 1: Strahlen mit Worten

Das geht. Egal ob Sie den Schwerpunkt Ihrer Eigendarstellung auf Zahlen, Daten und Fakten setzen wollen, auf Tradition und Qualität, auf Erlebnis und Vision oder auf Emotion. In jedem Fall gibt es ein paar „goldene Regeln“ fürs Texten:

- eine oder wenige zentrale Botschaften
- einfache, kurze, klare Sätze bilden
- den Sprachstil der Zielgruppe anpassen
- Aktiv statt Passiv verwenden
- überwiegend in Präsens schreiben
- positiv formulieren
- nicht negativ vergleichen
- den Text gliedern
- prägnante Überschriften formulieren
- Abkürzungen vermeiden oder erläutern
- Und: mit ausgewählten Adjektiven, Substantiven, Verben Emotionen, Assoziationen und Bilder im Kopf wecken

## Praxistipp 2: Der Name ist Programm

Ein wichtiges sprachliches PR-Instrument ist die Namensgebung: Angefangen von Ihrem Unternehmensnamen bis hin zu Produktnamen, Veranstaltungstiteln, Slogans für Projekte, Kampagnen, Anzeigen. Mit diesen Wort-Kreationen können Sie Vieles und Viele erreichen, neugierig machen, sympathisch wirken, zum Lachen bringen, zum Nachdenken anregen und auf jeden Fall „im Hinterkopf“ bleiben.

## Praxistipp 3: Mit freundlichen Grüßen ...

Es ist so weit: Zum Unternehmensstart, zum Jubiläum oder zur Information über ein neues Produkt wollen Sie ein E-Mailing an Ihre Kunden schicken – die hier beschriebenen ein bis zwei Seiten, auf denen steht, wer Sie sind und was Sie können. Vielleicht haben Sie dafür Hilfe von einem Profi-Texter in Anspruch genommen und sich ein Dokument im Corporate Design Ihres Unternehmens erstellen lassen. Jetzt muss es nur noch verschickt werden.

Schreiben Sie dazu eine kurze Info-Mail und setzen Sie unbedingt eine Signatur mit Ihren vollständigen Kontaktdaten darunter. Übrigens kann auch ein langweiliges „Mit freundlichen Grüßen“ ganz leicht zum persönlichen und kreativen Gruß werden. Mit ...

- ... aus dem heute stürmischen Bonn
  - ... mit Blick auf den Rhein verabschiede ich mich
  - ... herzlichst grüßend und mit kreativen Ideen ...
- entzünden Sie einen Dialog und geben Ihren Lichtblicken im Anhang eine sympathische Note. ■



**Ursula Kollritsch**  
**Lichtblick PR**  
**Text. Redaktion. Konzept**  
Bonner Talweg 195  
53129 Bonn  
Tel.: 0228-42268882  
ursula.kollritsch@lichtblick-pr.de  
www.lichtblick-pr.de

## INTERVIEW

### Bei Kaufentscheidungen achten die Menschen immer stärker auf Nachhaltigkeit und Engagement

**Warum sollten sich junge Unternehmen im Bereich CSR engagieren?**

Als Unternehmen soziale, ethische und ökologische Verantwortung zu zeigen ist mehr als ein Trend. Es schafft in der Öffentlichkeit einen Mehrwert, der einem von Wettbewerbern positiv unterscheidet. Die Verbraucher schauen beim Kauf zunächst auf Preis und Qualität. An dritter Stelle ist für sie ausschlaggebend, dass bei der Herstellung ökologische oder ethische Grundsätze befolgt wurden. Hier ein Projekt zu unterstützen und seine Strategie drum aufzubauen, ist intelligent und schafft direkt Vertrauen, wenn man neu an den Markt geht.

**Laesst sich das auf alle Branchen übertragen?**

Absolut. Man muss nur darauf achten, dass die Projekte zu, Produkt und Kerngeschäftsfeld passen. Immobilienunternehmen könnten zum Beispiel dadurch punkten, dass sie sich besonders für regenerative Energien oder Dämmung stark machen oder sich ressourcenarmes Bauen einsetzen. Oder Bäcker für CO2-arme Brötchentüten oder vollwertige und biologische Produktion ihrer Rohstoffe. CSR schließt aber auch die Aufklärung der Verbraucher mit ein. So könnten etwa auf der Firmenwebsite Fachbegriffe erklärt werden und Zusammenhänge erläutert werden. ■



**Bonne Nouvelle -  
Unternehmenskommunikation**  
Rheinallee 69  
53173 Bonn  
Tel.: 0228-3675729  
Fax: 0228-3675739  
simone.stein@bonne-nouvelle.de  
www.bonne-nouvelle.de

## FIRMENPORTRÄT



**Dott. Ornella Carnevali**  
Life Coaching and Diversity Mgt

Rathaus-Str. 43  
D-53859 Niederkassel  
Tel./Fax: +49 2208-768361

change@coaching-you.eu  
www.coaching-you.eu

### Lebensberatung und interkulturelles Coaching

Mein Name ist Ornella Carnevali. Ich bin Italienerin und habe eine über 15-jährige Erfahrung im internationalen Bereich (unterschiedliche Positionen bei 10 Organisationen der Vereinten Nationen und der europäischen Entwicklungshilfe). Seit 14 Jahren bin ich in der Erwachsenenbildung tätig und seit 2006 bündele ich diese beiden Fertigkeiten so, dass ich meinen Kunden sowohl Lebensberatung als auch interkulturelles Coaching anbiete.

Dank meiner guten Sprachkenntnisse (I, F, E, D) begegne ich meiner Kundschaft genau dort, wo sie sich am wohlsten fühlt: in der eigenen Muttersprache.

Meine Kernbotschaft als Lebensberaterin und/oder interkultureller Coach an Sie lautet: Wo ich lebe und arbeite, scheint meist die Sonne, und auch wenn ein paar Wolken den Himmel ab und zu trüben, schaffe ich es doch stets, sie aufzulösen. Darüber hinaus arbeite ich bewusst, kompetent, empathisch, effektiv und – nicht zuletzt – humorvoll.

Ich würde mich sehr freuen, Sie in der Entdeckung und Auflösung Ihrer privaten und/oder beruflichen „grauen Zonen“ begleiten zu dürfen. Erfahren Sie mehr über mich unter: [www.coaching-you.eu](http://www.coaching-you.eu) ■

*Dott. Ornella Carnevali*

## STEUERN AKTUELL

### „Herr Ober – die Rechnung bitte!“

Viele steuerliche Neuerungen waren in den letzten Monaten umzusetzen. Zeit also, jetzt grundsätzliche steuerliche Regelungen „aufzufrischen“.

In Betriebsprüfungen sind **Bewirtungsrechnungen** den Prüfern immer einen genaueren Blick wert.

Schließlich können die nachgewiesenen Aufwendungen für die Einladung von Geschäftspartnern oder Kunden aus betrieblichem Anlass zu 70 % geltend gemacht werden. Die Vorsteuer erstattet das Finanzamt sogar zu 100% (vorausgesetzt, Sie sind zum Vorsteuerabzug berechtigt).

Damit der Aufwand anerkannt wird, gilt es, ein paar „Spielregeln“ zu beachten:

Eine Bewirtungsrechnung muss in jedem Fall maschinell erstellt sein. Grundsätzliche Informationen wie Name und Adresse der Gaststätte, Rechnungsdatum, Aufstellung der einzelnen Speisen und Getränke (Achtung: die Angabe „Speisen und Getränke“ reicht nicht aus!) mit Einzelpreisen und die Angabe von Bruttobetrag und Steuersatz sind unverzichtbar.

Bei Bewirtungsquittungen von **über 150 Euro** gelten zusätzlich verschärfte Regeln: Die Rechnung muss eine fortlaufende Rechnungsnummer aufweisen, der vollständiger Name und die vollständige Anschrift des Rechnungsempfängers sind vom Gastwirt einzutragen, die Steuernummer oder UStID des Gastwirtes sowie Rechnungs- und Leistungsdatum müssen angeführt sein. Neben dem Bruttobetrag und dem Steuersatz ist zusätzlich die Angabe von Nettobetrag und Umsatzsteuerbetrag Pflicht.



**Ursula Kalus**  
Steuerberaterin

Rüngsdorfer Str. 2d  
53173 Bonn  
Tel.: 0228-35016-0  
Fax: 0228-3501616  
ursula.kalus@stb-kalus.de  
www.steuerberaterin-kalus.de

Soll auch das Trinkgeld als Betriebsausgabe geltend gemacht werden, wird die handschriftliche Bescheinigung des Kellners/der Kellnerin auf der Rechnung benötigt.

In jedem Fall gilt:

Denken Sie an die **zusätzlichen Angaben**, die zu jeder Bewirtungsquittung gehören! Ergänzen Sie handschriftlich die Namen aller bewirteten Personen und (wichtig!) auch der bewirtenden Person selbst. Geben Sie den Anlass konkret an – die Formulierung „Geschäftssessen“ ist nicht ausreichend. Die Angabe muss den Zusammenhang mit einem geschäftlichen Vorgang erkennen lassen.

Sind diese Formalien alle erfüllt, Unterschrift nicht vergessen! ■

## DIES UND DAS

### Smartphone oder 0815-Handy

Standen Sie auch schon vor der Frage: Welches Handy ist das richtige für das Business? Mittlerweile verhält es sich hier wie mit Autos – die Marke entscheidet (geht überhaupt noch etwas anderes außer ein iPhone ...?). Die aktuellen Handys haben ja auch jeden Schnickschnack – Funktionen, von denen ich gar nicht geahnt habe, dass ich sie jemals brauche.

Vor kurzem traf auch ich eine schwerwiegende Entscheidung. Nach umfassender Marktrecherche habe ich mich für ein Smartphone (kein iPhone) entschieden. Alles entsprach meinen Erwartungen, bis ich anfing die tollen Features, auch nutzen zu wollen.

Nach zwei Tagen mühevoller Einarbeitung (zwischendurch musste ich den Akku drei Mal aufladen) hatte ich es fast bezwungen, ich war sogar so weit, dass ich mich an ein Systemupdate herantraute – das hatte Folgen! Danach funktionierte nichts mehr – alles Schwarz. Auch nach diversen Supportsessions war nichts mehr zu retten – man könnte sagen „Montagsgerät“ aber mir hat es erstmal gereicht. Jetzt bin ich wieder glücklicher Besitzer eines 0815-Handys – telefonieren kann so einfach sein ...!



**Angelika Fiedler,**  
G&P Grafik und Produktion  
Design und Marketing  
Mitherausgeberin des Newsletters  
www.gundp-bonn.de

## Ihre beste Visitenkarte? Ihr persönlicher Auftritt!

Sie stecken mitten drin in Ihren Überlegungen zur Geschäftsgründung? Vielleicht haben Sie aber schon erfolgreich gegründet und müssen feststellen, dass Ihnen trotz guter Vorbereitung die Kunden nicht direkt „die Tür einlaufen“.

### Haben Sie wirklich an alles gedacht?

Dabei haben Sie alles, woran man bei einer Neugründung denken sollte. Visitenkarten, Homepage, Flyer/Prospekte, Geschäftspapier, Büro-/Geschäftsraum, E-Mail Adresse ebenfalls, manche sicher auch einen Firmenwagen etc. Haben Sie da auch wirklich nichts vergessen? Wie sieht es mit Ihnen persönlich aus? Werden Sie als Unternehmer/in erkannt oder fragt man bei Ihnen nach, ob die Chefin/der Chef zu sprechen ist?

Spätestens jetzt sollten Sie sich Gedanken darüber machen, wie Sie gesehen werden wollen und wie Ihre Gesprächspartner/Kunden Sie wahrnehmen. Selbst wenn Sie sich mit der Gestaltung Ihrer Unterlagen noch so viel Mühe gemacht haben, dürfe Sie nicht vergessen, dass Ihr persönlicher Auftritt letzten Endes das ist, was Ihrem Gesprächspartner im Gedächtnis bleibt. Oft höre ich in meiner Beratungsarbeit dann den Satz „ja, wenn das Geschäft mal richtig läuft, dann habe ich auch Geld für bessere Kleidung“. Aber die Möglichkeit, einen positiven Eindruck zu hinterlassen, haben Sie im ersten Kontakt, nicht später. Sie kennen doch sicher Aussagen wie „für den ersten Eindruck gibt es keine 2. Chance“. Es gibt noch einen, den ich für wichtig erachte „wer das Auge nicht überzeugt, der überzeugt auch das Ohr nicht“.

### Warum ist das so?

Es ist nicht etwa so, dass heutzutage mehr Gewicht auf Äußerlichkeiten gelegt wird. Dieses Scannen und Bewerten läuft bei jedem in wenigen Sekunden unterbewusst ab. Beobachten Sie sich doch einmal selbst. Wie oft ist es Ihnen schon passiert, dass Sie jemanden nur allein vom Ansehen für „unprofessionell“ oder „sehr kompetent“ eingeschätzt haben? Im späteren Gespräch lässt sich dieser erste Eindruck dann entweder bestätigen oder aber, Sie korrigieren ihn. Hand aufs Herz, sind Sie unvoreingenommen und geben jedem, den Sie für „unprofessionell“ halten wirklich die Chance, mit Ihnen ein ausführliches Gespräch zu führen? Und wenn ja, bleibt



**Henrike Feltges**  
**Karrierecoaching für Menschen**  
**im mittleren Einkommensbereich**

Lortzingstraße 8  
53844 Troisdorf  
Tel.: 02241-2009672  
[www.beratung-feltges.de](http://www.beratung-feltges.de)  
[info@beratung-feltges.de](mailto:info@beratung-feltges.de)

da nicht ein Rest von – na ja? – im Hinterkopf? Ganz anders verhält es sich bei den Menschen, die uns auf Anhieb sympathisch sind und die wir für sehr kompetent halten. Sie haben in allem, was sie uns erzählen, einen kleinen Bonus.

Wissenschaftler haben sich mit der Thematik eingehend beschäftigt und ich weise gerne auf die Studie von Prof. Albert Mehrabian (USA) aus dem Jahr 1967 hin. Sie besagt, dass nach einem ersten Kontakt bei einem Gesprächspartner folgendes im Gedächtnis bleibt:

- 55 % Ihrer Wirkung entfallen auf Kleidung und Körpersprache (auch die Kleidung ist ein Teil unserer Kommunikation!),
- 38 % auf die Stimme bzw. Stimmlage und nur
- 7 % auf den Inhalt dessen, was Sie gesagt haben!

### Sie können also davon ausgehen, dass Sie persönlich Ihre beste Visitenkarte sind.

Und deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihre Kompetenz sichtbar machen. Die Investition einer guten Stil & Image Beratung ist sicher niedriger, als die Gestaltung Ihrer Website. Sie hilft Ihnen zukünftig Fehlinvestitionen für Kleidung zu vermeiden und stellt eine einmalige Ausgabe dar. Denn hier wird mit den Körperproportionen gearbeitet und die bleiben gleich, egal wie die kommende Mode aussehen wird. Wenn heute ein kurzer/langer Hals, schmale/breite Schultern oder eine hochsitzende/tiefsitzende Taille vermessen wird, dann wird das auch in 10 oder 20 Jahren noch so sein. Ein Frauenthema oder auch ein Männerthema? Ganz eindeutig ein Thema für Männer und Frauen! Denn, meine Herren, auch Sie können im teuersten Anzug eine ungünstige Figur machen, wenn er nicht zu Ihren Körperproportionen passt. ■

## RECHTSBERATUNG

### Gründung einer GmbH durch Sacheinlagen

#### Allgemeines

Seit vielen Jahren ist die GmbH bundesweit die mit Abstand beliebteste Rechtsform, in der einzelne Unternehmer oder mehrere Partner gemeinsam unternehmerisch tätig werden. Bei der Gründung einer GmbH haben die Gesellschafter entsprechend der Regelungen im Gesellschaftsvertrag anteilig das Stammkapital – mindestens Euro 25.000 – aufzubringen. Statt der Einzahlung eines Geldbetrages kann im Vertrag vereinbart werden, dass die Barzahlungspflicht durch Sacheinlagen, d. h. durch die Übertragung von Sachwerten auf die GmbH, erfüllt werden kann.

Diese Möglichkeit besteht allerdings nicht, wenn eine GmbH in der Form der zum 1.11.2008 neu eingeführten „Unternehmergesellschaft haftungsbeschränkt“ gegründet wird. Bei dieser „Mini-GmbH“ muss das Stammkapital, das mindestens Euro 1,00 beträgt, vollständig in bar eingezahlt werden.

#### Begriff der Sacheinlage

Als Sacheinlagen können z. B. eingebracht werden: Eigentum an Sachen, Forderungen, Grundpfandrechte, dauerhafte Gebrauchsüberlassung an Gegenständen, Handelsgeschäfte, Unternehmen, sowie alle sonstigen vermögenswerten Positionen. Eine Bilanzfähigkeit ist nicht erforderlich. Sacheinlagen müssen im Zeitpunkt der Anmeldung der Gesellschaft umfassend zur endgültigen freien Verfügung der GmbH stehen und sind in einem gesonderten Sachgründungsbericht, der auch Nachweise zur Angemessenheit der Bewertung der Sacheinlagen enthalten muss, aufzuführen.

#### Die verdeckte Sacheinlage

Von einer verdeckten Sacheinlage spricht man, wenn die Gründungsgesellschafter zwar im Gesellschaftsvertrag eine Bareinlage vereinbaren, aber von vornherein vorhaben, mit dem bar eingezahlten Geld Sachwerte, z. B. ein Grundstück oder ein Auto, von einem Gesellschafter zu erwerben. Hier hätte von Anfang an eine Sacheinlage vereinbart und deren Wert bei der Gründung nachgewiesen werden müssen. Zudem ist die Versicherung des Geschäftsführers bei der Handelsregisteranmeldung unrichtig.

Das Registergericht kann die Eintragung einer solchen GmbH ablehnen. Ist die GmbH dennoch ins Handelsregister



**RAin FASt Christina Schmidt**

**DHPG Rechtsanwälte  
Wirtschaftsprüfer  
Steuerberater, Bonn**

Tel.: 0228-81000-0,  
Fax: 0228-81000-20,  
rae-bonn@dhp.de,  
www.dhp.de

eingetragen, musste der betroffene Gesellschafter nach alter Rechtslage die Bareinlage erneut in voller Höhe erbringen. Seit der GmbH-Gesetzesreform vom 1.11.2008 bleibt der Gesellschafter zwar grundsätzlich weiter zur Nachzahlung seiner Bareinlage verpflichtet. Allerdings ist dabei der tatsächliche Wert der eingebrachten Sache auf die Höhe der nachzuzahlenden Einlage anzurechnen.

In zwei jüngeren Entscheidungen („Qivive“-Urteil vom 16.2.2009, II ZR 120/07 und „Eurobike“-Urteil vom 1.2.2010, II ZR 173/08; [www.bundesgerichtshof.de](http://www.bundesgerichtshof.de)) hat der BGH klargestellt, dass die Grundsätze der verdeckten Sacheinlage auf Dienstleistungen, die ein GmbH-Gesellschafter nach Leistung einer Bareinlage entgeltlich für die GmbH erbringen soll, keine Anwendung finden. Der Gesellschafter, der sich an einer Bargründung oder Barkapitalerhöhung beteiligt, darf also mit „seiner“ GmbH einen entgeltlichen Dienstvertrag abschließen und diesen erfüllen, ohne Gefahr zu laufen, seine Einlage doppelt erbringen zu müssen. ■

# Newsletter

## SERIE KOSMETIK MÄNNERHAUT UND SONNENSCHUTZ

### „Boxen- Stopp“ Männerhaut

Die Zeiten, da Falten bei Männern als attraktiv galten oder Pickel, Rötungen und schuppige Haut bei Männern „egal“ waren, sind schon lange vorbei.

Gerade bei unserem heutigen, erfolgsorientierten Leben ist es auch für Männer immer wichtiger, ein gepflegtes Erscheinungsbild ab zu geben.

Da Männerhaut auf den ersten Blick oft unempfindlich und robust erscheint, entsteht der Irrglaube, dass die Haut von Männern keine Pflege brauche. Tatsache ist jedoch, auch die Männerhaut ist täglich den verschiedensten Umwelteinflüssen ausgesetzt. Sie strapazieren und schädigen die Haut. So hinterlassen sie mit der Zeit ihre Spuren.

Kennen Sie das gute Gefühl, wenn Sie Ihren Wagen frisch von der Inspektion abholen? Erleben Sie das gleiche gute Gefühl nach einem „Boxen-Stopp“ für Ihre Haut. Egal, was Sie an Ihrem Erscheinungsbild verbessern möchten, es gibt eine passende Lösung. Gönnen Sie Ihrer Haut eine Erstinspektion!

### Sonnenschutz

Sobald sich die Haut in der Sonne zu röten beginnt, haben UV-Strahlen bereits das Erbgut der Zellen geschädigt. So können Fehlinformationen weiter gegeben werden und auf dieser Basis dann chronische Lichtschäden, Pigmentstörungen oder auch Hautkrebs entstehen. Sonnenschutz: je höher der Lichtschutzfaktor, um so kleiner werden die Unterschiede in der Produktleistung. Ein Produkt mit LSF 10 eliminiert 90 % der verbrennenden



**Bon(n) Visage  
Karima Körting-Mahran**

Am Stadtwald 28  
53177 Bonn  
Tel: 0228-3869292  
info@bonn-visage.de  
www.bonn-visage.de

UV-B-Strahlung, LSF 34 nur 97 %. Die Haut sollte jedoch nicht unnötig durch extrem hohe Zusätze von Lichtschutzfiltern belastet werden. Ein LSF von 20 ist in der Regel perfekt. ■

## BESTATTUNGSVORSORGE

### Die freie Wahl

Aus der Historie hat sich das Bestattergewerbe aus den Schreinereien entwickelt. Dadurch ergab sich eine enge räumliche Nähe zu den einzelnen Gemeinden. Augenscheinlich war immer der selbe Bestatter zuständig. Moderne Bestattungshäuser sind allround-Dienstleister, deren Tätigkeit weit über die eines klassischen Bestatters hinausgehen.

### Freie Bestatterwahl

Sie können sich den Bestatter, oder eben eine Bestatterin, räumlich frei wählen. Das Unternehmen muß nicht einmal aus der selben Stadt sein oder dort eine Filiale unterhalten. Oftmals wird jedoch der gleiche Bestatter gewählt, unabhängig davon, ob man mit diesem Haus in der Vergangenheit zufrieden war – oder eben nicht.

### Warum ist das wichtig?

Jeder geht von einem selbstbestimmten Leben aus – aber oftmals eben nicht bis zum Schluß. Ein sehr wichtiger Bereich wird ausgeklammert, die Bestattungsvorsorge. All zu oft wird alles dem Zufall überlassen. Mehr und mehr jedoch kümmert man sich auch zu Lebzeiten um das WAS, WIE und WO VON. Der Vortrag „Bestattungsvorsorge: Die 5 größten Irrtümer“ aus unserer Vortragsreihe für Seniorenresidenzen und -Tagesstätten beschäftigt sich sehr ausführlich damit. Daraus entwickelte sich unser Service des kostenlosen Vorsorge-Checks – regional und überregional.

Schauen Sie sich das Bestattungshaus an, wer arbeitet dort und wie ist die Berufsauffassung? Diesen Menschen geben



**„Die Bestatterin“ Bestattungshaus  
Sternberg-Fassbender GbR**

Frankfurterstr. 10a  
53773 Hennef  
Tel.: 02242-9338833  
www.sternberg-fassbender.de  
info@sternberg-fassbender.de

Sie sich oder Ihre Lieben in die Hände. Unter [www.sternberg-fassbender.de](http://www.sternberg-fassbender.de) finden sie auch einen aktuellen Infofilm zu unserem Haus. ■

# Newsletter

## DAS NEWSLETTER-TEAM

**Lust auf Werbung\***  
\*professionell, engagiert und zuverlässig

**G&P**  
Grafik & Produktion

**Marketingberatung und -seminare**  
für Existenzgründer (anerk. Gründercoach) und inhabergeführte Unternehmen

**Design und Umsetzung**  
von Imagebroschüren, Newslettern, Logos, Flyern, Internetpräsentationen ...

**Design mit Strategie** ■ phone 0228 2618418 ■ [www.gundp-bonn.de](http://www.gundp-bonn.de) ■ [info@gundp-bonn.de](mailto:info@gundp-bonn.de)

## IMPRESSUM

**Konzeption und Layout:**  
G&P Grafik und Produktion  
Design und Marketing  
Angelika Fiedler  
Tel.: 0228-2618418  
[info@gundp-bonn.de](mailto:info@gundp-bonn.de)  
[www.gundp-bonn.de](http://www.gundp-bonn.de)

**Redaktion und Druck:**  
SP Medienservice  
Sascha Piprek  
Tel.: 0228-3902230  
[sp@sp-medien.de](mailto:sp@sp-medien.de)  
[www.sp-medien.de](http://www.sp-medien.de)

- Interessenten, die einen Fachartikel oder ein Firmenporträt schreiben möchten, bitten wir, sich bei Herrn Piprek (Adresse siehe Impressum) zu melden. Idealerweise auch mit Bildern, die Sie uns zur Verfügung stellen.
- Der Newsletter erscheint in einer Auflage von ca. 1.500 Stück. Er liegt auf den Veranstaltungen aus, wird über die Initiatoren verteilt und ist im Internet abrufbar.
- Die Herausgeber des Newsletters übernehmen keine Verantwortung für die inhaltliche Richtigkeit der Beiträge.
- Nachdrucke und Vervielfältigungen, gleich welcher Art, sind – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung der Herausgeber gestattet.

**SP Medienservice**  
Verlag, Druck Et Werbung

Friesdorfer Str. 122  
53173 Bonn-Bad Godesberg  
Tel.: 0228 / 390 22-0

Verlag  
Grafik Design  
Druckerei  
Hauseigene Weiterverarbeitung

Lettershopdienstleistungen  
Anzeigenakquise  
Refinanzierung von Zeitschriften  
Internetdienstleistungen

## PROJEKTPARTNER 40PLUS

ZUKUNFT.  
FUTURE.  
AVENIR.  
BONN.

IHK  
Industrie- und Handelskammer  
Bonn/Rhein-Sieg

Sparkasse  
KölnBonn

Erleben, was verbindet.

Start up Consulting

Bundesagentur für Arbeit  
Agentur für Arbeit Bonn

Downloads und weitere Informationen  
auch unter:

[www.40plus-bonn.de](http://www.40plus-bonn.de)