

## Stabile Kosten für Gründer

Deutschland punktet vor allem mit guter Forschungsförderung

Das geringe Wirtschaftswachstum sowie das niedrige Zinsumfeld in den meisten Ländern haben dazu geführt, dass die Kosten für die Gründung und Unterhaltung eines Unternehmens seit 2012 weltweit stabil geblieben sind. Das zeigt eine neue Studie des Beratungsunternehmens KPMG.

So stiegen die entsprechenden Kosten in den neun untersuchten Industrienationen um durchschnittlich 1,2 Prozent. In Kanada sind die Kosten für Gründung und Unterhaltung eines Unternehmens 7,2 Prozent niedriger als in den USA, die in der Untersuchung zum Maßstab genommen werden. Ähnliche Kostenvorteile besitzen die Niederlande (5,5 Prozent) und Großbritannien (5,4 Prozent). Die Standortkosten in Deutschland liegen 0,9 Prozent über denen in den USA. Mexiko – als Vertreter der stark wachsenden Schwellenländer – besitzt mit 18,7 Prozent den größten Vorteil, was die Geschäftskosten angeht.

„Die hohe technologische Innovationskraft, die starke High-Tech-Förderlandschaft und die im internationalen Vergleich hervorragend ausgebildeten Fachkräfte in Deutschland machen den Kostenfaktor mehr als wett“, sagt Tim Löbig, Partner bei KPMG. Die Erfahrung mit ausländischen Kunden insbesondere aus Asien belegt dies: Deutschland werde zusehends zur ersten Adresse für Forschung und Entwicklung im High-Tech-Bereich. „Insbesondere chinesische Unternehmen nutzen den Standort Deutschland, um ihr Image in puncto Qualität zu verbessern und um ihre Marke stärker zu positionieren“, so Tim Löbig weiter.

### IMPRESSUM

Das Wirtschaftsmagazin ist eine Anzeigensonderveröffentlichung der „Freien Presse“.

#### Verlag:

Chemnitzer Verlag  
und Druck GmbH & Co. KG  
Brückenstraße 15  
09111 Chemnitz

#### Anzeigen:

Torsten Müller (verantwortlich)  
Telefon: 0371 656 10717  
Mail: torsten.mueller@freiepresse.de

#### Redaktion:

Christian Wobst  
Telefon: 0171 2898247

# So zahlen sich Netzwerke für Unternehmer aus

**NACHHALTIG** Neue Initiative bringt bei Interessanten Vorträgen Manager zusammen

Organisiert vom Netzwerk Sachsen referieren in der Region noch bis November führende Vertreter international bekannter Unternehmen in Praxisvorträgen über ihre Konzepte und Erfahrungen. Guido Hunke ist der Macher hinter dem Netzwerk Sachsen. Im Interview gibt er Auskunft.

**Immer wieder heißt es: Wer heute in der Wirtschaft erfolgreich sein will, muss Netzwerken. Doch Hand aufs Herz: Was haben kleine und mittelständische Unternehmen in der Region Südwestsachsen davon?**

Zunächst sollten sich Unternehmen darüber bewusst sein, dass sie das Netzwerken niemals unabhängig von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen sehen dürfen. Wenn Unternehmen das beachten, dann kann ein gut gepflegtes Netzwerk langfristig den Umsatz und damit den Unternehmenserfolg steigern. Was in Zeiten des Fachkräftemangels ebenfalls immer mehr an Bedeutung gewinnt: Unternehmen müssen sich verstärkt als attraktive Arbeitgeber präsentieren. Auch dafür kann ein Netzwerk eine gute Grundlage sein.

**Sie haben das Netzwerk Sachsen aus dem Boden gestampft: Was machen Sie anders als die anderen schon bestehenden Netzwerke?**

Zunächst sehe ich mein Netzwerk nicht als Konkurrenz zu den bestehenden Netzwerken. Deshalb habe ich diese Netzwerke auch eingeladen, sich aktiv in das Netzwerk Sachsen einzubringen. Eine Besonderheit sind aber un-

sere Veranstaltungen, bei denen Praktiker aus bundesweit bekannten Unternehmen über ihre Erfahrungen und Konzepte referieren.

**Bei interessanten Vorträgen bringen Sie Menschen unterschiedlichster Branchen zusammen, das ist schon einmal die halbe Miete: Doch wie zahlt sich Ihr Netzwerk für Interessierte in barer Münze aus?**

Zunächst: Ich halte es für einen falschen Ansatz, es beim Netzwerken gleich darauf anzulegen, ein tolles Geschäft abzuschließen. Wer so herangeht, hat es schwer, ein langfristiges Netzwerk aufzubauen. Denn natürlich braucht Netzwerkarbeit auch Zeit, deshalb sollte man damit auch nicht erst beginnen, wenn man als Unternehmen auf ein Netzwerk angewiesen ist. Es ist wie in einer guten Ehe: Die größten Erfolge erzielt, wer mit dem Partner Ähnlichkeiten betont. Über die gleichen Interessen wie zum Beispiel in Sachen Sport oder Reisen kommt man miteinander ins Gespräch und vielleicht später auch ins Geschäft.

**Und wie trennt man sich galt von Netzwerkpartnern, die einen nicht weiterbringen?**

Ich halte nichts davon, sich von einem Netzwerkpartner zu trennen, schließlich weiß man nie, was eines Tages sein wird. Viel besser finde ich es, zu schauen, welche Kontakte der Partner hat, der im Moment vielleicht uninteressant erscheint.

**WEITERE INFORMATIONEN** zum Netzwerk Sachsen und seinen Angeboten gibt es im Internet. » [www.netzwerk-sachsen.de](http://www.netzwerk-sachsen.de)

### Das Netzwerk Sachsen

Guido Hunke beschäftigt sich seit 2001 mit dem Themenfeld „Netzwerke und Kooperationen“.

**2004 veröffentlichte** er im Fritz-Knapp-Verlag das Buch „Innovatives Marketing“.

**Für Projekte**, deren Basis Kooperationen zwischen Unternehmen waren, erhielt Guido Hunke 2003 und 2004 den Deutschen Verkaufsförderungspreis. Als Initiator und Betreiber der regionalen Initiativen Netzwerk

Sachsen, Netzwerk Bodensee und Netzwerk Schwaben hat er eine über siebenjährige Erfahrung mit regionalen Wirtschaftsnetzwerken.

» [www.netzwerk-experten.com](http://www.netzwerk-experten.com)

**Karten** gibt es noch für folgende Wirtschaftsvorträge und Veranstaltungen: **Sommerfest des Netzwerkes Sachsen**, 11. Juli, 18.30 Uhr, Lichtenwalde; **„Radio PSR – 100% Sachsen – eine emotionale Marke live erleben“**, 30. September, 18.30, Freiberg; **„Sachsenring – Kooperation als Basis für den Geschäftserfolg“**, 11. November, Fahrsicherheitszentrum am Sachsenring in Oberlungwitz.



FOTO: STEFAN RÖTHEL

**„Energiesparmaßnahmen, die wirklich aufgehen“**

enviaM BusinessBeratung für Ihre Branche

Zielgerichtete Produkte, Services und energienahe Dienstleistungen – wir beraten Sie gern, wie Sie Ihre Energie effizienter einsetzen und sich mehr auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können: telefonisch unter 0371 482-2222 oder per E-Mail an [Geschaeftskunden-Ost2@enviaM.de](mailto:Geschaeftskunden-Ost2@enviaM.de).