

Pauli: „Wir investieren auch in der schwierigen konjunkturellen Situation in den Mittelstand“



Peter Pauli ist Mitglied der Geschäftsführung der BayBG Bayerischen Beteiligungsgesellschaft. Er verantwortet dort den Bereich Venture Capital/ Innovation und Wachstumsbeteiligungen in Franken.

Herr Pauli, derzeit wird ja heftig über das Vorhanden- oder nicht Vorhandensein einer Kreditklemme diskutiert. Während die Banken betonen, dass sie weiter mit Krediten zur Verfügung stehen, beschwerten sich viele Mittelständler über eine zunehmende Verschärfung der Kreditbedingungen, Einschränkungen bei der Kreditvergabe oder Kürzungen bei den Linien. Was ist richtig?

Pauli: Viele Unternehmen sind von der aktuellen Wirtschaftskrise betroffen, damit wird die Kreditvergabe an diese Unternehmen aus Sicht der Banken risikoreicher. Das berücksichtigen die Kreditinstitute natürlich bei ihrer Kreditvergabepolitik sowie der Konditionengestaltung. Unternehmen mit guter Bonität erhalten aber weiterhin Kredite zu adäquaten Konditionen. Vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise wurden der Mittelstandsschirm bei der LfA-Förderbank Bayern sowie das KfW-Sonderprogramm eingerichtet. Ich würde aktuell von erschwertem Kreditzugang, nicht aber von einer Kreditklemme sprechen.

Die Bonität wird ja weitgehend von der Eigenkapitalausstattung eines Unternehmens bestimmt. Creditreform hat Ende Juni 2009 eine Studie veröffentlicht, wonach nur noch 23 Prozent der Mittelstandsunternehmen eine solide Eigenkapitalquote von 30 Prozent und mehr besitzen. Was können die Unternehmen tun, um ihre Eigenkapitalquote zu verbessern?

Pauli: Sofern in der aktuellen wirtschaftlichen Situation keine Gewinne erzielt werden können, bleiben zunächst die Maßnahmen der Bilanzverkürzung wie etwa das Working Capital Management, z.B. durch Bestandsabbau oder Forderungsmanagement. Auch Factoring oder Leasing haben positive Effekte auf die Eigenkapitalquote. Eine andere Möglichkeit ist die Aufnahme von Beteiligungskapital.

Das würde heißen, ein Dritter, ein Investor von außen steigt bei einem

Unternehmen ein und bringt Beteiligungskapital in die Firma. Was wären die Vorteile?

Pauli: Durch die Aufnahme von Beteiligungskapital erhöht sich das Eigenkapital des Unternehmens mit den bekannten Vorteilen: Die Bonität steigt, das Rating verbessert und die Kreditfähigkeit erhöht sich. Der mit einer Beteiligungsfinanzierung verbundene Zufluss an Liquidität kann zur Realisierung unternehmerischer Investitionen oder Strategien eingesetzt werden.

In welcher Form sind Beteiligungen möglich?

Pauli: Grundsätzlich in Form von offenen Beteiligungen durch Kapitalerhöhungen oder durch Mezzaninekapital, z.B. in Form einer stillen Beteiligung.

Bei einer offenen Beteiligung wird der Kapitalgeber ganz normaler Mitgesellschafter mit allen Chancen und Risiken und allen gesetzlichen bzw. satzungsmäßigen Rechten und Pflichten?

Pauli: Ja. Der Kapitalgeber wird dann bei einer Aktiengesellschaft zum Aktionär und bei einer GmbH zum Mitgesellschafter, er hat Anspruch auf die entsprechenden Gewinnanteile und partizipiert an der Unternehmenswertsteigerung.

Das ist weitgehend selbsterklärend. Mehr Erklärungsbedarf besteht da schon bei stillen Beteiligungen.

Pauli: Stille Beteiligungen stehen zwischen Eigen- und Fremdkapital.

Eigenkapitalähnliche Merkmale sind die Nachrangigkeit und die teilweise erfolgsabhängige Vergütung. Dingliche Sicherheiten müssen nicht bestellt werden und im Falle einer Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens sind stille Beteiligungen – zumindest in der von der BayBG angebotenen Ausgestaltung – nicht kündbar. Fremdkapitalähnlich sind im Wesentlichen die Rückzahlbarkeit am Laufzeitende sowie die fixe Mindestverzinsung.

Bei einer stillen Beteiligung erhält der Investor keine unmittelbaren Mitspracherechte. Und noch ein Punkt macht stille Beteiligungen besonders attraktiv: Stille Beteiligungen sind zwar wirtschaftliches Eigenkapital, steuerlich aber Fremdkapital; die Vergütungen für die stillen Beteiligungen sind somit (einkommen- bzw. körperschafts-) steuerlich grundsätzlich abzugsfähig.

Apropos Konditionen. Sie haben ja jetzt eine Reihe von unbestreitbaren Vorteilen von stillen Beteiligungen aufgelistet. Was kostet das denn?

Pauli: Eine stille Beteiligung ist wirtschaftliches Eigenkapital, die Renditeforderungen der Kapitalgeber liegen somit oberhalb von Kreditzinsen. Die Konditionen hängen letztlich vom Einzelfall ab und bestehen aus einer fixen Verzinsung sowie zusätzlichen gewinn- bzw. erfolgsabhängigen Komponenten. Ein Vorteil ist sicherlich, dass sich die Konditionengestaltung auf die geplante Unternehmensentwicklung zuschneiden lässt, z.B. indem die Belastung eines Unternehmens in der Phase unmittelbar nach einer Investition zugunsten späterer Erfolgsbeteiligungen reduziert wird.

Ist auch eine kombinierte, also eine offene plus eine stille Beteiligung möglich?

Pauli: Ja, die BayBG bietet auch kombinierte Beteiligungen an.

Herr Pauli, Sie beschreiben hier die Vorteile in schönen Worten. Wenn sie so gut ist, warum haben denn dann nicht alle Unternehmen eine Beteiligung?

Pauli: Zunächst muss ein Unternehmen natürlich beteiligungsfähig sein und bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Andererseits besteht im deutschen Mittelstand nach wie vor eine Zurückhaltung im Hinblick auf Beteiligungsfinanzierung, die wohl vor allem von der Angst vor dem Verlust unternehmerischer Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit getragen wird.

Entschuldigung, dass ich hier unterbreche. Aber das Argument scheint mir sehr wichtig. Trifft das denn zu?

Pauli: Stille Beteiligungen beinhalten keine gesellschaftsrechtlichen Mitspracherechte. Bei einer offenen Beteiligung gibt es die Möglichkeit einer Minderheitsbeteiligung. Es gibt natürlich Informations- und - zumindest bei übergeordneten unternehmerischen Entscheidungen - auch eingeschränkte Mitspracherechte, insgesamt behält der Unternehmer aber das Heft auch in Zukunft in der Hand.

Einmal angenommen, ein Unternehmen wendet sich in der derzeit schwierigen Konjunktursituation wegen einer Beteiligung an die BayBG. Hat es überhaupt eine Chance, Kapital zu bekommen?

Pauli: Natürlich. Auch wir müssen bei der Prüfung von Beteiligungsengagements die aktuelle wirtschaftliche Situation des Unternehmens sowie das wirtschaftliche Umfeld berücksichtigen. Im Fokus unserer Betrachtung steht aber das langfristige Erfolgspotenzial des Unternehmens und nicht sein aktuelles Rating.

Das ist jetzt sehr allgemein. In wie viele Unternehmen hat die BayBG denn in den – sagen wir vergangenen 6 Monaten – investiert.

Pauli: Seit Beginn des laufenden Geschäftsjahres im Herbst 2008 haben wir 33,8 Mio. € in 68 Unternehmen in allen bayerischen Regionen investiert.

Das bedeutet rund 500.000 € pro Engagement. Beteiligungskapital ist also nicht nur etwas für die ganz Großen.

Pauli: Die BayBG ist konsequent mittelstandsorientiert, ihre Engagements beginnen bei rund 250.000 €, wir können bis zu 5 Mio. € pro Unternehmen investieren.

Für was haben die Unternehmen das Kapital eingesetzt?

Pauli: Für Investitionen, Innovationen oder Neugründungen, zur Regelung der Unternehmensnachfolge, zur Optimierung der Kapitalstruktur oder zur Realisierung von Turn-around-Maßnahmen.

Wenn sich ein Unternehmen Informationen zu einer Beteiligung möchte. Was sollte es dann am besten tun?

Pauli: Im Internet unter www.BayBG.de den entsprechenden Ansprechpartner herausuchen und anrufen.

Die BayBG ist einer der größten Beteiligungskapitalgeber für den Mittelstand. Sie ist aktuell bei 540 bayerischen Unternehmen mit mehr als 300 Mio. Euro engagiert. Mit ihren Beteiligungen und Venture Capital-Investments ermöglicht die BayBG mittelständischen Unternehmen die Umsetzung von Innovations- und Wachstumsvorhaben, die Regelung eines Gesellschafterwechsels oder der Unternehmensnachfolge, die Optimierung der Kapitalstruktur sowie die Umsetzung von Turn-around-Projekten.

Speiseöle für die Generation 50 plus

Etterschlagener Firma Basis hat Fette für Diabetiker und Senioren entwickelt

Von Christine Setzwein

Wörthsee ■ Wer gerne isst, isst auch gerne fett und süß. Wer gerne isst, bewegt sich eher ungerne. Die möglichen Folgen sind Übergewicht, Bluthochdruck, Diabetes. Das Motto „Genuss ohne Reue“ vor Augen, hat die „Basis GmbH“ zehn Jahre lang nach „besseren“ Fetten geforscht. Seit diesem Monat ist das Ergebnis auf dem Markt: zwei Speiseöle und ein Streichfett, entwickelt für die besonderen Stoffwechselbedürfnisse der Generation 50 plus, vor allem für die Ernährung bei Diabetes Typ II mit Übergewicht und Bluthochdruck.

„Andere reden von der Krise, wir sind innovativ und investieren“, sagt Jens Bolms, zusammen mit Cornelia Bäumker Geschäftsführer der 1994 gegründeten Firma. Die neue Produktlinie „Basis“, die in Zusammenarbeit mit führenden Ernährungswissenschaftlern entwickelt wurde, soll in den kommenden Jahren zu einer Ernährungslinie für die Zielgruppe 50 plus ausgeweitet werden. Einen Kapitalgeber dafür hat das Wörthseer Familienunternehmen gefunden. Die Bayerische Beteiligungsgesellschaft (BayBG) investiert als Minderheitsgesellschafter mit einer stillen Beteiligung in die Basis GmbH.

„Diabetiker haben kein Zucker-, sondern ein Fettproblem“, sagt Bäumker und stützt sich dabei auf wissenschaftliche Erkenntnisse. Mit einer innovativen Fettsäurekombination, die patentiert ist, sollen der Stoffwechsel und die Zellfunktion, insbesondere die

Insulinresistenz der Zelle, positiv beeinflusst werden. Die beiden Öle und das Streichfett enthalten 30 Prozent mittelkettige (mct)-Fette und unter anderem Raps-, Oliven-, Walnuss, Sonnenblumen- und Fischöl. Die Produkte sind als „bilanzierte Diät“ bestätigt. Mittlerweile sind auch große Nahrungsmittelhersteller an der Rezeptur interessiert. Sie wird in Lizenz zur Verfügung gestellt, „aber nicht verkauft“, sagt der 36-jährige Diplom-Kaufmann Bolms.

An Kunden für die Marke „basis – the better fat company“ dürfte es in Zukunft nicht mangeln, wenn sich die neuesten Schätzungen der Weltgesundheitsorganisation WHO bewahrheiten. Bis 2015 soll demnach die Zahl der Diabetiker in Deutschland von heute 7,2 Millionen auf 23 Millionen ansteigen. Trotz ihrer Erkrankung aber sind Diabetiker in aller Regel Ge-

nussmenschen, meint Bolms. „Nur zehn bis 15 Prozent setzen die Ernährungsratschläge des Arztes oder von Diätberatern um.“ Mit massiven Folgen für das Gesundheitssystem.

Acht Mitarbeiter hat die Basis GmbH bisher. In den kommenden Jahren soll diese Zahl auf rund 25 steigen. Vom Herbst an wird auch ein Lehrling ausgebildet, kündigt die 38-jährige Betriebswirtin und Ernährungsfachberaterin Bäumker an. Die Basis-Produkte sind in Reformhäusern, Apotheken und im Direktvertrieb erhältlich. „Unsere Produkte ermöglichen dem Diabetiker den Genuss“, versprechen Bolms und Bäumker. Der Allheilsbringer seien sie freilich nicht: „Nur durch eine insgesamt vollwertige Ernährung und Bewegung kann der Kampf gegen Diabetes, Übergewicht und Bluthochdruck gewonnen werden.“



Haben für Senioren und Diabetiker Speiseöle entwickelt (v.l.): Jens Bolms und Cornelia Bäumker.

Foto: Treybal

Basis GmbH

Die Beschäftigung mit gesunden Lebens- und Nahrungsmitteln ist Cornelia Bäumker quasi in die Wiege gelegt worden. Die Geschäftsführerin der Etterschlagener „Basis GmbH“ ist die Enkelin von Horst Heirler. Dieser gründete 1954 das Unternehmen „Horst Heirler Biologische Erzeugnisse“. Er entwickelte das erste Fertigmüsli, wies auf die Bedeutung der rechtsdrehenden Milchsäuren für den menschlichen Körper hin und brachte unter der Marke „Sanoghurt“ das erste Molkekäse- und Käsesortiment aus biologischem Anbau auf dem Markt.

Nach dem Verkauf seiner Firma verlegte sich der Wörthseer zusammen mit seinen Töchtern und seiner Enkelin auf die Forschung von „besseren Fetten“. Daraus entstand schließlich 1994 die Basis GmbH. Seit 1996 gibt es die Produktlinie mct-basis-plus mit Margarine, Speiseöl, Puten- und Schokostreichcreme. Zielgruppe sind Menschen mit Maldigestion, Zöliakie und Morbus Crohn. 2004 erwarben die Etterschlagener die Marke Ceres MCT, unter der Margarine und Streichfett vertrieben werden.

Seit Juni 2009 sind zwei Speiseöle und ein Streichfett für Diabetiker und die Generation 50 plus auf dem Markt, die in Hamburg produziert werden. Sie enthalten wertvolle Fettsäuren, Vitamine und Mineralstoffe. Insgesamt zehn Jahre lang hat die Etterschlagener Firma auf eigene Kosten nach „besseren Fetten“ geforscht. Umsatzzahlen behält das Familienunternehmen für sich (www.basisgmbh.com). csn

Staruburger Sz

24.06.2009



Expansion – Germany
EUR 1-5m

netcon AG
Location: Passau
Sector: Fixed line telecommunications
Founded: 2001

BayBG

BayBG has invested an undisclosed amount in the framework of a silent partnership and a minority investment in telecommunications infrastructure specialist netcon AG.

The investment strengthens the company's equity base, which increases its financial possibilities to fund further expansion.

Debt

BayBG provides as mezzanine tranche.

Company

netcon AG is based in Passau and leases, maintains and services fibre-optic links for telecommunications infrastructure. The company closes the gaps between large national and international networks, for example in rural areas. The company was founded in 2001.

People

Annette Müller handled the investment for BayBG.



Newsletter
PeopleandDeals

23. Juli 2009, 08:14

BayBG beteiligt sich an nfon AG

(mco) Die **Bayerische Beteiligungsgesellschaft** ist mit einer Minderheitsbeteiligung beim Münchner Telekommunikationsanbieter **nfon AG** eingestiegen. Das Unternehmen ist auf webbasierte Telefonanlagen spezialisiert und will mit dem Kapital Vertrieb und Marketing weiter ausbauen.

Quellen: BayBG, FINANCE



BAYERISCHE BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT

BayBG engagiert sich bei der nfon AG

München. „Die webbasierten Telefonanlagen der nfon AG bieten hohe Funktionalität, Flexibilität und `Ease of use`. Das Unternehmen verfügt über ein skaliertes Geschäftsmodell und ist technologisch führend.“ Mit diesen Worten begründet Peter Pauli, Geschäftsführer der BayBG Bayerischen Beteiligungsgesellschaft, München, das Engagement der BayBG, die mit einer Minderheitsbeteiligung bei der nfon AG, München, eingestiegen ist. Das Münchner Unternehmen wird mit dem Beteiligungskapital Vertrieb und Marketing weiter intensivieren.

Der Telekommunikationsanbieter zählt aktuell mehrere Tausend Nutzer unterschiedlichster Unternehmensgrößen. Die Telefonanlage, die über mehrere ausfall-sichere Rechenzentren betrieben wird, ermöglicht es den Unternehmen, ihre Telefonanlage auszulagern und so ihre Fixkosten zu senken. „Investitionen in teure stationäre Anlagen sind nicht notwendig und unsere Kunden zahlen bei uns nur so viele Telekommunikationsgeräte (z.B. Einzeltelefone), wie sie auch tatsächlich nutzen. Das ist ein starkes Verkaufsargument in der derzeitigen Wirtschaftskrise“, so Jens Blomeyer, Marketing-Vorstand bei nfon. Die Anwendungsmöglichkeiten sind räumlich wie technisch nahezu unbegrenzt: Handys oder Laptops, Heimarbeitsplätze oder Produktionsniederlassungen können über das Internet weltweit wie eine Nebenstelle an die Server-Systeme angebunden werden.

Neben eines nahezu unbegrenzten Funktionsspektrums mit über 100 Funktionen (von interaktive Sprachdialogen, Warteschlangen, Versand und Empfang von Faxen über den PC bis hin zu persönlichen Voicemailboxen mit Outlook-Integration) überzeugt die einfache und intuitive Benutzerführung über ein selbsterklärendes Webportal.

Blomeyer: „Dass die starke Kundennachfrage nun auch auf die Kapitaleseite übergesprungen ist, zeigt die Markt- und Zukunftsorientierung unserer Produkte. Unter mehreren Interessenten haben wir uns u.a. für die BayBG als Beteiligungspartner entschieden, da wir von deren umfangreichen Know-how erheblich profitieren können. Der Einstieg der Beteiligungsgesellschaft erweitert unsere Möglichkeiten um ein Mehrfaches.“

BAYERNKURIER

Deutsche Wochenzeitung für Politik ♦ Wirtschaft und Kultur

Aktuelle Ausgabe: **Jahrgang 60, Nr. 31, 01. August 2009**

Extravagante Flakons für edle Düfte

Bayerns erfolgreicher Mittelstand: Heinz-Glas GmbH in Kleintettau

Artikel aus Rubrik WIRTSCHAFT-ALLGEMEIN



Bei der Herstellung der aufwändigen Designerflaschen arbeiten die Experten oft an der Grenze des technisch Machbaren.

Bild: Heinz-Glas

Kleintettau – Wer durch das 800-Seelen-Dorf Kleintettau im nördlichen Landkreis Kronach fährt, wird auf den ersten Blick kaum vermuten, dass hier die ganz Großen der Kosmetikbranche gewissermaßen zu Hause sind: Elisabeth Arden, Avon, Calvin Klein, Estee Lauder, Yves Saint Laurent oder L’Oreal – um nur einige zu nennen. Sie alle lassen die extravaganten Flakons und Glasbehälter für ihre edlen Düfte und Kosmetika bei der Heinz-Glas GmbH produzieren.

Die Geschichte des mittelständischen Familienbetriebs geht bis in 16. Jahrhundert zurück. Heute ist dieser Bereich des Unternehmens nach eigenen Angaben der

drittgrößte Produzent für Parfüm-Flakons und Glasbehälter für Kosmetika weltweit. Die Heinz-Glas GmbH ist der Kern der Heinz-Gruppe, die Produktionsstätten in Deutschland, Polen, China, Tschechien und Peru sowie Verkaufsbüros in USA, Frankreich, England, Russland, Spanien und Italien unterhält. 60 Prozent des Gruppenumsatzes, der 2008 bei rund 250 Millionen Euro lag, erzielt Heinz im Ausland. Weltweit werden rund 2500 Mitarbeiter beschäftigt, davon in Deutschland rund 1200.

Allein in Kleintettau produzieren rund 700 Mitarbeiter die edlen Parfüm-Flakons für das Premium-Segment. Firmenchef Carl-August Heinz bekennt sich auch klar zum oberfränkischen Standort seines Familienbetriebes: „Das Dorf braucht uns zum Überleben, aber wir brauchen auch das Dorf, nämlich die Menschen.“ Wichtig für den Erfolg des Unternehmens sei nämlich auch die langjährige Erfahrung der Mitarbeiter. „Außerdem liegt Kleintettau im Zentrum der Welt, je 1000 Kilometer nach Paris und Warschau und je dreieinhalb Stunden nach Berlin, München oder Frankfurt. Wir sind so nah am Kunden“, fügt der Firmenchef hinzu.

„Die Flakon-Herstellung ist ein sehr aufwändiger Prozess, und unsere Kunden stellen höchste Anforderungen an die Qualität“, betont Heinz. Kein Wunder – denn zum einen macht die Gestaltung des Flakons 50 Prozent des Verkaufserfolgs eines neuen Duftes aus und in die Entwicklung eines neuen Flakons im Premium-Bereich fließen im Schnitt 7 Millionen Euro.

Im Trend liegen bei den teuren Düften momentan vor allem Material-Kombinationen von Glas mit Metall oder Kunststoff mit immer großartigeren Aufdrucken sowie besonders schwere Flakons, erläutert Pressesprecherin Ute Schaller. Da die Kleintettauer nicht nur die Flakons produzieren, sondern auch hochwertige Verschlüsse sowie Tiegel und Standard-Glasbehälter, erhalten die Kunden alles aus einer Hand. „Das wird honoriert und sichert das Unternehmen auf dem hartumkämpften Weltmarkt“, so Firmenchef Heinz.

Zur Produktpalette – sie umfasst rund 800 Produkte und das Fertigungsvolumen beläuft sich auf 600 Millionen Glasverpackungen jährlich – zählen aber nicht nur die edlen und teuren Parfüm-Flakons, sondern zum Beispiel auch ein Klassiker, der wohl kaum in einem deutschen Badezimmer fehlt: die Odol-Flasche, die bereits vor 100 Jahren von Heinz-Glas produziert wurde. Zwar ging der Auftrag 1951 verloren, doch seit 2001 werden die ausgefallen geformten Flaschen aus Opalglas wieder in Kleintettau gefertigt – jährlich rund 20 Millionen –, deren typische Glastrübung durch den Zusatz von Fluor entsteht. Heinz-Glas ist einer von weltweit nur vier Produzenten, die Opalglas-Behälter auf vollautomatischer Basis herstellen, in Deutschland sogar der einzige.

Christine Popp



21.07.09

BayBG engagiert sich bei Entwickler internetbasierter Telefonanlagen

Kategorie: Finanzierung

Von: Josef Krumbachner

Erfolgreiche Finanzierungsrunde für nfon AG

München, 21. Juli 2009. „Die web-basierten Telefonanlagen der nfon AG bieten hohe Funktionalität, Flexibilität und `Ease of use´. Das Unternehmen verfügt über ein skaliertes Geschäftsmodell und ist technologisch führend.“ Mit diesen Worten begründet Peter Pauli, Geschäftsführer der BayBG Bayerischen Beteiligungsgesellschaft, München, das Engagement der BayBG, die mit einer Minderheitsbeteiligung bei der nfon AG, München, eingestiegen ist. Das Münchner Unternehmen wird mit dem Beteiligungskapital Vertrieb und Marketing weiter intensivieren.

Der Telekommunikationsanbieter zählt aktuell mehrere Tausend Nutzer unterschiedlichster Unternehmensgrößen. Die Telefonanlage, die über mehrere ausfallsichere Rechenzentren betrieben wird, ermöglicht es den Unternehmen, ihre Telefonanlage auszulagern und so ihre Fixkosten zu senken. „Investitionen in teure stationäre Anlagen sind nicht notwendig und unsere Kunden zahlen bei uns nur so viele Telekommunikationsgeräte (z.B. Einzeltelefone), wie sie auch tatsächlich nutzen. Das ist ein starkes Verkaufsargument in der derzeitigen Wirtschaftskrise“, so Jens Blomeyer, Marketing-Vorstand bei nfon. Die Anwendungsmöglichkeiten sind räumlich wie technisch nahezu unbegrenzt: Handys oder Laptops, Heimarbeitsplätze oder Produktionsniederlassungen können über das Internet weltweit wie eine Nebenstelle an die Server-Systeme angebunden werden. Neben eines nahezu unbegrenzten Funktionsspektrums mit über 100 Funktionen (von interaktive Sprachdialogen, Warteschlangen, Versand und Empfang von Faxen über den PC bis hin zu persönlichen Voicemailboxen mit Outlook-Integration) überzeugt die einfache und intuitive Benutzerführung über ein selbsterklärendes Webportal.

Blomeyer: „Dass die starke Kundennachfrage nun auch auf die Kapitalseite übersprungen ist, zeigt die Markt- und Zukunftsorientierung unserer Produkte. Unter mehreren Interessenten haben wir uns u.a. für die BayBG als Beteiligungspartner entschieden, da wir von deren umfangreichen Know-how erheblich profitieren können. Der Einstieg der Beteiligungsgesellschaft erweitert unsere Möglichkeiten um ein Mehrfaches.“