

# handwerk. magazin

02 / 2018

für unternehmerischen Erfolg

Mehr Infos unter  
[www.die-neue-bav.de](http://www.die-neue-bav.de)

Die betriebliche  
Altersversorgung  
geht neue Wege –  
wir gehen mit.

SIGNAL IDUNA  
gut zu wissen

Meine **Abläufe**

**vereinfachen?**

In einem System, das alle

verbindet.



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

gel

Malermeister Jürgen  
Jörges aus Dreieich bei  
Frankfurt lässt seine  
Auszubildende Jessica  
per Blog für den  
Betrieb werben.



Marketing  
Storytelling  
wichtiger wird

Krisenmanagement  
Wie Sie einen Plan für  
den Notfall erstellen

Und Kunden, Lieferanten und meinen

Steuerberater **mit mir**

**vernetzt!**



Die digitalen DATEV-Lösungen vernetzen alle Geschäftspartner mit Ihrem Unternehmen. So schaffen Sie durchgängig digitale Prozesse und vereinfachen die Abläufe in Ihrem Unternehmen. Informieren Sie sich im Internet oder bei Ihrem Steuerberater.

[Digital-schafft-Perspektive.de](http://Digital-schafft-Perspektive.de)



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

# Marketing. Magazin

Mehr Infos unter  
[www.die-neue-bav.de](http://www.die-neue-bav.de)

Die betriebliche  
Altersversorgung  
geht neue Wege –  
wir gehen mit.

SIGNAL IDUNA  
gut zu wissen

## Blog

Malermeister Jürgen Jörges aus Dreieich bei Frankfurt lässt seine Auszubildende Jessica per Blog für den Betrieb werben.



**Marketing**  
Storytelling  
wichtiger wird

**Krisenmanagement**  
Wie Sie einen Plan für  
den Notfall erstellen

# handwerk. magazin

02 / 2018

für unternehmerischen Erfolg

## NEUE IDEEN gegen den Fachkräftemangel

Kommunikation, Führung  
und Organisation neu denken:  
So gewinnen Sie Azubis und  
neue Mitarbeiter.

Malermeister Jürgen  
Jörges aus Dreieich bei  
Frankfurt lässt seine  
Auszubildende Jessica  
per Blog für den  
Betrieb werben.



02  
608606  
4 190963

Mehr Infos unter  
[www.die-neue-bav.de](http://www.die-neue-bav.de)

Die betriebliche  
Altersversorgung  
geht neue Wege –  
wir gehen mit.

SIGNAL IDUNA  
gut zu wissen

**Design-Gestaltung**  
Was Sie bei Grafikern  
beachten müssen

**New Marketing**  
Warum Storytelling  
immer wichtiger wird

**Krisenmanagement**  
Wie Sie einen Plan für  
den Notfall erstellen



**CHUCK NORRIS HAT ES AUSGEMESSEN:  
DER DUCATO IST DER GRÖSSTE.  
DIREKT NACH IHM.**



**WER NICHT CHUCK NORRIS IST, BRAUCHT DEN FIAT DUCATO.  
DER FIAT DUCATO EASY. SCHON FÜR 15.990 €.<sup>1</sup>**

- Beste Nutzlast seiner Klasse
- Größtes Ladevolumen seiner Klasse
- Drehmomentstarke Motoren

**BE CHUCK OR BE PRO**

ERÖFFNEN SIE EIN FESTGELDKONTO BEI DER **FCA BANK** UND PROFITIEREN SIE VON EINER ATTRAKTIVEN RENDITE. INFORMATIONEN ZUM FESTGELD DER FCA BANK S.P.A. UNTER [WWW.FCABANK-SPAREN.DE](http://WWW.FCABANK-SPAREN.DE).

<sup>1</sup> UPE des Herstellers i. H. v. 22.760,00 € abzgl. Fiat Professional- und Händler-Bonus i. H. v. 6.770,00 € zzgl. MwSt. und Überführungskosten, für den Ducato Kastenwagen 2,8t 2.0 Multijet 85 kW (115 PS) (Version 290.SLU.6). Nachlass, keine Barauszahlung.

<sup>2</sup> 2 Jahre Fahrzeuggarantie und 2 Jahre Funktionsgarantie „Maximum Care Flex 100“ der FCA Germany AG bis maximal 100.000 km gemäß deren Bedingungen. Optional als „Maximum Care Flex“ auf bis zu 250.000 km Gesamtleistung und um das 5. Fahrzeugjahr erweiterbar.

Angebot nur für gewerbliche Kunden, gültig für nicht bereits zugelassene Neufahrzeuge bis 31.03.2018. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen. Nur bei teilnehmenden Fiat Professional Partnern. Abbildung zeigt Sonderausstattung.



**PROFESSIONAL**

**PROFIS WIE SIE**

**Leidenschaft entwickeln** und online vermitteln: Die Zukunft der Mitarbeitergewinnung ist digital.



## Der Kampf um TALENTE ist im Handwerk angekommen

**Fachkräftemangel.** Im Jahr 2030 werden in Deutschland laut einer Analyse des Basler Marktforschungsinstituts Prognos rund drei Millionen Fachkräfte fehlen. Und die meisten davon im Handwerk. Damit geht unserer Branche zunehmend eine wichtige Wachstumsoption verloren. Das ist die erschütternde Realität. Doch was hilft jammern? Stattdessen ist es Zeit, nach neuen Lösungsansätzen zu suchen. Einige Handwerksunternehmer sind nicht mehr mit den alten Rezepten zufrieden – die immer weniger funktionieren – und machen sich auf, den sich immer schneller verändernden Markt, das neue Medienverhalten, die neuen Wertewelten genauer anzuschauen. Sie haben daraus ihre Schlüsse gezogen und das Thema Mitarbeitergewinnung neu gedacht. Davon handelt unsere Titelgeschichte (Seite 16). Und davon, dass man seine Leidenschaft für sein Gewerk – wo sie verloren war – wiederentdeckt und davon berichtet. Da passt es gut, dass unsere Serie „New Marketing“ in der aktuellen Folge (Seite 38) erklärt, wie man erfolgreich „Storytelling“ betreibt, um diese Leidenschaft auch nach außen zu vermitteln.

**Technologie-Bewertung.** Das Heinz-Piast-Institut für Handwerks-technik an der Leibniz Universität Hannover (HPI) haben wir in der Vergangenheit bereits öfter vorgestellt. Zuletzt, als wir mit einem Handwerksunternehmer den „Digi-Check“, mit dem heute alle digitalen Kompetenzzentren des Handwerks arbeiten, unter die Lupe genommen haben. Jetzt widmet sich das HPI der Bewertung von Zukunftstechnologien im Handwerk. Wir sind stolz, Ihnen im Rahmen einer exklusiven Kooperation mit dem HPI in dieser Ausgabe die erste Folge dieser Analysen vorstellen zu können: Die Zukunft des 3D-Drucks im Handwerk (Seite 42).

Eine anregende Lektüre wünscht



**Olaf Deininger, Chefredakteur**



Besuchen Sie uns auf der IHM vom 07. – 13.03.2018. Messegelände München, Halle C2 / Stand C2.168.

## Mehr Netto vom Brutto

### Betriebliche Altersversorgung durch Entgeltumwandlung

Staatliche Fördermittel nutzen und finanzielle Vorteile für Arbeitgeber und Arbeitnehmer sichern

- Steuer- und Sozialversicherungssparnis für Arbeitnehmer
- Reduzierung der Lohnzusatzkosten für Arbeitgeber
- Haftungssicherheit für den Betrieb durch zertifizierte Beratung



Weitere Infos: [www.muenchener-verein.de/bav](http://www.muenchener-verein.de/bav)

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG

**1. PLATZ**

**Versicherer des Jahres**

Kundenbefragung Juni 2017  
44 Anbieter

[www.disq.de](http://www.disq.de)  
Privatwirtschaftliches Institut



BestbAV - zertifizierte Beratungsstandards für Sie!

Qualitätskontrolle im Auftrag der handwerklichen Versorgungswerke – speziell für Tarifvertragsparteien



**münchener verein**  
partner der versorgungswerke  
Handwerk. In besten Händen.

# INHALT

handwerk magazin  
02 / 2018



30 BAUT ELEKTROAUTOS: PROF. SCHUH



44 MARKTÜBERSICHT: PICK-UPS



50 MIT NOTFALLPLAN: EHEPAAR NEMELA

## MARKT & CHANCEN

### 22 KONSUM WIRD INDIVIDUELLER

Studie, Teil 2: Die Zukunft des Hamburger Handwerks und die Situation von Betrieben in Großstädten allgemein.

### 26 DIE NÄCHSTE GENERATION

IHM-Serie: Junge Handwerksunternehmer präsentieren neue Konzepte für Kunden, Arbeitswelten und Lösungen.

### 30 BEIM AUTOFAHREN ARBEITEN

Interview: Professor Günther Schuh will die Elektromobilität mit einem preiswerten Kleinwagen revolutionieren.

### 34 FILIALISTEN AUF DEM VORMARSCH

Branchencheck: Die Gesamtumsätze der Augenoptiker wachsen, gleichzeitig verlieren die Einzelbetriebe Marktanteile.

### 36 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Kurzmeldungen: Bauhauptgewerbe / Elektrohandwerke / Autozulieferer / Gewerbestrom / Marktstudien



## BETRIEB & MANAGEMENT

### 38 STORYTELLING BRINGT KUNDEN

Serie „New Marketing“: Mit Storytelling bleiben Sie im Gedächtnis der Kunden. Wie Sie guten Erzählstoff finden.

### 42 3D-DRUCK ÄNDERT GANZE BRANCHEN

Analyse: So funktioniert die Technik, das sind Anwendungsgebiete im Handwerk, welche Wachstumsraten sind möglich.

### 44 PICK-UPS FÜR HANDWERKER

Marktübersicht: Nach VW startet jetzt Mercedes in den Markt. Auch die Wettbewerber bringen neue Modelle heraus.

### 48 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Kurzmeldungen: Abonnement des Monats / Betriebsübergabe / Buchtipps / Arbeitsschutz / Einkaufstrend / Messe / Studien und Umfragen

## FINANZEN & VERSICHERUNGEN

### 50 NICHT AUF DIE LANGE BANK SCHIEBEN

Checkliste: So erstellen Sie einen Notfallplan für Ihren Betrieb, damit er nach einem Unfall reibungslos weiterläuft.

### 54 AUSFÄLLE RICHTIG ABSICHERN

Rechenbeispiel: Die Absicherung der Arbeitskraft mit einer Krankentagegeldversicherung ist wichtig, aber komplex.

### 56 GEWINNEN MIT ROBOTIK-FONDS

Produktvergleich: Die Investition in die Hightech-Fonds verspricht gute Renditen, die ersten Anbieter sind auf dem Markt.

### 58 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Kurzmeldungen: Zahlungsmoral / Finanzspiegel / Motorradversicherung / Elementarversicherung / Anlegertipp

## TITELTHEMA

### 16 ALLES ONLINE

Neue Lösungen: Wie Sie mit aktivem Online-Marketing Personal finden.

»Künftig kommt nicht der Kunde in die Werkstatt, sondern der Service zum Kunden.«

Prof. Günther Schuh, Pionier für Elektromobilität.



**60 AUSLANDSEINSATZ: FIRMENCHEFS FELS**

## STEUERN & RECHT

- 60 SCHÜTZEN SIE IHR TEAM IM AUSLAND**  
Berechnungsgrundlagen: Beachten Sie die neuen Steuervorschriften, sonst drohen den Mitarbeitern Nachzahlungen.
- 64 WAS DÜRFEN GRAFIKER UND TEXTER?**  
Serie „Urheberrecht“: Wenn Sie für Werbung Grafiken und Texte nutzen wollen, müssen Sie Schutzrechte beachten.
- 68 VERSETZUNG GEFÄHRDET**  
Urteil des Monats: Arbeitnehmer müssen Versetzungsanordnungen nicht immer befolgen.
- 70 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN**  
Kurzmeldungen: Offene Ladenkasse / Gebrauchtwagenkauf / Personalrat / Abgabenordnung / Unfallversicherung

## STANDARDS

- 3 EDITORIAL**
- 6 ONLINE EXKLUSIV**
- 8 BETRIEB DES MONATS**
- 9 TRENDS**
- 72 PRIVAT**
- 75 HISTORISCHER HANDWERKER**
- 76 AKTIONEN**
- 78 DIALOG**
- 80 VERBÄNDE**
- 81 IMPRESSUM/VORSCHAU**
- 82 AUSFAHRT**

### ONLINE-ERGÄNZUNGEN

Noch mehr erfahren auf unserer Website: Ausführliche Marktübersichten, Checklisten, Videos, Musterverträge, Themenseiten und weitere Hintergründe unserer Berichte finden Sie online.

### ONLINE-LEGENDE

- Themen-seite
- Video
- Download
- Bilder-galerie
- Rechner
- Analyse/ Umfrage

### NEWSLETTER

Das Wochen-Briefing: Jeden Dienstag aktuelle Tipps und konkrete Lösungshilfen für mehr Erfolg in Ihrem Betrieb! Abonnieren Sie jetzt den Unternehmertipp-Newsletter von handwerk magazin. [handwerk-magazin.de/newsletter](http://handwerk-magazin.de/newsletter)

### AUCH IM APP-STORE

handwerk magazin gibt es auch als digitales Magazin für Smartphones und Tablet-Computer. Die Ausgaben stehen in Apples App-Store und bei Google Play zum Download bereit. [handwerk-magazin.de/app](http://handwerk-magazin.de/app)



[www.handwerk.inter.de](http://www.handwerk.inter.de)

# Meine Zukunft gestalten!

Sparen Sie fürs Alter. Und zwar so, wie Sie es möchten.

**Clever kombiniert:  
Versicherung + Fonds**

- Garantierte Leistung von Anfang an
- Bequem Vermögen aufbauen und von kostengünstigen ETFs profitieren
- Ein- und Auszahlen nach Wunsch

Passen Sie Ihre **Altersvorsorge** an Ihr Leben an. Nutzen Sie dabei Ihre Vorteile als Mitglied in unseren Versorgungswerken.

Neugierig? Rufen Sie uns an oder informieren Sie sich im Internet.  
Telefon 0621 427-427  
[www.handwerk.inter.de/inter-mein-leben](http://www.handwerk.inter.de/inter-mein-leben)

**INTER Versicherungsgruppe  
Handwerker Service**



## KENNELERNEN, vernetzen und voneinander profitieren

Damit Sie sich ab sofort mit anderen Handwerksunternehmern austauschen können, haben wir jetzt eine Facebook-Gruppe gegründet. Als Wissens-Netzwerk im Handwerk, in dem unternehmerische Themen besprochen und diskutiert werden können. Und natürlich auch, damit wir Sie und Ihre Herausforderungen im Betriebsalltag noch besser kennenlernen können. Hier die Diskussionsthemen der ersten Wochen:

**WAS BRINGEN ONLINE-BEWERTUNGSPORTALE?** Etliche Handwerksunternehmer schildern ihre Erfahrungen. Tenor: Am wichtigsten ist „Google My Business“, da die Bewertungen direkt bei den Suchergebnissen angezeigt werden.

**HAT FACEBOOK SEINEN ALGORITHMUS GEÄNDERT?** Viele Handwerksunternehmer stellten in den letzten Wochen fest, dass ihre Facebook-Reichweiten rückläufig sind. Das liegt nicht etwa an schwächeren Inhalten, sondern daran, dass Facebook seinen Algorithmus geändert hat und Inhalte, die von Facebook wegführen, den Usern weniger anzeigt.

**WIE WERDE ICH MITGLIED?** Teilnehmen an der geschlossenen Gruppe kann jeder Handwerksunternehmer sowie Interessensvertreter und – im beschränkten Umfang – Dienstleister für das Handwerk. Die Teilnahme ist kostenlos.

[www.facebook.com/handwerk.magazin](http://www.facebook.com/handwerk.magazin)



Das neue Wissens-Netzwerk für Handwerksunternehmer von handwerk magazin auf Facebook.

## AKTUALISIERT Fördermittel für Nachfolger

**MARKTÜBERBLICK** Bund und Länder unterstützen Nachfolger jetzt mit günstigen Förderkrediten. Und zwar nicht nur beim Kauf eines Betriebs, sondern auch bei Modernisierung und Mitarbeiterqualifikation. Wir haben unseren Überblick auf den aktuellen Stand gebracht.

[www.handwerk-magazin.de/nachfolge](http://www.handwerk-magazin.de/nachfolge)



## EINFACHER arbeiten

[handwerk-magazin.de/arbeitshilfen](http://handwerk-magazin.de/arbeitshilfen)

**SO GUT IST IHRE WEBSITE** Werden auf einer Website die wichtigsten Fragen nicht schnell und kompetent beantwortet, klickt der Interessent zur Konkurrenz. Mit unserer Checkliste können Sie testen, ob Ihr Webauftritt gut genug ist, um das zu verhindern.

[www.handwerk-magazin.de/website-test](http://www.handwerk-magazin.de/website-test)

**ÜBERSICHT STREETSCOOTER-VARIANTEN** Der Post-Elektrotransporter „Streetscooter“ ist auch für Handwerksbetriebe eine Alternative. Unsere Übersicht gibt Ihnen einen Überblick über die verschiedenen Varianten des Innenstadt-Spezialisten.

[www.handwerk-magazin.de/streetscooter](http://www.handwerk-magazin.de/streetscooter)

## NEWSletter



**UNTERNEHMERTIPP** Vollgepackt mit viel Nutzwert informiert Sie der kostenlose »handwerk magazin-Unternehmertipp« über alle betriebsrelevanten Neuigkeiten. Hier anmelden:

[handwerk-magazin.de/unternehmertipp](http://handwerk-magazin.de/unternehmertipp)



**STEUERN&RECHT** Kostenlos und exklusiv: Einmal im Monat bekommen Sie als Abonnent von handwerk magazin Informationen zu Rechts- und Steuerthemen. Hier anmelden:

[handwerk-magazin.de/steuern&recht](http://handwerk-magazin.de/steuern&recht)





Innovation  
that excites



# VOLLE RÜCKENDECKUNG.



Als stolzer Partner der UEFA Champions League haben auch wir alle Positionen mit echten Profis besetzt. Ob nun unsere vielseitigen Nutzfahrzeuge, die Ihr Team tatkräftig unterstützen, oder unsere effizienten Flottenfahrzeuge, mit denen Sie auch finanziell bestens aufgestellt sind – setzen Sie auf volle Rückendeckung mit der NISSAN 5-Jahres-Garantie\* und fahren auch Sie Ihr Unternehmen in die Champions League. Jetzt bei Ihrem NISSAN Händler und auf [nissan-fleet.de](http://nissan-fleet.de)

## 5 JAHRE GARANTIE AUF ALLE NISSAN NUTZFAHRZEUGE.\*



\*5 Jahre Garantie bis 160.000 km für alle NISSAN Nutzfahrzeug-Modelle sowie für den NISSAN EVALIA. Ausgenommen ist der NISSAN e-NV200, für den 5 Jahre/100.000 km gelten, wobei sich die 5 Jahre Garantie aus 3 Jahren/100.000 km Herstellergarantie und kostenfreien 2 Jahren NISSAN 5★ Anschlussgarantie des teilnehmenden NISSAN Partners zusammensetzen. Der komplette Umfang und Inhalt der Anschlussgarantie kann den NISSAN 5★ Anschlussgarantiebedingungen entnommen werden, die der teilnehmende NISSAN Partner für Sie bereithält. Einzelheiten unter [www.nissan.de](http://www.nissan.de). NISSAN CENTER EUROPE GMBH, Postfach, 50319 Brühl.



**Thomas Rintsch**  
schafft ökologischen  
Wohnraum mit  
Holzbauten.

# Einfach **EINS DRAUFGESETZT**

Holzbauunternehmer Thomas Rintsch schafft mit seiner „Arche Naturhaus“ in Berlin neuen, energieoptimierten Wohnraum: Er stockt bestehende Gebäude auf. Das ist preiswert und ökologisch.

**A**nbauten und Aufstockungen von Wohngebäuden sind in Ballungszentren ein Mega-Markt, sagt Thomas Rintsch, Geschäftsführer des Holzbauunternehmens „Arche Naturhaus“ mit Hauptsitz in Borkwalde, südlich von Potsdam, und mit Produktionsstandort in Zahna-Elster bei Lutherstadt Wittenberg (arche-naturhaus.de). Er muss es wissen, denn Arche Naturhaus stemmt gerade ein für einen Handwerksbetrieb mit 20 Mitarbeitern enormes Bauprojekt: Im Berliner Stadtteil Lichtenfelde werden die Wohngebäude eines ganzen Straßenzugs aufgestockt – in Holzrahmenbauweise. Gut 80 neue Wohnungen entstehen so, das Projekt startete 2014 und wird in diesem Jahr pünktlich vollendet.

Rintsch, gelernter Immobilienfachwirt, und sein Team fertigen die Module in der Produktionshalle vor, danach geht alles per Schwertransporter in die Hauptstadt und wird auf die bestehenden Gebäude montiert. „Anfangs machte ich mir schon Sorgen, ob wir das mit unserem Betrieb schaffen, aber wir wurden mit jeder Wohnung effektiver“, erinnert sich



Rintsch an die Anfänge. Schon im zweiten Jahr sparten sie 15 Prozent der Arbeitsstunden für die gleiche Anzahl fertiggestellter Wohnungen.

Den Auftrag bekam Rintsch, weil den Planern Arche Naturhaus als innovatives und ökologisch ausgerichtetes Unternehmen in der Region bekannt war. „Auch die Mitgliedschaft in der ZimmerMeisterHaus-Gruppe hat uns geholfen“, glaubt Rintsch. Hier sind bundesweit 100 Holzbau-Manufakturen vereinigt, um durch gemeinsames Marketing die Herausforderungen in einer sich schnell wandelnden Branche besser erfüllen zu können.

Aktuell macht Rintsch 2,6 Millionen Euro Jahresumsatz, aber er ist sich sicher, dass dieser Spezialmarkt ihm weiteres Wachstum bringen wird. **rm**



**Gesammelte Trendporträts** Wie andere Unternehmer aktuelle Trends für sich nutzen: [handwerk-magazin.de/trendportraet](http://handwerk-magazin.de/trendportraet)



**Unternehmer** müssen mit höheren Preisen für Fernwärme rechnen.

## ENERGIE

### FERNWÄRME wird wieder teurer

Wie der aktuelle Preisvergleich des Bundesverbands der Energie-Abnehmer (VEA) zeigt, müssen Unternehmen mit höheren Fernwärmepreisen rechnen. Während auf Mittelständler in den alten Bundesländern ein durchschnittlicher Preisanstieg von 2,3 Prozent zukommt, zahlen Unternehmer im Osten – im Vergleich zum Oktober 2016 – zwar nur 0,4 Prozent mehr. Allerdings liegt dort der Preis für Fernwärme sowieso bereits um 15 Prozent über Westniveau. Laut VEA-Analyse zahlen westdeutsche Unternehmer derzeit bei einer Benutzungsdauer von 1.500 Stunden pro Jahr zwischen 55,26 Euro pro Megawattstunde (MWh) bei den Stadtwerken Kempen und 89,47 Euro/MWh bei den Stadtwerken Pforzheim – ein Preisunterschied von 62 Prozent. **me**



**Die Entscheidung** über die Grundsteuer-Zukunft naht.

## BUNDESVERFASSUNGSGERICHT

### GRUNDSTEUER bald unbezahlbar?

Das betrifft in naher Zukunft sowohl Vermieter als auch Mieter: Aktuell prüft das Bundesverfassungsgericht (BVerfG), ob die Einheitsbewertung des Grundbesitzes als Bemessungsgrundlage für die Grundsteuer mit dem Grundgesetz vereinbar ist. Falls nicht, droht der Steuer in der jetzigen Form das Aus – mit schwerwiegenden finanziellen Folgen für die Kommunen. Eine Lösung wäre die Ermittlung der Grundsteuer nach Größe und Nutzfläche des Grundstücks. Wohnen könnte dann aber in städtischen Ballungsräumen fast unbezahlbar werden: „Legt man die heutigen Bodenwerte und das bestehende System von Messzahlen und Hebesätzen zugrunde, würde sich die Grundsteuer in bestimmten Lagen um das 40-Fache erhöhen“, sagte beispielsweise der Hamburger Finanzsenator Peter Teschentscher (SPD) gegenüber der Tageszeitung „Die Welt“. Denkbar ist laut dem Immobilienverband IVD als weitere Variante aber auch, dass das BVerfG den Ball zurück ins Feld der Politik spielt und eine Frist für eine gerechte Neuregelung setzt. **rak**

## ORTSTERMIN: „WAR DA WAS?“

### IT-INSELN besser vermeiden

Die Denkwerkstatt von handwerk magazin gastierte im Januar bei der SHK-Innung München. Hier die wichtigsten Ergebnisse:

**1 Prozesse müssen integriert digitalisiert werden:** Betriebe sollten keine einzelnen IT-Inseln schaffen, sondern die Abläufe im Betrieb ganzheitlich analysieren, optimieren und digitalisieren. Richtig ist eine Modellierbarkeit der digitalen Prozesse, da sich Abläufe und Produkte ändern können.

**2 BIM kommt früher als erwartet:** Viele Betriebe gehen davon aus, dass im SHK-Gewerk der Planungsstandard „Building Information Modelling“ schon in zwei bis drei Jahren Standard sein wird; damit wird BIM zur Marktvoraussetzung.

**3 Digitale Sichtbarkeit des Betriebs wird Erfolgsfaktor:** Bei Marketing, Akquise, Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung entscheidet die digitale Sichtbarkeit immer stärker über den Erfolg. Fähigkeiten wie Keyword-Strategie, Suchmaschinenoptimierung und Social-Media werden zu Kernkompetenzen von Handwerksunternehmern. **od**



**Denkwerkstatt** zu Besuch bei der SHK-Innung München.

# 26.400



weniger Baugenehmigungen für Wohnungen wurden nach Angaben des Statistischen Bundesamts in den ersten elf Monaten 2017 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erteilt, das ist ein Rückgang von 7,8 Prozent.



**Reinhold Mulatz**  
handwerk-magazin-CVD

## Die Lüge vom schnellen Internet

**M**an stelle sich vor, ein Autohaus verkauft einem Kunden ein Auto mit 200 PS, das in Wahrheit aber nur 150 PS hat. Oder ein Heizungsbauer verkauft eine Wärmepumpe, die deutlich weniger Energie produziert als vertraglich zugesichert. Der Kunde würde sich – mit Recht – betrogen fühlen. Aber: Rund 30 Prozent der Internetnutzer in Deutschland bekommen nicht einmal die Hälfte von der Datengeschwindigkeit, die ihre Anbieter versprechen. Dies geht aus dem Jahresbericht der Breitbandmessung hervor, den die Bundesnetzagentur jetzt vorgelegt hat. Im mobilen Internet sieht es noch schlechter aus: Nur 18,6 Prozent der Nutzer konnten 2017 mit mindestens der Hälfte der vertraglich vereinbarten maximalen Datenübertragungsraten unterwegs online gehen.

Doch statt von Betrug ist hier von technischen Problemen die Rede. Und Sanktionsmöglichkeiten gibt es auch nicht. Dabei versprechen die Anbieter ja in ihren Werbekampagnen großspurig höchste Datengeschwindigkeiten und fügen dann allerdings kleinlaut ein „bis zu“ an.

Die Netzagentur will nun mehr Transparenz herstellen, um die Anbieter unter Druck zu setzen. Unzufriedenen Kunden bleibt nur, den Anbieter zu wechseln. Doch ob der Internetanschluss danach schneller ist, bleibt ungewiss. **rm**

## »Wer in Zukunft krank wird, hat einen schlechten Gesundheitsförderer gewählt.«

**Michael Carl**, Managing Director des Trendforschungsinstituts 2b AHEAD und Autor der Studie „Die Zukunft der Krankenversicherungen“.

### UNTERNEHMENSFINANZIERUNG

## KREDITKLIMA weiter positiv

Das von der KfW für Deutschland geschätzte Kreditneugeschäft mit Unternehmen und Selbstständigen ist im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,9 Prozent gestiegen. Damit lässt die Wachstumsrate gegenüber dem Vorquartal (4,8 Prozent) zwar leicht nach, bleibt aber klar überdurchschnittlich, so die KfW. Insgesamt signalisieren mehrere Faktoren eine anhaltende positive Entwicklung.

Auf der Kreditangebotsseite seien die Bedingungen weiterhin sehr gut, so die Förderbank. Trotz der vorsichtigen Zinswende am Kapitalmarkt halten sich die Kreditkosten der Unternehmen insgesamt „auf rekordniedrigem Niveau“. Gleichzeitig deutet der Bank-Lending-Survey, eine Umfrage zum Kreditgeschäft bei den Banken, darauf hin, dass angesichts des hohen Wettbewerbs die Kreditinstitute ihre Konditionen weiter lockern. **coh**



**Kreditkosten** für Unternehmer: immer noch sehr günstig.



**Einmal die Woche** heben viele Deutsche Bargeld am Bankautomaten ab.

### ZAHLUNGSVERKEHR

## Deutsche hängen am BARGELD

38 Prozent der von Statista befragten Bundesbürger heben mindestens einmal pro Woche Bargeld am Automaten ab, weitere 27 Prozent besorgen sich alle zwei Wochen Bares aus dem Automaten. Während der durchschnittliche Auszahlungsbetrag bei 248 Euro liegt, trifft das Angebot zur Bargeldversorgung an Tankstellen oder Supermarktkassen auf wenig Gegenliebe: Drei Viertel erklären, diesen Weg der Bargeldversorgung noch nie gewählt zu haben. Noch deutlich weniger positive Resonanz erzeugt die Nutzung bargeldloser Zahlungssysteme per Smartphone: 97 Prozent der Befragten gaben an, diesen Zahlungsweg bisher noch nie genutzt zu haben. **me**

Fachbesucher-Themen in Halle C1!

**Qualität. Vielfalt.**

**Individualität.**

**Früher wird  
alles besser.**

Von unseren Grundsätzen weichen wir nicht ab: jeden Kunden mit handwerklicher Qualität zu begeistern!

Aber wir verändern uns:

Wir experimentieren, wir kooperieren, wir digitalisieren, wir kreieren, wir flexibilisieren, wir liberalisieren und wir emanzipieren! Das macht uns erfolgreich und überzeugt unsere Kunden. Wie früher!

(Wie Sie davon profitieren können, sehen Sie auf der IHM.)

Das ist die nächste Generation Lösungen.  
Wir sind die nächste Generation Handwerk.

**Willkommen auf der Internationalen Handwerksmesse 2018.  
Wir zeigen, was kommt.**



**INTERNATIONALE  
HANDWERKSMESSE**

**07. – 13.03.2018**

Messegelände München | [www.ihm.de](http://www.ihm.de)

# 3,7



Milliarden Euro betrug der Wert der in Deutschland 2017 hergestellten Bodenbeläge (plus 2,1 Prozent), so das Statistische Bundesamt anlässlich der im Januar stattfindenden Fachmesse Domotex.

## CYBERKRIMINALITÄT

### Jeder Fünfte will CYBERPOLICE

Phishing-Attacken, Schadsoftware oder Kreditkartenbetrug – Cyberkriminalität kann jeden Nutzer treffen. Beinahe jeder fünfte Internetnutzer (19 Prozent) kann sich vorstellen, eine Versicherung für kriminelle Vorfälle im Internet abzuschließen. Das ist das Ergebnis



**Sicher Surfen:** Nutzer wollen sich absichern.

einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. „Wichtig ist es, den Versicherungsschutz zu prüfen, in welchen Fällen gezahlt wird und in welchem Umfang. Gerade im privaten Umfeld ist ein konkreter finanzieller Schaden häufig schwer zu beziffern“, sagt Nabil Alsabah, Referent für IT-Sicherheit im Bitkom. „Schutz bieten Anti-Viren-Programme und Firewalls auf Desktop-Computern und Smartphones, um es Angreifern so schwer wie möglich zu machen. Nutzer sollten keine Links in dubiosen E-Mails anklicken oder Apps aus unbekanntem Quellen herunterladen“, so Alsabah.

coh

## TECHNOLOGIE-TRENDS

### Die KREISLAUFWIRTSCHAFT kommt

**TASCHENPFAND** Der deutsche Konsument verbraucht pro Jahr etwa 45 Einkaufstaschen aus Plastik. Um diesem Problem entgegenzuwirken, startete das Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML gemeinsam mit dem Schuhhaus Böhmer in Bochum das neue Mehrwegsystem „MyEcoBag“ (Foto) für Einkaufstaschen. Es ermöglicht Kunden den Kauf einer Tasche mit Pfand und schafft ein Kreislaufsystem für zurückgegebene Taschen wie bei Mehrweg-Pfandflaschen.

[www.iml.fraunhofer.de](http://www.iml.fraunhofer.de)



**DENKENDE DINGE** Die Deutsche Telekom und das Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML gründeten die „Telekom Open IoT Labs“. Bis zu sechs Wissenschaftler des Fraunhofer IML und drei IoT-Experten der Telekom werden gemeinsam Internet-of-Things-(IoT-)Lösungen entwickeln, testen und zur Marktreife bringen. Ziel ist es dabei, Prozesse in der Fertigungsindustrie sowie Logistik- und Luftfahrtbranche zu optimieren.

[www.iml.fraunhofer.de](http://www.iml.fraunhofer.de)

**BIOPLASTIC BOOMT** Der positive Wachstumstrend der Biokunststoffbranche setzt sich weiterhin fort: Der Markt für Biokunststoffe wird in den nächsten fünf Jahren um 20 Prozent wachsen. Der Grund dafür liegt in Bemühungen um die Schaffung einer Kreislaufwirtschaft, der stärkeren politischen Unterstützung für die Bioökonomie sowie das gesteigerte Verbraucherbewusstsein für nachhaltige Produkte und Verpackungen.

[www.european-bioplastics.org](http://www.european-bioplastics.org)

## PRESSESCHAU: DAS HANDWERK IN DEN MEDIEN

### »HANDWERK vor neuer Blüte?«

**SPIEGEL ONLINE** **WIE DAS HANDWERK UM AZUBIS KÄMPFT**

10. Januar 2018 – Aber auch die Politik müsse eingreifen und die Berufsbildung finanziell unterstützen. Nach dem Hochschulpakt „muss es nun einen Berufsbildungspakt geben“, fordert der ZDH. „Die Politik soll die berufliche Exzellenz mit vergleichbar viel Geld fördern wie bereits die akademische Exzellenz.“

**welt** **DAS SCHAFFT DAS HANDWERK IN EINER MINUTE**

26. Dezember 2017 – In einer Minute erzielt das deutsche Handwerk einen Umsatz von mehr als einer Million Euro, verbraucht fast 3.000 Tonnen Farben und Lack und verlegt 103 Quadratmeter Fliesen sowie 817 Meter Rohre. Zudem entstehen in einer Minute 0,1818 neue Betriebe.

**RP ONLINE** **HANDWERK BRAUCHT MEHR ALS BLEISTIFT UND ZOLLSTOCK**

17. Januar 2018 – Handwerk 4.0 – so präsentierten sich jetzt die Kreishandwerkerschaft und ihre 13 Innungen. „Wer glaubt, ein Handwerker arbeitet 2018 mit Bleistift, Wasserwaage und Zollstock, der hat ein Image von vor 30 Jahren abgespeichert“, sagte Marcus Otto, Hauptgeschäftsführer der Kreishandwerkerschaft.

**SZ** **SÄCHSISCHE ZEITUNG**

**HANDWERK VOR NEUER BLÜTE?**

13. Januar 2018 – Lernende Maschinen, Roboter, künstliche Intelligenz: Viele Arbeitsplätze schwinden, aber der Bedarf an neuen Dienstleistungen wächst. Eine Chance für das Handwerk – von Bier bis Zahnprothese. In einer alternden Gesellschaft wird die Nachfrage nach maßgeschneiderten Produkten steigen.

## »Vom PROFI für PROFIS«

**W**as macht ein Handwerker, wenn er sich über ein unpraktisches Werkzeug ärgert? Im besten Fall erfindet er ein neues, so wie Harald Walter, Inhaber eines Elektroinstallationsbetriebes im mittelfränkischen Oberkrumbach. „Jeder, der Mörtel oder Gips anmacht, um Löcher oder Schlitze im Mauerwerk zu füllen, kennt es: Die Behältnisse lassen sich schwer in die Hand nehmen, man bekommt nur die Hälfte des Materials aus der Schale und reinigen ist schwer“, so Walter. Seine Erfindung dagegen, der „GipsProfi“ hat viele Vorzüge: Die silikonfreie Antihafthform lässt sich blitzschnell reinigen, eine gerade Abstreifkante für Spachtel erleichtert das Arbeiten, der Griff lässt sich auf Rechts- und Linkshänder einstellen, eine Füllskala erleichtert das Mischen der Spachtelmasse, alle Metallteile sind aus Edelstahl. Noch nicht überzeugt vom GipsProfi? Da legt Erfinder Walter gerne nach: „Die Zeiteinsparung pro Anwendung beim GipsProfi liegt bei circa drei Minuten, das macht im Jahr 1.600 Euro.“ Der Preis ist mit 29,95 Euro kaum höher als bei einer Blechpfanne. Infos: gipsprofi.de



Mit Harald Walters „GipsProfi“ lässt sich Spachtel kinderleicht verarbeiten.

Foto: Stephan Minx

# Die NEUE Vereinbarkeit macht Ihr Unternehmen stark!

## WERDEN SIE JETZT MITGLIED!



Beschäftigten halten familienfreundliche Maßnahmen in Unternehmen für wichtig.

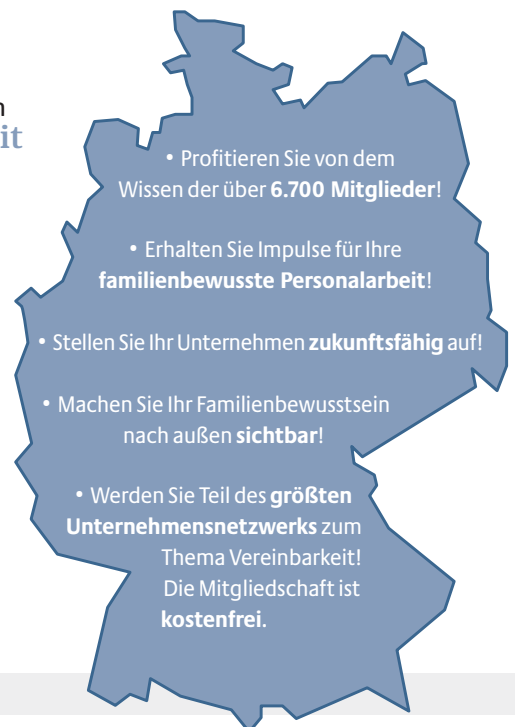
Für **77%** der Unternehmen ist **Familienfreundlichkeit** wichtig.

In familienbewussten Unternehmen ist die Fehlzeitenquote um **42%** geringer.

**63%** der Frauen und **70%** der Männer mit pflegebedürftigen Angehörigen sind **erwerbstätig**.

**69%** der **jungen Väter** wünschen sich mehr Zeit für die Familie.

ERFOLGSFAKTOR  
**FAMILIE**  
Unternehmensnetzwerk



Gefördert durch:

Das Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ wird im Rahmen des Programms „Vereinbarkeit von Familie und Beruf gestalten“ durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

## INTERVIEW



**Sven Volkert,**  
Geschäftsführer der Bürgschaftsbank  
Hessen, Wiesbaden.

### »Nicht an der Finanzierung scheitern!«

Bei Gründungen und Nachfolgen sahen Sie 2017 eine klare Verschiebung Richtung Nachfolgefinanzierung (80 %). Warum werden jetzt so viele Betriebe übergeben?

Volkert: Einerseits, weil viele Betriebe altersbedingt zur Nachfolge anstehen. Im Handwerk wird hier erfolgreich über die Kammern vermittelt. Das ist auch nötig, denn viele tun sich schwer, einen geeigneten Nachfolger zu finden. Dabei ist eine Übernahme auch eine sehr Erfolg versprechende Form der Gründung, weil vieles schon vorhanden ist.

Die Kaufpreise für Nachfolger steigen. Woran liegt das?

Volkert: Den Unternehmen geht es heute besser als vor fünf oder zehn Jahren, außerdem steigt die Bewertung von Unternehmen seit Jahren leicht an. Auch deswegen haben Nachfolger oft Schwierigkeiten, den Kaufpreis zu finanzieren, denn sie kaufen einen Kundenstamm, der aus Sicht der Hausbank keine harte Sicherheit darstellt. Da kommen wir als Bürgschaftsbank ins Spiel.

Was raten Sie Betriebsinhabern, die an einen Verkauf denken?

Volkert: Sie sollten sich möglichst früh damit befassen und dem potenziellen Nachfolger dringend raten, sich bei der Bürgschaftsbank zu melden, damit dieser komplexe und emotional schwierige Prozess nicht an der Finanzierung scheitert.

## BUNDESNETZAGENTUR KAPPT RUFNUMMERN

### Vorgetäuschte ORTSNÄHE

Verbraucher müssen sich darauf verlassen können, dass eine Rufnummer im eigenen Vorwahlbereich zu einem am Ort ansässigen Unternehmen führt. Im Laufe des Jahres 2017 hat die Bundesnetzagentur daher immer mehr Rufnummern von Unternehmen abschalten lassen, die irreführend mit Ortsnähe geworben hatten, obwohl der Betriebssitz in einem anderen Vorwahlbereich ist. Insbesondere Dienste, die in Not- und Sondersituationen benötigt werden, wie Schlüsseldienste, Kanalreiniger und Haushaltsauflöser, versuchten laut Agentur teilweise rechtswidrig mit Ortsnetzzufnummern neue Kunden zu gewinnen. Auch ein Anbieter für Handwerksdienste hatte laut Informationen der ARAG Versicherung so für seine Tätigkeiten geworben, obwohl in den jeweiligen Ortsnetzbezirken kein Standort vorhanden war. **rak**



Die Bundesnetzagentur schaltet Betrieben, die Ortsnähe vortäuschen, die Rufnummer ab.

## SOCIAL-MEDIA-MONITORING: DAS HANDWERK AUF FACEBOOK, TWITTER & CO

### Nur noch FRUCHTFLEISCHSALAT

Was macht das Handwerk in den sozialen Medien? Wir stellen hier monatlich die spannendsten Köpfe und Diskussionen vor. Das wöchentliche Update gibt es auf unserer Website unter [www.handwerk-magazin.de/socialmedia-monitor](http://www.handwerk-magazin.de/socialmedia-monitor)



**# STEFFEN SCHÜTZE**, Inhaber der Metzgerei Hack in Freising, wurde von Veganer-Aktivisten auf seinem Facebook-Account mit Pöbel-Kommentaren angegriffen. Schütze postete daraufhin, er werde sich den „Seitanisten“ geschlagen geben und als „Veganerei“ nur noch „Fruchtfleischsalat“ verkaufen. Mehr als 5.400 neue Facebook-Fans finden's gut.



**# HANS PETER WOLLSEIFER**, Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH), fordert bei Twitter, dass SPD, CDU und CSU in den kommenden Koalitionsverhandlungen das bisherige Sondierungsergebnis noch mal nachbessern, um die Rahmenbedingungen für Unternehmer aus dem Handwerk nicht zu verschlechtern.



**# FRANK-WALTER STEINMEIER**, Bundespräsident, trifft mit seiner Rede bei der Meisterfeier der Handwerkskammer Frankfurt einen Nerv, als er mehr Geld und Wertschätzung für das Handwerk fordert. Viele Handwerker verbreiten die Rede in den sozialen Medien und bedanken sich via Twitter und Facebook für das klare Statement pro Handwerk.



**# TITANIC**, das bekannte Satire-Magazin, nimmt in seiner Januar-Ausgabe die Online-Auftritte social-media-affiner Handwerker aufs Korn. Handwerker im Netz nehmen die Tweets über Hipster-Handwerker mit „gebleachten Bauarbeiter-Dekolletés“ mit Humor und amüsieren sich über „Podcast-Plumber“ und „vegane Fleischer“, die ihre Metzgereien zum „Mett Fit“ umbauen.



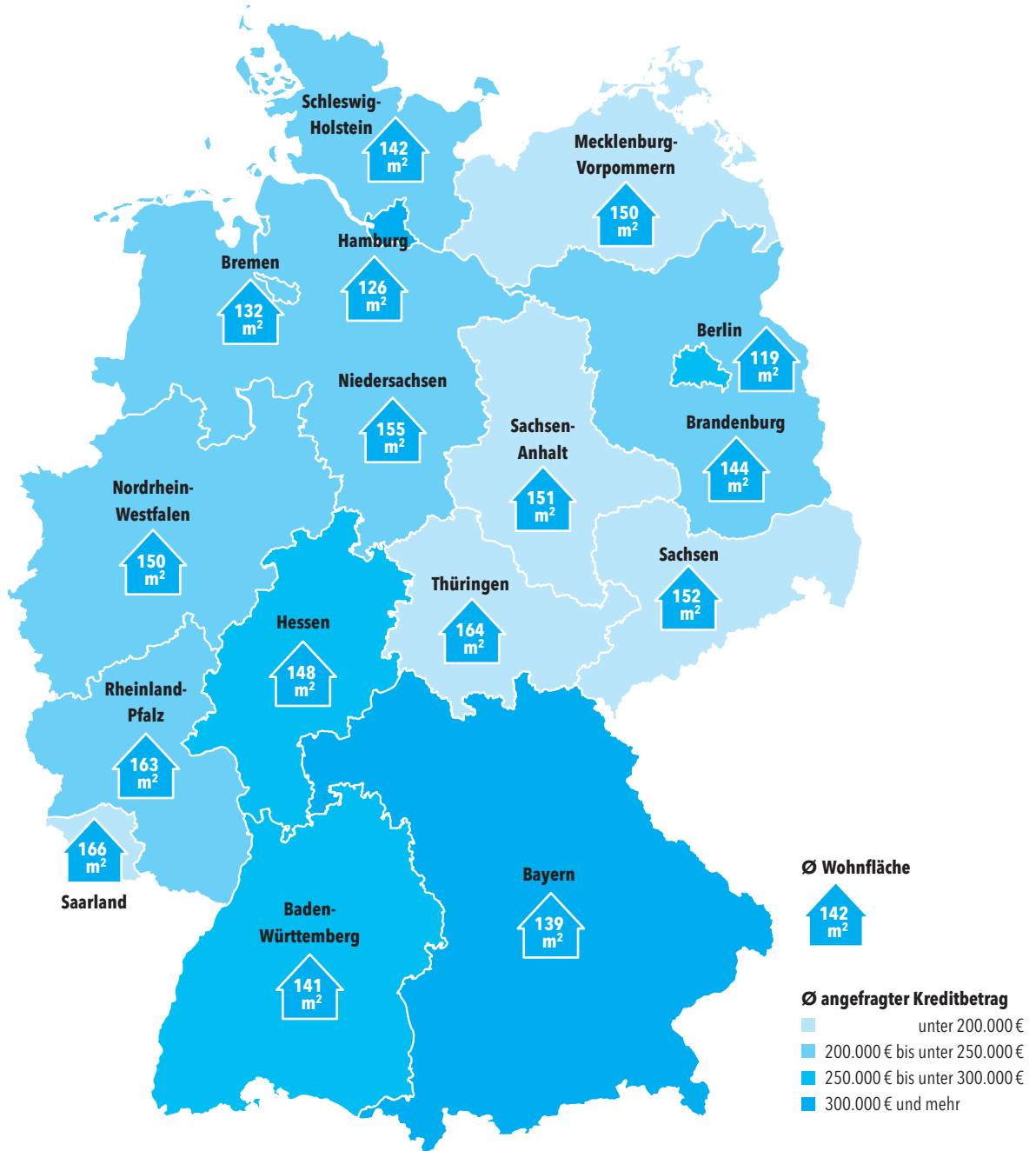
# KREDITE in München 200.000 Euro höher als in Leipzig

Münchner benötigen für den Kauf einer Immobilie die höchsten Darlehen. 2017 haben sie über das Vergleichsportal Check24 Baufinanzierungen in Höhe von durchschnittlich 430.000 Euro angefragt. Münchner fragen zwar

die höchsten Kreditsummen an. Die Immobilien, die finanziert werden sollen, haben mit durchschnittlich 116 Quadratmetern aber die kleinsten Wohnflächen. In Leipzig sind es 143, in Essen 157 Quadratmeter. **coh**

## BAUFINANZIERUNG: Kreditbetrag und Wohnfläche

Großstädter benötigen mehr Geld für eine Immobilie mit weniger Wohnfläche. Gleichzeitig nimmt in den Ballungsgebieten der Anteil der Kreditanfragen für Eigentumswohnungen zu und die Wohnfläche entsprechend ab.



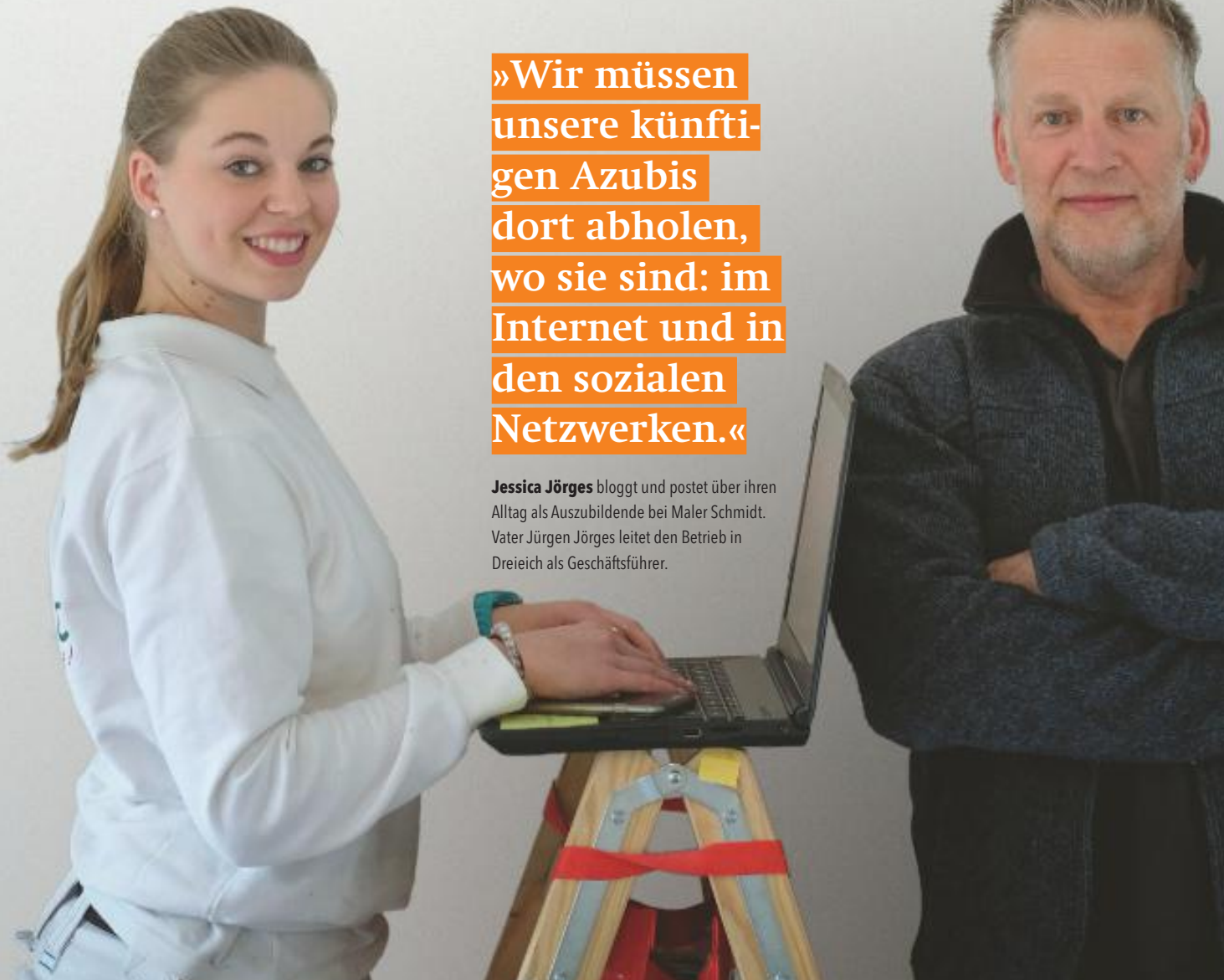
Quellen: Check24, Angaben ohne Gewähr

# Alles ONLINE!

Weil sich der Fachkräftemangel im Handwerk weiter verschärft, verabschieden sich immer mehr Handwerksunternehmer und Berater von alten Strategien und entwickeln **neue Ansätze** – mit denen sie die Probleme bei der Mitarbeiter- und Nachwuchsgewinnung erfolgreich lösen.

»Wir müssen unsere künftigen Azubis dort abholen, wo sie sind: im Internet und in den sozialen Netzwerken.«

**Jessica Jörges** bloggt und postet über ihren Alltag als Auszubildende bei Maler Schmidt. Vater Jürgen Jörges leitet den Betrieb in Dreieich als Geschäftsführer.



Autorin **Alexandra Jegers**  
Fotografen **Tim Wegner & Kay Michalak**

# M

Man stelle sich vor: Ein Handwerker, der so viele Anrufe von Bewerbern erhält, dass er seine Nummer aus dem Internet entfernt. Was unglaublich klingt, ist Daniel Golz tatsächlich passiert. Bis zu zehn Job-Suchende haben den Friseurmeister aus Bremen zeitweise angerufen. Pro Tag. Seit er die Nummer aus dem Netz genommen hat, klingelt das Telefon zwar weniger, aufgehört haben die Anrufe aber nicht. Immer wieder kommen Bewerber sogar persönlich mit Anschreiben und Lebenslauf in seinen Salon und fragen, ob der 33-Jährige sie ausbilden möchte. Zwei seiner Lehrlinge hat Golz allein im vergangenen Jahr auf diese Weise gefunden – ohne auch nur eine einzige Stellenanzeige.

Mit dieser Erfahrung ist der Friseurmeister die absolute Ausnahme. Mehr als 40 Prozent aller deutschen Handwerksbetriebe suchen händeringend nach Fachkräften, wie aktuelle Zahlen des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH) zeigen. Im vergangenen Jahr blieben deutschlandweit gut 30.000 Stellen unbesetzt, davon knapp die Hälfte Ausbildungsplätze. Laut dem Basler Forschungsinstitut Prognos werden bis 2030 in Deutschland bis zu drei Millionen Fachkräfte fehlen. Diese Entwicklung könnte das Wachstum im Handwerk schon bald bremsen, prophezeit der ZDH.

## AUFMERKSAMKEIT SCHAFFEN

Erfolgsgeschichten wie die von Friseurmeister Golz aus Bremen sind mittlerweile so selten, dass sie fast unglaublich scheinen. Was macht er anders?

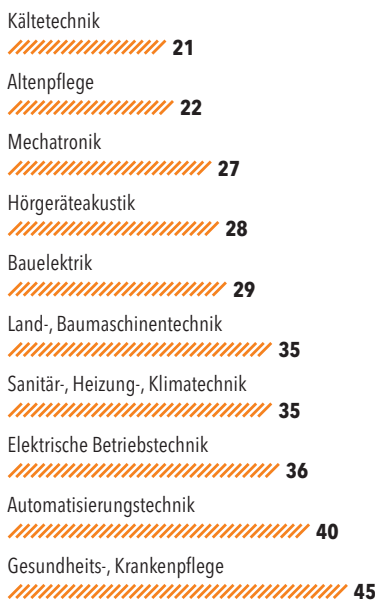
Um diese Frage zu beantworten, muss man nur den Namen „Daniel Golz“ bei Google eingeben: 189.000 Treffer spuckt die Suchmaschine daraufhin aus, gleich der erste führt auf den Blog des 33-Jährigen. Es folgen: Youtube, Facebook, Instagram. Rund 94.000 Menschen folgen ihm auf Facebook, bei Youtube sind es 17.000 Abonnenten, und auf Instagram hat er 28.000 Follower. Praktisch rund um die Uhr füttert Golz die Plattformen mit frischem Material. Mal sind es Einblicke in den Berufsalltag, wie etwa Vorher-Nachher-Bilder vom Umstyling einer Kundin. Mal ein Friseur-Witz oder ein lustiges Selfie. Eines der auf seinen Social-Media-Kanälen meistgeklickten Bilder zeigt ihn, wie er mit einer Bürste in der rechten Hand Spaghetti aus einem Topf schaufelt und sie mit der anderen trocknen föhnt. Überschrift: „Wenn du als Friseur vergisst, dass du schon seit einer Stunde Feierabend hast.“ 5.200 Leuten auf Facebook gefällt das.

Die Bewerber, die vor gut einem Jahr mit fertiger Mappe auf seiner Türschwelle standen, waren Fans, die Golz auf seinen Social-Media-Kanälen folgten und von ihrem Idol lernen wollten. Auch die Anrufer, die nach freien Stellen fragen, sind Abonnenten.

„Der Schlüssel zur Mitarbeitergewinnung ist Aufmerksamkeit – und die erzeugt man am besten über das Internet“, sagt Jörg Mosler. In seinem neuen Buch „Die Fachkräfte-Formel“ beschreibt der Dachdeckermeister und Motivationstrainer, mit welchen Ideen und Strategien Betriebe auf sich aufmerksam ma- >

**Ranking** Die Top 10 der meistgesuchten Fachkräfte

**Das Schaubild zeigt, wie viele Arbeitslose es je hundert gemeldete offene Stellen der entsprechenden Berufe gibt.**



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand Juni 2017



## »Betriebe müssen erkennen, dass sie sich beim potenziellen Mitarbeiter bewerben – und nicht umgekehrt.«

**Jörg Mosler**, Motivationstrainer, Keynote-speaker und Dachdeckermeister, berät Betriebe bei der Mitarbeitergewinnung.

chen und Mitarbeiter langfristig an den Betrieb binden können. Er ist überzeugt: Jeder Betrieb kann zu einer Marke werden, um die sich Fachkräfte reißen.

Jörg Mosler unterteilt den Weg zum Erfolg in zwei Phasen: Im ersten Schritt muss sich der Betrieb klarmachen, wofür er überhaupt steht: „Viele Handwerksunternehmen sind sich nicht bewusst, wo ihre individuellen Stärken liegen, die sie von allen anderen Betrieben in der Nachbarschaft, in anderen Städten und der Industrie abheben.“ Handwerksunternehmer müssen sich fragen: Warum sollten Fachkräfte gerade in ihrem Unternehmen arbeiten, und nicht beim Konkurrenten oder einem Industriekonzern? Was sind die eigenen Stärken? Was kann der eigene Betrieb besser als alle anderen? Erst wenn sie diese Fragen für sich beantworten können, sind Betriebe auch in der Lage, Fachkräfte von sich als Arbeitgeber zu überzeugen.

Im zweiten Schritt geht es dann darum, diese Stärken an einer Stelle zu prä-

sentieren, die für jeden Bewerber gleich gut zu erreichen ist, egal ob er sich im Nachbarort aufhält oder in der angrenzenden Großstadt. Für Mosler gibt es dafür kaum einen besseren Ort als die eigene Homepage. „Sie ist der Fixstern, der von allen weiteren Planeten wie Social Media oder anderen Werbekanälen umkreist wird“, sagt er. Alle Maßnahmen, die Handwerksunternehmen bei der Fachkräfte-Akquise unternehmen, sollten zum Ziel haben, die Bewerber auf die eigene Firmen-Homepage zu bekommen. Denn dort kann der Betrieb seine Wirkung auf Bewerber im Detail steuern.

### DIREKTKONTAKT BIETEN

Die ideale Homepage, erklärt Mosler, sollte für den potenziellen neuen Mitarbeiter möglichst auf den ersten Blick deutlich machen, warum er ausgerechnet bei diesem Betrieb arbeiten sollte – und bei nie-

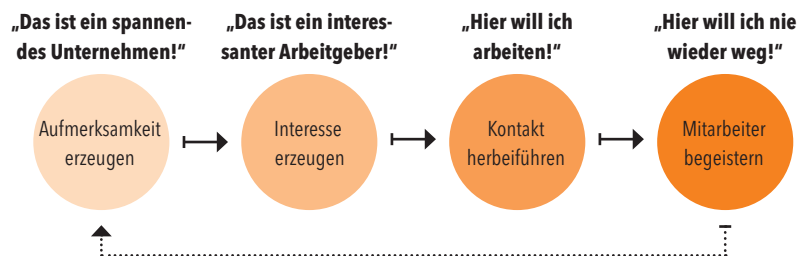
mandem sonst. „Das gelingt etwa durch das Einrichten einer Karriereseite, wo der Kandidat mit einem Klick alle wichtigen Informationen zum Unternehmen erhält.“ Die technische Hemmschwelle für die Kontaktaufnahme sollte dabei für den Interessenten so niedrig wie möglich sein. Bedeutet: Einfache Kontaktmöglichkeiten. „Im besten Fall landet man mit einem Klick im Postfach des Chefs“, sagt Mosler. Statt dem wohlklingenden Satz „Schicken Sie uns Ihre aussagekräftige Bewerbung“ sollte außerdem ein einfacher Lebenslauf reichen. Weil Fachkräfte im Handwerk ihren Arbeitgeber immer stärker frei wählen können, käme es erst mal darauf an, überhaupt an die Kontaktdaten von Interessenten zu gelangen. Selektieren oder Unterlagen nachfordern könnten Betriebe nach Eingang der Bewerbung dann immer noch. Es gibt viele Möglichkeiten, wie Unternehmen poten-

## Projektplan Vier Schritte zum attraktiven Arbeitgeber

**Der Nürnberger Recruitingexperte Jörg Mosler unterteilt den Weg zum Erfolg bei der Fachkräftegewinnung in vier einfache Schritte,**

**die jeder Betrieb direkt umsetzen kann. Er zeigt, wie Sie aus vorsichtigen Interessenten begeisterte Mitarbeiter machen.**

- 1 Erzeugen Sie Aufmerksamkeit!** Beispiel: Stellen Sie Ihren Azubis doch auf Firmenkosten ein Smartphone zur Verfügung mit der Bedingung, auf jeder Baustelle ein Foto zu schießen. Das Material können Sie anschließend in den firmeneigenen Social-Media-Kanälen verteilen und dadurch Internetnutzer auf Ihren Betrieb aufmerksam machen.
- 2 Verwandeln Sie die Aufmerksamkeit in ernsthaftes Interesse am Betrieb!** Sorgen Sie dafür, dass bei jedem Foto oder Video, das Ihre Azubis in den sozialen Netzwerken verteilen, ein Link direkt auf die Karriereseite Ihres Unternehmens führt.
- 3 Machen Sie es dem Interessenten so leicht wie möglich, sich mit Ihnen in Verbindung zu setzen!** Geben Sie doch auf Ihrer Karriereseite oder in Stellenanzeigen Ihre Handynummer an, und ermuntern Sie Interessenten, Ihnen eine Whatsapp-Nachricht zu schicken, wenn sie mehr über den Betrieb erfahren möchten.
- 4 Überzeugen Sie im Vorstellungsgespräch!** Zeigen Sie dem potenziellen Mitarbeiter so anschaulich wie möglich, was ihn bei Ihnen erwartet. Warum treffen Sie sich mit ihm nicht dort, wo er künftig arbeiten soll: auf der Baustelle. Nach dem Gespräch kann der Bewerber gleich mit künftigen Kollegen sprechen.



Gelingt es Ihnen, im persönlichen Gespräch zu überzeugen, schließt sich der Kreis. Denn begeisterte Mitarbeiter und Kandidaten sind gerne bereit, für Ihren Betrieb Aufmerksamkeit zu erzeugen.

zielle neue Mitarbeiter in ihr „Univer- sum“ locken können – so bezeichnet Mosler die eigene Homepage. Jochen Faatz, Geschäftsführer des Wärme- und Klimatechnikspezialisten Reh in Nürnberg, versuchte es jahrelang auf dem klassischen Weg: Er schaltete Stellenanzeigen in der Tageszeitung und in den Online-Stellenportalen von Innung und Kammer. „Das hat jedoch nichts gebracht“, sagt Faatz heute. Die Anzeigen in der Tageszeitung waren teuer und bereits am Tag nach der Veröffentlichung vergessen. Auch bei den Online-Börsen war die Resonanz bescheiden. Dann rüstete er die acht Firmen-Busse auf: „Kollege gesucht“ prangte fortan in schwarzen Lettern auf den Monteurfahrzeugen, mit denen die Mitarbeiter tagtäglich durch Nürnberg und Umgebung zu den Kunden fahren, darunter Adresse, Kontaktdaten und der Link zur Unternehmenshomepage. Ohne Erfolg.

In seiner Not holte sich Faatz Ende vergangenen Jahres Jörg Mosler für einen Workshop in den Betrieb. Dabei kam heraus: Faatz besitzt zwar eine Homepage für seinen Betrieb und sogar eine eigene Karriere-seite, in der er auf offene Stellen hinweist. Doch ansonsten ist die Internetpräsenz fast schon steril: Informationen zu den Leistungen des Betriebs für Privatkunden und für Geschäftskunden, ein Auszug aus der Unternehmensgeschichte, Referenzen. Das war es. Persönliches wie etwa eine Vorstellung des Teams oder der Geschäftsführung, geschweige denn des Arbeitsalltags findet man auf der Homepage nicht. Auch in den sozialen Netzwerken sucht man die Firma Reh Wärme- und Klimatechnik vergeblich. Wer auf Google nach dem Betrieb fahndet, findet die Homepage – und sonst nichts.

### INTERESSE AUSLÖSEN

Dabei sind gerade persönliche Einblicke in den Arbeitsalltag für Fachkräfte bei der Entscheidung für oder gegen einen Arbeitnehmer ungeheuer wichtig. Der Bewerber möchte wissen, wo er sich bewirbt – was für Menschen dort arbeiten, wie das Arbeitsklima aussieht: Duz-Kultur oder Hierarchie, flexible Arbeitszeiten oder Stechuhr. „Der Betrieb muss sich vor Augen halten, dass er sich bei dem potenziellen Mitarbeiter bewirbt – und nicht umgekehrt“, sagt Mosler. Die perfekte Karriere-seite empfängt den Interessenten mit einem Video, in dem der Chef dem Bewerber persönlich erzählt, warum sein Betrieb der perfekte Arbeitgeber für



»Ich bekomme ständig Initiativbewerbungen. Stellenanzeigen werden deshalb immer unwichtiger.«

**Daniel Golz**, Friseurmeister aus Bremen, begeistert seine Fans auf Facebook, Instagram und Snapchat so sehr, dass sie am liebsten gleich für ihn arbeiten wollen.

ihn ist, wo er das Team und die Arbeitsweise vorstellt. Die Botschaft, die eine Firmen-Homepage senden soll, lautet: Hier gehörst du hin. Hier wirst du als Mensch wertgeschätzt. Hier kannst du deine Talente in einem netten Team einbringen. Hier fördern und fordern wir dich. Wir freuen uns auf dich. „Ein solches Willkommensgefühl zu erzeugen ist die Champions League bei der Fachkräfte-Akquise“, sagt Mosler.

Doch bei der Firmen-Homepage sollten es Handwerker nicht belassen, wenn sie sich von der Konkurrenz abheben möchten. Um die Homepage herum empfiehlt Mosler, Ansprungstellen in den Sozialen Medien zu schaffen, von denen aus Menschen auf den Betrieb aufmerksam werden können: „Für den Anfang reichen Facebook und Instagram.“ Auf Instagram würden sich vor allem junge Leute tummeln, während auf Facebook eher die Generation 35+ vertreten ist. Damit sei sowohl die Zielgruppe der potenziellen Auszubildenden als auch die der aus- >



»Um andere für ihren Beruf zu begeistern, müssen Handwerker ihnen Geschichten erzählen.«

**Udo Herrmann**, Berater und Schreinermeister mit Betrieb im fränkischen Bürgstadt, will das Image des Handwerks verbessern.

gelernten Fachkräfte abgedeckt. Der zweite Baustein heißt: Inhalt. Um die Laufkundschaft des Internets zu Fans der eigenen Marke zu machen, ist es entscheidend, die Plattformen regelmäßig mit neuen Themen zu füttern. „Man sollte mit drei Posts in der Woche anfangen und sich dann langsam steigern“, empfiehlt Mosler. Um den Überblick zu behalten, rät er einen Redaktionsplan zu erstellen, der alle Social-Media-Aktivitäten des jeweiligen Monats enthält.

### LEIDENSCHAFT WECKEN

Faatz ist 56 Jahre alt und hat wie viele Handwerker mit dem Digitalen wenig am Hut, vor allem was soziale Netzwerke angeht. Er nutzt privat weder Facebook noch Instagram. Entsprechend muss er sich erst in die einzelnen Seiten reindenken. Doch auch für Leute wie ihn gibt es eine Lösung. Mosler empfiehlt, zwei bis drei jüngere Mitarbeiter mit ins Boot zu holen und die Arbeit zunächst auf mehrere Schultern zu verteilen. Instagram eig-

ne sich sehr gut als Kanal für die Azubis im Betrieb. Die nutzen die Plattform ohnehin oft schon privat, wissen, wie sie funktioniert, und können schnell über ihre Ausbildung bloggen. „Junge Menschen können junge Menschen immer noch am besten begeistern“, sagt Mosler. Allerdings müssen Chefs die jungen Kollegen dann auch machen lassen. Und ihnen vor allem die Zeit dafür geben.

Wie erfolgreich eine solche Strategie sein kann, zeigt das Beispiel Jessica Jörges. Die 19-Jährige absolviert seit September 2016 eine Lehre zur Maler- und Lackiererin bei Maler Schmidt in Dreieich, einer Kleinstadt in der Nähe von Frankfurt, und hält ihren Azubi-Alltag in dem Blog „Bunte Zukunft“ sowie auf Facebook, Instagram, Youtube und der Fo-

toschnipsel-App Snapchat fest. Auf ihren Kanälen nimmt sie ihre Abonnenten virtuell mit auf die Baustelle und zeigt in Bildern und Videos, woran sie gerade arbeitet, was sie und ihre Kollegen geschaffen haben und warum sie liebt, was sie tut. „Das Smartphone habe ich ohnehin immer dabei“, sagt sie. Einen Schnappschuss auf Instagram zu posten dauert wenige Minuten und lässt sich leicht in die Mittagspause integrieren. Einen Text für den Blog zu verfassen und diesen auf allen Social-Media-Kanälen zu verteilen, ist etwas aufwendiger. Wie viel zusätzliche Arbeitszeit sie in ihre Social-Media-Arbeit investiert, kann Jörges schwer schätzen. „Die Winterzeit ist im Malerhandwerk traditionell eher ruhig, dann ist auch im Blog nicht so viel los. In der

## Marktübersicht Die sieben besten Rekrutierungskanäle

**Eine Annonce in der Tageszeitung oder dem Wochenblatt bringt kaum noch Rücklauf? Hier erfahren Sie, auf welchen Kanälen und bei**

**welchen Veranstaltungen Sie potenzielle Bewerber besser erreichen - und wie Sie diese dann richtig ansprechen.**

- 1 Schulkooperationen.** Sprechen Sie mit den Sekretariaten regionaler Schulen. Viele sehen spezielle Unterrichtsstunden vor, in denen Betriebe sich und den Beruf vorstellen. Machen Sie mit! So bekommen Schüler eine Vorstellung von Ihrem Beruf - und Sie machen sich als Ausbildungsbetrieb interessant.
- 2 Ausbildungsmessen.** Melden Sie sich zu Jobmessen und Ausbildungsbörsen an. Denken Sie daran: Sie wollen die jungen Leute von Ihrem Betrieb und der Ausbildung überzeugen. Nehmen Sie also Ihre Auszubildenden mit, die den Interessierten direkt von Erfahrungen erzählen können. Investieren Sie zudem in praktische Mitmachaktionen - so etwas hinterlässt bleibenden Eindruck.
- 3 Die eigene Website.** Engagieren Sie einen Fachmann für Ihre Website. Eine übersichtliche und professionelle Homepage ist in der heutigen Zeit unabdingbar. Wichtig: Erklären Sie sich und Ihr Handwerk, die Produkte und stellen Sie Ihr Team vor. Stellenausschreibungen mit passenden Kontakten sollten leicht zu finden sein.
- 4 Social Media.** Werden Sie auch auf Kanälen wie Facebook, Instagram und Snapchat präsent. Legen Sie für Ihren Betrieb beispielsweise eine eigene Facebook-Seite an. Vielleicht bietet sich das Ganze als Projekt für Ihre Auszubildenden an? Die können dann Erfahrungsberichte online stellen und auf diese Weise jüngere Interessenten auf den Betrieb aufmerksam machen.
- 5 Jobbörsen im Internet.** Nutzen Sie den Vorteil der gezielten Jobsuche auf Online-Portalen. Veröffentlichen Sie Ihre Stellenausschreibungen mit klaren Informationen zu Aufgabenbereichen, Stundenzahlen oder erforderlichen Kenntnissen. Verlinken Sie Ihre Internetseite, damit sich die Bewerber ausführlich über Ihren Betrieb informieren können.
- 6 Klassische Werbung.** Fernsehen, Radio, Zeitung - die Klassiker haben heute nicht mehr die gewünschte Reichweite. Was Sie aber tun können: Werben Sie auf Ihren eigenen Fahrzeugen oder Ihrer Betriebskleidung, um die Marke zu stärken. Fragen Sie zufriedene Kunden, ob Sie deren Einschätzung als Referenz im Netz zitieren dürfen.
- 7 Guerilla-Marketing.** Hier geht es um Humor und gute Ideen. Ein Beispiel: Mit Hochdruckreiniger und Schablone hinterließ eine Reinigungsfirma Werbebotschaften auf Straßen und Mauern. Legal und effektiv. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf!

Hochsaison können es aber auch mal bis zu zehn Stunden wöchentlich sein“, sagt die Auszubildende.

## IMAGE VERBESSERN

„Ich habe das Glück, dass ich im Familienbetrieb arbeite. Mein Vater ist der Chef. Wenn es wegen des Blogs mal etwas stressiger für mich ist, dann hat er Verständnis und stellt mich frei, damit ich mich in Ruhe darum kümmern kann“, erklärt Jörges. Ihr Vater Jürgen Jörges ist Geschäftsführer von Maler Schmidt und sieht den Blog seiner Tochter als Investition. Im Frühjahr will er die Reichweite nutzen, um einen neuen Lehrling für seinen Betrieb zu finden.

Von Handwerkern wie Jessica Jörges, die ihren Beruf leben und lieben und ihre

Leidenschaft dafür nach außen tragen, profitiert die gesamte Branche, sagt Schreinermeister Udo Herrmann. Er ist Autor des Buches „Von nichts kommt niemand“, in dem er Betrieben Tipps für die Suche nach Fachkräften gibt.

Für ihn ist der demografische Wandel nicht der entscheidende Grund für den Fachkräftemangel der Branche: „Wir haben ein massives Imageproblem“, sagt Herrmann. Der Handwerker von heute gilt bei vielen Deutschen als unpünktlich, ungebildet, unfreundlich, zudem übersteuert. Das mache eine Ausbildung in der Branche für junge Leute unattraktiv. Mit jeder unbesetzten Lehrstelle verschärft sich das Problem: Weil Handwerksbetriebe nicht mehr ausreichend Personal finden, müssen Kunden länger auf die Fer-


tigstellung ihrer Aufträge warten und werden vor Ort schneller abgefertigt. Oft bleibt im immer hektischeren Berufsalltag nicht mal die Zeit, den Dreck wegzuräumen, wenn die Bauarbeiten erledigt sind. Das verschlechtert den Ruf des Handwerkers – und macht den Beruf für junge Menschen noch abschreckender. Ein Teufelskreis.


Herrmann setzt ebenfalls auf Online first. Entscheidend sind für ihn aber Glaubwürdigkeit und Leidenschaft: „Um andere für ihren Beruf zu begeistern, müssen Handwerker ihnen Geschichten erzählen“, fordert Herrmann. Jeder Betrieb hat seine ganz eigenen Erfolgsgeschichten, die aus dem Beruf eine Berufung machen: Der Dachdeckermeister, der nach einem Sturm die Schäden repariert, zum Beispiel. Er könnte ein Vorher-Nachher-Bild auf Facebook teilen oder ein Selfie mit dem glücklichen Hausbesitzer posten, dem es nicht mehr in die Wohnung regnet, so Herrmann.


## Checkliste So wird Ihre Ausschreibung gelesen


**Die meisten Bewerber entscheiden in der Regel innerhalb von wenigen Sekunden, ob eine Stellenausschreibung sie anspricht oder**


**ob eben nicht. Hier geben wir Ihnen fünf Tipps, worauf Sie beim Text und der Tonalität besonders achten sollten.**

 **Per Du!** Ob in der Stellenausschreibung geduzt oder gesiezt wird, gibt dem Bewerber einen Hinweis darauf, wie förmlich es in dem Unternehmen zugeht. Das lockere Du wirkt jugendlich und vertraut, eignet sich somit vor allem, wenn man speziell jüngere Bewerber ansprechen will. Ältere Bewerber können sich aber abgeschreckt fühlen. Es empfiehlt sich, die Anredeform einfach in der Stellenausschreibung kurz zu erklären: Wir duzen uns im Unternehmen. Hier erwartet dich ein sehr familiärer Umgang!

 **Ohne Haken!** Machen Sie es dem Bewerber so einfach wie möglich, sich mit Ihnen in Verbindung zu setzen! Am besten binden Sie auf der Karriereseite Ihrer Website ein eigenes Formular für Interessenten ein, das die Bewerbung mit einem Klick an den Chef weiterleitet. Entscheiden Sie sich für eine Veröffentlichung auf Stellenportalen, können Sie neben der obligatorischen E-Mail-Bewerbung anbieten, Sie über Ihre Social-Media-Profile zu kontaktieren oder per Whatsapp-Nachricht. Wichtig ist es, überhaupt an die Kontaktdaten von Interessenten zu gelangen. Aussortieren und weitere Infos nachfordern können Sie nach Eingang der Bewerbung immer noch.

 **Mit Bildern!** Ein Layout, das aus der Masse heraussticht, lässt Ihre Stellenausschreibung auffallen und motiviert Leser, sich auf Ihre Stelle zu bewerben. Viele Betriebe setzen allerdings noch immer auf Bleiwüsten mit langatmigen Beschreibungen zum Unternehmen, zur Stelle und zu den Anforderungen. Heben Sie sich von der Konkurrenz ab, und bieten Sie Ihren Lesern was fürs Auge – beispielsweise mit Bildern vom Team, die Sie ins Layout der Stellenausschreibung einfügen! Fast alle Online-Stellenbörsen bieten außerdem die Möglichkeit an, Fotos und Logos vom Betrieb hochzuladen. Nutzen Sie das!

 **Auf gut Glück!** Halten Sie die Anforderungen so gering wie möglich! Natürlich suchen Sie Mitarbeiter mit erstklassigen Noten, die engagiert, flexibel, kontaktfreudig sind und dazu noch die Bereitschaft mitbringen, Verantwortung zu übernehmen. Solche Anforderungen wirken aber leicht einschüchternd und können talentierte Mitarbeiter durchaus von einer Bewerbung abschrecken. Konzentrieren Sie sich auf wenige, wirklich wichtige Fähigkeiten und legen Sie den Fokus stattdessen auf den Bereich „Was wir bieten“. Hier sollten Sie all Ihre Stärken auflisten, um Bewerbern klarzumachen, dass sie genau bei Ihnen anfangen müssen – und nicht bei der Konkurrenz.

 **In Reichweite!** Auch bei der Platzierung kommt es darauf an, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten und wo sich diese in der Regel aufhält – offline wie online. Während ältere Bewerber vor allem auf Facebook unterwegs sind und noch am ehesten in die klassische Tageszeitung schauen, erreicht man die unter 20-Jährigen auf diesen Kanälen in den meisten Fällen nicht. Sie tummeln sich im Internet eher auf Plattformen wie Instagram oder Snapchat. In der realen Welt erreicht man sie durch Aushänge an Schulen oder im Sportverein.

## AUTHENTISCH BLEIBEN

Daniel Golz, der Friseurmeister aus Bremen, hat vor drei Jahren seinen ersten Facebook-Post online gestellt: Es war ein trostloser Zahlenfriedhof mit Statistiken zum Salon und der Branche. „Das hat natürlich keine Sau interessiert“, sagt Golz. Heute setzt er fast ausschließlich auf Bilder: Er postet Selfies mit Kunden und Kollegen, selbst erstellte Memes – das sind Bilder mit lustigen Sprüchen und Witzen – und Videos. Meistens lockere Inhalte. Zum Jahreswechsel hat Golz auch mal ein Foto von sich gepostet mit der Zeile: „Frohes neues Haar!“.

Das bedeutet nicht, dass der Friseurmeister nur lustigen Quatsch online stellt. Regelmäßig greift der Friseurmeister auch ernste Themen auf, wie die erste Arbeitswoche eines Azubis. Eine Fotostrecke zeigt, wie anstrengend der Arbeitsalltag sein kann. „Das Wichtigste“, betont Golz, „ist Ehrlichkeit.“ Doch seine eigentliche Message lautet: Wenn man sich darauf einlässt, kann die Arbeit verdammte Spaß machen. **hm**

[olaf.deinger@handwerk-magazin.de](mailto:olaf.deinger@handwerk-magazin.de)



### Checkliste Mitarbeiterbindung

Hier geben wir Ihnen zehn Tipps, wie Sie Ihre Mitarbeiter im Betrieb halten: [www.handwerk-magazin.de/fachkraefte](http://www.handwerk-magazin.de/fachkraefte)



# KONSUM wird individueller

Die neue Studie des ifh in Göttingen analysiert Status und Zukunft des Handwerks in Hamburg – und beleuchtet damit auch die Situation der Betriebe in den Großstädten allgemein. **Teil 2.**

Autor **Olaf Deininger**

# B

„Bei den Einwohnerinnen und Einwohnern Hamburgs ist, wie in vielen Metropolen Deutschlands, mit überdurchschnittlich hohem und wachsendem Einkommen zu rechnen – ein wirtschaftliches Potenzial, das auch dem Absatz von Handwerksprodukten zugutekommen kann“, erläutert Dr. Klaus Müller, Geschäftsführer des Instituts für Mittelstand und Handwerk (ifh) an der Universität in Göttingen.

Das ist eine zentrale Prognose einer jetzt von seinem Institut veröffentlichten Studie zu Chancen und Risiken der handwerklichen Betriebe. Doch es geht dabei nicht nur um die Eigenheiten der nord-

## SWOT Demografische Entwicklung Dienstleistungen für eine alternde Gesellschaft

**Die Stärken der Stadt als urbanes Zentrum, das eine starke Anziehungskraft auf alte wie junge Menschen ausübt und in den**

**nächsten Jahren einem Bevölkerungsanstieg entgegenseht, eröffnen dem Handwerk deutliche Zukunftschancen.**

POSITIV

NEGATIV

INTERNE FAKTOREN

### STÄRKEN

- Positive Bevölkerungsprognose
- Ausbildungszuwanderung
- Proaktive Herangehensweise an den demografischen Wandel, etwa mit dem Hamburger Projekt „Hamburg 2030: Mehr. Älter. Vielfältiger.“

### SCHWÄCHEN

- Fach- und Nachwuchskräfteengpässe
- Besonders hohe Lohnspanne zwischen Handwerk und Nicht-Handwerk
- Vergleichsweise schwache Umsatzentwicklung

SWOT

EXTERNE FAKTOREN

### CHANCEN

- Urbane Zentren mit steigenden Einkommen, Einwohner und Haushaltszahlen vergrößern das Absatzpotenzial
- Produkte und Dienstleistungen für eine alternde Gesellschaft wie etwa „Ambient Assisted Living“
- Intelligente Produkte / Hybride Produkte
- Neue Impulse durch Rekrutierung von Frauen, Migrantinnen und Migranten, Studienabbrecherinnen und Studienabbrechern sowie einen Generationswechsel im Handwerk

### RISIKEN

- Sinkendes Arbeitskräftepotenzial
- Unsichere Betriebsnachfolgesituationen
- Alternde Mitarbeiter
- Verlust von Erfahrungswissen

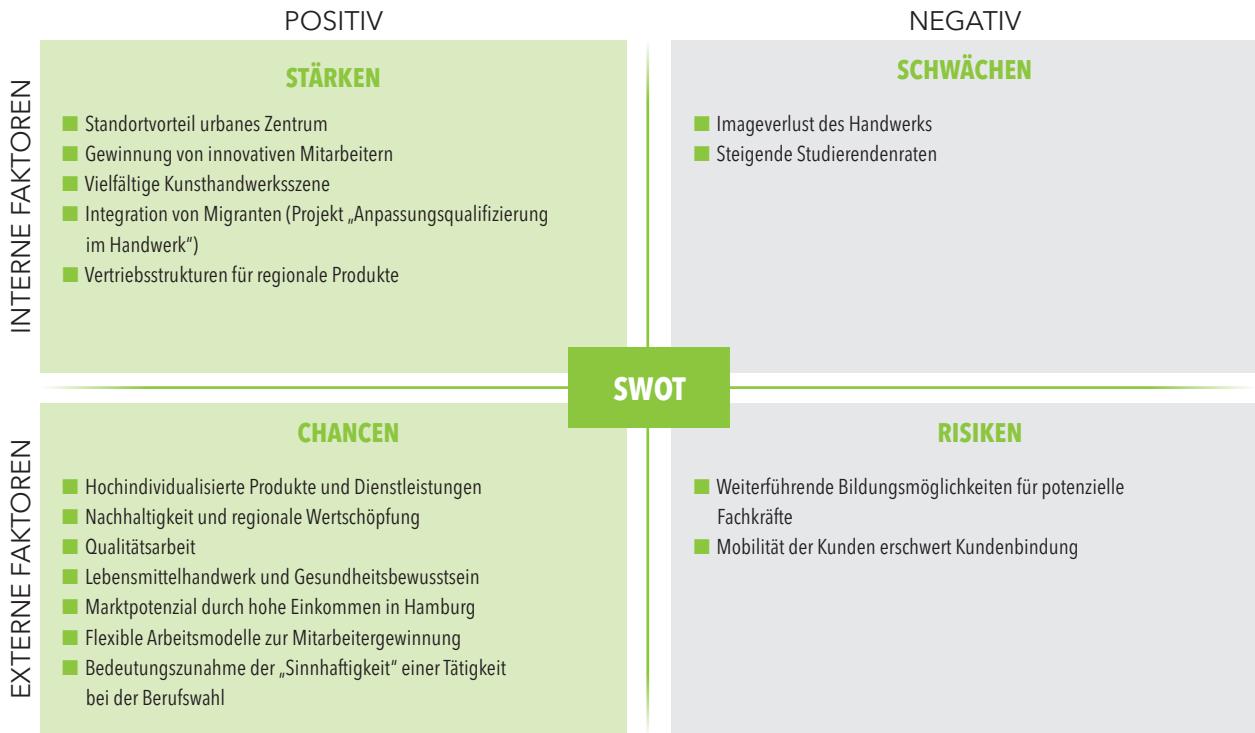
ifh Göttingen



# SWOT Individualisierung und Wertewandel Solvente Kunden, nachhaltige Produkte

Durch den gesellschaftlichen Wandel hin zur individuellen Ausgestaltung von Lebensstilen und - bei bestimmten Zielgruppen

- hin zu einer wachsenden Betonung nachhaltiger Aspekte, entstehen für die Handwerksbetriebe überwiegend Chancen.



deutschen Hafenstadt. Im ersten Teil der dreiteiligen Serie setzten wir uns mit den beiden Bereichen Stadtentwicklung und technologische Entwicklung auseinander. In diesem zweiten Teil der Serie geht es um die eher weicheren Faktoren wie die demografische Entwicklung und die zunehmende Individualisierung der Gesellschaft sowie der allgemeine Wertewandel in den Metropolen.

## DIE STADTBEVÖLKERUNG ALTERT

Die Stärken der Stadt, die als urbanes Zentrum eine starke Anziehungskraft auf junge und kreative Menschen ausübt und in den nächsten Jahren einem Bevölkerungsanstieg entgegensieht, in Verbindung mit der proaktiven Herangehensweise der Stadt u.a. durch die Entwicklung eines Demografiekonzeptes, eröffnen dem Handwerk Zukunftschancen, die es zu ergreifen gilt, heißt es in der Studie.

Dazu gehöre, die voranschreitende Alterung der Bevölkerung als Chance zu sehen, und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe anzupassen, auch unter Zuhilfenahme neuer technischer Ent-



»Individuelle Lebensstile und die Betonung nachhaltiger Aspekte nehmen in der Großstadt zu.«

**Dr. Klaus Müller,**

Geschäftsführer des Institut für Mittelstand und Handwerk (ifh), Göttingen.

wicklungen, beispielsweise im Bereich des „Ambient Assisted Living (AAL)“.

Demgegenüber stehen jedoch Risiken, warnt der Forscher, die sich vor allem aus der niedrigen Geburtenrate und der alternden Belegschaft der Betriebe ergeben. Einerseits fehle es den Betrieben (auch aufgrund der geringen Geburtenrate) an Auszubildenden. Andererseits verlassen die Jugendlichen, die für eine Ausbildung gewonnen werden, nicht zuletzt aufgrund besserer Verdienstmöglichkeiten in der Industrie nach Abschluss der Ausbildungszeit zu großen Teilen das Handwerk. Gleichzeitig gehe mit dem altersbedingten Ausscheiden von langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem Berufsleben ein großer Teil des über die Jahre angesammelten Erfahrungswissens verloren.

## DIE UNTERSCHIEDE WERDEN GRÖßER

Der gesellschaftliche Wandel hin zur individuellen Ausgestaltung von Lebensstilen und – bei bestimmten Bevölkerungsgruppen – hin zu einer wachsenden Betonung nachhaltiger Aspekte schaffe überwiegend Chancen für die Ham- >

»Die Silver Ager verfügen über große finanzielle Mittel, kaufen qualitätsbewusst ein und bevorzugen qualitativ hochwertige, handwerkliche Produkte.«

**Dr. Klaus Müller,**  
Geschäftsführer des Instituts für  
Mittelstand und Handwerk (ifh).

burger Handwerksbetriebe, freut sich Müller. Die im Handwerk meist traditionell regionalisierte Wertschöpfung sowie die Konzentration auf Qualitätsarbeit und individualisierte Produkte haben das Potenzial, die in Hamburg überdurchschnittlich stark vertretenen Kundengruppen mit hohem Einkommen noch stärker an das lokale Handwerk zu binden. Eine gute Nachricht.

Im Bereich der Gewinnung und Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern könne die hohe Sinnhaftigkeit und Ergebnisorientierung handwerklicher Tätigkeiten für potenzielle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ein wichtiges Entscheidungskriterium sein. Demgegenüber stehen jedoch auch Risiken, die sich aus den steigenden Anforderungen der (potenziellen) Beschäftigten an die Aufstiegs- und Karrieremöglichkeiten und aus den tendenziell höheren Bildungsabschlüssen (Anstieg der Abiturienten- und Studierendenraten) ergeben. Zudem erschwert die erhöhte Mobilität der Bevölkerung (in ihrer Wohnstandortwahl) eine langfristige Bindung der Kundinnen und Kunden.

#### UNTERSCHIEDLICHE SZENARIEN

Für das Handwerk sind die Veränderungen hinsichtlich der nachgefragten Produkte und Dienstleistungen von besonde-

rer Bedeutung. Denn die Gruppe der über 65-Jährigen wächst zahlenmäßig als auch im Verhältnis zur übrigen Bevölkerung. Inwieweit diese Bevölkerungsgruppe als eine homogene Nachfragegruppe gesehen werden kann, sei allerdings fraglich. Sowohl die Heterogenität der Lebensentwürfe und finanziellen Kapazitäten als auch gesundheitliche Einschränkungen können zu sehr unterschiedlichen Bedarfen an Handwerksleistungen führen. Die Forscher gehen deshalb von zwei Zielgruppen aus:

#Die Anzahl der Menschen, die auf altersgerechte und in zunehmendem Maße

auch barrierefreie Produkte angewiesen ist, werde in Zukunft zunehmen. Aktivitäten in den Bereichen Aus- und Umbau des Wohnumfeldes und der Pflegeinfrastruktur seien verstärkt zu erwarten.

#Parallel zu dieser Entwicklung wächst aber auch die Gruppe der über 65-Jährigen, die sowohl körperlich als auch geistig leistungsfähig ist und auch über eine gute Altersvorsorge verfügt. Diese „Silver Ager“ gilt es als Zielgruppe für hochwertige Handwerksprodukte und -leistungen zu gewinnen.

Auch die Individualisierung der Lebensentwürfe in allen Altersschichten

**Transporter**  
**TOP DEAL**  
Angebote nur für Gewerbetreibende

Inklusive  
4 Jahre  
Rundum-  
Sorglos-Paket!  
Nur bis 31.03.2018

Abbildung enthält Sonderausstattungen.

**All-in Leasing**  
ohne Anzahlung

Der Citan Kastenwagen <sup>1</sup> mtl. ab	Der Vito Kastenwagen <sup>1</sup> mtl. ab
<b>149 €<sup>2</sup></b> <small>225€</small>	<b>189 €<sup>2</sup></b> <small>275€</small>

Monatliche Gesamtrate ohne Anzahlung inkl. Vorteilspaket mit Komplettservice zzgl. der gesetzlichen USt., Laufzeit 48 Monate, Gesamtleistung 40.000 km

spielt eine Rolle: So schaffen beispielsweise steigende Haushaltszahlen, vorwiegend bedingt durch eine Zunahme der Ein- und Zwei-Personen-Haushalte, eine erhöhte Nachfrage nach haushaltsbezogenen Leistungen. Steigende Einkommen, bessere Bildung, soziale Sicherheit, die Digitalisierung und veränderte Freizeitmöglichkeiten in Verbindung mit wachsender Mobilität führen zu größeren Handlungsspielräumen, die zu individuellerem Konsum führen. Daraus ergeben sich neue Betätigungsfelder für das Handwerk. Dazu haben die Forscher vier Thesen aufgestellt:

**#These 1:** „Der anhaltende Trend zur verstärkten individuellen Ausgestaltung von Lebensentwürfen drückt sich auch im Konsumverhalten der Kunden aus. In Verbindung mit neuen Formen der Kommunikation, Produktion und Distribution werden die Anforderungen an die Individualität von Produkten und Dienstleistungen zunehmen. Dabei müssen Handwerksleistungen zunehmend individuell erbracht werden.“

**#These 2:** „Das Handwerk mit seinem engen Kundenkontakt kann die Kundenwünsche erfassen und bei Auswahl und Kombination von Produkten seine Exper-

tise einbringen. Einerseits fordert der Kunde individuell anpassbare Produkte. Andererseits fehlt ihm häufig das Fachwissen, um die vielfältigen Möglichkeiten optimal auszuwählen und zu kombinieren (zum Beispiel hinsichtlich Ästhetik oder technischen Fragestellungen).“

**#These 3:** „Die fortschreitende Alterung der Gesellschaft und der damit verbundene längere Verbleib der Menschen in ihrem privaten Wohnumfeld wird die Nachfrage nach Handwerksprodukten, baulichen Anpassungen, handwerklichen Dienstleistungen und integrierten Angeboten, die speziell auf die Bedürfnisse älterer Menschen abgestimmt sind, weiter erhöhen.“

**#These 4:** „Insbesondere die Altersgruppe der etwa 65- bis 80-Jährigen verfügt teilweise über große finanzielle Mittel, ist gesund und leistungsfähig und kauft qualitätsbewusst ein. Diese Gruppe ist besonders affin für die qualitativ hochwertigen, handwerklichen Produkte der regionalen Betriebe.“

#### KONKRETE MASSNAHMEN ERGRIFFEN

Um diese Chancen umzusetzen, schlagen die Forscher des ifh Göttingen in ihrer Studie den Betrieben folgende konkrete Maßnahmen vor:

**#Erschließung neuer Marktsegmente:** Altersgerechte Produkte und Dienstleistungen, hochindividualisierte Produkte und Beratungsdienstleistungen.

**#Kontakte zwischen Betrieben, Akteuren und Kunden:** Intensivierung des Kontakts zwischen Seniorinnen und Senioren, Handwerksbetrieben sowie weiteren Akteuren (Sozialkassen, Heimleitungen, Pflegediensten etc.) zur zielgruppengerechten Ausgestaltung von Angeboten.

**#Netzwerke für integrierte Leistungen:** Aufbau von Unternehmensnetzwerken zur Erbringung integrierter Leistungen „aus einer Hand“.

**#Zusammenarbeit mit Sozialkassen stärken:** Intensivierung der Zusammenarbeit, Initiierung von Pilotprojekten zur Integration von Handwerksbetrieben in Gesundheitszentren. **hm**

[olaf.deiningner@handwerk-magazin.de](mailto:olaf.deiningner@handwerk-magazin.de)



#### Zukunftsperspektiven fürs Handwerk

handwerk magazin zeigt hier, was Firmenchefs in Zukunft erwartet und wie sie die Chancen am besten nutzen: [www.handwerk-magazin.de/zukunft](http://www.handwerk-magazin.de/zukunft)

## Frohes neues Leasing.

**Der Mercedes-Benz Citan und Vito jetzt mit All-in Leasing ohne Anzahlung.** Mit guten Vorsätzen ins neue Jahr: Diese Transporter lassen Sie sparen und langfristig ein gutes Geschäft machen – dank attraktiven Leasingraten und 4 Jahren ServiceCare Komplettservice inklusive. [www.transporter-topdeal.de](http://www.transporter-topdeal.de)

Citan 108 CDI Kastenwagen/Vito 109 CDI Kastenwagen:

<sup>1</sup> Kraftstoffverbrauch innerorts; außerorts; kombiniert (l/100 km): **4,7; 4,2; 4,3/7,8–7,7; 5,4–5,3; 6,3–6,2.** CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert (g/km): **112/164–162.**

<sup>2</sup> CharterWay ServiceLeasing ist ein Angebot der Mercedes-Benz CharterWay GmbH, Mühlenstraße 30, 10243 Berlin. Unser Leasingbeispiel: Kaufpreis ab Werk zzgl. lokaler Überführungskosten 12.990 €/18.490 €, Leasing-Sonderzahlung 0,00 €, Laufzeit 48 Monate, Gesamtleistung 40.000 km, mtl. Gesamtleasingrate inkl. Komplettservice gemäß unseren Bedingungen 149 €/189 €. Gilt nur für gewerbliche Einzelkunden und bis 31.03.2018. Alle Preise zzgl. der gesetzlich geltenden Umsatzsteuer. Die Aktion ist in der Stückzahl begrenzt.

Bei Fragen zur Diesel-Umtauschprämie sprechen Sie bitte Ihren Mercedes-Benz Partner an.

## Mercedes-Benz

Vans. Born to run.



Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart

IHM 2018

»Wir wollen  
alle Strukturen  
im Unterneh-  
men weiter  
professionali-  
sieren.«

**Leonie Kneer** leitet zusammen mit Bruder  
Stephan und Vater Roland Kneer das Unterneh-  
men Gaplast in Peiting.  
[www.gaplast.de](http://www.gaplast.de)



### NEUE SERIE

**Handwerk:**


**Die nächste Generation.**

Die Internationale Handwerksmesse (IHM) in München steht 2018 unter dem Motto „Die nächste Generation. Wir zeigen, was kommt“. Die Messe präsentiert neue Konzepte und Best-Practice-Beispiele aus den Bereichen „Kunden, Lösungen und Arbeitswelten“, die sich im Handwerk gerade sehr erfolgreich etablieren.

# Hier kommt die **NÄCHSTE** Generation

Im März zeigen innovative Unternehmer auf der Internationalen Handwerksmesse in München das moderne Handwerk. **handwerk magazin** stellt hier Chefs vor, die auf der IHM zeigen, was sie bei Kunden, Lösungen und Arbeitswelten anders machen.

Autoren **Annika Janßen & Sarah Sommer** Fotografen **Axel Griesch & Tim Wegner**



»Neukunden gewinnen wir inzwischen fast ausschließlich über das Internet.«

**Gerhard Luther** machte sich mit seiner „Schreinerei nach Maß“ in Darmstadt auch international einen Namen.  
[www.schreinerei-luther.de](http://www.schreinerei-luther.de)



## LÖSUNGEN

Leonie und Stephan Kneer (Foto links) sind stolz auf die neue Firmenzentrale ihres Unternehmens Gaplast im bayrischen Peiting. Viel Glas, futuristische Architektur, modernste Technik: „Hier sehen Kunden jetzt auf den ersten Blick, dass sie es mit einem Hightech-Unternehmen zu tun haben“, sagt Stephan Kneer.

Am alten Standort des Unternehmens in Altenau war das eher nicht der Fall, berichtet der 41-Jährige, der als Technischer Leiter und geschäftsführender Gesellschafter gemeinsam mit seiner Schwester und seinem Vater das Unternehmen führt. In den 1990er-Jahren hatte sein Vater Roland Kneer das Handwerksunternehmen mit 50 Mitarbeitern übernommen. Er baut Gaplast seither konsequent vom Lohnfertigungsbetrieb

zu einem Entwickler und Produzenten von hochwertigen Kunststoff-Verpackungen um. Kneer senior investierte in den Aufbau einer Abteilung für Forschung und Entwicklung, baute einen eigenständigen Formen- und Sondermaschinenbau auf, entwickelte ein professionelles Qualitätsmanagement, einen schlagkräftigen Vertrieb und setzte auf Produktionstechniken und -prozesse, die internationalen Industrienormen gerecht werden.

Heute entwickelt und fertigt Gaplast mit 230 Mitarbeitern Verpackungen und Kunststoff-Applikationen für die Pharmaindustrie, die Medizintechnik und die Kosmetikbranche. Seine beiden Kinder konnte Kneer frühzeitig für seine unternehmerischen Pläne begeistern. Seit 2014 sind beide als geschäftsführende Gesellschafter mit ihrem Vater für die Unternehmensleitung verantwortlich.

Der Umbau des Unternehmens ist damit aber längst nicht abgeschlossen: „Jetzt wollen wir alle Strukturen im Unternehmen weiter professionalisieren und modernisieren, vor allem auch mit Blick auf die Digitalisierung“, sagt Leonie Kneer, die Vertrieb und Marketing verantwortet. Das sei oft eine Gratwanderung, berichtet sie: „Auf der einen Seite stehen hohe regulatorische Anforderungen, die unsere Kunden an uns stellen.“ Da das Unternehmen weiter wachsen soll, gelte es außerdem, professionelle Management- und Kommunikationsstrukturen aufzubauen, sagt die 46-Jährige. „Auf der anderen Seite wollen wir aber nicht, dass zu viel Bürokratie und zu starre Hierarchien entstehen. Wir wollen uns auf dem Weg zum Industrieunternehmen die Kreativität, Schnelligkeit und Flexibilität eines Handwerksbetriebs erhalten.“ >



**»Wir bauen eine digitale, interaktive Enzyklopädie für professionelles Handwerkswissen auf.«**

Theo Strauß (rechts) und Johannes Nies entwickeln gemeinsam Craftguide, ein Lernportal für die Aus- und Weiterbildung im Handwerk. [www.craftguide.online](http://www.craftguide.online)



**ARBEITSWELTEN**

Als Handwerker lernt man nie aus, dachte sich Theo Strauß, als er nach seiner Ausbildung zum Schreiner Gesellen und zwei Jahren auf der Walz den Start in die Selbstständigkeit plante. „Ich hatte viele Ideen für eigene Projekte im Kopf“, berichtet Strauß. „Aber gerade wenn man etwas Eigenes aufbauen will, merkt man, wie viel Fachwissen man im Handwerk braucht.“ Aber: Wer hat schon Zeit und Lust zum Bücherwälzen? Und: Warum geht das nicht viel einfacher? „Ich fragte mich, wieso es kein modernes, interaktives Lernportal mit Video-Tutorials und anderen digitalen Tools für die handwerkliche Aus- und Weiterbildung gibt“, berichtet Strauß.

Also entschied sich Strauß, selbst ein solches Portal zu starten. Er überzeugte einen langjährigen Freund, Industriedesigner Johannes Nies, von seiner Idee. Craftguide nennen der Handwerker und der Designer ihr Start-up in Au in der Hallertau: „Wir wollen eine digitale, interaktive Enzyklopädie für professionelles Handwerkswissen und Fertigungsmethoden aufbauen und ein Wissens-Netzwerk für die nächste Generation zur Verfügung stellen“, erklärt Strauß.

Das erste Pilotprojekt ist schon im vollen Gange: Gemeinsam mit einem Hersteller von Holzmaschinen entwickeln Strauß und Nies gemeinsam mit vier Mitstreitern ein virtuelles Ausbildungs-Programm für die Bedienung einer Formatkreissäge. „Azubis können dann zum Beispiel die Bedienung der Kreissäge mithilfe einer Virtual-Reality-Brille trainieren“, erklärt Strauß.

Bis Craftguide ein umfassendes Programm von Lernhilfen anbieten kann, ist es noch ein weiter Weg. „Wir kümmern uns gerade um die weitere Finanzierung und die Weiterentwicklung unserer Tools“, berichtet Strauß. **hm**  
[reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de](mailto:reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de)



**IHM 2018**

Alle Unternehmen finden Sie auf der IHM-Themenfläche „Treffpunkt Fachbesucher“. Halle C1, Stand 462. Infos: [www.handwerk-magazin.de/ihm](http://www.handwerk-magazin.de/ihm)



**KUNDEN**

Gerhard Luther ist mit 70 Jahren schon lange kein Jungunternehmer mehr. Fit für die nächste Generation Handwerk sind der Tischlermeister und seine Schreinerei in Darmstadt trotzdem. Luther baut schon seit Jahren an der Schreinerei der Zukunft, ist stets auf der Suche nach frischen Ideen und wagt immer wieder Neues. So war er in den 1980er-Jahren einer der ersten Schreiner, die konsequent auf CNC-Fertigung umstellten. Herzstück der Produktion ist das Vier-Achs-CNC-Bearbeitungszentrum.

Selbst sehr spezielle Kundenwünsche lassen sich mithilfe der digitalisierten Fertigung umsetzen. „Wir sind dank der Digitalisierung klein genug, um flexibel zu sein, und groß genug, um Projekte schnell umsetzen zu können“, erklärt er. Mit diesem Geschäftsmodell machte sich die „Schreinerei nach Maß“ erfolgreich einen Namen, Luther konnte Großunternehmen wie die Lufthansa, Merck, T-Online und die Biosupermarktkette Alnatura als Kunden für sich gewinnen.

So wie Luther früh die Vorteile einer digitalisierten Produktion erkannte, setzt er nun auch konsequent auf die Vorteile digitalisierter Kundenkommunikation. Vor vier Jahren hat der Unternehmer gemeinsam mit seinem Betriebsleiter Matthias Knuhr eine Facebook-Seite für das Unternehmen gestartet. Hier präsentiert die Schreinerei neue Produkte, postet auch mal Fotos von der Weihnachtsfeier oder Videos von Arbeitsabläufen.

Neukunden gewinnt er inzwischen fast ausschließlich über das Internet, wo er mit ausgefallenen, individuell designeten Produkten auf die Schreinerei aufmerksam macht.

Fotos der Produkte verbreiten sich über die sozialen Medien und finden so Abnehmer in Frankfurt, London und selbst jenseits des Atlantiks. Der Firmen-Auftritt in den sozialen Medien dient aber nicht nur als virtuelles Schaufenster: Aus der Interaktion mit Kunden im Netz entstehen auch neue Design- und Geschäftsideen, berichtet Luther. „Wir lernen durch die digitale Kommunikation immer weiter dazu.“

# Arbeitsabläufe perfekt planen und organisieren

mit dem **HandwerkTimer** von Holzmann Medien

## MeisterTimer

edition handwerk  
magazin



**Der Exklusive:  
aus Kalb-Nappaleder**

Ringbuch DIN A5 (4fach-Lochung)  
mit umlaufenden Reißverschluss

ab 119,- €

Echt  
Leder

## HandwerkTimer



**Der Praktische:  
aus widerstandsfähigem Nylon**

Ringbuch DIN A5 (4fach-Lochung),  
mit umlaufenden Reißverschluss

ab 59,- €

### Einfach. Übersichtlich. Kompakt.

- Aktueller Jahreskalender
- Monatskalender
- Jahreseinsatzplan
- Telefon- und Adressregister
- Übersichtliches Hauptregister
- Tagesrapport/Regiebericht
- Baustellentagesbericht
- Wochenzettel
- Materialschein
- Aufmaß
- Mehrzweck
- Baubehinderungsanzeige
- Bedenkenanmeldung
- Abnahmebescheinigung
- Mit praktischem Informations- und Serviceteil „Handwerk“

### Ihre Bestellung

+49 8247 354-300      buch@holzmann-medien.de      +49 8247 354-190

#### Ja, ich bestelle -

zzgl. 4,90 € Versandkosten (Deutschland - Auslandsversand auf Anfrage):

#### Ringbuch inkl. Innenausstattung, DIN A5

\_\_\_\_\_ Expl. **MeisterTimer**  
**edition handwerk magazin**  
mit Aktualisierung,  
Best.-Nr. 1300, Preis 119,- €

\_\_\_\_\_ Expl. **HandwerkTimer**  
mit Aktualisierung,  
Best.-Nr. 1100, Preis 59,- €

Sie erhalten für Ihren Kalender und den Informations- und Serviceteil automatisch eine jährliche Aktualisierung. Die Lieferung erfolgt Anfang November für das darauf folgende Jahr und kostet derzeit 24,90 €. Nach der ersten bezahlten Aktualisierung kann der Service jederzeit beendet werden.

\_\_\_\_\_ Expl. **MeisterTimer**  
**edition handwerk magazin**  
ohne Aktualisierung,  
Best.-Nr. 1300.11, Preis 129,- €

\_\_\_\_\_ Expl. **HandwerkTimer**  
ohne Aktualisierung,  
Best.-Nr. 1100.11, Preis 69,- €

.....  
Firma, Name, Vorname

.....  
Straße

.....  
PLZ, Ort

.....  
Telefon, Fax

.....  
E-Mail

Ich bin damit einverstanden, von Ihnen per E-Mail über interessante Themen, Produkte und Veranstaltungen der Holzmann Medien GmbH & Co. KG regelmäßig informiert zu werden. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden.

x  
.....  
Datum, Unterschrift

hm18

**HOLZMANN**. MEDIEN

Holzmann Medien GmbH & Co. KG | Buchverlag | Telefon +49 8247 354-300 | Telefax +49 8247 354-190 | buch@holzmann-medien.de | www.holzmann-medien-shop.de

# »Übermorgen arbeiten Handwerker beim **FAHREN**«

Nach der Entwicklung des StreetScooter startet Günther Schuh seinen nächsten Coup. Der Kleinwagen e.GO Life soll die Elektromobilität in Deutschland revolutionieren.

Autor **Reinhold Mulatz** Fotograf **Markus J. Feger**

**E**in nebliger Morgen im weitläufigen Campus der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen (RWTH). Günther Schuh, Universitätsprofessor und Gründer von e.GO Mobile AG, sprüht trotz starker Erkältung vor Energie. Er will die Elektromobilität in Deutschland revolutionieren.

**Professor Schuh, was raten Sie Handwerksunternehmern, die ein neues Fahrzeug für Ihren Fuhrpark kaufen wollen. Sollen Sie beim Diesel bleiben oder ein Elektrofahrzeug kaufen?**

**Günther Schuh:** Es kommt darauf an, wo der Betrieb sitzt. Hat er seinen Standort in einer der emissionsbelasteten Städte oder muss er oft dorthin, dann würde ich keinen Diesel mehr kaufen, sondern ein Elektroauto oder einen Plug-in-Hybrid. Denn in den nächsten fünf Jahren wird es in in diesen Zentren Fahrverbote für Dieselaautos geben, das ist sicher. Dann kann der Handwerker vor Ort seine Arbeit nicht mehr erledigen, wenn er nicht elektrisch unterwegs ist.

**Ist der von Ihnen entwickelte e.GO Life auch eine Alternative für den handwerklichen Fuhrpark?**

**Vita** Prof. Dr. Günther Schuh

Der studierte Maschinenbauer und Direktor des Lehrstuhls für Produktionssystematik an der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen (RWTH) war Initiator und Geschäftsführer der StreetScooter GmbH, die einen Elektrotransporter entwickelte. Nach dem Verkauf des Unternehmens an die Deutsche Post gründete Schuh 2015 die e.GO Mobile AG, deren Chief Executive Officer (CEO) er ist. Ziel des Start-ups ist es, ein preiswertes und stadttaugliches Elektrofahrzeug auf den Markt zu bringen.

Klar, für alle Handwerker, die nicht gerade mit einem Werkstattwagen unterwegs sein müssen, ist der e.GO Life regelrecht prädestiniert. Wir machen gerade ein Versuchsprojekt mit der Polizei, die kann etwa ein Drittel ihrer Fahrzeugflotte mit unserem e.GO Life abdecken. Bei umgeklappter Sitzbank haben wir über 1000 Liter Ladevolumen.

**Sie setzen bei dem Modell vor allem auf den günstigen Preis von rund 16.000 Euro – warum?**

Der Kunde orientiert sich zuerst an den Nutzungsmöglichkeiten eines Autos. Und ein Elektroauto hat eben einen eingeschränkten Nutzen durch die eingeschränkte Reichweite. Deshalb muss man prüfen, ob das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Das stimmt aber bei den bisher angebotenen Elektromodellen nicht. Der Nutzen ist halbiert, der Preis mehr oder weniger verdoppelt. Deshalb bieten wir ein günstiges Elektrofahrzeug an.

**Aber wie schaffen Sie es, ein Elektroauto für 16.000 Euro anzubieten? Der Autoindustrie gelingt das ja offensichtlich nicht.**

Wir haben für die Produktion alles nach Kostengesichtspunkten optimiert. Als Erstes haben wir ermittelt, wie klein die Batterie sein kann, damit sie für die Nutzung in Städten ausreicht. Dann haben wir berechnet, wie klein die Karosserie und der Motor sein müssen, damit das Auto noch sinnvoll genutzt werden kann. Auch bauen wir das Auto fundamental anders als üblich, wir haben zum Beispiel keine selbsttragende Karosserie, wir nutzen einen sogenannten Spaceframe aus Aluminiumprofilen, der einfach zu fertigen ist. Ich glaube, wir haben eine >





»Das Preis-Leistungs-  
Verhältnis stimmt  
bei den angebotenen  
Elektroautos nicht.«

**Prof. Günther Schuh**, Spezialist für Produktionssystematik, stellt seinen e.GO Life deutlich billiger her als die Konkurrenz.



Lösung gefunden, die gut aussieht und sogar extrem Spaß macht.

#### Und das können die etablierten Autohersteller nicht?

Sie machen es nicht. Wenn die großen Hersteller so ein Auto bauen, brauchen sie allein für die Karosserie und die Strukturteile Werkzeuge für 120 Millionen Euro. Unser kompletter Werkzeugsatz liegt bei sechs Millionen Euro, damit machen wir die Serienfertigung. Natürlich haben auch unsere Zulieferer in Werkzeuge investiert. Noch ein Beispiel: Die Entwicklungs- und Fertigungskosten für einen Scheinwerfer eines Oberklassemodells liegen bei 30 Millionen Euro. Bei uns sind die Kosten genau null, weil wir einfach am Markt angebotene Scheinwerfer verwenden.

#### Wann startet die Serienproduktion des e.GO Life?

Planmäßig am 15. Mai dieses Jahres, mit rund 150 Mitarbeitern.

#### Wer übernimmt Vertrieb und Service?

Im Gegensatz zur Autobranche trennen wir weitestgehend zwischen Handel und Service. Wir haben für den Service eine Rahmenvereinbarung mit den Bosch Car-service-Stationen.

#### Binden Sie das Kraftfahrzeughandwerk auch mit ein?

Ich glaube, wir haben die Chance, das Kraftfahrzeughandwerk im Rahmen der Elektromobilität ernsthaft zu revolutionieren. Denn jetzt kann dem Kunden ein

## »Künftig kommt nicht der Kunde in die Autowerkstatt, sondern der Service zum Kunden.«

**Prof. Günther Schuh** sieht das Kfz-Gewerbe vor revolutionären Veränderungen.

ganz anderes Servicelevel angeboten werden. Künftig werden Kunden so oft in die Werkstatt gehen wie in ihre Bankfiliale – nämlich gar nicht mehr. Als Kfz-Handwerk muss ich dem Kunden künftig eine Mobilitätsgarantie geben. Und wenn es irgendein Problem gibt, kommt nicht der Kunde in die Werkstatt, sondern ich als Servicewerkstatt merke das und weise den Kunden darauf hin. Der stellt zum Beispiel sein Auto vor die Garage, der Servicebetrieb holt es ab und stellt dem Kunden ein anderes Auto hin.

#### Und wie sehen Sie die Entwicklung beim Autohandel?

Das ist der zweite Teil der Revolution. Wir werden beim e.GO Life Hard- und Software upgraden. Theoretisch kann dieses Auto 100 Jahre leben. Statt ein neues zu kaufen, kann der Kunde sagen,

er möchte jetzt neue Scheinwerfer oder ein neues Display oder andere Sitze. Das könnte das Kfz-Handwerk übernehmen.

#### Die deutsche Automobilindustrie steht mächtig in der Kritik. Hat sie tatsächlich den Anschluss bei der Elektromobilität verpasst?

Sie ist zu spät gestartet, aber es wäre übertrieben, sich jetzt große Sorgen zu machen. Sie hat ein paar Chancen liegen gelassen, aber auch Tesla ist nicht die umfassende Lösung für die Elektromobilität. Ich glaube, man kann zwei Dinge kritisieren. Man hätte früher in die stadtaugliche Elektromobilität starten müssen. Und man hätte logische Konzepte verfolgen müssen. Die Autoindustrie rennt hinter den Flottenemissionswerten hinterher, weil der Gesetzgeber das als Hauptregulativ bestimmt hat. Das ist zu stark vereinfacht. Denn das eigentliche Problem ist nicht Kohlendioxid bei den Emissionen, sondern die Stickoxide, die wirklich gefährlich sind. Das muss schnell gelöst werden und massenhaft, was natürlich nur funktioniert, wenn sich das jeder leisten kann. Hier hat die Autoindustrie zu wenig getan. Sie hätte zum Beispiel mehr Plug-in-Hybride anbieten müssen, mit denen man in der Stadt rein elektrisch fährt, der Verbrennungsmotor aber gleichzeitig für Reichweite auf längeren Strecken sorgt.

#### Was haben Sie noch in der Schublade?

Als Nächstes bringen wir den Mover heraus, ein Bus für den öffentlichen Nahverkehr. Denn gibt es ab 2020 auch in einer Cargoversion, ideal für Handwerker, die viel Platz im Auto brauchen. Wir werden den Mover zum autonomen Fahren erziehen, zunächst für den öffentlichen Nahverkehr. Aber träumen wir doch ein wenig in die Zukunft. Wie wäre es, wenn der Handwerker sich von seinem Auto zum Kunden fahren lässt, dort feststellt, was er alles braucht, und dann sein Auto losschickt, um die Teile zu besorgen. Übermorgen kann der Handwerker auch während der Fahrzeit arbeiten, da bin ich sicher. **hm** reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de



#### Elektromobilität

Auf der Themenseite Elektromobilität finden Sie online weitere Informationen:  
[www.handwerk-magazin.de/elektrotransporter](http://www.handwerk-magazin.de/elektrotransporter)

JAHRESABO

# 12 AUSGABEN UND EIN ORIGINAL DFB HEIMTRIKOT

handwerk  
magazin



JAHRESABO mit  
PRÄMIE sichern

Lassen Sie sich 'handwerk magazin' jeden Monat bequem nach Hause liefern und profitieren Sie zusätzlich von den geldwerten Steuertipps unseres Newsletters 'handwerk magazin - Steuertipp', der exklusiv für Sie als Abonnent von unserem handwerk erfahrenen Experten erstellt wird.

Nutzen Sie den Preisvorteil gegenüber dem Einzelkauf (zzt. für 12 Ausgaben

**99,90 €** statt 103,20 €)

und sichern Sie sich eine Prämie Ihrer Wahl.

Das Trikot präsentiert sich mit einem modernen, aber traditionsreichen Design, das an die glorreichen Titelgewinne der Mannschaft erinnert. Das Trikot trägt das Mannschaftslogo links auf der Brust und sorgt mit climacool® Belüftung und offenporigem Mesh am Rücken für ein angenehm kühles Tragegefühl.

[www.handwerk-magazin.de/shop](http://www.handwerk-magazin.de/shop) Telefon: +49 8247 354-143 Fax: +49 8247 354-170

Ja, ich will von 'handwerk magazin' profitieren. Bitte senden Sie mir ab sofort regelmäßig (12-mal im Jahr) 'handwerk magazin' zum Jahresbezugspreis von zzt. 99,90 € inkl. MwSt. frei Haus (Ausland EU 114,30 Euro, solange der Vorrat reicht.) und den monatlichen Abonnenten-Newsletter 'handwerk magazin - Steuertipp'. Als Begrüßungsgeschenk bekomme ich die von mir gewählte Prämie. Diese Bestellung gilt zunächst für ein Jahr; sie verlängert sich automatisch um jeweils ein weiteres Jahr, wenn ich nicht spätestens vier Wochen vor Ende des laufenden Bezugsjahres schriftlich kündige. Angebot gilt für EU, solange der Vorrat reicht. Vertrauensgarantie: Ich kann diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen schriftlich widerrufen bei 'handwerk magazin', Kunden-Service, Postfach 1342, 86816 Bad Wörishofen.

Wunschprämie:  ADIDAS HERREN DFB HEIMTRIKOT EM  ADIDAS DAMEN DFB HEIMTRIKOT EM

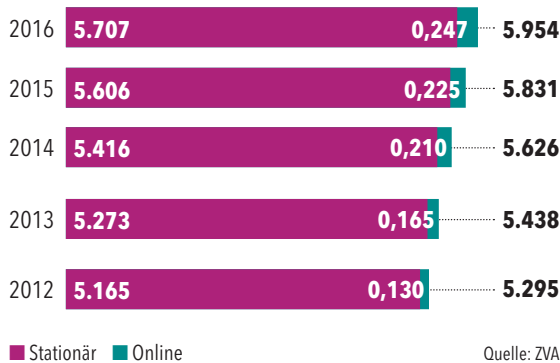
ABONNIEREN	Vorname / Name:	
	Straße / Nr.:	
	PLZ / Ort:	
	Telefon / Handy:	Geburtsstag (TT.MM.JJJJ):
	E-Mail:	

BEZAHLEN	<input type="radio"/> Ich bezahle bequem per Bankeinzug. <input type="radio"/> Ich erwarte Ihre Rechnung.	
	Geldinstitut:	
	IBAN:	
	BIC:	
	Datum / Unterschrift des neuen Lesers:	

# DIE FILIALISTEN sind auf dem Vormarsch

Das Augenoptikerhandwerk verzeichnet wachsende Umsätze. Aber die Einzelbetriebe verlieren immer mehr Marktanteile an die großen Ketten. Positiv ist die Lage bei den Auszubildenden.

Autor **Reinhold Mulatz**



## UMSATZ DER BETRIEBE (IN MRD. EURO)

Wie auch in den Jahren davor, stieg der Umsatz der Augenoptik, bestehend aus stationären Geschäften und dem Online-Handel, im Jahr 2016 an. Allerdings fiel das Plus mit 2,1 Prozent etwas geringer aus als 2015. Der Online-Umsatz nahm insgesamt um knapp zehn Prozent zu.

## DIE GRÖSSTEN FILIALISTEN

Gemessen am Umsatz, ist Fielmann bei den Filialisten die Nummer 1. Die zehn größten Filialisten besitzen circa 17,3 Prozent aller augenoptischen Betriebsstätten in Deutschland.

FILIALIST	UMSATZ*	FILIALEN
<b>Fielmann</b>	1.047	589
<b>Apollo Optik</b>	675	800
<b>Pro Optik</b>	123	137
<b>Matt Optik</b>	50,3	71

\*Netto in Mio. Euro; Quelle: ZVA

**W**o die Augenoptik zum Jahreswechsel wirtschaftlich steht, lässt sich zu diesem frühen Zeitpunkt nicht abschließend sagen“, erklärte Thomas Truckenbrod, Präsident des Zentralverbands der Augenoptiker und Optometristen (ZVA), auf der Fachmesse opti Ende Januar in München.

Gleichwohl zeichnet sich in einem Marktsegment bereits eine verhalten positive Entwicklung ab: Im Rahmen der „ERFAlight-Statistik“ erhebt der ZVA monatlich die betriebswirtschaftlichen Daten von rund 300 überwiegend mittelständisch strukturierten Augenoptikbetrieben. Aus diesen Daten ergab sich für 2017 (ohne Dezember) kumuliert ein Umsatzplus von 1,1 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum 2016. Der Brillenabsatz nahm allerdings um 1,2 Prozent ab.

Der ZVA weist jedoch darauf hin, dass sich die großen Filialunternehmen der augenoptischen Branche nicht an der ERFAlight-Statistik beteiligen. Deshalb dürften diese Zahlen nicht mit der Entwicklung der Gesamtbranche gleichgesetzt werden. Erfahrungsgemäß liege deren durchschnittliche Umsatz- und Stückzahlenentwicklung höher, also sei eindeutig ein positiver Indikator für die Gesamtbranche zu sehen, so der Zentralverband.

## WIEDER MEHR AUSZUBILDENDE

Nach einer repräsentativen Umfrage, die der ZVA im März 2017 unter Betriebsinhabern durchführte, suchten knapp ein Drittel der Betriebe Personal. Rund 20 Prozent der Befragten empfanden die Personalsuche als problematisch. Gleichzeitig meldeten die Landesverbände des ZVA steigende

Auszubildendenzahlen. Berufsschulklassen seien oft überfüllt, und die überbetrieblichen Ausbildungsstätten arbeiteten an der Kapazitätsgrenze.

Nach Zahlen, die das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) im November 2017 veröffentlichte, gab es 2016 mit insgesamt 2.622 Neuabschlüssen bei den Ausbildungsverträgen sogar den höchsten Wert seit 2001. Diese Auszubildenden werden 2018 auf den Arbeitsmarkt kommen und die große Nachfrage nach Personal somit in Teilen decken können, rechnet der Augenoptik-Zentralverband.

## FILIALISIERUNG NIMMT ZU

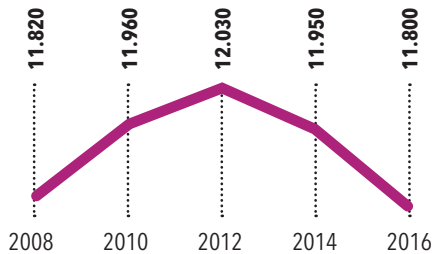
Die Augenoptikbranche in Deutschland ist mittelständisch geprägt. Laut Branchenreport Augenoptik, aktuell neu herausgegeben von Spectaris Consumer Optics zusammen mit dem ZVA,

# 770.000

Brillen wurden 2016 online verkauft.

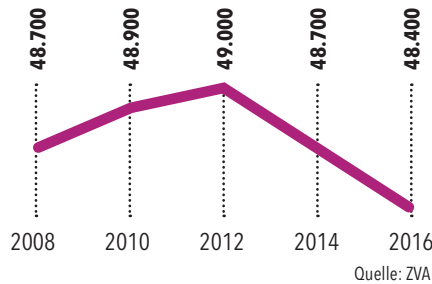
## ANZAHL DER AUGENOPTIKER-FACHGESCHÄFTE (STATIONÄR)

Der Konzentrationsprozess im Augenoptikerhandwerk nimmt weiter zu. Seit 2012 sinkt die Zahl der Fachgeschäfte, dagegen wachsen die Filialunternehmen.



## BESCHÄFTIGTE IN AUGENOPTIK-BETRIEBEN

Die Arbeitslosenquote blieb im Jahr 2016 mit 633 freien Stellen unverändert niedrig. Dies führt dazu, dass offene Stellen vielfach nicht mit dem gewünschten (fachlichen) Personal besetzt werden können.



## AUGENOPTIK IN KENNZAHLEN

Umsatzgrößenklassen <sup>1</sup>	125.000 - 250.000	250.000 - 500.000	500.000 - 750.000	über 750.000	Durchschnitt
Materialkosten	32,4%	32,5%	34,3%	31,1%	32,4%
Personalkosten	38,4%	35,5%	34,3%	34,0%	35,8%
Sachkosten	32,1%	25,2%	25,3%	24,4%	25,8%
Betriebsergebnis	-2,9%	6,8%	6,1%	10,5%	6,0%

1) in Euro; Quelle: DATEV-Betriebsvergleich 2015

Bei einem Umsatzanstieg in Höhe von 8,1 Prozent im Jahr 2015 bei den am DATEV-Betriebsvergleich beteiligten Betrieben verbesserte sich die Ergebnissituation deutlich auf 6,0 Prozent (Umsatzerlöse minus betrieblich bedingten und kalkulatorischen Kosten). Noch besser ist das Ergebnis bei großen Betrieben.

ist der Filialisierungsgrad mit Ketten wie Fielmann oder Apollo im europäischen Vergleich zwar noch gering, aber die Filialisten haben in den letzten Jahren immer mehr Marktanteile hinzugewonnen. Die zehn größten Filialisten in Deutschland erzielen über 45 Prozent des stationären Branchenumsatzes.

Eine Fielmann-Filiale verkauft im Durchschnitt 35 Brillen am Tag, der traditionelle Augenoptiker verkauft im Durchschnitt knapp zwei pro Tag.

## ZWEIFELTES ONLINE-GESCHÄFT

Das Online-Geschäft der Branche ist zweigeteilt. 4,1 Prozent des Branchenumsatzes werden online erzielt, das Gros dieser Umsätze entfiel 2016 auf Kontaktlinsen und Pflegemittel. Bei Kontaktlinsen wird inzwischen jeder dritte Euro im Internet umgesetzt. Dagegen kaufen die Kunden ihre Brillen nach wie vor lieber im Fach-

geschäft vor Ort. Von den in Deutschland gekauften Korrektionsbrillen wurden 2016 gerade einmal 6,1 Prozent online erstanden.

In Sachen Technologie wird der 3D-Druck laut der Studie von Spectaris Consumer Optics die Branche prägen. Brillenfassungen werden so bereits hergestellt, perspektivisch wird man auch einfache Brillengläser damit fertigen können. Sehtests sind mittlerweile in 3D-Anmutung möglich, gearbeitet wird an Technologien, die einen Sehtest direkt am Bildschirm ermöglichen. **hm**

[reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de](mailto:reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de)



### Mehr Branchen im Check.

Fakten zu den wichtigsten Branchen:  
[handwerk-magazin.de/branchen-check](http://handwerk-magazin.de/branchen-check)

## Branchentrends

### Augenoptiker

#### Optometrie

Optometrische Dienstleistungen nehmen in der Augenoptik eine immer größer werdende Rolle ein. Entsprechend erfüllen die Augenoptiker, die über eine entsprechende Aus- oder Fortbildung verfügen, immer mehr Aufgaben in der primären Gesundheitsvorsorge für das Sehen. So gehören zur Optometrie verschiedene Tests und Messungen, die Auffälligkeiten an den Augen oder besondere Sehfehler erkennen lassen, die nicht mit einer Brille oder mit Kontaktlinsen korrigiert werden können und frühzeitig eine augenärztliche Therapie erfordern.

#### Neue Messtechniken

Die Möglichkeiten der Digitalisierung führen dazu, dass Augenoptiker ihren Kunden mit technisch noch besseren Lösungen zu einer gesteigerten Sehqualität verhelfen können. Beispielsweise gibt es in der Messtechnik viele Neuerungen, die das komplette Auge mittels Wellenfronttechnologie und anderer Verfahren innerhalb weniger Sekunden vermessen und dem Augenoptiker eine große Menge an Daten liefern.

#### Autofahrerbrillen

33 Millionen Autofahrer sind Brillenträger. Speziell für diese Zielgruppe und Situationen mit schlechter Sicht haben Brillenglashersteller neue Lösungen entwickelt. Ein besseres und kontrastreicheres Sehen wird bei diesen Hightech-Produkten zum einen durch ein spezielles Design der optischen Flächen erreicht, zum anderen durch Veredelungen oder Beschichtungen des Brillenglases, die Blendungseffekte für den Autofahrer spürbar minimieren.

#### Bildschirmbrillen

Smartphones, Tablets, Notebooks und stationäre PCs verlangen unseren Augen täglich Höchstleistungen ab. Rund 90-mal blicken Deutsche durchschnittlich pro Tag allein auf ihr Smartphone, die Hälfte der Bevölkerung arbeitet zudem überwiegend am Bildschirm. Dennoch sind die meisten Menschen für diese Zwecke noch immer „optisch unterversorgt“. So nutzten bei der letzten Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach zu den Sehgewohnheiten der Deutschen nach eigenen Angaben nur neun Prozent der Brillenträger bei der Bildschirmarbeit eine geeignete Brille.





Für mehr Wohnungsbau müssen Bund, Länder und Kommunen Bauland verbilligt bereitstellen.

### BAUHAUPTGEWERBE

## Bauland wird zum FLASCHENHALS

Die Unternehmen des Bauhauptgewerbes gehen mit Zuversicht in das Jahr 2018. Auf Basis der vorläufigen Indikatoren und der positiven gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen erwarten der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (ZDB) und der Hauptverband der Deutschen Bauindustrie (HDB) für die Branche ein Wachstum nahezu auf Vorjahresniveau. Die Umsätze im Bauhauptgewerbe dürften nominal um vier Prozent zulegen und auf gut 117 Milliarden Euro steigen. Das erklärten die beiden Verbände auf der gemeinsamen Jahresauftakt-Presskonferenz in Berlin.

Bei der Schaffung bezahlbaren Wohnraums sehen die Bauverbände dringenden Handlungsbedarf. Die Wohnungsbautätigkeit werde sich nur erhöhen lassen, wenn die Rahmenbedingungen auch langfristig auf eine steigende Investitionstätigkeit ausgerichtet würden. Dabei werde die Baulandbereitstellung zunehmend zum Flaschenhals für neue Bauprojekte. Deshalb müssten Bund, Länder und Kommunen Bauland verbilligt bereitstellen. Im sozialen Wohnungsbau müssten dem Bedarf entsprechend 80.000 Wohneinheiten jährlich errichtet werden.

Von einer neuen Bundesregierung fordern die Verbände, dass Bau- und Verkehrsinfrastrukturpolitik wieder in eine Hand gelegt werden sollen. Die Aufteilung auf zwei Bundesministerien habe sich nicht bewährt. **rm**

### ELEKTROHANDWERKE

## Neues ERKENNUNGSZEICHEN

Mit der „E-Marke“ hat die elektrohandwerkliche Organisation den Innungsbetrieben der Elektrohandwerke ein einheitliches Erkennungszeichen gegeben.

Nun wurde das Konzept optimiert: Innungsbetriebe erhalten zukünftig ein spezielles Mitgliederlogo. Dadurch soll die Identifikation mit der Organisation gestärkt werden. **rm**



Mit diesen zwei Logos werben die Elektrohandwerker künftig.

den. E-Marken-Betriebe, die ihre Qualitätsorientierung besonders herausstellen wollen, können zukünftig das Logo „Premium E-Marken-Betrieb“ als besondere Qualitäts-Marke verwenden. Der bekannte E-Blitz wird weiter geschützt, allerdings

werden keine neuen Materialien mit diesem Logo mehr erstellt. **rm**

## »Die GroKo stellt die Weichen in Richtung mehr Staat und hohe Steuern.«

**Clemens Fuest**, Präsident des ifo-Instituts in München, hat das Sondierungspapier von CDU/CSU und SPD für eine mögliche Große Koalition scharf kritisiert. Dieses Regierungsprogramm bringe eine dauerhafte Ausdehnung des Staatsanteils an der Wirtschaftsleistung, so Fuest.



Die Roland-Berger-Studie zu Autozulieferbetrieben.

### AUTOZULIEFERER

## MARGEN werden sinken

Die Elektromobilität bringt deutliche Folgen für Automobilzulieferer. Der Wandel zwingt die Zulieferer, gleichzeitig in alte und neue Technologien zu investieren. Zu diesem Schluss kommt die neue „Global Automotive Supplier Study 2018“, für die Roland Berger und Lazard weltweit rund 650 Zulieferer analysiert haben. Für die meisten Zulieferer werde das ein erheblicher finanzieller Kraftakt mit offenem Ausgang. Denn zeitgleich würden die Margen vieler Produkte sinken. Andererseits bietet etwa die voranschreitende Digitalisierung auch neue Geschäftschancen. Deshalb sollten sich Zulieferer mehr um Innovationspartnerschaften kümmern und prüfen, mit welchem Mix aus neuen und bestehenden Produkten sie künftig weiter wachsen können, raten die Experten von Berger. **rm**



**Handwerker** mit hohem Stromverbrauch können jetzt besser vergleichen.

### GEWERBESTROM

## Neuer **MARKTPLATZ**

„e.less“ nennt sich ein neuer Online-Marktplatz für Gewerbestromkunden jeder Größe ([www.eless.de](http://www.eless.de)). Der Marktplatz soll Gewerbetreibenden in wenigen Minuten ermöglichen, Stromangebote zu vergleichen sowie einen neuen Stromvertrag abzuschließen. Das Angebot richtet sich an Gewerbestromkunden, die mindestens 100.000 Kilowattstunden im Jahr verbrauchen (Kunden mit registrierter Lastgangmessung=RLM). Solche RLM-Kunden, darunter sind viele Handwerksbetriebe, müssen aufgrund ihres erhöhten Stromverbrauchs individuelle Verträge abschließen. Energieversorgern bietet e.less einen neuen digitalen Vertriebskanal, über den sie RLM-Kunden erreichen können. Mittels Software von e.less können diese ein automatisiertes Angebot unterbreiten. RLM-Kunden machen den größten Teil am deutschen Strommarkt aus. Bislang lief die Beschaffung für dieses Kundensegment häufig über Makler, Agenten oder Ausschreibungen. **rm**

### NEUE MARKT-STUDIEN

## 877 Euro im Monat **FÜRS WOHNEN**

**KONSUMAUSGABEN** Die Deutschen haben laut Statistischem Bundesamt 2016 rund 35,3 Prozent ihrer Konsumausgaben für Wohnen, Energie und Wohnungsinstandhaltung aufgewendet – das sind 2,6 Prozentpunkte mehr als im Jahr 2006. Damit stellen die Wohnausgaben den mit Abstand größten Posten im Budget der deutschen Haushalte. [www.destatis.de](http://www.destatis.de)



**KOMMUNIKATION** Neun Prozent der Bundesbürger wollen sich 2018 einen digitalen Sprachassistenten wie Google Home oder Amazon Echo zulegen. Während die smarten Assistenten immer mehr Deutsche begeistern, bleibt das Smartphone nach wie vor Top-Produkt, das sich jeder Fünfte (20 Prozent) in diesem Jahr neu anschaffen möchte. [www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)



Foto: Sergey Ryzhov/stock.adobe.com; Piktogramme: Alexander Russell, Vicons Design, the Noun Project



Messegelände Köln  
20. – 23. 02. 2018

Dienstag – Freitag

DIE MESSE FÜR HOLZBAU UND  
AUSBAU, DACH UND WAND  
**GANZ GROSS IN JEDEM DETAIL.**

[www.dach-holz.com](http://www.dach-holz.com)



Wir freuen uns  
auf Sie in Köln!

# UNSERE MESSE. UNSERE STÄRKE.



Zentralverband des Deutschen  
Dachdeckerhandwerks e.V. (ZVDH)



HOLZBAU  
DEUTSCHLAND  
BUND DEUTSCHER  
ZIMMERMEISTER  
im Zentralverband  
des Deutschen Baugewerbes



Your Fair Partner

# Mit EMOTIONEN Kunden gewinnen

Wer heute zum Kunden durchdringen will, muss mehr bieten als Daten und Preise. Mit Storytelling bleiben Sie im Gedächtnis und heben sich aus der Masse ab. Wie Sie guten Erzählstoff finden.

Autorin **Kerstin Meier** Fotograf **Markus J. Feger**

# W

Wer bei der Schreinerei Brammertz in Aachen anruft und sich nach dem Verantwortlichen zum Thema Storytelling erkundigt, landet nicht – wie es der trendige Marketingbegriff vermuten lässt – bei Juniorchef Max Brammertz. Sondern bei Seniorchef Eduard, der im Familienbetrieb die Rolle des „Mister Storytelling“ perfekt besetzt. „Ich bin Vollbluthandwerker, und mir macht es Spaß, den Menschen von meinem Handwerk zu erzählen und sie dafür zu begeistern“, erklärt der 67-jährige seine Leidenschaft.

Viele Kunden, die etwa ein sehr altes Haus geerbt haben, sehen dies als Belastung und fragen bei Brammertz an, wie sie möglichst effizient modernisieren können. Im Beratungsgespräch macht der Senior ihnen dann klar, welchen historischen Hintergrund Baustil und Gebäude haben, was das Haus in den vergangenen Jahrzehnten so alles erlebt haben mag und welche Geschichten die

Welche Social-Media-Formen setzt **Ihr Unternehmen** ein?

**Laut Umfrage des Digitalverbands Bitkom setzen 73 Prozent der Betriebe ab 20 Mitarbeiter Social-Media-Instrumente ein, welche das sind, zeigt folgender Chart:**

Soziale Netzwerke wie z.B. Facebook, Xing, LinkedIn

99 %

Twitter oder andere Microblog-Plattformen

60 %

Unternehmensinterne Chat- oder Video-Dienste

56 %

Video-Plattformen wie z.B. Youtube oder Vimeo

41 %

Unternehmensblogs

31 %

Foto-Plattformen wie z.B. Instagram oder Flickr

27 %

Messaging-Dienste wie z.B. WhatsApp, Snapchat

24 %

Quelle: Bitkom

Immobilie wohl erzählen könnte. „Nach dem Gespräch“, so Brammertz, „sehen die Kunden ihr Haus mit anderen Augen und entwickeln eine Beziehung dazu.“ Ein nach seiner Erfahrung erster Schritt für eine werthaltige Modernisierung.

## KUNDEN MIT WISSEN ÜBERZEUGEN

Natürlich lohnt sich dieses aufwändige Storytelling nicht bei jedem Auftrag, doch der Seniorchef hat ein feines Gespür dafür, wann der Einsatz sinnvoll ist. Besonders stolz ist er auf die in der Schreinerei vorgefertigte Vestibül-Treppe (siehe Foto rechts), die er einem Kunden für sein schlossartiges Gebäude anstelle der angefragten Standardtreppe verkauft hat. Dabei geht es dem Unternehmer nicht nur um den Mehrumsatz: „Das Haus hat viel erlebt, es hat sich die neue Treppe verdient.“ Damit die Kunden solche Sätze nachvollziehen können, verlässt sich Brammertz nicht nur auf sein umfassendes Fach- und Historienwissen, sondern hat sich in Sachen Körpersprache auch von einem Pantomimen schulen lassen.

„Storytelling ist ein Werkzeug, das sich vielfältig einsetzen lässt“, bestätigt Miriam Rupp, Geschäftsführerin von Mashup Communications in Berlin >





## SERIE

### New Marketing

#### Vom Handwerker zum Kundenversther

- #1 – Kundengewinnung: neue Spielregeln
- #2 – Website: Basis für gute Kundenkontakte
- #3 – Messengerdienste
- #4 – Suchmaschinenmarketing:  
Google & Co. optimal verstehen und nutzen
- #5 – Social Media: welche Plattform sich für  
welche Zielgruppen und Zwecke eignet
- #6 – **Storytelling: mit Emotionen und  
Expertenwissen überzeugen**
- #7 – Targeting: dem Kunden auf der Spur
- #8 – Bewertungsportale: im Urteil der Kunden
- #9 – Customer Centricity: vom klassischen CRM  
bis zur Marketingautomation



**»Der Kunde spürt  
die Leidenschaft  
für meinen Beruf  
bei jeder meiner  
Geschichten – das  
überzeugt ihn.«**

Schreinermeister **Eduard Brammert**, Seniorchef  
der Schreinerei Brammert GmbH in Aachen.

und Autorin des Standardwerks „Storytelling für Unternehmer“ (siehe Checkliste). Sei es wie bei Brammertz im Verkaufsgespräch oder auch auf der Website, wo es bei den Referenzen zu den Objekten jeweils Fotos zu sehen gibt und die Auftragsabwicklung in Form einer kleinen Geschichte erzählt wird. Weitere gängige Formate für Unternehmen sind Blogs und Videos.

### IM GEDÄCHTNIS DER KUNDEN BLEIBEN

„Ziel des Storytelling ist es, Werte zu vermitteln und Vertrauen zu gewinnen“, weiß Expertin Rupp. Genügte dazu früher Daten und Fakten, die flächendeckend über Werbung gestreut wurden, müssen die Anbieter bei den aufgeklärten Kunden von heute deutlich mehr tun, um Aufmerksamkeit zu gewinnen. Modernes Storytelling hilft laut Rupp dabei, die Botschaften auch tatsächlich im Gehirn der Zielgruppe zu platzieren. „Wenn wir eine gute Geschichte hören, können wir uns trotz Tausender Ablenkungen darauf fokussieren, und das Gehirn speichert alle damit verbundenen Informationen ab.“

Doch wie kommt ein normaler Handwerksbetrieb zu Geschichten, die potenzielle Kunden fesseln? Bei der Suche empfiehlt Rupp, sich in die Perspektive des Publikums zu versetzen (mehr Tipps siehe unten). Entscheidend für eine glaubwürdige Kommunikation ist nach ihrer Erfahrung, dass sich die Präsentationsform den eigenen Werten anpasst.

Heike Eberle, Geschäftsführerin von Eberle Bau in Landau (Pfalz), hat die übliche Sicht des Publikums auf ihre Branche in ein Alleinstellungsmerkmal umgemünzt und den 20 Mitarbeiter zählenden Familienbetrieb als Serviceanbieter etabliert. In einer Branche, die aus Sicht der Kunden bislang nicht für ihre hohe Servicekompetenz bekannt ist, will sie sich damit von den Wettbewerbern abheben. Dazu hat sie schon vor acht Jahren auf der Website einen Serviceblog eingerichtet. Dort bloggt sie zu den Kernthemen: Wer sind wir? Was tun wir? Wie tun wir es? „Mein Ziel ist es, Menschen anzusprechen, die ähnliche Werte haben und zu uns passen, das macht die Zusammenarbeit einfacher“, weiß Heike Eberle.



»Beim Storytelling geht es darum, die eigenen Werte zu vermitteln und Vertrauen zu Kunden aufzubauen.«

Miriam Rupp, Geschäftsführerin von Mashup Communications in Berlin und Autorin zum Storytelling.

## Anleitung Ihr 3-Punkte-Fahrplan zu starken Geschichten

Miriam Rupp, Buchautorin\* sowie Geschäftsführerin der auf Storytelling spezialisierten Agentur Mashup-Communications in Berlin,

hat für die Leser von handwerk magazin die wichtigsten drei Punkte für den Einstieg ins Storytelling zusammengefasst.

**1 Die eigene Rolle finden.** Wer sind wir und wofür steht unser Betrieb? Um eine Stimme als Erzähler zu finden, die authentisch ist und Vertrauen aufbaut, sollten Sie zunächst den Charakter Ihres Betriebs definieren. Sehen Sie sich eher als Traditionsbetrieb, der auf Werte wie Vertrauen, Verlässlichkeit und Kontinuität setzt? Oder passt die Rolle des innovativen und kreativen Querdenkers, der alte Konventionen gerne mal über Bord wirft, besser zu Ihnen? Egal, wie Sie Ihre Rolle definieren. Entscheidend ist, dass Sie ehrlich zu sich selbst sind und sich in der Rolle wirklich wohlfühlen, denn nur so sind Sie glaubhaft.

**2 Das Publikum einschätzen.** Welche Wünsche und Werte hat unser Wunschpublikum oder die Zielgruppe? Wie können wir diese bestmöglich unterhalten und möglichst gezielt ansprechen? Jeder Betrieb liefert täglich Stoff für eine Vielzahl von Geschichten, die Sie als Unternehmer oft aus Routine gar nicht mehr wahrnehmen (siehe Checkliste rechts). Erschließen Sie diese Storytelling-Schätze, und zeigen Sie etwa auf der Website nicht nur das Ergebnis Ihrer Arbeit, sondern beschreiben Sie auch den Weg und die dabei überwundenen Hindernisse. Je nach Publikum nicht nur mit technischen Daten und Fakten, sondern gerne auch emotional, indem Sie etwa Einblicke in die Gefühlswelt der Helden zulassen.

**3 Den passenden Kanal auswählen.** Welcher Kanal sich für das Storytelling jeweils am besten eignet, hängt von der eigenen Rolle und dem Publikum ab. Auf der eigenen Website ausgewählte Ergebnisse der eigenen Arbeit mit Bildern zu zeigen und die jeweilige Geschichte dazu aus Unternehmens-, Kunden- oder Mitarbeitersicht zu erzählen, ist auf jeden Fall sinnvoll (Wichtig: Kunden vorher um Erlaubnis fragen). Wer vor allem an den Endverbraucher liefert, kann eine Kurzform davon auch auf Facebook posten, gibt es gute Bilder, ist auch Instagram interessant.

\*Storytelling für Unternehmen, mitp Verlag 2016, Preis: 24,99 €

Den Stoff für ihre monatlich erscheinenden Blog-Beiträge liefern ihr vor allem die Projekte und Aufträge für ihre Kunden, thematisiert wird jedoch auch das 40-jährige Firmenjubiläum eines Mitarbeiters oder die Rolle mittelständischer Unternehmer für die Gesellschaft und die Region. „Ich will Verantwortung zeigen, um das Image der Baubranche in der Region zu verbessern“, erklärt die Firmenchefin ihre Mission. Kann das mit einem einfachen Blog gelingen? Heike Eberle verweist auf die hohe Weiterempfehlungsquote zufriedener Kunden, von denen viele erst über den Blog auf den Betrieb aufmerksam wurden. Zudem hat sie den Blog mit dem Twitter- und Facebook-Account des Betriebs verlinkt, sodass sich die im Blog erzählten Geschichten gleich mehrfach nutzen lassen.

### MIT QUALITÄT WIRKUNG ERZIELEN

„Es kommt nicht auf die Anzahl der veröffentlichten Geschichten an, sondern auf die Qualität“, betont Steve Wiens, Gründungsredakteur von „Microsoft Stories“. Um im Rennen gegen Apple und Google nicht den Anschluss zu verlieren, hat Microsoft vor gut fünf Jahren als ei-

ner der ersten Unternehmensgiganten eine eigene Storytelling-Abteilung gegründet. Mit dem Ziel, so Wiens, den Menschen das Unternehmen als zukunftsorientierte Firma nahe zu bringen: „Die besten Geschichten drehen sich um Menschen, um Helden, mit denen man sich identifizieren kann, die interessant und echt sind.“ Nach Einschätzung von Expertin Miriam Rupp müssen nicht immer der Unternehmer oder seine Mitarbeiter in die Heldenrolle schlüpfen, sondern es können auch die Kunden sein, die über die Details eines Auftrags berichten.

### EINSATZ IM B2B-SEKTOR SINNVOLL

Was für Firmenchefs mit Privatkunden nachvollziehbar ist, scheint laut Umfrage der GfK-Marktforscher in Nürnberg im B2B-Sektor noch nicht angekommen zu sein. Dreiviertel aller B2B-Unternehmen, die Storytelling kennen, verzichten darauf, obwohl sie den Ansatz gut finden. Eine Zurückhaltung, die Rainer Sebastian, Inhaber von Sebastian e.K. in Vilshofen an der Donau, nicht nachvollziehen kann. Mit seinen „Sebastian 60 Sekunden Videos“ hat sich der Großhändler für die Sanitär-, Heizung- und Klimabranche inzwischen auch außerhalb seiner Handwerkskunden einen Namen gemacht.



»Mit den Videos erhalten wir einen Zugang zu den Kunden, der nicht über das übliche Marketing läuft.«

Rainer Sebastian, Geschäftsführer von Sebastian e.K. im bayerischen Vilshofen.

Die Ideen zu den Kurzfilmen entstehen beim bayerischen Großhändler im Team, inzwischen gibt es eine Liste mit Vorschlägen, die sich mit den zusätzlichen Eigenschaften der von Sebastian vertriebenen Produkte beschäftigen. Für die größte Aufmerksamkeit auf der Website und bei Youtube sorgte das Video zur Frage „Schwimmt ein Heizkörper, oder schwimmt er nicht?“.

### KEINE ANGST VOR FLOPS

Für die Umsetzung ist Rainer Sebastian selbst in den Pool gestiegen: „Ich habe Spaß am Marketing und den Aufnahmen, ungewöhnliche Dinge zu tun ist mein Anspruch als Unternehmer.“ Dazu gehört auch, dass er und sein Team mal danebenliegen, wie etwa beim Versuch, den Heizkörper als Grill einzusetzen. Da gab es viele kritische Stimmen von seinen Handwerkskunden, die auf die möglichen gesundheitlichen Gefahren hingewiesen haben. Für den Unternehmer gehören solche Flops dazu, schließlich entstehe ansonsten nie etwas Neues. Entscheidend ist für ihn, außerhalb des klassischen Marketings einen Zugang zu seinen Kunden zu erhalten. „Denn nur so bleiben wir im Gedächtnis.“

hm

kerstin.meier@handwerk-magazin.de

## Checkliste So finden Sie spannenden Erzählstoff

**Sie führen einen normalen Betrieb, in dem nach Ihrer Einschätzung wenig Erzählenswertes passiert? Wer Inhalte für seine Geschichten**

**finden will, muss sich zunächst in die Rolle des Publikums versetzen. Denn was für Sie Routine ist, kann für andere durchaus spannend sein.**

**Unternehmensgeschichte.** Vom Einmannbetrieb zum anerkannten Mittelständler? Vom Jungmeister im Familienbetrieb zum angesehenen Unternehmer? In der Historie jedes Betriebs schlummern viele Geschichten, die vom Aufstieg, dem Überwinden von Hindernissen und dem Erreichen von Zielen gegen Widerstände handeln.

**Aufträge/Projekte.** Zeigen Sie auf Ihrer Website nicht nur Bilder von fertigen Objekten oder Produkten, sondern erzählen Sie, wie das Ergebnis zustande kam und welche Schwierigkeiten es auf dem Weg dahin gab. Das kann aus der Perspektive des Unternehmens passieren, noch besser ist es jedoch, wenn Ihre Kunden oder Geschäftspartner die Rolle des Erzählers übernehmen.

**Mitarbeiter.** Vom ersten Tag des neuen Auszubildenden über die Herausforderungen der täglichen Arbeit bis hin zu Betriebsfeiern, Teamevents, Weiterbildungen oder ausgefallenen Hobbys – in Ihrem Team stecken zahlreiche Anlässe für Geschichten. Natürlich müssen die Mitarbeiter auch mitziehen, doch das können Sie rasch klären und am besten gemeinsam Ideen für die Umsetzung entwickeln.

**Kunden.** Sie haben für namhafte Großkunden oder ein regional bekanntes Unternehmen gearbeitet? Berichten Sie Ihre Erfahrungen, und lassen Sie idealerweise den Kunden erzählen, warum er Ihren Betrieb ausgewählt hat.

**Lieferanten.** Qualität, Nachhaltigkeit, Ökologie – erzählen Sie den Kunden, wer Ihre Zulieferer sind, was sie auszeichnet und wie Sie bei der Auswahl für Ihren Betrieb vorgehen.



### Erfolgsfaktor Online-Marketing

Noch mehr Informationen zum Online-Marketing für Handwerker sowie Tipps und Checklisten finden Sie unter:

[www.handwerk-magazin.de/onlinemarketing](http://www.handwerk-magazin.de/onlinemarketing)



# 3D-DRUCK ändert ganze Branchen

In Zusammenarbeit mit dem Heinz-Piest-Institut für Handwerkstechnik (HPI) stellen wir in einer Serie Technologietrends für das Handwerk vor. Folge 1: „3D-Druck“.

## FUNKTIONSPRINZIP

Der 3D-Druck dreht das Prinzip der herkömmlichen Fertigungsverfahren wie Fräsen oder Schneiden aus einem Werkstoff um: Er trägt Materialien wie Kunststoff, Metall oder Keramik schichtweise auf, sodass sich nach und nach in dünnen Lagen ein 3D-Objekt aufbaut.

Unterschiedliche Verfahren werden unter dem Begriff 3D-Druck oder auch „Additive Manufacturing“ oder „generative Fertigung“ zusammengefasst: Das Grundprinzip beinhaltet jedoch immer den schichtweisen Aufbau eines Objekts.

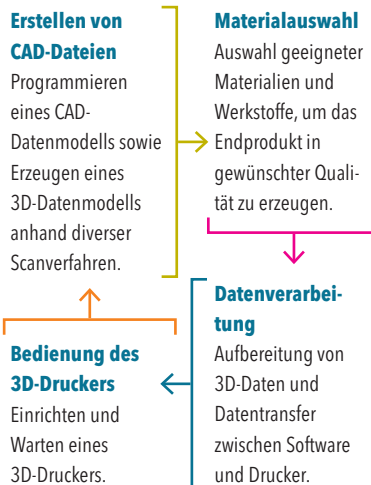
Voraussetzung für die additive Fertigung ist ein digitales, dreidimensionales Modell, welches entweder anhand eines CAD-Programmes erstellt oder mithilfe eines Scanverfahren gewonnen wird. Die 3D-Modelle werden zur Steuerung des Druckers in einzelne Schichten zerlegt („slicing“). Die entstandenen Ebenen werden in dünnen Schichten aufeinander gedruckt und erzeugen anhand von physikalischen oder chemischen Schmelz- oder Härtingungsverfahren den dreidimensionalen Gegenstand.

## ANWENDUNGSGEBIETE

Typische Einsatzgebiete sind die Produktion kleiner Stückzahlen zu vergleichsweise geringen Preisen oder kundenspezifisch angepasste Produkte, wie beispielsweise Prothesen oder Hörgeräte. Neben verkürzten Produktentwicklungszeiten lässt sich durch den Einsatz eines 3D-Druckers die aufwendige Konstruktion einer Gießform oder das Durchlaufen vieler manueller Arbeitsschritte vermeiden. Der Transport von Waren über lange Strecken kann durch die additive Fertigung

## Kompetenzen im 3D-Druck

Diese Qualifikationen sind für den Einsatz der Technologie erforderlich:



## Beispiele für betroffene Berufe und Anwendungen

Diese Handwerksbranchen setzen die 3D-Technologie schon erfolgreich ein, weitere werden folgen.

<b>Augenoptiker</b>	> Brillen
<b>Zahntechniker</b>	> Implantate
<b>Steinbildhauer</b>	> Repliken
<b>Zweiradmechaniker</b>	> Ersatzteile
<b>Chirurgiemechaniker</b>	> Hüftimplantate > Halswirbel
<b>Metallbauer</b>	> Formbau
<b>Tischler</b>	> Beschläge
<b>Gold- &amp; Silberschmiede</b>	> Schmuck
<b>Bäcker, Konditoren</b>	> Verzierungen
<b>Hörgeräteakustiker</b>	> Hörgeräte

reduziert und viele Bau- und Ersatzteile können dezentral hergestellt werden. Dies hat große Auswirkungen auf Lieferketten und ordnet die Aufgabenverteilung der Hersteller und Lieferanten neu.

Anwendungsbereiche finden Sie in der Tabelle auf dieser Seite. Auch für Beton- und Stahlbauer, Elektroniker oder Wärme-, Kälte- und Schallschutzisolierer wird 3D-Druck relevant.

Da 3D-Drucker in Industriequalität noch sehr teuer sind, werden 3D-Druckaufgaben häufig als Dienstleistung vergeben und ermöglichen eine Reihe neuer Geschäftsmodelle.

## DURCHDRINGUNGSGRAD

Branchenübergreifend rechnet die Ernst & Young GmbH bis 2020 mit einer jährlichen Wachstumsrate des Marktvolumens von 3D-Druckern von 25 Prozent. In 2016 wurde alleine in Deutschland eine Milliarde Euro Umsatz mit 3D-Produkten generiert. Jedoch nutzen lediglich 9 Prozent der Handwerksunternehmen aktuell 3D-Technologien. 12 Prozent planen oder diskutieren derzeit den Einsatz. Für ein Zukunftsszenario 2030 sehen 49 Prozent der Betriebe den 3D-Drucker als festen Bestandteil im Handwerk, 34 Prozent sehen, dass 3D-Drucker Kundenaufträge selbstständig ausführen werden. [hm reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de](mailto:reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de)



## Qualifizierung 3D-Druck

Informationen zu Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten:  
[www.handwerk-magazin.de/3D-drucker](http://www.handwerk-magazin.de/3D-drucker)



# Least man gerne: die EcoProfi-Modelle mit bis zu 3.200 Euro Preisvorteil<sup>1</sup>.

**JETZT**  
erhöhte  
Umweltprämie<sup>2</sup>  
für Nutzfahrzeuge  
sichern.

**BIS  
ZUM 31.03.**  
vorbehaltlich  
verfügbarer  
Stückzahl.



CADDY  
ECOPROFI  
**139,- €<sup>3</sup>**  
**LEASINGRATE**  
OHNE SONDERZAHLUNG



TRANSPORTER  
ECOPROFI  
**199,- €<sup>3</sup>**  
**LEASINGRATE**  
OHNE SONDERZAHLUNG

## Nutzen Sie auch die Vorteile der Umweltprämie<sup>2</sup> für Nutzfahrzeuge oder die attraktive Inzahlungnahmeprämie<sup>4</sup> für Gewerbetreibende.

Sichern Sie sich neben den günstigen Leasingraten außerdem viele weitere Volkswagen  
Nutzfahrzeuge Services wie die CarePort Wartung & Verschleiß-Aktion<sup>5</sup>. Mehr Infos bei Ihrem  
Volkswagen Nutzfahrzeuge Partner oder auf [www.volkswagen-nutzfahrzeuge.de/ecoprofi-team](http://www.volkswagen-nutzfahrzeuge.de/ecoprofi-team)



**Nutzfahrzeuge**

<sup>1</sup> Max. Preisvorteil gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers für ein vergleichbar ausgestattetes Serienmodell, hier am Beispiel eines Transporter EcoProfi als Kastenwagen, kurzer Radstand, 2,0-l-TDI-Motor mit 62 kW. <sup>2</sup> Im Aktionszeitraum vom 01.01.2018 bis 31.03.2018 erhalten Sie beim Erwerb (Kauf, Leasing, Finanzierung) eines ausgewählten Fahrzeugmodells der Marke Volkswagen Nutzfahrzeuge und nachgewiesener Verwertung Ihres Diesel-Altfahrzeugs aller Marken mit Lkw-Zulassung bis 7,49 t zGG oder Pkw- oder Sonderkraftfahrzeug-Zulassung (Abgasstandard EURO 1 – EURO 4) eine modellabhängige Umweltprämie. Das Angebot gilt für gewerbliche Einzelabnehmer. Das zu verschrottende Altfahrzeug muss zum Zeitpunkt der Neufahrzeugbestellung mindestens 6 Monate auf Sie zugelassen sein und bis spätestens einen Kalendermonat nach Zulassung des Neufahrzeugs durch einen zertifizierten Verwerter verschrottet werden. Ausgeschlossen von der Aktion sind Autovermieter, Euromobil, Großkunden sowie Sonderabnehmer. <sup>3</sup> Mtl. Leasingrate zzgl. Überführungskosten und MwSt. Ein CarePort Angebot der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorn Str. 57, 38112 Braunschweig, für gewerbliche Einzelabnehmer (ohne Sonderabnehmer). Gilt für den Caddy EcoProfi als Kastenwagen, 1,2-l-TSI-Motor mit 62 kW, und für den Transporter EcoProfi als Kastenwagen, kurzer Radstand, 2,0-l-TDI-Motor mit 75 kW. Die Leasingrate beim Transporter EcoProfi inkludiert die Inzahlungnahmeprämie. Gültig bis zum 30.06.2018 und für eine Laufzeit von 48 Monaten und 10.000 km Laufleistung pro Jahr, ohne Sonderzahlungen. Entsprechende Bonität vorausgesetzt. Das Angebot ist für Neu- und Vorführwagen (Zulassung max. 24 Monate, Fahrleistung max. 30.000 km) beim teilnehmenden Volkswagen Nutzfahrzeuge Partner erhältlich. Die Aktion ist in der Stückzahl begrenzt, bitte sprechen Sie Ihren Volkswagen Nutzfahrzeuge Partner an. <sup>4</sup> Inzahlungnahmeprämie für Ihr altes Fahrzeug bei Kauf, Finanzierung oder Leasing eines neuen Caddy oder Transporter. Gültig bis zum 30.06.2018. Ausgenommen sind die Modelle Caddy Kastenwagen EcoProfi, kurzer Radstand, mit 1,2-l-TSI-Motor mit 62 kW und 5-Gang-Schaltgetriebe sowie Transporter Kastenwagen EcoProfi, kurzer Radstand, mit 2,0-l-TDI-Motor mit 62 kW und 5-Gang-Schaltgetriebe. Ausgenommen sind die Konzernmarken der Volkswagen AG: Audi, Bentley, Bugatti, Ducati, Lamborghini, MAN, Porsche, Scania, Seat, Skoda. <sup>5</sup> Ein CarePort Angebot der Volkswagen Leasing GmbH, Braunschweig, für gewerbliche Einzelabnehmer (ohne Sonderabnehmer). Wartung & Verschleiß-Aktion nur in Verbindung mit einem Leasingvertrag der Volkswagen Leasing GmbH. Die Aktion ist nur beim teilnehmenden Volkswagen Nutzfahrzeuge Partner erhältlich. Abbildung zeigt Sonderausstattung gegen Mehrpreis.

# RAUBEINE mit Komfortzone

Pick-ups werden geschätzt als robuste Nutzfahrzeuge mit gleichzeitig hohem Freizeitwert. In Deutschland spielen sie noch eine untergeordnete Rolle. Doch das soll sich ändern: Nach dem VW Amarok startet jetzt Mercedes mit der X-Klasse in den Markt. Auch die Wettbewerber bringen neue Modellen heraus.

Autor **Theo Gerstl**



**N**och nie war das Angebot an Pick-ups in der Ein-Tonnen-Klasse auf dem deutschen Markt so umfangreich wie heute. Neben den Klassikern des Segments, wie dem Ford Ranger und den Big Playern aus Asien, entdecken nun auch die Europäer den kompakten Pritschenwagen: Den Anfang machte VW mit dem Amarok bereits 2010, aktuell präsentieren Fiat mit dem Fullback, Renault mit dem Alaskan und Mercedes mit der X-Klasse ihre Interpretationen dieser Allround-Fahrzeuge für alle Transportlösungen im Betrieb, bei Hobby und Sport. **hm**

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de



### ↑ FORD RANGER: DER VERKAUFSCHLAGER

Bereits im März 2012 brachte Ford die dritte Generation des Ranger auf den Markt, der für jeden Einsatzzweck die geeignete Transportlösung bieten sollte. Entsprechend erfreulich haben sich seine Verkaufszahlen entwickelt. Drei Karosserieversionen stehen ebenso zur Wahl wie Heck- oder Allradantrieb, Schalt- beziehungsweise Automatikgetriebe. Während der Einzelkabiner

mit der Basismotorisierung – einem 2,2 Liter großen Vierzylinder-Diesel mit 96 kW (130 PS) – auskommen muss, stehen für den Eineinhalb- und Doppelkabiner zusätzlich die 118 kW (160 PS) starke Version des Vierzylinders sowie ein 3,2-Liter-Fünfcylinder-Diesel mit 147 kW (200 PS) bei den Händlern. Mit bis zu 1.363 Kilo Zuladung und maximal 3,5 Tonnen Anhängelast ist der Ranger auch für schwere Transportaufgaben gut gerüstet.

### ← MERCEDES X-KLASSE: DIE EDELVARIANTE

Die neue X-Klasse ist das jüngste Kind der Zusammenarbeit der Stuttgarter mit Renault und Nissan, der ja bereits der Mercedes Citan entstammte. Doch beim neuen Pick-up setzen die Schwaben auf deutlich mehr Eigenständigkeit: So haben sie nicht nur die Karosserie komplett neu designt, sondern auch den Innenraum der ausschließlich als Doppelkabiner lieferbaren X-Klasse im noblen Mercedes-Pkw-Stil gestaltet. Wichtiger als die Optik ist die Integration der Mercedes-typischen Sicherheits-Features: vom Brems-, über den Spurhalte- bis hin zum Verkehrszeichen-Assistenten oder den Mercedes „me connect“-Diensten. Die technische Basis, inklusive Motoren und Zuschalt-Allrad, teilt sich die X-Klasse noch mit dem ebenfalls neuen Renault Alaskan, ehe Mercedes Mitte 2018 den X350 d 4Matic nachschiebt. Dort sorgt dann der hauseigene 3,0-Liter Diesel mit 190 kW (250 PS) in Kombination mit einem 4Matic-Permanent-Allrad für standesgemäßen Vortrieb.



### ← ISUZU D-MAX: MIT BRANCHENLÖSUNGEN

Im April 2017 hat Isuzu seinen D-Max überarbeitet. Neu ist der auf 1,9 Liter Hubraum abgespeckte Common-Rail-Diesel, der es mit 120 kW (163 PS) aber immer noch auf die gleiche Höchstleistung bringt wie sein 2,5 Liter großer Vorgänger. Er ist aber sparsamer sowie umweltfreundlicher und schafft die Euro-6-Norm ohne SCR-System (Harnstoffeinspritzung). Ebenfalls neu ist das optionale Sechsstufen-Automatikgetriebe. Bei der Neuauflage stehen wieder alle drei Aufbauversionen – Einzel-, Eineinhalb- sowie Doppelkabiner – zur Wahl. Und da Isuzu ein Nutzfahrzeughersteller ist, sind auch spezielle Branchenlösungen im Programm der Japaner – vom Hardtop mit Schubladensystem und ausziehbarem Ladeboden über maßgeschneidertes Winterdienst-Equipment bis hin zum Dreiseitenkipper.

### ← MITSUBISHI L200 / FIAT FULLBACK: UNGLEICHE ZWILLINGE

Zum Modelljahr 2016 hat Mitsubishi seinen Pick-up-Klassiker L200 überarbeitet. Neben Modifikationen im Außendesign und Innenraum hat die fünfte Generation vor allem antriebsseitig aufgerüstet – mit einem sparsameren Motor und neuen Getrieben. Für Vortrieb sorgt nun ein 2,4 Liter großer „Clear Tec“-Turbodiesel mit 113 kW (154 PS) in der Basisversion und 133 kW (181 PS) in seiner leistungsstärkeren Ausführung. Die Kraftübertragung erfolgt über ein neu entwickeltes Schalt- oder Automatikgetriebe und den Permanent-Allradantrieb „Super Select 4WD II“ mit Geländeunterstützung. Nur die Basisversion muss mit zuschaltbarem Allrad auskommen. Auf diese Technik-Komponenten setzt auch der brandneue Fiat Fullback, doch haben die Italiener für ihren Pick-up eigene Ausstattungspakete geschnürt. ➤



## ← VW AMAROK: NOCH MEHR POWER

VW hat seinen Bestseller-Pick-up überarbeitet und dabei die bisherigen 2,0-Liter-Vierzylinder TDI in Rente geschickt. So kommt im Amarok nunmehr ausschließlich der 3,0 Liter große Sechszylinder zum Einsatz, der bereits die Top-SUVs aus dem Volkswagen-Konzern antreibt. Im Amarok steht der 3.0 TDI in drei Leistungsstufen zur Wahl: Der Einstieg beginnt bei 120 kW (163 PS), in der mittleren Ausbaustufe sind es 150 kW (204 PS), die stärkste Version bringt es schließlich auf 165 kW (224 PS). Abhängig von der Motor-Getriebe-Kombination gibt es auch drei unterschiedliche Antriebsvarianten: den einfachen Heckantrieb sowie zwei Allrad-Versionen (4MOTION). Hier fährt VW nämlich weiterhin zweigleisig: In Verbindung mit dem manuellen Sechsgang-Schaltgetriebe ist ein Zuschalt-Allrad mit Geländereduktion eingebaut, während beim 8-Gang-Automatikgetriebe ein permanentes Allradsystem installiert ist.

## Marktübersicht Acht Pick-ups im direkten Vergleich

Wo liegen die Unterschiede bei den derzeit auf dem deutschen Markt angebotenen Pick-ups? Die wichtigsten Daten der Marktübersicht zeigen, dass es die größten Abweichungen bei der Nutzlast und der Anhängelast gibt.

Für den Einsatz im Handwerk sind das wichtige Kaufkriterien. Auch beim Preis ist die Spreizung recht groß, wobei hier ein direkter Vergleich wegen der unterschiedlich ausgestatteten Basismodelle schwierig ist.

	FORD RANGER	ISUZU D-MAX	MERCEDES X-KLASSE	MITSUBISHI L200 FIAT FULLBACK	NISSAN NAVARA RENAULT ALASKAN	SSANGYONG ACTION SPORTS	TOYOTA HILUX	VW AMAROK
<b>MOTOR</b>	2,2- bzw. 3,2-Liter, 4/5-Zylinder-TD	1,9-Liter, 4-Zylinder-Turbodiesel	2,3-Liter, 4-Zylinder-Turbodiesel	2,4-Liter, 4-Zylinder-Turbodiesel	2,3-Liter, 4-Zylinder-Turbodiesel	2,2-Liter, 4-Zylinder-Turbodiesel	2,4-Liter, 4-Zylinder-Turbodiesel	3,0-Liter, V6-Zylinder-Turbodiesel
<b>LEISTUNG</b>	96 kW (130 PS) - 147 kW (200 PS)	120 kW (163 PS)	120 kW (163 PS) - 140 kW (190 PS)	113 kW (154 PS) - 133 kW (181 PS)	120 kW (163 PS) - 140 kW (190 PS)	131 kW (178 PS)	110 kW (150 PS)	120 kW (163 PS) - 165 kW (224 PS)
<b>ANTRIEB</b>	Heck- oder Allradantrieb	Heck- oder Allradantrieb	Heck- oder Allradantrieb	Heck- oder Allradantrieb	Heck- oder Allradantrieb	Heck- oder Allradantrieb	Heck- oder Allradantrieb	Heck- oder Allradantrieb
<b>KAROSERIE-VERSIONEN</b>	Einzel-, Eineinhalb- und Doppelkabiner	Einzel-, Eineinhalb- und Doppelkabiner	Doppelkabiner	Eineinhalb- und Doppelkabiner	Fahrgestell, Eineinhalb- und Doppelkabiner	Doppelkabiner	Einzel-, Eineinhalb- und Doppelkabiner	Fahrgestell und Doppelkabiner
<b>LÄNGE LADEFLÄCHE</b>	155 bis 232 cm	149 bis 205 cm	159 cm	152 bis 185 cm	158 bis 179 cm	128 cm	153 bis 232 cm	156 cm
<b>NUTZLAST</b>	944 kg - 1.363 kg	966 kg - 1.225 kg	1.037 kg - 1.067 kg	866 kg - 929 kg	678 kg - 1.215 kg	681 - 765 kg	1.050 kg - 1.235 kg	545 kg - 1.040 kg
<b>ANHÄNGELAST GEBR.</b>	2.500 kg - 3.500 kg	2.500 kg - 3.500 kg	3.200 kg	3.000 kg - 3.100 kg	3.010 kg - 3.500 kg	2.300 kg	3.200 kg	2.900 kg - 3.500 kg
<b>HÖCHSTGESCHW.</b>	170 km/h - 175 km/h	k. A.	172 km/h - 184 km/h	169 km/h - 179 km/h	172 - 184 km/h	174 km/h	170 km/h bis 175 km/h	117 km/h - 193 km/h
<b>VERBRAUCH</b>	6,6 bis 8,8 l	7,0 bis 7,8 Liter	7,7 l	6,9 bis 7,5 l	6,1 bis 6,9 l	6,9 bis 7,7 l	6,8 bis 7,8 l	7,6 bis 9,2 l
<b>GRUNDPREIS INKL. MWST.</b>	ab 28.144 Euro	ab 22.500 Euro	ab 37.294 Euro	ab 26.290 Euro	ab 26.910 Euro	ab 21.490 Euro	ab 21.420 Euro	ab 30.607 Euro





## ← NISSAN NAVARA RENAULT ALASKAN: KLASSIKER UND NEULING

Auf der technischen Basis der bereits Ende 2016 vorgestellten zwölften Modellgeneration des Nissan Navara bringt nun die französische Konzernmutter ihren Alaskan zu den Händlern. Eine Besonderheit beider Modelle – und auch der X-Klasse von Mercedes – ist ihre schraubengefederte Hinterachse, während der Allrad plus Unterersetzung konventionell zuschaltbar ist. Den Antrieb übernimmt jeweils ein Common-Rail-Diesel mit 2,3 Liter Hubraum aus dem Renault Master. Das Vierzylinder-Triebwerk mit Harnstoff-Einspritzung ist in zwei Leistungsstufen mit 120 kW (163 PS) beziehungsweise 140 kW (190 PS) erhältlich. Der Nissan Navara verfügt im Gegensatz zum dreiseitigen Oberrahmen, der bei vielen anderen Pick-ups verbaut ist, über einen vollständig tragenden Kastenrahmen. Das macht ihn solide und gleichzeitig komfortabel im Fahrverhalten.



## ↓ SSANGYONG ACTYON SPORTS: MEHR SPORT ALS ARBEIT

Über ein Nischendasein ist der SsangYong Actyon Sports auf dem deutschen Pick-up-Markt nie hinausgekommen. Vielleicht liegt der Schlüssel zur Erklärung bereits in seinem Namen: Er hält es eben mehr mit der Actyon und dem Sport, denn mit dem schweren Einsatz im Gewerbe. So verzichtet der ausschließlich als Doppelkabine lieferbare Koreaner zugunsten einer geräumigen Kabine auf eine lange



Ladefläche, die mit 128 Zentimetern recht kurz ausfällt. Und auch die Zuladung von maximal 765 Kilo sowie eine Anhängelast von 2,3 Tonnen prädestinieren ihn nicht gerade für schwere Transportaufgaben. Dafür zeigt er im Freizeitbetrieb seine Stärken in Form eines relativ großzügigen Platzangebots auch auf der Rückbank. Mit seinem 2,2 Liter großen Vierzylinder-Turbodiesel, der es auf 131 kW (178 PS) bringt, ist er kräftig motorisiert und mit seinem optionalen Allrad plus Unterersetzung erreicht er jedes Ziel.

## TOYOTA HILUX: MUSTER AN ROBUSTHEIT

Der Hilux ist eine feste Größe im Segment der Eintonner-Pick-ups und hat sich über Jahrzehnte den Ruf legendärer Robustheit erworben. Im letzten Jahr frisch überarbeitet, steht er nun gestärkt bei den Händlern: Mit einer deutlich gestiegenen Nutzlast von bis zu 1.235 Kilogramm, einer um zehn Zentimeter breiteren Ladefläche und einer nun konkurrenzfähigen Anhängelast von 3,2 Tonnen. Der neue 2,4-Liter-Turbodiesel mit Start-Stopp-Funktion liefert seine 110 kW (150 PS) an überarbeitete Getriebe – wobei die Wahl zwischen einer manuellen Sechsgang-Handschaltung und einer Automatik mit ebenso vielen Übersetzungsstufen besteht. Geblieben sind dagegen alle drei Karosserieversionen und der Leiterrahmen, der jedoch nochmals verstärkt worden ist, sowie der zuschaltbare Allradantrieb mit Geländereduktion. Nur der Einzelkabine ist in der Basisausstattung auch mit reinem Heckantrieb lieferbar.



## Bewerbung als Tester Machen Sie mit beim Nutzfahrzeugpreis 2018

**Sie sind Handwerksunternehmerin oder -unternehmer? Sie interessieren sich für Autos? Sie haben in Ihrem Fuhrpark Transporter? Dann sollten Sie sich als Testfahlerin oder -fahrer für den „Deutschen Nutzfahrzeugpreis 2018“ bewerben. Hier die wichtigsten Fakten zum Wettbewerb.**



### Was ist der Deutsche Nutzfahrzeugpreis?

Alle zwei Jahre wählen handwerk magazin und die Deutsche Handwerks Zeitung das beste

Nutzfahrzeug für das Handwerk. Die Fahrzeugklasse ändert sich jeweils. Aber es wählt nicht eine Fachjury, sondern Praktiker aus dem Handwerk testen an einem Wochenende die Fahrzeuge und geben ihr Votum ab.

### Welche Fahrzeuge stehen zur Wahl?

Bewertet werden in diesem Jahr Transporter bis 3,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht und Verbrennungsmotor.

### Sonderwertung Elektro-Transporter

Zusätzlich werden in diesem Jahr Elektro-Transporter, ebenfalls in der Klasse 3,5-Tonner, von den Handwerkern getestet. Hier werden zum Test Hersteller- und Umrüster-Modelle eingeladen.

### Wie läuft der Test ab?

Am ersten Tag des Testwochenendes stehen die Fahrzeuge auf dem Gelände von Holzmann Medien in Bad Wörishofen für die Standbeurteilung bereit. Am zweiten Tag folgen dann die Fahrtests. Auf einer Rundstrecke von 20 Kilometer Länge können Sie Motor und Fahrgestell auf Herz und Nieren prüfen. Ihre Beurteilungen halten Sie in einem Fragebogen fest. Diese werden von einer Fachjury ausgewertet und fließen zusammen mit dem Standtest und der Wirtschaftlichkeitsberechnung in das Endergebnis ein.

### Wann wird getestet?

Testtage sind der 29. und 30. Juni 2018 in Bad Wörishofen im Unterallgäu. Die Kosten für Anfahrt und Hotelübernachtung für Sie und eine Begleitperson übernimmt handwerk magazin.

### Wann ist die Preisverleihung?

Auf der Internationalen Automobil Ausstellung Nutzfahrzeuge im September 2018 in Hannover. Als Tester sind Sie natürlich mit dabei.

### Wann ist Teilnahmeschluss?

Am 20. April 2018

### Wie kann ich mich bewerben?

Online unter [handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis](http://handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis)



### Mehr zu Pick-ups

Auf unserer Themenseite finden Sie noch mehr Daten zu den neuen Pick-ups und eine Bildergalerie:  
[www.handwerk-magazin.de/pick-ups](http://www.handwerk-magazin.de/pick-ups)



### DER ABONNENT DES MONATS

## Einfach lesen, wie es **BESSER** läuft

**W**enn sich Algen, Moose und Flechten auf einem Reetdach breitgemacht haben, dann muss Heiko Ehlert ran. Pflege und Reparaturen sind das Hauptgeschäft des Reetdachdeckers aus Vierden, der vor 20 Jahren den Betrieb seines Vaters übernahm. Von zwei Mann stockte er ihn auf zwölf Mitarbeiter auf und geht selbst immer noch gern aufs Dach. „Es macht Spaß, draußen mit den Naturprodukten zu arbeiten“, sagt der 50-Jährige. Sein Reet bezieht Ehlert meist aus Ungarn und Rumänien. „Auch China drückt auf den Markt, aber die Transportkosten sind zu hoch.“ Für das neue Jahr hat sich der begeisterte Trekkingradfahrer mehr Auszeiten verordnet. Ein paar Wochenendtouren durchs Münsterland oder die Eifel, um den Kopf frei zu kriegen. In *handwerk magazin*, das er vor 19 Jahren abonnierte, liest er fast alles. Besonders spannend: Weiterentwicklung und Effektivitätssteigerung in anderen Firmen. **Petra Nickisch-Kohnke**



**Heiko Ehlert,**  
Reetdachdecker in Vierden  
(nahe Hamburg).



Für **100.000 Seniorchefs** wird die Zeit zur Nachfolgersuche laut neuer KfW-Analyse langsam knapp.

### BETRIEBSÜBERGABE

## 236.000 neue Chefs gesucht

Die Dynamik im deutschen Mittelstand beim Generationswechsel nimmt laut Analyse von KfW-Research deutlich zu: Wie die Sonderauswertung auf Basis des KfW-Mittelstandspanels zeigt, sind 40 Prozent der Inhaber im Mittelstand älter als 55 Jahre, für sie stellt sich also in absehbarer Zeit die Frage nach dem Renteneintritt und damit auch die nach dem Fortbestand ihres Unternehmens. Allein in den kommenden zwei Jahren planen die Chefs von 236.000 kleinen und mittleren Firmen, ihr Unternehmen an einen Nachfolger zu übergeben. Für immerhin 100.000 von ihnen wird die Zeit nach Einschätzung der KfW-Experten knapp, da der Nachfolger entweder noch nicht ge-

funden wurde – oder der Inhaber noch gar nicht mit der Suche begonnen hat. Ein Versäumnis, das auch gesamtwirtschaftliche Auswirkungen hat: Laut Analyse hängen die Arbeitsplätze von rund zwei Millionen Erwerbstätigen und etwa 89.000 Auszubildenden vom Gelingen der Nachfolge ab. Der Blick in die Zukunft zeigt, dass die Dynamik zunimmt. So wollen bis 2022 noch einmal 275.000 Seniorchefs ihren Betrieb übergeben. Bevorzugt wird dabei in allen Branchen und Betriebsgrößen die Übergabe in der Familie (54 Prozent). Einen externen Käufer können sich 42 Prozent vorstellen, ein Mitarbeiter oder bisheriger Miteigentümer ist nur für jeden Vierten eine Alternative. **me**

### BUCHTIPP

## Aus dem **HAMSTERRAD**

Prioritäten setzen, Aufgaben delegieren und Ruhephasen einplanen – die Tipps und Ratschläge des klassischen Zeitmanagements scheinen an vielen Unternehmern geradezu abzuprallen. Zu wenig Disziplin? Frank Michael Orthey, Autor des Buches „Zeitumstellung“ (Haufe Verlag 2017, 247 Seiten, 24,95 Euro) sagt eindeutig „nein“. Und verweist darauf, dass eben jeder nach seiner eigenen inneren Uhr tickt. Wer raus will aus dem täglichen Hamsterrad, muss deshalb seinen ganz eigenen Weg zu mehr Gelassenheit und Souveränität finden. Ein etwas anderer Ratgeber für alle, die mit den üblichen Zeitmanagementtipps nicht weiterkommen. **me**



## ARBEITSSCHUTZ

# CHEFS sollen mehr für Mitarbeiter tun

Die Hälfte der Beschäftigten in Kleinbetrieben ist der Meinung, dass der Chef mehr tun müsste, um seinem Team gesunde und sichere Arbeitsbedingungen zu bieten. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage der von der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV) initiierten Präventionskampagne [kommittensch.de](http://kommittensch.de). Ein Blick auf die von der DGUV jeweils ermittelten Unfallquoten zeigt, was die für die Umfrage ausgewählten Mitarbeiter in Kleinbetrieben meinen: So passieren in Kleinbetrieben bis neun Mitarbeiter in Relation zur Beschäftigtenzahl deutlich mehr Unfälle als in Großbetrieben mit mehr als 500 Mitarbeitern. Auch in den Bereichen innerbetriebliche Kommunikation, Beteiligung, Betriebsklima, Fehlerkultur und Führung schneiden die Kleinbetriebe schlechter ab



Ein Obstkorb vom Arbeitgeber für die Gesundheit.

als Großunternehmen. „Großunternehmen haben es da naturgemäß leichter als Kleinbetriebe, da sie eigene Fachleute beschäftigen können“, sagt Helmut Ehnes, Präventionsleiter bei der Berufsgenossenschaft Rohstoffe und chemische Industrie (BG RCI). **me**

## EINKAUFSTREND

# Möbel lieber OFFLINE holen

Wie eine Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom zeigt, kaufen 54 Prozent digitale Unterhaltungsmedien wie DVDs, Blu-rays, CDs oder Vinyl-Schallplatten bevorzugt online statt stationär ein. Jeder Zweite shoppt auch Bücher lieber im Internet als im Laden. 43 Prozent bevorzugen den Kauf von Elektronik wie Fernseher, Computer, Tablet oder Smartphone online. Allerdings gibt es auch Dinge, für die die Deutschen immer noch lieber in Geschäfte gehen. Dazu zählen neben Blumen, Pflanzen, Lebensmitteln und Getränken vor allem sperrige Möbel und Einrichtungsgegenstände, die drei von fünf Kunden lieber im Geschäft kaufen. **me**



Das Messengeschäft boomt, die Aussteller investieren in ihren Auftritt.

## MESSETREND 2018

# Aussteller setzen noch mehr auf QUALITÄT

Deutsche Unternehmen setzen im B2B-Marketing weiterhin auf persönliche Kommunikation und reale Produktpräsentationen. Laut Umfrage des Messeverbands AUMA wollen 28 Prozent der ausstellenden Unternehmen 2018 und 2019 mehr Geld in Messebeteiligungen im In- und Ausland investieren. Wie die Umfrageergebnisse des AUMA Messtrends zeigen, planen 57 Prozent der Unternehmen gleich hohe und nur 14 Prozent geringere Aufwendungen für ihr Messengeschäft. Im Durchschnitt wollen die Firmen ihre Messe-Etats für die nächsten zwei Jahre um vier Prozent gegenüber dem Zeitraum 2016/2017 steigern. Unternehmen, die mehr Geld für Messen ausgeben wollen, investieren vorrangig in ihre Präsentation, also den Standbau und die Standgröße. **me**

# 23,7%

mehr Berufskrankheiten wurden 2016 im Vergleich zum Vorjahr laut Analyse der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin in Dortmund anerkannt.

## NEUE STUDIEN UND UMFRAGEN

# Langsame LEITUNG

**SCHNELLES INTERNET** Nur 42 Prozent aller Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten verfügten nach Angaben des Kölner Instituts der Deutschen Wirtschaft im Jahr 2017 über einen schnellen Internetanschluss, also über eine vertraglich vereinbarte Datenübertragungsrate von mindestens 30 Megabit pro Sekunde. Im Nachbarland Dänemark liegt der Anteil bei 73 Prozent. [www.iwkoeln.de](http://www.iwkoeln.de)



**FIRMENNAME** Unternehmen, die so heißen wie ihr Gründer, erzielen um drei Prozent höhere Erträge als Firmen mit anderen Namen. Das hat die Duke University bei der Analyse von knapp zwei Millionen Klein- und Mittelbetrieben in Europa herausgefunden. Begründung der Wissenschaftler: Wer seine Firma nach sich benennt, glaubt an das Geschäftsmodell, das honorieren auch die Kunden. [www.fuqua.duke.edu](http://www.fuqua.duke.edu)



Gerhard Nemela

• SANITÄR  
• HEIZUNG  
• KUNDENDIENST

»Wenn mein Mann ausfällt, muss jemand die fachliche Leitung des Betriebs übernehmen.«

Das Unternehmerpaar Manuela und Gerhard Nemela setzte einen Mitarbeiter seines Vertrauens als Stellvertreter ein.

09:21 09:59:57 09:10:10  
25:09:00 13:50

# NUR NICHT auf die lange Bank schieben

Wie können Sie vorsorgen, damit der Betrieb nach einem Unfall reibungslos weiterläuft? Unternehmer sollten einen **Notfallplan** vorbereiten. Welche Maßnahmen wichtig sind, damit Ihre Firma diese Krise sicher übersteht.

Autorin **Cornelia Hefer** Fotograf **Axel Griesch**



Obwohl mein Mann nach Unfällen zwei Mal im Krankenhaus war, haben wir das Thema Notfallplan für Betrieb und Familie weiter vor uns hergeschoben“, sagt Manuela Nemela ganz offen. Sie leitet im Betrieb ihres Mannes Gerhard, der Firma Nemela Gerhard, Sanitär und Heizungstechnik in Landshut, den kaufmännischen Bereich. Erst zwei plötzliche Todesfälle in der Familie 2012 änderten das. „Ich wusste, jetzt müssen wir handeln“, erklärt die Unternehmerfrau.

Sie ergriff die Initiative, vereinbarte einen Termin bei einer Anwältin und ließ sich dort beraten. „Was passiert eigentlich, wenn mein Mann, Chef und Meister im Unternehmen, ausfällt? Kann ich den Betrieb weiterführen? Und was brauche ich dafür, dass ich geschäftsfähig bin?“, das waren ihre wichtigsten Fragen.

## SZENARIEN ENTWERFEN

Gemeinsam mit der Anwältin spielte Manuela Nemela verschiedene Szenarien durch: Was ist, wenn ihrem Mann Gerhard was passiert? Was ist, wenn ihr als Unternehmerfrau, verantwortlich für die kaufmännische Leitung des Betriebs, was passiert? Und was, wenn das Unternehmerpaar gemeinsam einen Unfall hat? Das sind bedrohliche Ernstfälle für >



## »Wenn Vollmachten fehlen, ist niemand handlungsfähig.«

**Dr. Dietmar Kurze,**

Rechtsanwalt und Geschäftsführer von VorsorgeAnwalt e.V. in Berlin, spezialisiert auf das Erstellen von Vorsorgevollmachten.

jeden Handwerksbetrieb. Zuerst hat das Unternehmerpaar Nemela seinen SHK-Meister und Vertrauensmitarbeiter Andreas Stix in die Überlegungen eingebunden. Hintergrund: „Wenn mein Mann ausfällt, muss jemand die fachliche Leitung des Betriebs übernehmen. Ich kann das nicht, also muss hier ein Stellvertreter von den Mitarbeitern einspringen“, erklärt Manuela Nemela.

In Absprache mit der Anwältin gibt es jetzt im SHK-Betrieb der Nemelas sogenannte Generalvollmachten: jeweils für die beiden Ehepartner und für den angestellten Meister Andreas Stix. „Damit ist jeder von uns – egal, ob meinem Mann, mir oder uns beiden was passiert – im Ernstfall geschäftsfähig, und der Betrieb ist nicht in seiner Existenz bedroht“, erklärt die Unternehmerfrau.

Für sie gilt die Vollmacht ohne Einschränkungen. Andreas Stix könnte die laufenden Geschäfte mit Lieferanten und Banken fortführen. Einzige Einschränkung: Der angestellte SHK-Meister kann Kredite für den Betrieb aufnehmen, aber nicht das Betriebsgebäude verkaufen. Das schließt seine Vollmacht ausdrücklich aus. Diese Überlegungen und Szenarien

haben die Nemelas bereits im Vorfeld mit ihrer Anwältin durchgespielt und detailliert besprochen. Anschließend wurden die Vollmachten noch von einem Notar beurkundet. „Sollten in der Vorsorgevollmacht sogar Entscheidungsbefugnisse über Grundstückseigentum oder über das eigene Wirtschaftsunternehmen geregelt werden, ist eine notarielle Beurkundung zwingend notwendig“, raten auch Experten ausdrücklich (siehe Kasten, Seite 53).

### NOTFÄLLE WERDEN VERDRÄNGT

Die Vollmacht von Gerhard und Manuela Nemela liegt jetzt sicher verwahrt im Safe und würde ihrem Mitarbeiter, den das Paar zum Stellvertreter bestimmt hat, erst am Tag X, wenn dem Unternehmerpaar etwas zustößt, ausgehändigt.


Das Unternehmerpaar sorgte hier vorbildlich für den Ernstfall vor. Das ist aber nicht die Regel. Oft wird das Thema „Notfallplan“ oder auch „Notfallmanage-


ment für den Handwerksbetrieb“ von Unternehmern verdrängt. „Wenn der Betrieb von einer Person abhängt, wie es im Handwerk oft der Fall ist, wird der Ausfall vom Chef schnell existenzbedrohend für das Unternehmen, weil Vollmachten fehlen und dann keine Person handlungsfähig ist“, erklärt Dietmar Kurze, Rechtsanwalt und Geschäftsführer von VorsorgeAnwalt e.V. in Berlin, spezialisiert auf das Erstellen von Vorsorgevollmachten und Patientenverfügungen.


Wichtig ist dem Rechtsanwalt auch, dass Unternehmer im Vorfeld einer Vollmacht über eine Hierarchie in der Vorsorgeverordnung nachdenken. „Das heißt, dass die Ehefrau oder Partnerin gegenüber einem betrieblichen Stellvertreter im Zweifel das letzte Wort hat. Gerade für solche speziellen Regelungen sollten Unternehmer auf jeden Fall einen Juristen einbinden. Damit Vollmachten rechtssicher sind und auch in der Praxis funktionie-


## Checkliste Diese Punkte sollte der Notfallplan enthalten

**Für einen plötzlichen Ausfall sollte jeder Unternehmer Vorsorge treffen, damit der Betrieb auch im Notfall reibungslos weiterarbeiten**

 **Passwörter.** Notieren Sie alle wichtigen Zugangsdaten und Passwörter für Computer, Smartphone, Bank, Online-Banking und Schließfächer.


 **Ansprechpartner Betriebsalltag.** Schreiben Sie die wichtigsten Kontaktdaten von Kunden, Lieferanten und Subunternehmern auf, mit denen Sie regelmäßig in einer Geschäftsbeziehung stehen. Auch die Ansprechpartner aktueller Großprojekte sollten Sie notieren.


 **Berater.** Notieren Sie die Kontaktdaten Ihrer wichtigsten Ansprechpartner für Betrieb und Familie: Dazu gehören Rechtsanwalt und Notar, Steuerberater, Ihre Ansprechpartner bei den Hausbanken, Vermögensberater, Versicherungsvertreter oder Versicherungsberater und Berater bei der Handwerkskammer und/oder Innung.


 **Verträge.** Erstellen Sie eine Übersicht zu Miet-, Leasing- und Kreditverträgen. Wichtig für den Stellvertreter sind auch Versicherungsverträge wie Betriebshaftpflicht oder Geschäftsinhaltsversicherung. Außerdem dürfen eine Übersicht über Patente, Marken- und Lizenzrechte sowie ein Handelsregister- und Grundbuchauszug nicht fehlen.


**kann. Unternehmer sollten alle wichtigen und notwendigen Informationen zusammenstellen und Stellvertretern zugänglich machen.**

 **Bankverbindung und Konten.** Stellen Sie eine Übersicht aller Bankverbindungen und Geschäftskonten inklusive Ansprechpartner zusammen.

 **Kennzahlen.** Hinterlegen Sie die Geschäftsabschlüsse sowie die Steuerbescheide der letzten zwei bis drei Jahre an einem sicheren Ort: im Safe, im Bankschließfach oder bei Ihrem Steuerberater. Informieren Sie Ihren Stellvertreter, wo er diese im Notfall findet.

 **Vollmachten.** Neben den notwendigen Vollmachten für den Betrieb und die Hausbank sollten für den Ernstfall auch eine Vorsorgevollmacht, eine Patientenverfügung (gesundheitliche Fragen) und eventuell eine Betreuungsverfügung vorliegen.

 **Testament.** Bei selbstständigen Unternehmerpaaren sollte auch ein Testament beim Notar hinterlegt werden. Falls beide Ehepartner einen Unfall haben, kann im Testament auch die Nachfolgeregale für den Betrieb geklärt werden – zum Beispiel welches Kind den Betrieb dann übernimmt.

 **Ehevertrag.** Ein Ehevertrag ist nicht nur bei einer Scheidung wichtig, sondern regelt im Todesfall auch die Erbberechtigung.

## Info Die wichtigsten Fakten zur Vorsorgevollmacht

**Wenn Sie als Unternehmer eine Vorsorgevollmacht für ihre Partnerin oder einen Stellvertreter ausstellen wollen, sollten Sie**

**folgende Punkte im Vorfeld klären. Unternehmer sollten die Details auch mit einem Anwalt besprechen.**

### 1 Was ist eine Vorsorgevollmacht?

Die Vorsorgevollmacht ist ein Dokument, mit dem Sie „persönliche Stellvertreter“ für alle Bereiche des Lebens bevollmächtigen können. Auch die Entscheidung über gesundheitliche Fragen können hier geregelt werden.

### 2 Wann braucht man eine Vorsorgevollmacht?

Mit dem Dokument kann eine andere Person wie Ehefrau, Partnerin oder volljährige Kinder in Ihrem Namen rechtliche Angelegenheiten erledigen wie Bankgeschäfte oder Entscheidungen für den Betrieb treffen. Die Vollmacht greift dann, wenn Sie selbst nicht mehr handeln können wie nach einem Unfall oder wenn Sie schwer krank sind.

### 3 Was passiert ohne Vorsorgevollmacht?

Sind Sie handlungsunfähig und besitzen keine Vorsorgevollmacht, wird das Betreuungsgericht einen Betreuer für Sie bestellen. Das kann eine Person Ihres Vertrauens oder eine völlig fremde Person sein.

### 4 Was ist der Unterschied zur Patientenverfügung?

Eine Vorsorgevollmacht kann keine wirksame Patientenverfügung ersetzen. Im Unterschied zur Patientenverfügung regelt die Vorsorgevollmacht nämlich nicht, welche Behandlung der Vertretene im medizinischen Einzelfall selbst wünscht. Diese Entscheidung wird vielmehr an den Stellvertreter abgegeben. In der Patientenverfügung beschreiben Sie medizinisch genau, unter welchen Voraussetzungen und für welche Folgen Ihr Wille als Patient gelten soll. Deswegen werden Ärzte und Gerichte zuerst Ihre Patientenverfügung bei der Entscheidungsfindung berücksichtigen und anschließend Ihren Betreuer anhören.

### 5 Wann muss ich mich mit einer Vorsorgevollmacht an einen Notar wenden?

Sollten in der Vorsorgevollmacht sogar Entscheidungsbefugnisse über Grundstückseigentum oder über das eigene Wirtschaftsunternehmen geregelt werden, ist eine notarielle Beurkundung zwingend notwendig

ren“, rät der Experte. Sollten mehrere Unternehmer gleichberechtigt in einem Betrieb arbeiten wie zum Beispiel zwei Brüder oder Vater und Sohn, seien „klare Absprachen im Vorsorgefall zwingend notwendig“, betont Kurze. Auch hier sollte der Ernstfall mithilfe eines Juristen geregelt werden.

### NOTFALLORDNER ANLEGEN

Eine Vollmacht bildet zwar die notwendige Basis eines Notfallplans im Handwerksbetrieb, braucht aber Ergänzungen, damit Partnerin und Stellvertreter das Unternehmen kaufmännisch und fachlich weiterführen können. Manuela Nemela legte schon vor Jahren einen Notfallordner an. Hier notierte die Unternehmerfrau die Kontaktdaten wichtiger Ansprechpartner bei Kunden, Lieferanten, Steuerberater und Hausbank. Auch Passwörter, Zugangsdaten sowie Kopien wichtiger Versicherungspolizen dürfen nicht fehlen (siehe Kasten, Seite

52). „Versicherungen sind für Unternehmer ein wichtiges Thema. Private Verträge wie Lebensversicherungen oder Berufsunfähigkeitsversicherung sollten für den Partner transparent sein. Das heißt, zu prüfen, ob die Lebensversicherung die Noch-Ehefrau oder die aktuelle Freundin begünstigt“, sagt Rechtsanwältin Kurze.

Wer sich Daten und Kontakte im Ernstfall erst mühsam zusammensuchen muss, ist tagelang beschäftigt und nicht handlungsfähig. Das Deutsche Handwerksinstitut rät in einer Anleitung zum „Notfallplan für den Ausfall des Betriebsleiters“ zu folgendem Vorgehen in vier Schritten:

- # **Übernahme wichtiger Zuständigkeiten: Wer soll welche wichtigen Aufgaben im Notfall übernehmen?**
- # **Verantwortlichkeit für wichtige Abläufe: Wer ist für welche Abläufe zuständig?**
- # **Vorbereitung: Welche Maßnahmen sind für eine geordnete und umfas-**

sende Vertretung zu planen und vorzubereiten?

# **Verfügbarkeit wichtiger Informationen: Wo befinden sich die jeweils notwendigen Informationen, die von den Vertretern zur Erfüllung ihrer Aufgaben benötigt werden?**

Jeder Notfallplan sollte aber individuell an das Alltagsgeschäft des jeweiligen Betriebs und die Herausforderungen der speziellen Branche angepasst werden. Bei der Beratung und der individuellen Ausarbeitung unterstützen Unternehmer auch die Berater der Handwerkskammern, Fachverbände oder Innungen.

### TESTAMENT AKTUALISIEREN

Was bei Unternehmerpaaren im Notfallplan auf keinen Fall fehlen darf, ist der Ehevertrag, wenn vorhanden, und auf jeden Fall ein aktuelles und rechtssicheres Testament. Das Dokument sollte an einem sicheren Ort hinterlegt werden, eventuell beim Notar, und die Partnerin oder der Stellvertreter sollten wissen, wo sie das Testament am Tag X finden.

Eine rein private Angelegenheit ist dagegen die Patientenverfügung. Hier beschreiben Privatpersonen medizinisch genau, unter welchen Voraussetzungen und für welche Folgen ihr Wille als Patient gelten soll. „Eine Patientenverfügung betrifft jeden. Nach einem schweren Unfall auf einer Baustelle nimmt sie den Angehörigen den Druck, schwere Entscheidungen für den Patienten treffen zu müssen“, erklärt Rechtsanwältin Kurze.

Manuela Nemela hat gemeinsam mit ihrem Mann Gerhard, als die beiden ihren betrieblichen Notfallplan erstellt haben, auch eine Patientenverfügung für beide Ehepartner ausarbeiten lassen und das Testament des Unternehmerpaares aktualisiert. Für die Unternehmerfrau ist das eine Beruhigung: „Man schläft jetzt besser. Und ganz ehrlich, wir fahren auch entspannter in den Urlaub. Einfach, weil alles geregelt ist.“

 [cornelia.hefer@handwerk-magazin.de](mailto:cornelia.hefer@handwerk-magazin.de)



### Risikomanagement für den Betrieb

Wie Sie Ihren Betrieb vor Risiken richtig schützen und was gerade Handwerksbetriebe beachten sollten: [www.handwerk-magazin.de/risikomanagement](http://www.handwerk-magazin.de/risikomanagement)



**Verdienstausfall:** Selbstständige Handwerker können über das Krankengeld Einkommensausfälle kompensieren.

# Ausfälle bei Krankheit RICHTIG ABSICHERN

Die Absicherung der eigenen Arbeitskraft über ein Krankengeld kann für Selbstständige zur Existenzfrage werden. Schutz gibt es von der Krankenkasse und der privaten Krankenversicherung.

Autorin **Carla Fritz**

**W**er als Selbstständiger gesetzlich krankenversichert ist, muss eine Grundsatzentscheidung treffen: Soll das Krankengeld an die gesetzliche Krankenversicherung andockt werden, oder soll es separat als private Krankentagegeldversicherung laufen? Eine Entscheidung, die man nicht übers Knie brechen sollte. „Denn man redet hier – hochgerechnet auf das Berufsleben – über sehr viel Geld“, erklärt Patientberaterin Daniela Hubloher von der Verbraucherzentrale Hessen.

**Rechenbeispiel** gesetzliches Krankengeld ab dem 43. Tag

<b>Einkommen:</b> (Beitragsbemessungsgrenze 2018)	monatlich 4.425,00 €
<b>Kosten monatlich:</b>	26,55 €
<b>Monatl. Krankengeld (30 Tage):</b>	3.097,50 €
<b>Krankengeld pro Tag:</b>	103,25 €

Wer sich bei der Krankenkasse für den gesetzlichen Anspruch auf Krankengeld entscheidet, zahlt als Selbstständiger für

die Kranken- und Pflegeversicherung dann nicht wie sonst den ermäßigten Beitragssatz von derzeit 14 Prozent auf sein Einkommen, sondern den allgemeinen Beitragssatz von 14,6 Prozent und hat damit ab siebter Krankheitswoche Anspruch auf das gesetzliche Krankengeld (siehe Kasten, Seite 55). „Der Aufschlag kostet Selbstständige nicht viel“, sagt Hubloher. Für das maximale Krankengeld von rund 103 Euro am Tag sind das monatlich 26,55 Euro. „Außerdem gibt es keine Gesundheitsprüfung.“



## Infos Was sich für Selbstständige 2018 in der GKV ändert

**Wer nicht angestellt ist, zahlt Beiträge bis zur Bemessungsgrenze auf seine gesamten Einkünfte. Dazu zählen neben dem Gehalt auch**

**weitere Einnahmen. Hier sehen Sie die wichtigsten Sätze für Selbstständige zur gesetzlichen Krankenversicherung 2018.**

**Ermäßigter Beitragssatz.** Für freiwillig versicherte Selbstständige ohne Krankengeld beträgt er 14 Prozent.

**Allgemeiner Beitragssatz.** Für freiwillig versicherte Selbstständige mit Krankengeld liegt er bei 14,6 Prozent.

**Zusatzbeitrag.** Der durchschnittliche Zusatzbeitrag in der gesetzlichen Krankenversicherung 2018 beträgt ein Prozent vom Einkommen bis zur Beitragsbemessungsgrenze. Er wird von den Kassen individuell festgelegt.

**Beitragsbemessungsgrenze.** Sie bestimmt, bis zu welchem Betrag das Arbeitsentgelt eines gesetzlich Versicherten für Beiträge der gesetzlichen Sozialversicherung herangezogen wird. 2018 beträgt sie 53.100 Euro jährlich oder 4.425 Euro monatlich; alles, was darüber liegt, wird nicht angerechnet.

**Gesamtbeitrag ohne Krankengeld.** Im Durchschnitt 15 Prozent vom Einkommen bis zur Beitragsbemessungsgrenze.

**Gesamtbeitrag mit Krankengeld.** Im Durchschnitt 15,6 Prozent vom Einkommen bis zur Beitragsbemessungsgrenze.

**Mindestbemessungsgrundlage (Beitrag).** 2.283,75 Euro monatlich beitragspflichtige Einnahmen (2018). Gilt auch, wenn Einkünfte geringer sind (fiktives Mindesteinkommen).

**Mindestbemessungsgrundlage für Existenzgründer.** Mit Gründungszuschuss von der Arbeitsagentur oder auf Antrag bei sozialer Härte, 1.522,50 Euro monatlich (2018).

**Höhe des gesetzlichen Krankengeldes.** 70 Prozent des Arbeitseinkommens, maximal jedoch nicht mehr als 70 Prozent der Beitragsbemessungsgrenze.

Der Kassenbeitrag ist durch die sogenannte Beitragsbemessungsgrenze nach oben gedeckelt, aber auch nach unten festgelegt durch ein angenommenes Mindesteinkommen, von dem der Gesetzgeber ausgeht. Solange Selbstständige Krankengeld beziehen, sind sie beitragsfrei. Vorausgesetzt, sie haben vorher tatsächlich oberhalb des gesetzlich festgelegten fiktiven Mindesteinkommens verdient.

Das gesetzliche Krankengeld endet nach 78 Wochen – bezogen auf ein- und dieselbe Krankheit. Bei einer anderen Krankheit kann, je nachdem, wann sie auftritt, wieder neu gerechnet werden. „Dann lebt dieser Anspruch wieder auf“, erläutert die Patientberaterin aus Hessen. Allerdings sind sechs Wochen, bis das Krankengeld erstmalig fließt ein langer Zeitraum, den man erst einmal überbrücken muss. Nicht jeder Selbstständige hat dafür die nötigen Rücklagen.

### MIT WAHLTARIFEN AUFSTOCKEN

Hier bieten sich die Wahltarife der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) an. Damit lässt sich der Zahlungsbeginn vorverlegen. „Viele Kassen zahlen dann

schon ab dem 15. oder 22. Tag bis zum Beginn des gesetzlichen Krankengeldes und je nach Angebot auch darüber hinaus einen bestimmten Betrag“, so Patientberaterin Hubloher. Einige Wahltarife erlauben außerdem eine Aufstockung des gesetzlichen Grundschatzes, der bei 70 Prozent des Arbeitseinkommens festgeschrieben ist – höchstens jedoch bis zur Beitragsbemessungsgrenze.

Mit einem Wahltarif können Selbstständige, die überdurchschnittlich verdienen, zum Beispiel bei der Technikerkrankenkasse zwischen zehn und 100 Euro pro Tag dazu ergänzend absichern. „Man sollte aber darauf achten, dass die Zahlung nicht früher als der gesetzliche Anspruch endet. Mindestens 78 Wochen sollten es auch beim Wahltarif sein“, so Hubloher.

An den ist man für drei Jahre gebunden. Das gilt zwar auch für den GKV-Grundschatz beim Krankengeld. Doch dort besteht die Möglichkeit, während dieser Bindungsfrist die Kasse zu wechseln. „Das geht beim Wahltarif nicht – selbst dann nicht, wenn die betreffende Kasse in dieser Zeit ihren Zusatzbeitrag anhebt“, sagt die Verbraucherschützerin.

Für die Wahltarife wird ein Extra-Beitrag fällig. „Die Prämie ist auch hier unabhängig vom Alter oder Krankheitsrisiko“, erklärt Hubloher den Vorteil gegenüber einem privaten Krankentagegeld.

### PRIVATES TAGEGELD ALS ALTERNATIVE

Die Absicherung über eine private Krankentagegeld-Police wäre die Alternative zum gesetzlichen Krankengeld bei gleichzeitigem Verzicht auf das Geld von der Kasse. Insbesondere, wenn bei sehr hohem Einkommen, der Verdienstausschlag möglichst frühzeitig und annähernd vollständig abgedeckt werden soll. Damit wäre der Wahltarif von der Kasse überfordert.

„Mit einem privaten Tagegeld ist man gestaltungsfrei und kann selbst entscheiden, ab wann es einsetzt“, erläutert Versicherungsexpertin Brigitte Mayer von der Verbraucherzentrale Hessen. „Im privaten Vertrag gibt es im Gegensatz zur gesetzlichen Krankenversicherung keine Endfrist.“ Allerdings enden die Zahlungen, wenn der Betreffende berufsunfähig wird. „Versicherbar ist im Grundsatz der Gewinn nach Steuern, eventuell aber vor Sozialabgaben, sodass sich damit unter anderem die Kosten für die Altersvorsorge abdecken lassen“, erläutert die Verbraucherschützerin.

Eine Kombination aus gesetzlichem Basisschutz und privatem Krankentagegeld käme infrage, wenn bei längerer Krankheit ein hoher Verdienstausschlag kompensiert werden soll. Hier bietet es sich an, die Differenz mit einer privaten Krankentagegeldversicherung abzudecken. „Aber Achtung, bei den privaten Verträgen ist ein striktes Bereicherungsverbot vereinbart. Liegen privates und Kassen-Krankengeld zusammen über der vereinbarten Maximalgrenze, wird die Leistung gekürzt“, warnt Verbraucherschützerin Mayer. „Und eine höhere Nachversicherung bei steigendem Einkommen ist meist nicht so einfach und oft nur mit erneuter Gesundheitsprüfung möglich.“

*cornelia.hefer@handwerk-magazin.de*



### Gesundheit richtig versichern

Was für Unternehmer und ihre Familien wichtig ist und wie Sie Ihre Arbeitskraft richtig versichern finden Sie auf dieser Themenseite:

[www.handwerk-magazin.de/krankenversicherung](http://www.handwerk-magazin.de/krankenversicherung)

# Automatische **GEWINNE**

In wenigen Jahren werden Automaten und Roboter in unserem Alltag selbstverständlich sein – im Haushalt, im Garten, auf der Straße und in Lagerhallen. Dieser Trend bietet eine Riesenchance für private Anleger.

Autor **Stefan Terliesner**

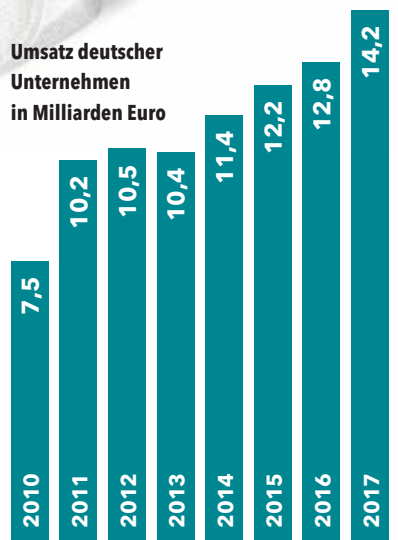
In der Automobilindustrie sind Roboter längst Standard. Ebenso in der Landwirtschaft, Elektronikbranche und Militärtechnik. Den Privathaushalt erobern die technischen Apparate gerade – als Staubsauger, Rasenmäher, Poolreiniger. Der ein oder andere hat zu Hause vermutlich bereits einen automatischen Helfer im Einsatz: zum Beispiel einen Saugroboter von iRobot.

Das US-amerikanische Unternehmen ist an der Börse notiert. Allein in den vergangenen 24 Monaten hat sich der Aktienkurs mehr als verdoppelt; in der Spitze Mitte 2017 sogar verdreifacht. Aktuell kostet ein Anteilsschein rund 72 Euro (Stand: 17.1.2018). Anfang 2013 waren die Papiere noch für 17 Euro zu haben.

Fulminant entwickelte sich auch die Aktie des deutschen Roboter-Herstellers

**Höhenflug** von Robotik und Automation

Umsatz deutscher Unternehmen in Milliarden Euro



Kuka – und zwar schon lange, bevor die chinesische Midea Group fast alle Titel kaufte. Aktuell beträgt der Streubesitz nur noch 5,5 Prozent. Steil aufwärts kletterte zuletzt auch der Kurs von Yaskawa aus Japan. Ein weiterer börsennotierter Roboter-Hersteller aus dem Land der aufgehenden Sonne ist Fanuc.

Noch sind solche reinrassigen Automatenbauer im globalen Unternehmens-Universum selten. Ihre Heimat haben die meisten Roboter-Hersteller in Japan und Deutschland, erst mit Abstand folgen Länder wie Schweiz, USA und China.

Aber die Branche boomt. Immer mehr neue Anbieter drängen in den Markt. Auch etablierte Unternehmen versuchen mithilfe von Tochtergesellschaften ein möglichst großes Stück vom Kuchen abzubekommen.



## »50 Prozent des Umsatzes verdienen die deutschen Hersteller im Ausland.«

**Norbert Stein**, Geschäftsführer des Fachverbands Robotik + Automation.

### OPTIMISMUS FÜR DIE ZUKUNFT

Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbauer (VDMA) prognostiziert für seine Mitglieder ein anhaltend kräftiges Wachstum von elf Prozent (siehe Grafik Seite 56). „Unsere Branche schaut mit Optimismus in die Zukunft“, sagt Norbert Stein, Chef des Fachverbandes Robotik + Automation, der innerhalb des VDMA die Interessen von mehr als 280 Unternehmen vertritt. Die Nachfrage nach „Made in Germany“ sei höher denn je. Rund 50 Prozent des Umsatzes der deutschen Hersteller werde im Ausland generiert.

Aber auch die IT-Giganten in den USA haben längst das Potenzial der „Mensch-Maschinen“ erkannt. Amazon sorgt derzeit mit seinem digitalen Sprachassistenten „Echo“, der auf den Namen „Alexa“ hört, für Aufsehen. Dabei handelt es sich um einen hörenden und sprechenden Roboter, ein Chatbot. Das Ding sieht aus wie eine Konservendose und ist ein Mix aus Lautsprecher und Mikrofon, über den sich in natürlicher Sprache mit dem dahinterstehenden System über das Internet kommunizieren lässt. Neben Amazon sind Apple und Google bedeutende Anbieter von Chatbots.

Der Robotik-Aufschwung nimmt also Fahrt auf. Die Boston Consulting Group sagt in einer Studie sogar eine „Revolution“ voraus. Die Managementbera-

## Fonds für den Megatrend Robotik

Die ersten aktiv verwalteten Investmentfonds für Privatanleger starteten erst 2017. Die Fonds

sind breit aufgestellt und investieren auch in verwandte Branchen.

FONDSNAME	EMITTENT	ISIN	PERFORMANCE 1 JAHR
<b>AXA WORLD FUNDS FRAMLINGTON ROBOTECHE FONDS</b>	AXA	LU1536921650	k. A. (zu jung)
<b>BANTLEON SELECT GLOBAL TECHNOLOGY</b>	Bantleon	LU1597150868	k. A. (zu jung)
<b>CANDRIAM EQUITY ROBOTICS AND INNOVATIVE TECHNOLOGY</b>	Candriam	LU1502282558	k. A. (zu jung)
<b>PICTET-ROBOTICS</b>	Pictet	LU1279334210	28 %

Stand: 17.01.2018; Quelle: Comdirect

ter schätzen das weltweite Wachstum der Robotik-Anwendungen auf jährlich zehn Prozent bis zum Jahr 2025. Bis dahin würden die entsprechenden Ausgaben auf 67 Milliarden Euro steigen.

Wenn Privatanleger in diesen Trend investieren möchten, bietet sich der Kauf von Investmentfonds an (siehe Tabelle oben). Die Sondervermögen gehören einer relativ hohen Risikoklasse an, sind also nur für Investoren geeignet, die Verluste verschmerzen oder aussitzen können. Im Gegenzug sind die Chancen gut, dass die Käufer der Fondsanteile nach zehn Jahren automatische Gewinne einstreichen können.

### ROBOTIK-FONDS MACHEN RENDITE

Als einer der ersten Investmentfonds Deutschlands zu diesem Thema ging Ende 2015 der Pictet-Robotics an den Start. Seitdem hat er rund 60 Prozent an Wert zugelegt. Andere Anbieter schickten ebenfalls entsprechende Publikumsfonds ins Rennen. Der Kurs des Candriam Equity Robotics and Innovative Technology ist seit Juni 2017 um rund 18 Prozent gestiegen. Für Fondsmanager Johan van der Biest sind Roboter „Teil der digitalen Revolution, die wie früher die industrielle Revolution vorausschauenden Investoren erhebliche Erträge beschern kann“.

Ebenfalls im vergangenen Sommer legte Bantleon einen globalen Technologiefonds auf, der neben Robotik auf das Thema Big Data setzt. Und Anfang Februar 2017 stellte Axa Investment Managers ihren Axa World Funds Framlington Robotech vor. In den ersten elf Monaten schaffte er ein Plus von rund 18 Prozent,

in einem freundlichen Umfeld an der Börse, denn auch der Deutsche Aktienindex legte in dieser Zeitspanne um etwa 11 Prozent zu. Das ist eine Mehrrendite von sieben Prozentpunkten. „Robotik wird in den kommenden Jahren einen spürbaren Einfluss auf die Gesellschaft entfalten, und dank zahlreicher neu gelisteter kleiner und mittelgroßer Unternehmen vermuten wir, dass sich konstant neue Investmentgelegenheiten eröffnen“, ist AXA-Fondsmanager Tom Riley überzeugt. Er verteilt das Geld der Anleger auf ein Portfolio von 40 bis 60 Unternehmen die an Robotik- und Automatisierungslösungen arbeiten. Sie stammen aus den Sektoren Industrie, Fertigung, Technologie, Gesundheit und Transport. Zu den größten Positionen im Sondervermögen gehören die Spezialisten Fanuc und Yaskawa, aber auch Konzerne wie Alphabet, Amazon, Apple und Siemens, die neben Robotik und Automation zahlreiche andere Geschäftsaktivitäten haben.

**Fazit:** Robotik-Fonds müssen sich breit positionieren, sprich auch in verwandte Branchen investieren, weil reinrassige Automatenbauer selten an der Börse anzutreffen sind. Als Depotbeimischung für renditeorientierte Anleger sind die Fonds interessant.

[cornelia.hefer@handwerk-magazin.de](mailto:cornelia.hefer@handwerk-magazin.de)



### Trends in der Geldanlage

Was für Privatanleger derzeit spannend sein könnte und was sich nicht lohnt:

[www.handwerk-magazin.de/geldanlage](http://www.handwerk-magazin.de/geldanlage)

## ZAHLUNGSMORAL BEHÖRDEN

### HANDWERKER oft im Nachteil

Die Inkassowirtschaft übt Kritik an der Zahlungsmoral der öffentlichen Hand: „Trotz sprudelnder Steuereinnahmen lassen sich Behörden mancherorts lange Zeit, fällige Forderungen zu bedienen. Handwerker und andere Dienstleister haben dann das Nachsehen“, kritisiert Kirsten Pedd, Präsidentin des Bundesverbands Deutscher Inkasso-Unternehmen e. V. (BDIU). Damit entwickelt sich die Rechnungstreue von Behörden völlig konträr zur allgemeinen Zahlungsmoral. In einer aktuellen Umfrage unter den Inkassounternehmen des BDIU melden 88 Prozent der Teilnehmer, dass Städte und Gemeinden ihre Rechnungen genauso lax bezah-

len wie noch zu Beginn des Jahres 2017. Jeder Zehnte beobachtet sogar eine weitere Verschlechterung der behördlichen Rechnungstreue. Gleichzeitig berichten 89 Prozent der Inkassounternehmen, dass sich die allgemeine Zahlungsmoral von Wirtschaft und Verbrauchern seit Jahresbeginn auf hohem Niveau stabilisiert oder sogar verbessert hat. Auch das eigene Forderungsmanagement von Behörden sieht BDIU-Präsidentin Pedd kritisch. Die Außenstände der öffentlichen Hand betragen inzwischen mehr als 70 Milliarden Euro. „Das Geld steht den Steuerzahlern zu, und es ist jede Anstrengung wert, diesen Fehlbetrag zu reduzieren“, so Pedd.



Die Zahlungsmoral der Behörden ist für viele Handwerker kein Spaß.

coh

## Finanzspiegel für Unternehmer

### Firmendarlehen nach Bonität/Sicherheiten

Betriebsinvestitionen	von	0,99 %
	bis	3,99 %
Kontokorrent	von	7,99 %
	bis	9,50 %

### Verzugszins - BGB, VOB

Verbraucher	4,12 %
Unternehmer	8,12 %

### Baugeld<sup>1</sup> - Effektivzins<sup>2</sup>

	10 J.	15 J.
Deutsche Bank	1,48 %	2,06 %
Degussa Bank	1,58 %	2,08 %
Commerzbank	1,62 %	2,11 %

### Festgeld<sup>3</sup> - 10.000 Euro

	6 Mon.	12 Mon.
Oyak Anker Bank	0,25 %	0,35 %
pbbdirekt	0,10 %	0,25 %
BMW Bank	0,05 %	0,20 %

### Tagesgeld<sup>3</sup>

	5.000 €	50.000 €
Oyak Anker Bank	0,30 %	0,30 %
BMW Bank	0,20 %	0,20 %
ProCreditBank	0,10 %	0,10 %

1) Kreditnehmer ist Selbstständiger, 2) Kaufpreis 250.000 Euro, Kredit 175.000 Euro = 70 % Beleihung, 3) Konditionen für Selbstständige. Es wurden nur Banken mit deutscher Einlagensicherung ausgewählt; Quelle: FMH-Finanzberatung (www.fmh.de); Stand: 16.01.2018

## BETRIEBLICHE ALTERSVORSORGE

### Vertrauen in BETRIEBSRENTEN

Die meisten Mitarbeiter vertrauen vor allem den Angeboten ihres Arbeitgebers, wenn es um die Altersvorsorge geht. Eine aktuelle Umfrage vom Versorgungswerk MetallRente hat ergeben, dass für 56 Prozent der Befragten solche Angebote sogar besser abschneiden als die gesetzliche Rente. Wie die repräsentative Untersuchung bestätigte, zweifeln vor allem junge Menschen zwischen 14 und 29 Jahren an der gesetzlichen Rente. Nur 34 Prozent vertrauen auf sie. Für diese Altersgruppe ist dagegen der Vertrauensvorschuss für

Betriebsrentenangebote von ihrem Arbeitgeber (61 Prozent) oder den Tarifparteien (53 Prozent) hoch. „In Deutschland tickt die Uhr anders als angenommen: Es sind vor allem junge Menschen, denen immer weniger Zeit zum Ausgleich von Leistungsabsenkungen der gesetzlichen Rente bleibt. Die Tarifparteien genießen hier ein enormes Vertrauen und haben die Chance, zu den Wegbereitern einer guten Rentenpolitik für die Jungen zu werden“, sagt Heribert Karch, Geschäftsführer des Versorgungswerks MetallRente.

coh



Mitarbeiter vertrauen bei der Altersvorsorge den Angeboten ihres Arbeitgebers.

# 18.700€



nahmen die Münchner 2017 im Schnitt als Kredit auf und lagen damit vor den Frankfurtern (18.300 Euro) und den Stuttgartern (17.800 Euro). Das ermittelte das Online-Vergleichsportal Finanzcheck.de.

## MOTORRADVERSICHERUNG

### In der Saison **KOSTEN** sparen

Handwerker, die Biker sind, sollten ihre Motorradversicherung jetzt wechseln: Zwischen Juli und Dezember 2017 ist der durchschnittliche Haftpflichtbeitrag um 36 Prozent gesunken. Motorradfahrer mit Saisonkennzeichen ab März können ihren alten Versicherungsvertrag noch



**Biker** können bei ihrer Versicherung Geld sparen.

bis Ende Januar kündigen. Aktuell kostet die Motorrad-Haftpflichtversicherung im Schnitt 82 Euro pro Jahr und ist damit sechs Prozent teurer als zum günstigsten Zeitpunkt im Vorjahr, ermittelte das Online-Vergleichsportal Check24. Im Vergleich zum Jahrestief 2013 ist der durchschnittliche Haftpflichtbeitrag um elf Prozent gestiegen. Teure oder neue Motorräder sichern Biker am besten mit einer Vollkaskoversicherung ab. Eine entsprechende Police erhalten Biker ab 174 Euro. Der Aufpreis im Vergleich zum Teilkaskoschutz liegt in Beispielberechnungen von Check24 zwischen 77 und 115 Euro oder 65 und 165 Prozent. **coh**

## ANLEGERTIPP DES MONATS

### Darf es ein **bisschen mehr** sein?

#### Anlass

Aktienindizes wie der US-amerikanische S&P 500 oder der DAX befinden sich auf Rekordniveau. Sind Aktien deshalb teuer? Wer kann vorhersagen, ob und wie Aktienkurse steigen werden? Es gibt keine Obergrenze für Unternehmensbewertungen und keine für die Marktkapitalisierung von Ländern oder Branchen.

#### Anlage

Eine Alternative ist die Kombination aus Aktien und Anleihen: Aktienanleihen. Bei diesen gibt es einen sogenannten Basiswert. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um eine Aktie. Der Emittent einer Aktienanleihe legt zu Beginn einen sogenannten Basispreis fest. Befindet sich der Kurs des Basiswertes am Fälligkeitstag der Aktienanleihe auf oder über dem Niveau dieses Basispreises, zahlt der Emittent wie bei einer klassischen Anleihe 100 Prozent des Nennwertes zurück. Notiert der Aktienkurs am Fälligkeitstag jedoch unter dem Basispreis, erhalten Anleger den Gegenwert als Aktien ins Depot gebucht. Bis zur Fälligkeit werden die Kupons an die Anleger ausgezahlt, die deutlich höher sind als die Zinsen, die der klassische Anleihemarkt derzeit bietet. Das macht Aktienanleihen aktuell so attraktiv.



**Kathrin Eichler,**

geschäftsführende Gesellschafterin der Eichler & Mehler Finanzdienstleistungen GmbH in Düsseldorf  
[www.eichler-mehler.de](http://www.eichler-mehler.de)

#### RAT

Aktienanleihen sind im juristischen Sinne zwar Schuldverschreibungen. Aber in ihnen steckt auch ein Aktienrisiko. Je geringer der Abstand zwischen aktuellem Kurs des Basiswertes – also der Aktie, auf die sich die Aktienanleihe bezieht – und dem Basispreis ist, desto mehr wird das Papier zu einem Aktieninvestment, und umso weniger kann sich der Anleger darauf verlassen, dass allein die Kuponzahlungen die erhoffte Rendite bringen. Deshalb sollte dieser Risikopuffer beim Kauf wenigstens 20 bis 25 Prozent betragen. Je nach Volatilität des Basiswertes können auch andere Werte sinnvoll sein.

## ELEMENTARVERSICHERUNG

### STURMSCHÄDEN richtig versichern

Stürme und Starkregen gehören leider zum Winter 2018: Die Frage ist, wer zahlt die Schäden? Sturm- und Hagelschäden sind häufig in der Wohngebäude- und Hausratversicherung enthalten. Doch damit werden nicht alle Naturereignisse abgedeckt. Die möglichen Folgen eines Sturms, wie Überschwemmungen oder Rückstau, die zu vollgelaufenen Kellern führen, sind nicht in der Hausrat- und Wohngebäudeversicherung enthalten. Für Schäden dieser Art ist eine zusätzliche Elementarversicherung nötig. Nur dann übernimmt die Versicherung die Kosten für die Reparaturarbeiten und Instandsetzungen am Wohngebäude. Auch bei der Hausratversicherung ist ein zusätzlicher Schutz gegen Elementarschäden nötig. Wird das Inventar infolge der Überschwemmung beschädigt, übernimmt der Versicherer dann die Kosten und erstattet den Wiederbeschaffungswert. **coh**



**Hochwasserschäden** müssen über die Elementarversicherung versichert werden.

# SCHÜTZEN Sie Ihre Mitarbeiter vor dem Fiskus!

Bei Auslandsentsendungen drohen Arbeitnehmern ungeahnte steuerliche Stolperfallen. Unternehmer sollten jetzt ein aktuelles BMF-Schreiben kennen – machen Sie sich mit den Neuerungen vertraut, und bewahren Sie Ihre Mitarbeiter vor Nachzahlungen.

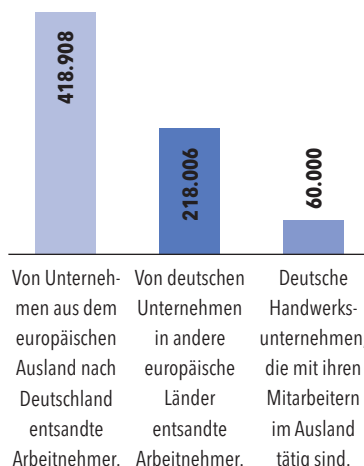
Autor **Ramón Kadel** Fotografie **Blendwerk Freiburg**

# F

fünf Minuten sind es bis zur deutsch-französischen Grenze. Boris Fels, Geschäftsführer der Paradiso Systeme GmbH im badischen Neuried-Altenheim schaut Richtung Rhein. Auf der anderen Flussseite liegt Frankreich, sein wichtigster Markt. „Wir haben uns auf die Überdachung von Schwimmbädern und Terrassen spezialisiert und dafür ein eigenes Profilsystem mit Patent entwickelt“, erklärt der Leiter des Metall- und Fensterbau-Unternehmens. „Dafür ist unsere Lage ideal, Frankreich hat in Europa die meisten Schwimmbäder.“ Zusätzlich ist der Betrieb des 44-Jährigen auch in Österreich, der Schweiz und Luxemburg aktiv – vereinzelt auch in Ungarn, Italien, Kroatien und Spanien. „Dieses Jahr kommt auch noch Schweden dazu: Aktuell ha-

## Statistik Internationales Handwerk

**Immerhin 60.000 deutsche Handwerksbetriebe sind auch im Ausland aktiv. Zum Vergleich: Überhaupt gibt es nur 218.000 im europäischen Ausland arbeitende Deutsche. Zu den in Deutschland tätigen Arbeitnehmern aus dem EU-Ausland besteht aber nach wie vor ein deutliches Ungleichgewicht.**



ben wir dort drei neue Aufträge bekommen“, freut sich der Chef von 30 Mitarbeitern. „Wir machen 50 Prozent unseres Umsatzes im Ausland – meine Beschäftigten sehen also halb Europa. Man muss wissen, dass wir unseren Kunden ein ‚Full-Service‘-Angebot machen. Das heißt, unsere Mitarbeiter entwickeln, konstruieren, liefern, montieren und warten selbst. Mit der Thematik ‚Auslandsentsendungen‘ haben wir uns also schon sehr früh befasst.“

## IMMER MEHR HANDWERKER IM AUSLAND TÄTIG

Paradiso ist dabei keine Ausnahme: Grenzüberschreitende Arbeitseinsätze sind in der globalisierten Welt Normalität. Neben Großunternehmen entsenden immer mehr Mittelständler und Handwerksunternehmer Personal ins Ausland. „Allein in Baden-Württemberg sind etwa sieben Prozent der Handwerksbetriebe im Ausland tätig oder exportieren Waren. Weitere rund zwölf Prozent der Betriebe im Land waren zumindest in den vergan- ➤



»Als Vorgesetzte sind wir in der Fürsorgepflicht. Wir versuchen die entsendeten Arbeitnehmer bestmöglich zu umsorgen.«

**Carsten Fels und Boris Fels (re.),** Geschäftsführer der Paradiso Systeme GmbH im badischen Neuried-Altenheim, zusammen mit Mitarbeitern.



## »Erreicht ein Arbeitnehmer das 183-Tage-Limit im Ausland nicht, wird er für das ganze Jahr in Deutschland steuerpflichtig.«

**Jennifer Telle**, Steuerberaterin der Steuerberatungsgesellschaft WWS in Mönchengladbach.

genen fünf Jahren in irgendeiner Form im Ausland tätig“, erklärt Michael Rössler, stellvertretender Leiter Handwerk International Baden-Württemberg. „Und der Trend zeigt weiter nach oben – das deutsche Handwerk hat im Ausland einen hervorragenden Ruf, ‚Made in Germany‘ steht immer noch für hohe Qualität.“

### FÜRSORGEPLICHT FÜR HANDWERKSUNTERNEHMER

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für diese sogenannten „Expatriates“ sind im Vergleich zu inländischen Arbeitnehmern aber ungleich komplexer. Neben sozial- und versicherungsrechtlichen Aspekten stellen sich insbesondere weitreichende steuerliche Fragen. Gerade bei der Einkommensteuer lauern viele Fallstricke. Arbeitgeber sollten im Rahmen einer Entsendung daher mit Weitblick agieren, um böse Überraschungen zu vermeiden. „Als Vorgesetzter bin ich hier in

der Fürsorgepflicht: Welche Dokumente werden benötigt, wie läuft es mit der Fahrtenaufzeichnung, und wo sind die Monteure während ihres Auslandsaufenthalts untergebracht? All diese Fragen klären wir im Vorfeld ab“, betont Fels. „Nicht nur, weil das die BG Metall und die BG Handel so fordern, sondern weil ich als Geschäftsführer von Paradiso ein essenzielles Interesse daran habe, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Wir sind aktuell wieder auf der Suche nach Fachkräften, da ist es ein gutes Argument, seine entsendeten Arbeitnehmer bestmöglich zu umsorgen.“

### NACHZAHLUNGEN AN DEUTSCHEN FISKUS DROHEN

Zu den angenehmen Dingen einer Auslandstätigkeit der Mitarbeiter zählt oft der Steuersatz im Einsatzland, der häufig niedriger ist als in Deutschland. Doch der deutsche Fiskus lässt Arbeitnehmer nicht so gerne aus seinen Fängen. Die individuellen Rahmenbedingungen von Expatriates nehmen die Finanzämter dabei besonders genau unter die Lupe. „Nicht selten sehen Finanzbeamte wider Erwarten eine Steuerpflicht in Deutschland“, sagt die auf betriebswirtschaftliche Beratung mittelständischer Unternehmen spezialisierte

## Info Prognosemethoden für das Lohnsteuerabzugsverfahren

**Für den laufenden Lohnsteuerabzug während eines Kalenderjahres ist im Voraus natürlich noch nicht klar, wie viele Tage ein Mitarbeiter tatsächlich am Ende im Ausland gearbeitet hat – eine genaue Nennung seiner geleisteten**

**Arbeitstage ist also nicht möglich. Durch das Schreiben des Bundesfinanzministeriums vom 14. März 2017 hat der Fiskus diese Unklarheit aber beseitigt und folgende vier Prognosemethoden für Arbeitgeber zugelassen:**

**1 Aufteilung nach tatsächlichen Arbeitstagen im Beschäftigungszeitraum innerhalb eines Kalenderjahres.** Anhand der am Ende des einzelnen Lohnzahlungszeitraums bekannten Tatsachen ermitteln Sie die voraussichtlichen tatsächlichen Tage des Arbeitnehmers im In- und Ausland mit einer Prognose und setzen diese ins Verhältnis zu den Gesamtarbeitstagen des gesamten Beschäftigungszeitraums innerhalb des Kalenderjahres. Die maßgeblichen Tage können dadurch ermittelt werden, dass die möglichen Arbeitstage nach Abzug der bekannten Urlaubstage sowie bereits angefallener Krankheitstage angesetzt werden. Künftige Krankheitstage müssen Sie nur dann berücksichtigen, wenn sie voraussichtlich anfallen werden – beispielsweise nach Angabe in einer vorliegenden Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung.

**2 Aufteilung nach tatsächlichen Arbeitstagen im einzelnen Lohnzahlungszeitraum.** Alternativ zur ersten Methode können Sie die tatsächlichen Arbeitstage des einzelnen Lohnzahlungszeitraums für die Aufteilung des Arbeitslohns heranziehen. Am weiteren Vorgehen ändert sich dadurch nichts.

**3 Aufteilung nach vereinbarten Arbeitstagen im Beschäftigungszeitraum innerhalb eines Kalenderjahres.** Die für den gesamten Beschäftigungszeitraum innerhalb des Kalenderjahres vereinbarten Arbeitstage im In- und Ausland setzen Sie mit den tatsächlich ausgeübten Arbeitstagen im Ausland ins Verhältnis. Dieser Aufteilungsmaßstab wird auf den einzelnen Lohnzahlungszeitraum angewandt. Ändert sich die Prognose zu den vereinbarten Arbeitstagen (z. B. wegen Änderung der Urlaubsplanung oder Krankheitstagen nach Wegfall der Lohnfortzahlung), ist der neu ermittelte Aufteilungsmaßstab ab diesem Lohnzahlungszeitraum anzuwenden. Die vertraglich vereinbarten Arbeitstage sind die Kalendertage pro Jahr abzüglich Urlaubs- und Wochenendtage (und der Tage ohne Lohnfortzahlung bei Krankheit). Es kommt dabei weder auf die Zahl der Kalendertage (365), noch auf die Steuertage im Kalenderjahr (360) an. Achtung: Im Ausland verbrachte Tage aus privaten Gründen werden bei der Berechnung der steuerfreien Einkünfte nicht berücksichtigt!

**4 Aufteilung nach vereinbarten Arbeitstagen im einzelnen Lohnzahlungszeitraum** Alternativ zur dritten Methode können Sie ähnlich wie bei der zweiten Methode die vereinbarten Arbeitstage des einzelnen Lohnzahlungszeitraums für die Aufteilung des Arbeitslohns heranziehen. Auch hier ändert sich dann nichts am weiteren Vorgehen.

**Hinweis: Ein Wechsel der Prognosemethoden innerhalb eines Kalenderjahres ist nicht erlaubt!**



## Checkliste Arbeitsvertrag bei Auslandsentsendungen

**Ist der Auslandsaufenthalt eines Mitarbeiters länger als ein Monat, müssen einige Änderungen im Arbeitsvertrag vorgenommen werden - auch wenn der Arbeitsvertrag grundsätzlich bestehen bleibt. Folgendes müssen Sie schriftlich festhalten:**

### # DAUER DES AUSLANDSAUFENTHALTS

### # WÄHRUNG DES ARBEITSENTGELTES, ZUSÄTZLICHEN ENTGELTES UND FÜR SACHLEISTUNGEN

### # GÜLTIGKEIT DES DEUTSCHEN ODER DES JEWEILIGEN AUSLÄNDISCHEN RECHTS

### # BEDINGUNGEN FÜR RÜCKKEHR NACH DEUTSCHLAND

**Achtung: Ist ein Betriebsrat vorhanden, muss dieser ebenfalls der Entsendung des Arbeitnehmers zustimmen!**

Jennifer Telle, Steuerberaterin der Steuerberatungsgesellschaft WWS in Mönchengladbach mit weiteren Standorten in Nettetal und Aachen. „Neben den Steuerzahlungen im Ausland drohen zusätzlich hohe Nachzahlungen an den deutschen Fiskus.“ Daher sollten alle Beteiligten diesen steuerlichen Brennpunkt im Blick haben und eine Auslandsentsendung sorgfältig vorbereiten.

## FINANZAMT GEHT VON WOHNSTIZ IN DEUTSCHLAND AUS

Grundsätzlich müssen Expatriates dort Lohnsteuer abführen, wo sie ihren Wohnsitz haben. Die Crux: Auch bei Auslandsaufenthalt kann das hiesige Finanzamt davon ausgehen, dass der Wohnsitz nach wie vor in Deutschland liegt. Aus Sicht der Tätigkeitsstaaten wiederum müssen Arbeitnehmer Steuern und Abgaben stets dort leisten, wo sie ihr Einkommen erzielen. Maßgeblich sind in der Regel die sogenannten „Doppelbesteuerungsabkommen“ (DBA), die der Fiskus mit einem Großteil der wichtigen Industrienationen abgeschlossen hat. Demnach hat derjenige Staat das Besteuerungsrecht, in dem die berufliche Tätigkeit hauptsächlich erfolgt. Voraussetzung für eine Besteuerung ist vor allem, dass Expatriates innerhalb von zwölf Monaten mindestens 183 Tage im Ausland sind. Besonders knifflig: Manche

Länder legen dabei die Anzahl der Anwesenheitstage im Ausland, andere hingegen die Zahl der Arbeitstage zugrunde. Der Zeitraum erstreckt sich zudem nicht zwingend auf ein Kalenderjahr. Firmen und Arbeitnehmer sollten bei der Einsatzplanung die steuerlichen Vorgaben also genau beachten. Ist etwa in einem DBA-Land die Zahl der Arbeitstage maßgeblich, sind Sonn-, Feier- und Urlaubstage für die Berechnung tabu. „Erreicht ein Arbeitnehmer durch einen Rechenfehler das 183-Tage-Limit im Ausland nicht, wird er für das ganze Jahr in Deutschland steuerpflichtig“, mahnt WWS-Steuerberaterin Telle.

## BMF-SCHREIBEN SORGT FÜR KLARHEIT

Ein weiterer Brennpunkt sind Zeiträume, in denen Arbeitnehmer in verschiedenen Staaten tätig sind. Dazu zählen etwa das Entsende- und Rückkehrjahr. Meist ist ein Teil des Entgelts in Deutschland und der andere Teil im Ausland steuerpflichtig. Dazu muss der Arbeitgeber jedes Jahr den Lohn in einen steuerpflichtigen und einen steuerfreien Teil aufteilen. Wie genau die Aufteilung im Lohnsteuerabzugsverfahren zu erfolgen hat, regelt ein aktuelles Schreiben des Bundesfinanzministeriums (Az.: IV C 5 – S 2369/10/10002). Es sorgt für mehr Klarheit und gibt Unternehmen die Möglichkeit, Steuerfallen zu vermeiden. Bei Entsendungen in ein DBA-Land müssen Arbeitgeber zunächst ermitteln, welche Gehaltsbestandteile sich der Arbeitsleistung im In- oder Ausland zuordnen lassen. Dazu gehören etwa Reisekosten, Umzugsvergütungen oder Auslandszulagen.

## VIER PROGNOSEMETHODEN FÜR GELEISTETE ARBEITSTAGE

Alle anderen Zahlungen wie etwa laufende Vergütungen, Urlaubsgeld oder Prämien sind auf die Zeiten im In- und Ausland aufzuteilen. Berechnungsgrundlage sind die geleisteten Arbeitstage, nicht die Aufenthaltstage. Das Problem: Im Vorhinein lässt sich naturgemäß nicht sagen, wie viele Arbeitstage insgesamt anfallen. Arbeitgeber müssen daher eine möglichst realistische Prognose vornehmen. Laut BMF-Schreiben lässt der Fiskus vier Prognosemethoden zu (siehe Übersicht, Seite 62): Entweder die Betrachtung der tatsächlichen Arbeitstage im Beschäftigungszeitraum innerhalb eines Kalenderjahres oder im Lohnzahlungszeit-

raum. Oder alternativ eine Zugrundelegung der vereinbarten Arbeitstage innerhalb eines Kalenderjahres oder im Lohnzahlungszeitraum. Dabei muss sich die Lohnabteilung im Kalenderjahr auf eine Methode festlegen. Wurde im laufenden Jahr zu wenig Lohnsteuer abgeführt, droht Arbeitnehmern am Jahresende eine saftige Nachzahlung. „Firmen sollten am Ende des Jahres immer eine Überprüfung der Lohnabrechnung vornehmen“, rät WWS-Expertin Telle. „So können sie Abweichungen erkennen und steuerlichen Überraschungen entgegenwirken.“

## GENAUE DOKUMENTATION IST PFLICHT

Eine beweissichere Dokumentation ist in jeden Fall Pflicht. Unternehmen müssen bei der Entgeltaufteilung genau belegen können, zu welcher Zeit ein Mitarbeiter seine Arbeit an welchem Ort geleistet hat. Nur so lassen sich Vorbehalte der Finanzbehörden zuverlässig ausräumen. Firmen müssen die Vorgaben im neuen BMF-Schreiben spätestens für Lohnzahlungszeiträume nach dem 31. Dezember 2018 anwenden. Sie sollten mit ihrem steuerlichen Berater abklären, ob eine Anwendung vor diesem Stichtag sinnvoll ist. Dazu sollten sich Personalverantwortliche frühzeitig mit den neuen Regelungen vertraut machen und ihre Abläufe in der Lohnabrechnung entsprechend anpassen.

Boris Fels hat dagegen für seinen Betrieb eine andere Lösung gefunden. Er setzt für seine Beschäftigten auf ein „rollierendes Verfahren“: „Jeder Mitarbeiter ist bei uns sowohl in der Produktion in Neuried-Altenheim, als auch als Monteur im Ausland tätig“, erklärt der Geschäftsführer des Metallbauunternehmens, das 2018 sein 25-jähriges Bestehen feiert. „Dadurch ist garantiert, dass kein Arbeitnehmer in die Nähe der kritischen Zone von 183 Tagen im Ausland kommt. Die Besteuerung geschieht also auf jeden Fall nach deutschem Steuerrecht.“ **hm**

[ramon.kadel@handwerk-magazin.de](mailto:ramon.kadel@handwerk-magazin.de)



### Steuern sparen mit Plan

Mit der richtigen Strategie bieten Sie dem Fiskus dauerhaft Paroli. Mit uns bleiben Sie auf dem neuesten Stand: [www.handwerk-magazin.de/steuerstrategien](http://www.handwerk-magazin.de/steuerstrategien)



**SERIE**  
Urheberrecht

An dieser Stelle lesen Sie alles zum Thema Urheberrecht. Ausgehend von der Handwerkspraxis bereiten wir zentrale Themenfelder wie Verwendung von Bildern, Abspielen von Musik, Beachten von geschützten Marken und Reagieren auf Abmahnungen kompakt, einfach und verständlich auf. Im vierten Teil zeigen wir, was Sie bei der Nutzung von Grafiken und Texten beachten müssen – und wie Sie Ihre eigenen Ideen schützen.

#1 – Urheberrecht, Teil I:  
Grundlagen

#2 – Urheberrecht, Teil II:  
Bild

#3 – Urheberrecht, Teil III:  
Musik

**#4 – Urheberrecht, Teil IV:  
Grafik und Text**

#5 – Urheberrecht, Teil V:  
Markenrechte

#6 – Urheberrecht, Teil VI:  
Abmahnungen

## URHEBERRECHT

# Fremde **DESIGNS** nutzen, eigene Kreativität schützen

Wenn Sie für Werbung Grafiken und Texte nutzen wollen, müssen Sie die Schutzrechte der Kreativen beachten. Wenn Sie eigene kreative Ideen umsetzen, müssen dagegen andere Ihre Rechte beachten. So verteidigen Sie Ihre Einfälle und vermeiden Kostenfallen.

Autorin **Anna Rehfeldt**

**Designschutz** schützt die Idee der Form- und Farbgestaltung von jeglichen Erzeugnissen, egal ob 2D oder 3D.



## Info Was ist ein Geschmacksmuster (Design)?

**Eine häufige Verwechslungsgefahr besteht bei den Rechtsbegriffen „Geschmacksmuster“ (heute oft als Design bezeichnet) und „Gebrauchsmuster“. Der Unterschied liegt dabei vor allem in dem jeweiligen Gegenstand, für den die Schutzrechte gelten:**

**# GEBRAUCHSMUSTER:** Bei „Gebrauchsmustern“ handelt es sich um technische Erfindungen, die gewerblich anwendbar sind. Die Schutzdauer umfasst dabei maximal zehn Jahre.

**# GESCHMACKSMUSTER (DESIGN):** Das „Geschmacksmuster“ befasst sich mit dem Schutz von Designs wie beispielsweise Grafiken oder Illustrationen. Die Schutzdauer umfasst hier bis zu 25 Jahre.

## FAQ Das müssen Sie bei der Design-Nutzung beachten

**Inhaber von geschützten Designs (Geschmacksmustern) sind als einzige Personen berechtigt, das Design werblich zu verwenden. Dritten ist die Nutzung untersagt - sonst kann es teuer werden. Das müssen Sie zu Geschmacksmustern wissen:**

### Wer entscheidet, ob ein Design kopiert wurde?

Ausschlaggebend für die Einschätzung des Gesamteindrucks des Designs sind nicht die Entwerfer und Rechteinhaber, sondern sogenannte „informierte Benutzer“. Diese sind laut einem Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) Personen, die im Bereich zwischen den Durchschnittsverbrauchern und fachlichen Experten zu verorten sind (Az.: C-281/10 P EuGH). Charakteristisch für informierte Benutzer ist eine erhöhte Wachsamkeit aufgrund von persönlichen Erfahrungen oder umfangreichen Kenntnissen in einem bestimmten Bereich. Stellen Sie beispielsweise als Optiker oder Hörgeräteakustiker Produkte speziell für Kinder her und verwenden daher auf Kinder abgestimmte Grafiken auf Ihrer Website, so können sogar Kinder informierte Benutzer sein.

### Wann ist eine Verletzung des Designschutzes (Geschmacksmusterverletzung) strafbar?

Eine strafbare Verletzung von geschützten Designs (Geschmacksmusterverletzung) liegt vor, wenn das eingetragene Design ohne die Zustimmung des Rechteinhabers von Dritten gewerblich genutzt wird. Wenn Sie also geschützte Designs verwenden, um Ihre Produkte herzustellen, anzubieten, in Umlauf zu bringen, ein- bzw. auszuführen oder zu erwerben, können Sie belangt werden. Dabei ist es irrelevant, ob Sie von dem geschützten Geschmacksmuster Kenntnis hatten oder nicht.

### Welche Strafen drohen Ihnen bei der illegalen Verwendung eines Designs?

Neben dem Anspruch auf Beseitigung beispielsweise der Grafik bzw. des Designs steht dem Urheber ein Schadensersatzanspruch zu. In der Regel erfolgt dabei die Berechnung des Schadensersatzes durch eine Lizenzanalogie, bei der die Schadenssumme durch einen Mittelwert von bereits bestehenden und vergleichbaren Lizenzverträgen ermittelt wird. Die Durchsetzung der Ansprüche erfolgt in der Regel mittels einer Abmahnung, die durch eine Unterlassungserklärung ergänzt ist. Achtung: Unterzeichnen Sie die Unterlassungserklärung, schließen Sie in den meisten Fällen einen lebenslang gültigen Vertrag ab.

**H**ört man den Begriff „Design“, denken die meisten zunächst an Mode und Lifestyle. Allerdings ist der Designschutz weitaus umfassender. So sind beispielsweise auch Hammer, Tische, Stühle und Kotflügel bereits designrechtlich geschützt. Auch wenn Handwerksbetriebe fremde Grafiken und Texte auf ihrer Homepage oder auf dem Firmenfahrzeug nutzen möchten, sind fremde Schutzrechte zu beachten. Andersherum können aber auch Sie als Handwerker Ihre Ideen schützen lassen. Nachfolgend erfahren Sie alles, was Sie

zum Thema Designschutz im Handwerk wissen müssen und wie Sie von eigenen Ideen profitieren.

### WARUM GIBT ES DESIGNSCHUTZ?

Design und Handwerk schließen sich nicht aus. Im Gegenteil: Vielfach gehen Designs auf handwerkliches Können zurück. Zudem kommt dem (geschützten) Design ein nicht unerheblicher wirtschaftlicher Wert zu. Handwerksbetriebe sollten also einerseits selbst überlegen, ob sie nicht Designinhaber sein wollen, andersherum aber auch aufpassen, wenn

sie bei der Nutzung von fremden Grafiken auf das Designrecht Dritter zu achten haben. Bei Verstößen drohen ansonsten kostenpflichtige Abmahnungen.

### WELCHE IDEEN SIND GESCHÜTZT?

Aber was bedeutet eigentlich „Designschutz“? Geschützte Designs schützen im Allgemeinen die Form- und Farbgestaltung von jeglichen Erzeugnissen, egal ob 2D oder 3D. Als Erzeugnis gelten unter anderem jeder handwerkliche Gegenstand, einschließlich der Verpackung, Ausstattung, grafischer Symbole, sowie Einzelteile, die zu einem komplexen Erzeugnis zusammengebaut werden sollen.

### WIE LANGE HÄLT DER SCHUTZ AN?

Mit einem geschützten Design erlangen Handwerksbetriebe ein zeitlich begrenztes, ausschließliches Recht, das Design alleine zu nutzen – sei es eine Grafik, ein Produkt oder das Logo der Firma in der konkreten Form und Farbe. Die zeitliche Schutzdauer beträgt zunächst fünf Jahre und kann schließlich bis auf maximal 25 Jahre verlängert werden.

### WAS KOSTET EIN DESIGN UND WIE KANN ICH MEIN DESIGN VERWERTEN?

Die Erstanmeldung eines Designs beim Deutschen Patent- und Markenamt kostet bei einer elektronischen Anmeldung 60 Euro und bei einer analogen Anmeldung 70 Euro. Nach den ersten fünf Jahren ist eine Verlängerungsgebühr in Höhe von 90 Euro zu zahlen, die dann im zeitlichen Verlauf gestaffelt steigt (siehe Tabelle, Seite 66). Das Design kann dabei einerseits für die eigene Firma genutzt und zu Werbezwecken eingesetzt werden, andererseits aber auch über eine Lizenzierung als zusätzliche Einnahmequelle dienen. Das heißt, der Designinhaber kann aufgrund seines Ausschließlichkeitsrechts Dritten die Befugnis (Lizenz) verkaufen, sein Design zu verwenden.

**Praxistipp:** Handwerksbetriebe können als Designinhaber selbst entscheiden, in welchem Umfang (beispielsweise nur online/offline) und für welche Dauer sie die Lizenz vergeben wollen. Je umfangreicher und länger die Lizenz vergeben wird, desto mehr können Sie als Inhaber des Ausschließlichkeitsrechts verdienen.

### WAS MUSS ICH BEI DER GESTALTUNG MEINER WEBSITE BEACHTEN?

Wie schon beschrieben, schützt das Design die Form- und Farbgestaltung >

von Erzeugnissen. Wer also auf seiner Web-site bestimmte Produkte, beispielsweise als Referenzen oder als Hinweis auf die verwendeten Produkte, einbinden will, muss zwei Punkte beachten: Erstens sollten Sie unbedingt klären, ob das Produkt designrechtlich geschützt ist, und zweitens, ob bei der Nutzung zusätzlich nicht auch noch Urheberrechte zu beachten sind – Design und Urheberrechte schließen sich nicht aus!

**Beispiel:** Wer seine Homepage neu gestalten will und hierbei fremde Grafiken oder Designs von bekannten Herstellern nutzt, muss sich hierzu vorab die entsprechenden Lizenzen einholen. Das gilt gleichermaßen auch für die Nutzung nicht selbst erstellter Texte (z.B. Bedienungsanleitungen von Maschinen). Das Kopieren fremder Textinhalte und Bilder kann zum einen Designrechte verletzen, aber zum anderen eben auch die Rechte der Urheber von Texten und Grafiken an ihrem Werk. Beide Rechtsverstöße können zu einer kostenpflichtigen Abmahnung führen.

**Achtung:** Wie auch schon bei Bildern und Musik gilt: Nur weil Grafiken und Texte im Internet frei zugänglich sind, heißt das nicht automatisch, dass diese Erzeugnisse auch frei genutzt werden dürfen. Der Merksatz lautet immer: „Kostenfrei heißt nicht rechtfrei!“

## WIE KOMME ICH AN LIZENZEN, UM DESIGNS NUTZEN ZU KÖNNEN?

Die Lizenzen können nur vom jeweiligen Rechteinhaber vergeben werden. Beim Design ist das der Designinhaber und beim Urheberrecht der Urheber. Haben die ursprünglichen Rechteinhaber bereits einer Person eine Lizenz erteilt, kann dieser neue Lizenznehmer unter Umständen auch eine Unterlizenz erteilen. Im Zweifel sollten Betriebe aber immer beim originären Inhaber der Lizenz nachfragen. So können böse Überraschungen wie kostenpflichtige Abmahnungen vermieden werden.

**Praxistipp:** Beim Kauf einer Lizenz sollten Sie immer darauf achten, für welche Bereiche und für welche Dauer diese Nutzungserlaubnis gewährt wird. Trotz einer Lizenzierung eines Designs für den Onlinebereich kann beispielweise die Nutzung der Kreativarbeit in den sozialen Netzwerken ausgeschlossen sein. Betriebe dürfen die teuer lizenzierte Grafik dann etwa nicht bei Facebook, Twitter und Instagram posten.

## Gebühren Das kostet Sie der Schutz Ihres Designs

Sie waren kreativ und möchten Ihre Design-Idee schützen lassen? Der nachfolgenden Tabelle können Sie die aktuellen Kosten einer Design-Anmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) und die Aufrechterhaltungsgebühren entnehmen. Die maximale Schutzdauer beträgt 25 Jahre.

ANMELDEGEBÜHREN		AUFRECHTERHALTUNGSGEBÜHREN	
	KOSTEN	für jedes eingetragene Design	KOSTEN
Einzelanmeldung (elektronisch)	60 €	für das 6. bis 10. Schutzjahr	90 €
Einzelanmeldung	70 €	für das 11. bis 15. Schutzjahr	120 €
Sammelanmeldung mit 15 Designs (elektronisch)	90 €	für das 16. bis 20. Schutzjahr	150 €
Sammelanmeldung mit 15 Designs	105 €	für das 21. bis 25. Schutzjahr	180 €
		Verspätungszuschlag	50 €

## Überblick So sind Texte geschützt

Sie wollen nicht nur Designs, sondern auch fremde Texte (z. B. Bedienungsanleitungen für Maschinen) für Ihre Website nutzen? Dann sollten Sie aufpassen. Neben Werken der Musik und Lichtbildwerken sind auch Texte durch § 2 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) geschützt. Autoren erhalten als Urheber eines literarischen Werks durch die Fertigstellung automatisch folgende Rechte:

### URHEBERPERSÖNLICHKEITSRECHTE.

Die Urheberpersönlichkeitsrechte setzen sich aus dem Veröffentlichungsrecht, dem Recht auf Anerkennung der Urheberschaft und dem Recht, eine Entstellung des Werks zu verbieten, zusammen.

### VERWERTUNGSRECHTE.

Wie und in welcher Form ein Werk vervielfältigt und verbreitet wird, entscheidet der Urheber aufgrund der Verwertungsrechte allein. Dabei wird zwischen einer körperlichen Form (gedruckte Werke wie z. B. Bücher) und einer unkörperlichen Form (digitale Werke wie z. B. E-Books) der Verwertung unterschieden. Bei der körperlichen Form ist gemäß § 17 Abs. 2 UrhG das Verschenken, Weiterverkaufen oder Verleihen erlaubt, bei der unkörperlichen Form ist ausschließlich das Lesen erlaubt.

### NUTZUNGSRECHTE.

Durch die Nutzungsrechte kann der Urheber Dritten die Befugnis erteilen, sein Werk zu nutzen. Beispielsweise können Sie als Handwerksunternehmer auf diese Weise einen fremden Text auf Ihre Website stellen. Festgehalten werden die Bedingungen dieser Verwertung in einem Lizenzvertrag.

## SCHÜTZT DIE BEAUFTRAGUNG EINER WERBEAGENTUR VOR ABMAHNUNGEN?

Wem das alles zu viele Formalien sind, könnte denken, dass die Einschaltung einer Werbeagentur oder eines selbstständigen Grafikers von einer möglichen Haftung befreit. Leider nein! Denn der nach außen in Erscheinung tretende Handwerksbetrieb haftet im Zweifelsfall auch nach außen. Daher sollten Sie nicht nur bei geschützten Bildern oder Musik, sondern auch bei Designs, Grafiken sowie Texten immer die Augen offen halten und die Rechte im Vorfeld klären.

**Praxistipp:** Beim Innenverhältnis zur Werbeagentur (oder z. B. zum freien Gra-

fiker) können Sie allerdings für einen solchen Fall vorsorgen: Im Vertrag mit den Kreativen sollten Sie sich unbedingt einen Regressanspruch vorbehalten. Unter [handwerk-magazin.de/grafiker-vertrag](http://handwerk-magazin.de/grafiker-vertrag) finden Sie hierfür einen passenden Mustervertrag als Arbeitshilfe. hm

*ramon.kadel@handwerk-magazin.de*



### Rahmenvertrag über Designleistungen

Stellen Sie mithilfe eines Vertragsmusters die Zusammenarbeit mit Grafikern auf eine rechtlich sichere Grundlage. [www.handwerk-magazin.de/grafiker-vertrag](http://www.handwerk-magazin.de/grafiker-vertrag)

TRIKOTAKTION + JAHRESABO

# 1:0 FÜR SIE!

## Treffer sicher werben mit der Trikotaktion von handwerk magazin



Eine  
komplette  
**Adidas-Trikot-  
Ausstattung**

~~899€\*~~  
UVP inkl. Beflockung  
und MwSt. für Trikotsatz,  
inkl. 99,90 € Abo  
handwerk magazin

 powered by 

- 12 adidas Spieler-Trikots
- 12 adidas Trikot-Hosen kurz
- 12 adidas Paar Stutzen
- 1 adidas Torwart-Komplett-Satz
- Beflockung mit dem Logo Ihres Handwerksbetriebs
- Beflockung für einen Verein Ihrer Wahl
- 4 Trikotfarben (Weiß, Blau, Rot und Schwarz)
- und Größen S-XXL stehen zur Verfügung
- ein Jahresabo des handwerk magazin



**&** ein Jahresabo  
handwerk magazin

für nur

**479€**

inkl. handwerk magazin Jahresabo  
und 19 % MwSt. (Nettopreis 402,52€)

**INKL. BEFLOCKUNG**

Falls Sie bereits ein  
handwerk magazin Abo  
besitzen zahlen Sie nur  
**459€** inkl. 19 % MwSt.  
(Nettopreis 385,71€)

Alle Informationen unter:

[www.handwerk-magazin.de/trikots](http://www.handwerk-magazin.de/trikots)

oder **Telefon 0160/8195561**

**handwerk  
magazin**

\* Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers inkl. Beflockung, brutto inkl. 19 % handelsüblicher MwSt., inkl. 99,90 € für das Jahresabo handwerk magazin

# VERSETZUNG gefährdet

Bislang müssen Arbeitnehmer Versetzungsanordnungen bis zur gerichtlichen Klärung befolgen. Das Bundesarbeitsgericht entschied jetzt aber anders – zu Ungunsten der Unternehmer.

Autor **Jens Köhler\***, **Ramón Kadel**

## DER FALL

2015 versetzte ein Telekommunikations- und Immobilienunternehmen einen angestellten Immobilienkaufmann von seinem bisherigen Arbeitsort in Dortmund an den Standort Berlin. Auch nach zweimaliger Abmahnung weigerte sich der Arbeitnehmer, der Versetzungsanordnung Folge zu leisten, woraufhin das Arbeitsverhältnis fristlos gekündigt wurde.

Nach der bisherigen Rechtsprechung war die Sachlage klar: Der Arbeitnehmer hatte der Weisung des Arbeitgebers zu folgen, ansonsten drohte ihm der Verlust des Vergütungsanspruchs und im schlimmsten Fall die Kündigung. Zwar konnte er sich gerichtlich gegen die Weisung zur Wehr setzen – bis zur rechtskräftigen Entscheidung hatte der Arbeitnehmer der Weisung jedoch Folge zu leisten.

## DAS URTEIL

Das Bundesarbeitsgericht (BAG) in Erfurt entschied, dass das Abschätzungsrisiko der Unbilligkeit einer Anweisung nun der Unternehmer zu tragen hat (Az.: 10 AZR 330/16 (A)). Ein Arbeitnehmer muss also einer unbilligen Weisung des Arbeitgebers nicht mehr folgen. Die Begründung: Die alte Regelung belaste den Arbeitnehmer als „Gestaltungsoffer“ einseitig, da er zunächst eine gerichtliche Klärung über die Rechtmäßigkeit der Weisung herbeiführen müsse, wenn er keine Sanktionen riskieren möchte.

## DIE PRAXISFOLGEN

Durch die Entscheidung der Erfurter Richter erhöhen sich das Risiko der Rechtsunsicherheit und einer Belastung des Arbeitsverhältnisses. Stellt sich nach einer häufig mehrere Monate dau-



ernden, arbeitsgerichtlichen Auseinandersetzung heraus, dass die Weisung des Arbeitgebers doch wirksam war, muss der Arbeitnehmer die arbeitsrechtlichen Konsequenzen bis hin zur Kündigung tragen. Stellt sich jedoch die Unbilligkeit der arbeitgeberseitigen Weisung heraus, besteht ein Verzugsanspruch in Form der Lohnnachzahlung. Abmahnung und Kündigung sind dann unwirksam.

## DER TIPP

Es wäre begrüßenswert gewesen,

**Arbeitnehmer** müssen einer Versetzungsanordnung bis zur gerichtlichen Klärung nicht mehr folgen.

die frühere Rechtsansicht beizubehalten – hier waren sich der 10. und 5. Senat des BAG uneinig. Der 5. Senat hat nun zu Ungunsten der Unternehmer nachgegeben. Die Möglichkeit der Klärung im Rahmen eines einstweiligen Verfügungsverfahrens, in dem die Interessen beider Parteien in aller Regel ausgewogen berücksichtigt werden, ist bisher ein ausreichender Schutz der Arbeitnehmerinteressen. So sieht es nun die Rechtsprechung leider nicht mehr.

Für Handwerksunternehmer empfiehlt es sich daher, bei Verweigerung einer Versetzung oder der Änderung der Arbeitszeiten das persönliche Gespräch mit dem Arbeitnehmer zu suchen und ihm die drohenden Konsequenzen mit Abmahnung sowie Kündigung aufzuzeigen. Reagiert der Mitarbeiter nicht, droht Chefs das volle Annahmeverzugsrisiko. **hm**

[ramon.kadel@handwerk-magazin.de](mailto:ramon.kadel@handwerk-magazin.de)



**Weitere Urteile im Überblick.** Die wichtigsten Gerichtsentscheidungen für das Handwerk: [handwerk-magazin.de/urteil-des-monats](http://handwerk-magazin.de/urteil-des-monats)

# DIE BESTEN ARBEITSHILFEN!

## KOSTENLOS UND ÜBERARBEITET

**handwerk magazin**  
www.handwerk-magazin.de

Musterbrief:  
**Auftragsbestätigung  
BAUVORHABEN  
VOB/B-Vertrag**

Subbeauftragung SUBUNTERNEHMER

**Arbeitshilfen  
NUR FÜR KURZE  
ZEIT GRATIS**  
Für Sie zum  
Herunterladen

Profitieren Sie jederzeit von **kompetenten Arbeitshilfen** und **Branchen-Tipps** auf Abruf.

Ob Steuertipps, Marktübersichten, Personal- oder Finanzierungsfragen – im Downloadbereich von »handwerk magazin« finden Sie garantiert Hilfreiches zu Ihren Fragen.

Nützliche Arbeitshilfen jetzt herunterladen unter  
**[www.handwerk-magazin.de/arbeitshilfen](http://www.handwerk-magazin.de/arbeitshilfen)**

## MELDUNGEN

### NEUE VORAUSSETZUNG FÜR OFFENE LADENKASSE

## KUNDEN dürfen namentlich nicht bekannt sein

In den Jahren 2016 und 2017 hat die Entwicklung der Thematik Kassenführung, elektronische Kassen und offene Ladenkassen ständig Anlass zur Berichterstattung gegeben (handwerk magazin berichtete ausführlich in der Ausgabe 08/2017). Denn die Gesetzgebung hierzu unterliegt ständiger Veränderung, bedingt durch Finanzgerichtsprozesse, Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs (BFH) und Verwaltungsanweisungen seitens der Finanzverwaltung. Steuerberaterin Bettina M. Rau-Franz warnt jetzt vor einer neuen Entwicklung: „Finanzämter vertreten immer häufiger die Auffassung, dass die offene Ladenkasse nur dann anzuwenden ist, wenn die Kunden namentlich dem Unternehmer nicht bekannt sind. Dies ist laut Finanzverwaltung zum Beispiel der Fall, wenn man in einem Schnellrestaurant eine Pizza oder an einem Kiosk eine Zeitschrift kauft“, erklärt die Partnerin der Steuerberatungs- und Rechtsanwaltskanzlei



**Fiskus:** Offene Ladenkasse nur bei „Laufkundschaft“.

Roland Franz & Partner in Düsseldorf, Essen und Velbert. „Überall dort, wo aufgrund der Besonderheit des Unternehmens die Namen der Kunden bekannt sind, unterstellt die Finanzverwaltung aber neuerdings, dass hier entsprechende Belege anzufertigen und diese Bestandteil der ordnungsgemäßen Kassenführung sind.“ Betroffen seien hiervon beispielsweise Friseurbetriebe, die einen festen Kundenstamm und nicht ausschließlich Laufkundschaft haben. „Ob diese Auffassung der Finanzverwaltung rechtlich hält, wird sich in Zukunft durch entsprechende Urteile der Finanzgerichte oder des Bundesfinanzhofes zeigen“, prognostiziert die Steuerexpertin. „Aus Vorsichtsgründen kann man daher nur allen betroffenen Unternehmern empfehlen, entsprechende Aufzeichnungen im Zusammenhang mit ihren Terminkalendern zu führen, Einzelbelege zu erstellen und diese zu den Kassenunterlagen hinzuzufügen.“

**rak**

### GEBRAUCHTWAGENKAUF

## Schäden müssen ERKENNBAR sein

Der Erwerb eines Gebrauchtwagens ist oftmals der berühmte Kauf der „Katze im Sack“: Käufer wissen oft nicht, welche Schäden das Fahrzeug wirklich hat. Dem hat jetzt das Oberlandesgericht Oldenburg einen Riegel vorgeschoben. Im verhandelten Fall kaufte eine Frau ein gebrauchtes Auto für etwa 5.000 Euro und stellte schon nach kurzer Zeit große Vorschäden fest. Sie verlangte daraufhin ihr Geld zurück, was der Verkäufer ablehnte. Der Händler bezog sich auf die Formulierung im Kaufvertrag „gekauft wie gesehen“. Die Richter gaben aber der Klägerin Recht: Erst der Sachverständige habe einen erheblichen Unfallschaden feststellen können – die Formulierung beziehe sich aber nur auf Mängel, die auch für Laien erkennbar seien (Az.: 9 U 29/17). Aus der Haftung wäre der Verkäufer laut Arbeitsgemeinschaft Verkehrsrecht des Deutschen Anwaltvereins (DAV) nur gewesen, wenn er im Kaufvertrag einen umfangreichen Haftungsausschluss für alle ihm nicht bekannten Mängel festgeschrieben hätte. Das hatte er aber versäumt. **rak**

# 14,7



Milliarden Euro weniger im Vergleich zu heute sollen laut Institut der deutschen Wirtschaft 2035 die Staatseinnahmen aus der Einkommensteuer betragen. Grund: Die immer älter werdende Gesellschaft schrumpft das Steueraufkommen.

### PERSONALRAT

## Kündigung bei falschen Angaben UNWIRKSAM

Bei falschen Angaben vor einer Mitarbeitervertretung droht eine Kündigung unwirksam zu werden. In einem Fall vor dem Arbeitsgericht Kaiserslautern kündigte ein Arbeitgeber einer Mitarbeiterin krankheitsbedingt. Vor dem Personalrat gab er allerdings fälschlicherweise an, dass die Frau verheiratet sei. Die Richter entschieden, dass eine solche Kündigung keinen Bestand hat, da objektiv falsche Angaben gemacht wurden. Diese führten dazu, dass die Anhörung vor dem Personalrat unwirksam war – und damit auch die Kündigung (Az.: 1 Ca 685/16). **rak**



**Familienstand** falsch: Gericht stoppt Kündigung.





**Bare und unbare Geschäftsvorfälle** wie EC-Kartenumsätze sollten buchhalterisch getrennt werden.

#### ABGABENORDNUNG

## EC-Kartenumsatz **GETRENNT** verbuchen

In der Unternehmenspraxis werden häufig EC-Kartenumsätze in der Buchführung so gebucht, dass die täglichen Umsätze insgesamt, also inklusive der bargeldlosen Geschäftsvorfälle (EC-Kartenzahlung), in der Tageslosung erfasst werden. Dabei werden die EC-Kartenzahlungen quasi als „Ausgabe“ wieder aus dem Kassenbuch ausgetragen. Zu einem späteren Zeitpunkt wird dann der Gesamtbetrag der Umsätze entsprechend im Kassenkonto gebucht und die EC-Kartenumsätze werden wiederum über das Geldtransitkonto ausgebucht (durchlaufender Posten). Dieser Vorgehensweise hat das Bundesministerium der Finanzen (BMF) in einem aktuellen Schreiben nun einen Riegel vorgeschoben.

ben (IVA 4 – S 0316/13/10003): Im Kassenbuch seien nur Bareinnahmen und -ausgaben zu erfassen, die Erfassung unbarer Geschäftsvorfälle stelle dagegen einen formellen Mangel dar und widerspreche dem Grundsatz der Wahrheit und Klarheit einer kaufmännischen Buchführung. Der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) empfiehlt daher in seiner aktuellen „Steuerinfo“, die unbaren und baren Geschäftsvorfälle buchhalterisch zu trennen. Sollte das nicht möglich sein, sollten in die Verfahrensdokumentation unbedingt eindeutige Regelungen und die Beschreibung der Erfassung der bargeldlosen Zahlungen aufgenommen werden. **rak**

#### WEB-KUNDENBEWERTUNGEN

## GEFAHR der irreführenden Werbung

Um verbotene Schleichwerbung zu vermeiden, lassen manche Unternehmen Kunden für sie sprechen. Experten der ARAG Versicherung aber warnen: Web-Kundenbewertungen können irreführende Werbung sein. In einem konkreten Fall war ein Waschmittelhersteller vom Wettbewerbsverband abgemahnt worden, weil er ohne Beweis damit warb, dass man mit seiner „Zauberkugel“ Waschmittel sparen könne. Vor und nach Abgabe der im Zuge dessen erfolgten Unterlassungserklärung veröffentlichte die Firma auf der Website aber trotzdem Kundenbewertungen, die suggerierten, man verbrauche mit dem Produkt weniger Waschmittel. Das Oberlandesgericht Köln ordnete daraufhin das Löschen der Kundenkommentare an (Az.: 6 U 161/16). **rak**



**Web-Kundenbewertungen** können auch irreführend und damit illegal sein.

#### GESETZLICHE UNFALLVERSICHERUNG

## SKI-STURZ kein Arbeitsunfall



**Skifahren** bei einer Tagung erfolgt auf eigene Gefahr.

Wer sich beim Skifahren während einer Tagung verletzt, kann sich in der Regel nicht auf einen Arbeitsunfall berufen und seine gesetzliche Unfallversicherung in Anspruch nehmen. Sportliche Betätigungen stehen laut Experten der ARAG Versicherung nur dann unter dem Schutz der gesetzlichen Unfallversicherung, wenn sie konkret zum Tagungsinhalt und Zweck der betrieblichen Veranstaltung gehören. Ein Beispiel hierfür wäre ein Bootcamp, bei dem die Teilnehmer als Bestandteil des Events an ihre körperlichen und psychischen Grenzen geführt werden. Im konkreten Fall vor dem Landessozialgericht Hessen stand Skifahren allerdings nur als Freizeitaktivität auf dem Programm der Tagung. Die dabei entstandenen Kosten der Schulterverletzung einer Führungskraft mussten daher auch nicht von der gesetzlichen Unfallversicherung übernommen werden, wie es der Kläger zunächst verlangte (Az.: L 9 U 69/14). **rak**



#### RECHT & STEUERN-NEWSLETTER

Kostenlose Rechts- und Steuertipps für Handwerksunternehmer per E-Mail; exklusiv für Abonnenten: [handwerk-magazin.de/recht&steuern](http://handwerk-magazin.de/recht&steuern)

# »Ich HÖRE immer auf meinen Bauch«

2016 stürmte die Malerin und Lackiererin Kerstin Ott mit „Die immer lacht“ überraschend die deutschen Charts. Jetzt ist sie im Musikbusiness angekommen und als Mensch durch ihren Metierwechsel ordentlich gewachsen.

Autorin **Petra Nickisch-Kohnke**

»Ich wusste anfangs ja nicht, ob ich von der Musik überhaupt leben kann.«

**Kerstin Ott** kann jetzt erst ihre Konzerte und Auftritte genießen: Hier steht sie auf der Waldbühne in Berlin bei der „Schlagernacht des Jahres 2017“.



In Fliegerjacke und Jeans steht Kerstin Ott allein auf der Waldbühne in Berlin. Nur ihre Gitarre und ein Mikro sind bei ihr. Sie blickt in die Augenpaare tausender Fans, die an diesem Sommertag eine schöne „Schlagernacht des Jahres 2017“ erleben wollen. Hunderte Smartphone-Kameras sind auf sie gerichtet. „Mann, ich bin so geflasht hier gerade“, bricht es aus ihr heraus. „Vor ein paar Jahren habe ich mir ein Pink-Konzert angeguckt. Jetzt stehe ich selber auf der Bühne. Und zitter mir voll einen ab. Ich hoffe, ihr seht das nicht. Los geht's!“

Kerstin Ott greift in die Saiten und startet ihren Song, der sie 2016 überraschend berühmt gemacht hat, „Die immer lacht“. Vom ersten Wort an singt ihr Publikum inbrünstig mit. Es geht um eine Frau, die sich nach außen als strahlender Sonnenschein zeigt, während es in ihrem Inneren ganz anders aussieht. Tränen lässt sie nur fließen, wenn sie allein ist, was die Sängerin erkennt und ihr liebevoll Mut macht, zu ihren wahren Gefühlen zu stehen.

#### **MIKRO STATT MALERPINSEL**

Genau so, wie es Kerstin Ott gerade selbst auf der Bühne lebt. Sie versteckt ihr Lampenfieber nicht hinter Schminke und Glitzerkostümen. Sie zeigt ehrlich, dass sie Newcomerin im Showgeschäft ist, erst vor wenigen Monaten den Malerpinsel gegen das Mikrofon getauscht hat. Und genau dieses Unverfälschte, dieses Echte kommt an. Dass ihr Text nicht aus der Retorte stammt, sondern aus den Tiefen ihres Herzens, scheinen die Fans zu spüren. Ursprünglich schrieb ihn Kerstin Ott vor rund 15 Jahren für eine Freundin, der es zu diesem Zeitpunkt nicht gut ging. Er landete auf Youtube, wurde dort vom DJ- und Produzentenduo Stereoact entdeckt, mit neuen Beats unterlegt und Ende 2015 veröffentlicht. Innerhalb kürzester Zeit erklomm „Die immer lacht“ die Charts bis auf Platz zwei und räumte sogar den Deutschen Musikautorenpreis in der Kategorie „Erfolgreichstes Werk 2016“ ab. Otts Debütalbum „Herzbewohner“, ein Mix aus Dance-Pop und deutschspra- >

chigem Schlager, erreichte dieses Jahr den Chart-Platz vier.

## SIE MAG DAS HANDWERK

Dass ihre Karriere einmal so eine Wende nehmen könnte, hätte die 35-Jährige selbst nicht gedacht. Obwohl sie schon als Kind Gitarre spielte und im Chor von Rolf Zuckowski sang, schwor sie sich als Teenager nach einem – vor Aufregung – verpatzten Auftritt bei einem Talentwettbewerb: „Nie wieder auf die Bühne!“

Sie begann eine Ausbildung als Malerin und Lackiererin in einem kleinen Familienbetrieb und arbeitete danach in diesem Beruf, die letzten zehn Jahre selbstständig als Ein-Frau-Betrieb. „Ich mochte das Handwerk, das Kreativsein“, blickt sie zurück. Als sich völlig unerwartet der musikalische Erfolg einstellte, war es gar nicht so leicht für sie, das Metier zu wechseln. Neben der Sorge, sich zu blamieren, waren auch die Menschenmassen und die neuen Arbeitszeiten gewöhnungsbedürftig.

Ihre ersten Auftritte absolvierte sie in Diskotheken, nachts um zwei Uhr, da liefen ihre Malerjobs noch parallel. Sogar ihr erstes Radiointerview führte sie nebenbei beim Toilettenstreichen. „Ich wusste ja nicht, ob ich von der Musik überhaupt leben kann und wie lange das gut geht.“ Sich mit zwei Berufen gleichzeitig zu überfordern war aber auch keine Alternative, und es blieb ihr bald nichts anderes übrig, als sich für einen Weg zu entscheiden – die Musik.

## IHR VERTRAUEN WÄCHST

„Am Anfang habe ich mir noch jeden Monat eine neue Maschine gekauft“, erzählt Ott. „Säge, Akkuschauber, Schleifer, Werkzeugkasten, Motorsäge ... Ich dachte, wenn es mal nicht weitergeht mit der Musik, dann habe ich das schon.“ Doch es ging weiter. 200 bis 250 Auftritte, so ihre Schätzung, hat sie bereits hinter sich gebracht. Von der Ski-Hütte über ein Kreuzfahrtschiff bis zur größten Silvesterparty Deutschlands am Brandenburger Tor war alles dabei. Den Zitterpartien vom Anfang kann sie jetzt Erfahrung, fast schon



## Konzerttermine von Kerstin Ott

2016 platzierte Kerstin Ott ihre Single „Scheissmelodie“ in den Charts. Im gleichen Jahr erschien ihr Debütalbum „Herzbewohner“. Es erreichte im Januar 2017 Platz 4 der deutschen Albumcharts, wurde bisher 175.000-mal verkauft und erreichte bereits wenige Wochen nach Veröffentlichung Goldstatus. Im März 2017 erhielt sie in der Sparte „Erfolgreichstes Werk“ den Deutschen Musikautorenpreis.

- 10.03.2018** Hamburg, Barclaycard Arena
- 24.03.2018** Falkensee, Stadthalle
- 14.04.2018** Leipzig, Arena Leipzig
- 21.04.2018** Hof/Saale

Routine entgegensetzen. „Heute ist das ein selbstverständlicher Ablauf“, sagt sie. „Von Auftritt zu Auftritt weiß man mehr. Es fängt sogar gerade an, dass ich die Auftritte genieße.“

Am liebsten ist sie jedoch im Studio. Sie mag diesen kreativen Entstehungsprozess eines Liedes, besonders den Moment des Durchbruchs. „Wenn man weiß – das ist es!“ Diese Zufriedenheit vergleicht sie mit ihrem früheren Tagesabschluss als Malerin, wenn ein Raum fertig gestaltet war und sie sich sagen konnte, etwas Besonderes geschaffen zu haben.

Stressige Momente kennt die Songwriterin trotzdem. Wochen, die endlos vollgestopft sind mit Reisen und Terminen, vielen Menschen, die sie ansprechen, anfassen, Selfies mit ihr wollen. Das wiederum ist nicht zu vergleichen mit ihrem alten Job, den sie oft ganz allein auf einer Baustelle erledigt hat. „Die Wand spricht einen da nicht an ...“, grinst sie. „Ich bin

ein Ruhe-Mensch und kann schlecht mit der ganzen Aufmerksamkeit umgehen. Dafür musste ich jetzt erst Wege finden.“ Bewusst schafft sie sich Auszeiten, in denen sie alles sacken lassen kann. Wenn möglich, verbringt sie täglich eine Stunde am Wasser, um allein zu sein und gar nichts zu tun, um in sich hineinzuhorchen, welches die nächsten Schritte sind. „Ich höre immer auf meinen Bauch.“

## VIEL UNTERSTÜTZUNG DURCH FAMILIE UND FREUNDE

Ihre engsten Mitarbeiter sind jetzt ihre Ehefrau und Tourmanagerin Karolina, ihr Bruder, der die Autofahrten zu den Auftritten übernimmt und ihr Manager, ein guter Freund, der sich in der ihr noch fremden Branche auskennt.

Was ihr Faible für das handwerklich-künstlerische Schaffen angeht, das konnte die Chart-Erfolge keineswegs ausbremsen. Den Raum, den sie sich in ihrem Heimatort Heide als Tonstudio gemietet hat, baute sie selber um, mit neuen Podesten und einer Malecke, in der Karolina malen kann, während sie Musik macht. Manchmal malt das Paar auch gemeinsam, ihre Bilder schmücken in Heide den einen oder anderen Geschäftsraum. Zu Hause ist mit neuen Kaninchen auch ein von Ott selbst gebauter Kaninchenstall eingezogen.

Für die berufliche Zukunft bleibt also nach wie vor alles drin. Musikerin, Künstlerin, Handwerkerin oder vielleicht doch etwas Neues? Kerstin Ott ist offen für alles, was ihr das Leben noch so bringt. Als Nächstes wird sie Buchautorin. Mit dem Aufschreiben ihrer autobiografischen Geschichten, die ein Verlag spätestens Anfang 2019 veröffentlichen will, hat sie gerade begonnen. **hm**

[cornelia.hefer@handwerk-magazin.de](mailto:cornelia.hefer@handwerk-magazin.de)



## Das tun andere Kollegen privat

Maler als Kampfsportler, Friseur als Comedy-Abende-Veranstalter u.v.m. Was andere Kollegen so machen: [www.handwerk-magazin.de/handwerker-privat](http://www.handwerk-magazin.de/handwerker-privat)

# NICÉPHORE NIÉPCE, Fotograf

## Er machte 1826 die erste bis heute erhaltene lichtbeständige Fotografie der Welt.

**D**er Titel der Aufnahme hätte nicht schlichter sein können: „La cour du domaine du Gras“, auf Deutsch „Der Hof des Gutshofes von Le Gras“. So nannte Joseph Nicéphore Niépce 1826 sein erstes gelungenes, im Positivverfahren hergestelltes Foto. Schon seit etlichen Jahren hatte der 1765 in Chalon-sur-Saône geborene ehemalige Offizier mit Lithografie experimentiert. 1816 gelingt ihm, die Bilder einer Camera obscura kurze Zeit auf Chlorsilberpapier festzuhalten. Doch das Ergebnis ließ sich nicht fixie-

ren. 1824 reproduzierte er einen Kupferstich – eine erste Fotokopie. Dann kommt der Durchbruch: Mit einer Camera obscura und einer 21 x 16 cm großen polierten Zinnplatte, die er mit lichtempfindlichem Asphalt beschichtet. Der Asphalt härtet unter Lichteinwirkung aus, er lässt sich mit Lavendelöl entwickeln. Acht Stunden dauert die Belichtung. Doch niemand interessiert sich für das Bild. Niépce stirbt 1833, ohne den Erfolg der Fotografie nach seinem Verfahren zu erleben. [olaf.deininger@handwerk-magazin.de](mailto:olaf.deininger@handwerk-magazin.de)



**Der erste Fotograf der Welt.** Nur sechs Jahre nach seinem Tod erreichte die Fotografie im Jahre 1839 nach seinem Verfahren die Marktreife.



### Historische Persönlichkeiten

Noch mehr historische Handwerker-Kollegen, die Sie kennen sollten: [www.handwerk-magazin.de/historisch](http://www.handwerk-magazin.de/historisch)



Thomas Graber

Neuerscheinung

# MeTime –

eine Philosophie für mehr Lebensqualität



**Zeitmanagement |  
Stressbewältigung |  
Burn-out-Prävention**

Denn: Alles, was hilft, die Batterien aufzutanken, macht fit und glücklich! MeTime – Zeit für mich!

**MeTime – eine Philosophie für mehr Lebensqualität**

Bestell-Nr. 1547.01 | Softcover  
17,0 x 24,0 cm | 84 Seiten

**17,90 €**

**HOLZMANN** . MEDIEN

[www.holzmann-medienshop.de](http://www.holzmann-medienshop.de)

**3S Massiv-Halle**  
ab 24.970 € + MwSt.

**Neu!**  
la-Schall- und Wärmeschutz



Katalog: 3IS Selbstbau OT - 37081 Göttingen  
Maschmühlenweg 99 - Web: [www.3s-gewerbebau.de](http://www.3s-gewerbebau.de)  
Fax 0551-38 39 038 - Tel: 0551-38 39 00

**CONRADS**  
KOMPETENT FÜR HALLEN

**Lager- & Produktionshallen  
Lagerschuppen**



Lagerhalle 300 m<sup>2</sup>  
leicht isoliert  
ab 35.000 €

Tel. 0 24 02 / 98 94 - 0  
[www.conrads-gewerbehallen.de](http://www.conrads-gewerbehallen.de)

Unsere Anzeigenabteilung erreichen Sie unter:  
Telefon 08247/354-194

Anzeigenschluss für Heft 3/2018 ist am 5. Februar 2018.

**Geschäfts-/Immobilien Probleme?**  
25 Jahre Erfahrung, Erstgespräch frei  
[www.wirtschaftskanzlei-ewm.com](http://www.wirtschaftskanzlei-ewm.com)

**E·L·F**

**HALLENBAU**  
Werkstatt • Büro • Lager

**Wir beraten vor Ort!**



**Tel. 05531 99056-0**  
Lüchtringer Weg 52 • 37603 Holzminde

**[www.elf-hallen.de](http://www.elf-hallen.de)**

## UNTERWÄSCHE TES(S)T

# TESTEN SIE die neue Funktionswäsche von Tess



Was Frau oder Mann im Job „drunter“ tragen, gehört zwar nicht offiziell zur Berufskleidung, ist aber für Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit mindestens genauso wichtig. Erleben Sie jetzt, wie sich hochwertige Funktionswäsche im Vergleich zu klassischer Baumwolle anfühlt!

### Die Aktion

Gemeinsam mit der Tess GmbH in München möchte handwerk magazin drei Handwerksbetrieben die Möglichkeit geben, die für den Ein-

satz im beruflichen Bereich konzipierte Funktionsbekleidung für Damen und Herren zu testen. Bewerben können sich sowohl Handwerksbetriebe, deren Mitarbeiter im Außenbereich arbeiten, als auch Betriebe, bei denen die Mitarbeiter zwischen Tätigkeiten im Innen- und Außenbereich wechseln.

### Der Testablauf

Aus allen eingehenden Bewerbungen wählen Tess und handwerk magazin drei Betriebe aus, die Testwäsche für maximal zehn Mitarbeiter pro Betrieb wird in den angeforderten Größen Anfang März an die Betriebe geschickt. Der Test läuft dann bis Mitte April, in dieser Phase sollten die Mitarbeiter die Wäsche so häufig wie möglich tragen. Nach Ablauf des Tests ist ein kurzes Feedbackgespräch geplant, in dem die Tester der Redaktion und dem Hersteller ihre Erfahrungen mitteilen.

### Die Testwäsche

Die Tester können zwischen zwei Qualitäten in schwarzer Farbe wählen. Die Premium-Modelle gibt es jeweils für Damen und Herren.

## 1.

Die **Premium-Modelle** mit Kurzarm haben ein Lüftungssystem mit abgestimmten Netzstrukturen und Lüftungskanälen, die die Hautfeuchte schnell nach außen ableiten, unangenehme Schweißgerüche werden durch die bakterio-statische Wirkung des eingestrickten Polypropylen reduziert.

**Einsatzzweck:** Laufender Wechsel zwischen warm und kalt, entweder umgebungsbeding-



durch den wechselnden Einsatz bei Innen- und Außenarbeiten oder durch alternierende Anstrengungs- und Ruhephasen.

## 2.

Die **Platinum-Modelle** (Unisex) mit Langarm speichern die Hautwärme durch das verwendete Primaloft-Garn und reduzieren die Rücktrocknungszeit um 40 Prozent gegenüber Baumwolle. Das außenliegende Polyamid sorgt zudem für eine hohe Abriebfestigkeit.

**Einsatzzweck:** Alle Tätigkeiten bei niedrigen Temperaturen im Außenbereich oder in kalter Umgebung (Lagerhalle etc.).

**Wichtig:** Alle Tester können die Wäsche nach Testende behalten, wenn Sie der Redaktion ein

Foto von sich und dem Team in Arbeitskleidung schicken, auf dem die Wäsche zu sehen ist.

### Ihre Bewerbung

Bitte laden Sie sich unser Bewerbungsformular von der Website herunter. Mailen oder faxen Sie uns dieses vollständig und leserlich ausgefüllt bis zum **20. Februar** zurück. Spätere Bewerbungen können wir leider nicht berücksichtigen! Hier geht es direkt zum

Bewerbungsformular:

[www.handwerk-magazin.de/waeschetest](http://www.handwerk-magazin.de/waeschetest)

## DEUTSCHER NUTZFAHRZEUGPREIS 2018

# Machen Sie mit als TESTFAHRER!

Sie sind Handwerksunternehmerin oder -unternehmer? Sie interessieren sich für Autos? Sie haben in Ihrem Fuhrpark Transporter? Dann sollten Sie sich als Testfahrerin oder -fahrer für den „Deutschen Nutzfahrzeugpreis 2018“ bewerben. Alles, was Sie dafür wissen müssen, steht in diesem Heft auf Seite 47. Die Testtage sind der 29. und 30. Juni 2018 in Bad Wörishofen. Teilnahmeschluss ist der 20. April. Bewerbungen unter: [handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis](http://handwerk-magazin.de/nutzfahrzeugpreis)



## 25.000 EURO für Erfinder

Beim Transferpreis Handwerk + Wissenschaft (Seifriz-Preis) von handwerk magazin werden auch 2018 wieder bundesweit Handwerksbetriebe ausgezeichnet, die zusammen mit einem Partner aus der Wissenschaft innovative Produkte oder Dienstleistungen entwickelt und auf den Markt gebracht haben.



Die Gewinnerteams erhalten Preisgelder in Höhe von insgesamt 25.000 Euro. Der Preis wird für erfolgreiche Kooperationsprojekte zwischen einem Handwerksbetrieb und einer Wissenschaftseinrichtung vergeben. Bewerbungen können sich Handwerker und Wissenschaftler gemeinsam, die an einer innovativen Entwicklung substantiell beteiligt sind. Ihr Projekt muss zu einem abgeschlossenen Ergebnis gekommen sein und Markterfolge oder Marktchancen aufweisen. Über die Preisvergabe entscheidet eine Jury aus Handwerk, Wissenschaft und Transferförderung unter Vorsitz von Professor Dr. Johann Löhn, Präsident der Steinbeis-Hochschule. Veranstaltet und gefördert wird der Seifriz-Preis von handwerk magazin gemeinsam mit der Signal Iduna Gruppe sowie der Steinbeis-Stiftung. Unterstützt wird er vom Zentralverband des Deutschen Handwerks, dem Baden-Württembergischen Handwerkstag, dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg sowie durch Sponsoren aus der Wirtschaft. Bewerbungsunterlagen und Informationen: [handwerk-magazin.de/technologietransfer](http://handwerk-magazin.de/technologietransfer) oder [seifriz-preis.de](http://seifriz-preis.de)  
**Bewerbungsschluss:** 16. März 2018

## 17.000 EURO für Starter

handwerk magazin sucht die besten Gründer und Nachfolger aus dem Handwerk. Bewerben lohnt sich, denn es gibt insgesamt 17.000 Euro zu gewinnen.



### Wer kann sich bewerben?

Neugründer und Nachfolger aus allen Gewerke des Handwerks. Die Gründung darf nicht länger als fünf Jahre zurückliegen, und die Gründerin / der Gründer muss mindestens ein Jahr mit dem Unternehmen am Markt sein beziehungsweise die Verantwortung tragen.

Bänden und Unternehmen werten die Bewerbungen aus.

### Wie kann ich teilnehmen?

Bewerbungsunterlagen und Infos gibt es auf: [handwerk-magazin.de/top-gruender](http://handwerk-magazin.de/top-gruender)

### Wer wählt die Sieger?

Unabhängige Experten aus Handwerk, Ver-

### Bewerbungsschluss:

30. Juni 2018



### FACEBOOK

## Wir haben eine GRUPPE

Kennenlernen, vernetzen, voneinander profitieren: Damit sich unsere Facebook-Freunde auch untereinander austauschen können, hat handwerk magazin eine Gruppe gegründet. Als Wissensnetzwerk im Handwerk, in dem Unternehmer-Themen besprochen und diskutiert werden. Schnell ist die Gruppe auf über 300 Mitglieder gewachsen, und täglich werden es mehr. Diskutiert wird alles, was Handwerker bewegt: Wie viel Zeit Unternehmer im Betrieb zubringen sollen, welche Erfahrungen Gruppenmitglieder mit Online-Bewerbungsportalen haben, wie Firmenchefs mit ihren Mitarbeitern umgehen sollen und vieles mehr. Wer mitmachen will: Einfach auf die Facebookseite von handwerk magazin gehen und Gruppenmitglied werden.

## Handwerksverbände

### Save the date

Was Sie im Kalender vormerken sollten: **Wichtige Termine der Handwerksverbände im Überblick.**



### Junioren auf der IHM

Im Rahmen der Internationalen Handwerksmesse in München (7. bis 13. März 2018) zeigen die Junioren des Handwerks, dass sie die „nächste Generation Handwerk“ sind und damit den Anspruch haben, die Zukunft des Handwerks mitzugestalten. Gelingen soll das durch teambildende Events sowie Praxisseminare zur Vorsorge am Arbeitsplatz und zu Aspekten der Digitalisierung im Handwerk in Zusammenarbeit mit dem Münchener Verein.



### Ländertreffen und Frauen-Fachtagung

Am 2. und 3. März findet in Fulda ein UfH-Ländertreffen statt. Am Freitag, 9. März 2018, findet im Rahmen der Internationalen Handwerksmesse in München die zweite Frauen-Fachtagung statt. Das Motto ist: Frauen im Handwerk: „Zukunft gestalten“. Anmeldungen: [www.ihm.de/ufh](http://www.ihm.de/ufh)  
**Mehr Chancen durch Weiterbildung**, UfH Ansbach, 21. Februar, 18.30, HWK Nürnberg



## RUNDFUNKBEITRAG FALSCH BERECHNET?

Im Januarheft informierten wir unsere Leser darüber, wie sie den Rundfunkbeitrag für ihren Betrieb richtig berechnen können.

„Ich habe Ihren Artikel in der Januar-Ausgabe gelesen. Dort schreiben Sie beim Rundfunkbeitrag für Fahrzeuge, dass je Betriebsstätte ein Fahrzeug frei ist. Ich habe als Kleinbetrieb nur ein Fahrzeug auf mich angemeldet, das ich betrieblich und privat nutze, weitere Fahrzeuge gibt es nicht. Trotzdem zahle ich dafür seit mehr als zehn Jahren pro Monat meinen Rundfunkbeitrag. Ist das korrekt?“

**Per Telefon: Ludwig Schaipp, Klempner, Altomünster**

## Antwort der Redaktion:

Nach Auskunft unserer Autorin, Rechtsanwältin Anna Rehfeldt in Berlin, kann es durchaus vorkommen, dass der Bescheid zum Rundfunkbeitrag fehlerhaft ist. Die Expertin empfiehlt in Fällen wie diesen, zunächst Widerspruch beim Beitragsservice in Köln (ehemals GEZ) einzulegen. Ist dies geschehen, kann der Unternehmer im nächsten Schritt eine etwaige Einzugsermächtigung widerrufen und die Höhe der Überweisung an den korrekten Betrag anpassen. Der Widerspruch kann auch online erfolgen unter Rundfunkbeitrag.de



Für einen echten Hingucker auf dem Firmenwagen sorgen bei Bäckermeister Mario Roth im hessischen Oberbrechen ab sofort Motive aus der Fotoproduktion für handwerk magazin in Sachen Berufskleidung. Der innovative Bäckermeister hatte sich für die Aufnahmen zur Verfügung gestellt und kann die tollen Motive jetzt prima für die Eigenwerbung nutzen!

## PAUSEN BEI KÄLTEARBEIT

Zu unserem Artikel über die Pflichten der Unternehmer bei Außenarbeiten im Winter auf [handwerk-magazin.de](http://handwerk-magazin.de) erreichte uns folgende Anfrage eines Dachdeckers.

„Danke für diesen Artikel. Ich bin Arbeitnehmer im Dachdeckerhandwerk. Sind die vorgeschriebenen Aufwärm-pausen im Winter als bezahlte Arbeitszeit zu werten oder werden sie abgezogen? Was für Folgen hat es für den Arbeitgeber, wenn er keine beheizten Räumlichkeiten auf der Baustelle zur Verfügung stellt? Oder wenigstens ein Auto mit Standheizung ...“

**Per Mail: Arthur Fischer**

## Antwort der Redaktion:

Da sich die in unserem Artikel genannten Aufwärmzeiten auf die Arbeiten in Innenräumen beziehen, haben wir bei der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (Baua) in Dortmund nachgefragt, was für Arbeiten im Freien gilt. Grundsätzlich gibt es zwar für diese Arbeiten keine Vorschrift oder technische Regel, allerdings muss der Arbeitgeber auch hier für sichere und gesunde Arbeitsbedingungen sorgen. Bei der notwendigen Gefährdungsbeurteilung spielen neben der Lufttemperatur auch die Arbeitsschwere und die Luftgeschwindigkeit eine wesentliche

Rolle. Laut Baua sind Aufwärmphasen keine Ruhepausen im Sinne des Arbeitszeitgesetzes, sondern können für andere Arbeiten genutzt werden, darunter fallen beispielsweise die Arbeitsvorbereitung, die Reinigung von Werkzeug oder das Erstellen eines Protokolls.



## DEUTSCHLANDS JÜNGSTE OPTIKERMEISTERIN

„Ihr Artikel über Deutschlands jüngste Augenoptikermeisterin auf [handwerk-magazin.de](http://handwerk-magazin.de) interessant zu lesen. Ich möchte ja gar nicht kleinlich sein, aber mir ist aufgefallen, dass dies nicht die jüngste Meisterin ist. Als ich meine Meisterprüfung erfolgreich im Augenoptiker-Handwerk abgelegt habe, bin ich gerade erst 20 geworden. ;)“

**Per Mail: Sabine Waibel, Obergünzburg**

## LESERBRIEFE

Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe gekürzt in der jeweiligen Ausgabe und auch elektronisch zu veröffentlichen. Wenn Sie an [handwerk magazin](http://handwerk-magazin.de) schreiben, geben Sie bitte immer Ihren Namen, das jeweilige Unternehmen und den Ort an.

[redaktion@handwerk-magazin.de](mailto:redaktion@handwerk-magazin.de)

## Facebook

Besuchen Sie [handwerk magazin](http://handwerk-magazin.de) auf Facebook und diskutieren Sie mit oder sagen Sie uns Ihre Meinung zu ausgewählten Beiträgen.

[facebook.com/handwerk.magazin](https://facebook.com/handwerk.magazin)

## Twitter

Folgen Sie uns auf Twitter, und Sie erhalten täglich Neuigkeiten aus dem Wirtschaftsbereich Handwerk – schnell und kompakt.

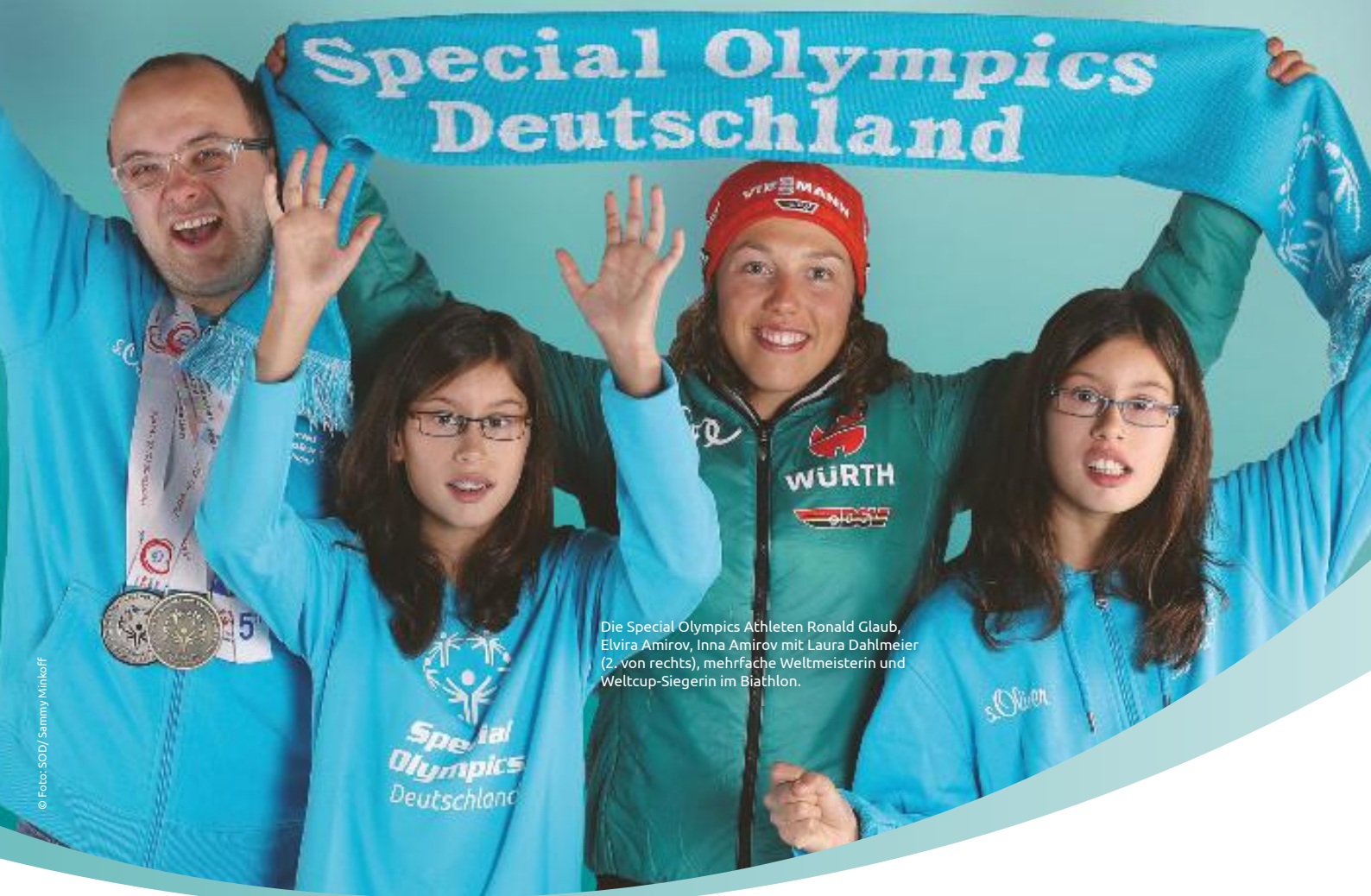
[twitter.com/handwerkmagazin](https://twitter.com/handwerkmagazin)



Diskutieren Sie mit, wie es unsere Leser auf Facebook tun. Für einen intensiveren Austausch haben wir jetzt eine Gruppe eingerichtet.







Die Special Olympics Athleten Ronald Glaub, Elvira Amirov, Inna Amirov mit Laura Dahlmeier (2. von rechts), mehrfache Weltmeisterin und Weltcup-Siegerin im Biathlon.

© Foto: SOD/Sammy Minkoff

## Wir schenken Ihnen das Lächeln von Siegern – schenken Sie uns Ihre Aufmerksamkeit!

So wie die mehrfache Weltmeisterin und Weltcup-Siegerin im Biathlon Laura Dahlmeier unterstützen viele Prominente die Idee und die Arbeit von Special Olympics Deutschland (SOD), der Sportorganisation für Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung. Das Ziel von Special Olympics ist es, Menschen mit geistiger Behinderung durch den Sport zu mehr Anerkennung, Selbstbewusstsein und letztlich zu mehr Teilhabe an der Gesellschaft zu verhelfen. SOD versteht sich als Inklusionsbewegung.

Zu Special Olympics Deutschland gehören bundesweit ca. 40.000 Menschen mit geistiger Behinderung, die in 14 Landesverbänden

und in mehr als 1.100 Mitgliedsorganisationen regelmäßig trainieren. Aus insgesamt 27 Einzel- und Mannschaftssportarten (davon 19 Sommer- und 8 Wintersportarten) können Special Olympics-Athleten selbstbestimmt nach eigenen Interessen, Bedürfnissen und Wünschen auswählen.

### Interessiert? Dann folgen Sie uns!

[www.specialolympics.de](http://www.specialolympics.de)

[www.facebook.com/special.olympics.deutschland](https://www.facebook.com/special.olympics.deutschland)

[www.youtube.com/specialolympicsd](https://www.youtube.com/specialolympicsd)

[www.instagram.com/specialolympics.de](https://www.instagram.com/specialolympics.de)

**Special Olympics. Gemeinsam stark.**



**WÜRTH**

**ABB**

**s.Oliver**

Premium Partner von Special Olympics Deutschland

**Special  
Olympics  
Deutschland**



# Wo liegen die HERAUSFORDERUNGEN 2018?

Der Ehrenbeirat des Bundesverbands der Juniores des Handwerks unterstützt den Bundesvorstand und gibt Empfehlungen für Projekte, Öffentlichkeitsarbeit und strategische Belange. Wir richten den Blick in die Zukunft und fragten, was 2018 auf das Handwerk zukommt.

Autor **Ramón Kadel**



»Der demografische Wandel: Bei jährlich 270.000 neuen Senioren muss zeitnah Barrierefreiheit geschaffen werden. Wie soll das aber funktionieren, wenn viele Rentner gute Handwerker waren?«

**Christian Schulz**, Handwerksversicherer und Leiter Signal-Iduna in Eutin.



»Junge Leute dafür zu begeistern, sich als Handwerker selbstständig zu machen und dazu zu bewegen, sich mehr in Innungen, und den Handwerksjunioren zu engagieren: Sonst kann das ›System Handwerk‹ auf Dauer nicht mehr funktionieren.«

**Jens Beland**, Malermeister und Kreishandwerksmeister aus Großheirath.

»Verjüngung der Strukturen im Handwerk: Herausforderung ist, aktive Handwerker für die Handwerksorganisation zu begeistern und auch die ›akademische‹ Jugend zu überzeugen, dass das Handwerk sehr attraktive berufliche Perspektiven bietet.«

**Thomas Franz**, Kfz-Mechanikermeister aus Dülmen.



»Mit einem auf 70 Prozent zusammengeschrumpften Mitarbeiterpotenzial den Wohnraumbestand nicht nur erhalten, sondern auch den neuen Standards anpassen.«

**Wolfgang Höhne**, Dachdeckermeister aus Darmstadt.



»Dem Endkunden klar machen, für höchste Qualität auch einen marktgerechten Preis zu zahlen. Außerdem werden ein humaner Führungsstil und eine gute Arbeitsatmosphäre den Erfolg des Handwerks langfristig prägen.«

**Carsten Röttgers**, Dipl. Betriebswirt aus Papenburg.



»Die Gewinnung von motivierten Jugendlichen für die duale und ganzheitliche Berufsausbildung im Handwerk: Nur so kann meiner Meinung nach der bestehende Fachkräftemangel nachhaltig abgebaut werden.«

**Andreas Pfauch**, Malermeister aus Hartmannsdorf.



»Fachkräftemangel sowie der Regelungswahn der Legislative und Exekutive: Wo soll Nachwuchs herkommen, wenn das Handwerk fast nur durch handwerkliche Fehlleistungen der Bürokratie ins Bewusstsein rückt?«

**Karl Heinz Höhne**, Dachdeckermeister aus Darmstadt.

# IMPRESSUM

## handwerk magazin

handwerk magazin ist das einzige bundesweit erscheinende, branchenübergreifende Wirtschaftsmagazin für Unternehmer aus dem Handwerk.

[www.handwerk-magazin.de](http://www.handwerk-magazin.de)

**HERAUSGEBER:** Alexander Holzmann, alexander.holzmann@holzmann-medien.de

**CHEFREDAKTEUR:** Olaf Deininger (od), verantwortlich für den Inhalt im Sinne des Presserechts; Robert-Koch-Str. 1, 82152 Planegg, Telefon: 089/898261-11, Fax: 089/898261-33, olaf.deininger@handwerk-magazin.de

**ART DIRECTION:** Daniel Bognár, Telefon: 089/898261-17, layout@handwerk-magazin.de

**CHEF VOM DIENST:** Print: Reinhold Mulatz (rm) (-12), reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de

**REDAKTION:** Cornelia Hefer (coh) (-15), cornelia.hefer@handwerk-magazin.de; Kerstin Meier (me) (-13), kerstin.meier@handwerk-magazin.de; Ramón Kadel (rak) (-20), ramon.kadel@handwerk-magazin.de

**REDAKTIONSANSCHRIFT:** handwerk magazin, Robert-Koch-Straße 1, 82152 Planegg

**REDAKTIONSASSISTENZ:** Ulrike Bartel, Telefon: 089/898261-10; redaktion@handwerk-magazin.de

**MITARBEIT:** Lionel Bassett (Layout)

**PRODUKTMANAGEMENT:** Manuela Bertram, Telefon: 089/898261-14, manuela.bertram@holzmann-medien.de

**VERLAGSLEITUNG ANZEIGEN/VERTRIEB/MARKETING:** Jan Peter Kruse, jan-peter.kruse@holzmann-medien.de

**VERLAG:** Holzmann Medien GmbH & Co. KG, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Telefon: 08247/35401, Fax: 08247/354170, info@holzmann-medien.de, www.holzmann-medien.de, HR Amtsgericht Memmingen HRA 5059, USt-IdNr.: DE 129204092 Handelsregister Amtsgericht Memmingen HRA5059

**VOLLHAFTER:** Holzmann Verlag GmbH, Handelsregister Amtsgericht Memmingen HRB5009

**ANZEIGENLEITUNG:** Eva M. Hammer (verantwortlich), Holzmann Medien GmbH & Co. KG, Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, Telefon: 08247/354-177, Fax: 08247/354-4177, eva-maria.hammer@holzmann-medien.de

**KEY ACCOUNT MANAGERIN:** Sandra Ricanek, Telefon: 08247/354-202, Fax: 08247/354-4202, sandra.ricanek@holzmann-medien.de

**ANZEIGENDISPOSITION:** Karin Baumhauer, Telefon: 08247/354-194, Fax: 08247/354-4194, karin.baumhauer@holzmann-medien.de;

zz. gilt Anzeigenpreisliste Nr. 29 vom 1. Januar 2018

**VERTRIEBSLEITER:** Dieter Kämpfle, Telefon: 08247/354-296, Fax: 08247/354-4296, dieter.kaempfle@holzmann-medien.de

**VERTRIEB:** DPV Vertriebservice GmbH, Am Sandtorkai 74, 20457 Hamburg, dpv.de

**KUNDEN-SERVICE:** Margit Detemple, Telefon: 08247/354-143, margit.detemple@holzmann-medien.de; Sandra Schwärzler, Telefon: 08247/354-189, sandra.schwaerzler@holzmann-medien.de; Fax für Produktmanagement, Kundenservice, Abonnentenservice: 08247/354-170

**DRUCK:** Vogel Druck und Medienservice GmbH, 97204 Höchberg

handwerk magazin erscheint monatlich. Der Bezugspreis beträgt jährlich 99,90 Euro (inkl. MwSt. und Versand). Bei Bezug im Ausland beträgt der Bezugspreis jährlich 114,30 Euro (inkl. MwSt. und Versand, Übersee auf Anfrage). Die digitale App-Ausgabe kostet im Jahresabonnement 79,99 Euro, das KombiAbo Print/App 109,50 Euro (Inland). Das Einzelheft (empf. Preis) kostet 8,60 Euro plus Versandkosten. Bestellungen sind an den Verlag oder einschlägige Buchhandlungen zu richten. ISSN-Nr.: 0942-8976.

Für Mitglieder der dem Bundesverband Junioren des Handwerks, dem Bundesverband der Betriebswirte des Handwerks und dem Bundesverband Unternehmerfrauen im Handwerk angeschlossenen Vereine gilt ein ermäßigter Jahresbezugspreis. Soweit die Vereine für ihre Mitglieder handwerk magazin beziehen, ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten. Für Mitglieder des Fachverbandes des Tischlerhandwerks NRW ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungen sind jeweils zum Ende der laufenden Bezugszeit möglich. Die Kündigung ist spätestens einen Monat zuvor schriftlich an den Verlag zu richten. Der Verlag übernimmt keine Haftung für unverlangt eingereichte Manuskripte. Alle Rechte vorbehalten. Insbesondere dürfen Nachdruck, Vervielfältigungen jeder Art (auf Datenträger wie CD-ROM, DVD-ROM usw.), die Aufnahme in Onlinedienste und Internet nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Verlages erfolgen. Wenn Sie künftig unsere interessanten Informationen und Angebote nicht mehr erhalten möchten, können Sie bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke widersprechen. Teilen Sie uns dies bitte möglichst schriftlich unter Nennung Ihrer Adresse mit.

Verbreitete durchschnittliche Monatsauflage: 79.544 Exemplare (4/2017). Geprüft durch IVW, Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.



© Holzmann Medien GmbH & Co. KG

In der Holzmann Medien GmbH & Co. KG erscheinen außerdem die Objekte: Deutsche Handwerks Zeitung, boden wand decke, GFF – Zeitschrift für Glas Fenster Fassade Metall, sicht+sonnenschutz, EstrichTechnik&Fußbodenbau, Die Fleischerei, rationell reinigen, RWTextilservice, Health&Care Management.

**Service-Hotlines: Abonnements 08247/354143 – Redaktion 089/898261-0 – Anzeigen 08247/354194**

# VORSCHAU



## NEUE Unternehmerfrau

**ROLLENWANDEL** In vielen Familienbetrieben übernimmt die Unternehmerfrau heute aktiv Führungs- und Managementaufgaben. handwerk magazin analysiert in der März-Ausgabe die neue Rolle und Position der Unternehmerfrauen im Handwerk.



## Exportmarkt SCHWEIZ

**AUSLANDSGESCHÄFT** Die Schweiz ist für viele Handwerker ein interessanter Markt. Allerdings versuchen Schweizer Behörden, den Binnenmarkt zu schützen, und errichten deshalb Bürokratie-Barrieren gegen deutsche Handwerker. Worauf Sie besonders achten müssen.



## ZU VIEL genehmigt?

**PENSIONSZUSAGEN** Das Finanzamt stellt an GmbH-Chefs besondere Anforderungen für Pensionszusagen. Wer sich zu viel genehmigt, muss mit hohen Steuernachzahlungen rechnen. handwerk magazin zeigt, wie viel mit welchem Gehalt erlaubt ist und worauf der Fiskus achtet.

## AUSFAHRT

Ralf Behrensmeier hat das Hybridkonzept des Lexus RX nicht restlos überzeugen können.

# »Zu wenig KRAFT«

## Lexus RX.

Bauunternehmer Behrensmeier wird mit dem Hybridantrieb nicht recht warm: Leistung und Geräuschkulisse stören ihn.

**E**in Ausflug auf die Autobahn muss auf jeden Fall sein, findet Ralf Behrensmeier, Maurer- und Straßenbaumeister und Inhaber eines Hoch- und Tiefbauunternehmens in Wuppertal.

Schnell wird klar, warum: Der Handwerksunternehmer fährt gern zügig, zieht gleich auf die linke Spur und beschleunigt auf 180 Kilometer pro Stunde. Zwischen Wuppertal und Schwelm treibt er den rubinroten Lexus dann zu Höchstleistungen an. „Bei der Beschleunigung ist der ganz schön laut“, sagt Behrensmeier. Das Jaulen des Hybridmotors gefällt ihm nicht, der Anzug könnte auch zügiger sein. Mit 313 PS ist ihm der Wagen zu schwächlich, sein eigener 7er BMW versteckt mehr als 500 PS unter der Motorhaube. Immerhin kann Toyotas Luxuskarosse beim Interieur punkten: Die Ledersitze heizen im Winter und kühlen per Sitzbelüftung im Sommer. Auch das Head-up-Display und das Navi gefallen dem Handwerker. Dazu gibt es noch ein Panorama-Schiebedach, geräumige Sitze und einen großen Kofferraum. Auf Landstraßen im Bergischen Land surrt der Le-

xus ohne Murren dahin. Hier hat der Handwerker nicht viel auszusetzen.

### Mögen Sie Hybridautos?

Ich habe nichts dagegen, fahre aber lieber Verbrennungsmotoren, ich mag den kernigen Klang. Das fehlt mir hier.

### Sind 58.900 Euro angemessen?

Ein gutes Auto darf etwas kosten. Wobei ich mir einen Neuwagen mit so viel Technik nie kaufen würde. Den lease ich lieber für zwei Jahre. Bevor die ersten Wehwehchen kommen, wechsle ich.

### Wie viel Technik darf es denn sein?

Ein Navi brauche ich. Sitzheizung und Klimaanlage sollten auch rein, und dann dürfen es gerne noch ein paar Extras sein.

### Fahren Sie gern Automatik?

Sie schaltet gut, aber der angegebene Verbrauch stimmt nicht mit den Herstellerangaben überein. Ich weiß nicht, wie und wo man fahren muss, um das zu erreichen.

**Josephine Pabst**

[reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de](mailto:reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de)

### Das Unternehmen

**Name:** Ralf Behrensmeier Hoch- und Tiefbau

**Geschäftsgebiet:** Region Wuppertal

**Gründung:** 2005

**Mitarbeiter:** 5

### Der Testwagen

**Modell:** Lexus RX 450h

**Höchstgeschwindigkeit:** 200 km/h

**Leistung:** 230 kW/313 PS

**Kraftstoffverbrauch:** 5,3 Liter Benzin auf 100 km

**CO<sub>2</sub>-Emission:** 122 g/km

**Grundpreis:** 58.900 Euro (inkl. MwSt.)



**Gesammelte Autotests.** Alle Tests auf einen Blick: [handwerk-magazin.de/ausfahrt](http://handwerk-magazin.de/ausfahrt)



Neue Wege in der  
**betrieblichen**  
Altersversorgung

Für Sie wird es einfacher.  
Für Ihre Mitarbeiter **einfach besser.**

Die betriebliche Altersvorsorge geht neue Wege – und wir gehen mit! Im Rahmen des neuen Betriebsrentenstärkungsgesetzes haben wir unsere Vorsorgeprodukte für Sie noch besser gemacht. Die neue bAV der SIGNAL IDUNA bietet Ihnen ein umfassendes Leistungspaket – mit neuen, passenden Produktlösungen und innovativen Prozessen. Jetzt mehr erfahren unter:

[www.die-neue-bav.de](http://www.die-neue-bav.de)

**SIGNAL IDUNA**   
gut zu wissen

Gründung. Wachstum.  
Internationalisierung.  
Digitalisierung. Krise.  
Mitarbeiterbindung.  
Nachfolge.

Was auch immer Sie bewegt:  
Wir beraten Sie.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Mit unserer **Genossenschaftlichen Beratung** beraten wir Sie ehrlich, kompetent und glaubwürdig. Schließlich sind wir die Finanzberatung, die erst zuhört und dann berät. Profitieren auch Sie davon und lassen Sie uns Ihr Unternehmen voranbringen. Welchen Unternehmern das schon gelang, erfahren Sie in unserer Webserie auf [vr.de/mittelstand](http://vr.de/mittelstand)

**Volksbanken  
Raiffeisenbanken** 

Wir machen den Weg frei. Gemeinsam mit den Spezialisten der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken: Bausparkasse Schwäbisch Hall, Union Investment, R+V Versicherung, easyCredit, DZ BANK, DZ PRIVATBANK, VR Leasing Gruppe, WL BANK, MünchenerHyp, DG HYP.